

Wat deze week verder voorbij kwam...

20-02-2015 10:38

Gepeperde meningen, rake observaties, niet te missen innovaties, opvallende onderzoeken. RetailWatching tipt wekelijks artikelen van over de grens die de moeite van het lezen waard zijn. Deze week artikelen die voorbij kwamen op Forbes, Bloomberg, CNBC, The Drum en The New York Times.

Alles dankzij oom Richard

Als Danny Meyer op de avond voor het toelatingsexamen voor zijn rechtenstudie niet had gepraat met oom Richard, zou de hamburgerketen Shake Shack nu niet bestaan. En al helemaal geen van 1,6 miljard dollar waard zijn. Over je passie volgen en de ingrediënten die nodig zijn voor een succesvolle retailketen.

Bron: Forbes <http://onforb.es/1Ac2lel>

Wat bezielt Walmart?

Waarom verhoogt Walmart eindelijk de lonen van 500 duizend winkelmedewerkers naar negen dollar per uur? Hebben de campagnes van ontevreden werknemers eindelijk effect? Of hoopt 's werelds grootste retailer zo meer toegewijd personeel te kweken die klanten beter helpen en daardoor uiteindelijk de grootste te blijven?

Bron: Bloomberg <http://bv.ms/17yUMCN>

Relschoppers

Over de invloed van millennials op retailers en merken is al veel gezegd en geschreven. Zo staan ze volgens onderzoekers open voor B-merken binnen fashion, maar dat wil niet zeggen dat luxespelers geen last van deze generatie krijgen. "De generatie is ontwrichtend", aldus ceo Jean-Claude Biver van horlogeretailer Hublot.

Bron: CNBC <http://cnb.cx/1LhV2Dv>

Social skills

Aziatische consumenten omarmen het mobiele kanaal en social media als geen ander. Wat kan het Westen leren van de 'social media-subcultuur' die in Azië is ontstaan?

Bron: The Drum <http://bit.ly/184VSYc>

Korting, korting, korting

Retailend Europa zucht onder consumenten die alleen nog maar in de uitverkoop hun slag willen slaan, ziet The New York Times. Retailers uit onder meer Duitsland, Frankrijk en Groot-Brittannië zien zich gedwongen tot prijsverlagingen, maar is dat nou wel slim?

Bron: The New York Times <http://nyti.ms/1Gb9cp5>