

'Stop met denken als een retailer'

14-12-2016 07:50



Retailers moeten niet alleen hun concurrenten in de gaten houden, maar ook kijken naar bedrijven in de rest van het consumentenlandschap. Het hele concept van de winkel moet namelijk op de schop, stelt retailexpert Doug Stephens in het decembernummer van RetailTrends.

Om te voorkomen dat ze ten onder gaan aan spelers als Amazon, moeten retailers volgens Stephens 'stoppen met denken als een retailer'. Amazon is ook geen retailer, maar 'een datagedreven, innovatief technologiebedrijf', stelt de oprichter van Retail Prophet. Amazon zet onder meer een eigen transportnetwerk op, lanceert fysieke koopknoppen en opent ook stenen winkels.

Retailers kunnen volgens Stephens onder meer lessen trekken uit het businessmodel van Uber of de entertainmentindustrie. "Als het gaat om prachtige, boeiende en onvergetelijke ervaringen kun je nog een hoop leren van een bedrijf als Disney", stelt hij.

Omdat iedereen tegenwoordig (online) kan verkopen, gaat het er volgens hem om hoe je verkoopt. Iedereen die geen pure player is, moet daarom op zoek naar een andere look. "De retail moet opnieuw worden uitgevonden", aldus Stephens.

Stephens is één van de tien experts uit binnen- en buitenland, die in het decembernummer van RetailTrends vertellen over trends en ontwikkelingen die impact gaan (of blijven) maken op de retailsector. Lees zijn hele

verhaal en de negen andere trends gratis in de vernieuwde, digitale decembereditie van RetailTrends. [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.](#)