

Fremtidens forbrugere og detailhandel

PERNILLE KIRSTINE MØLLER

Verden forandrer sig hurtigere
end de fleste kan følge med!

Nogle gange er det nemmere ”blot” at
diskutere **åbningstider** og **julebelysning** i
stedet for at se og reagere på fremtiden

Lukkelov versus åbningslov!



“Kunderne får som fortjent”

ALTING

er anderledes

Retail i en ny
VERDEN

RETAIL HAR ÆNDRET SIG

(for altid)

- *Ny økonomi
- *Ny demografi
- *Ny forbrugeradfærd
- *Ny teknologi
- *Ny lovgivning

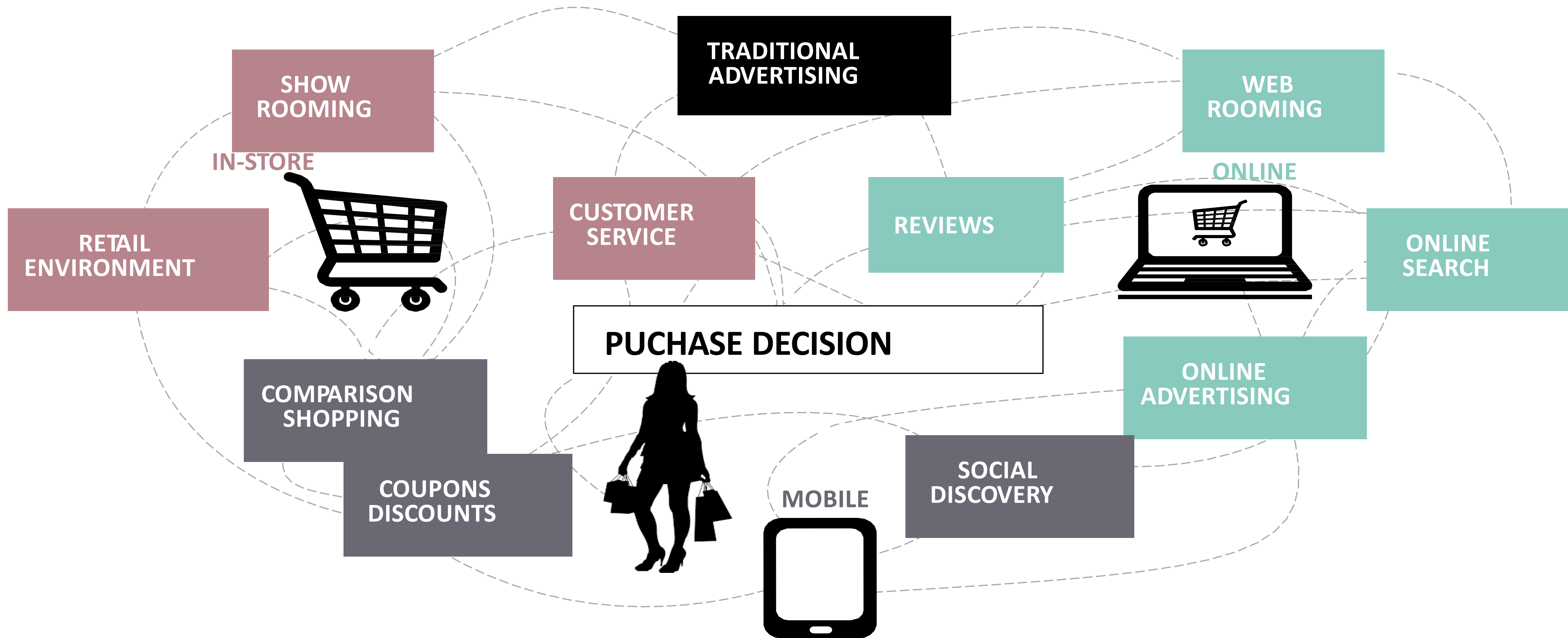
En farlig cocktail af forandringer

ÆNDRET FORBRUGERADFÆRD

Større fokus på optimering, prispolarisering,
værdi for pengene, private label og nethandel

Sund fornuft hersker i alle købsbeslutninger

Den ændrede forbrugeradfærd hænger ved i flere år





DANIELLE GUENTHER
photography



75% af danskere med voksne
børn i alderen 18-40 år
støtter deres afkom
økonomisk

13% af de 40-49 årige får
økonomisk hjælp til
rejser og ferier



UK: Bedsteforældre bruger mere end 420.000 kr. på hvert barnebarn indtil 18 år

A young woman with long dark hair, wearing a blue denim jacket, is smiling and looking upwards. She is holding two shopping bags, one white and one red, with red handles. The background is a blurred city street with trees and buildings, suggesting a shopping district.

