

Worden hotels de nieuwe retail?

Retail zit midden in een identiteitscrisis. De opkomst van online heeft retail veranderd en er is geen weg terug. Traditionele retail is dood. Niet alleen in Nederland maar wereldwijd. Bekende merken zien dit met lede ogen gebeuren en proberen naarstig te zoeken naar oplossingen die het weer mogelijk maakt contact te maken met de nieuwe “millennials” Er ontstaat een experieëntiële retail. Niet de prijs maar positieve emoties genereren word belangrijk. Concept winkels zijn inmiddels populairder dan ooit. Dat is een reden waarom ondernemers ongebruikelijke marketingideeën, trucs en hacks gebruiken die hun ondernemingen succesvoller moeten maken, maar al deze veranderingen zijn soms gewoon niet voldoende. Daarom probeert men daarnaast een andere richting in te slaan en de benadering van hun bedrijf volledig te veranderen om vandaaruit meer binding te krijgen met hun doelgroep onder de naam: “next level lifestyle branding” In Amerika zie je grote merken zoals Equinox een luxe hotel openen in New York. Ook Muji of Amazon openen binnenkort hotels waarbij hun producten tevens kunnen worden aangeschaft. Bedden, meubels, accessoires noem maar op. Een andere methode is het inrichten van een hotel vanuit een lifestylemerk. Wat te denken van IKEA die zich ook steeds meer richt op inrichten van hotels. Ook andere meubel en beddenmerken proberen hun producten onder de aandacht te brengen bij hotelketens. Een ander fenomeen zijn bekende lifestyle merken onderbrengen in de lobby van een hotel zoals het Conservatorium hotel in Amsterdam of zoals de 25 Hours Hotel ketens in o.a. Keulen en Parijs. Wordt dit de toekomstige trend voor retail?



Lobby 25 Hours Hotel Parijs

Meer informatie over inrichten van hotels:

ab@HOSpeed.nl www.HOSpeed.nl