

De week in vier analyses

25-08-2017 11:43



Gepeperde meningen, rake observaties, niet te missen innovaties, opvallende onderzoeken. RetailTrends 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.

Dit betekent Walmarts partnership met Google

In een almaar voortdurende oorlog houdt Walmart iedere stap van Amazon nauwlettend in de gaten. Zo ook de opkomst van spraakbestelling. Amazon heeft zijn Alexa, Walmart zet nu in samenwerking met Google een vergelijkbare dienst op. Maar het is meer dan slechts een poging om Amazon uit te dagen. Het is het startpunt van een versnelling van een trend die uiteindelijk een totaal nieuwe supplychain betekent, met enorme gevolgen voor merken en retailers. Drie voorspellingen.

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

Waar moet het marketingbudget voor de feestdagen naartoe?

Het is nog volop zomer, maar voor retailers zo langzamerhand al weer tijd om naar het einde van dit jaar te kijken. Warme winters gooiden de laatste jaren vaak roet in het eten wat betreft de verkoopcijfers, met name bij kledingketens. Maar tegelijkertijd zijn de feestdagen bij uitstek een periode om extra omzet te genereren. Hoe bereik je klanten in die cruciale tijd het best? Neemt de rol van Google af, ten faveure van sociale media?

Lees verder bij Retail Dive: <http://bit.ly/2waisf6>

Klantloyaliteit: is die te koop?

Volgens recent onderzoek zijn prijs en waarde de belangrijkste factoren die consumentenloyaliteit voor merken en retailers beïnvloeden. Betekent dat dat die elementen extra benadrukt moeten worden, desnoods ten koste van andere elementen, zoals service? Dertig experts met elkaar in discussie.

Lees verder bij RetailWire: <http://bit.ly/2wM0TEm>

De twee winkeltypen van de toekomst

Alles bij elkaar sluiten er dit jaar ruim zesduizend vestigingen van grote retailers in de Verenigde Staten. Dat betekent volgens Goldman Sachs niet dat fysieke winkels hun langste tijd hebben gehad. Volgens de investeringsbank zijn er twee modellen voor fysieke retail die in de toekomst niet alleen zullen overleven, maar ook een zonnige toekomst tegemoet kunnen zien: distributiecentra en showrooms.

Lees verder bij Business Insider: <http://read.bi/2xxVttW>