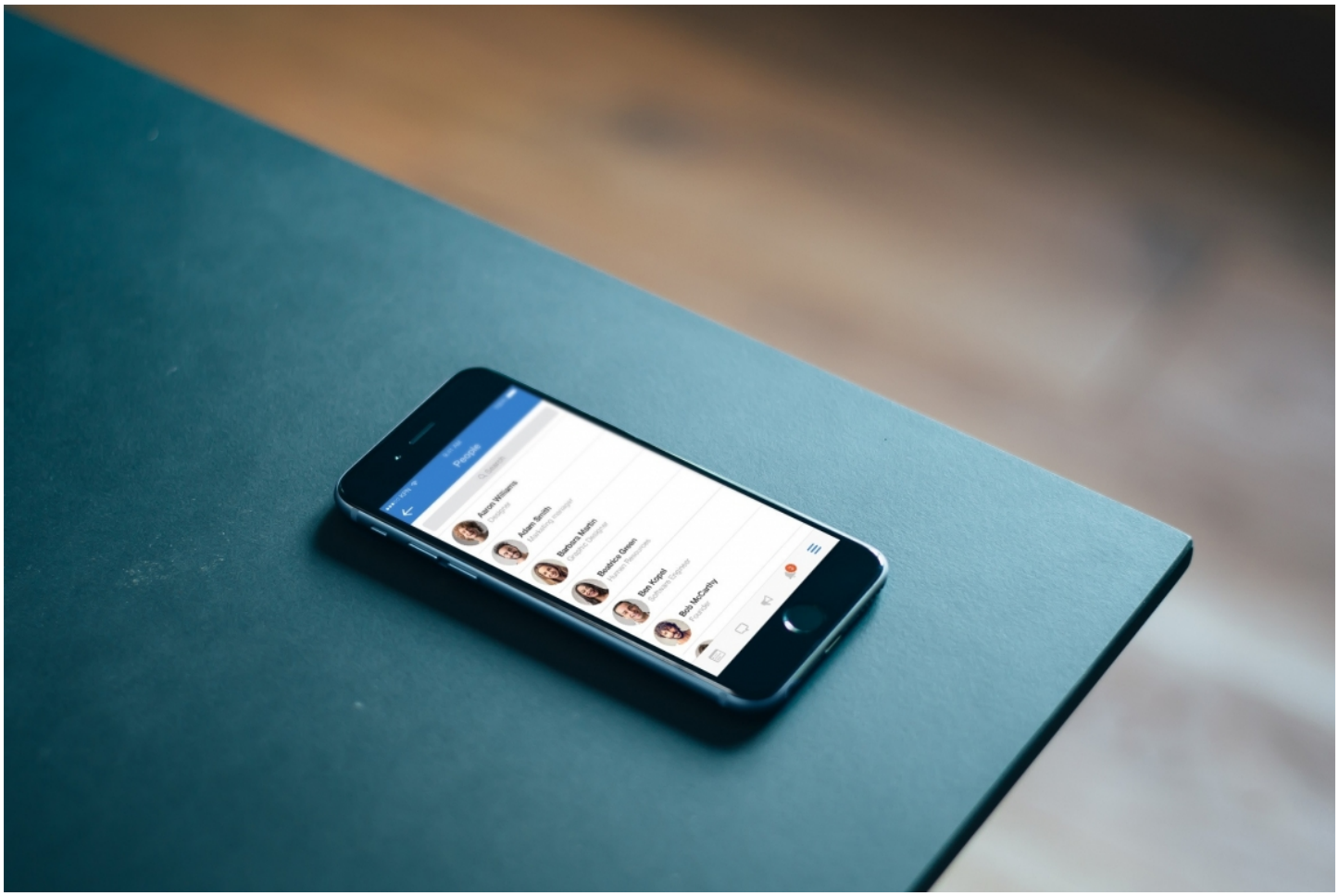
Dit is de beste retailinnovatie van 2017

10-03-2017 09:42



Door Nick Möller
Redactie RetailWatching

De lijst met retailklanten is indrukwekkend. Namen als Blokker, Media Markt, de Bijenkorf en Rituals komen voorbij tijdens de pitch van Erwin van der Vlist. Hij is oprichter van Speakap, dat donderdag is uitgeroepen tot de beste retailinnovatie van 2017. Al ontstond het idee al in 2007, toen Van der Vlist en medeoprichter Patrick van der Mijl als teamleiders in een supermarkt werkten.

