

Retail in 2015

21-08-2006 00:00

De retailsector en het consumentengedrag evolueren razendsnel. Studies schetsen onzekere en vaak onderling tegenstrijdige trends. Deze week elke dag twee trends die de retail in 2015 bepalen.

RetailTrend 1: de consument als doe-het-zelver

Precies aan de wensen van klanten voldoen, wordt voor retailers met de dag moeilijker. De klant neemt dan ook meer en meer het heft in eigen handen. Automatische kassa's en self-service blijven daarom niet meer beperkt tot pilots, maar zijn ingeburgerd in retailland.

RetailTrend 2: niets tussen duur en goedkoop

Het middensegment zette de voorbije decennia de toon. Betaalbare producten voor een grote groep, zetten de toon op de markt. Het midden van de markt verdampt stilaan en in 2015 zijn producten exclusief of spotgoedkoop. Consumenten shoppen zowel in een hard discounter als een delicatessenzaak. Een topje van de H&M dragen klanten in 2015 zonder schroom met een broek van Dolce & Gabbana.