

‘Retailers willen slimmer met prijsinstrument omgaan’

11-06-2008 00:00

Uit data is informatie te destilleren, en informatie is vervolgens weer de grondstof voor inzichten. Retailers worden bestookt met data. Verkoopcijfers, assortimentsontwikkelingen, prijsvergelijkingen, klantgegevens en marktontwikkelingen. Voor inzicht in de bedrijfsvoering dienen al die gegevensstromen geanalyseerd te worden. Wordt business insight de nieuwe concurrentiefactor?

“In de winkels moesten ze even wennen aan de nieuwe aanpak. Onze medewerkers vonden de schappen ineens zo leeg.” Jesper Amsinck is verantwoordelijk voor logistiek bij de Deense apotheken en drogisterijen van Matas die afgelopen jaar een begin hebben gemaakt met de invoering van een nieuw supply chain management systeem.

Het gehele artikel is te lezen in het juninummer van RetailTrends

Een jaarabonnement op RetailTrends? Klik [hier](#)

U kunt een gratis proefnummer aanvragen via sales@retailtrends.nl