

Het beste van RetailWatching: week 45

09-11-2015 08:29

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.

Zo draait de vernieuwingsmotor van Albert Heijn

"Topprioriteit voor Albert Heijn is het heroveren van het mentale marktleiderschap", liet hoogleraar retailmarketing Laurens Slood optekenen in het maartnummer van RetailTrends. De vernieuwingsmotor staat onder de nieuwe topman Wouter Kolk [inmiddels vol aan](#).

Dit zijn de nieuwe geldbomen voor supers

Supermarkten verdienen straks amper nog geld met productverkoop. De branche verdient van oudsher zijn boterham met een dicht winkernetwerk op goede locaties en een soepel operationeel proces, waardoor de prijzen laag kunnen blijven. [Die tijd is over](#).

Waarom steeds meer merken gaan retailen

Cut out the middleman is een beproefd concept om meer marge te realiseren en consumenten tegelijkertijd een aantrekkelijke prijs te bieden. Dat kunnen wij ook, lijken steeds meer merken te denken. Waren retailers van oudsher degene die shoppers bedienen, de laatste tijd [schrappen veel merken de retailer uit de keten](#).

Dit is de nieuwe directie van HEMA

HEMA zag in een kort tijdsbestek al zijn directieleden vertrekken. In twaalf maanden tijd heeft het management board een compleet ander gezicht gekregen. Hoog tijd om [nader kennis te maken met de directie](#).

Zeven vragen aan de Nederlandse Bauhaus-baas

Bauhaus opende twee maanden geleden zijn eerste vestiging in ons land. [Algemeen directeur Mathieu Moons over](#) deze bouwmarkt, de toekomstplannen en de Nederlandse doe-het-zelfmarkt. "Er mankeert veel aan de Nederlandse bouwmarkten."

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