

Het beste van RetailTrends: week 28

17-07-2017 09:38



RetailTrends.nl richt zich op voor de retail relevante achtergronden met onder meer tips, video's, fotoreportages, columns, expertartikelen en whitepapers. RetailNews zet de vijf meest gelezen artikelen van afgelopen week op een rij.

Hoe Expert overeind blijft in een slagveld

Expert ontworstelt zich aan de malaise in de elektroniecabranche, maar dat is de keten niet helemaal komen aanwaaien. Snel na de implementatie van een nieuwe e-commercestrategie begon de retailer te groeien. "Maar zeggen dat e-commerce de voornaamste drijver achter onze groei is, vind ik te eenvoudig", [aldus directeur Dik Pijl](#).

Mama, het nieuwe kindje van de voormalig Fame-eigenaar

Arthur ter Braak nam vorig jaar afscheid van 'zijn' Fame, toen bleek dat Media Markt niet van plan was om de platenzaak uit te breiden naar andere filialen. Met het in- en doorverkopen van tweedehands baby- en peuterspullen denkt hij nu [een gat in de winkelmarkt te hebben gevonden](#).

Zo maakt Blokker zijn folder dynamisch

Digitale folders zijn voor veel retailers nu niet meer dan een klikbaar pdf-bestand. Nextail, de innovatietak van Blokker Holding, en Publitas willen daar verandering in brengen. Op Blokker.nl vinden klanten vanaf deze week een heuse 'realtime' reclamefolder. [Nextail-directeur Peter Scholtes legt uit](#).

Amazon-patenten die de retail kunnen veranderen

Je kunt veel zeggen van Amazon, maar niet dat het concern stilzit. Duizenden patenten heeft de Amerikaanse grootmacht inmiddels ingediend. In 2015 stopte de teller bijvoorbeeld pas bij 1136 aanvragen. [Een overzicht van twaalf recente patenten.](#)

Hoe Hoogvliet zijn plek zoekt in het nieuwe retailslevenwicht

Investeren in innovatie, e-commerce, een onderscheidend versaanbod én de laagste prijzen beloven? Het lijkt een lastige opgave, maar Hoogvliet doet het toch. Zijn nieuwste vestiging in Zoetermeer staat bol van de digitale noviteiten en zet de versafdeling, die de supermarktketen als een van zijn belangrijkste onderscheidende elementen ziet, nadrukkelijk in het zonnetje. Zoals eigenlijk de hele formule zich wel wat meer in de schijnwerpers mag begeven, vindt algemeen directeur Siep de Haan. [“We worden geen schreeuwers, maar wel minder bescheiden.”](#)