



SCOTCH & SODA

AMSTERDAM COUTURE



Brandonderzoek

Door: Umair Saeed





SCOTCH & SODA

AMSTERDAM COUTURE

Wat is Scotch & Soda?

In dit artikel worden bronnen gebruikt van Katarina Radovic, ze studeert mode en theaterkostuum aan de University of Applied Arts in Belgrado. Als Senior Writer voor Brandingmag is ze actief op het gebied van fashion branding en ontwikkeling. Het modemerkt Scotch & Soda staat synoniem voor eeuwige, klassieke stijl die alle voorbijgaande modetrends zou overleven.

Scotch & Soda maakt graag geweldige kledingstukken die bij elk individu passen. We willen dat mensen van hun kleding houden en ervan genieten om ze te dragen. De producten van Scotch & Soda zijn van hoge kwaliteit, rijk aan details en betaalbaar. RADOVIC, K. (2011, September 14). Scotch & Soda. Brandingmag. <https://www.brandingmag.com/2011/09/14/scotch-and-soda/>

Verleden en collecties

Dit Amsterdamse modebedrijf begon zijn werk in de jaren 80 als herenkledinglabel, maar na 21 jaar koos dit merk in 2001 voor een fris nieuw begin met nieuwe eigenaren. Deze nieuwe start was cruciaal voor de populariteit van het merk vandaag, allemaal dankzij Eric Bijlsma, Joep Krouwels, Patrick Munsters en hun perfecte gevoel voor mode. Ze begonnen met de uitverkoop in 's werelds grootste modecentra, zoals Italië, Frankrijk en Spanje - en zo werd iedereen verliefd op hun kleding.

Scotch & Soda haast zich nooit met nieuwe collecties, aangezien er maar twee collecties per jaar zijn; ze zijn niet van plan die gewoonte te veranderen. Een van de redenen is dat hun kleding nooit uit de mode raakt en dat is zeker waar. Dit modemerkt heeft veel succes met kindlijnen, naast collecties voor mannen en vrouwen, dezelfde als hun geur genaamd Barfly.





SCOTCH & SODA

AMSTERDAM COUTURE

Advertenties en branding

Ze investeren niet veel in advertenties, omdat ze niet in logo's geloven, maar in kwaliteit. Zo werd hun handelsmerk hun kleding en een klassieke maar unieke stijl in plaats van dure marketing- en reclamespots voor beroemdheden. Ondanks hun geloof en de manier van werken, zullen modeliefhebbers hun logo altijd herkennen met een naaimachine en elegante letters van de naam Scotch & Soda.

Mensen die zelfverzekerd zijn, hebben geen logo's nodig om de wereld te laten zien waar ze voor staan. Alles wat branding doet, is de individualiteit van mensen wegnemen. RADOVIC, K. (2011, September 14). Scotch & Soda. Brandingmag. <https://www.brandingmag.com/2011/09/14/scotch-and-soda/>

Als liefhebber van eenvoud gelooft Katarina dit een van de mode labels is waarmee je geen fout kunt maken door hem nu of in de komende tien jaar te dragen. Het belangrijkste is de kwaliteit van de stof en de eenvoudige, maar perfecte vorm van kleding. Het zou altijd stijlvol en draagbaar zijn, omdat het een alledaagse klassieker is die altijd trendy zal zijn. Het is een perfecte balans tussen eenvoud en vintage stijl die je altijd in je garderobe zou moeten hebben, wat de huidige modetrend ook is.

Nieuwe merkidentiteit

Het nieuwe merklogo omarmt het symbool van eenheid in het midden van de naam Scotch & Soda. Het weerspiegelt de vrije geest van Amsterdam, waarbij het legendarische &- teken samenvloeit met de initialen van het merk. Ook is het een knipoog naar het vakmanschap in de collecties met de delicate beweging van een draad die in het oog van een naald wordt gebracht. De identiteit toont het ontwerpethos van Scotch & Soda: het verwachte met het onverwachte combineren. Het viert de kracht van zelfexpressie en vrijdenken van Amsterdam, de stad waar het merk is geboren. Dit wordt vertaald in collecties waarin essentials worden gecombineerd met eclectische statements, met verrassende details en unieke functionaliteit. Zo ontstaat een moderne garderobe voor elke dag voor heren, dames en kids en een premium denimcollectie onder de iconische noemer "Amsterdams Blauw."



SCOTCH & SODA
AMSTERDAM COUTURE



SCOTCH & SODA



SCOTCH & SODA

AMSTERDAM COUTURE

Brand Identity Prism



Physique

Het is een merk dat als chique en klassiek wordt gezien. Het doel van dit modebedrijf is dat mensen hun kleding met liefde en plezier dragen. Ook vinden ze het belangrijk dat de producten van hoge kwaliteit en betaalbaar zijn. De visie is dan ook globaal om te blijven groeien. Binnen deze creativiteit blijft de grootste groeiwaarde voor het merk. Dit straalt men uit in de producten en mede door de liefde voor het vak.

