

Q&A Jam Session

Terugblik op december 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: Het Nieuwe Midden, Cross Channel en Prioritijd. Op pagina 4 kun je meer informatie vinden over het Retail Outlook Event.



Het Nieuwe Midden

Het midden van de markt is veranderd en daarmee ook het concurrentieveld voor veel retailers.

Westwing lanceert basics collectie

Why is it cool?

Online woonwinkel Westwing heeft een basics collectie toegevoegd aan het assortiment. Onder deze collectie vallen onder andere fotolijsten, tafellinnen, bedtextiel en servies. De producten zijn naar eigen zeggen tijdloos en veelzijdig. De producten hebben volgens de retailer de hoogste kwaliteit en een uitstekende prijs-kwaliteitverhouding



Wat is het doel?

Volgens Westwing kun je verliefd worden op de simpelste dingen. Met deze 'simpele musthaves' wil Westwing een hoge kwaliteit bieden voor een betaalbare prijs.

Aldi voegt bekende telefoonmerken toe aan webshopassortiment

Why is it cool?

Aldi biedt sinds kort mobiele telefoons aan van Samsung, Apple, HTC en Sony tegen zeer lage prijzen. In een later stadium zullen ook tablets en bluetooth speakers toegevoegd worden aan het assortiment. Het assortiment is alleen nog verkrijgbaar via de Duitse webshop van de supermarktketen.

Wat is het doel?

Het assortiment mobiele apparaten is een uitbreiding van Aldi Talk, het virtuele mobiele netwerk van de discounter. Aldi is al langer bezig met het uitbreiden van het assortiment en het toevoegen van bekende telefoonmerken is daarmee in lijn. Eerder voegde Aldi al e-books en een streamingdienst toe aan het aanbod.

Amazon gaat Uber dienst opzetten voor vervoersbedrijven

Why is it cool?

Amazon komt komende zomer met een nieuwe app waarbij er bemiddeld wordt tussen vrachtwagenchauffeurs en vervoersbedrijven. De app geeft realtime informatie over prijzen en routes van de chauffeurs. Vervoersbedrijven die vervoer naar een bepaalde locatie wensen, worden in contact gebracht met chauffeurs die wellicht toch die kant op moeten. De dienst lijkt hiermee veel op Uber.

Wat is het doel?

Partijen die op dit moment de bemiddeling tussen chauffeurs en vervoersbedrijven doen, vragen veel geld en hebben veel marge. Amazon wil de dienst een stuk goedkoper aanbieden en daarmee hoge kosten voor bedrijven voorkomen. Deze nieuwe dienst draagt tevens bij aan de ontwikkeling van het mondiale logistieke netwerk van Amazon.



Cross Channel

De consument van nu denkt niet meer in kanalen. Alle kanalen moeten zijn geïntegreerd.

Coop Italië opent 'Supermercato del Futuro'



click of scan

Why is it cool?

In de laatste maand van 2016 opende de Italiaanse supermarktformule Coop de supermarkt van de toekomst. Technologie speelt een belangrijke rol in de nieuwe winkel. Zo zijn er interactieve tafels, waar via een simpele beweging met de hand met behulp van augmented reality informatie over een product verschijnt. Zo kunnen klanten onder meer de herkomst en voedingswaarde inzien. Een tweede innovatie is 'vertical shelving' die de gebruiker door verschillende productcategorieën leidt. Hierbij kan de consument zelf het aanbod filteren en zoeken naar de juiste informatie/producten. Verder wordt in de flagshipstore van Coop Italia realtime data gevisualiseerd. Schermen in de winkel tonen onder meer acties en dagaanbiedingen, kooksuggesties, posts van het Facebookaccount en veel gekochte producten. Deze schermen dienen als extra interactiekanaal met de klanten.



Wat is het doel?

Het doel van het nieuwe winkelconcept is om de supermarktervaring opnieuw vorm te geven. Met behulp van technologie wil Coop Italia een digitale reis creëren die op een simpele en intuïtieve manier aan de vraag van consumenten naar informatie, betrokkenheid en functionaliteit voldoet. Scan de QR-code voor een impressie van de vernieuwde Coop.

