RetailTrends 3: Charlie Temple, vertical farming en achter de schermen van JD.com

06-03-2019 08:00



Amper tweeënhalf jaar na de start van Charlie Temple heeft Leon Planken zijn geesteskind van de hand gedaan aan marktleider GrandVision. En hoewel zo'n verkoop altijd zijn doel was, betekent het niet dat de grote missie is voltooid. In 2021 moet Charlie Temple de grootste online brillenverkoper van Europa zijn.

Planken houdt zich tegenwoordig minder bezig met de dagelijkse operatie. "Dat wil niet zeggen dat ik minder ga werken, maar dat ik weer eens uit het raam kan turen en bij mezelf denk: 'Hé, zullen we dat eens proberen?'." Om zich heen verzamelt hij digitale specialisten. Charlie Temple heeft een grote aantrekkingskracht, stelt hij. "We zijn het bedrijf van de toekomst. Ik wil ons niet met Amazon vergelijken, maar je mag je wel spiegelen. Wij voelen ons de Amazon van *eyewear*."

Willem Treep wil verandering in de voedselketen. De oprichter van voormalig versconcept Willem&Drees ontwikkelde daarom de onlinemarktplaats Foodshed waar kleinschalige producenten, horeca en retailers elkaar treffen. Treep streeft naar wat hij de democratisering en inkorting van de voedselketen noemt. "Ook de kleinere jongens moeten een plek krijgen op de markt. Dit verstevigt het systeem."

Shoppende mannen, die staan toch buiten te wachten terwijl hun geliefde binnen de rekken afstruint? Fout, stellen de Amerikaanse onderzoekers van First Insight in ‘The rise of the new male power shopper’. Shoppen is niet langer een domein dat wordt gedomineerd door dames. De mannelijke superconsument rukt op en hij heeft een heel ander verlanglijstje dan zijn vrouwelijke tegenhangers.

Hagelslag, wc-papier, een halfje volkoren en wacht, nog even een trosje tomaten plukken. Indoor stadslandbouw groeit als kool. Whole Foods Market beet al even geleden de spits af en inmiddels schieten de eerste moestuinen op bij Albert Heijn en Jumbo. Suzanne Geurts duikt in hun beweegredenen.

De belofte van dronebezorging mag dan moeizaam worden ingelost, e-commerceplatform Aha bewijst in IJsland dat het geen gimmick is. Topman Maron Kristófersson over torenhoge bezorgkosten, het belang van schaalbaarheid en dealen met extreme weersomstandigheden. “Het IJslandse weer is het beste wat ons kan overkomen.”

Waarom zou je een innovatie voor jezelf houden? De driepuntsgordel van Volvo heeft veel levens gered doordat de uitvinding niet is gepatenteerd en – dus ook door concurrenten – kon worden toegepast. Aangejaagd door het belang van positieve impact op milieu en maatschappij kiezen retailmerken als McDonald’s en Starbucks voor opensource samenwerkingen. Slim, want het is voor consumenten een krachtige uiting van hun merkidentiteit.

Je zou het bijna vergeten, maar de nummer één in de Chinese e-commercemarkt is niet Alibaba. Met een jaaromzet van meer dan 55 miljard euro gaat die eretitel naar JD.com. Klantvertrouwen en razendsnelle bezorging zijn de belangrijkste pilaren onder het succes van deze mastodont. Correspondent Sjoerd den Daas neemt een kijkje in de keuken.

De nieuwste editie van RetailTrends verschijnt op **8 maart**. 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.