

RetailTrends april: Wehkamp, Retail Merkenonderzoek en de retaillessen van Misja Vroom

08-04-2021 08:05



Wehkamp heeft volgens ceo Graham Harris alles in zich om te floreren. De afgelopen jaren waren echter zwaar, met rode cijfers onderaan de streep. “Wehkamp was een aantal basale retailskills kwijtgeraakt”, zegt de Britse retailveteraan. Onder zijn bewind vindt de onlineretailer de weg terug naar boven.

De SRV-wagen, maar dan anders – dat is de **Winkel op Wielen**. Oprichters Lotte van der Duin en Meike Heynens brengen de stad naar de klant toe nu die door de lockdown minder in de binnenstad komt.

Voor het eerst in vijf jaar tijd is de top drie van sterkste merken van ons land veranderd. Bol.com staat nog onbetwist op pole position. Albert Heijn – vier jaar lang de nummer twee – is nu juist de grootste daler in merkwaarde. Kruidvat en HEMA claimen in deze editie van het **Retail Merkenonderzoek** plaats twee en drie, blijkt uit het onderzoek van Hendrik Beerda Brand Consultancy. De vraag is hoelang de Nederlandse partijen aan kop blijven. Amazon en AliExpress rukken op.

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 ziel zit? Een duik in het **herdefiniëren** van je missie en purpose.

Thomas Plantenga – geboren en getogen in Nederland – staat aan het roer van **Vinted**, de Europese marktleider in tweedehands kleding. Onder zijn leiding groeide Vinted uit tot een unicorn, met miljoenen gebruikers uit dertien landen die hun garderobe verhandelen via het platform. De groei van 'vintage', 'pre-owned' of hoe je gedragen kleding ook maar noemt is er volgens Plantenga nog lang niet uit. "Iedereen realiseert zich: dit gaat de norm worden."

Je houdt van ze of je haat ze. Welke optie het ook is: om het succes van de **Kardashians** kunnen we niet heen. De extravagante Amerikaanse familie zet likes, views en bekendheid om in keiharde dollars en stampte in korte tijd een gigantisch zakenimperium uit de grond. Dit is hoe zij hun merk bouwen en wat retailers ervan kunnen leren.

Ze hebben miljoenen volgers, een betrokken online community en zijn altijd top-of-mind, ook al gaan ze nog niet eens zo gek lang mee. Sommige merken hebben het allemaal. En het mooiste: de ingrediënten voor hun succes liggen gewoon op straat. Wat kunnen retailers leren van deze **digitale succesnummers**?

Een trouwjurk voor nog geen dertig piek, een geurtje voor 4,99 euro. **Zeeman** krijgt al jaar en dag de handen op elkaar met zijn marketingstrategie. Het brein hierachter is Caroline van Turenhout, directeur marketing en e-commerce. Hoe nuchterheid en lef een stoffige discounter nieuw leven inblazen.

HEMA verkoopt genderneutrale kleding, Zalando pakt discriminatie op de werkvloer aan en McDonald's streeft naar vijftig procent vrouwen in de top in 2030. Steeds meer retailers zetten diversiteit en **inclusiviteit** hoog op de agenda, maar met welk doel? "Je moet het doen omdat het bij je purpose past, maar uiteindelijk is het ook een verdienmodel."

Het is haast niet meer voor te stellen, maar ooit had **Fila** alles in zich om serieus te wedijveren met Nike en Adidas. Het liep anders. Na een aantal donkere jaren in de marge beleeft het Italiaanse sportmerk nu een tweede bloeiperiode.

'Dat wordt niks meer met die jongen', dacht moeder Vroom weleens. Het keerpunt voor de eigengereide **Misja Vroom** (52) kwam toen hij een vestiging van **Domino's Pizza** onder zijn hoede kreeg. "Ik had het geluk dat mijn leidinggevende mijn opstandigheid voor lief nam." Twee uur waarin de Nederlandse ceo van Domino's Pizza openhartig vertelt hoe hij is gekomen waar hij nu staat.

De nieuwste editie van RetailTrends is verschijnt op vrijdag 9 april februari en is nu al [digitaal te lezen](#). Ben jij ook member van RetailTrends? Je ontvangt dan iedere maand het printmagazine van RetailTrends, plus:

- Toegang tot de digitale editie van het magazine
- Korting op een aantal RetailTrends-events
- Onbeperkt toegang tot RetailTrends.nl
- Iedere dag het laatste nieuws in je mailbox
- Toegang tot het volledige archief
- De mogelijkheid je persoonlijke nieuwspagina samen te stellen

Nog geen member? [Klik hier voor meer informatie.](#)