

RetailRookies: Fanfiber en Naturalicious

16-09-2016 08:48



Ze ruiken kansen, tonen lef en dragen bij aan consumentenverwachtingen. Maak kennis met de RetailRookies 2016-2017: tien jonge, innovatieve ondernemers en concepten die inspelen op nieuwe consumentenbehoeften en de winkelstraat kleur geven. Vandaag op RetailWatching: Fanfiber en Naturalicious.

Elke retailer doet er alles aan om het aantal fans uit te breiden, want zij brengen doorgaans het meeste geld in het laatje. Hoe anders is dat voor veel sterren, zoals YouTube-beroemdheden. Zij hebben een miljoenenpubliek, maar geen winkel om er zoveel mogelijk aan te verdienen. **Fanfiber** probeert daar verandering in te brengen door social influencers als Jacksepticeye te ontzorgen, van de verkoop van merchandising tot aan de klantenservice. Klanten rekenen af bij Fanfiber, dat het geld minus een afdracht overmaakt naar de grote ster. Ook krijgt het platform een afgesproken deel van de brutowinst en wordt er verdiend aan de productie van de merchandise. De grootste groei zit volgens medeoprichter Toine Bastiaans in brand endorsement en reclame. Fanfiber koppelt de social influencers aan merken als McDonald's en Oranje, die andere manieren zoeken om hun doelgroep te benaderen.



Hoe kan het zijn dat we geloven in grote merken die geen gezonde producten verkopen, maar wel die belofte doen? Hoe kan het zijn dat gezond eten en drinken eigenlijk nog steeds niet Ã©cht cool is? Deze overpeinzingen zijn voor ondernemers Michel van den Bergh en Tabe Ydo de aanzet voor het honderd procent natuurlijke sappen- en snackmerk **Naturalicious**, dat deze zomer is gelanceerd. â€œJe hebt merken die happiness verkopen. Je hebt merken die vleugels verkopen. Wij willen het grootste healthmerk ter wereld bouwen dat superpowers uit de natuur verkooptâ€; zet Ydo een duidelijke stip op de horizon. En die superkrachten worden direct aan de consument verkocht via eigen winkels, vendingmachines, shop-in-shops , de webshop en op abonnementsbasis.



In het septembernummer van RetailTrends vertellen tien RetailRookies over hun onderneming en strategie. Naast Fanbier en Naturalicious komen Directlyfrom.nl, Reclaimed Jewels, Matt Sleeps, X Bank, Gusto Moda, De Balkonie, Bellamy Gallery en DenoÃsm aan het woord. [Klik hier voor informatie over een abonnement op RetailTrends.](#)