

RETAILCONFERENTIE PROVINCIE LIMBURG

Workshop

Belevingswinkelen in de praktijk



Hermien Raedts

Onderzoeker retailinnovatie

PXL Expertisecentrum innovatief ondernemen

- Professionaliseringstrajecten
- Opportuniteitsanalyse
- Effectiviteitsmetingen



MENTI.COM

- Ga naar Menti.com
- Code 90 01 83

Trends

Consument







Bron: hln



Bron: Hetstijl



Uitdagingen

Retailer



SHOWROOMING

THIS PAIR IS SO PERFECT, I
CAN'T WAIT TO BUY THEM
CHEAPER ONLINE SOMEWHERE.
WHAT'S YOUR WIFI PASSWORD?



TOM
FISH
BURNE

© marketoonist.com

Belgische e-commerce
Q3 2017 :



Powered by *Twiglers*

Producten: 8,7%
Diensten: 63,9%





Kantoor of winkel

TE HUUR

94

Lengte Volgweg
TE KOOP

TE HUUR

Belevingswinkelen ?

“Consumenten schaffen geen producten of diensten meer aan, we kopen belevingen”

Shantanu Narayen, CEO van Adobe

“Als fysieke retailer bied je meer ervaring dan online shoppen. Daar moet je ook echt op inspelen.”

Prof. Dr. Pieter Ballon, VUB en auteur boek
Smart Cities







De Instapgift is verbonden aan de inschrijving in de klassen C en CH van het compartiment TreeTop World Equity Index, van het UCITS-fonds TreeTop SICAV, BEVEK naar Belgisch recht. Gelieve kennis te nemen van de EBI en het prospectus voor u intek

Zelfs Aldi investeert in belevingswinkelen



Thierry ROMAN
Journalist

27/03/18 om 19:36 - Bijgewerkt om 17:29

9
Keer gedeeld



Aldi gaat de komende 2 jaar ruim 300 Belgische winkels moderniseren. Ze krijgen een frissere uitstraling, een grotere versafdeling en een uitgebreide bakkerij. Kortom de winkelbeleving moet beter, zoals veel concurrenten eerder al deden. Tegelijk belooft Aldi niet te raken aan z'n lageprijzenstrategie.

Lees meer over:

