

'Retailers zullen uiteindelijk entree heffen'

05-07-2017 09:36



Om een onvergetelijke ervaring te creëren, moeten retailers zich realiseren dat ze in de experiencebusiness werken. "Als je geld vraagt voor inwisselbare producten, zit je in de commoditybusiness", zegt auteur Joe Pine van The Experience Economy in het zomernummer van RetailTrends.

Hoewel de experience economy volgens Pine al lang aan de gang is, is dat in de retailbranche nog weinig zichtbaar. "Retailers die beleving willen bieden, moeten van leuk naar onvergetelijk." Daarvoor is volgens hem een 'experientemindset' nodig, waarbij winkels klanten laten betalen voor diensten in plaats van producten. Hij verwacht dan ook dat retailers steeds vaker toegangsgeld zullen vragen. "Je zit alleen maar in de experiencebusiness als je geld vraagt voor de tijd die klanten met je doorbrengen."

De meeste retailers geven nu nog extra waarde aan hun concept, in de vorm van een prettige experience, met het doel meer te verkopen. Experiencespelers doen het andersom, zegt Pine. Hij wijst op de Britse koffieketen Ziferblat, waar klanten per minuut betalen en daarvoor onbeperkt kunnen koffiedrinken en gebruik maken van wifi. "Ziferblat voegt waarde toe aan de tijd die consumenten in de vestiging doorbrengen, of dat nu is om te relaxen, te studeren of elkaar te ontmoeten", aldus Pine.

In het zomernummer van RetailTrends gaat Pine uitgebreid in op de kenmerken van de experience economy en geeft hij handvatten voor retailers om ermee aan de slag te gaan. [Klik hier voor meer informatie over een abonnement op RetailTrends.](#)