

Esprit ziet kansen in middensegment

15-03-2017 08:36



Esprit heeft 95 procent van zijn winkels in de Benelux ingericht op de nieuwe omnichannelstrategie. Het modelabel zal daarnaast vier of vijf winkels in Nederland voorzien van een nieuwe uitstraling, zegt general manager Europa Dieter Messner tegen [FashionUnited](#).

Esprit heeft op het juiste moment ingezet op een herpositionering, vindt Messner. “De hele branche worstelt, maar wij zijn vijf jaar geleden al begonnen met een nieuwe strategie.” Hij ziet vooral kansen in het middensegment, omdat het prijsvechten steeds intensiever wordt. “Onze doelgroep is dertig tot 45 jaar en wil allang geen item meer kopen dat je na drie keer dragen kunt weggooien.” Tegelijkertijd willen ze geen honderd euro uitgeven aan een premium product, zegt Messner.

Door de implementatie van omnichannel kunnen klanten onder meer gebruik maken van click & collect en click & reserve. Verder voorziet Esprit in totaal driehonderd winkels van een modernere uitstraling. Nieuwe winkels in ons land staan niet op de planning. Wel belooft de managing director ‘nieuwe plannen’, die in april klaar zullen zijn.

Esprit schreef vorig jaar voor het eerst sinds jaren weer zwarte cijfers. Daarvoor was Esprit ‘de draad een beetje kwijt’, verklaart Messner. Hij wijt de jaren van verlies aan een te snelle expansie en veel wisselingen in de managementtop, waardoor het merk de binding met de klant verloor.