ALDI | LAGEPRIJZENSTRATEGIE | MODERNISEREN | WINKELBELEVING

Fysieke winkel 2025

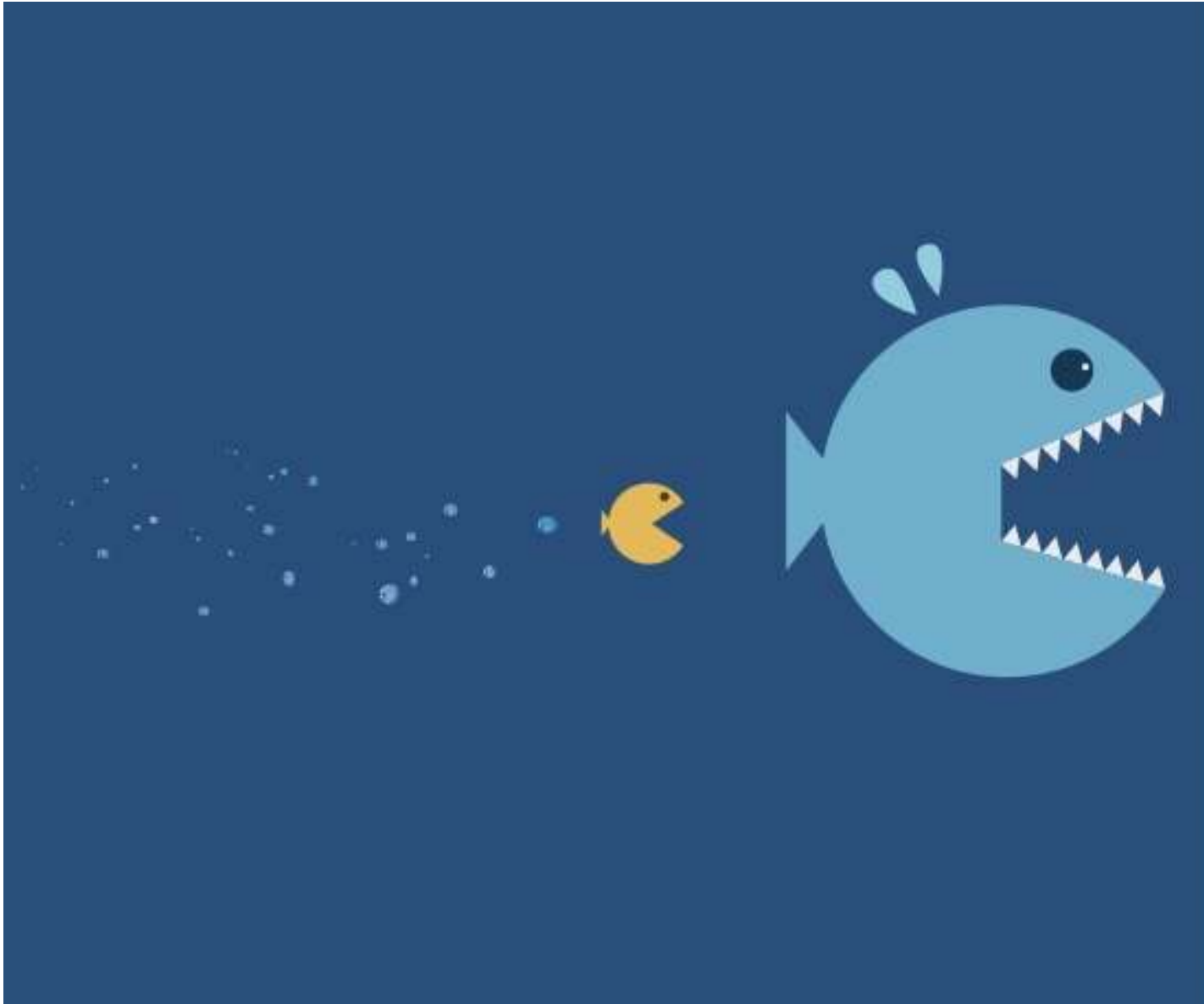
- Fysieke winkel blijft sterkste medium
- Nieuwe identiteit
 - Stockverkoop => ervaringen opdoen
 - Ontspanning en entertainment
 - Sociale ontmoetingsplaats
 - Product centraal => klant centraal
- Nieuwe rol:
 - Verkoper => expert
- Vermarkting:
 - Offline => omnichannel

Hoe begin ik ?



Bron: Talkudi





"In the new world,
it is not the big
fish which eats the
small fish, it's the
fast fish which
eats the **slow fish**"

Klaus Schwab
Founder and Executive Chairman
World Economic Forum



There is no B2B or B2C:
Human to Human



Belevingswinkelen in de praktijk

Belevingswinkelen in de praktijk

Frustraties vermijden

Inspelen op verwachtingen

Creëren van totaalbeleving

Maximale service



© miserable_men/Exclusivepix









Belevingswinkelen in de praktijk

Frustraties vermijden

Inspelen op verwachtingen

Creëren van totaalbeleving

Maximale service



DO 03 MEI
18.00 - 21.00

VIP shopping Night

@LINGERIE CURTRES HASSELT

Schoenenwinkel Genk





AFSPRAAK MAKEN

Schoenen Reyskens

HOME - AFSPRAAK MAKEN

Week van 21 mei, 2018

Hoe een afspraak maken?

De afspraak kan enkel online gemaakt worden via deze tool op dit minimum 7 dagen vóór de afspraak.

Je kan een afspraak maken met 15 dagen vóór de afspraak.

We werken 30 minuten per idool.

Als je met meer dan 1 persoon komt, dient dit ook aan bij het aanmaken van je afspraak. Er wordt dan samen met 10 minuten aan de afspraak toegevoegd (indien beschikbaar).

Geef de data die nog beschikbaar zijn. Weiden weer opnieuw met 'maak afspraak'.

De dag voor je afspraak krijg je een bevestiging via e-mail.

Kom op de dag van je afspraak even op tijd naar de winkel.

Tijd brengt jou de tijd van tevoren met!

Je mag maximaal twee de heren aan een tafel zitten helpen.

