

Wat verder deze week voorbij kwam...

12-02-2016 13:14

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, De Tijd, The Guardian, Fortune en Handelsblatt.

Netflix for Running

Adidas zorgde toch even voor verbaasde gezichten, toen bekend werd gemaakt dat ook de sportretailer aan subscription commerce gaat doen. De retailer gaat ieder kwartaal boxen gevuld met schoenen, kleding en accessoires sturen naar vrouwelijke klanten. Het idee voor een 'Netflix voor Running' is echter niet van vandaag of gisteren.

Lees verder bij Forbes: <http://onforb.es/1o9P3wF>

Zeemans imago

Zeeman beperkt zich al lang niet meer tot eigen land. Natuurlijk, van de ruim twaalfhonderd zijn bijna de helft in ons land gevestigd, maar meer dan de helft dus niet. Daarom is het ook wat gek als ze in België zich afvragen of Zeeman een Europese keten wil worden. "Dat zijn we al", zegt Bart Karis terecht. Opvallender zijn de uitspraken over e-commerce: "Hebben wij een achterstand op andere winkelketens? Dat kan, maar hun webwinkels maken verlies."

Lees verder bij De Tijd: <http://bit.ly/1Pr6Rf6>

Verkopen op de catwalk

Het roer gaat om bij Burberry. Het merk houdt graag modeshows, maar de kleding die daar wordt tentoongesteld ligt pas veel later in de winkel. Nog wel, want vanaf september brengt Burberry daar verandering in. Kleding die dan op de catwalk gedragen wordt, is direct te koop. Online en in de winkels.

Lees verder bij The Guardian: <http://bit.ly/1mwwhOZ>

Ho-hum

Het jaar is al weer ruim een maand onderweg, met elke dag wel nieuws over een faillissement in de detailhandel. In de Verenigde Staten worden retailers echter niet warm of koud van het huidige retailklimaat. Na de weinig inspirerende feestdagen, verwachten ze dit jaar ook weer 'ho-hum'-verkopen. Maar hé: groei is groei.

Lees verder bij Fortune: <http://for.tn/1o65jOx>

Aldi versus Clooney

Nespresso maakt het de concurrentie in de koffiemarkt enorm lastig, ook dankzij de inzet van George Clooney. Geen vrouw die de superster kan weerstaan, toch? Aldi denkt van wel.

Lees verder bij Handelsblatt: <http://bit.ly/1o9PbvZ>