

HBD

Hoofdbedrijfschap
Detailhandel



Het Nieuwe Winkelen

mobiel sociaal lokaal

Het nieuwe winkelen van de consument



Filmpje Het Nieuwe Winkelen

Winkelen is van alle tijden. Maar de manier waarop een klant zijn aankopen doet verandert. De winkel is niet meer de enige plaats waar de klant zich oriënteert en koopt. Al langer merkt de detaillist dat de klant vaak goed geïnformeerd is o.a. dankzij internet. Een consument kan alle specificaties en informatie over het product opzoeken, de ervaringen van andere mensen met een product lezen en hij kan prijzen vergelijken. Maar de ontwikkelingen gaan verder. En beïnvloeden het winkelen nog meer.

Om informatie en prijzen op te zoeken en iets te kopen, is een verbinding met internet nodig. En natuurlijk een pc of

laptop. Maar de ontwikkelingen gaan door. De consument van nu is steeds vaker overal bereikbaar. Met het mobiele





netwerk en de mobiele telefoon of tablet met internet kan hij online zijn. Hij is in contact met zijn vrienden, zijn sociale netwerk, bijvoorbeeld via Facebook, Hyves of LinkedIn. Hij kan hen dus ook advies vragen, ervaringen nalezen of navragen binnen zijn eigen netwerk maar ook van vrienden van vrienden of van wildvreemden, vanuit de hele wereld. Met de nieuwste technologische ontwikkelingen kan hij gelokaliseerd worden en rechtstreeks benaderd worden (bijvoorbeeld met aanbiedingen van lokale detaillisten of informatie over parkeer-gelegenheid) of kan hij hier zelf naar op zoek gaan.

Ontwikkelingen

Een aantal ontwikkelingen speelt dus een rol bij Het Nieuwe Winkelen. Consumenten zijn mobiel bereikbaar (*mobiel*). Zij staan in contact met hun vrienden (*sociaal*). Bovendien zijn ze, doordat ze een mobiele telefoon hebben, te lokaliseren (*lokaal*). De veranderende consument combineert tijdens het winkelen de mogelijkheden van de drie genoemde ontwikkelingen. Dit noemen we Het Nieuwe Winkelen. En dat heeft gevolgen voor hoe de detaillist zijn zaken doet.

Het nieuwe winkelen voor de detaillist?

Het Nieuwe Winkelen heeft invloed op de detailhandel zoals we die nu kennen. De detailhandel moet het gemak van internet en de steeds groter wordende rol van social media combineren met de beleving en de verkoop in het winkelgebied, de winkelstraat. En dit geldt uiteraard ook voor de individuele detaillist. Maar hoe zorgt u dat u klaar bent voor Het Nieuwe Winkelen? Als ondernemer, maar ook gezamenlijk met de andere ondernemers in het winkelgebied waarin u bent gevestigd.

Platform

Het Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD) ontwikkelt in samenwerking met technologie providers een platform dat de mogelijkheid biedt om in te spelen op Het Nieuwe Winkelen. Dit platform richt zich op vijf pijlers:



Filmpje Reclame en verkoopbevordering

Reclame, verkoopbevordering

Hoe krijgt u de consument naar het winkelgebied én hoe zorgt u dat hij koopt. Het Nieuwe Winkelen maakt gebruik van digitale mogelijkheden als e-couponing (kortingsbonnen en codes via internet), e-mailnieuwsbrieven, QR codes, narrowcasting (audiovisuele boodschap afstemmen op specifieke doelgroep, plaats en tijdstip) en social media. In combinatie met traditionele media als lokale radio, TV en drukwerk.





Lokaal zoeken



Filmpje
Lokaal zoeken

Om winkels, producten en diensten of parkeerplekken in de binnenstad te kunnen vinden, gebruikt de klant mobiel internet. Hij kan

een persoonlijke winkelroute samenstellen aan de hand van zijn behoeften. Als detaillist kunt u de klant helpen in deze zoektocht door goede online acties en informatie aan te bieden.

