

Cheaque gebaseerd op humor: 'En humor overwint te allen tijde'

18-03-2019 14:50



Het Tilburgse kledingmerk Cheaque probeert met een bijzondere klantbeleving het onderscheid te maken in de winkelstraat. Het merk is onder meer bekend van sweaters en T-shirts met teksten als 'Bal Que Jus' en 'Paire De Loule'. "We willen een voorbeeld zijn van hoe retail ook kan zijn", vertelt medeoprichter Nick van Mourik aan [RetailTrends](#).

Er trekken veel grote ondernemers naar Tilburg. Het is de enige stad in het zuiden van Nederland waar een Primark, Hudson's Bay en Decathlon te vinden zijn. Van Mourik is van mening dat zij door hun creatieve en doordachte manier van zakendoen het verschil kunnen maken. "Je hoort vaak dat retailers ontevreden zijn als het seizoen tegenvalt, maar er zijn nog zoveel andere manieren om je winkel tot een succes te maken."

Zo kunnen consumenten in de winkel van Cheaque op de foto met Guus Meeuwis. De Brabantse zanger popte door middel van augmented reality op in de winkel als je met je telefoon een sticker scande. Daarnaast staat er sinds kort een PlayStation in de winkel waarmee het kledingmerk de jongere doelgroep naar de winkel wil trekken. In samenwerking met een e-sportsbedrijf gaat Cheaque er competities voor Formule 1 en FIFA houden, zodat 'Cheaque een plek is waar jongeren over praten'. "Wij zijn gebaseerd op humor en ik denk dat humor te allen tijde overwint."

Lees op RetailTrends meer over [de kijk van Cheaque op klantbeleving](#).