

Het beste van RetailWatching: week 7

16-02-2015 08:06

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.

V&D en Blokker: over zachte heelmeesters en stinkende wonden

Nieuws over V&D en Blokker domineerde de afgelopen weken de voorpagina's. Rupert Parker Brady zet aan de hand van beide iconen de belangrijkste lessen op een rij die daaruit te halen zijn. Het begint met eerlijk zijn, [aldus Brady](#).

Tobbende retailiconen: wie volgt?

Winkelketens waarvan niemand zich nog herinnert hoe de wereld er voor hun komst uit zag, schudden op hun grondvesten. Welke spelers moeten zich eveneens zorgen maken? [Drie visies](#) op retailers die in de gevarenzone zitten en hoe ze kunnen voorkomen dat ze in hetzelfde schuitje belanden als V&D en Blokker.

De customer journey van tieners

De customer journey van generatie Z, in dit geval 14- tot 19-jarigen, loopt over vijf verschillende fasen. Welke dat zijn en hoe retailers daarop aanhaken, is te lezen in [dit artikel](#). Urban Outfitters speelt bijvoorbeeld slim in op het tweede stadium, waarin tieners een digitale zoektocht houden.

Wat mogelijk is met wearables (tot nu toe)

Waarom retailers wearables zouden gebruiken en een [voorlopige tussenstand](#) van spelers die de mogelijkheden van slimme horloges en brillen aan het ontdekken zijn. En wat vinden consumenten eigenlijk van die wearables?

De chronologie van V&D

De ontwikkelingen bij V&D volgen zich in rap tempo op. Vanaf het moment dat de drastische maatregelen bekend werden gemaakt, ligt het warenhuisconcern onder een vergrootglas. Wat is er de afgelopen weken allemaal gebeurd? Een overzicht van de [tijdlijn](#) van V&D.

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