Klanten zijn gek

29-09-2017 10:54



Door Hans Verstraaten (columnist)
Bron: RetailTrends 9 2017

Ik las net over een onderzoek en ik vond dat – en hier volgen twee woorden waar ik normaliter de pesthekel aan heb – zó herkenbaar. Een groot aantal consumenten werd gevraagd naar hun favoriete merken. Daarop wisten ze wel antwoord te geven. Maar waaróm een bepaald merk hun voorkeur had? Twee derde had geen idee. Echt geen enkel idee. Dat vind ik zó herkenbaar. Of had ik dat al gezegd? Zo ben ik gek op het merk Aston Martin. Maar a) ik heb geen rijbewijs, b) al had ik wel een rijbewijs dan kon ik toch echt geen Aston Martin betalen, en c) nee, met James Bond heeft het niks te maken. Ik heb trouwens een hekel aan het merk James Bond. Geen idee waarom. Zou het kunnen dat ik Marks & Spencer een leuk merk vind omdat de vorige baas, de Nederlander Marc Bolland, helemaal gek is op het merk Aston Martin? Zou zomaar kunnen.

Zombies

Aan Action is veel – zo niet alles – fout (goedkope troep in de schappen en zombies achter de kassa's) maar als merk, en nu heb ik helemaal geen idee waarom: echt te gek! Ik heb er een tijdje geleden nog een fietspomp gekocht. Anderhalve euro! Anderhalve dag later was dat ding stuk. Geeft niet hoor, Action. Zoals wij in de Betuwe zeggen: *nothing lasts forever*. De Amerikaanse dhz-gigant Home Depot vind ik ook een geweldig merk. Terwijl ik a) twee linkerhanden bezit, en b) aldus nooit een seconde besteed aan dhz-karweitjes in huis, garage of tuin, en c) eveneens aldus nog nooit wat heb gekocht bij Home Depot. Maar ik hang er erg graag rond als ik

in de Verenigde Staten ben.

Suitsupply: top! Ja hoor, komt ‘ie weer: geen idee waarom. Ik haat zelfs hun reclamecampagnes. Maar Suitsupply-baas Fokke de Jong lijkt me dan weer een erg toffe peer, terwijl ik hem nog nooit heb ontmoet. Ik weet eigenlijk helemaal niks van hem. Misschien eet hij elke ochtend een levende pad bij zijn ontbijt en geeft hij zijn secretaresse stokslagen als ze een tikfout heeft gemaakt. Ik koop mijn pakken overigens elders, bij Blijdesteijn in Tiel. Een winkel waar ik verder zo weinig mogelijk tijd wil doorbrengen. Geen idee waarom, het personeel is erg vriendelijk en behulpzaam.

Zalando, ga failliet
En waar ik een verschrikkelijke, maar dan ook echt verschrikkelijke hekel aan heb: het merk Zalando. Die Duitsers kopiëren alles, maar dan ook álles van de Amerikaanse online schoenenreus Zappos. Nul komma nul originaliteit. En ik heb hun ooit een vraag gesteld die me nogal bezighield: wat doen jullie toch met al die miljoenen schoenen die door klanten gratis en voor niks worden teruggestuurd? Gooien jullie die weg (schande!) of gaan die weer (schande!) naar een volgende klant? Daar zouden ze nog op terugkomen. Dat is nu acht maanden geleden. Ga alsjeblieft heel snel failliet. Aan Zappos heb ik overigens ook een hekel, maar dat ligt dan weer aan de baas Tony Hsieh. Die strijdt succesvol voor de titel Meest Zweverige Manager Aller Tijden.

Het merk Hermès: ja, geweldig! En daar heb ik dan weer wel een reden voor. Die winkel van Hermès aan de Rue de Sèvres in Parijs, op de linkeroever, in een voormalig art-deco-zwembad is de allermooiste winkel van de hele wereld. Maar weer wel verwarrend, in mijn hoofd althans: die legendarische Birkin-bag (vanaf tienduizend euro) van Hermès, vind ik dan weer een erg lelijk ding. Net als die al even legendarische Kelly-bag (vanaf twaalfduizend euro). Even tussendoor: zouden er nog meer mensen op deze wereld rondlopen die én Action én Hermès als favoriet merk hebben?

Trutten uit Amsterdam-Zuid
Het merk Marqt: gétver! Maar dat komt omdat ik de klandizie van deze keten associeer met bakfietsen en muntthee. Kortom, met die trutten uit Amsterdam-Zuid. Wat dan weer raar is, want ik heb 23 jaar met veel plezier in Amsterdam-Zuid gewoond. En die munttheedrinkende, bakfietsrijdende trutten blijken bij nadere kennismaking doorgaans aardige, sociale vrouwen. Nog een tip trouwens, maar u heeft het absoluut niet van mij: die biologische kikkererwtenchips van Marqt is eerlijk gezegd best lekker.

Inderdaad, geen touw aan vast te knopen, aan de consument en zijn voorkeur voor of afkeer van merken. Maar dat had ik geloof ik al gezegd.

Hans Verstraaten