

Het beste van RetailTrends: week 42

21-10-2019 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.

Hoe Paagman werkt aan de boekwinkel van de toekomst

Geen horecagelegenheid, postagentschap of andere 'toeters en bellen'. Boekhandel Paagman wil zich met zijn nieuwe winkel in het toekomstige Westfield Mall of the Netherlands presenteren zoals thuisstad Den Haag de retailer kent: een specialist met een groot aanbod. Maar dan wel in een innovatief jasje. Een spannende stap voor het familiebedrijf, geeft eigenaar Fabian Paagman toe. "[Het is geen gegarandeerd succesverhaal.](#)"

IKEA's succesvolle formule blootgelegd

Waarom plaatst IKEA bewust overal spiegels en gebruikt het woonwarenhuis zoveel wit in zijn filialen? En waarom blijven klanten maar terugkomen voor de Zweedse gehaktballetjes, om vervolgens veel meer te kopen dan ze nodig hebben? Dat zie je [in deze video](#).

Betekent fusie met Udea het einde van Marqt?

Het in financiële problemen verkerende Marqt gaat samen met Udea, het bedrijf achter Ekoplaza. Daarmee heeft tenminste een meerderheid van de aandeelhouders ingestemd. "Een logische stap", vindt retaildeskundige Rupert Parker Brady, die verwacht dat het een kwestie van tijd is [dat de formule Marqt](#)

[verdwijnt.](#)

House of Einstein: 'De kracht van retail ligt bij personalisatie'

Een kledingbox aangepast op persoonlijke smaak en samengesteld door een personal shopper. Dat is het concept van het Nederlandse House of Einstein. Een box bevat twee complete outfits, maar klanten kunnen ook langskomen voor shoppen op afspraak. Inmiddels is het platform van House of Einstein opengesteld voor andere retailers. Onder de naam Gustein kan [elke retailer een eigen personal shopping service starten](#).

Wallonië, de springplank naar Frankrijk voor de Nederlandse retailer?

Steeds meer retailers trekken naar het zuiden van België om in Wallonië de markt te verkennen. Zo lanceerde bol.com onlangs een Franstalige app, zet etailer T.O.M. een eerste stap op de Franse markt en ook 123inkt vertaalde voor Wallonië zijn website. Is er sprake van een trend? En wellicht belangrijker nog: [wat zien Nederlandse retailers in dat gebied tussen Vlaanderen en Frankrijk?](#)