

Anna van Mills denkt aan shop-in-shops

21-09-2017 15:55



Schoenenlabel Anna van Mills wil op termijn shop-in-shops openen bij retailers. “Met de pop-upstore merkten we dat een omnichannel aanpak heel goed werkt voor ons concept”, zegt oprichter Anna Winkelmolen tegenover [RetailTrends](#).

Via het onlineplatform van Anna van Mills kunnen consumenten zelf hun eigen hakken ontwerpen. Eerder had de RetailRookie een pop-upstore aan de Haarlemmerdijk in Amsterdam. Naast shop-in-shops kijkt de etailer ook naar het leveren van een standaardcollectie aan retailers. “Consumenten willen de schoenen toch zien en voelen”, aldus Winkelmolen.

Met de online configurator van Anna van Mills zijn 45 duizend verschillende combinaties te maken. De etailer gaat klanten straks meer bij de hand nemen om de ‘keuzestress’ te verlagen. Ze moeten straks bijvoorbeeld eerst een stap afronden voordat ze naar de volgende kunnen. “Dat moet onzekerheid wegnemen.” Ook worden de prijzen verlaagd om hogere volumes te bereiken. Een paar schoenen kost nu tussen de 239 en 299 euro en dat gaat naar 169 tot 270 euro.

Op [RetailTrends](#) wordt uitgebreid ingegaan op het concept van Anna van Mills, een van de tien RetailRookies van dit jaar.