

## Dit kunnen retailers leren van &C

29-03-2019 13:10



**Een magazine, een platform, tv-maken, live events en binnenkort ook een eerste fysieke winkel: dat valt allemaal binnen het merk &C. Na oprichting in 2017 is het merk in relatief korte tijd uitgegroeid tot een totaalconcept met een grote community. Op het evenement Catch The Shopper vertelt medeoprichter Bram de Leeuw daar alles over. Voorafgaand aan het evenement ging RetailTrends met hem in gesprek, want wat kan een retailer leren van &C?**

Voor een merk dat zo'n twee jaar bestaat, heeft &C een grote community. Mede door printproducten, maar zeker ook met elk uur nieuwe content op de website weet &C de klant aan zich te binden. Vanaf 12 april is het merk ook zichtbaar in de winkelstraat in Amsterdam met een eigen conceptstore. Hier worden sweaters en T-shirts verkocht en ook beautyproducten en chocolade liggen er in de schappen. Ook kunnen klanten er terecht voor een kopje koffie. "Eigenlijk alles wat lekker en leuk is verkopen we", vertelt De Leeuw. De fysieke winkel geeft &C een mogelijkheid om in direct contact te staan met zijn publiek.

Het maken van bijzondere en opvallende content is een van de oorzaken van die grote community. Mensen vinden dat interessant. "Wij hebben als enorme magneet Chantal. Dat wil niet zeggen dat zij in alle content zit, maar zij is wel het gezicht van het merk." Daarnaast creëert het merk zichtbaarheid door het &C-magazine dat elke maand in de winkels ligt en op de website gebeurt veel. Die content is gratis toegankelijk voor bezoekers. "We proberen bovendien degenen die met ons in contact komen steeds beter in kaart te brengen en vast te houden."

**Branded content**

Opvallend is ook de manier waarop &C werkt met branded content. Het laat adverteerders en merken onderdeel zijn van &C en zorgt er daarbij voor dat hun content niet te veel lijkt op een advertentie. “Daarbij kijken we steeds naar hoe we vanuit de waarde van het merk content kunnen maken met een adverteerder die naadloos aansluit bij ons. Dan is het namelijk niet erg om naam en toenaam te noemen van het merk dat medeafzender is van die content.”

Om die branded content goed vorm te kunnen geven maar ook het merk goed te kunnen positioneren, is vanaf begin af aan een brandstudio onderdeel geweest van &C. “Een brandstudio heb je nodig om content te kunnen maken samen met de adverteerders, maar ook om strategisch mee te kunnen denken en concepten te ontwikkelen.” Alles wat er binnen &C wordt ondernomen gaat via de brandstudio, om zo een eenduidig merk in de markt te zetten.

&C lijkt op het eerste gezicht – afgezien van de fysieke winkel – geen retailer. Toch hanteert het naar eigen zeggen dezelfde mechanismen als een retailer doet. “Wij zijn een retailer, want wij verkopen content, dat is ons coreproduct. Met een maandelijks magazine en online, dat we eigenlijk gratis weggeven, en eigen producten. Dat zien wij ook als een vorm van content, maar dan doorvertaald in een fysieke uiting die je kunt dragen.”

Wat zouden retailers van &C kunnen leren? “&C is ontstaan vanuit een merk met als hoofdproduct content. Omdat we niet geboren zijn vanuit een kanaal, een printmagazine of tv-format hebben we alles vanuit een holistische manier kunnen ontwikkelen. Dat is ons grote voordeel, we zijn onafhankelijk”, vertelt De Leeuw. Om dat merk in alle facetten duidelijk naar voren te laten komen, heeft &C de ‘look and feel’ doorgetrokken in al zijn producten. Iets waar de brandstudio medeverantwoordelijk voor is. Daarin wordt gedacht vanuit het merk, en niet vanuit een los onderdeel van hen als het tijdschrift of de winkel.

### **Catch the Shopper op 25 april**

Bram de Leeuw is creative strategy director bij &C en tevens een van de sprekers op het Catch the Shopper-evenement 25 april in Maarssen. Daar gaat hij dieper in op hoe &C uitgegroeid is tot een 360-graden mediamerk en wat de rol van branded contentcampagnes daarbinnen is. Andere sprekers op het event zijn onder meer merken als Bever, Allerhande, Only for Men en Rumag. Ga voor meer informatie en om je aan te melden naar de website [catchtheshopper.nl](http://catchtheshopper.nl).

Esther Schaap