

MIZUNO ICOON IN JAPAN, HARD GROEIEND IN EUROPA



Het Japanse sportmerk Mizuno timmert in Europa volop aan de weg. Ook in Nederland. Het doel? Verder groeien. Vooral ook online, onder andere via het onlangs gelanceerde initiatief Club Mizuno. Maar altijd met de mens en de maatschappij centraal.

Voor het Japanse Mizuno begon het allemaal met honkbal. In 1906 richtten twee broers – de Mizuno-broers – een bedrijf op. Nu, 116 jaar later, is Mizuno niet alleen in Japan een begrip, maar ook ver daarbuiten. “Het is een bedrijf met een enorme geschiedenis”, zegt Roel van den Brand, hoofd e-commerce bij Mizuno in de regio Europa. Er is geen sport waar Mizuno géén artikelen voor verkoopt. “In Europa zijn we online actief in achttien sportcategorieën. Van hardlopen en voetbal tot golf en judo. En ik verwacht dat het er nog veel meer worden.”

Sinds 2019 is Mizuno online in Europa te vinden. De ambitie is groot. Belangrijk onderdeel binnen de onlinestrategie – die mede wordt vormgegeven met het fullservice digital agency Emakina (onderdeel van EPAM) – is Club Mizuno, een loyaliteitsprogramma dat afgelopen jaar werd gelanceerd. “Welke sport iemand ook uitoefent, op welk niveau dan ook, we willen de klant dichtbij houden”, zegt Van den Brand. “Leden krijgen bijvoorbeeld exclusieve aanbiedingen en korting, maar ook advies over trainingen of schoenen. En ze kunnen feedback leveren op onze online performance. Dat vinden we heel belangrijk.”

Een ander speerpunt is duurzaamheid. “Zeker nu is dat natuurlijk heel relevant”, zegt Van den Brand. “Mizuno is al sinds 1991 actief met duurzaamheid bezig, voor het behoud van onze planeet en de generaties die volgen. Al onze hardloopschoenen zijn vegan. Juist duurzame, kwaliteitsvolle producten zijn goed voor het milieu. In onze bedrijfsfilosofie staat ook bijdragen aan de maatschappij centraal. Ons doel is de fysieke en mentale gezondheid van mensen verbeteren. Dat doen we via onze sportproducten en door sport in het algemeen te promoten.”

WWW.EMEA.MIZUNO.COM/NL/NL-NL/HOME/



PAYCONIQ INTERNATIONAL HÉT TECHNOLOGIEPLATFORM VOOR DIGITAAL BETALINGSVERKEER – EN MEER...



De vroege keuze voor een cloud-based oplossing heeft het zich snel ontwikkelende Payconiq geen windeieren gelegd: dankzij de efficiënte schaalbaarheid vormt hun technologie nu het platform van alle toekomstige iDeal-diensten.

Payconiq, met name in België en Luxemburg alomtegenwoordig dankzij hun QR-betaalapp, veranderde in 2021 radicaal van strategie. De b2c-activiteiten in Nederland werden stopgezet om voorrang te geven aan het verwerken van alle betalingen voor iDeal en het ontwikkelen van iDeal 2.0. Deze move ‘from front-end to back-end’ resulteerde in aardig wat spin-off in Europa: ze kregen veel verzoeken om betaalplatforms te helpen hun portfolio te accelereren. Guido Vermeent, CEO van Payconiq International: “Banken hebben er belang bij hun business te laten groeien door middel van schaalbare platforms en innovatie. Omdat we al een aantal jaren b2c-ervaring hebben opgedaan met onze eigen betaaloplossing, zijn wij in een goede positie om partners die in die b2c-markt actief zijn, van het juiste advies en de daarbij behorende technologie te voorzien. En inderdaad, die klanten waren eerder onze concullega’s, maar dat speelt nu geen rol meer.”

Payconiq heeft een cloud-based paymentplatform ontwikkeld, waarmee de klanten in verschillende disciplines kunnen worden ondersteund. Ze helpen met het bouwen van betaal-apps, ontwikkelen value added services, verzorgen processing, zoals voor iDeal, en hebben ook nog steeds de eigen, zeer succesvolle, QR-betaloplossing. Klanten kunnen zelf kiezen van welke diensten ze gebruikmaken. Vermeent: “We zijn flexibel met grote innovatiekracht. Komend jaar verwachten we meer dan een miljard betalingen te gaan verwerken – en dat worden er alleen maar meer. Betalen met je mobiel is inmiddels volstrekt normaal geworden. Met iDeal 2.0 – waar we nog niets over kunnen verklappen – zal dat allemaal nog eenvoudiger worden. Dat zal de e-commerce sector opnieuw een boost geven.”

WWW.PAYCONIQ.COM