

Zo versterkt IKEA met technologie zijn identiteit

22-05-2019 13:56



IKEA heeft al 75 jaar lang het doel om het alledaagse leven van zijn klant beter te maken. Dat doet het naar eigen zeggen op een simpele, verantwoorde en bescheiden maar daadkrachtige manier. Doordat technologie een steeds belangrijkere rol gaat spelen, is het nog belangrijker om verbonden te blijven met de identiteit van het bedrijf. Dat stelt Barbara Martin Coppola, chief digital officer van Ingka Group, de strategische partner van IKEA, in haar presentatie op het World Retail Congres.

Esther Schaap