“Shoppen is reden van ons bestaan”

30-06-2006 00:00

“Shoppen is de reden van ons bestaan”, meent designspecialist Rodney Fitch. Innoveren lijkt onze tweede beweegreden”. Fitch deed zijn uitspraken op het congres Verleiding op de Winkelvloer, in een organisatie van Euroforum. De auteur van "Retail branding" (zie RetailBooks) beseft dat grote economische uitdagingen wachten voor de retailers, zoals de 300 grote shoppingcentra die tegen 2010 in India worden opgetrokken. Maar shoppen is meer dan een winstgevende branche, het betekent voor het individu de uitgelezen manier om zich te ontplooien. Kernvoorwaarde voor die zelfontplooiing is evenwel de innovatie van de winkelbeleving.

De ideale winkelwereld legt Finch uit met een woordspelletje. Retail betekent in het Engels ook verhaaltjes vertellen. Als retailers naast aandacht voor de verkoop ook focussen op de verhaallijn van de winkelbeleving en constant innoveren, “wordt winkelen nog meer dan vandaag de reden van het bestaan”.

Voor een uitgebreid verslag van het congres in woord en beeld, lees RetailAgenda.nl.