

## Farfetch selecteert alleen de 'cool kids'

11-05-2016 15:00



Farfetch is zeer kieskeurig in het selecteren van boetieks voor zijn modeplatform. “We hebben een zogeheten business developmentteam opgezet”, zegt oprichter en ceo José Neves in het meinumner van EtailTrends. “Dat team gaat op zoek naar de beste boetieks op elk terrein waarop wij actief zijn.”

Farfetch heeft acht jaar na zijn oprichting meer dan vierhonderd winkels verspreid over 35 landen aangesloten. In Nederland telt het platform tien partners, waaronder ANSH46 uit Rotterdam en Four by Azzurro uit Amsterdam. “Ik zie onze partners graag als smaakmakers en de ‘cool kids’ van de buurt waarin ze zitten”, aldus Neves.

Bij de start van Farfetch in 2008 hadden onafhankelijke retailers die niet op het web zaten het lastig. Het was volgens Neves duidelijk dat deze ‘prachtige boetieks’ een online platform nodig hadden. “Anders zouden we straks alleen nog maar e-commercereuzen overhouden.”

De uitdaging is volgens hem mee te gaan met de veranderende behoeftes, gewoontes en interesses van de klant. “In een wereld die snel verandert, is het grootste gevaar stil te blijven staan.” In het meinumner van EtailTrends gaat Neves in op de winkel van de toekomst, de logistieke slimheid van Farfetch en zijn verdere uitbreiding. [Klik hier voor meer informatie over een abonnement op EtailTrends.](#)