

'Retail reageert het traagst op vernieuwing'

12-10-2017 09:00



Retailers zien nieuwe mogelijkheden nog te vaak als een extraatje in plaats van als vervanging van het oude. "Het is een van de sectoren die zich het traagst wapent voor de toekomst", zegt auteur Peter Hinssen van het boek *The day after tomorrow* in het oktobernummer van [RetailTrends](#).

Bedrijven zouden volgens Hinssen veel meer naar de lange termijn dan naar de nabije toekomst moeten kijken. Dat retailers dat nog weinig doen, komt volgens hem omdat het een sector is van grote omzetten en kleine marges. "Dan is het verleidelijk om vooral naar morgen te kijken, want alleen daaraan heb je houvast", aldus de techondernemer. Inspelen op een verdere toekomst betekent volgens hem risico's nemen en investeren, iets waar in de retailsector vaak weinig ruimte voor is.

Om in te spelen op de toekomst is het volgens Hinssen vooral belangrijk om de juiste vaardigheden binnen te halen. Hij wijst op de overname van bol.com door Ahold en van Whole Foods door Amazon. Dat soort kruisbestuivingen is volgens hem belangrijk, met name vanwege de knowhow die je op die manier binnenhaalt. "Skills opbouwen is tien keer belangrijker dan technologie opbouwen."

Retailers zien technologie vaak als een middel om net iets efficiënter te zijn, zegt Hinssen verder. Dat komt volgens hem ook tot uiting in het type mensen dat in de sector op de IT-afdelingen werkt. "Die zijn vooral goed in backoffice-denken en hebben weinig skills om nieuwe mogelijkheden aan te boren."

In het oktobernummer van [RetailTrends](#) gaat Hinssen uitgebreid in op hoe vast retailers zitten in het morgen-

denken, en hoe zij de blik kunnen verleggen naar overmorgen. [Klik hier](#) voor meer informatie over een abonnement.