

Datagedreven inkopen doe je zo

11-02-2016 10:58

Door Roel Lutkenhaus

Data-analist bij [New-Media](#)

Inkoopbeleid is belangrijk. Wie slim inspeelt op trends, kan zorgen voor grote afzet en lage derving. De meeste inkopers ontwikkelen een goed gevoel voor wat de klant wil, maar willen dat soms staven aan data. Helaas is er vaak geen tijd of geld om daar een duur bureau voor in te huren.

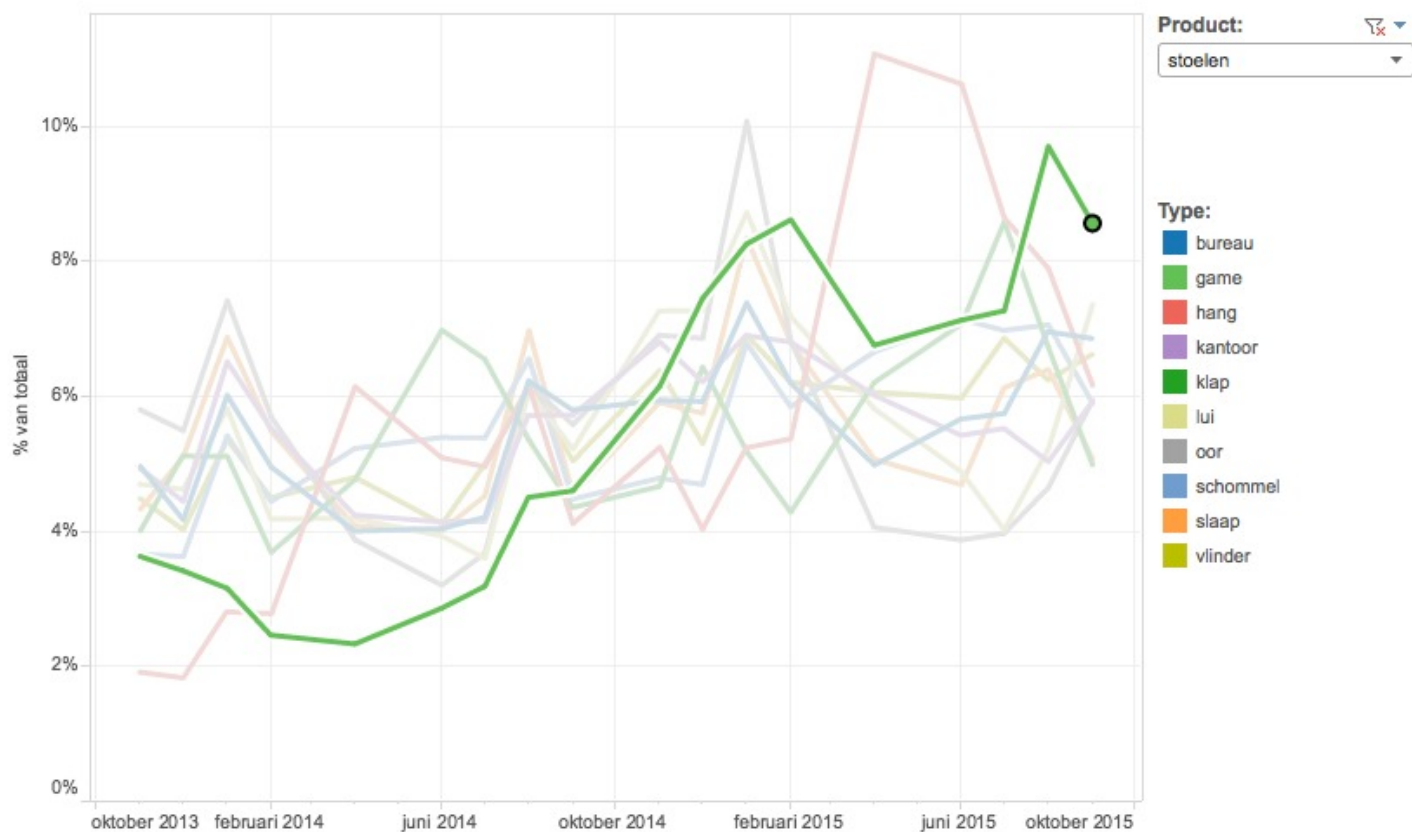
Online heeft niet alleen de retailsector op z'n kop gezet, maar ook gezorgd dat marktonderzoek veel sneller en goedkoper kan. Bij New Media €“ een data-driven marketingbureau €“ zijn we gespecialiseerd in online marktonderzoek op basis van open databronnen. Datasets bestaan soms uit miljoenen keywords die we analyseren en structureren om inzichten te vinden die onze klanten helpen de doelgroep beter te begrijpen. Daarmee zetten onze klanten niet alleen marketingbudgetten beter in, maar perfectioneren ook hun inkoopbeleid.

