

Hoe Spar University studenten aan zich bindt

10-07-2018 10:40



Spar University groeide de afgelopen jaren uit tot een vertrouwd gezicht op menig universiteits- en hogeschoolcampus. Inmiddels is de rek er qua fysieke uitbreiding wel een beetje uit, maar is de studentenformule druk bezig met nieuwe manieren om zijn doelgroep aan te spreken. De kassaloze oplossing Skippen is daar een voorbeeld van, maar ook bezorgopties worden steeds belangrijker, zegt ondernemer Erwin Binneveld, een van de sprekers tijdens het [Retail & Brands Festival](#) op 6 september. “De smartphone staat centraal in alles wat we doen.”

Skippen lijkt op het eerste gezicht vooral een handige tool voor de student die zijn snelle snack haalt bij Spar University. Met behulp van betaalapp Tikkie is het mogelijk om mobiel af te rekenen zonder langs een kassa te hoeven. De oplossing werd in maart gelanceerd en wordt in ieder geval naar alle universiteitswinkels gebracht, maar wellicht blijft het daar niet bij. “Spar heeft interesse om het groter op te pakken”, zegt Binneveld. Daarbij wordt vooral gekeken naar de vestigingen van het City-concept en de Express-winkels.

Voor de winkelformule zelf is Skippen meer dan een leuke tool. De toepassing kan namelijk een grote rol spelen in dataverzameling, vertelt Binneveld. De data die Skippen oplevert is heel specifiek en brengt precies in kaart wie de klant is en wat hij koopt. “Op basis daarvan kunnen we hele kleine, maar ook hele grote beslissingen nemen.” Als voorbeeld van een kleine noemt hij het aanscherpen van deals en het doen van gepersonaliseerde aanbiedingen. “Maar als je ziet dat sommige producten niet verkocht worden of je bepaald klantgedrag herkent, moet je misschien je winkel aanpassen of zelfs stoppen met winkels.” Eén ding belooft hij wel: data verkopen aan derden zal bij Spar University *never nooit* gebeuren.

Bezorgen

De uit data verkregen inzichten kunnen zelfs leiden tot een hele andere manier van de student benaderen. Zo test Spar University al een model met *pick-up persons*, waarbij het mogelijk is iets via de app te bestellen en te laten afleveren bij de uitgang van de collegezaal. “Misschien wordt dat wel zo groot dat je helemaal geen winkels meer nodig hebt op universiteitsterreinen”, zegt Binneveld. “Jongeren zitten vaak op het gras en hebben helemaal geen zin om naar wat voor winkel dan ook te lopen, al is die maar honderd meter verderop. Misschien zijn we straks alleen nog *on the spot* aan het afleveren, al dan niet met een bezorgpartner.” Maar bezorgen op de universiteit, dat is nog niet zo makkelijk, weet Binneveld. In veel gevallen wordt dat contractueel verboden, omdat een onderwijsinstelling zijn eigen cateraar wil beschermen. “Maar wie houdt de Deliveroos van deze wereld straks tegen als die op het terrein komen leveren? Of je nou in het stadspark zit of op de campus, dat is het gemak waarnaar mensen op zoek zijn. Het heeft geen zin om te doen alsof dat niet bestaat.”

Heel veel ruimte voor meer universiteitswinkels, ziet Binneveld niet meer. Momenteel heeft Spar University negen vestigingen, waarmee het doel dat vijf jaar geleden is vastgesteld is behaald. “De markt is wel zo’n beetje op. Als er nog één of twee bij komen, is het veel.” Spar University zit op alle universiteiten en hogescholen waar het wil zitten, verklaart hij. “Het is heel moeilijk om rendabel te zijn op kleinere hogescholen. Zo hebben we tegen Den Haag ooit nee gezegd, dat konden we niet rondrekenen.” Spar University houdt twee belangrijke criteria in het oog: het volume en het type student. Zo is Leiden als grote studentenstad nog een potentiële witte vlek voor Spar University, maar niet voor vandaag of morgen. “Wij maken onderscheid tussen stadsuniversiteiten en campusuniversiteiten”, legt hij uit. “Leiden is wel meer activiteiten aan het concentreren, maar zit nog steeds heel verspreid door de stad.” Daarom kan Spar University zijn spel daar nu nog niet goed spelen, weet Binneveld. “Daar heb je te maken met hele andere concurrentie, zoals de gangbare stadsretail en nieuwkomers als Jumbo City en Spar City.”

De max

Ook Tilburg University is geen goede plek, maar dan om een andere reden. De studies zijn daar ‘redelijk vrijblijvend’, zoals Binneveld het omschrijft. “Je ziet dat mensen die Tilburgse studies doen veel minder aanwezig zijn op de universiteit. Op hogescholen zie je dat nog veel meer, en wonen studenten ook vaker thuis. Dat soort factoren spelen allemaal mee.” Naast Leiden heeft alleen Maastricht – mits de onderwijsactiviteiten zich ook daar voldoende concentreren – nog het potentieel voor een nieuwe vestiging. Dat het daarbij zou blijven, is voor Binneveld geen verrassing. “We hebben altijd geweten dat tien tot twaalf winkels de max is.”

Waar nog wel volop onontgonnen gebied voor Spar University is, is over de grens. Maar makkelijk is dat niet, zegt Binneveld. “Binnen Spar International is ons concept inmiddels wat meer geaccepteerd dan in de opstartfase. In het begin was dat best lastig, want Spar houdt internationaal graag vast aan de vier bestaande formats.” Maar hoewel die hobbel volgens de ondernemer is overwonnen, blijft het maken van afspraken in andere landen nog wel een obstakel. “Je kunt niet zomaar naar België of Frankrijk, daar zijn al licenties vergeven aan andere partijen.” Verzoeken zijn er genoeg. “De gekste die ik heb gehad is van een student die met mij een winkel in Pakistan wilde neerzetten.” Dat ziet Binneveld zelf nog niet zo snel gebeuren. Waar hij wel graag heen wil? “Barcelona of New York. Als we naar het buitenland gaan, steek ik mijn energie graag in dat soort steden. Want dan is het echt voor de fun.”

Retail & Brands Festival op 6 september

Erwin Binneveld gaat tijdens het Retail & Brands Festival dieper in op hoe Spar University tot zijn keuzes komt en waarom je van e-commerce geen trucje moet maken. Ook vertelt hij hoe de studentenformule de aansluiting zoekt bij zijn doelgroep en wat andere retailers daarvan kunnen leren. Ga naar retailandbrandsfestival.nl voor meer informatie en om je aan te melden.

Amnon Vogel