

'Millennials en merken kunnen elkaar versterken'

30-05-2018 09:50



Retailers en merken verkwisten veel geld aan marketingacties doordat ze geen binding hebben met de wereld van jongeren. Ze zijn onbekend met de subculturen, tone of voice en rolmodellen van millennials, stelt oprichter Melanie Bosveld van Kult & Ace, een van de sprekers op het event [Trends & Transities in Retail](#). “Ze weten niet op welke plek ze events moeten organiseren of op welke trends ze moeten inspelen. Het ontbreekt ze aan fingerspitzengefühl.”

Dat er ‘tonnen worden uitgegeven aan marketingcampagnes zonder effect’ is volgens Bosveld niet alleen zonde van het geld. De twee partijen kunnen elkaar ook versterken, stelt zij. “Jongeren zijn creatief, terwijl retailers en merken juist vast zitten in oude patronen. Ze kunnen hun input goed gebruiken.”

Als voorbeeld wijst ze naar Blokker en V&D, die niet aansluiten bij de beleveniswereld van de jonge consument. HEMA doet het volgens Bosveld beter, al laat die winkelketen ook nog kansen liggen. “Het gaat niet alleen om ‘coolness’, maar ook om andere kernwaarden die belangrijk zijn voor millennials. Zoals de snelheid waarmee bol.com werkt.”

Bosveld raadt retailers en merken aan de samenwerking met jongeren op te zoeken, bijvoorbeeld bij de lancering van een nieuw product, merk of een campagne. “Ik zie marketeers van in de veertig zelf een product bedenken, die ze in de doelgroep willen pushen. Dan kun je er nog zoveel geld tegenaan gooien, maar dat gaat niet werken.” Door bijvoorbeeld focusgroepen te houden kunnen ze jongeren actief laten meedenken met een

nieuw product of een campagne. “Daarmee verklein je de kans op een mislukking.”

Trends & Transitie in Retail op 19 juni

Melanie Bosveld deelt tijdens het event Trends & Transitie in Retail de millennialstrategie van Puma, één van de klanten van Kult & Ace. Ook vertelt ze hoe deze jonge doelgroep eruit ziet en wat hun belevingswereld is. Andere sprekers op het event zijn onder meer trendanalist Christine Boland en algemeen directeur Hans Geels van Dille & Kamille. Kijk voor meer informatie en aanmelden op trendsentransities.nl.