

Het beste van RetailTrends: week 13

06-04-2021 08:30



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.

Waarom het mediamerk van Chantal Janzen de wind mee heeft

Een bekende Nederlander als merk: garantie voor succes, of toch ook keihard werken? [Dat vroeg RetailTrends aan Bram de Leeuw](#), creative strategy director bij &C – het contentmerk van presentatrice en actrice Chantal Janzen. "Het is niet gelijk gezegd dat wij Chantal hebben en dat daardoor alles van een leien dakje gaat."

Hoe Bristol weer uit het rood wil komen

Met een nieuwe kapitaalinjectie en strategie zoekt Bristol weer de weg omhoog. De winstgevendheid vergroten, een nieuwe doelgroep aanboren en de merkperceptie verbeteren zijn belangrijke onderdelen, [vertelt ceo Elise Vanaudenhove](#).

1 april: Jamin wordt Japlust, pizza zonder ananas en soep mét ananas

Menig marketingafdeling maakte de afgelopen dagen overuren. 1 april, daar moeten we iets mee! Ook retailers lieten zich niet onbetuigd. [Een overzicht met grappen en grollen uit eigen land](#).

Hoe Starbucks (met vallen en opstaan) kwam waar het nu staat

Starbucks bestaat vijftig jaar en is met afstand de grootste koffieketen ter wereld. [Grote man achter het succes is Howard Schultz](#), die Amerikanen echte koffie leerde drinken en van zijn Starbucks een iconisch merk maakte.

Breng de oerfunctie van de binnenstad terug: boodschappen doen

Er moet meer aandacht komen voor de oerfunctie van de binnenstad en winkelstraat: 'boodschappen halen'. Dan zorgen we weer voor natuurlijke traffic en bedrijvigheid. Dat betoogt Richard Wermelink, merk- en innovatiespecialist in zijn blog.