

EtailTrends 3: Belsimpel, Farfetch en Holland at Home

04-05-2016 11:57

De smartphonemarkt groeit al een tijdje niet meer, maar daar heeft **Belsimpel.nl** geen boodschap aan. Steeds meer mensen kiezen bij de aanschaf van een mobiele telefoon of abonnement voor zijn website of winkel. Jeroen Doorenbos in gesprek met Nick Möller over het veranderen van een cowboymarkt, tot het uiterste gaan voor de klant en zijn geloof in omnichannel. "Een groot deel van retail is een efficiencywedstrijd."

Robots die het werk doen van magazijnmedewerkers; het gebeurt al in Duitsland en de Verenigde Staten. Toru en Fetch vinden zelf hun weg door het magazijn, herkennen de juiste picklocatie en pakken de benodigde artikelen van de plank, schrijft Marcel te Lindert. Pakken zij of ijzeren collega Baxter straks uw orders in?

Een datingsite die mensen en merken samenbrengt – dat is volgens initiatiefnemers Niels Jensen en Lars Munch Johansen de beste omschrijving van **Shobr**. De online foodmarktplaats gaat binnenkort live en doet niet aan valse bescheidenheid, merkt Pascal Kuipers op. "Net als Uber en Airbnb zijn wij een exponentiële organisatie. Vanuit het niets kunnen we opeens heel snel groeien."

Artificial intelligence krijgt momenteel vooral aandacht door de op maat gesneden adviezen die het shoppers geeft. Maar de technologie kan op meer manieren een extra dimensie aan de customer experience toevoegen. Een overzicht door Niels Achtereekte.

Met man en macht wordt in het Chinese Dafeng nog gewerkt aan de oplevering van een serie Amsterdamse grachtenpanden als onderdeel van het Holland Flower Park. Eén winkel heeft de deuren al geopend: **Holland at Home**. China-correspondent Sjoerd den Daas op bezoek bij de eerste fysieke vestiging van het webwarenhuis waar veel ruimte is voor mobiel. "Wat dat betreft zijn ze in China al veel verder dan in Nederland."

Wie consumentengegevens verwerkt, moet die sinds dit jaar beter beschermen tegen datalekken. Naast hoge boetes ligt reputatieschade na zo'n lek op de loer. Een op de vijf shoppers vertrouwt retailers nauwelijks als het gaat om databeveiliging. **Wat te doen als je klantdata op straat ligt?**

Tien miljoen bezoekers per maand en een gemiddelde transactiewaarde van zevenhonderd dollar per aankoop. De cijfers liegen er niet om. **Farfetch** biedt exclusieve fashionmerken een online community van waaruit ze op internationaal niveau kunnen concurreren. Lid worden gaat echter niet zomaar. Mathijs Schiffers sprak in Londen met Farfetch-ceo José Neves.

Primark: 56 duizend vierkante meter in Roosendaal. Michael Kors: 93 duizend vierkante meter in Venlo. Bol.com: 135 duizend vierkante meter in Waalwijk. Retailers investeren miljoenen in grote distributiecentra. Tegelijkertijd openen ze depots in of nabij steden om bestellingen binnen enkele uren te bezorgen. Marcel te Lindert werpt een blik op het **distributienetwerk van de toekomst**.

Ook in het meinumner van EtailTrends:

- Vijf innovaties op de online foodmarkt
- Crossborder e-commerce in cijfers
- De vaste rubrieken Upgrade en Newsfeed

De derde EtailTrends-editie van dit jaar verschijnt dinsdag 10 mei, samen met RetailTrends. [Klik hier voor meer informatie over een abonnement op zes keer EtailTrends en elf keer het magazine RetailTrends.](#)