

## Stephens: 'Een winkel moet zijn 'fysiekheid' vieren'

17-10-2017 09:05



Retailers moeten ophouden hun zaak te beschouwen als een plek waar spullen verkocht moeten worden. “Een winkel moet zijn ‘fysiekheid’ vieren”, zegt retailfuturist Doug Stephens in het oktobernummer van RetailTrends.

Consumenten moeten volgens de opgewekte Canadees in staat zijn om producten te voelen, uit te proberen en te ervaren. Op die manier kunnen ze uitgroeien tot merkfanaten, stelt hij. Een winkel is niet langer zijn eindstation, maar juist het beginpunt.

Dat Amazon steeds nadrukkelijker in echte winkels investeert, ziet Stephens als bewijs dat het fysieke winkellandschap niet dood is. Het zit volgens hem in ons dna om naar een winkel te gaan. Hij verwacht dan ook dat Amazon na het kopen van Whole Foods nog niet klaar is. “Ze gaan iets doen in de meubelbranche, gok ik.”

Stephens verwacht dat Amazon nog ‘minstens tien jaar’ de lakens uitdeelt, maar signaleert ook voor de onderneming risico’s aan de horizon. Er komt volgens hem een moment dat het bedrijf een stabiele winstmaker wordt, waarna de markt een ander verwachtingspatroon hanteert. “Amazon is in dat speelveld geen uitdager meer die de vrijheid heeft om geld te verkwaselen onder het motto van innovatie en groei.”

Doug Stephens is een van de tien toppers uit de retail die is geïnterviewd voor het oktobernummer van RetailTrends. In deze speciale jubileumeditie is ook aandacht voor onder meer Hunkemöller, Zeeman, Patagonia en Plus. [Klik hier voor meer informatie over een abonnement op RetailTrends.](#)