

Q&A Jam Session

Terugblik op april 2016

Deze maandelijkse update geeft inzicht in de trends die je in de afgelopen maand niet hebt mogen missen! Met het doel te informeren en inspireren zijn de trends beschreven aan de hand van 'why is it cool?' en 'wat is het doel?'. De trendcategorieën die deze maand centraal staan zijn: Transparantie, Nieuwe Markten en Consuminderen. Op pagina 4 kun je meer informatie vinden over de Retail ranking.



Transparantie

De consument verwacht dat de retailer open en eerlijk is en bewust omgaat met milieu en natuur.

Kidbox geeft wijze les aan kinderen

Why is it cool?

Kidbox focust zich volledig op kinderen en doet dit op een bijzondere manier. Kidbox voorziet enerzijds in nieuwe kleding maar draagt anderzijds ook bij aan een betere wereld. Om de inhoud van de kledingbox te bepalen, vullen het kind en de ouder een vragenlijst in. Het team van Kidbox vult vervolgens de box, op basis van de uitkomsten van de vragenlijst, met kleding. Door een Kidbox te kopen ontvang je een doos met zes tot zeven nieuwe kledingstukken van merken met een hoge kwaliteit, maar doneert het bedrijf ook kleding aan kinderen in nood.



Wat is het doel?

Haim Dabah, de bedenker van Kidbox, heeft een unieke propositie gecreëerd waar ouders en kinderen van kunnen profiteren. De gedachte achter de Kidbox is namelijk dat kinderen moeten leren hoe fijn het is wanneer zij kleding ontvangen van een ander, in dit geval hun ouders. Uiteindelijk bepaalt het kind waar de gedoneerde kleding naartoe gaat. Dit kan variëren van dakloze kinderen tot militaire families.

Bubble Post zet fiets met koeling in

Why is it cool?

De Vlaamse start-up Bubble Post, een Belgische koeriersdienst, heeft een nóg duurzamere manier gevonden om versproducten te transporteren door drukke stadscentra, namelijk met de cargofiets die voorzien is van koelruimtes. Voorheen werden de versproducten alleen geleverd met de elektrische voertuigen die voorzien waren van koelruimtes. Het merendeel van de leveringen vindt per fiets plaats. Met de komst van de gekoelde cargofiets breidt de start-up dan ook zijn service voor versproducten uit.



Wat is het doel?

Deze alternatieve transportmethode is een duurzame oplossing en biedt Bubble Post veel oplossingen. Zo heeft de fiets minder last van lange files, zorgt de fiets voor snellere bezorging in stadscentra en wordt uiteindelijk de CO2-uitstoot gereduceerd. In Nederland is de koeriersdienst actief in Amsterdam, Utrecht, Rotterdam, Eindhoven en Breda. Bubble Post bezorgt voor bedrijven als Staples, Bloomon en Vente-Exclusive.com.



Nieuwe Markten

Opkomende markten bieden enorme winst- en groei mogelijkheden voor internationale retailers.

IKEA stapt in de fietsbranche

Why is it cool?

Komende zomer kun je bij IKEA, naast meubels en woonaccessoires, ook een nieuwe fiets aanschaffen. De fiets zal verkocht worden onder de naam 'Sladda'. Anders dan de gewone fietsen bevat de fiets geen ketting maar een roest- en onderhoudsvrije aandrijfriem, die gemiddeld vijftienduizend kilometer meegaat. De fiets kan, aan de hand van een gemakkelijk kliksysteem, eenvoudig uitgebreid worden met bijpassende accessoires als een fietstas, fietsmand of bagagedrager. De prijs van de fiets zal 699 euro zijn. Klanten die lid zijn van IKEA FAMILY krijgen een korting van tweehonderd euro.

SLADDA



Wat is het doel?

IKEA is niet de enige retailer die kansen ziet op de fietsenmarkt. Zo verkoopt bijvoorbeeld Media Markt ook fietsen en is het bedrijf deze maand gestart met de verkoop van E-bikes. In tegenstelling tot Media Markt lanceert IKEA een geheel nieuw merk en gaat deze geen bestaande fietsmerken verkopen.

Rituals krijgt eigen shop-in-shop bij Bol.com

Why is it cool?

Rituals gaat verschillende van haar populaire lijnen aanbieden in een eigen shop-in-shop bij Bol.com. De pure player biedt Rituals een geheel eigen platform, met een eigen huisstijl, tussen andere grote namen als Etos en Yves Rocher. Consumenten die producten van Rituals bij de pure player kopen, kunnen de producten dezelfde dag nog ophalen bij een afhaalpunt van Albert Heijn.

