

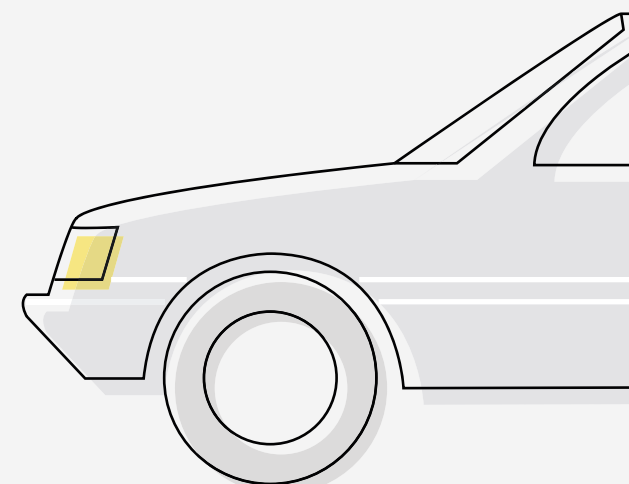
BELGIË



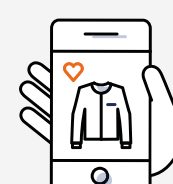
Ik voel me **2,4 JAAR** jonger dan ik ben. Amai!

Lievelingsstuk: **gestreepte pullover**

#1 stijl
NATUREL & URBAN



Ik shop vaker vanaf mijn **desktop**



Ik shop vaker vanaf m'n **telefoon**

Yes please: coltrui en een blazer.

#1 stijl
SPORTIEF ELEGANT

1,84 m



Doe mij maar **preppy!**

Wie is de Zalonsklant?

Feit #1:
Een Vlaming is geen Nederlander

LANGSTE TENEN:
Ø maat: **43,4**

#1 stijl
BUSINESS CASUAL

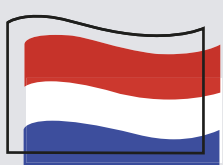
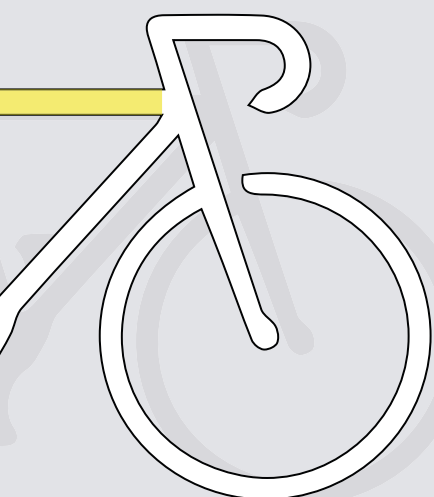


Ø schoenmaat **38,8**

Ik voel me **3,6 jaar** jonger dan ik ben. Optimist tot in de kist!

Liever plat:
Ik ben met **1,70 m** al lang genoeg...

#1 stijl
NATUREL & SPEELS



NEDERLAND

ZALON
BY ZALANDO

Persbericht

Een Vlaming is geen Nederlander. Zalon stopt *personal* in personal styling

Personal styling, dat is niet alleen een kwestie van maten en gewichten. De culturele verschillen, ook daar worden onze stylisten iedere dag mee geconfronteerd. Dat vereist een op maat gemaakte aanpak. Zalons expertise, uiteraard.

De inzichten die we over onze Vlaamse en Nederlandse klanten hebben verzameld, hebben we geanalyseerd en gedistilleerd. Wie shopt wat? En wat met regiogebonden 'modewoorden' als 'kisten' en 'marcellekes'? Hier gaan we!

1. Kortst van stof: de Vlamingen

Als in: Nederlanders zijn de grootste. De Vlaamse Zalon-man (180,3) is gemiddeld 3,2 centimeter kleiner dan z'n noorderbuur en de Vlaamse Zalon-vrouw (167,6) moet de Nederlandse Zalon-vrouw een naaldhakje zetten om die 2,8 centimeter te overbruggen.

2. Langste tenen: de Nederlanders

Vlamingen zijn schuchter, Nederlanders temperamentvol. Dat zie je aan hun schoenmaat. De tenen van de gemiddelde Nederlandse Zalon-man (43,4) én vrouw (39) zijn maar liefst 0,2 centimeter langer ten opzichte van de Vlaamse.

3. Laten zich stylen 'on the go': de vrouwen

Zowel Vlaamse als Nederlandse Zalon-mannen zijn honkvast en laten zich vooral stylen vanachter hun computer. De Vlaamse en Nederlandse Zalon-vrouwen benutten volop hun talent voor multitasken en laten zich stylen 'on the go' via de Zalon-app.

