

Nike neemt afscheid van 'middelmatige' retailers

30-10-2017 16:19



Nike gaat zich de komende vijf jaar nog meer richten op directe verkoop aan consumenten. Het Amerikaanse sportmerk kiest daarnaast voor een diepgaande samenwerking met veertig retailpartners. Dat heeft topman Mark Parker bekendgemaakt tijdens een investeringsdag.

Parker is ervan overtuigd dat de 'ongedifferentieerde, middelmatige retail niet zal overleven', meldt [The Wall Street Journal](#). Nike telt momenteel zo'n dertigduizend retailpartners, die samen goed zijn voor 110 duizend verkooppunten. Deze retailers hoeven er volgens het merk niet direct bang voor te zijn dat ze geen producten van Nike mogen verkopen, maar de meeste aandacht en exclusieve productlijnen gaan naar de belangrijkste partners. Onder de veertig retailers zijn Foot Locker, Nordstrom en Amazon.

In juni werd al bekend dat Nike zijn samenwerking met Euro Shoe Group heeft stopgezet. Het merk zou niet meer met goedkope ketens willen samenwerken om zijn premiumimago te behouden. Het moederbedrijf van Bristol zei destijds de beslissing aan te vechten voor de rechter.

De nieuwste bekendmaking van Nike maakt onderdeel uit van een driedelige strategie voor de komende vijf jaar. Het bedrijf wil onder meer over twee keer zoveel 'directe verbindingen met consumenten' beschikken. In 2022 moet dertig procent van de omzet online worden geboekt, waar dat nu nog vijftien procent is. Nike mikt verder op een verdubbeling van de impact van innovatie en een halvering van de leadtime.