

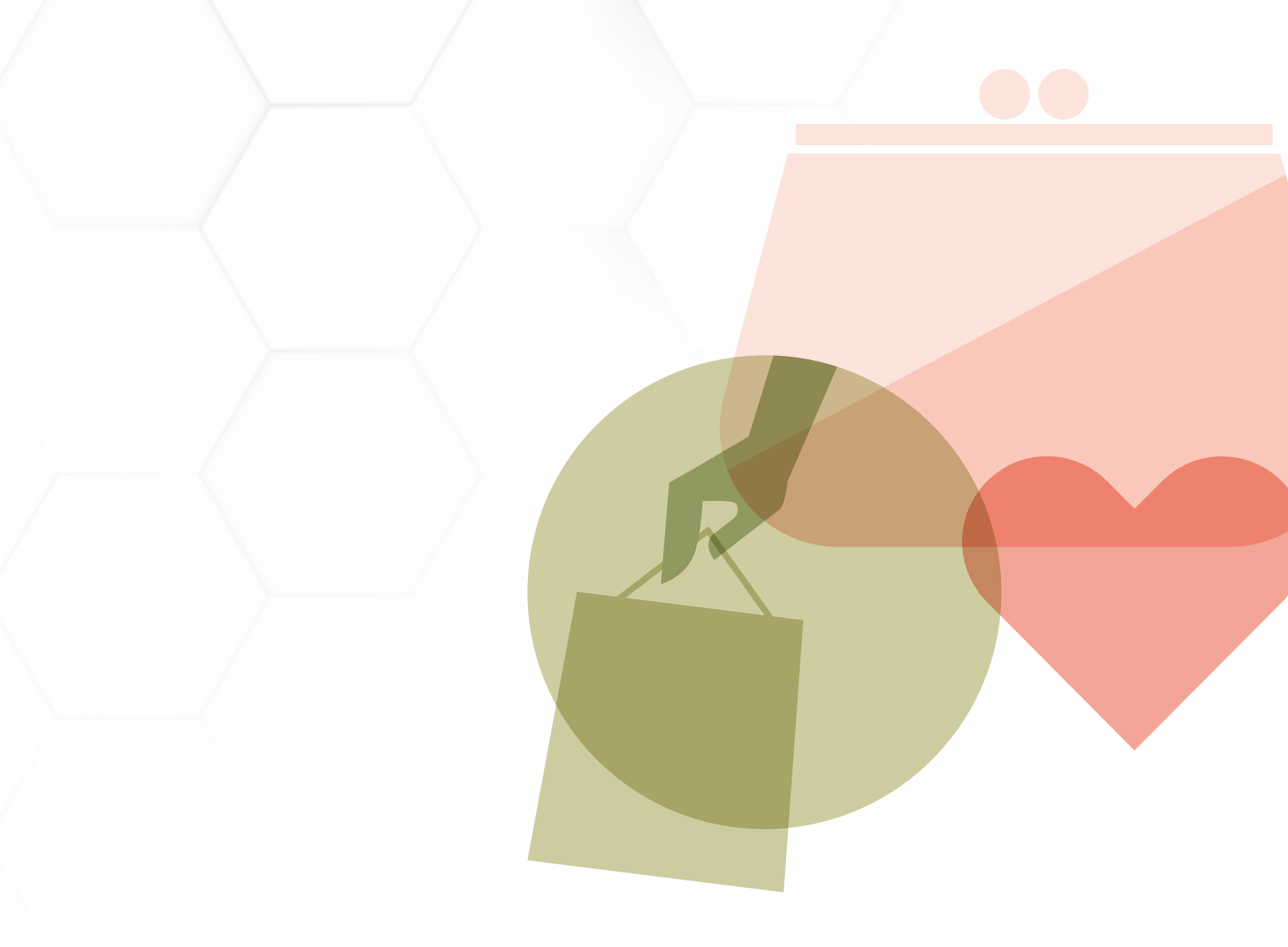
# Waarom retailers zich zouden moeten focussen op inspiratie



# Waarom retailers zich zouden moeten focussen op inspiratie



De sombere berichten over retailers die het hoofd niet boven water weten te houden, zijn aan de orde van de dag. Aan de andere kant schrijven dezelfde media over retailers die succes op succes boeken. Het contrast tussen winnaars en verliezers in retail is groter dan ooit. Wat maakt het verschil tussen retailsucces en retailfalen? 'Inspiratie' is hierop het antwoord.



