

Het beste van RetailTrends: week 19

14-05-2018 08:20



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.

De melkkoe die Action heet

De imponerende opmars van Action wordt vooral met gejuich ontvangen bij eigenaar 3i, die zijn investering inmiddels ruimschoots heeft terugverdiend. En de discounter is nog lang niet uitgegroeid, blijkt uit een presentatie van topman Sander van der Laan. Van een digitale transformatie tot de opening van proefwinkels en van meer private labels en tot negen meter aan sport: [deze ijzers heeft Action in het vuur](#).

Zo ziet de nieuwe versvisie van Albert Heijn eruit

Albert Heijn heeft zijn vestiging in het Hoofddorpse winkelcentrum Floriande vernieuwd. [De supermarktketen zet daar vol in op versproducten](#). Niet alleen is er veel meer ruimte voor vers gereserveerd, er zijn ook verschillende nieuwe concepten toegevoegd.

Klantloyaliteit: waarom consument en retailer elkaar niet begrijpen

Retailers hebben vaak de mond vol over het belang van loyale klanten en doen er veel aan die loyaliteit actief te stimuleren. Maar gebruiken ze daarvoor wel de juiste strategie? Uit een internationaal onderzoek van Oracle onder dertienduizend consumenten en vijfhonderd retailers, blijkt van niet. Wat zijn de grootste misverstanden en [wat betekenen die voor juiste toekomstige omgang met loyaliteit?](#)

De online markt wacht op niemand

Er zijn veel verschillende schattingen over de groei van de online markt, maar één ding is zeker: het online omzetaandeel per categorie neemt nog stevig toe. Olaf Zwijnenburg en Jos Voss schetsen [twee scenario's](#)

[voor de komende vijf tot tien jaar](#). Ontwrichting ligt op de loer.

Hoe Marlies Dekkers online haar wederopstanding maakte

Marlies Dekkers startte na het faillissement door met aanzienlijk minder winkels en meer focus op e-commerce, en niet zonder resultaat. Het onlineaandeel nam in vier jaar tijd toe van drie naar meer dan vijftig procent. Head of e-commerce Jerome Orlemans doet uit de doeken [hoe het roemruchte modemerken de transformatie maakte](#).

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!](#)