

Van Zetten gelooft in nostalgische waarde van V&D

03-04-2017 07:07



V&D Conceptionhouse wil met een mobile-firststrategie de mode-industrie heruitvinden. Mede-eigenaar Ronald van Zetten licht in het aprilnummer van RetailTrends een tipje van de sluier op. “Gebruikers kunnen straks collages maken van items die ze zelf hebben gevonden op internet. Vergelijk het met Pinterest, maar wij willen faciliteren dat die items altijd te koop zijn. Die mogelijkheid ontbreekt vaak.”

Gebruikers kunnen elkaars moodboards volgen en die bieden zo een bepaald stijlbeeld. “Dat geeft het gevoel van de personal shopper”, aldus Van Zetten. Bij het zogenaamde clippen van items wordt straks automatisch productinformatie toegevoegd.

Om de persoonlijke collages te verrijken is er een sleepfunctie en kunnen items onder meer vrijstaand worden gemaakt. Naarmate het platform groeit, wordt het volgens de voormalig HEMA-topman steeds interessanter. “Er ontstaan inzichten in persoonlijke voorkeuren en wat trending is. Dat is waardevolle informatie. De retailer bepaalt straks niet meer wat de collecties zijn, dat doen de consumenten zelf.”

Van Zetten gelooft dat de nostalgische waarde van V&D ook commercieel ingezet kan worden. Bovendien maken ook namen als Prijzencircus en Schoolcampus onderdeel uit van de V&D-merkrechten, die hij met Roland Kahn en Jaco Scheffers heeft gekocht. “Daar kunnen we nieuwe concepten omheen bouwen. En we hebben merken als LIV en Soho. Het is geen weggegooid geld. Daar zit veel potentie.”

Van Zetten vertelt in het aprilnummer van RetailTrends meer over zijn plannen met V&D Concephouse, de samenwerking met Kahn en blikt terug op zijn tijd bij HEMA. Hij ziet dat zijn vorige werkgever zijn beleid grotendeels voortzet. "Laat ik dat dan maar als een compliment beschouwen", aldus Van Zetten. Meer lezen? De nieuwste editie van RetailTrends verschijnt eind deze week. [Klik hier voor meer informatie over een abonnement.](#)