

RetailTrends 11: Balr, Nike, Zalando en What's Next in Tech

07-11-2018 08:00



Met bekende voetballers als aandeelhouder én uithangbord is **Balr** in no time uitgegroeid tot een miljoenenmerk. Influencers zorgen dat steeds meer jongeren het logo dragen. Topman Juul Manders over hypes, mini-celebrity's, druk op de cashflow en de eeuwige onrust om de top te bereiken. "Ons doel is om een top twintig global brand te zijn."

Balr verdubbelt ieder jaar zijn omzet. Dit jaar ligt het merk op koers om van 7,5 naar achttien miljoen omzet te groeien. "Dat doen we met winst, maar winst is niet het hoogste doel", zegt Manders in gesprek met Nick Möller. Het geld wordt voor het grootste gedeelte weer in het bedrijf gestoken. "Met de snelle groei die wij elke dag doormaken, staat de cashflow altijd onder druk."

De wereld achter koffie ontdekken, dat is waar **Nespresso's** nieuwe winkelconcept om draait. Experimenteren met recepten, je eigen smaakcreëren en advies van een koffiespecialist zijn daarbij onmisbare elementen. Na openingen in de Verenigde Staten, Frankrijk en Groot-Brittannië is het nu de beurt aan Nederland. "Hier moeten mensen staan die het concept dragen, om echt impact te kunnen maken", vertelt commercieel directeur Herman Rooswinkel aan de bar van de boutique in Arnhem.

Meten is weten, behalve in het geval van **experientiemarketing**. Het succes daarvan laat zich niet zomaar omrekenen naar keiharde euro's, aldus brandingexpert Paul Stanway. "Als we serieus gaan nadenken over meetmethodes, dan moeten we van de gedachte af dat er een standaardmethode bestaat", zegt hij tegen

Mathijs Schiffers.

Just do it. Nike's beroemde credo lijkt vandaag de dag eerder een missie dan een slogan. Waar veel retailers blijven hangen in strategische discussies, doet **Nike** gewoon en creëert zo een nieuwe standaard voor retail. En dat terwijl het in de eerste plaats nog altijd vooral een merk is. Een greep uit de slimste en meest vooruitstrevende ideeën én 29 dingen die je waarschijnlijk niet wist over Nike.

In de special **What's Next in Tech** staan we uitgebreid stil bij belangrijke technologische ontwikkelingen in de retail. Zo nemen we een kijkje in de keuken van **Zalando**, dat in tien jaar tijd is uitgegroeid tot de grootste online modeverkoper van Europa. Hoe wapent het Duitse platform zich voor het komende decennium? Voor het antwoord brengen we een bezoek aan het hoofdkwartier in Berlijn. Spoiler: iets met data, data en nog eens data.

Een taxi bestellen we via Uber, een schoonmaker met Helpling en een maaltijd op Deliveroo. Met een druk op de knop krijgen we wat we willen, wanneer we dat willen. Rens Liemand zat een jaar aan de andere kant van die knop en verdiende zijn brood in de **ondemandeconomie**. Verder onderscheiden we de **gimmicks** van de technologische tools die daadwerkelijk relevant zijn en duiken we in de wereld van virtuele influencers, hologramgeliefden en motion capture. Wat als **de nieuwe realiteit verzonnen** is?

De nieuwste editie van RetailTrends verschijnt op **9 november**. 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.](#)