

EtailTrends 5: Bakker.com, Pokémon en thema Logistiek

09-09-2016 05:30



Een geslaagde transitie van catalogusretailer tot e-commercespeler is zeker geen vanzelfsprekendheid. “Wehkamp is een succesverhaal, maar had net zo goed Neckermann kunnen heten”, zegt ceo Paul Geraeds van Bakker.com, dat zelf midden in een transitie zit van plantenpostorderaar tot e-commercespeler.

Er zijn eenvoudigere koerswijzigingen te bedenken. Geraeds vertelt in gesprek met Reinilde van Ekris over de transitie van Bakker Hillegom naar **Bakker.com** – ‘dan zaten we hier weer avond aan avond met bitterballen of sushi’ – en de zoektocht naar relevantie voor het type nieuwe klant. “Hadden we hier eerder mee kunnen beginnen? Dat denk ik wel.”

In Duitsland is de noodklok geluid: merkfabrikanten knijpen Europese webwinkels uit. Een Calimero-situatie, zo kun je de **verhouding tussen merken en onlinemarktplaatsen en kleine en middelgrote webshops** volgens Niels Achtereekte omschrijven. De positie van de grote partijen is zo sterk dat kleinere spelers zich wel moeten conformeren aan hun voorwaarden.

De overname van onlinescheermesjesverkoper Dollar Shave Club door Unilever is een voorbode voor wat komen gaat, voorspelt Robbie Kellman Baxter. Het huidige model – waarin een retailer tussen fabrikanten en merken zit, de klantgegevens én de klant bezit – is achterhaald, stelt de auteur van het boek The Membership Economy. Nieuwkomers met disruptieve businessmodellen veroveren een plek in het hart en hoofd van de consument door een ‘forever transaction’ middels het **lidmaatschapsmodel** te creëren.

Logistiek en levering zijn kritische bedrijfsprocessen. En daarmee ook de keuze voor het al dan niet aankopen van een warehousemanagementsysteem of er zelf één te ontwikkelen. Voor beide opties valt wat te zeggen. In het **thema Logistiek** aandacht voor de voors en tegens. En waar kiezen retailers voor?

Ook in het thema Logistiek: de kracht van **het Uber-model**. Uber en Lyft zetten de taxi-industrie al op de kop en nu is de retailbranche aan de beurt. De autodeeldiensten azen op de lastmilebezorging van spelers als Walmart. “Drones? Robots? Denk je eens in welke potentie de combinatie van Uber met de ondemandeconomie heeft”, zegt vicepresident e-commerce Stephen Mader van consultancyfirma Kantar Retail.

De **Pokémon Go-hype** kan niemand ontgaan zijn. Consumenten speuren massaal straten en pleinen af, op zoek naar bijzondere virtuele beestjes. Voor retailers is het spel een uitgelezen kans om de Pokémon-jagers in de winkel in te krijgen – en loyaal te maken. Amerikaanse retailers als Rebecca Minkoff en GameStop zien in de game een middel om een nieuwe community te kweken.

Verder in EtailTrends 5:

- Everlane, de Apple binnen onlinefashion
- Het vrachtvliegtuig Amazone One
- Meer in het thema Logistiek: voordeel uit de voorraad en besparen op transportkosten
- Rubrieken: Newsfeed en Upgrade

De vijfde EtailTrends-editie van dit jaar is vrijdag 9 september verschenen, samen met RetailTrends. [Klik hier voor meer informatie over een abonnement op zes keer EtailTrends en elf keer het magazine RetailTrends.](#)