

Dit vinden Xenos en Perry Sport van het merkenonderzoek

04-04-2017 08:46



Bol.com is voor het derde jaar op rij het [sterkste retailmerk](#) van Nederland. Dat blijkt uit het Retail Merkenonderzoek 2017 dat Hendrik Beerda Brand Consultancy heeft uitgevoerd en dat in RetailTrends is gepubliceerd.

In de top tien verandert verder weinig en ook op de vraag welke retailers de meeste klantengroei gaan realiseren, is het antwoord van de consument al jaren vergelijkbaar. Bol.com, Action en Lidl vormen steevast de top drie van verwachte groeiers. Wat deze drie merken met elkaar verbindt, is hun innovatiekracht. De consument ziet deze merken als actieve vernieuwers met een dynamisch assortiment.

Verrassende groeier: Xenos

Opvallende nieuwkomers in de lijst van verwachte groeiers zijn Xenos (plaats 14) en Rituals (plaats 9). Deze twee merken groeien sowieso al bovengemiddeld, maar de consument verwacht dat hierin nog een versnelling komt. De groeisput is volgens het publiek vooral te danken aan het 'creatieve assortiment dat zich duidelijk onderscheidt van andere winkelketens.' "Een groot compliment", reageert algemeen directeur Francine van Dierendonck. Xenos zoekt zijn succes volgens haar inderdaad in een breed aanbod van 'unieke artikelen tegen unieke prijzen'. "Mensen worden graag verrast en die verrassing vinden ze bij ons." Daarnaast ziet ze dat het merk consumenten van verschillende generaties aanspreekt. Dat het type assortiment overeenkomsten heeft met spelers als Action en Flying Tiger, maakt volgens haar niets uit voor het onderscheidend vermogen. "Ik

geloof dat je vooral moet uitgaan van je eigen kracht.”

De retailer is sinds twee jaar actief met een webshop en social media. Dat klanten nu zowel online als fysiek kunnen shoppen, versterkt elkaar absoluut, aldus Van Dierendonck. “En Facebook en Instagram bieden ons nieuwe kanalen om direct met hen te communiceren. Ook in het groeiende aantal fans en volgers zien we een toenemende waardering voor ons merk terug.” Zo postte de keten een video van vlogger Kelvin ‘Kalvijn’ Boerma die meedeelde met de ‘mouthguard challenge’: een spel waarbij deelnemers met een mondspreider in allerlei opdrachten doen. Het resultaat: de video kreeg meer dan zeshonderdduizend views en zeshonderd shares.

Perry Sport focust op herstel

Perry Sport heeft volgens het Retail Merkenonderzoek 2017 het meest ingeboet aan merkkracht. Een logisch gevolg van het faillissement, reageert marketing- en salesdirecteur Bote Galema. “Veel klanten kregen te maken met later of niet-geleverde bestellingen en later uitbetaalde retouren. Dat leidde tot ontevredenheid over de service in die periode. Uiteraard had dit alles te maken met de onzekerheid achter de schermen over het voortbestaan van Perry.”

Bovendien voelden zowel Perry Sport als Aktiesport het effect van berichtgeving over het faillissement, waarbij geen aandacht werd geschonken aan het feit dat beide formules nog in de winkelstraat aanwezig waren. “Dat had het hele jaar een negatief effect. Na de overname door JD Sports waren de uitdagingen dan ook helder: de consument laten weten dat we er nog zijn en wat we te bieden hebben.”

Perry Sport heropende na een verbouwing zijn flagshipstore in de Kalverstraat en bracht dat onder de aandacht middels het sportevent Keep moving with Perry. “Daarmee zetten we een grote eerste stap in de binding met onze doelgroep. Deze tour zetten we voort in al onze winkels”, aldus Galema. Om de merkkracht weer op te bouwen staat 2017 in het teken van campagnes die het Perry-verhaal vertellen. “Wie zijn we, waar staan we voor en waar zijn we te vinden. Dat gaan we bereiken via onder meer campagnes op social media, tv en radio en dus instore events waar sport- en adventure liefhebbers samenkomen.”

Voor het Retail Merkenonderzoek zijn de honderd belangrijkste retailers op basis van omzet geselecteerd. Elk merk wordt onderzocht op de drie hoofdfactoren merkkracht, merkpersoonlijkheid en merkprestatie, met daaronder in totaal veertig subfactoren. Meer en uitgebreidere resultaten verschijnen in het aprilnummer van RetailTrends dat deze week verschijnt. [Klik hier voor meer informatie over een abonnement.](#)