

De week in vier nieuwe winkelconcepten

01-09-2017 13:56



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 nieuwe winkelconcepten.

KPRO

Wie? KPRO by KFC, om volledig te zijn. Dit nieuwe restaurantconcept van Yum! Brands debuteerde vrijdag in het Chinese Hangzhou. Een ongewone stap van de foodgigant, die we naast KFC kennen van ketens als Pizza Hut en Taco Bell. Met KPRO heeft echter ook Yum! de gezondheidstrend omarmd. De formule biedt verse, seizoensgebonden gerechten en heeft een grote rol weggelegd voor technologie in de winkel. Dit alles om de jonge bewuste consument te bereiken > <http://prn.to/2wo548K>



Roots

De bekende Canadese kleding- en accessoireretailer Roots heeft voor zijn nieuwe flagshipstore in Toronto niet alleen gekozen voor een fris design, maar voor een algehele verbetering van de winkelervaring. Zo is er de 'customization workshop', waar klanten zelf het design van hun jasje kunnen samenstellen. "Fysieke winkels zullen altijd belangrijk voor ons blijven, omdat ze een persoonlijke en sociale winkelervaring bieden", aldus ceo Jim Gabel > <http://bit.ly/2iNDIUY>



St. Ives

Een mixbar voor huidproducten, waarom ook niet? Unilever heeft er in SoHo in New York een geopend voor zijn mer St. Ives. Klanten kunnen er producten van het merk mixen tot een eigen, persoonlijke scrub of lotion. Het doel is millennials een ruimte geven waar zij zich in sterke mate betrokken voelen bij het product, vertelt brand director Suzanne Palentchar van St. Ives. "Zij zoeken niet alleen producten, maar ervaringen."

> <http://cnb.cx/2vxg19o>



Ardene

Nog meer winkelconceptnieuws uit Canada, maar nu van een fast fashionsspeler. Ardene heeft zijn eerste van een reeks winkels van groot formaat geopend in Quebec. De vestiging van bijna veertienhonderd vierkante meter moet 'de ultieme hangplek' voor jonge shoppers worden. Dus hangt er niet alleen kleding, maar zijn er oplaadplekken voor smartphones en een photo booth. Volgend jaar moeten meer van dit soort winkels hun deuren openen > <http://bit.ly/2gtGb6e>

