

Wat deze week verder voorbij kwam...

25-09-2015 12:02

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 Entertainment Weekly, CNBC, Alizila, Marketing Magazine en Fortune.

Uitstervend ras

De videotheek, wie kent hem nog? De ene na de andere winkel is uit het straatbeeld verdwenen nu video's massaal gedeeld worden via het internet, legaal en illegaal. Ruim tien jaar geleden waren er nog 7,5 winkels per honderdduizend inwoners in ons land, in 2013 was dat aantal al gedaald tot twee. Aan de andere kant van de oceaan zijn nog zeker vijftig pareltjes over, zo blijkt dit overzicht van Entertainment Weekly.

Bron: Entertainment Weekly <http://bit.ly/1WmFENy>

Primania

Waar videotheken als sneeuw voor de zon verdwijnen, begint de opmars van Primark juist op een pandemie te lijken. De modeketen is nu zelfs in de Verenigde Staten actief en hoewel de opening nog geen Primania opleverde, moeten Amerikaanse branchegenoten wel degelijk oppassen voor het Ierse geluk.

Bron: CNBC <http://cnb.cx/1Kz1o3l>

Zo slecht nog niet

Even was er de angst voor een nieuwe financiële crisis, toen de beurzen wereldwijd flink inleverden na berichten over economische problemen in China. Het land heeft last van een afzwakkende economische groei en maatregelen van de overheid lijken weinig effect te hebben. Maar zo slecht doet de Chinese economie het helemaal niet, als we Alibaba-oprichter Jack Ma moeten geloven.

Bron: Alizila <http://bit.ly/1JtkIAF>

Parodie

Een manier om te meten hoeveel impact een advertentie heeft, is het tellen van het aantal parodieën. Marketing Magazine zocht uit welk merken het best op de hak werden genomen. Onder meer Specsavers, IKEA en Apple hebben de lijst gehaald.

Bron: Marketing Magazine <http://bit.ly/1MNbodf>

Mini-Silicon Valley

Silicon Valley herbergt vele technologiebedrijven, waarin een speciale rol is weggelegd voor startups. Winkelketen Target is jaloers op al het moois dat daar ontstaat en gaat daarom samenwerken met Techstars, een toonaangevende accelerator. De zoektocht naar opkomende bedrijven die zich op retailtechnologie richten gaat volgend jaar van start. Targets thuisbasis Minneapolis wordt een mini-Silicon Valley.

Bron: Fortune <http://for.tn/1R5kkJC>