Logistiek



Filmpje
Logistiek

Alle winkeliers werken mee aan een centraal artikelbestand met hun aanbiedingen. Dit zorgt ervoor dat de klant nog dezelfde dag geleverd

krijgen wat hij koopt. Hij kan zijn aankoop ophalen in de winkel of bijvoorbeeld thuis laten bezorgen. Het kan zelfs in een kluis in de parkeergarage waar zijn auto staat afgeleverd worden.

Betalen en loyaliteit



Filmpje
Betalen en loyaliteit

Alle betalingen van klanten in het winkelgebied (cash, via mobiele telefoon, pinpas, PayPal of

creditcard) worden verwerkt in een centraal systeem. Deze betalingen worden gekoppeld aan een loyalty-programma. Hiermee spaart hij dezelfde bonuspunten in het hele winkelgebied. Hij verzilvert zijn bonuspunten ook in dit gebied, hij krijgt bijvoorbeeld korting in winkels of betaalt het parkeren hiermee.

Metten is weten



Filmpje
Meten is weten

Inspelen op Het Nieuwe Winkelen werkt alleen als alle detaillisten over de juiste, volledige en tijdige informatie beschikt. Zij moeten op

de hoogte blijven van wat er in de binnenstad gebeurt en moeten weten wat de ingezette acties voor effect hebben op de tevredenheid en handelswijze van zijn klanten. Zodat er goed ingespeeld kan worden op de behoefte van deze klant. Het Nieuwe Winkelen voorziet de detaillist van een dashboard waar hij direct en real-time informatie kan raadplegen. Zo kan hij eventueel bijsturen om zijn aanbod en dienstverlening verbeteren.

Praktijkervaring

Duidelijke antwoorden en kant-en-klare oplossingen zijn nog niet te geven. Het HBD doet veel onderzoek naar Het Nieuwe Winkelen. Zo is het HBD in Veenendaal het project 'Het Nieuwe Winkelen in de binnenstad' gestart, om winkeliers en hun medewerkers te leren hoe zij sneller en beter in kunnen spelen op dit fenomeen. De ondernemers in de

binnenstad maken gebruik van technieken om de communicatie met de consument te verbeteren en om de consument van nu beter te bedienen. De ervaringen die in deze pilot worden opgedaan kunnen gebruikt worden door andere binnensteden en/of winkelgebieden.



Landelijk informatiecentrum

In Veenendaal is het landelijk informatiecentrum Het Nieuwe Winkelen gevestigd. Hier kunnen bezoekers kennis maken met de technieken die in Veenendaal worden toegepast om de communicatie tussen binnenstadondernemer en bezoeker te verbeteren en om de service aan de bezoeker te verhogen. Ondernemersverenigingen maar ook gemeenten en andere organisaties die aan de slag willen met Het Nieuwe Winkelen kunnen een bezoek aan het informatiecentrum combineren met een wandeling door de binnenstad van Veenendaal. Tijdens deze wandeling zijn een aantal nieuwe technieken in de praktijk te zien. Het informatiecentrum is gevestigd in

het winkelcentrum De Scheepjeshof in Veenendaal en is uitsluitend geopend op afspraak. Voor een bezoek aan het informatiecentrum kunt u zich aanmelden via **www.hbd.nl/aanmeldenhnw**.

Volg Het Nieuwe Winkelen en HBD op twitter:



@HNWinkelen

@detailhandel

Meer informatie vindt u op:

www.hetnieuwewinkelen.org

www.hbd.nl



HBD

Hoofdbedrijfschap
Detailhandel

Het HBD maakt zich sterk voor een gezonde detailhandel waarin het goed ondernemen en werken is.

Het HBD houdt zich onder andere bezig met de bestrijding van winkelcriminaliteit, werkt aan de bereikbaarheid en de aantrekkelijkheid van winkelgebieden, zorgt voor voldoende en goed opgeleid personeel en stimuleert innovatie en duurzaamheid. Het HBD is bovendien het kenniscentrum voor de detailhandel.



www.hbd.nl

Hoofdbedrijfschap Detailhandel
Postbus 90703
2509 LS Den Haag

T (070) 338 56 66

F (070) 338 57 11

E info@hbd.nl

I www.hbd.nl

twitter.com/detailhandel

