

‘Technologie maakt winkelbezoek goeddeels overbodig’

11-01-2017 08:45



Waar technologie een aantal winkelervaringen zal verbeteren, maakt het andere tegelijkertijd overbodig. Zo wordt het voor een breed scala aan producten niet meer nodig om fysiek naar de winkel te gaan. Dat voorspelt retailexpert Doug Stephens in een blog, die op [RetailWatching](#) is gepubliceerd.

Auto's, huishoudelijke apparaten, huizen, kleding en zelfs ons lichaam zullen volgens Stephens in de nabije toekomst constant verbonden zijn. Merken en retailers krijgen op die manier informatie over alledaagse productbehoeften. Herhaalaankopen zoals wasmiddel en luiers worden na een biometrische goedkeuring automatisch geleverd. "Je hoeft je nooit meer af te vragen of er genoeg melk in de koelkast is, of er genoeg shampoo in de douche is en of je schoenen nog genoeg zool over hebben", aldus Stephens.

In deze 'replenishment economy' worden volgens hem de meeste aankopen digitaal verricht. Stephens verwacht dat de huidige verhouding van 85 procent aankopen in de fysieke winkel en vijftien procent online binnen twintig jaar is omgekeerd. "Uitstapjes naar fysieke winkels zijn in toenemende mate niet voor producten an sich, maar voor ervaringen met producten die online niet zijn na te bootsen", stelt hij.

Retailers die zich in deze toekomst staande kunnen houden zijn nichespelers, harde discounters, verticaal geïntegreerde merken of ervaringsgerichte retailers. Die laatste groep zal volgens Stephens namens de merken die zij vertegenwoordigen unieke ervaringen neer moeten zetten, waar ze door de merken voor worden

betaald.

Lees de volledige visie van Doug Stephens op [RetailWatching](#).