

Jane Lushka kiest voor verdieping

'Diversiteit maakt de collectie sterker'



Het gaat goed met Jane Lushka in Nederland, heel goed zelfs. Na een periode van flinke groei op de Nederlandse markt zet het merk daarom voor de komende periode vooral in op een intensivering van de samenwerking met de huidige klanten. "We hebben nu een kleine 300 verkooppunten waar we heel prettig mee samenwerken. Dat klantenpotentieel willen we nu verder gaan verdiepen," vertelt agent Kim Dooruiter, die het merk samen met Véronique Wijnands van WF Agenturen op de Nederlandse markt vertegenwoordigt.

Een belangrijk onderdeel van die verdieping zijn nieuwe levermomenten. "Je koopt de collecties per thema in en die thema's worden vervolgens verspreid over drie maanden uitgeleverd, zodat je je klant in de winkel telkens iets nieuws kan aanbieden." Daarnaast heeft het merk ook een B2B platform geïntroduceerd. "Te vaak kwam het voor dat klanten in het seizoen te weinig hadden ingekocht van bijvoorbeeld net dat éne jurkje dat iedereen wilde hebben of dat ze klanten teleur moesten stellen omdat veel maten snel waren uitverkocht. Nu is bijbestellen over de brede linie mogelijk geworden. Ook werkt Jane Lushka aan een nieuwe capsule waarmee ze tijdens het verkoopseizoen met 'collectables' goed op de laatste ontwikkelingen en trends in kan spelen."

De reden voor de populariteit van Jane Lushka zit er volgens Dooruiter vooral in dat het merk écht kijkt

en luistert naar de consument en weet wat haar aanspreekt. "Dat maken wij als agenten natuurlijk van heel dichtbij mee. We hebben maandelijks meetings met Jane en Lushka en zij willen dan ook echt van ons weten wat volgens ons goed is en wat minder, wat we in de markt horen. Als er iets moet veranderen, geven wij dat aan en daar wordt dan ook meteen op gereageerd. De samenwerking is ook op dit niveau heel intensief en dat maakt het volgens mij tot zo'n ontzettend sterk merk." In de nieuwe collectie is er veel vernieuwing te vinden. "Wat ik vooral heel mooi vind om te zien, is dat collectie inmiddels echt een duidelijke eigen signatuur heeft ontwikkeld. De in Nederland populaire sportieve invloeden blijven natuurlijk een rol spelen, maar omdat Jane Lushka een meer internationale focus heeft, is er een heel eigen mengvorm ontstaan met meer geshapete, vrouwelijke vormen. Daardoor is er ook meer ruimte voor bijvoorbeeld nieuwe kwaliteiten. Vorig jaar zijn we natuurlijk met linnen-elastan begonnen en hoewel dat in eerste instantie nogal wat stof deed opwaaien, heeft dat uiteindelijk heel goed uitgekapt, dus daar gaan we zeker mee door. Verder ben ik erg enthousiast over de nieuwe kwaliteiten zoals Cupro en verschillende Cotton blends en hebben we afgelopen winter al hele mooie knits gehad. Die diversiteit maakt de collectie sterker. Jane Lushka begint op een hele mooie manier volwassen te worden."

Modefabriek
9-10 juli 2017
AMSTERDAM
Stand C212

www.janelushka.nl

