

'Elke supermarkt concurreert in 2065 op ervaring'

13-06-2018 09:10



Consumenten doen in 2065 hun boodschappen nog steeds in de supermarkt. Dat voorspelt de Amerikaanse retailfuturist Mike Lee in het juninummer van RetailTrends. De supermarkt van de toekomst is volgens hem 'flexibel, gecustomized, productief en meer ervaringsgericht'.

In de visie van Lee zijn geen winkelwagens of mandjes nodig. Alles wat de consument koopt, krijgt hij bij de uitgang mee bij een balie waar automatisch zijn orders zijn verwerkt. De klant houdt in de supermarkt dus zijn handen vrij om op grote interactieve beeldschermen – die de schappen vervangen – uitgebreid de levensgeschiedenis van de biologische kip of lokale wijngaard te bekijken.

In een wereld waar je alles vanuit je luie stoel kunt kopen, moet het volgens Lee de moeite waard zijn om ergens heen te gaan. Daarbij doelt hij bijvoorbeeld op mensen ontmoeten, dingen maken of ontdekken. "Elke supermarkt in 2065 concurreert op ervaring", voorziet Lee.

Het digitale aspect is volgens hem volledig in de supermarkt van de toekomst geïntegreerd. "Online bestellen, bezorging, click & collect of in de winkel shoppen – ik denk niet dat er één model overheerst. Digitaal zit in alles. Het is simpelweg de cost-of-business."

In het juninummer van RetailTrends wordt uitgebreid stilgestaan bij de supermarkt van de toekomst. Retailers hebben volgens Lee de macht om de toekomst te beïnvloeden. [Klik hier](#) om het magazine digitaal te lezen. Nog geen member? Klik dan [hier](#) voor meer informatie.