

Dit zijn de belangrijkste retailtrends van dit moment

07-02-2018 12:30



Door Lori van Waes
Forecaster bij Crossmarks

Elk jaar houdt strategisch retailbureau Crossmarks een trendpresentatie, waarbij de retailtrends voor het nieuwe jaar worden gepresenteerd. Op 25 januari namen *treasure hunter* Nancy van der Heijden en ik het publiek in sneltreinvaart mee langs de nieuwste ontwikkelingen aan de hand van inspirerende voorbeelden wereldwijd. Met deze inzichten beginnen retailers het jaar met een strategische voorsprong.

Dit zijn dé tien belangrijkste retailtrends van dit moment in het kort:

1. Blended retail

Online en offline inrichten vanuit de kracht van het kanaal, om in de behoefte van de klant te voorzien. Van gemak tot aspiratie. Zo biedt Apple bijvoorbeeld educatieve lessen aan in elke Apple Store, waaronder coderen, fotografie, film en *expert talks*.

2. Retail playground

De klant verrassen met nieuwe functies en daarmee zorgen voor een langere verblijfsduur en verhoogde bezoekfrequentie. Fico Eataly World heeft in Bologna een foodpretpark ingericht waar de Italiaanse agrifoodcultuur op bijzondere wijze wordt gepresenteerd. Op liefst honderdduizend vierkante meter maak je op sensorische en educatieve wijze kennis met het voedsel en de biodiversiteit van Italië. Je ziet alle schakels in de keten van de voedselproductie.

3. Perfect personalization

Data gebruiken om de winkelbeleving hyper gepersonaliseerd te maken. Een plek waar alles wordt afgestemd op jouw behoeften en voorkeuren. Zo werkt Lincherie in haar stylingcenter in Amsterdam met een 3D-passpiegel. Jouw maten, merken en modellen worden na de meting opgeslagen in jouw persoonlijke account. De webshop laat vervolgens alleen maar artikelen zien die bij jouw profiel aansluiten.

4. Relationship retailing

De individuele relatie met de klant verbeteren om zo de retentie en loyaliteit te bevorderen. KLM introduceerde onlangs Flight Bundle, een strippenkaart voor vluchten binnen Europa. Een vaste prijs én altijd plek, ook in het weekend en vakanties.

5. Radical transparency

In een tijd waarin alles zichtbaar is, worden retailers en merken gedwongen om volledig transparant te zijn. Bellamy Gallery gaat bijvoorbeeld voor duurzame mode met een transparant prijskaartje. De retailer vertelt precies hoe de prijs is opgebouwd. Wat kost het ontwerp, de productie, het transport en wat verdienen ze zelf? Deze radicale transparantie is een ware revolutie in de fashionbranche.

6. Value optimized pricing

De begrippen waarde en prijs zijn variabel en complexer dan ooit. Er ontstaan variabele prijzen op basis van de waarde van het moment. Zo daalt met behulp van pricing tool Wasteless bij supermarkten de prijs naarmate de vervaldatum nadert. Minder afval én beter voor de portemonnee.

7. Ageless society

We willen niet ouder worden en zijn allemaal young at heart. De grenzen vervagen, we gaan van kalenderleeftijd naar gevoelsleeftijd. In de commercial van Nike Unlimited You speelt Sister Madonna Buder de hoofdrol, een 86-jarige non die nog steeds deelneemt aan triatlons en perfect aansluit op de filosofie van Nike: *Just do it.*

8. Personal virtual guides

De komst van virtuele persoonlijkheden die vermaken, informeren en/of genezen. Personal assistants maken het leven makkelijker. Zo is Echo Look van Amazon een persoonlijke modestylist en ontwikkelde Vinclu een vrouwelijke hologram met de naam Azuma Hikari, die naast personal assistant ook je vriendin is.

9. Automate my journey

Een gepersonaliseerde en geautomatiseerde shopping experience, precies afgestemd op de voorkeuren van de klant. Albert Heijn introduceerde de Allerhande Chatbot, die via Facebook Messenger direct antwoord geeft op al je kookvragen.

10. Powerful retail platforms

Grote retailers blijven groeien. Ze beschikken over steeds meer klantdata en maken een steeds groter deel uit van ons leven. MAGAFA, bestaande uit Microsoft, Amazon, Google (Alphabet), Apple, Facebook en Alibaba weten online en offline steeds beter te integreren. Zo verkent Alibaba bijvoorbeeld de fysieke retailwereld met innovatieve pop-up stores voor hun eigen marktplaats Tmall.