

## Ed Sander (Chinatalk) op Sessie

22-05-2019 23:43



Informatieve en interactieve beeldschermen, magic mirrors, (huid)scanners en onbemande winkels. Het zijn kenmerken van new retail in China en – zeker in de grote steden – daar al aan de orde van de dag. “Als het gaat om new retail gebeurt het in China. Daar lopen ze echt jaren voor op het Westen”, aldus Ed Sander van Chinatalk.

### Online en offline naadloos verweven

Volgens de Chinakenner tonen grote retailers zich meester in het naadloos aansluiten van online en offline retailing. “Gedreven door partijen als Alibaba en Tencent werken zij aan nieuwe concepten gebaseerd op vier pijlers. De koppeling van online en offline winkels, optimalisatie van de logistieke keten, retailtainment en intelligente self-serviceconcepten.”

### Goed genoeg

Het feit dat de Chinezen dergelijke nieuwe concepten zo snel presenteren en introduceren heeft volgens Sander te maken met ‘chà bu duo’. “Dat betekent ‘goed genoeg’. Chinezen houden van hard en snel werken en

daarbij wil de kwaliteit nog wel eens achterblijven bij verwachtingen. Zo blijken interactieve beeldschermen in winkels vaak niet te werken en worden gadgets als magic mirrors vaak niet eens meer aangezet door het personeel. De vraag dient zich dan ook aan hoe waardevol die nieuwe elementen echt zijn.”

*Op de Nationale DHZ Sessie spraken ook [Albrecht Hornbach](#), [Tom Coronel](#), [Dave Veerman en Marcel de Bruin van SAP](#) en [Michiel Maandag van Emrays](#).*

Marc Nelissen