

'Blurring verandert retailer in categorymanager'

20-10-2015 22:00

Retailers gaan steeds meer vanuit een 'category managementbril' naar hun formule kijken. Dat voorspellen Rabobank-analisten Jos Voss en Véronique Bulthuis in een analyse in het oktobernummer van RetailTrends.

Nu de grenzen tussen assortimenten, diensten en branches steeds meer vervagen, moeten retailers zich afvragen voor welke onderdelen ze kunnen samenwerken met derden. Voss en Bulthuis wijzen daarbij op samenwerkingen tussen bijvoorbeeld Gamma en Subway. Zo'n krachtenbundeling heeft volgens hen voordelen voor de kracht van beide formules. 'Door het uitbesteden van de achterkant van een bepaald formuleonderdeel kan de retailer zich verder beter focussen op zijn eigen sterke punten', stellen de analisten.

Door de toenemende blurring binnen retail komt er daarnaast steeds meer druk op de supplychain. Om in te spelen op de veranderingen is meer flexibilisering nodig. 'Sommige supplychains zijn nog van beton, terwijl elastiek gewenst is', aldus Voss en Bulthuis.

In het oktobernummer van RetailTrends gaan ze verder in op het belang van een flexibelere supplychain en beschrijven ze een aantal methoden om dat te bereiken. [Klik hier voor meer informatie over een abonnement.](#)