Onder meer Leen Bakker gebruikt onze Keyword Intelligence om het inkoopbeleid op af te stemmen. De winkelketen vertaalt de inzichten naar een aantrekkelijk en actueel assortiment.

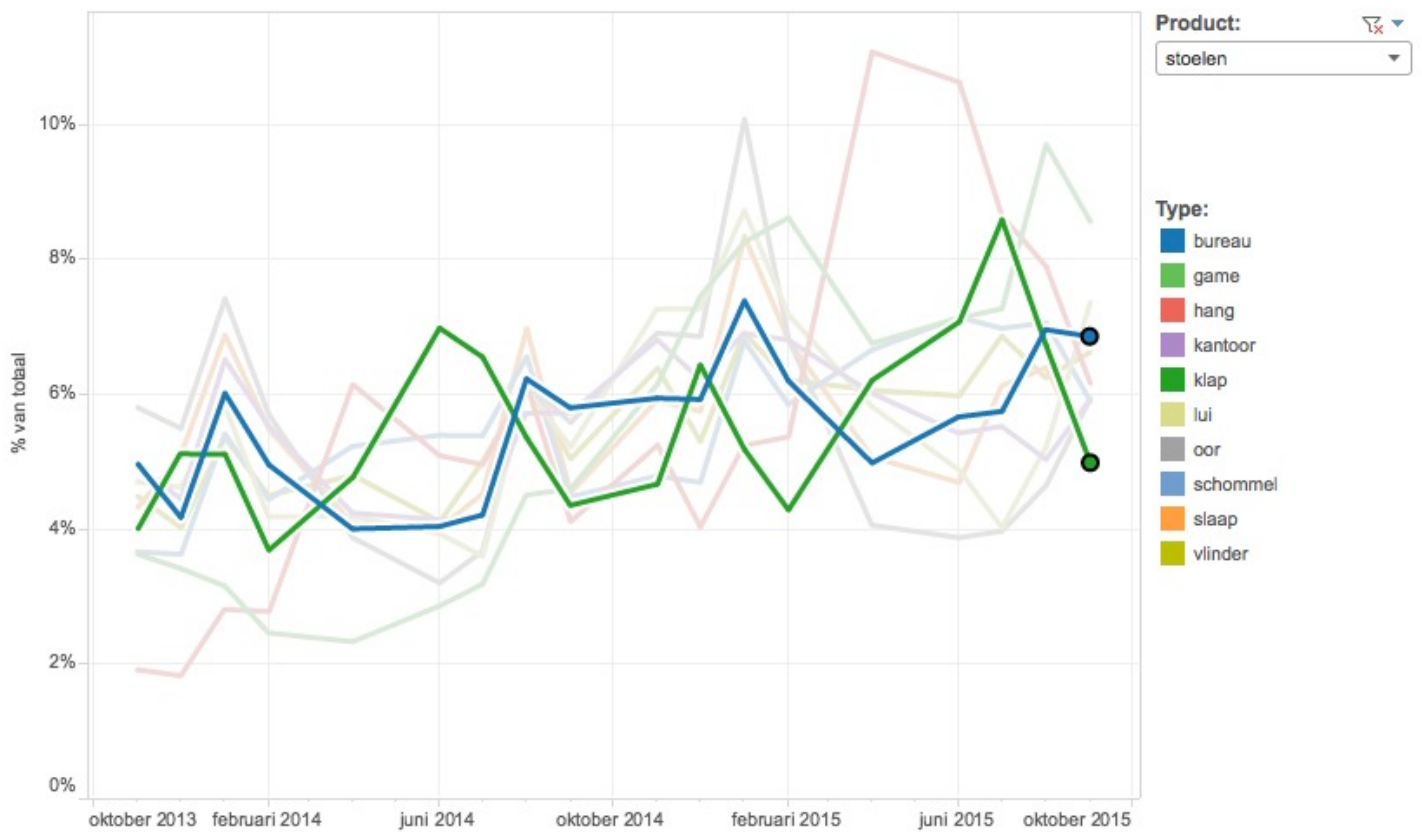
Trends ontdekken

Door data slim te structureren kunnen we vragen van klanten beantwoorden. Bijvoorbeeld welke type producten behoefte stijgt of daalt. In de grafiek hieronder zie je bijvoorbeeld dat€|

