



BRANTANO OPENT OP DE MEIR EN LANCEERT MEDIA-OFFENSIEF

Mechelen, 27 februari 2019, 15u - Brantano investeerde vorig jaar fors in nieuwe winkelformules en een nieuw webplatform. Met meer dan 100 fysieke winkels en een uitgebreid merkenaanbod wil het de referentiespeler worden voor mode en schoenen voor een breed publiek, online and offline.

Brantano drukt het gaspedaal in: op 1 maart start een grote consumentencampagne “Droom. Durf. Verander.” en deze zomer opent een **Brantano** op de Antwerpse Meir. De investeringen in een webplatform met artificiële intelligentie lonen.

Hogere online conversie

Met het pand waar tot voor kort **Princess** was gevestigd, heeft Brantano voor z'n eerste centrumwinkel een absolute toplocatie beet. Het is een pand met karakter dat momenteel wordt verbouwd met respect voor de historiek. De opening is voorzien voor komende zomer. Steeds meer mensen wonen en winkelen bewust in de stad, en daarom opteerde Brantano ook voor een locatie in de stad. Dit is een belangrijke eerste stap, en Brantano heeft ook andere steden in het vizier.

In elk geval zijn de tests die in het vierde kwartaal 2018 van start gingen met de twee nieuwe winkelformules erg positief verlopen. In 2019 staan er alvast nog eens een drietal vestigingen van boutique by brantano en een drietal van Brantano Market op de planning.

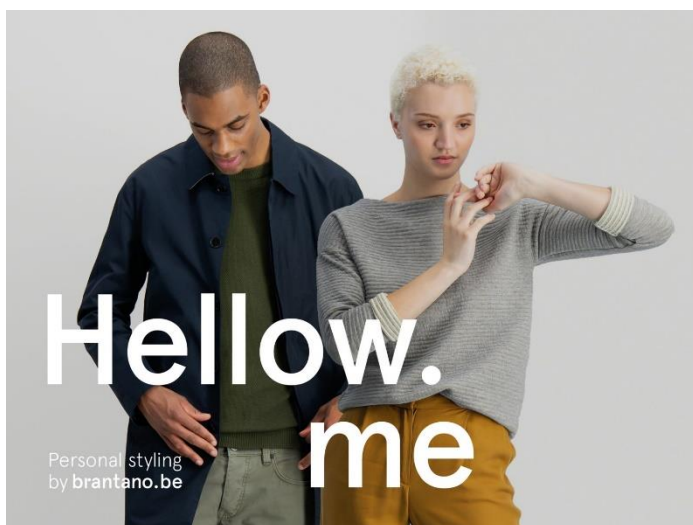
Ook online schakelt het bedrijf een versnelling hoger. Het nieuwe webplatform met artificiële intelligentie brengt onlineklanten 25% sneller naar de check-out dan voordien: Shoppers ronden hun aankoop nu af in gemiddeld 9 clicks in plaats van 12. Alles schakelt vlotter en dat leidt tot een hogere conversie. In de soldenmaand januari haalde brantano.be online een omzet die driemaal hoger lag dan in 2018.

Persoonlijk stijladvies

De brantano.be webshop biedt voortaan ook gepersonaliseerd stijladvies onder de naam Hellow.me. Het is een vertaling van het *curated shopping* concept van **Suitcase**, de online retailer die door FNG in 2017 werd overgenomen.



FNG



Vrouwen en mannen die van de dienst gebruik willen maken, registreren zich, selecteren producten die ze leuk vinden en krijgen stijladvies op maat van hun profiel, ondersteund door artificiële intelligentie. Deze geadviseerde stukken kunnen ze dan bestellen of komen passen in een fysieke winkel. Uit tests blijkt dat twee derden van de klanten ervoor kiest om naar de winkel te komen. Dat past mooi binnen het ‘optichannel’ principe dat online shoppen combineert met offline service. Klanten die naar een boutique by brantano komen, kunnen daar bovendien beroep doen op een persoonlijke Style Advisor.

Om al die nieuwigheden bekend te maken bij het grote publiek, lanceert de moderetailer een stevig media-offensief. “We zijn klaar met de uitrol van de plannen die we vorig jaar hebben aangekondigd. Nu willen we een bredere consumentengroep laten ontdekken wat er bij Brantano allemaal veranderd is. Daarom starten we op 1 maart met een grote mediacampagne met de slagzin ‘Droom. Durf. Verander’ om brantano.be nog beter in de kijker te plaatsen.” De campagne loopt op TV, radio, online, op social media en outdoor met een lokale actie op de Meir te Antwerpen.



Link naar de TV commercial: <https://www.brantano.be/nl/blog/droom-durf-verander.html>

FNG

Voor meer info:

Dieter Penninckx
CEO

FNG NV
Bautersemstraat 68A
2800 Mechelen
België

KBO: 0697.824.730

Tel: +32 15 293 444
dieter.penninckx@fng.eu

