

Schaap en Citroen voelt druk: 'Merken eisen perfectie'

04-12-2019 09:26



Schaap en Citroen moet steeds harder werken om zich te bewijzen voor de merken in zijn assortiment. “Wie niet kan voldoen aan de gestelde eisen als dealer zal niet lang meer deel uitmaken van het netwerk”, aldus ceo Mark van Nieuwkerk in [het decembernummer van RetailTrends](#).

De branche is volgens de ceo van de juweliersketen sterk veranderd in de afgelopen tien jaar. Merken zijn zich volgens hem meer dan ooit bewust van het feit dat alleen het produceren van een topproduct niet automatisch leidt tot succes. “De beleving moet honderd procent zijn, foutloos.” Dat betekent volgens hem een aanbod dat in balans is en dat overal ‘de puntjes op de i staan’.

In de praktijk betekenen de hogere eisen dat Schaap en Citroen continu moet monitoren. Zo bezoeken mysteryshoppers vaak de winkels en brengen ze verslag uit van hun bevindingen. “We worden scherper gehouden dan ooit tevoren.”

Een andere belangrijke ontwikkeling in de markt die Van Nieuwkerk waarneemt is het groeiende belang van tweedehands horloges. Hij vergelijkt Schaap en Citroen daarbij met de autobranche. “Nieuw en gebruikt gaan hand in hand met elkaar, het een kan niet zonder het ander.”

In de luxespecial van RetailTrends gaat Van Nieuwkerk uitgebreid in op de bijzondere positie van Schaap en Citroen in de markt. De branche is zeer kapitaalintensief en daardoor weinig toegankelijk voor nieuwe toetreders. "We hebben eigenlijk geen concurrenten." Het decembernummer verschijnt vrijdag 6 december. Nog geen member, [klik dan hier voor meer informatie](#).