

Handelaar in de kijker

Scalini
mode

Noem één van de bekendste zaken in Hulshout en u zal al heel snel bij Scalini Mode uitkomen.

DAMESBOETIEK.

“34 jaar geleden is het allemaal begonnen. Ik werkte in die tijd bij mijn ouders in de horeca toen er in Hulshout een boetiekje over te nemen stond. Ik besliste het risico te nemen; al was het niet helemaal een sprong in het onbekende. Op mijn vrije dag ging ik al helpen in de boetiek van een vriendin. In de beginperiode van Scalini Mode kreeg ik al snel de commentaar dat mensen niet zaten te wachten op de dure merken die wij verkochten. Het feit dat ik niet van Hulshout ben, was zeker geen hulp. Maar het eerste weekend was ik meteen uitverkocht. Na een tijdje realiseerde ik me dat niet iedereen die dure merken kon of wou kopen, waardoor we ook goedkopere merken hebben toegevoegd.”

“Damesboetieks, zoals Scalini Mode, vind je niet veel meer. Jongeren kopen meer online, maar ik zie wel dat mijn klanten Scalini Mode trouw blijven. 60% van mijn klanten kwam hier 34 jaar geleden ook. Ik heb mijn vaste merken die je elk seizoen terugvindt, maar voor de zomer bijvoorbeeld komen er toch weer vier nieuwe merken bij; vooral gericht op de jongere generatie. Wat ik ook altijd doe, is andere combinaties maken dan de merken zelf. Anders zie je overal hetzelfde hangen. Bovendien zet het ook de veelzijdigheid van een kledingstuk in de kijker.”

TRENDY KLEREN.

“De grootste misvatting over Scalini Mode is dat wij een moederswinkel zijn en dat we enkel dure kleding verkopen. Ook jongere mensen – tussen de 25 en 35 jaar – vinden hier mooie en betaalbare kledingstukken. De collecties die wij hebben, kunnen gedra-

gen worden door verschillende generaties maar op een andere manier. Wij dragen onder een bepaalde outfit een elegant schoentje terwijl de jeugd voor een stoerdere look kiest. Voor jonge mensen zou een webshop misschien makkelijk zijn, maar dat krijgen wij simpelweg niet bolgewerkt. Wel zetten we in op sociale media. Wat veel mensen niet weten, is dat je ook hier heel veel tijd moet insteken. We hebben verschillende pagina's om ervoor te zorgen dat onze foto's toch altijd ergens in de newsfeed opduiken. Maar het werkt wel. Als er iets op facebook of instagram wordt geplaatst, is er veel meer vraag naar dat kledingstuk en is de kans groot dat we het uiverkopen” “Drempelvrees om hier binnen te stappen, is zeker niet nodig. Doordat wij een boetiekje zijn, denken mensen al snel dat wij direct vragen of we ze kunnen helpen. Dat is niet zo. Wij vallen niemand lastig; als je zelf iets vraagt, dan helpen wij. Vraag je niets, dan doe je je goesting. Ik zeg vaak dat mensen vrijblijvend mogen binnen en buiten lopen, maar ik snap dat dat niet voldoende is. Mensen moeten gewoon een keertje langskomen en dan is het ijs gebroken. Wij staan hen hier zeker niet op te wachten; wij zijn constant met andere



zaken bezig.”

HEEL VEEL KEUZE.

“Dit is één van mijn minpunten, maar tegelijkertijd ook de sterkte van Scalini Mode. Ik koop te veel aan. Het is niet meer zoals vroeger dat er één keer per seizoen een collectie binnenkomt en dat je die dan maanden in je winkel hebt hangen. Nu komt er elke week iets nieuws binnen. Elke maandag ga ik ook collecties kiezen. Je moet je voorstellen dat je een klein winkeltje binnenkomt waar een kledingstuk hangt in een bepaalde kleur, en dan zie je op een klein stuk stofje de andere mogelijke kleuren. Bovendien bestel je alles een jaar op voorhand. Zo gebeurt het wel eens dat de collectie 8 maanden later binnenkomt, we deze uitpakken en ook direct beseffen dat er een miskoop tussen zit. Dat is gewoon zo. Ik vind het ook belangrijk om verschillende stuks per maat te hebben. Hoeveel we er aankopen, is altijd gokken. Ik vind het dan ook oprecht spijtig als ik mensen niet kan verder helpen omdat ik een bepaald kledingstuk niet meer in hun maat heb. Ik zal altijd proberen om die maat nog bij te bestellen, maar vaak is het niet meer mogelijk. Wij moeten als boetiek het risico nemen om een grote stock in te slaan, maar de merken zelf doen dit niet. Ik kan ook niets verkopen dat te groot of te klein is. Ik heb liever dat mensen met niets naar buiten gaan en terugkomen dan dat ze iets meenemen om het daarna nooit te dragen. Het is die persoonlijke touch die ons typeert, zonder opdringerig te zijn. Mensen helpen als ze dat wensen, tips bij het combineren, enthousiasme over de collecties, ... dat is Scalini Mode.”

Scalini Mode
Prof. Dr. Vital Celenplein 8
2235 Hulshout
015 22 52 68
scalinimode@hotmail.com
<https://www.scalini-mode.be/>



Zet u ook graag uw handelszaak of onderneming in de kijker? Neem dan contact op met lokale.economie@hulshout.be