

Hoe Hoog Catharijne retail analytics inzet

22-10-2019 13:10



Branded content

Door Carly Leget
Marketing & communication manager PFM Footfall

Investeren in retail analytics en data-expertise is een belangrijke strategie geworden voor bedrijven die succesvol willen zijn in de toekomst. Het vertrouwen op kwalitatief goede en betrouwbare data in plaats van simpelweg te gokken, zorgt ervoor dat je als retailer slimmere beslissingen kunt nemen als het gaat om omzet, klanttevredenheid en het hebben van een goedlopende winkel.

Gelukkig begrijpen veel retailers dit en passen steeds meer winkels deze slimme vorm van data-analyse toe. Het nadeel is echter dat veel winkeliers en winkelcentra inderdaad data verzamelen, maar dit niet op een effectieve manier vertalen en toepassen. Retailanalytics is het proces van dataverzameling en analyse met betrekking tot verschillende aspecten van het verkoopproces. De verstrekte data is relevant voor onder andere informatie over de hoeveelheid klanten, verkopen (en omzet), retouren en voorraadbeheer – allemaal essentiële aspecten om te begrijpen hoe het bedrijf presteert en op een efficiënte manier in te kunnen spelen op de consumentenvraag. Deze data helpt je om (de wensen van) de klanten beter te begrijpen en ze langs de hele supplychain te begeleiden op een winstgevende manier.

Retailanalytics maakt het mogelijk om gedrag in fysieke winkels zichtbaar te maken waar dit voorheen alleen beschikbaar was voor online winkels en transacties. Het verschaft inzicht in het gedrag van klanten wanneer ze in de winkel zijn, maar bijvoorbeeld ook waar de meest gunstige plek is om één-op-één contact tussen verkopers en klanten te hebben voor de grootste impact. Het is hierdoor eindelijk mogelijk om ook in fysieke winkels potentiële obstakels in het aankoopproces van klanten te herkennen met hetzelfde gemak als in online platformen. Deze inzichten zijn belangrijk voor winkel- en winkelcentrumeigenaren om te kunnen reageren op de snelle veranderingen in de consumentenvraag.

Winkelcentrum Hoog Catharijne

Winkelcentrum Hoog Catharijne in Utrecht is het meest centrale en best bereikbare winkelcentrum van Nederland. Het winkelcentrum is bezig met vernieuwing en moderniseren. Deze herontwikkeling heeft een aantal redenen en een daarvan was de extreme drukte op een van de hoofdassen. Grote drukte in de passages, met name in het weekend, hadden een negatieve invloed op het winkelend publiek. Hier moest natuurlijk een oplossing voor komen.

Hoog Catharijne meet al heel lang de passantenstromen om tot inzichten te komen. Een van die inzichten is bijvoorbeeld wat het effect is van een veranderende layout, zoals een extra passage. De verzamelde data leent zich uitstekend voor het maken van simulaties over de te verwachten verhouding tussen beide passages en de ontwikkelingen hiervan. Het winkelcentrum kan hierdoor het resultaat en verloop van nieuw geopende winkels of events heel goed volgen.

Daarnaast gebruikt ook de leasingafdeling van het winkelcentrum de data uit de telsystemen in de vorm van heatmaps om er zo achter te komen waar de drukte zich bevindt. De camera's en sensoren dekken alle in- en uitgangen van het winkelcentrum. De herontwikkeling en bouwwerkzaamheden van het winkelcentrum, die een aantal jaren in beslag nemen, zullen logischerwijs ook zorgen voor blokkades of omleidingen voor het publiek. De verzamelde teldata laat perfect zien wat de effecten hiervan zijn voor de desbetreffende retailers.

Data juist interpreteren en analyseren

Het is met retail analytics belangrijk om de data niet alleen te verzamelen, maar ook op een juiste manier te interpreteren en analyseren. Aan de hand van beschikbare data is het mogelijk simulaties en scenario's te maken over het te verwachten aantal bezoekers per jaar. De prognose voor komend jaar is bijvoorbeeld 32 miljoen bezoekers. De analyses over het te verwachten aantal bezoekers nemen echter nog meer effecten mee in de calculatie zoals wat de invloed is van de verbouwing, het weer, de opening van nieuwe winkels of veranderingen in loopstromen.

Daarnaast wordt er ook rekening gehouden met veranderingen in de markt, ontwikkelingen in de werkloosheid en de effecten van online bestedingen. Alles wordt tegen elkaar afgewogen om zo tot een realistische en goed doordachte schatting van de toekomstige passantenaantallen te komen. Daarbij is het ook mogelijk om te Hoog Catharijne te benchmarken vergeleken met de markt. Bovendien kan het meten van bezoekers bij de winkelentree ook een waardevolle aanvulling zijn op omzethuurgegevens. Je krijgt dan inzicht in de verhouding tussen passanten en conversie.

Betrouwbare bezoekersdata

Door het combineren van diverse datasets is het mogelijk om tot diepere analyses en voorspellingen te komen met betrekking tot het winkelend publiek en de toekomst. De beste manier om de juiste commerciële keuzes te maken, is om deze te baseren op correcte en betrouwbare bezoekersdata. Veel winkels en winkelcentra beschikken al over bezoekersdata, maar juist het combineren van data en scherpe analyses dragen bij aan het optimaliseren van jouw locatie.

Blijf als retailer niet achter en haal ook de juiste inzichten uit bezoekersdata om het huidige en toekomstige winkelpubliek beter te begrijpen. In de snelle dynamische wereld van concurrerende retailers kun je het eigenlijk niet meer veroorloven om niet mee te gaan in de nieuwste technologieën.

Carly Leget