

Het beste van RetailTrends: week 39

30-09-2019 08:10



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.

Zo wil Riviera Maison groeien en ontzorgen

Riviera Maison groeide de afgelopen decennia uit van retailer tot een internationaal interieurmerk, met zo'n 25 eigen winkels en honderden dealers. Tot in Zuid-Korea aan toe. Maar met eigen winkels in allerlei landen heeft oprichter en eigenaar Henk Teunissen (62) het wel een beetje gehad. [Hij vertelt waar Riviera Maison wél wil groeien en heeft het over andere plannen.](#)

Zo wil bol.com de klant aan zich binden

Bol.com groeide binnen twintig jaar uit tot de grootste webwinkel van ons land. Het platform biedt zo'n 21 miljoen artikelen aan, werkt met meer dan twintigduizend verkooppartners samen en bedient tien miljoen klanten verspreid over Nederland en België. Met zo'n uitgebreid klantenbestand is loyaliteit volgens de webwinkel in toenemende mate van belang. [Hoe doet bol.com dat?](#)

Waarom mobiel betalen niet genoeg is

Is Nederland klaar voor mobiel betalen? Wat betreft OK-app is het antwoord 'volmondig nee'. Dat klinkt wellicht vreemd uit de mond van een partij die werkt aan een mobiele portemonnee, maar dat komt omdat we breder

moeten kijken dan de transactie alleen, [zegt Bart Hendriksz](#). Hij is bij OK-app verantwoordelijk voor business development.

Hoe Babor een lovebrand in Nederland wil worden

Het Duitse Babor opende afgelopen week voor het eerst een winkel in ons land. Het cosmeticamerk heeft zijn intrek genomen in het pand van het Amsterdamse modemerkt Laundry Industry, waar de merken fashion en beauty samen willen laten komen. [Een gesprek over hoe Babor onder meer brand awareness wil genereren.](#)

Hoe Uniqlo met Japanse eenvoud groots kan dromen

Eenvoudige ontwerpen, betaalbare prijzen en duurzaam geproduceerde kleding die lang meegaat. Dat is naar eigen zeggen het Japanse Uniqlo in een notendop. [Een gesprek met ceo en oprichter Tadashi Yanai](#) over onder meer zijn kijk op duurzaamheid, de plannen van het merk in Europa en de toekomst van Uniqlo.