

De week in vier opinies

08-09-2017 13:41



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 opinies.

Waarom retail moet sterven om te overleven

De winkel van de toekomst zal het krachtigste mediakanaal worden dat een merk heeft. De klantervaringen zullen de meest winstgevende producten worden die een retailer kan verkopen. Maar om het zover te laten komen, moet retail zoals we het kennen eerst sterven.

Lees verder bij Business of Fashion: <http://bit.ly/2gNAWdS>

De strijd van winkelcentra tegen Amazon

Al voordat Amazon voet aan de grond zette in Australië, hadden de fysieke winkels er grote moeite de opkomst van e-commerce het hoofd te bieden. Nu de Amerikaanse e-commercegigant er is, moeten retailers en malls nóg creatiever worden. Dat kan maar op één manier: door samenwerking.

Lees verder bij ABC: <http://ab.co/2eRWIAu>

Is deze kleine startup een grote slag voor Walmart?

In alle grote retailontwikkelingen die over de Verenigde Staten razen, zal de overname van Affirm door Walmart niet direct het meest in het oog springen. Toch zou dit weleens de grootste gamechanger in het geweld kunnen zijn, en wel om drie redenen.

Lees verder bij RetailDive: <http://bit.ly/2vSiRWL>

Fysieke winkels slaan terug

Het gedrag van consumenten is aan sterke verandering onderhevig, maar dat betekent niet dat zij fysieke winkels voorgoed achter zich hebben gelaten. Bovendien geven retailers de strijd niet zomaar op. Niet alleen Walmart gaat Amazon te lijf, ook Best Buy is een voorbeeld van een winkelketen die zichzelf heeft heruitgevonden.

Lees verder bij BusinessDay: <http://bit.ly/2vKlK7W>