

Het beste van RetailTrends: week 44

04-11-2019 08:00



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 Ace & Tate inspeelt op de toekomst (zonder die te kennen)

Kun je je retailorganisatie gereed maken voor toekomstige technologieën en interfaces, waarvan je nu nog niet weet welke dat zullen zijn? Jazeker, zegt cio Jons Janssens van Ace & Tate, spreker tijdens What's Next in Retail Tech. [We vragen hem hoe.](#)

Shoebys: 'Personal shopping? Dat deden wij 38 jaar geleden al'

Kledingketen Shoebys, met ongeveer 225 winkels, houdt al 38 jaar stand. Sterker nog: er komen volgend jaar vijftien zaken bij. Wat is het geheim van Shoebys? [We vroegen het eigenares Mieke van Deursen.](#)

Waarom IKEA zijn klanten niet wil opvoeden, maar wel wil meenemen

IKEA opent wereldwijd stadswinkels, draait een pilot met een compleet nieuwe winkel in Groningen en is vorig jaar gestart met het verhuren van meubels. Zo zoekt de Zweedse meubelgigant naar nieuwe manieren om tegemoet te komen aan de behoeften van de klant van nu, de klant te betrekken in zijn strategie en een bijdrage te leveren aan een beter klimaat. De volgende zet? [In 2030 al zijn producten circulair maken.](#)

Hoe Hooghoudt jenever weer op de kaart zet

Aantrekkelijk worden en blijven voor jonge doelgroepen is voor ieder merk een uitdaging, maar voor Hooghoudt helemaal. Want jenever, dat is toch een typische oudemannendrank? Daarom besloot het iconische Groningse merk, dat vorig jaar zijn 130ste verjaardag vierde, tot een radicale vernieuwingsslag. [We spraken met algemeen directeur Arno Donkersloot.](#)

Hoe Anna van Toor al een eeuw relevant is voor zijn klanten

Anna van Toor nam dit jaar het kledingmerk Moscow over van het failliet verklaarde Via Mio. "We vonden het zonde om het merk te laten gaan. Moscow heeft een echte merkidentiteit en sluit aan op onze activiteiten", [vertelt directeur Jan Paul van Toor.](#) Een gesprek over de plannen met Moscow, de voordelen van een familiebedrijf en hoe je als retailer relevant bent voor de klant.