

Tien ontwikkelingen die het shoppen veranderen

15-01-2015 14:45

Een fysieke winkel zonder verkopers en een supermarkt met een tijdelijk beschikbaar assortiment zijn twee van de tien opvallende ontwikkelingen die RetailTrends op een rijtje zet. Continue ontstaan er nieuwe ontwikkelingen die de wijze veranderen waarop consumenten shoppen. In het januarinummer van RetailTrends is een overzicht van tien bijzondere innovaties te vinden.

De Amerikaanse keten HASSLEss Mattress houdt een pilot met fysieke winkels waar geen winkelpersoneel aanwezig is. Een technische installatie zorgt dat de winkels functioneren. De vestigingen van de matrassenketen worden op afstand geopend en afgesloten. De retailer houdt via beveiligingscamera's een oogje in het zeil. Klanten die meer informatie willen over een product, kunnen gebruikmaken van een computer. Daarmee kunnen ze gelijk hun bestelling plaatsen. Dat levert hen een 'No-Salesperson Bonus Saving' van dertien procent op. Dat is de commissie die normaalgesproken naar een verkoper zou gaan.

Een andere verrassende aanpak is het assortimentsbeleid van Trader Joe's. De Amerikaanse supermarktketen voert een assortiment van vierduizend producten waarvan bepaalde producten tijdelijk beschikbaar zijn. Consumenten weten nooit precies wat ze in de schappen aantreffen en daarmee zorgt de retailer continu voor een verrassende winkelervaring. Doordat Trader Joe's ruim vierhonderd vestigingen heeft, kan de speler afspraken maken met zijn leveranciers en dus die exclusiviteit garanderen.

In het januarinummer van RetailTrends verder aandacht voor onder meer robotisering, betalen met gezichtsherkenning van Uniqul, rapid prototyping van Hointer en kleding lenen bij Lena. Het januarinummer is deze week met EtailTrends 1 verschenen. Klik [hier](#) voor meer informatie over een abonnement op jaarlijks elf keer RetailTrends en zes keer EtailTrends.