

TETRA

Digitale transformatie van de fysieke winkel



**DE HOGESCHOOL
MET HET NETWERK**

Elfde-Liniestraat 24, 3500 Hasselt, www.pxl.be

Verwelkoming

Door Evi Knuts,
Onderzoekshoofd PXL Expertisecentrum Innovatief ondernemen

Agenda

- 18u30 Verwelkoming
- 18u45 Situatieschets door UNIZO & RetailDetail
- 19u15 Enkele cases uit de praktijk Dobit & Auva
- 19u45 Toelichting Tetra-project
- 20u15 Q&A
- 20u30 Receptie & netwerking



Situatieschets

Door Pauline Neerman,
RetailDetail, projectmeter

Door Eric Bervoets,
UNIZO Vlaanderen, projectpeter



The Future of Shopping

Innovation platform for retailers, brands and suppliers



Who are we?

RetailDetail, the leading B2B retail community in the Benelux, keeps retail professionals up to date with online and offline publications, events, retailhunt inspiration trips and the unique co-creation platform retailhub, where retailers and their suppliers can experience the future of shopping.

Our mission is to help retailers





Creating the world's largest
Living Retail Innovation Lab.



The double promise of 'the future of shopping'

FOSTER
SHOPPING THE FUTURE

**Retail
Detail**
retailhub



B2C

Discover, experience,
taste & buy the future

For whom?
B2C brand for
the interested buyer

What?
Discovering,
experiencing,
tasting & buying
the future

How?
Shopping center that
is always surprising

For whom?
B2B brand for partners,
retailers, pro-sumers

What?
Create & discover
the future of retail &
discover how everything
works

How?
Experience centre,
co-working space, desks...



B2B

Create & discover the
future of retail



Reinvent, and make it better



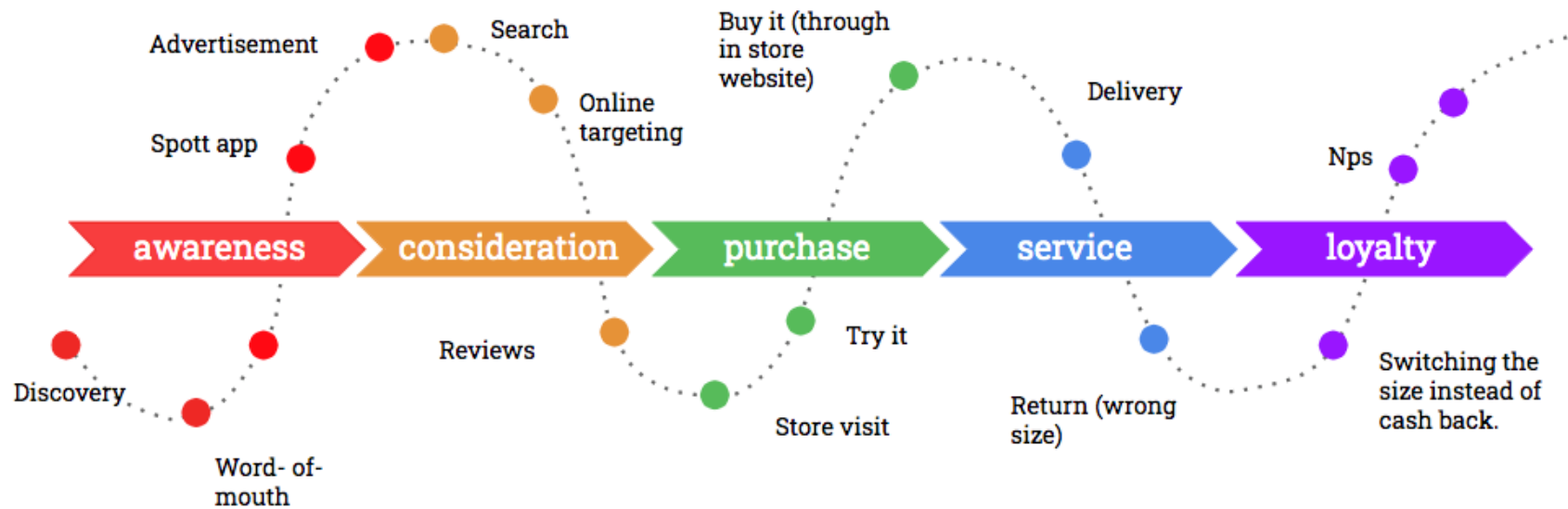
4TH INDUSTRIAL REVOLUTION

Implications for retail (**WEF**) :

