

De week in vier analyses

24-03-2017 09:54



Gepeperde meningen, rake observaties, niet te missen innovaties, opvallende onderzoeken. RetailWatching tipt wekelijks uitingen op de sociale kanalen, buitenlandse nieuwssites en andere media die een beeld geven van wat zich zoal buiten onze landsgrenzen heeft afgespeeld. Vandaag: de week in vier analyses.

De ongemakkelijke waarheid over e-commerce: het is grotendeels niet winstgevend

De vraag of er op het web wel geld wordt verdiend houdt niet alleen in ons land de gemoederen bezig. De disruptie als gevolg van e-commerce wordt ook in de Verenigde Staten erkend, maar er worden evengoed vraagtekens gezet bij het verdienmodel. Langzaam maar zeker raakt de roos uitgebloeid.

Lees verder bij Forbes: <http://bit.ly/2mXNbFK>.

VR disrupt de retail – maar niet op de manier waarop je misschien denkt

De afgelopen week stond Las Vegas – op wat gokpaleizen na – in het teken van Shoptalk. Op dit event bespreken retailexperts de meest dringende problemen waar de sector vandaag mee kampt. Er wordt veel gesproken over virtual reality, dat helemaal niet zo futuristisch is als het klinkt.

Lees verder op LinkedIn: <http://bit.ly/2nYluOY>.

Hoe de Britse retailsector afkoerst op een perfecte storm

De winkelstraten staan ook aan de andere kant van het kanaal onder druk. Zo'n drie miljard pond aan winstgevendheid dreigt te verdwijnen, als gevolg van zeker zes oorzaken. Wat nu?

Lees verder bij The Telegraph: <http://bit.ly/2nPbxGF>.

De strijd van Amazon om zich in de boodschappenmarkt van 800 miljard dollar te vechten

De introductie van de kassaloze supermarkt Amazon Go maakte de nodige tongen los. Gaat Amazon nu ook de boodschappenmarkt op z'n kop zetten? Na bijna tien jaar van kleine experimenten met de verkoop van online food, omarmt de e-commercegigant de fysieke winkels die eerst werden gemeden.

Lees verder bij Bloomberg: <http://bloom.bg/2ne80yN>.