Personality

Scotch & Soda probeert de producten altijd zo uniek en tastbaar mogelijk te maken, niet in de vorm van het product zelf. Maar ook de extra's die Scotch & Soda aan de producten toevoegt. Bij elk product zit een extra feature in de vorm van bijvoorbeeld een ketting. Dit is de overdracht van de Scotch & Soda-levensstijl. Echt en betaalbaar..



SCOTCH & SODA

AMSTERDAM COUTURE

Relationship

Scotch & Soda heeft een eigen manier van communiceren tussen de klant. Er wordt bijvoorbeeld aangenomen dat de reclames een bijzaak zijn. De Scotch-kleding moet voornamelijk zichzelf verkopen. Ze hebben natuurlijk een eigen website en webwinkel. Daarnaast zijn er diverse online verkooppunten en diverse advertenties. Op het gebied van Social media is Scotch & Soda zeer actief met een eigen Facebook, Twitter, YouTube, Pinterest, Google+, LinkedIn en een Instagram account. Hierop worden op een unieke Scotch & Soda manier diverse uitingen gepresenteerd. (Marsbergen, 2015)

Culture

Scotch & Soda viert de vrije geest van Amsterdam. Eindeloos optimistisch, we zijn geïnspireerd door de liberale kijk van onze thuisstad, die opkomen voor individualiteit, authenticiteit en de kracht van zelfexpressie om het unieke te creëren - een houding die weerspiegeld wordt in onze ontwerpen. (www.scotch-soda.com/nl)

Reflection

Scotch & Soda geloof niet in doelgroepen en doet veel moeite om het makkelijk te houden. Less is more. Simplicity. Alle producten zijn van hoge kwaliteit, aantrekkelijk, modern, oprecht en betaalbaar. Er worden geen duizenden euro's gepompt in advertising, want de kleren spreken voor zich.

Self-Image

Scotch & Soda beschrijft de consument als jonge eigenzinnige met een klassieke uitstraling. Hij hecht waarde aan kwaliteit, comfort en unieke details een betaalbare prijs. Hij slaat geïnspireerd door vintage kleding maar wil dit erin vertalen hedendaags. Met het dragen van de Scotch & Soda-producten de consument wil het volgende verkondigen: 'Ik ben klassiek maar altijd vertaald naar een tijdgenoot en eigenzinnige manier.' (As, 2013).



SCOTCH & SODA

AMSTERDAM COUTURE

Bronnen

Artikel RADOVIC, K. (2011, September 14) <https://www.brandingmag.com/2011/09/14/scotch-and-soda/>

Artikel nieuwe merk identiteit: <https://www.prnewswire.com/news-releases/scotch--soda-reveals-new-brand-identity-accelerates-global-expansion-with-new-store-openings-301248106.html>

Buffing, W. J. F. M. (2016, 1 mei). Het DNA van Scotch & Soda , <https://docplayer.nl/58612481-Dit-onderzoek-is-tot-stand-gekomen-insamenwerking-met-scotch-soda-en-het-lectoraat-crossmedia-van-de-hva.html>

Het Brand Identity Prism (merkprisma) model van Kapferer. (2019, 31 juli). <https://www.eurib.net/brand-identity-prism-van-kapferer/>

Kathmann, Y. (2012, 12 september). Merkanalyse Maison Scotch. https://issuu.com/yordii/docs/merkanalyse_scotch__soda

NextChapter Software B.V. (2017, 7 juli). Het merk in beeld: Scotch and Soda. <https://www.nuvelstijnmode.nl/nl/blog/artikel/merk-inbeeld-scotch-and-soda/>

Over ons. (z.d.). <https://www.scotch-soda.com/nl/nl/about-us.html>

Schuurman, S. (2011, 2 maart). Merkanalyse Scotch & Soda. <https://issuu.com/sarahschuurman/docs/scotch-soda>

Scotch & Soda: Alles over het Merk. (2019, 29 maart). <https://overhemden.com/blog/alles-over-merk-scotch-soda/>

van Marsbergen, T. (2015, 9 december). Scotch & Soda Onderzoeksrapport. https://issuu.com/tomvanmarsbergen/docs/scotch_soda_onderzoeksrapport_2.0

v. As, R. (2013, 1 september). DE RETAILPOSITIONERING VAN DE NEDERLANDSE MODEMERKEN SUPERTRASH EN MAISON SCOTCH IN AMSTERDAM EN LONDEN - PDF Free Download. <https://docplayer.nl/26083366-De-retailpositionering-van-de-nederlandse-modemerken-supertrash-en-maison-scotch-in-amsterdam-en-londen.html>