Opgelet: er zijn meerdere afspraken op een moment!

	maandag 21MEI	dinsdag 22MEI	woensdag 23MEI	donderdag 24MEI	vrijdag 25MEI	zaterdag 26MEI	zondag 27MEI
09:30		Maak afspraak	Maak afspraak		Maak afspraak		
10:00		Maak afspraak	Maak afspraak		Maak afspraak	Maak afspraak	
10:30		Maak afspraak	Maak afspraak		Maak afspraak	Maak afspraak	
11:00		Maak afspraak	Maak afspraak		Maak afspraak	Maak afspraak	
11:30		Maak afspraak	Maak afspraak		Maak afspraak	Maak afspraak	
12:00		Maak afspraak	Maak afspraak		Maak afspraak	Maak afspraak	
12:30						Maak afspraak	
13:00		Maak afspraak	Maak afspraak	WIKELIJDE TIJSDAG	Maak afspraak	Maak afspraak	FEESTDAG ZONDAG
13:30					Maak afspraak	Maak afspraak	
14:00					Maak afspraak	Maak afspraak	
14:30					Maak afspraak	Maak afspraak	
15:00					Maak afspraak	Maak afspraak	
15:30					Maak afspraak	Maak afspraak	
16:00					Maak afspraak	Maak afspraak	
16:30					Maak afspraak	Maak afspraak	
17:00					Maak afspraak	Maak afspraak	
17:30					Maak afspraak	Maak afspraak	



Belevingswinkelen in de praktijk

Frustraties vermijden

Inspelen op verwachtingen

Creëren van totaalbeleving

Maximale service



wara
voel je thuis



- Thematische gift afdeling
- Alternierend:
13/ 12 dagen
- 7% meer omzet

wara
voel je thuis



- TV-Afdeling
- 22% meer omzet

Reiswinkel Hasselt







Tips om beleving in uw zaak te verhogen

- VIP-Koopavonden
- Personal shopper op afspraak
- Organiseren van workshops, lezingen, demo's, ...
- WIFI aanbieden
- Drankje aanbieden
- Aangename wachthoek voor medeshoppers
- Authenticiteit extra in de verf zetten

Belevingswinkelen in de praktijk

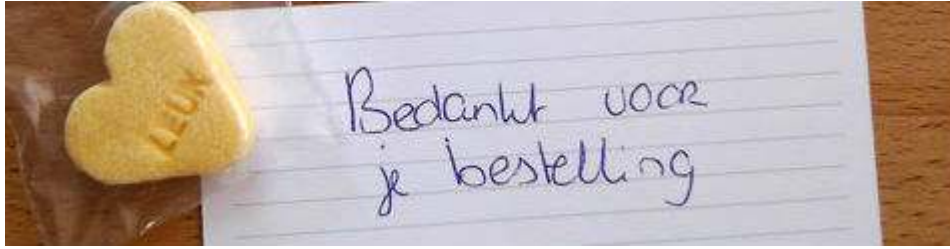
Frustraties vermijden

Inspelen op verwachtingen

Creëren van totaalbeleving

Maximale service bieden





Na sluitingstijd



Belevingswinkelen in de praktijk





HASSELT HEEFT HET.

