

'Retailers concurreren straks op databezit'

11-06-2018 08:40



De rol van geld zal de komende jaren in toenemende mate worden overgenomen door data. Dat heeft grote gevolgen voor de rol van prijs en de manier waarop retailers straks met elkaar concurreren, zegt data-expert Viktor Mayer-Schönberger in het juninummer van RetailTrends. "Het helpen vinden van wat iemand echt wil, wordt de waardepropositie van veel retailers."

Tot nu toe is de innovatie om concurrenten af te troeven altijd gedreven door menselijke ideeën, zegt Mayer-Schönberger. Maar steeds meer zijn data en machinelearning de aanjagers. Dat betekent volgens de professor dan on- en offline marktplaatsen die over meer informatie beschikken, betere matches leveren. "De datarijke marktplaats die meer kennis gebruikt dan andere datarijke marktplaatsen, zal de strijd winnen."

De opkomst van datarijke markten leidt volgens Mayer-Schönberger tot het ontstaan van zogenoemde post-price retailers. Die vorm van retail kan volgens hem op verschillende manieren. "Je kunt informatie gebruiken om de matching met de behoeften van de consument te vergroten, dan word je als retailer meer een intermediair."

Als voorbeeld van een post-price retailer noemt hij personalshoppingdienst Stitch Fix, die niet het goedkoopst is, maar iets biedt 'waar consumenten zich goed bij voelen'. "Veel retailers zijn vergeten dat hun eigenlijke taak is klanten helpen tevreden te zijn."

In het juninummer van RetailTrends gaat Mayer-Schönberger in op meer nieuwe vormen van retail die ontstaan in een datarijke economie, waaronder de terugkeer van de 'retaildwergen'. Ook staat hij stil bij de effecten op fysieke winkels. [Klik hier](#) om het magazine digitaal te lezen. Nog geen member? Klik dan [hier](#) voor meer informatie.