

Het beste van RetailWatching: week 13

30-03-2015 07:30

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.

Vier vernieuwende concepten om in de gaten te houden

De strubbelingen binnen retail worden niet veroorzaakt door de winkels, maar door de winkelconcepten. Die moeten namelijk dringend worden afgestoft, vindt strateeg Joël van Bodegraven van communicatie- en designbureau Fabrique. Hij geeft [vier voorbeelden](#) van vernieuwende concepten uit binnen- en buitenland die het retaillandschap kleur geven.

De weg van Lidl loopt omhoog

Lidl lijkt zich niet meer in het imago van prijsvechter te kunnen vinden. In Nederland niet, maar zeker in het buitenland niet. De supermarktketen is anders gaan inkopen en is zijn positionering aan het [opschalen](#). Zoals onderzoeksdirecteur John Terra van Q&A Research & Consultancy zegt: "Lidl wordt bijna een supermarkt."

Parallelhandel: realiteit in retail

De opkomst van dollar stores, pound shops, euro-winkels en de Action in Nederland is grotendeels gebaseerd op [parallelhandel](#), ziet commercieel directeur Pieter Bottenberg healthy & beauty bij Holland Trading Group. Hij ziet kansrijke sectoren waar de parallelhandelaar èn retailer in kunnen duiken, zoals niche-producten.

Redt Halfords 2.0 het wel?

[Drie experts](#) gaan in op de nieuwe strategie die de doorgestarte winkelketen Halfords presenteerde. De retailer richt zich onder meer op ouderenmobiliteit en kindveiligheid. Heeft Halfords hiermee de kip met de gouden eieren gevonden?

De herpositionering van Sissy-Boy in beeld

Bijna een jaar geleden sloeg Sissy-Boy een nieuwe weg in met nieuwe merken, vintage objecten en de verkoop van meubels, interieuraccessoires, verzorgingsproducten en eten en drinken. De herpositionering werd gevierd met een nieuw vlaggenschip in Haarlem en sindsdien wordt het concept in rap tempo door Nederland uitgerold. Hoe dat eruit ziet, wordt duidelijk aan de hand van [tien foto's](#).

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