

De week in vijf voorspellingen voor 2018

05-01-2018 11:32



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 vijf voorspellingen voor 2018.

Besef

Na jaren die vooral in het teken stonden van de angst voor verandering, wordt dit het jaar van het besef dat verandering noodzakelijk is. Het idee dat het wel goed is zolang er groei is ten opzichte van het voorgaande jaar, volstaat niet meer, constateert retailgoeroe Walter Loeb. Verder wordt 2018 volgens hem het jaar waarin retailers zich minder focussen op een strijd tussen fysiek en online, maar meer op het creëren van ervaringen waarbij de klant meer controle krijgt. Waar 2017 het jaar was van 'digitale ontdekking', wordt 2018 het jaar waarin technologie mainstream wordt binnen de sector.

Lees verder bij Forbes: <http://bit.ly/2ClkeKJ>

Personalisatie en private label

Het begrip 'personalisatie' is verre van nieuw binnen de retail, maar volgens onderzoek van Forrester Research zullen de investeringen hierin in 2018 hoger zijn dan in andere innovaties. Verder gaat het nieuwe vormen aannemen, waarbij we een op maat gesneden marketinge-mailtje lang niet meer genoeg is. Een andere voorspelling: meer en meer retailers komen met een private label, om zo iets in handen te hebben wat moeilijk

te kopiëren is.

Lees verder bij Retail Dive: <http://bit.ly/2EZaFVp>

Hyperlokaal en 'leading in lifestyle'

De foodbranche heeft weer zijn eigen trends en ontwikkelingen. Een daarvan is dat - hoewel consumenten meer en meer globaal georiënteerd zijn - het verlangen naar voedsel uit de eigen regio ook groeit. Retailers zullen zich daarom meer gaan focussen op seizoensproducten en daartoe de samenwerking zoeken met kleinere producenten. Ook de gezondheidstrend zet zich door. De op gezondheid en levensstijl gerichte afdelingen binnen foodwinkels zullen groter worden en retailers helpen consumenten steeds meer actief om gezonder en duurzamer te leven. Labels als 'vegetarisch', 'vegan' zullen in rap tempo toenemen.

Lees verder bij Essential Retail: <http://bit.ly/2CIHaJg>

Tech, tech, tech

Om technologie kun je niet meer heen, in welk onderdeel van je bedrijfsvoering dan ook. Of het nu gaat om efficiënt voorraadmanagement, het creëren van een bijzondere klantervaring of bescherming tegen de toenemende cybercriminaliteit: de investeringen in technologie zullen het gezicht van retail in 2018 meer en meer bepalen.

Lees verder bij Economic Times: <http://bit.ly/2m1aLnw>

Stembesturing en abonnementsgekte

De opkomst van slimme speakers zoals die van Google en Amazon is al een tijdje bezig en zal dit jaar versneld doorzetten. Meer en meer consumenten geven aan van plan te zijn met hun stem te bestellen, zo blijkt uit recent onderzoek. Een andere e-commerce-trend die doorzet is het abonnement op producten. Bovendien zou die nog een stapje verder kunnen gaan. Want waarom zou je het moeten houden bij geautomatiseerde verkoop, en niet kunnen kijken naar geautomatiseerde inkoop?

Lees verder bij Ecommerce Times: <http://bit.ly/2Cs27oi>