

Het beste van RetailTrends: week 18

07-05-2018 08:30



RetailTrends.nl richt zich op voor de retail relevante achtergronden met onder meer tips, video's, fotoreportages, columns, expertartikelen en whitepapers. RetailNews zet de vijf meest gelezen artikelen van afgelopen week op een rij.

Hoe 'beleving met betekenis' wél tot een hogere winkelomzet leidt

Met een goed geregisseerde beleving kan volgens Paul Rodenburg en Hans van Tellingén een positieve beleving worden toegevoegd. Zo is het een middel om een hogere winkel- en horecaomzet te genereren. Maar dan moet het volgens hen wel een 'beleving met betekenis' zijn. [Hoe werkt dat dan, een beleving met betekenis?](#)

Hoe Hudson's Bay hier ook geliefd wil worden

Hudson's Bay is al heel bekend, maar nog niet erg geliefd in Nederland. De Canadese retailer moet de consument duidelijker gaan maken waarin zijn warenhuizen zich onderscheiden, anders ziet het er somber uit. [Hierin schuilt een belangrijke taak voor Geert Crooijmans, die als hoofd van CRM verantwoordelijk is voor het creëren van loyale klanten.](#)

Een kijkje in het nieuwe vlaggenschip van Perry Sport

Hoog Catharijne is sinds zijn heropening dé plek om de nieuwste winkelconcepten van 's lands grootste retailers te bezichtigen. Zo ook van Perry Sport, dat er vorige week zijn tweede flagshipstore opende. [In de nieuwbouwvleugel van het Utrechtse winkelcentrum vind je daar onder meer elementen die 'volledig nieuw en uniek zijn voor sportretail'.](#)

Hier moet de denimretailer anno 2018 aan voldoen

Wouter Munnichs is ruim twintig jaar actief in de fashionbranche en met name de denimindustrie. Zo was hij in de jaren negentig werkzaam in de eerste Diesel Jeans-winkel, die zijn wereldprimeur in ons land beleefde. Tegenwoordig organiseert hij onder meer denimworkshops, winkelevenementen produceert hij content voor grote en kleine denimretailers en runt hij het online denimmagazine Long John. Verder werkt hij aan een online cursus voor jeanswinkeliers. [Het doel: retailers en hun personeel helpen de juiste denimervaring anno 2018 te creëren.](#)

Hoe Starbucks de rol van changemaker vervult

In het jaar dat de oorlog is verklaard aan plastic, spant Starbucks zich in om meer papier te recyclen. Sinds deze week nemen elf vestigingen in Nederland alle gebruikte papieren bekertjes in en als het aan de koffieketen ligt worden dat er snel meer. [“We hopen ook anderen in de branche te inspireren om deel te nemen.”](#)

Om interviews en achtergronden te lezen en de nieuwste winkelconcepten en video's te zien, heb je een membership nodig. Met een membership ontvang je het magazine RetailTrends, krijg je korting op onze events en kun je tot tien collega's een inlogaccount geven. [Ben je nog geen member van RetailTrends? Probeer het eerst een maand gratis!](#)