

Wat verder deze week voorbij kwam...

05-02-2016 12:03

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 Forbes, The Huffington Post, Business Insider, The Washington Post en Retail Gazette.

Teleurstelling

Niet boos, maar wel teleurgesteld. Dat zijn zowel Europese als Amerikaanse shoppers als ze na een online aankoop de fysieke winkel betreden. Nog veel werk aan de winkel op het gebied van omnichannel dus, blijkt uit een rapport van iVend Retail.

Lees verder bij Forbes: <http://onforb.es/1oceFst>

Paradox

The Body Shop zet luchtvervuiling in om het milieu te sparen. Dat klinkt wat paradoxaal, maar toch is het zo. Met bepaalde broeikasgassen maakt de winkelketen plastic verpakkingen.

Lees verder bij The Huffington Post: <http://huff.to/1Sx8HiJ>

Verspilling

In Frankrijk is het nu echt afgelopen met het weggooien van voedsel in supermarkten. De senaat stemde unaniem in met een voorstel om winkels te dwingen onverkocht voedsel aan voedselbanken en liefdadigheidsorganisaties te geven. Campagevoerders hopen dat de EU snel volgt.

Lees verder bij Business Insider: <http://bit.ly/1PaR308>

Core-business

IKEA gaat de restaurants in zijn Amerikaanse vestigingen een complete make-over geven. Er is namelijk een behoorlijk aantal klanten dat alleen de meubelzaak binnen stapt om een hapje te eten, en IKEA wil hen bereiken. Food wordt daarom core-business voor IKEA.

Lees verder bij The Washington Post: <http://wapo.st/1SOxTzu>

Debuut

John Lewis heeft zijn debuut gemaakt in het Midden-Oosten. De warenhuisketen open een shop-in-shop in Dubai. Het wordt naar eigen zeggen de grootste internationale shop-in-shop.

Lees verder bij Retail Gazette: <http://bit.ly/1SOxRYi>