

Een perfect passend shirt op basis van een algoritme

09-08-2019 14:02



Een perfect op maat gemaakt mannenshirt op basis van vier componenten: gewicht, lengte, leeftijd en schoenmaat. Dat is het concept van Son of a Tailor. De Deense mede-oprichter Jess Fleischer vertelt volgende maand over dit groeiende merk op het Retail & Brands Festival. RetailTrends ging alvast met hem in gesprek.

Het idee voor Son of a Tailor ontstaat in 2014 vanuit de persoonlijke winkelervaring van Fleischer, die overigens niet echt de zoon van een kleermaker is. Voor zijn werk als consultant droeg hij regelmatig op maat gemaakte kleding. Het viel hem op dat de T-shirts die hij hieronder droeg eigenlijk nooit een goede pasvorm hadden. "Ik zag veel branches die al gebruikmaakten van customization, maar in de modewereld drong dit begrip nog niet echt door. Vanuit zowel zakelijk als duurzaam oogpunt zag ik kansen op dit gebied."

Fleischer ging op zoek naar een perfect werkend algoritme, waarmee een juiste fitting wordt gecreëerd. Na heel veel tests met allerlei soorten data bleek dat de combinatie van de factoren gewicht, lengte, leeftijd en schoenmaat het meest betrouwbaar is. Het enige dat de klant hoeft te doen is deze gegevens invullen op de website van het merk. Vervolgens gaat in een van de ateliers van het merk, gevestigd in Europa, een 'kleermaker' aan de slag met de bestelling, en voilà: een volledig op maat gemaakt shirt is gecreëerd. Dat het bedachte algoritme zijn werk goed doet, blijkt uit het lage retourpercentage. Volgens Fleischer wordt slechts zeven procent van de bestelde items teruggestuurd.

De prijs van een Son of a Tailors T-shirt ligt iets onder de vijftig euro. Mannelijke klanten hebben keuze uit twee soorten stof: katoen of wol. Beiden zijn van de beste kwaliteit die er bestaat, stelt Fleischer. Het merino-wol komt van boeren uit Australië, het supima-katoen uit Californië. “We willen op alle vlakken een perfect T-shirt verkopen. Daarbij is niet alleen de pasvorm belangrijk, maar ook de stof. We hebben gezocht naar het beste materiaal dat er op dit moment bestaat.”



Het begon allemaal met een simpel wit T-shirt. Inmiddels zijn er meerdere kleuren en bijvoorbeeld ook polo's in de collectie te vinden. Zijn er meer plannen voor het uitbreiden van de collectie?

“Het katoenen T-shirt waarmee we begonnen, moesten we nog finetunen. Dat shirt was nog niet van zulke goede kwaliteit als de kledingstukken nu zijn. Na drie jaar experimenteren, hadden we ons doel bereikt en zijn we voorzichtig begonnen met het uitbreiden van onze collectie. Nu vernieuwen we *all the time*. Onlangs zijn de polo's toegevoegd en binnenkort komen daar ook sweaters bij. In de toekomst willen we daar ook nog andere productcategorieën aan toevoegen.”

Son of a Tailor richt zich op mannenkleding. Worden er in de toekomst ook items voor vrouwen toegevoegd?

“Absoluut. We zijn momenteel bezig met het ontwikkelen van een T-shirt voor vrouwen, aangezien T-shirts onze corebusiness zijn. We wachten op het juiste moment om deze uitbreiding door te voeren. Ik kan niet beloven wanneer dat precies gaat gebeuren, maar ik verwacht ergens volgend jaar.”

De kleding wordt nu nog alleen online verkocht. Zijn er plannen voor het openen van fysieke winkels?

“Die plannen zijn er zeker. We hebben de afgelopen tijd al getest met verschillende pop-upstores. Dat ging oké, maar we hebben nog niet het idee dat we precies een winkel kunnen neerzetten zoals we willen. De uitbreiding van onze productlijn gaat ons in elk geval een stapje dichterbij brengen. Ik geloof dat we met Son of a Tailor de offline retailwereld kunnen veranderen. We verkopen een heel ander soort product en kunnen daar in de fysieke wereld de bijbehorende experience aan geven. In de winkels willen we straks laten zien hoe het is om een op maat gemaakt product te dragen, van betere kwaliteit en geven klanten inzicht in ons productieproces. In onze showroom in Kopenhagen doen we dit al gedeeltelijk en komen klanten langs voor advies. Maar in onze eigen winkels willen we dat straks nog meer doen.”

Waar en wanneer denk je dat we de Son of a Tailor-winkels kunnen bezoeken?

“Ik denk dat de eerste winkels zo rond het voorjaar van 2020 opengaan. Kopenhagen gaat waarschijnlijk de eerste stad zijn, omdat dat qua uitvoering het makkelijkst is. Maar ook steden als Londen en Amsterdam behoren tot de mogelijkheden, aangezien we daar veel klanten hebben.”

Kan je iets vertellen over de customerbase van Son of a Tailor?

“Hoewel we een Deens bedrijf zijn en ons hoofdkantoor daar is gevestigd, verkopen we in bijna alle landen, op een paar plekken in Afrika en Zuid-Amerika na. Duitsland, het Verenigd Koninkrijk en de Verenigde Staten behoren tot onze top drie markten. Son of a Tailor is groeiend. Vorig jaar hebben we meer dan honderdduizend items gemaakt en dat aantal stijgt.”

Jess Fleischer vertelt op het Retail & Brands Festival op 12 september in Amersfoort meer over het concept van Son of a Tailor. Andere sprekers zijn onder meer HEMA, Apple, Ecoalf en Google. Wil jij dit niet missen? Klik dan snel [hier](#)!

RETAIL & BRANDS FESTIVAL

12 SEPTEMBER 2019
DE RIJTUIGENLOODS AMERSFOORT

EEN EVENT VAN

RETAILTRENDS

CURIOUS YOU

