

'Retailer wordt meer en meer een dienstverlener'

12-02-2015 00:00

De toekomstige verdienmodellen in de retail gaan steeds minder om alleen de producten, maar om services die toegang geven tot deze producten. De winkelier groeit daardoor meer en meer naar een rol als dienstverlener. Dat stelt ABN AMRO in het woensdag verschenen rapport '[Technologie vraagt om aanpassing verdienmodel in de retail](#)'.

De sector wordt volgens ABN AMRO beïnvloed door de trend van bezit naar gebruik en ziet ook producenten steeds meer rechtstreeks aan de klanten verkopen. Daardoor wordt de rol van het traditionele retailkanaal kleiner, voorspelt de bank. Om hun marktpositie te versterken moeten retailers zich meer richten op de verticale integratie van de bedrijfsketen en de lancering van nieuwe verdienmodellen in plaats van productverbetering en kostenbesparing.

ABN AMRO verwacht in de komende jaren een groei van verdienmodellen die zich richten op het bieden van maatwerk. Zo maken 3D-printen en digitale ontwerpplatforms meer maatwerk aan een groot publiek al mogelijk en bieden kunstmatige intelligentie en big data de mogelijkheid gepersonaliseerde aanbiedingen te doen.

Dankzij maatwerk kunnen consumenten rechtstreeks bij de fabrikant of speciale platforms producten ontwikkelen en bestellen. Andere ingrijpende trends zijn abonnementsmodellen, peer-to-peerverkopen en de circulaire economie. "De opkomst van zulke verdienmodellen zal grote invloed hebben op de retail", verwacht sectorbankier Chris Meijers. Zo wordt eigendom minder belangrijk waardoor winkeliers minder gaan verkopen en verschuift in de circulaire economie de aandacht van fabrikanten van de functionaliteit van producten naar het functioneren van de hele keten. "Hierdoor krijgt de retailer een andere rol in de waardeketen", aldus Meijers.

De bank benadrukt dat de fysieke winkel erg belangrijk blijft, omdat veel consumenten zullen vasthouden aan eigendom. Daarnaast staan deze ontwikkelingen in de kinderschoenen en hoeven retailers zich op korte termijn geen zorgen te maken. "Maar dit is ook gezegd over de opkomst van e-commerce en, ondanks de lange aanloop van ruim tien jaar, hebben veel retailbedrijven zich hierdoor laten verrassen."

Bekijk voorbeelden bij de vijf hoofdtrends in de opkomst van nieuwe verdienmodellen op [RetailWatching](#).