

Wat deze week verder voorbij kwam...

03-04-2015 00:00

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 The Atlantic, Fast Company, Digiday, Huffington Post, The Telegraph en Fast Company.

Goedkope mode

Action, Flying Tiger en Primark wisten het natuurlijk al lang, maar er is nu ook wetenschappelijk bewijs: klanten halen plezier uit het kopen van goedkope spullen. De winkel met goedkope mode vervult dezelfde rol in de maatschappij als de televisie.

Bron: The Atlantic <http://theatlantic.com/story/134222/>

Gaap

Hoewel Gap de laatste jaren de nodige kritiek kreeg op zijn kledingkoers, konden klanten niet klagen over de digitale ontwikkelingen bij de keten. Op dat gebied liep Gap altijd voorop. Misschien is het ook wel daarom dat zijn digitale chef onlangs is benoemd tot nieuwe ceo. Gelukkig weet ook Art Peck dat de eerste stap voor een terugkeer naar zijn oude imago is het produceren van kleding die mensen ook echt willen dragen.

Bron: Fast Company <http://bit.ly/19LLxAH>

Kunstzinnig

Target heeft een naam hoog te houden als het om pop-up winkels gaat. De Amerikaanse keten kwam in 2013 met een levensgroot poppenhuis om zijn meubellijn onder de aandacht te brengen en opende een 3D 'Bullseye University' tijdens de bekende 'back to school'-weken. Nu heeft Target een galerie geopend in Chelsea die is voorzien van kunst die alleen van zijn eigen producten is gemaakt.

Bron: Digiday <http://bit.ly/1CBaEA5>

Minimaal

McDonald's haalde deze week de headlines door spontaan zijn lonen met tien procent te verhogen. Weliswaar alleen voor de medewerkers in zijn eigen restaurants (zo'n tien procent van alle vestigingen), maar toch: het Amerikaanse congres heeft al zes jaar geen actie ondernomen. McDonald's is overigens niet de enige speler die niet wacht op een verhoging van het wettelijk minimumloon.

Bron: Huffington Post <http://huff.to/1I7yBnq>

Hup Bolland Hup

Marc Bolland heeft het eindelijk voor elkaar. Voor het eerst in vier jaar stijgen de kledingverkopen bij zijn Marks & Spencer. Een enorme boost voor de Nederlandse topman, die vier jaar de aandeelhouders in zijn nek voelde hijgen.

Bron: The Telegraph <http://bit.ly/1bQYY3I>

Win-win-win

Amazon dringt steeds meer door in het dagelijks leven van consumenten. Waar dat voorheen vooral onzichtbaar gebeurde, treedt de e-commercegigant met zijn Dash Buttons nadrukkelijk voor het voetlicht. Daarmee verstevigt Amazon niet alleen zijn top-of-mindpositie en omzet, het is ook nog eens een handige businesscase om te verkopen aan zijn fabrikanten.

Bron: Fast Company <http://bit.ly/1yJZYvc>