

Hudson's Bay in actie tegen duur imago

27-12-2017 08:43



Hudson's Bay gaat goedkopere merken in zijn Nederlandse winkels opnemen. De warenhuisketen hoopt zo af te komen van zijn dure imago, zegt marketing- en inkoopdirecteur Edo Beukema in [Het Financieele Dagblad](#).

Klanten vinden de prijzen bij Hudson's Bay nu nog aan de hoge kant, weet Beukema. De retailer mist volgens hem merken met lagere aanvangsprijzen. "Dat is een van de dingen die we vanaf januari gaan veranderen."

Hudson's Bay gaat verder meer adverteren in de krant om klanten te trekken, stapt af van het eigen servies voor horecaformule La Place en voegt nieuwe concepten cosmetica toe aan zijn winkels. Daarnaast wordt het aanbod ondergoed uitgebreid met Sloggi, omdat klanten daar naar vragen. "Zo moet je aan de knoppen blijven draaien", aldus Beukema.

Beukema zei eerder dat Hudson's Bay bij zijn start in ons land niet direct in de roos had geschoten. Daarmee bedoelde hij naar eigen zeggen niet dat de animo voor de keten tegenvalt, maar dat er verbeterpunten zijn. Er is volgens de directeur drie jaar nodig om tot 'volwassen groei te kunnen komen, om daarna met de inflatie mee te kunnen groeien'. "Over drie jaar hebben wij absoluut in de roos geschoten."