

‘Retail moet in 2015 alle zeilen bijzetten’

08-01-2015 00:00

De retail staat dit jaar de grootste veranderingen sinds de opmars van e-commerce in 2000 te wachten. Met stijgende bestedingen en steeds hogere eisen van consumenten moeten retailers dit jaar alle zeilen bijzetten, aldus Manhattan Associates, leverancier van supply chain commerce-oplossingen.

Zo steekt generatie Y de kop op. Nu deze consumentengroep zelf steeds meer aankopen doet, komen er ook nieuwe verkoopstrategieën bij. Retailers moeten alle beschikbare tools benutten om direct en succesvol op nieuwe verkoopkanalen in te spelen. In hoeverre retailers kunnen aanhaken op de digitale levensstijl van millennials zal hun succes van de komende jaren bepalen, aldus de organisatie.

Als retailers in 2015 winstgevend willen zijn, moeten ze volgens de organisatie anticiperen op onder meer deze marktontwikkeling en alle kansen benutten die e-commerce biedt. Zo kunnen ze met behulp van big data realtime analyseren wat populair op social media en aan de hand daarvan aanbiedingen doen.

Omdat consumenten daarnaast alle beschikbare verkoopkanalen gebruiken, verwachten ze bij elk kanaal goede ondersteuning en informatie. Personeel in stenen winkels heeft echter vaak geen inzicht in de totale voorraad, klanthistorie en aankoopvoorkeuren. Daarom is het belangrijk om backendsystemen te koppelen via bijvoorbeeld tablets of een computerzuil in de winkel. Daarmee heeft de winkelmedewerker een tool in handen om klanten beter te bedienen en zijn er cross- en upsellmogelijkheden.

“De omstandigheden waar retailers mee te maken krijgen, hebben een grote impact op de sector”, ziet managing director Pieter van den Broecke van Central Europe Manhattan Associates. Met de juiste benadering kunnen retailers dit jaar volgens hem hun marges echter beschermen en verbeteren. “Het focussen op genoemde aandachtsgebieden helpt retailers om de klantrelaties te verstevigen, loyaliteit te borgen en omzet en winstgevendheid te verhogen.”