

Waarom je moet stoppen met denken als een retailer

13-12-2016 09:33



In het decembernummer van RetailTrends vertellen tien experts uit binnen- en buitenland over trends en ontwikkelingen die impact gaan (of blijven) maken op de retailsector. Een van hen is Doug Stephens, oprichter van Retail Prophet en auteur van The Retail Revival.

Aan de andere kant van de oceaan is het misschien wel de meest gestelde vraag onder retailers: hoe voorkom je dat je verdrinkt in het bloedbad van Amazon? "Door te stoppen met denken als een retailer", stelt 'retailprofeet' Doug Stephens. "Amazon is geen retailer, maar een datagedreven, innovatief technologiebedrijf."

Het contrast tussen traditionele retailers en bedrijven als Amazon werd volgens Stephens eerder dit jaar goed zichtbaar. Terry Lundgren werd als ceo van Macy's geconfronteerd met de voorspelling van Cowen Research dat Amazon de warenhuisketen volgend jaar inhaalt als grootste kledingverkoper van het land. Terwijl Lundgren stelde dat Amazon binnenkort problemen rond retouren krijgt, hield topman Jeff Bezos in een robotkostuum een presentatie over robotica, kunstmatige intelligentie en ruimteonderzoek. "Hoewel de inhoud van zijn presentatie niet bekend is, kunnen we gerust zeggen dat het niet ging om de beste manier om van de damescollectie van het afgelopen seizoen af te komen."

Amazon bevindt zich in een hele andere wereld, wil Stephens maar zeggen. Een wereld waarin een eigen transportnetwerk wordt opgezet, fysieke koopknoppen het licht zien en zelfs stenen winkels worden geopend.

Retailers moeten daarom niet alleen hun concurrenten in de gaten houden, maar ook kijken naar bedrijven in de rest van het consumentenlandschap. “Wat van het businessmodel van Uber kun je toepassen? En welke lessen haal je uit de entertainmentindustrie? Als het gaat om prachtige, boeiende en onvergetelijke ervaringen kun je nog een hoop leren van een bedrijf als Disney.”

Het draait volgens Stephens niet langer om meer of minder en grotere of kleinere winkels. Het hele concept van de winkel moet op de schop. “Waarom ziet een warenhuis eruit zoals dat er nu uitziet? En belangrijker, hoe ziet een warenhuis eruit als ik een superieure winkelbeleving wil neerzetten?” Een speler die het goede voorbeeld geeft is fitnesslabel Bandier. “Zij hebben in New York een pand geopend met een groot podium, waar fitnesslessen worden gehouden. Door beroemdheden als Kim Kardashian aan zich te binden komen daar honderden mensen op af.”

Tegenwoordig kan iedereen verkopen, dus gaat het erom hoe je verkoopt. “Eigenlijk hebben we helemaal geen winkels meer nodig. Je kunt alles online kopen en je hebt het de volgende dag in huis. Iedereen die geen pure player is moet daarom op zoek naar een andere look. Wat doe jij wat uniek is? De retail moet opnieuw worden uitgevonden.”

Benieuwd wat de negen andere trends voor 2017 (en verder) zijn? Lees dan gratis de digitale decembereditie van RetailTrends. De digitale versie van ons maandelijks magazine is volledig vernieuwd en dat delen we graag. [Klik hier om het magazine te openen.](#)

[Neem ook een abonnement op RetailTrends en ontvang elf keer per jaar RetailTrends en zes keer per jaar EtailTrends.](#)