

Literatuurtips



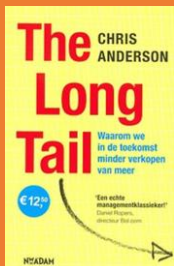
Clicks, Bricks & Brands

Martin Lindstrom

With an intriguing mix of theory, case study, practical advice and hot updates weekly on the Clicks, Bricks and Brands website, retailers and dto.com

companies a clear picture of how to make successful clicks and bricks marriages. The exclusive case studies show how leading e-tailers like drugstore.com and Yahoo! initiated marriages with off-line retailers and weathered the conversion to clicks-and-mortar business. Conversely, candid exposes contributed by Nokia and Tesco illustrate how these major retailers wooed online e-tailers and made the transition from exclusively offline operations to clicks-and-mortar partnerships.

[Bestellen bij Amazon.com >](#)



The Long Tail

Chris Anderson, hoofdredacteur van Wired Magazine, beschrijft in deze inmiddels verworden klassieker de businessmodellen van winkels als Amazon.com, Bol.com en iTunes en laat zien

waarom we in de toekomst minder zullen verkopen van meer. Doorbreek de tirannie van de grootste gemene deler, ontdek het geheim van de lange staart!

[Bestellen via Managementboek.nl >](#)



Meer omzet met je webshop

In vier stappen naar een hogere conversie

In dit boek laat Jurjen Jongejan in een aansprekende en laagdrempelige manier zien hoe je de conversie van je webshop structureel verbetert. Met de handige tips en tools kun je direct aan de slag, zodat de conversie van je webshop in no time recordhoogtes bereikt!

[Bestellen via Managementboek.nl >](#)

Content paper

In deze content paper inspirerende artikelen, literatuurtips en achtergrondinformatie over het thema van de Inspiration.

Definitie Clicks and bricks (Wikipedia)

Click and mortar, ook wel clicks and bricks genoemd, is een term die vaak gebruikt wordt in de wereld van de e-commerce. Beide termen zijn een variant op de term brick and mortar (Engels voor bakstenen en cement).

Click and mortar-organisaties opereren zowel in de fysieke, als in de digitale wereld. Dit kan betekenen dat ze zowel een fysieke winkel in een winkelstraat hebben, als ook een online-winkel op het internet. Click and mortar (CAM)-organisaties bevinden zich tussen de zogenaamde brick and mortar ("bakstenen")-organisaties en "virtuele" organisaties. Brick and mortar-organisaties opereren volledig in de fysieke wereld. Het andere uiterste van dit spectrum vormt de organisatie die volledig digitaal werkt, waarbij betaling en aflevering van de producten ook digitaal plaatsvindt.

CAM-organisaties zoeken juist de synergie tussen de fysieke infrastructuur en de digitale kanalen. Op deze manier kunnen ondernemingen toegevoegde waarde creëren voor de consument.

De sprekers

Sven Bally

Hoofd e-commerce bij Veritas



Arie den Boon

Programma Manager MOOC's bij Universiteit van Amsterdam



Champal Gijzen

ArboNed



Vincent van Hunnik

Avondvoorzitter en VP Marketing bij Human Inference en PvKO-kernlid.



Addy Oosterom

Director Customer Excellence bij Manutan B.V.





@PvKO

#PvKO



facebook.com/pvko.nl

Achtergrondartikelen over Manutan

- Het échte verhaal achter Manutan – Edwin Vlems, B2B
Bron: Marketingfacts.nl
- Transitie Overtoom naar Manutan – Erik Bouwer
Bron: Managementscope.nl

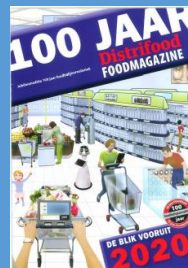
Meer informatie over MOOC (incl. filmpjes)

- Wat is een MOOC?
- Uitleg MOOC op YouTube
- Online studeren met een MOOC: waar ligt de sleutel voor succes?
Bron: Frankwatching
- MOOC's in de praktijk: wat hebben we aan open online onderwijs?
Bron: Frankwatching

Onderzoeken

- Showrooming loopt terug
- How Much Showrooming Are Consumers Really Doing?

Artikel



Niet technologie bepaalt, maar de klant
Jacob Brobbel en Steven Koolen over de toekomst van supermarkten

Stellingen die we gaan behandelen

- Mijn business kan echt alleen met persoonlijk contact!
- Online, dat is de goedkope versie van echt klantgericht ondernemen
- Over tien jaar is 80 procent van de dienstverlening online