## Inspireren zorgt voor succes

Uit de Inspirerende 40: Retaileditie blijkt dat de meest inspirerende retailers van vandaag, de winnaars van morgen zijn. Ze overtuigen met hun retailformule en durven voorop te lopen. Inspiratie geeft energie en brengt mensen in beweging. En dat betaalt zich uit in succes. Uit onderzoek blijkt dat inspiratie een goede indicator is voor de business performance. Inspirerende retailers hebben loyalere klanten, meer betrokken medewerkers en een hogere NPS-score.

## Inspiratie als antwoord op de veeleisende klant

In een wereld met een overvloed aan keuzes en waarin de meeste producten en services 'one click away' zijn, wordt consumentengedrag steeds veeleisender. Het moet sneller, makkelijker, mooier, leuker en duurzamer. Hoe kunnen retailers,

ondanks deze voortdurend bijgestelde klantwensen, toch de aandacht op zich blijven vestigen? Inspiratie is hierop het antwoord. Voor een steeds groter wordende groep mensen is inspiratie belangrijk. Met name millennials willen graag geïnspireerd worden. Zij houden van retailers die hen emotioneel weten te raken.

## IKEA is de meest inspirerende retailer van Nederland

Waardoor we geïnspireerd raken in de retail is voor iedereen verschillend. De één wordt geïnspireerd door de interactie met anderen, de ander laat zich meer leiden door een mooie winkelomgeving. Toch zijn er retailers en merken die in het algemeen meer inspirerend worden bevonden dan hun concurrenten. In de Inspirerende 40: Retaileditie is onderzocht welke 40 retailers door consumenten het meest inspirerend worden bevonden.

IKEA kwam daarbij als onbetwiste winnaar uit de bus.

## Van verkoop naar verbinding

Het onderzoek laat zien dat om te kunnen inspireren, het niet om een focus op de transactie gaat, dat is een logisch gevolg. De kern van inspirerende retail is zelfs niet te vinden in belevenissen of bij loyaliteitsprogramma's. De meest opmerkelijke uitkomst van dit onderzoek is dat de meest inspirerende retailers een verbinding hebben weten te leggen met het dagelijkse leven van mensen. Van verkoop naar verbinding. Retailers die in het leven van de consument onzekerheden en stress of onvervulde behoeften oplossen, inspireren het meest.

## Blijf op de hoogte

Binnen het onderwerp Inspirerende 40: Retaileditie verschijnen er verschillende publicaties, kijk hiervoor op: [www.crossmarks.nl/nowhow](http://www.crossmarks.nl/nowhow)



De Inspirerende 40: Retaileditie is een onderzoek uitgevoerd door Crossmarks en Synergie. Het onderzoek legt bloot wat klanten inspirerend vinden in retail, welke retailers inspireren en hoe zij dat doen. Het levert een bijdrage aan het doorgronden van de retailwereld zoals we die vandaag kennen. De inzichten uit het onderzoek zijn bedoeld om retailers te inspireren om hun klanten te inspireren. Zo werken we samen aan een duurzame, rendabele en vooral inspirerende toekomst van retail.



### **DOWNLOAD**

#### **INSPIREERENDE 40: RETAILEDITIE**

Benieuwd of uw retailorganisatie behoort tot de 40 meest inspirerende retailers van Nederland? Download hier de gehele publicatie van de Inspirerende 40: Retaileditie

## Voor meer informatie

Meer weten over de Inspirerende 40: Retaileditie?

Bent u nieuwsgierig geworden naar hoe uw retailorganisatie of sector precies scoort als het gaat om inspiratie? Of wilt u weten hoe uw concurrenten scoren op inspiratie? Neem dan contact op met Crossmarks via:

Kristie Habraken  
[kristie@crossmarks.nl](mailto:kristie@crossmarks.nl)  
073 690 0555