Wat is het doel?

Rituals is al jaren één van de meest gebruikte zoektermen binnen de Mooi & Gezond categorie van Bol.com. Het is dan ook niet gek dat Bol.com en Rituals de handen ineen hebben geslagen.

Starbucks opent 'Evenings' op Schiphol

Why is it cool?

Iedereen kent Starbucks natuurlijk van de kopjes koffie, maar sinds kort kun je bij Starbucks op Schiphol terecht voor meer dan dat. Eind april opende de koffieketen zijn nieuwe concept 'Starbucks Evenings' waar klanten ook terecht kunnen voor een biertje, wijntje en diverse hapjes. Het concept is oorspronkelijk ontstaan in de Verenigde Staten, waar de nieuwe formule al wordt toegepast in meer dan 300 vestigingen.

Wat is het doel?

Door naast koffie ook kleine gerechten en alcoholische drankjes te gaan serveren, wil Starbucks op meerdere momenten van de dag relevant zijn voor de klant. Voornamelijk in de late avondurtjes hoopt de keten op Schiphol reizigers aan te trekken met deze nieuwe toevoeging aan het menu.

D-reizen wordt meer 'futureproof'

Why is it cool?

Met een VR-bril alvast je reisbestemming ontdekken? Binnenkort is dat mogelijk bij D-reizen. Met haar vijftigste verjaardag in aantocht introduceert de vakantieaanbieder een geheel nieuw winkelconcept, dat uiteindelijk meer 'futureproof' moet zijn. De vakantieaanbieder gaat in april van start met het op grote schaal aanpassen van alle winkels. In de nieuwe winkels zal onder meer virtual reality een rol gaan spelen.

Wat is het doel?

D-reizen wil over vijf jaar nog steeds met een paar honderd winkels haar consumenten dichtbij zich houden en fysiek van advies kunnen voorzien. D-reizen verwacht dat in de klassieke opzet dit niet meer zal gaan, daarom wordt de inrichting flink onder handen genomen om voor de klant relevant te blijven.



Consuminderen

Consumenten hebben een terughoudend koopgedrag, maar verwachten wel hoge prestaties van de retailers.

Tweedehands elektronica (ver)kopen bij reBuy

Why is it cool?

Wat te doen met een oude tv of digitale camera? Marktplaats, zouden velen denken! Voor de Nederlandse consument is het sinds kort ook mogelijk om elektronische tweedehandse producten te verhandelen via het Duitse reBuy. De concurrent van het Nederlandse Leapp biedt consumenten de mogelijkheid hun smartphones, tablets, consoles, camera's en smartwatches zonder kosten op te sturen naar het 10.000 vierkante meter grote distributiecentrum in Berlijn. Hier worden alle artikelen gecheckt en waar nodig hersteld om vervolgens weer door te verkopen. En het tegoed vanuit de verkoop: dat gaat weer terug naar de consument.

Wat is het doel?

In veel Europese landen wordt er ingespeeld op de huidige deeleconomie. We zien dan ook steeds meer aanbieders op dit gebied. Het Duitse reBuy ziet zichzelf als de grootste Europese online marktleider in de categorie elektronische apparatuur. Naast Duitsland, Frankrijk en Oostenrijk kunnen nu ook Nederlandse consumenten hun tweedehandse apparaten opsturen. Hierdoor verwerkt het bedrijf met ruim 500 medewerkers meer dan 100.000 producten per dag. Inmiddels heeft het bedrijf al voor meer dan 2,5 miljoen producten een nieuwe eigenaar gevonden.

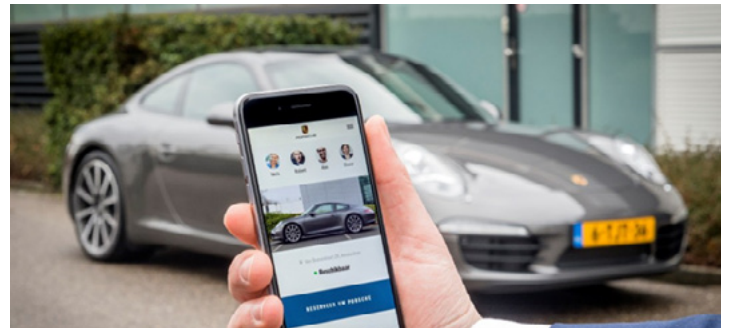
Deel een Porsche met vrienden

Why is it cool?

