

RetailTrends 9: Henk Jan Beltman, Patagonia & de RetailRookies 2018-2019

12-09-2018 09:50



Chief chocolate officer Henk Jan Beltman van Tony's Chocolonely is gasthoofdredacteur van het septembernummer van RetailTrends. In de nieuwste editie zomeren we na met onder meer:

- Een profiel van Yvon Chouinard. Hij brengt elk jaar vijf maanden in de wildernis door. Dan praat zijn vrouw hem telefonisch bij over Patagonia
- Subscription commerce: hoe je van abonnees fans maakt
- Ieder merk wil authentiek zijn, maar zeg niet dat jouw merk authentiek is (en andere tips van Joe Pine)
- De één vindt het doorgeschooten betutteling, de ander noemt het bittere noodzaak: de suikertaks
- Op bezoek in Californië bij meesterverteller Carmine Gallo (Les 1: vertel je verhaal op een manier zodat een achtjarige het snapt)
- De RetailRookies 2018-2019, tien jonge, innovatieve concepten die de Nederlandse retail kleur geven
- En natuurlijk een interview met de chief chocolate officer van Tony's Chocolonely en gasthoofdredacteur Henk Jan Beltman

Een serieuze missie, gebracht met een lach. Zo kennen we Tony's Chocolonely, marktleider in het Nederlandse chocoladeschap. Vooral geliefd, maar blijer hoeft het merk niet te worden, vindt **Henk Jan Beltman**. "Dat we

een happyclappy-club zouden zijn, doet me pijn. Juist omdat er een kern van waarheid in schuilt.”

Sokken, condooms of een Mercedes: allerlei producten zijn via een abonnement verkrijgbaar. Niet zo vreemd, want zo’n model biedt veel voordelen. De grootste uitdaging is **van abonnees fans maken**. “Je vraagt de klant een vast deel van zijn inkomen over te maken aan een digitaal bedrijf dat hij nog nooit heeft gezien. Dan moet je wel met iets goeds komen.”

Hij is miljardair, maar je vindt hem eerder op een surfboard dan in een boardroom. Tussen het bergbeklimmen, vliegvisserij en surfen door bedenkt hij wat ‘wilde en gekke ideeën’ die anderen daarna mogen vormgeven. Maak kennis met **Yvon Chouinard**: oprichter van outdoorketen Patagonia en vooral milieuactivist.

Ons brein kan niet anders dan verleid worden door een goed verhaal. Dat is de stellige overtuiging van **meesterverteller Carmine Gallo**, nadat hij honderden uren sprak met onder meer psychologen, retailers en kunstmatige intelligentie-programmeurs. Een gesprek over de kracht van storytelling én tips om die macht in te zetten. “Kijk je retailverhaal af bij Hollywood.”

We willen allemaal ‘**authentiek**’ zijn (en ondertussen kunnen we het woord niet meer horen). In tijden van fakenews en datalekken verlangt de consument misschien wel meer dan ooit naar betrouwbare bakens. Voorlopers als Starbucks en IKEA begrijpen dat. Een duik in de abstracte materie van echtheid. “Zeg vooral niet dat je authentiek bent.”

Ze ruiken kansen, tonen lef én dragen bij aan consumentenverwachtingen. Maak kennis met de **RetailRookies 2018-2019**: tien innovatieve pioniers die op nieuwe manieren inspelen op consumentenbehoeften en de retail kleur geven. Deze vijfde editie is samengesteld door de redactie in samenwerking met gasthoofdredacteur Henk Jan Beltman.

De één vindt het doorgeschooten betutteling, de ander noemt het bittere noodzaak: de **suikertaks**. Veertig landen hebben de heffing inmiddels ingevoerd. Daar betalen consumenten vooral meer voor frisdrank dat veel suikerklontjes bevat. De vraag is of dit echt helpt tegen overgewicht en een ongezonde levensstijl, of dat het een sweet dream is. Vijf meningen.

Het nieuwste nummer van RetailTrends verschijnt op 6 september. Ben jij ook member van RetailTrends? Je ontvangt dan iedere maand het printmagazine van RetailTrends, plus:

- Toegang tot de digitale editie van het magazine
- 10 extra gebruikersaccounts voor je collega’s
- Korting op een aantal RetailTrends-events
- Onbeperkt toegang tot RetailTrends.nl
- Iedere dag het laatste nieuws in je mailbox
- Toegang tot het volledige archief
- De mogelijkheid je persoonlijke nieuwspagina samen te stellen

Nog geen member? [Klik hier voor meer informatie.](#)