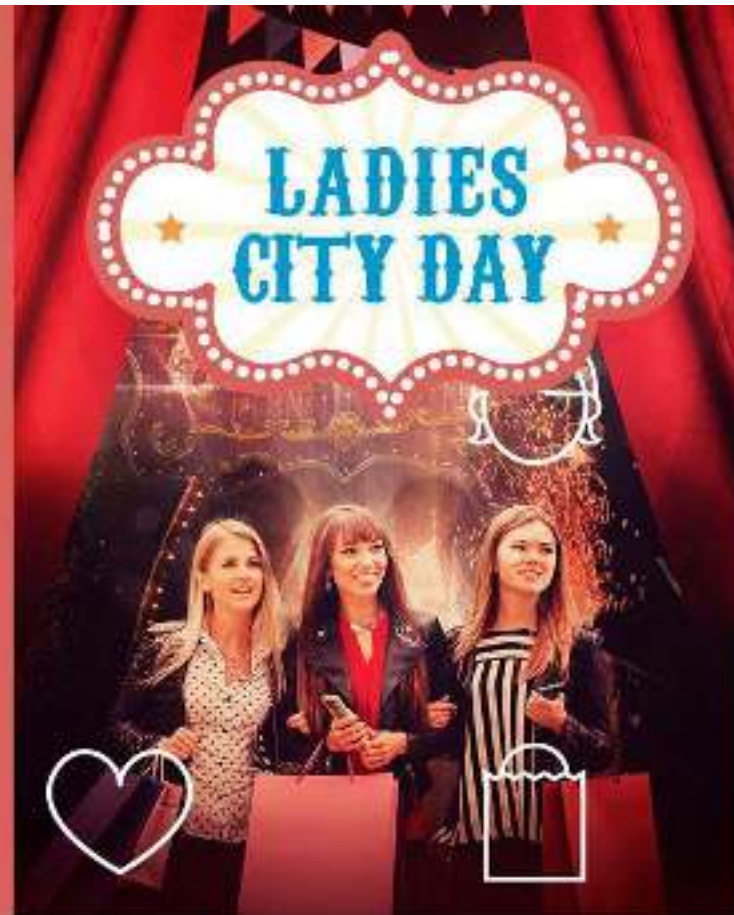




Vrijdag 25 mei
16u - 23u

Winkels open
tot 21u
Ladies Village op
de Grote Markt

Meer info
www.ladiescityday.be



Acte de présence van
Louis Talpe



Optreden van
DOMINO

GinStreet Hasselt





Concept Store Bilzen



Strijp-S Eindhoven



Case ShopUp – Belevingswinkelen in Hasselt

Voorbeeld samenwerking beleid – kennisinstelling – ondernemers

HASSELT	4 ^{de} plaats grootste winkelaanbod van Vlaanderen
Aantal inwoners op 01/01/2016	77.224 inwoners
Aantal commerciële panden (niet-leegstand + leegstand)	2.144 (833 in kern)
Aantal winkels (WVO m ²)(*)	374.749 m ²
Leegstaande panden	239 (115 in kern)

(*) WVO: Winkelvloeroppervlakte in m²
Bron: Stad Hasselt stand 1 januari 2017



Project Belevingswinkelen Hasselt

- Doel:

- Inzetten op belevingswinkelen in de binnenstad
- Implementatie **innovatieve toepassingen**

- Hoe:

- Onderzoeksfase : Benchmarkstudie, ideageneration, marktonderzoek stakeholders
- Pop-up: Introductie handenvrij/comfort shoppen
- Tests universele handelarenkaart
- Sensibilisering en professionalisering handelaars

=> Inspelen op “consument van de toekomst”



Marktonderzoek: methodologie

- Periode september-november 2016
- 514 respondenten
- Peilen naar:
 - onderscheidende kenmerken Hasselt t.o.v. andere winkelsteden,
 - bezoekersprofiel van Hasselt,
 - interesse shoppers in innovatieve toepassingen rond winkelbeleving.



Ideageneration: doel

- Ruime instroom van nieuwe ideeën genereren om van Hasselt een (nog) betere winkelstad te maken
- Van onderuit een breed draagvlak creëren (burgerparticipatie)
- Online ideeënfabriek waarbij de bezoeker zijn ideeën kan aanreiken en/of ideeën van anderen kan beoordelen.



Welkom op de ideeënfabriek "Hasselt shoppingstad"



289

IDEËN



12685

BEWOORDelingen

Idee beoordelen

Zelf een idee indienen

Laat ons weten hoe Hasselt, hoofdstad van de smaak en shoppingstad, voor jou een (nog) betere winkelstad kan worden! Dink je eigen idee in op onze ideeënfabriek of geef jouw mening over de ideeën van anderen.

- Hoe kan Hasselt nog beter beantwoorden aan jouw wensen?
- Wat zijn leuke initiatieven om van je bezoek aan Hasselt een nog gezelliger dag te maken?
- Wat mis je vandaag nog in de Hasseltse winkelstad?

Laat je inspireren of inspireer anderen met jouw ideeën.

Door deel te nemen maak je kans op een van de **10 geschenkpakketten met Hasseltse lekkernijen** (ter waarde van 25 euro). Vul hiervoor je gegevens in bij "Waar kan ik op een geschenkpakket Lekker / Hasseltis".