Je auto delen met anderen. Op zich is daar niets nieuws aan. Ruim honderdduizend particuliere autobezitters doen dit namelijk al. Maar een luxe wagen als een Porsche delen is wel iets nieuws onder de zon! Door een auto te delen wordt een collectieve leaseconstructie mogelijk, waardoor één Porsche geleased kan worden door twee, drie of zelfs vier personen tegen een vast maandbedrag. Benieuwd hoe het werkt? Scan de QR-code!



click of scan



Wat is het doel?

Door mee te gaan met deze trend op de automotive-markt blijft Porsche zich innoveren. Hierdoor wordt voor velen een droom werkelijkheid: rijden in een dure auto zonder de hoofdprijs te betalen! Om deze doelgroep te bedienen is ook Porsche zich gaan mengen in het populaire autodelen. De vraag is nu natuurlijk: wanneer volgt de volgende luxe autofabrikant en kun je binnenkort ook een Ferrari gaan delen?

Goedkoop je huis inrichten door Home24 outlet in Berlijn

Why is it cool?

Drieduizend stoelen, banken en overige woonaccessoires op duizend vierkante meter met kortingen tot 70%. De online outlet van Home24 opent voor het eerst de deuren van een fysieke outletvestiging in Berlijn. De artikelen in de outlet zijn voornamelijk geretourneerde producten of meubels die Home24 eerder gebruikt heeft tijdens verschillende campagnes.



Wat is het doel?

Home24 ziet er wel persoonlijk op toe dat de kwaliteit gelijk is aan die van de producten in de webshop. Op deze manier wordt 'verspilling' tegengegaan omdat producten in het koopproces blijven en consumenten producten kunnen kopen tegen een scherpe prijs-kwaliteitverhouding.

De bronnen die voor deze Q&A Jam Session zijn gebruikt:

retailnews.nl

pfsk.com

bnr.nl

duurzaambedrijfsleven.nl

foodclicks.nl

twinklemagazine.nl

Retail ranking 2016

Hoe toekomstbestendig is uw winkel?

De kranten staan er vol mee: retailers die uitstel van betaling of faillissement aanvragen. Welke retailers zijn nu echt toekomstbestendig en welke retailers bevinden zich in de gevarezone? Q&A zocht het voor u uit en presenteert de resultaten in de derde editie van de retail ranking!

Uit de retail ranking blijkt dat een beperkt aantal retailers écht toekomstbestendig is. Drie factoren zijn bepalend voor de toekomstbestendigheid van een retailer: een onderscheidende winkel, het vermogen om veel traffic te genereren en een goed online profiel. Albert Heijn, Kruidvat, Gall & Gall, Lidl en Hans Anders zijn de retailers die hier het beste op presteren en vormen daarom de top vijf van de retail ranking.

Wat is het?

Binnen de drie factoren die bepalend zijn voor de toekomstbestendigheid van een retailer, zijn ruim 200 retailers beoordeeld op verschillende elementen. De elementen die onder andere aan bod komen zijn: tevredenheid, loyaliteit, onderscheidend vermogen, customer happiness, onmisbaarheid in winkelgebieden, traffic en online mogelijkheden.

Voor wie is het?

De retail ranking is samengesteld voor organisaties die geïnteresseerd zijn in de prestaties en toekomstbestendigheid van retailers. De ranking kan interessant zijn voor vastgoedpartijen, centrummanagers, investeerders, banken, fabrikanten en retailers zelf.

Hoe is het onderzocht?

De ranking bestaat uit een observatieonderzoek en een grootschalig online onderzoek. Het online onderzoek is uitgevoerd onder het Q&A panel, waarbij meer dan 7.500 consumenten één of meerdere retailers hebben beoordeeld. Q&A voert de retail ranking sinds 2014 jaarlijks uit.

Interesse in uw prestatie en in die van uw concurrenten? Benieuwd hoe uw klanten presteren?

Neem dan contact met ons op via:
retailranking@qanda.nl - +31 (0) 33-2454637

Meer informatie over de retail ranking? Kijk op www.qanda.nl/retailranking



Agendapunten

- 19 mei** [Retail Innovation Event](#)
@ Store of the Future
- 26 mei** [Uitreiking Beste Folder Awards 2016](#)
@ BBR Congres
- 9 juni** [Uitreiking Beste Retail Innovatie](#)
@ PROVADA Amsterdam



Contactgegevens

Francella Barmmentloo

Business Consultant Retail
fbarmmentloo@qanda.nl
www.qanda.nl
+ 31 (0) 33 245 46 37

