

Wat deze week verder voorbij kwam...

18-06-2015 14:13

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 Entrepreneur, Fast Company, Bloomberg, Quartz en The Wall Street Journal.

Recept voor fans

Apple zou nergens zijn als er geen trouwe schare fans rond het merk zouden staan. Zo'n groep ontstaat niet zomaar. Daar moet hard voor gewerkt worden. Met deze zes stappen komt een 'fanatical fanbase' alweer een stuk dichterbij.

Bron: Entrepreneur <http://entm.ag/1K0kuOn>

#Pijnlijk

Met de campagne Race Together spant Starbucks zich in om de raciale ongelijkheid in de Verenigde Staten uit te bannen. De barista's roemen het initiatief, maar het grote publiek is een stuk kritischer. Als de campagne wordt uitgerold, ontploft Twitter bijna. Waar ging het mis?

Bron: Fast Company <http://bit.ly/1QFobR6>

Creatief boekhouden

Het blijft een heikel punt: de manier waarop multinationals via handige regelingen leven in een belastingparadijs. Nieuw onderzoek wijst uit dat 's werelds grootste retailer Walmart op die manier de laatste zes jaar een luttel 6,5 miljard dollar aan belastinggeld heeft uitgespaard. En ja, daar mag het retailconcern ook Nederland voor bedanken.

Bron: Bloomberg <http://bloom.bg/1eqpHpl>

Riskante labels

Luxeretailer Michael Kors schikte deze week voor bijna vijf miljoen dollar met een boze shopper, die oneerlijk verleid werd om een broek te kopen. Die broek kostte namelijk tachtig dollar in een outlet en voor die prijs had 'ie daar helemaal niet mogen liggen. Dan had er iets anders in het kledinglabel moeten staan. Zijn de kortingen in luxe fashionoutlets eigenlijk wel echt korting? Of is het een vorm van oplichterij?

Bron: Quartz <http://bit.ly/1J5Scp2>

Icoon

Christopher Bailey is creatief directeur van het beroemde fashionlabel Burberry. Zijn missie: met een combinatie van digitale snufjes en waardering voor het ouderwetse vakmanschap een wereldwijd merk op koers houden. Een interessant interview.

Bron: The Wall Street Journal <http://on.wsj.com/1QForj6>