

Het beste van RetailWatching: week 8

23-02-2015 08:34

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.

De proefwinkel van Leen Bakker

Woonwinkelketen Leen Bakker test een nieuw winkelconcept waarbij onder meer de positionering en merkeloofte worden aangepast. Daarnaast zit de keten 'midden in het spel van omnichannel', waarbij tablets in de winkel en online bestellingen binnen uur thuisbezorgen vanuit het winkelbestand belangrijke pijlers zijn. Algemeen directeur Alex van Schaik, hoofd marketing & communicatie Daphne Höckel en directeur inkoop en communicatie Wim Braafhart gaven een [inkijkje](#) in de pilotstore in Raamsdonksveer.

Zo moet winkelpersoneel er anno 2015 uitzien

[Drie deskundigen](#) gaan in op de vraag welke vaardigheden winkelpersoneel tegenwoordig moet hebben. Klanten stappen anno 2015 anders een winkel binnen en medewerkers reageren nog te weinig proactief, aldus sectormanager Alexander Heijkamp van Rabobank. "De clou is dat de nieuwe verkoper weet dat de klant uitgebreid 'gewuglyd' en 'gegoogled' heeft, voordat hij de winkel binnenkomt."

Vijftig tinten nieuw bij Christine le Duc

Erotiekketen Christine le Duc opende in Rotterdam de eerste winkel volgens een nieuwe huisstijl. De vestiging is tegelijkertijd de eerste flagshipstore, waarmee de retailer een nieuwe koers in slaat. De winkels stralen openheid uit en het concept draait om verleiding en beleving. Een impressie aan de hand van [zes foto's](#).

Responsive retail: het succes van morgen

Retailers moeten responsive worden, ziet directeur Albert Top van Crossmarks. Alleen retailers die deze mentaliteit en werkwijze kunnen implementeren zijn in staat om adequaat op de nieuwe werkelijkheid in te spelen en er maximaal van te profiteren. [Albert Top](#) beschrijft hoe dat lukt.

Mag ik deze dans van u?

Disney opende een pop-upstore in New York Long Island die voor een bijzonder schaduwspel zorgde. Zodra voorbijgangers de winkel passeerden, doken achter het scherm in de etalage de silhouetten van bekende Disney-figuren op. De [reacties](#) van shoppers werd met een verborgen camera vastgelegd.

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