Lidl test Lidl Express-concept in Berlijn

Why is it cool?

Discounter Lidl test in Berlijn een nieuw concept: Lidl Express. Het aanbod aan vers en convenience zal gecombineerd worden met het afhalen van online bestellingen. Naast het afhaalpunt zijn er ook snelle 'express kassa's'. De website waarop men de producten kan bestellen is op dit moment nog in de testfase. Lidl neemt in de Duitse webshop steeds meer levensmiddelen op, maar er wordt nog afgezien van versproducten. Berlijn is de ideale locatie doordat hier het e-commerce fulfillmentcenter zit voor de Duitse markt.



Wat is het doel?

Het online/offline testconcept van Lidl Express is ontstaan om zijn multichannel strategie verder uit te breiden. We zien op het gebied van supermarkten steeds meer convenience stores ontstaan. De meeste consumenten zien boodschappen doen niet als hun favoriete activiteit en deze zogenoemde convenience supermarkten spelen hierop in door elementen in te bouwen waarmee je tijd kunt besparen.

Interactieve passpiegels bij Superdry



click of scan

Why is it cool?

Het Britse fashionmerk Superdry heeft in zijn winkel in Berlijn interactieve passpiegels geplaatst. Met de spiegel kan een klant digitaal beoordelen hoe een kledingstuk staat. Door middel van handgebaren kan door het assortiment 'gebladerd' worden. Als je beide handen in de lucht gooit selecteer je je favoriete kleding. Je krijgt er dus ook nog een gratis workout bij. De spiegel geeft per product aanvullende informatie en je kunt beelden delen via social media.

Wat is het doel?

Doordat de smart mirror elke beweging detecteert, kan de klant zeer goed ervaren hoe het product staat en hoe het meebeweegt met het lichaam. De passpiegels zijn er met name om de aandacht van klanten te trekken en mensen op een andere manier kennis te laten maken met Superdry en zijn producten. De data die wordt verzameld, wordt in de toekomst gebruikt voor assortimentsoptimalisatie. Scan de QR-code voor een impressie van de passpiegels bij Superdry.



Prioritijd

Het stellen van prioriteiten door de consument om slim met de schaarse tijd om te gaan.

Amazon Go: foodstore zonder rijen en kassa's



click of scan

Why is it cool?

Begin dit jaar opent Amazon de Amazon Go store voor consumenten in Seattle. Amazon Go is een nieuw concept van Amazon waar de 'Just Walk Out Shopping experience' centraal staat. Dit betekent: geen kassa's en wachtrijen. Om de winkel binnen te kunnen gaan heb je de Amazon Go app op je smartphone nodig. Bij binnenkomst winkel je gewoon net als in een normale winkel. Door de toepassing van verschillende technologieën, die ook gebruikt worden bij zelfrijdende auto's, wordt er automatisch geregistreerd welke producten je uit de schappen pakt of terugzet. Deze producten worden vervolgens in je digitale boodschappenmandje geplaatst. Nadat je alle gewenste foodproducten hebt, kun je de winkel verlaten zonder eerst langs de kassa te gaan. Wanneer je de winkel verlaat wordt het bedrag automatisch van je account afgeschreven en ontvang je de bon.

Wat is het doel?

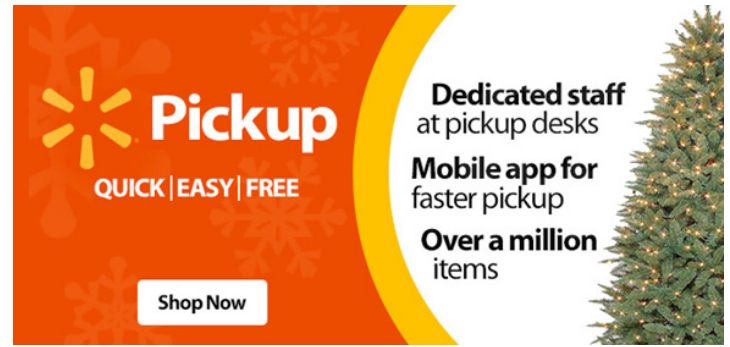
Amazon heeft het concept bedacht omdat hij een shop experience wilde creëren waar geen wachtrijen zijn en men niet langs de kassa hoeft. Scan de QR-code voor een impressie van het Amazon Go concept.