Bedankt alvast voor je deelname.

Dit is een project van:



Ondersteund door:



Ideageneration: methodologie

“ *Meer gratis of betaalbare parking plaatsen. Toeristen en shoppers blijven weg omdat ze snel bijna €20 extra moeten uitgeven aan een parking voor een dagje shoppen in Hasselt.* ”

Waardeer dit idee:



Volgend idee

Ideageneration: algemene resultaten

	Bruto	Netto *
Aantal ideeën	284	153
Aantal beoordelingen	13.179	12.948
Aantal sessies (\approx deelnemers)	632	612

	Netto *
Gemiddeld aantal beoordelingen per sessie (\approx deelnemer)	21
Gemiddeld aantal beoordelingen per idee	85

* Het aantal na ontdebelling en het verwijderen van onduidelijke en/of dubbelzinnige stellingen en stellingen met minder dan 50 beoordelingen werden niet weerhouden.

Ideageneration: Thema's en subthema's

Retail:

41 ideeën

- Aanbod: 22
- Openingsuren: 12
- Beleving: 4
- Varia: 3

Innovaties:

31 ideeën

- Handenvrij shoppen: 15
- Klantenkaart: 7
- App: 4
- Stadsgame: 4
- Augmented Reality: 1

Mobiliteit:

27 ideeën

- Parking: 16
- Fiets: 5
- Openbaar vervoer: 3
- Varia: 2
- Autovrij: 1

Beleving:

22 ideeën

- Varia: 9
- Sfeer: 5
- Groen: 4
- Evenement: 2
- Kunst en cultuur: 2

Infrastructuur:

21 ideeën

- Openbare toiletten: 6
- Bankautomaten: 5
- Toegankelijkheid: 4
- Signalisatie: 3
- Varia: 3

Kindvriendelijkheid:

7 ideeën

Leegstand:

4 ideeën

Dit project wordt gefinancierd met Europese (Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling), Vlaamse (Hermes) en provinciale (provincie Limburg) subsidies.

ShopUp Hasselt



Belevingswinkelen in Hasselt

OPENINGSDAGEN

VAN

1 april

TOT

29 juli

2017



ShopUp Hasselt



DIENSTEN

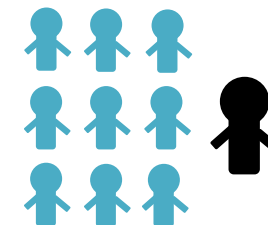
Pop-ups **Zonnecrèmeservice**
Bolderkarren **Gratis WIFI**
Lokale proevertjes **Scan & win** **Luierhoek**
Borstvoedingshoek
Shoppingbagvestiaire **New outfit cabine**
Universele klantenkaart
Rustzone **Buggydienst**

BEZOEKERS

8 315

GETELDE

BEZOEKERS



EN 107 000 PASSANTEN

MAASTRICHTERSTRAAT IN
PERIODE VAN 52 DAGEN

=> **8% CONVERSIE**

Dit project wordt gefinancierd met Europese (Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling), Vlaamse (Hermes) en provinciale (provincie Limburg) subsidies.

AGENTSCHAP
INNOVEREN &
ONDERNEMEN



ERRO
EUROPEES FONDS
VOOR REGIONALE
ONTWIKKELING





Blijf inzetten op

- Creëren van persoonlijke ervaringen
 - Inspelen op de 5 zintuigen : proeven, ruiken, zien, voelen, horen
- Uitmuntende customer care
- Authenticiteit + identiteit bewaren
- Comfort en efficiëntie van online winkelen
 - Ondersteuning van innovatieve technologieën
 - AR, VR, kassaloos betalen, digitale kiosk, ...

Take aways

- Surf mee op de golf van vernieuwing
- Denk in gewenste ervaring van je klant en niet in product, dienst of oplossing
- Beleef zelf!
- Lef om te doen
- Durf te vragen
- Werk samen
- Doorzettingsvermogen: hou vol, ook bij tegenslag

Meer informatie

Hermien Raedts

Onderzoeker retailinnovatie

Expertisecentrum Innovatief Ondernemen

Hermien.raedts@pxl.be

+32 11 77 58 71

