

‘Nederlandse ketens vaak niet aangepast aan de tijd’

06-01-2016 08:14

Buitenlandse retailers als H&M, Uniqlo en Zara geven het voorbeeld hoe je met je organisatie moet inspelen op het gewijzigde klantgedrag. “Nederlandse ketens zijn vaak niet aangepast aan de tijd”, zegt hoogleraar marketing en retailing Kitty Koelemeijer tegenover [RTL Z](#).

De buitenlandse ketens hebben volgens Koelemeijer schaalgrootte, de regie over de hele ketenen houden de kosten laag. “Als je je op één land richt, dan kun je dat bijna niet meer realiseren.” Veel Nederlandse ketens hebben het volgens haar moeilijk omdat ze te klein zijn of de financiering niet op orde hebben. “Buitenlanders walsen daar over heen”, aldus Koelemeijer.

De hoogleraar wijst verder op het succes van de Scandinavische ketens Flying Tiger en IKEA, waar klanten nooit met lege handen de winkel verlaten. Sterke Nederlandse merken zijn volgens haar Action en Rituals, waar Cor Molenaar ook Coolcat en de Bijenkorf noemt.

Winkels die het goed doen hebben volgens de hoogleraar e-marketing een goed beeld van hun doelgroep, die positieve associaties bij de keten krijgen. “Je moet mensen verrassen, met een aanbod dat je niet zo snel op internet zult zoeken, dus ten dele ook impulsaankopen.”