Het beste van RetailTrends: week 38

24-09-2018 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.

E-commerce is het domste businessmodel ter wereld: de webwinkel als sterfhuisconstructie
Een webwinkel runnen is volgens Hans van Tellingen, Tadek Solarz en Ernest Schaapman een tamelijk domme activiteit, waarmee je zelden winst kunt maken. Het zou een publiek geheim zijn dat het weerstandsvermogen van veel online bedrijven nauwelijks iets voorstelt. Kunnen we binnenkort een bloedbad verwachten?

Hoe gaat het met Alibaba in Nederland?
Alibaba landde ruim twee jaar terug als donderslag bij heldere hemel in Amsterdam. Wat hebben die eerste twee jaren van inspanningen opgeleverd, en wanneer worden de rollen omgedraaid en gaat Alibaba de Nederlandse markt bedienen? Managing director Roland Palmer praat ons bij.

Hoe technologie de fysieke supermarkt helpt floreren
Nederland is Europees kampioen online boodschappen doen. Vorig jaar kocht 29 procent van de consumenten uit ons land levensmiddelen op het internet. Daarmee zijn ‘we’ zelfs het Verenigd Koninkrijk voorbij, dat toch altijd als voorloper op het gebied van online boodschappen doen werd gezien. Betekent dat ook dat de glorietijden voor fysieke supermarkten voorbij zijn? Niet voor de winkels die ‘het beste van twee werelden samenbrengen’.

Zo brengt Zara technologie en authentieke schoonheid samen
Zara heeft de deuren heropend van zijn winkel in Milaan. En deze heropening is er één van een overtreffende trap. De winkel is de meest technologisch geavanceerde van de keten. Het is de voorloper van alle andere Zara-winkels die in 2020 uitgerust moeten zijn met de meest moderne technologie. In Milaan komen technologie en authentieke schoonheid samen aan de Corso Vittorio Emanuele.

Dichter bij de klant komen? Zo pakt Dungelmann het aan
De klantenservice als open keuken op de winkelvloer. Het is een van de manieren waarop schoenenketen Dungelmann de 'omnichannelgedachte' in de praktijk brengt. Directeur Loes Lieste-van de Velde over klantonderzoek, beleving en levermomenten. "De schoenenbranche is nog een beetje ouderwets."

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!