

IKEA komt los van vertrouwde formats

07-04-2015 07:11

IKEA test wereldwijd nieuwe formats die in ons land navolging kunnen krijgen. "In ontwikkelde markten zoals Nederland heeft het geen zin om vast te houden aan vertrouwde formats." Dat zegt countrymanager Kristina Johansson van IKEA Nederland in het aprilnummer van RetailTrends.

IKEA opende vorig jaar in Hamburg zijn eerste City Store, die qua oppervlakte weinig onderdoet voor zijn reguliere vestigingen. Een vorige maand geopend Spaans filiaal beschikt echter over slechts drieduizend vierkante meter, waarvan negenhonderd vierkante meter is gereserveerd als ophaalpunt. "In sommige landen testen we stand alone ophaalpunten", zegt Johansson. "Dat zal zeker een rol spelen in onze omnichannel-aanpak."

Voor zijn nieuwe winkels in ons land kijkt Johansson verder naar de Parijse voorstad Velizy, waar een winkel met een totale oppervlakte van 10.500 vierkante meter wordt getest. In die vestiging werden aanvankelijk alleen keukens en keukenaccessoires verkocht, maar komen nu ook badkamers en bijbehorende accessoires. De volledige integratie van online is één van de belangrijkste speerpunten van dit nieuwe concept. "In verschillende winkels hebben we al tablets waarmee klanten zelf online kunnen bestellen."

Een stadswinkel zoals in Hamburg staat voor Nederland niet op de planning. Johansson sluit echter niet uit dat daar in de toekomst verandering in komt. "Bij het optimaliseren van ons marktpotentieel willen we als retailer zo toegankelijk mogelijk zijn."

Dichter op de klant zitten, is het devies van IKEA. Behalve naar nieuwe kleinere winkelconcepten kijkt de retailer daarvoor ook naar het genereren en analyseren van klantdata en het online kanaal. Johansson gaat in RetailTrends 4 ook dieper in op deze aspecten. Zo streeft IKEA ernaar om bezoekers in de toekomst direct te kunnen volgen en benaderen in de winkel via iBeacons. Klik [hier](#) voor meer informatie over een abonnement op RetailTrends.