KVINDER
*Styrer 80%
af alt forbrug*



11:59 AM
**BLACK
FRIDAY**
SALE



A close-up, vertical shot of an hourglass. The top bulb is filled with a dark red, fine-grained sand. A thin stream of this sand is falling from the narrow neck into the bottom bulb, which is partially filled with a lighter, golden-brown sand. The background is a plain, light color.

PRISSTRUKTUR

MIDTERMARKEDET ER UNDER PRES

Salgsargumentet for en given vares rolle i butikken skal være på plads - uanset om der tales om pris eller brand perception.

Forbrugerne kræver gennemsigtighed og deres købsargument ændrer sig fra uge til uge eller butik til butik.

Netto: Salget af fritgående kyllinger slår nu industrikyllingerne

Nu kigger forbrugerne ikke længere kun efter prisen, når de køber kylling.



Hvad er
DISCOUNT?

Hvad er



DISCOUNT?

Hvad er
LUKSUS?



Hvad er
LUKSUS?



Hvad er
LUKSUS?



Hvad er
LUKSUS?



Skab nogle butikker som **kunderne** har lyst til at komme i

- Butikken er det modsatte af nettet
 - Butikken er LIVE
 - Butikken er en scene
- Hver dag skal der opføres et teaterstykke
 - Butikspersonalet er castet til rollerne
- Ejerne er instruktører og har skrevet stykket

Gennemført iscenesættelse



On/off retail

- Stærkt værktøj til branding og relationsopbygning
- Kræver høj grad af innovation for at holde opmærksomheden
- Pop ups bliver større, bedre og mere ekstreme



Mood shopping



- Ny version af det klassiske shoppingcenter; en hyggelig gågade
- Små butikker, få store kædekoncepter
- Blanding af små butikker og gode spisesteder

Tematisering

- Harrods legetøjsafdeling er blevet bygget om
- Meget gennemført koncept for børn og deres forældre
- Tematiserede områder med cirkus og skov
 - Stor slikbutik og læseområde
 - Kønsneutral opbygning



Livsstilsfællesskaber



- Lululemom er et fællesskab baseret på yoga
- Alt udstyr kan købes i butikken, som også kan omdannes til træningslokale
- Ernæring, sundhed og kurser
- "A shop for like minded"

Kurateret shopping



Neiman Marcus har åbnet mere afgrænsede butikker med navnet Cusp

- Fokuserede butikker, hvor varerne er nøje udvalgt
- Indkøberen er kurator og udvælger varer, der passer til butikken og kundetypen (retro, urban, kreativ etc.)
- Gør det nemt for kunden – en hel butik indrettet af ens egen stylist
- Karakteristisk stil og indretning

Kun det bedste



- Skarpt koncept med de tre bedste produkter i hver kategori
- Krav; høj kvalitet, innovation og brugbart
- Fuld integration mellem butik, online, katalog og telefonsalg
- iPads instore med online store og real time inventory

Barren er

RYKKET OP

**SPECIALISERING
& OPLEVELSER**

inspiration

















RETAILER...

LIVE!

***L LIVING** (levende og tæt på)

***/ IMMERSIVE** (altomsluttende og sanseligt)

***V VIBRANT** (inspirerende)

***E ENTERTAINING** (underholdende)



BANANER I POSE

PR. POSE
5⁰⁰

Pr. kg/stk
5,00

Land
SE VARE

Kl.
1









STAN SMITH 2

ORIGINALS
ORIGINALS

WHITEST NEURAL
BLANC BLANC NOUVEAU

G17080

US	8
UK	7½
D	7½
E	41½
J	260
CHN	255

adidas
ORIGINALS





Casper





M?

Mad

Magi

















