

Het beste van RetailTrends: week 45

09-11-2020 08:20



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.

Wehkamp: 'Het wiel is in Nederland te vaak opnieuw uitgevonden'

Van postorderbedrijf naar datagedreven organisatie, dat lijkt de transformatie die Wehkamp de afgelopen vijftien jaar heeft doorgemaakt. De webwinkel weet tegenwoordig alles van het online shopgedrag van zijn klanten en speelt daar handig op in. "Je kan het precies zien als de klant eerst vakantieproducten aanschaft en een paar maanden later babyproducten. Dat zie je netjes terug", [vertelt lead data scientist Tom Mulder lachend](#)

Waarom Josh V ondanks corona rekt op een recordomzet

Hoewel het pittige tijden zijn voor de fashionbranche stevent modelabel Josh V naar eigen zeggen af op een recordomzet. RetailTrends vroeg oprichter en influencer Josh Veldhuizen naar de succesfactor van haar label. ["Brandstores passen niet binnen onze strategie."](#)

Zo kijkt L'Oréal naar de digitale toekomst

De online volwassenheid van allerlei groepen consumentenartikelen heeft een flinke boost gekregen door de coronacrisis. Zo ook de beautymarkt, weet e-commerce country lead Matthijs Kassies van L'Oréal. ["Fysieke](#)

[retail kan niet meer zonder online.](#)“

De barcode (r)evolutie: klant en retailer winnen

Technologie is belangrijk voor de retailsector. Op verschillende plaatsen worden nieuwe technologieën ontwikkeld of bestaande technologieën doorontwikkeld. De Future Store Arnhem is zo'n plaats en het verder ontwikkelen van de barcode is een voorbeeld van een innovatie. Het is meer als een evolutie dan een revolutie. Een revolutie kent vaak winnaars en verliezers. Het bijzondere van deze evolutie is dat [zowel de klant als de retailer winnen en er in de hele waardeketen nieuwe kansen ontstaan](#).

Dit is IKEA's eerste tweedehands winkel

IKEA heeft in Zweden zijn allereerste tweedehandswinkel geopend. De winkel is onderdeel van IKEA's strategie om een duurzamer en circulair product aan te bieden. [Ruptly sprak met Jonas Carlehed](#), de sustainability manager van IKEA Zweden over hoe deze tweedehandswinkel bijdraagt aan het reduceren van de CO2-voetafdruk van de retailer.