4. Serieuzeneuzen: de Vlamingen

Vlaamse Zalon-vrouwen gaan meer op zoek naar 'business casual' looks terwijl de Nederlandse kiezen voor 'sporty-elegant'. Zalon-mannen houden unaniem van 'naturel, sportief-elegant en atletisch'. En dan hebben we het niet over hun 'ideale partner'.

5. Jongst van geest: de Nederlanders

De Vlaamse Zalon-man voelt zich 2,4 jaar jonger terwijl de Nederlandse Zalon-man én Vlaamse Zalon-vrouw zich gemiddeld 3,1 jaar jonger voelen. Niemand kan tippen aan het optimisme van de Nederlandse vrouw. Die voelt zich maar liefst 3,6 jaar jonger.

LOST IN TRANSLATION > In Vlaanderen vraagt men naar een 'gecentreerd hemd', in Nederland heet dat een 'getailleerde blouse'. In Vlaanderen zeggen ze 'bottines' terwijl dat in Nederland 'kisten' heet. En als je als Vlaming bij een Hollandse Zalon-stylist een 'marcelleke' (NDL vertaling: hemd) bestelt, kan je er zeker van zijn dat die 'stijlvol' achterover valt.

BOX FACTS > Nederlandse mannen zijn gek op **polo's**. Vlaamse mannen op **streepjes**. Beiden houden ze van **sweaters**. Bij de Nederlanders is die meer 'preppy', bij de Vlamingen eerder casual/urban. Vlaamse vrouwen zijn gek op **coltruien**. Nederlandse vrouwen verkiezen een losse **blouse**. Beiden houden van **sneakers**. Vlaamse vrouwen zweren bij vintage sneakers, Nederlandse vrouwen bij sportieve sneakers.

WAT BESLUIT DE STYLIST? **Vlamingen** besteden bewust, voelen zich gezond 'jeugdig' en houden van casual smart met een trendy twist. Ze zijn iets grotere sneakerfans, meer ijdel en fashion forward. **Nederlanders** zijn optimistisch en op zoek naar kleding die comfy zit. 80% van de Nederlandse vrouwen draagt 3x per week een jeans.

Over Zalon

Zalon is de styling service van Zalando en dus dé place to be voor individuen die van kop tot teen gestyled willen worden zonder er hoofd of spaarvarken over te breken. In 2015 ontstaan in Duitsland, zette Zalon in 2016 voet aan Nederlandse grond en vanaf 2017 ook in Vlaanderen. Aan de hand van een vragenlijst op www.zalon.be geef je aan hoe je eruit ziet, wat voor stijl je hebt en van welke merken je houdt. De stylist stelt op basis van die criteria gratis een outfitbox voor je samen met één of twee outfits. Dat is geen computerprogramma, maar een mens van vlees en bloed met vakervaring én een luisterend oor. Heb je weldra een sollicitatiegesprek? Ben je recent mama geworden en wil je je een nieuwe stijl aanmeten? Of ben je gewoon op zoek naar inspiratie of een leuke verrassing voor jezelf of een geliefde? De stylist catert naar jouw noden. Kleurt of past een item niet? Leg het terug in de doos en stuur het gratis retour. Net zoals bij Zalando, betaal je enkel voor wat je houdt.

Over Zalando

Zalando (<https://corporate.zalando.com>) is Europa's grootste online fashion platform voor vrouwen, mannen en kinderen. Wij bieden onze klanten op één plek een praktische shoppingervaring met een uitgebreid aanbod aan mode-artikelen, variërend van schoenen, kleding en accessoires, met gratis verzending en retour. Ons assortiment van rond 2.000 internationale merken bestaat uit wereldwijde populaire, fast fashion en lokale merken, aangevuld met artikelen van onze private labels. Ons lokale aanbod richt zich op de verschillende voorkeuren van onze klanten in elk van de 15 Europese markten waar we leveren: Oostenrijk, België, Denemarken, Finland, Frankrijk, Duitsland, Italië, Luxemburg, Nederland, Noorwegen, Spanje, Zweden, Zwitserland, Polen en het Verenigd Koninkrijk. Door ons logistieke netwerk met vijf centraal gelegen distributiecentra in Duitsland bedienen we efficiënt onze klanten in Europa, ondersteund door distributiecentra in Noord-Italië, Frankrijk en Zweden waarmee we inspelen op de lokale wensen van de klant. Wij geloven dat wij met onze integratie van mode, bedrijfsprocessen en online technologie een overtuigend aanbod kunnen bieden aan zowel onze klanten als partners. Zalando's shops trekken meer dan 245 miljoen bezoeken per maand aan. In het vierde kwartaal van 2017 kwam 72% procent van mobiele toestellen, wat resulteerde in bijna 23,1 miljoen actieve klanten aan het einde van het kwartaal.