

Het beste van RetailWatching: week 5

02-02-2015 08:09

RetailWatching richt zich op voor de retail relevante achtergronden met onder meer tips, video's, fotoreportages, columns, expertartikelen en whitepapers. RetailNews zet de vijf meest gelezen artikelen van afgelopen week op een rij.

Tien wensen van de huidige foodshopper

Welke nieuwe wensen en behoeften leven er onder foodshoppers? En hoe kunnen Nederlandse supermarkten of foodretailers hier hun voordeel mee doen? Directeur Albert Top van Crossmarks schetst in zijn blog [tien veranderende wensen](#) van de supermarktkoper inclusief voorbeelden, als inspiratie.

De flexibiliteit van retailers onder de loep

John Vegter en Annemarie van Groningen van Bosselaar & Strengers Advocaten zetten [de belangrijkste wijzigingen op het gebied van flexrecht](#) op een rij. De meeste wijzigingen op het gebied van het flexrecht zijn begin dit jaar in werking getreden, terwijl een aantal andere wijzigingen op 1 juli 2015 ingaat. Dit betekent dat retailers hun personeelsbeleid en tijdelijke arbeidsovereenkomsten dit jaar flink moeten aanpassen.

Drie toekomstscenario's voor V&D

Een overname van RFS Holding is één van de mogelijkheden die Rupert Parker Brady van Retaildenkers ziet voor V&D. V&D en Wehkamp samen zijn een goed koppel, dat voor een groot deel hetzelfde publiek bedient en vergelijkbaar assortiment heeft, [aldus Brady](#). Banken hebben er vast wel oren naar als eigenaar Sun Capital daarover nadenkt.

Wat moeten we nou met die openingstijden?

Zijn [andere openingstijden](#) het middel om consumenten achter de webshop vandaan en in de winkelstraat te krijgen? Drie experts schijnen hun licht over de verschillende mogelijkheden, zoals het invoeren van flexibele openingstijden. Voor retailers moet het aantrekkelijk worden om flexibele openingstijden te hanteren. "Dat kan door de arbeidsvoorwaarden aan te passen aan de huidige tijd. Maar dat is nog een hele grote stap", ziet programmamanager Tessa Vosjan van Nederlandse Raad Winkelcentra.

Big data in de praktijk

Big data is de afgelopen jaren uitgegroeid tot een containerbegrip en kans tegelijk.. De Webwinkel Vakdagen bood een kijkje in de keuken van enkele retailers die [big data](#) in de praktijk weten in te zetten, zoals schoenenketen Omoda. De retailer is het schoolvoorbeeld van de traditionele winkelketen die offline en online data wil koppelen. Sinds november werkt Omoda met een digitaal loyaliteitsprogramma. De informatie die dat programma oplevert, gaat de retailer gebruiken om klanten producten te tonen die zijn afgestemd op hun persoonlijke voorkeur.

Klik [hier](#) om naar de homepage van RetailWatching te gaan en [hier](#) voor aanmelding voor de gratis dagelijkse nieuwsbrief.