

‘Weet wat klanten drijft’

16-05-2014 08:03

In de Nieuwe Tijd gaat het erom dat je als merk en retailer weet wat klanten drijft, stelt trendwatcher Christine Boland in het meinummer van RetailTrends. Dat is vele malen interessanter dan te weten wat de volgende trend is, schrijft ze.

Systemen in onder meer retail en de voedselketen lopen vast, signaleert Boland. Dat leidt tot een gebrek aan vertrouwen onder consumenten. Zij zoeken vernieuwende en ongekennde concepten, die passen in De Nieuwe Tijd.

Boland schetst vier consumentendrijfveren die duidelijk maken dat de wereld een kantelpunt nadert. Zo hebben consumenten behoefte aan een nieuw begin, met helderheid, structuur en orde. Stilte is een sleutelwoord. Binnen retail vertaalt dit zich in heldere displays en de focus op één product, zoals foodformules SLA en Bilder & de Clercq doen.

Een tweede drijfveer is ‘togetherness’. Dat betreft het verlangen naar samenzijn met andere mensen en de natuur. In de fashionbranche is dat te zien in het gebruik van dessins uit de natuur en dierenprints.

Retailers die in De Nieuwe Tijd relevant willen blijven, moeten weten wat hun klanten drijft, aldus Boland. In het meinummer van RetailTrends beschrijft ze meer consumentendrijfveren. Zo is er volgens de trendwatcher nog steeds een hang naar het verleden. RetailTrends 5 verschijnt vandaag samen met EtailTrends 3. [Klik hier voor een jaarabonnement.](#)