

Leesvoer voor de donkere maanden

01-12-2017 12:00



RetailTrends tipt tien boeken die professionals in retail niet kunnen missen. Een selectie van de meest opvallende en inspirerende boeken die recent verschenen, over onder meer de winnaarseconomie, bol.com, Blokker en influencers.

Almost is not good enough

Andrew Jennings is voorzitter van de raad van commissarissen van HEMA, maar bovenal een bestuurder met meer dan veertig jaar ervaring in de retail. In zijn eerste boek deelt hij de geheimen over hoe retailers kunnen gedijen in een alsmaar veranderende omgeving. Wie de verkeerde afslag neemt of te langzaam beweegt, raakt de grip op de consument kwijt. Retailers moeten op een heel andere manier leren denken.

Andrew Jennings / €28

Hoera, ik heb een winkel!

Welke kansen en mogelijkheden liggen er voor jouw winkel? En welke keuzes maak jij om je te onderscheiden? Het boek *Hoera, ik heb een winkel!* van brancheorganisatie INretail onthult de fijne kneepjes van retailmarketing. Elk aspect komt aan bod – van assortiment, locatie, promotie, personeel tot aan de beste manieren om mensen te verleiden. De informatie, inzichten en interviews bieden inspiratie waarmee je direct aan de slag kunt.

Harry Bijl / €39,95

De winnaarseconomie

Koen de Leus onderzoekt wie wat te winnen of te verliezen heeft tijdens de vierde industriële revolutie. Hij gaat daarvoor te rade bij tientallen topondernemers en beleidsmakers uit binnen- en buitenland. Gaat de middenklasse, die al enkele decennia onder druk staat, eruit? Neemt de ongelijkheid verder toe?

Koen de Leus / €22,99

Retail's Seismic Shift

De retail heeft de afgelopen 25 jaar een enorme metamorfose ondergaan. De smartphone heeft een wereld van onbegrensde consumentenverwachtingen en logistieke mogelijkheden gecreëerd. Wat staat ons nog te wachten? Hoe zal de winkelervaring er in tien, twintig of zelfs vijftig jaar uitzien en hoe moeten bedrijven, klein en groot, zich daarop voorbereiden?

Michael Dart en Robin Lewis / €23

Customers the day after tomorrow

De derde fase van digitalisering is gestart. Een fase van artificiële intelligentie die de aankoopcyclus van klanten op zijn kop zet: een revolutie in zowel het verzamelen van informatie, het aankopen als de customer service. Dit boek behandelt de impact van het Internet of Things, virtuele assistenten, bots en data op de klantenrelatie. Hoe kun je klantgericht zijn in een wereld van automatisering?

Steven Van Belleghem / €29,99

Forget reach, start selling

E-commerce wint snel terrein, maar veel webwinkels hebben moeite met winst maken. Ger van den Buijs, onder meer werkzaam als solution designer bij Sligro Food Group, vertelt hoe je een winstgevende organisatie kunt worden door een unieke digitale ervaring te creëren. Zijn visie is dat klanten in het 'onlife' tijdperk ook vakmanschap, passie en realtimeverbinding verwachten.

Ger van den Buijs / €20,99

Het geheim van bol.com

Michel Schaeffer, vanaf de beginjaren deel van het team van bol.com, geeft een kijkje achter de schermen van het bedrijf in een tijdperk waarin de wereld de stap naar online maakte. Hoe werd en blijft bol.com succesvol? Een verhaal over het opnieuw uitvinden van winkelen, groot durven denken, vernieuwingsdrang en omgaan met teleurstellingen en succes.

Michel Schaeffer / €20

Influencers

Steeds meer retailers verkennen de mogelijkheden van influencermarketing. De auteur beschrijft hoe je een marketingstrategie met bloggers en vloggers effectief in de praktijk kunt brengen en hoe je een duurzame relatie opbouwt met deze nieuwe generatie merkambassadeurs. Daarnaast schetst dit boek een beeld van de stand van zaken van influencermarketing binnen Europa.

Carole Lamarque / €29,99

Blokker – Huishoudwinkel in crisistijd

Het is niet voor het eerst dat Blokker het zwaar heeft. In 1936 balanceerde het bedrijf op de rand van de afgrond. Zoon Albert keerde terug uit Nederlands-Indië en redde met eigen geld de zaak van zijn vader Jacob. Uiteindelijk groeide de zaak uit tot een winkelimperium. De ontwikkeling van de familiedynastie in beeld, met de hoogte- en dieptepunten.

Bas Nieuwenhuijsen & Richard Otto / €15,95

Reengineering retail

In dit Engelstalige vervolg op *The retail revival* verkent de auteur de aankomende revolutie in de retailbranche en consumentenmarkt. Het concept van een winkel an sich en ook het huidige economische model waarmee retailers omzet genereren, zal volgens hem veranderen. Aan de hand van internationale voorbeelden en interviews met disruptors neemt dit boek een voorschot op de toekomst.

Doug Stephens / €29,95