Keuze-tijd-paradox voor retail

20-12-2014 19:35



Rabobank

Connected everything, inspelen op klantwensen (gedestilleerd uit big data) en de tijd-keuzeparadox is waar retail het in 2015 mee te stellen krijgt. Net als technologische uitdagingen en het vervagen van grenzen. Grenzen tussen retailsectoren en grenzen tussen mensen. Dit zegt de Rabobank in een thema-update voor retail.

Onloine-retail groeit snel, maar maakt volgens de bank pas 5% van de totale retail-omzet uit. De fysieke winkel is dus nog steeds goed voor 95% van de verkopen.

Cijfers en Trends Thema-update Retail (pdf)>

Marc Nelissen