'Consumenten snakken naar rust en stilte'

16-07-2015 09:44

Consumenten ervaren de huidige wereld met zijn oneindige technologische mogelijkheden soms als bedreigend en onzeker makend. “Hoe meer we kunnen, hoe meer onrust ontstaat door die overload aan keuzes”, zegt trendanalist Christine Boland in het zomernummer van RetailTrends.

Consumenten zijn volgens Boland in een tijd terechtgekomen waar ze nog helemaal niet aan toe zijn. De enige remedie tegen alle informatie-overdaad is rust. Retailers kunnen volgens haar inspelen op de trend dat shoppers ook buiten hun bed behoefte hebben aan stilte. Dat kan al met een minimalistisch en overzichtelijk winkelinterieur met weinig producten op de schappen, zoals toiletwinkelketen 2theloo.

Retailers kunnen volgens Boland ook focussen op één formuleaspect en daarmee de diepte in gaan, in plaats van een wirwar aan aspecten. “Een retailer kan kiezen in welk onderdeel hij wil excelleren en zich op dat vlak specialiseren.”

Boland gaat in het zomernummer van RetailTrends dieper in op deze stille trend. Op RetailWatching staan enkele voorbeelden van retailers die daar op hun eigen wijze op inspelen. Klik hier voor meer informatie over een abonnement op RetailTrends.