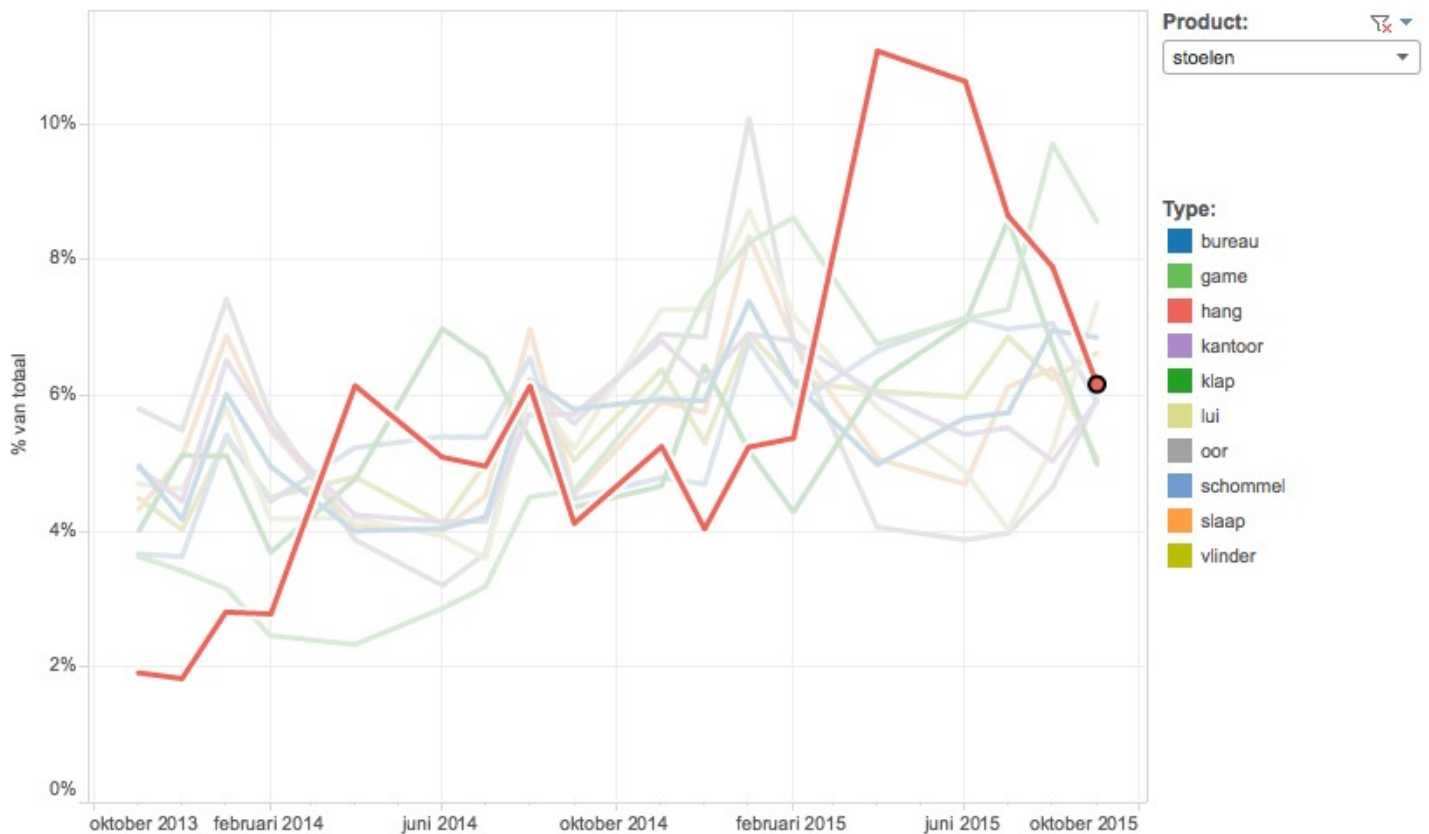
€|de vraag naar **gamestoelen** sinds eind 2013 **sterker is gegroeid** dan de vraag naar andere soorten stoelen:



â€de vraag naar **klap- en bureaustoelen** sinds 2013 **vrijwel gelijk** bleef:



â€ide vraag naar **hangstoelen** in de lente van 2014 **niet opviel**, maar in de lente van 2015 een **absolute topper** was.

