

Innovatie op de winkelvloer bij Praxis

21-02-2008 00:00

In de huidige tijdsgeest volgen veranderingen elkaar sneller op. Retailers moeten steeds actiever op zoek gaan naar manieren om prestatieverbeteringen te realiseren. In deze praktijkcase bij Praxis gaan Gerald Gerritsen en Koen Klokgieters van Capgemini in op hoe dit kan worden bereikt met het Consumer Relevancy-model.

Strategische (her)oriëntaties en bijhorende langdurige transformatieprogramma's behoren tot de mogelijkheden. Het kan echter ook anders, en sneller. In dit artikel wordt een innovatieve aanpak voor prestatieverbetering geschetst, met elementen van co-creatie. Het startpunt is de sterk competitieve situatie in de Doe-Het-Zelf-markt, en de positie van Praxis in deze markt.

De case betreft de co-creatie van een pragmatische aanpak door Praxis en Capgemini, gericht op het realiseren van operationele verbeteringen op de winkelvloer bij Praxis.

Meer kunt u lezen in het februarinummer van RetailTrends. Voor een jaar- of proefabonnement klik [hier](#).