

Het beste van RetailWatching: week 24

15-06-2015 07:38

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.

Het prijzencircus is dood, lang leve loyaliteit

Het klinkt volgens Rupert Parker Brady misschien vreemd in de oren, maar de dagen van de dwaze aanbiedingen zijn geteld. Retailers hebben door schade en schande geleerd dat de consument niet meer warmloopt voor langlopende prijspromoties, stelt hij aan de hand van [de grote warenhuizen van ons land](#).

De hobbels in Rituals' weg omhoog

De weg van Rituals lijkt maar één kant op te gaan: omhoog. De omzet van de keten groeit met dertig procent, waarvan de helft like-for-like. [Dat is bijna eng](#), zegt marketingdirecteur René Repko op het congres Trends & Transities in Retail. "Het voelt alsof we operen in windkracht zes of zeven."

In vier stappen naar een hogere conversie

Manager e-commerce marketing Jurjen Jongejan van ISM eCompany ziet met lede ogen aan hoe retailers een steeds groter deel van hun marketingbudget in het binnenhalen van traffic via Google of beslist.nl. steken. Als conversiespecialist raadt hij hen aan toch vooral [de moeilijke weg](#) te kiezen. "De kunst is het achterhalen waar en waarom klanten afhaken."

Coolblue, groeikanon in een beweeglijke markt

Coolblue heeft tussen 2011 en 2013 de grootste omzetgroei gerealiseerd onder Nederlandse retailers. Dat blijkt uit de tweede editie van de RetailTrends Fabulous 40, die is opgesteld door corporate finance adviesbureau Capitalmind. De online retailer troefde daarmee branchegenoot BAS Holding, de winnaar van vorig jaar, [ruimschoots](#) af.

Hightrafficlocaties als nieuwe winkelomgevingen

Tony Wijntuin bespreekt in een tweedelige serie de opkomst van hightrafficlocaties als nieuwe winkelomgevingen. In [het eerste deel](#) schetst hij aan de hand van een retailcurve de verschillen tussen hightrafficlocaties en traditionele winkelcentra, waar hij in [deel twee](#) ingaat op de vraag waar we nu staan met de ontwikkeling van retail, horeca en services op de verschillende hightrafficlocaties in Nederland.

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