Last minute bestellingen tot kerstsluitingstijd afhalen bij Walmart

Why is it cool?

Walmart maakte het voor de consument mogelijk om alle last minute bestelde kerstcadeaus tot kerstavond voor sluitingstijd gratis af te halen. Deze bestellingen moesten dan alleen wel vóór 23 december 18.00 uur online zijn geplaatst. De winkel werd echter wel twee uur eerder gesloten dan de normale openingstijden. Het afhalen van de pakketten was mogelijk bij alle 3.900 vestigingen. Op de website van Walmart was er ook een aparte koopjeshoek gecreëerd, waarbij werd aangegeven welke producten last minute opgehaald konden worden. Voor orders die geplaatst waren tussen 12 en 21 december was er

een gratis tweedaagse levering mogelijk. De last minute consumenten die hun pakket wel binnen een dag geleverd wilden krijgen, dienden deze uiterlijk te bestellen op 22 december om 12.00 uur tegen betaling.



Wat is het doel?

Het aantal 'uitstellende' shoppers neemt toe volgens Walmart en daar wilde zij op inspelen met deze service. Daarnaast wilde Walmart hiermee de directe concurrentie aangaan met onder andere Target.

Louis Vuittons 3D geprinte pop-up store

Why is it cool?

Louis Vuitton had in december een hele bijzondere tijdelijke winkel in winkelcentrum Westfield in Sydney. De pop-up store was namelijk volledig tot stand gekomen door middel van een 3D-printer. Hiervoor werkte Louis Vuitton samen met 3D-producent Omus. Het kostte achttien dagen om de onderdelen van de winkel te printen. De onderdelen waren aan elkaar gemaakt middels zelfklevend vinyl. De winkel was voorzien van olifanten prints. In de pop-up store, die geopend was tot 18 december 2016, waren verschillende items uit de nieuwe mannencollectie te koop.

Wat is het doel?

Het bedrijf Omus kreeg van Louis Vuitton de opdracht om een opvallend statement te maken voor de première van de nieuwste mannencollectie. Met de 3D pop-up store hebben ze een uniek initiatief en veel media-aandacht gecreëerd. De pop-up store was tevens de eerste tijdelijke winkel van Louis Vuitton in Australië.

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

amazon.com

twinklemagazine.nl

distrifood.nl

westwing.nl

retailnews.nl

shoppermarketingupdate.nl

Retail Outlook Event

SAVE THE DATE

9 maart 2017

Prodentfabriek
Amersfoort

Innovatie & Inspiratie

*Hét event dat de mogelijkheid biedt om kennis te delen,
te leren van good practices en te netwerken.*



Wij wensen je een succesvol 2017!

Ook in dit jaar helpen wij je graag om elke dag een beetje beter te presteren in de dynamische retailwereld. Door onze kennis toe te passen en de juiste onderzoeken uit te voeren, helpen wij je graag met een praktisch advies en bieden daarnaast opleidingen aan op verschillende niveaus.



Agendapunten

20 januari

**Rabobank Anton Dreesmann
Jaarcongres** @ Rabobank Duisenberg
Auditorium, Croeselaan 18, Utrecht

9 maart

Q&A Retail Outlook Event
@ Prodentfabriek, Oude Fabrieksstraat 20
Amersfoort



Contactgegevens

Francella Barmantloo

Business Consultant Retail

fbarmantloo@qanda.nl

www.qanda.nl

+ 31 (0) 33 245 46 37

