

RetailRookies: Bloomon en Mascolori

17-09-2015 12:19

RetailTrends geeft ook dit jaar speciale aandacht aan tien retailpioniers. Een selectie van jonge, innovatieve concepten die inspelen op nieuwe consumentenbehoeften en de winkelstraat kleur geven. Vandaag op RetailNews: Bloomon en Mascolori.

Bloomon wil korte metten maken met de veelal saaie bosjes bloemen die we gewend zijn te kopen bij supermarkt, tankstation of bloemist. Ook wil de etailer wat doen aan ruikers die twee dagen na aankoop troosteloos over de rand van een vaas hangen. "Onze bloemen staan vandaag op het land en morgen in de woonkamer van onze klanten", legt medeoprichter Patrick Hurenkamp uit.

Klanten van Bloomon, voornamelijk vrouwen vanaf eind twintig, kunnen kiezen voor een wekelijkse, tweewekelijkse of maandelijkse bezorging. De online bloemenmarkt in ons land is momenteel goed voor één procent van het totaal, zegt Hurenkamp. "Wij willen die verhouding omkeren."

Mascolori haalt zestig procent van zijn omzet uit online en veertig procent uit verkopen uit zijn winkel in Rotterdam. Daarnaast wordt het kleurrijke schoenenmerk in nog drie andere winkels verkocht, met als doel dit aantal via internationale schoenenbeurzen uit te breiden. Ook online groei moet vooral uit het buitenland komen. "En binnen een jaar willen we een winkel in Amsterdam openen", vertelt medeoprichter Raymond Landegent.

In de winkel vinden klanten niet alleen de kleurrijke herenschoenen waarmee het ondernemersduo in Spanje kennismaakte, maar ook eigen ontwerpen. Sinds twee jaar worden die geproduceerd in Portugal en Spanje, waarbij ze volgens Landegent continu op zoek zijn naar creatieve perfectie. "Daarnaast gaan we de verbintenis aan met muzikanten en kunstenaars."

In het septembernummer van RetailTrends vertellen tien RetailRookies over hun onderneming en strategie. Naast Bloomon en Mascolori komen Vanmoof, GROOS, Koop een Koe, House of Eléonore, LENA, Opgeweckt Noord, United Wardrobe en Valk Versmarkt aan het woord. [Klik hier](#) voor informatie over een abonnement op RetailTrends.