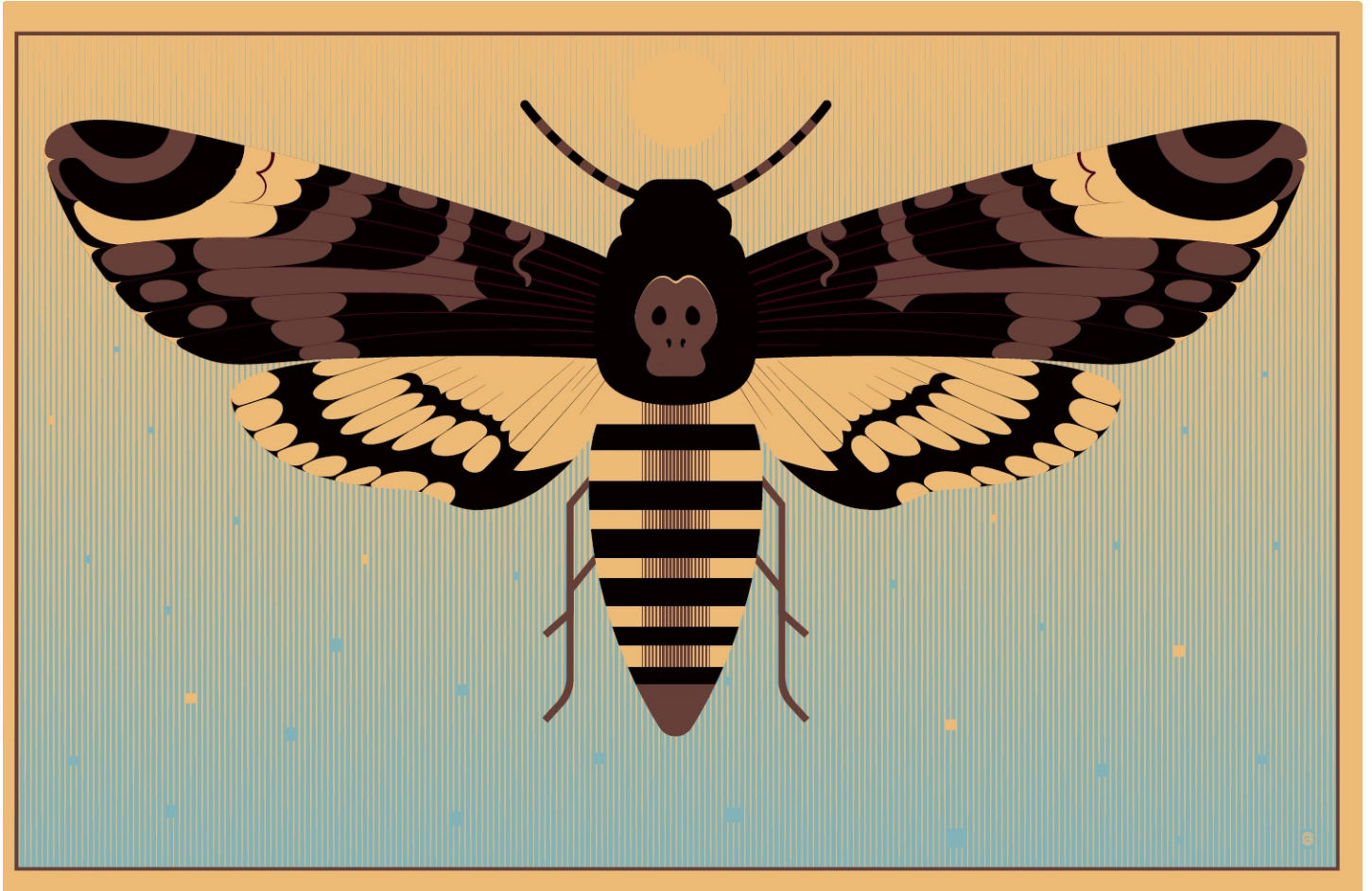


Wat als de killer in je eigen kern zit

08-04-2021 07:10



H & M staat voor de grootste uitdaging in zijn bestaan: de fastfashiongigant wil een duurzame onderneming worden. Hoe kan een retailmerk zijn strategie en businessmodel wijzigen terwijl het grootste probleem in zijn eigen kern zit? Een duik in het herdefiniëren van je missie en purpose – en wat dat betekent voor je geloofwaardigheid.

Reinilde van Ekris