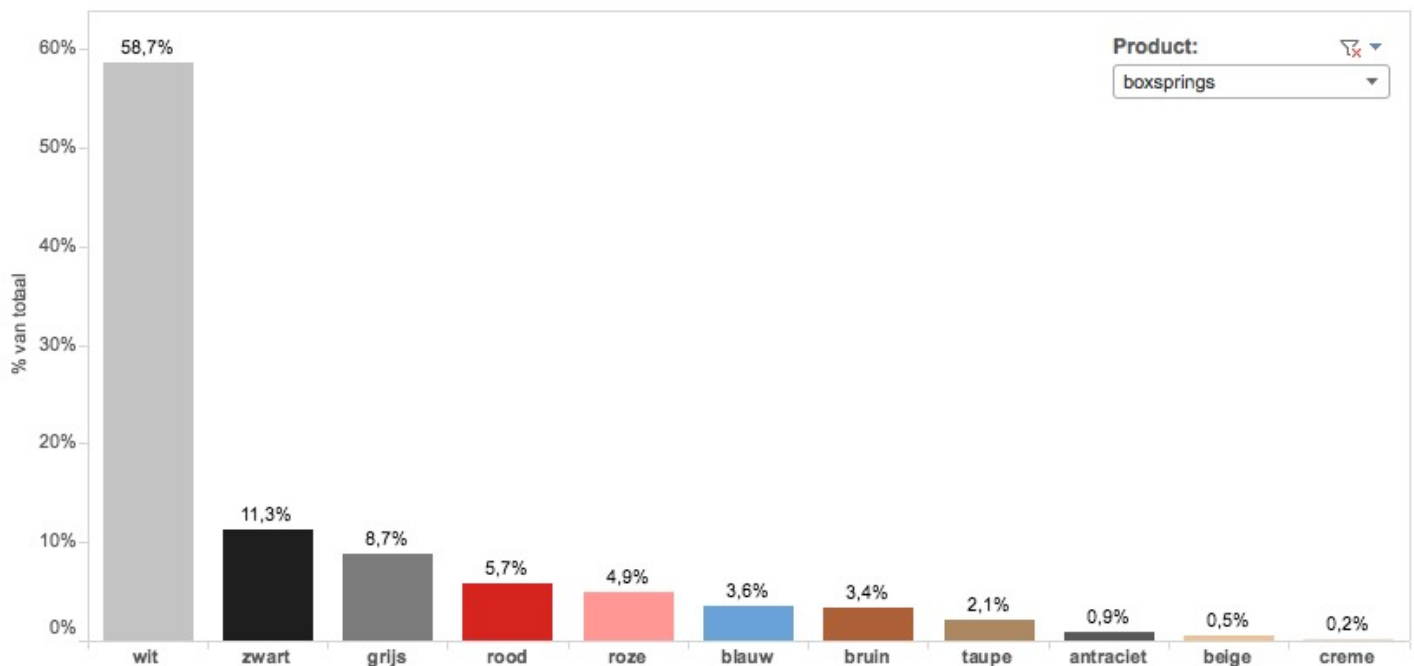


Bovenstaande grafieken zijn screenshots uit een interactief dashboard. [Klik verder](#) om met het dashboard de vraag naar verschillende typen stoelen en bedden te verkennen.

We voorzien onder meer Leen Bakker van deze inzichten en zorgen daarnaast dat ze ieder kwartaal een update van de data ontvangen. Zo houdt je als inkoopafdeling een vinger aan de pols en kun je vroeg inspelen op trends.

Eigenschappen vergelijken

Doordat we onze data semantisch structureren, kunnen we bepaalde eigenschappen van producten met elkaar vergelijken. Afmetingen, materiaal, prijs of â€“ in dit geval â€“ kleur.



Bovenstaande grafiek is een screenshot uit een interactief dashboard. [Klik verder](#) om de vraag naar verschillende kleuren producten (banken, bedden, beddengoed, boxsprings en stoelen) te verkennen.

Een rondje langs de webwinkels toont dat de meeste boxsprings die verkocht worden grijze bekleding hebben. Dat is gek, want uit ons onderzoek blijkt dat bijna zestig procent van de mensen hun zoekopdrachten naar boxsprings met 'wit' verfijnen.

De mogelijkheden van onderzoek met open data zijn onbegrensd. Een verstandige inkoopmanager zorgt dat hij naast zijn gevoel op data vertrouwt om scherp in te kopen.