

RetailTrends 7/8: Gamification, Fame's tweede leven en de Fabulous 40

10-07-2014 00:00

BAS Holding is de aanvoerder van de eerste editie van de **RetailTrends Fabulous 40**. Het moederbedrijf van onder meer Dixons, iCentre en Mycom noteerde tussen 2010 en 2012 met 72 procent de grootste omzetgroei van de Nederlandse retail. Dat blijkt uit het overzicht gepubliceerd in het zomernummer van RetailTrends.

De top drie wordt gecombineerd door Jumbo en Rituals. Niet alle winkelbedrijven in de top veertig realiseerden omzetgroei. Sterker, slechts 27 Nederlandse retailondernemingen realiseerden in die drie jaar omzetgroei, blijkt uit de RetailTrends Fabulous 40, dat is samengesteld door corporate finance adviesbureau Capitalmind.

"Retailers die niet groeien, kunnen toch succesvol zijn", nuanceert managing partner Bart Jonkman van Capitalmind het hoge aantal retailers dat een omzetmin realiseerde. "Bij krimpende omzet is het nog steeds mogelijk om goede winst te maken", aldus Jonkman.

Marktplaats.nl bestaat vijftien jaar. Een nog belangrijker jubileum is de tiende verjaardag van de overname – in 2004 – door eBay. "Maar gelukkig begrijpt eBay dat ze ons met rust moeten laten", zegt Olivier van Duijn tegenover Pascal Kuipers. Van Duijn staat als general manager eBay Benelux aan het roer van het handelsplatform.

De kracht van Marktplaats? Dat zit 'm in zijn eenvoud, stelt Van Duijn. En in zijn bereik. "Als een artikel niet op Marktplaats wordt geadverteerd, bestaat het in feite niet." Uitdaging voor de toekomst is het relevant maken van het aanbod. "Dat is de volgende fase in onze ontwikkeling", ziet Van Duijn. "Veel meer geënt op de individuele zoeker en adverteerder."

Fanatiek fitnesssen met Nike, 'cheerleaden' met Victoria's Secret of tomaten verbouwen met McDonald's om gadgets en privileges te verdienen. Meer en meer partijen flirten met de gamewereld om klanten aan zich te binden. **Gamification** is hip, maar goed scoren in de praktijk blijkt verdraaid lastig. Hoe zetten retailers spelelementen op de juiste wijze in? Niels Achtereekte zocht het uit.

Hoezo, de muziekhandel dood? Arthur ter Braak nam vorig jaar zomer de noodlijdende Amsterdamse **FAME-store** over van Free Record Shop en ziet kansen voor expansie in de vorm van pop-up stores. "Nog altijd wordt 58 procent van de muziek fysiek verkocht", zegt Ter Braak in gesprek met Margot Visser.

"We onderscheiden ons door exclusieve items die je nergens anders vindt", stelt Ter Braak. En daarbij is het zinloos om tweehonderdduizend titels online te zetten, denkt de ondernemer. "Browsen door de bakken met cd's en films, dat is wat FAME in de kern is."

Trouwe klanten zijn niet per se big spenders, en ze dragen niet altijd bij aan de winst. Adviesbureau McKinsey waarschuwt dan ook voor blind vertrouwen in **loyaliteitsprogramma's**. Dergelijke programma's hebben doorgaans geen positieve omzet op groei en winst, zo stelt McKinsey na een recente vergelijking van 55 grote Europese en Amerikaanse ondernemingen. 'Het is daarom beter om service-levels voor lucratieve klanten te verbeteren', concludeert het bureau.

Verder pleit trendanalist Christine Boland in RetailTrends 7/8 voor vervanging van het woord 'trend'. "Het gaat niet zozeer om het signaleren van een trend, maar weten waarom die trend er is en wat die trend betekent voor

je concept", meent Boland.

Deze tijd vraagt om een **relevantiefilter**, het helder krijgen van drijfveren in plaats van alleen trends, en het helder krijgen van je bestaansrecht als retailer en merk, ziet de trendanalist. "Er zijn zoveel toekomst mogelijk, maar welke kies je uit? Voor sommige bedrijven en merken is het best spannend om daar een antwoord op te geven. Het mooie is dat de meeste bedrijven en merken het in zich hebben om te veranderen naar die nieuwe tijd."

Ook in RetailTrends 7/8:

- Cor Molenaar: 'Weg met die laat maar waaien-mentaliteit'
- Wifi als tool op de winkelvloer
- Nieuwe look en feel BelCompany
- Columns van Hans Verstraaten, Peter Berg, Antoine Endtz en Sander van de Gevel
- De vaste rubrieken Retail in Beeld, Update, FaceRetail, RetailReview, Grenzeloos en Service

Het juli/augustusnummer van RetailTrends verschijnt aan het eind van deze week. [Klik hier voor een abonnement.](#)