In 2011 werd Speakap opgericht, met het doel het creëren van een besloten en veilig communicatieplatform waar medewerkers onderling communiceren en werk gerelateerde informatie uitwisselen. Marqt was één van de eerste retailers die een pilot met het besloten platform hield. “Een combinatie van WhatsApp en Facebook”, omschreef Caspar Ruterink, verantwoordelijk voor de interne communicatie van de Marqt-winkels, twee jaar terug in RetailTrends tegenover Suzanne Geurts. “We hebben een overzichtelijke, platte organisatie, maar merkten dat de communicatie en betrokkenheid nog beter kon. Zo kunnen we zaterdagcollega’s beter informeren over wat er doordeweeks speelt.” Bovendien is het rooster- en planningssysteem van Marqt direct aan Speakap gekoppeld. Hét doorslaggevende voordeel, vindt hij. Medewerkers kunnen direct bij hun rooster, wijzigingen worden automatisch doorgevoerd.

Het platform draait op (privé) smartphone en desktopcomputer. Verder werkt het zo: elke medewerker krijgt automatisch een profiel en is lid van de groep van zijn eigen winkel, met daarin alle collega's. Daarnaast kun je allerlei subgroepen starten. Zoals een groep voor de kaasafdeling of dezelfde Versboeren – zoals Marqt haar afdelingshoofden noemt - van andere winkels. "Versboeren Vlees vinden nu bij elkaar een klankbord en wisselen ideeën uit over bijvoorbeeld de presentatie van een nieuwe promotie." Nieuws vanuit de organisatie komt voorbij in een Facebook-achtige timeline, waarbij ook de like-button niet ontbreekt. Daarnaast kunnen collega's privéberichten sturen, die volgens Ruterink volledig afgeschermd zijn afgeschermd.

De pilot startte al in het voorjaar van 2014 met een enquête, als nulmeting. Medewerkers gaven de communicatie met bijvoorbeeld hun winkelmanager, Versboer en directe collega's een cijfer. Inmiddels hebben meerdere metingen plaatsgevonden. Volgens Ruterink zijn alle communicatie-aspecten duidelijk verbeterd, ook bij medewerkers van 55 jaar en ouder. "Over hen maakte ik me een beetje zorgen. Maar hoewel sommigen geen smartphone hebben, houden ze alles wel via de desktopcomputer bij. Het programma werkt ook zo simpel. Gewoon, plug and play."

Ook winkelmanagers en Versboeren reageren enthousiast, al stonden ze niet te springen om 'weer een communicatiekanaal'. Dat is ook niet de bedoeling, benadrukt hij. "Bij de introductietrainingen zeggen we duidelijk: gebruik geen e-mail meer. Ook het printje van het rooster moet van de muur. Online communiceren we alléén via Speakap."

Speakap is inmiddels in alle vestigingen van de biologische supermarktketen uitgerold. Bovendien zijn er al zo'n driehonderd andere klanten, die samen goed zijn voor meer dan honderdduizend gebruikers. Niet dat die gebruikers allemaal weten dat ze van Speakap gebruikmaken. De besloten platforms beschikken namelijk allemaal over hun eigen naam. Zo is er Blokker Talks en Rituals Connect.

Het lukt Speakap naar eigen zeggen snel om de betrokkenheid onder medewerkers te vergroten. Zo is gemiddeld na een maand tachtig procent van het personeel verbonden met het platform. "Ze loggen drie keer per dag in", stelt Van der Vlist. Hij ziet de prijs voor Beste Retail Innovatie 2017 als startschot voor een verdere expansie, en niet alleen binnen Nederland. Speakap haalde sinds zijn lancering al enkele miljoenen aan groeigeld op. "We willen onze app nu internationaal uitbreiden."