

Sissy-Boy neemt afstand van uitverkoop

16-03-2016 08:14

Terwijl veel retailers zich vastklampen aan de sale, neemt Sissy-Boy steeds meer afstand van de uitverkoop. Zo brengt de modeketen de totale salesperiode dit jaar terug van twintig naar zestien weken en sluit zijn outlet in Batavia Stad. Dat laat managing director Victor van Nieuwenhuizen weten in het maartnummer van RetailTrends.

Sissy-Boy wil dat elk product raak is en voor de volle prijs wordt verkocht. Als een trui na zo'n acht tot twaalf weken nog in de winkel hangt, duikt de retailer de data in om te analyseren waarom de klant het artikel niet waardevol genoeg vond. "Die les nemen we mee naar het volgende seizoen."

Sissy-Boy werkt volgens Van Nieuwenhuizen niet met de bekende inkoopseizoenen fall/winter en spring/summer. "Begin september worden onze stores niet bedolven onder de winterjassen, zoals bij zo veel fashionbedrijven nog gebeurt." De modeketen heeft jaarlijks 24 relatief kleine drops met items waar op dat moment vraag naar is, zodat de voorraden minimaal zijn.

De voorraden, marges, omloopsnelheden, aankooptijden – alles wordt gemonitord in een realtime systeem dat door investeringsmaatschappij Varova is ontwikkeld. Het inkoopteam van Sissy-Boy was daarom niet verrast door de aanhoudende zachte winters en het veranderde aankoopgedrag, die door failliete retailers als V&D en Macintosh werden bestempeld als boosdoener.

In RetailTrends 3 vertelt ook Lesara.com hoe de problemen van een 'nepwinter' voorkomen kunnen worden. "Ga denken als een techbedrijf", aldus countrymanager Sander van Bladel. [Klik hier voor meer informatie over een abonnement op RetailTrends.](#)