- The empowered consumer
- Disruptive technologies
- Transformative business models



NEW CUSTOMER JOURNEY



TO-POP



- In marketing we are in the Age of Personalisation, where data rules:
 - 78% of consumers want personalized marketing communications (Gartner)

Customers are twice more likely to view personalized offers as important (Salesforce)

IN-POP

- EU: 85% of all consumer purchases still take place at physical stores
 - BE: 90% (pre-Covid)
- 75% of consumers expect that over 50% retail space will be dedicated to experience rather than goods by 2027 (Westfield)
- 2003: customers use 2 different touch points in their buying process. Today: 6 touch points (Marketing Week)
- 72% of Belgian consumers feel better informed on products than shop staff (Proximus)



POST-POP: DATA CENTER



- Data at the core of business
 - Smart cameras
 - Facial recognition
 - Location & in-store analytics
 - Retail Dashboard
- Retail security
- Blockchain (e.g. food tracking)
- Sensors & operational IoT
- Loyalty system & CRM
- Automated warehouse & 'microfulfillment center'

CONNECTIVITY LEADS TO...

NEW BUSINESS MODELS

- Experimental
- Bottom-up
- Omnichannel
- Trial & error
- Re-inventing the old

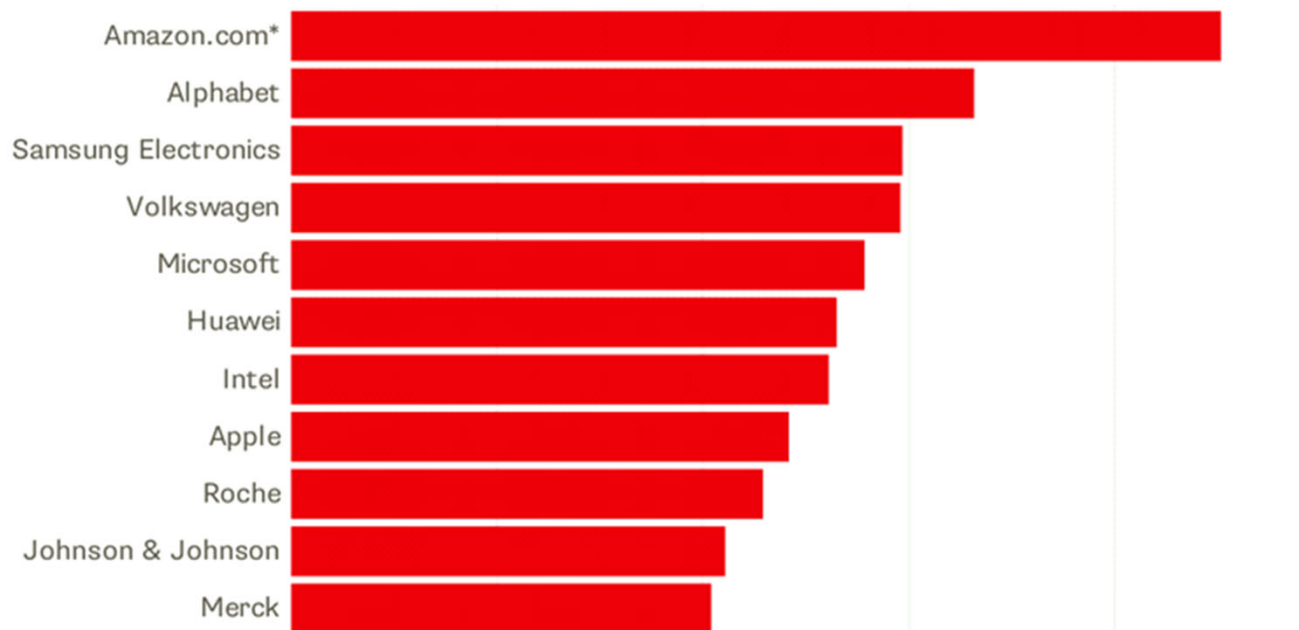




INDUSTRY IN REVOLUTION

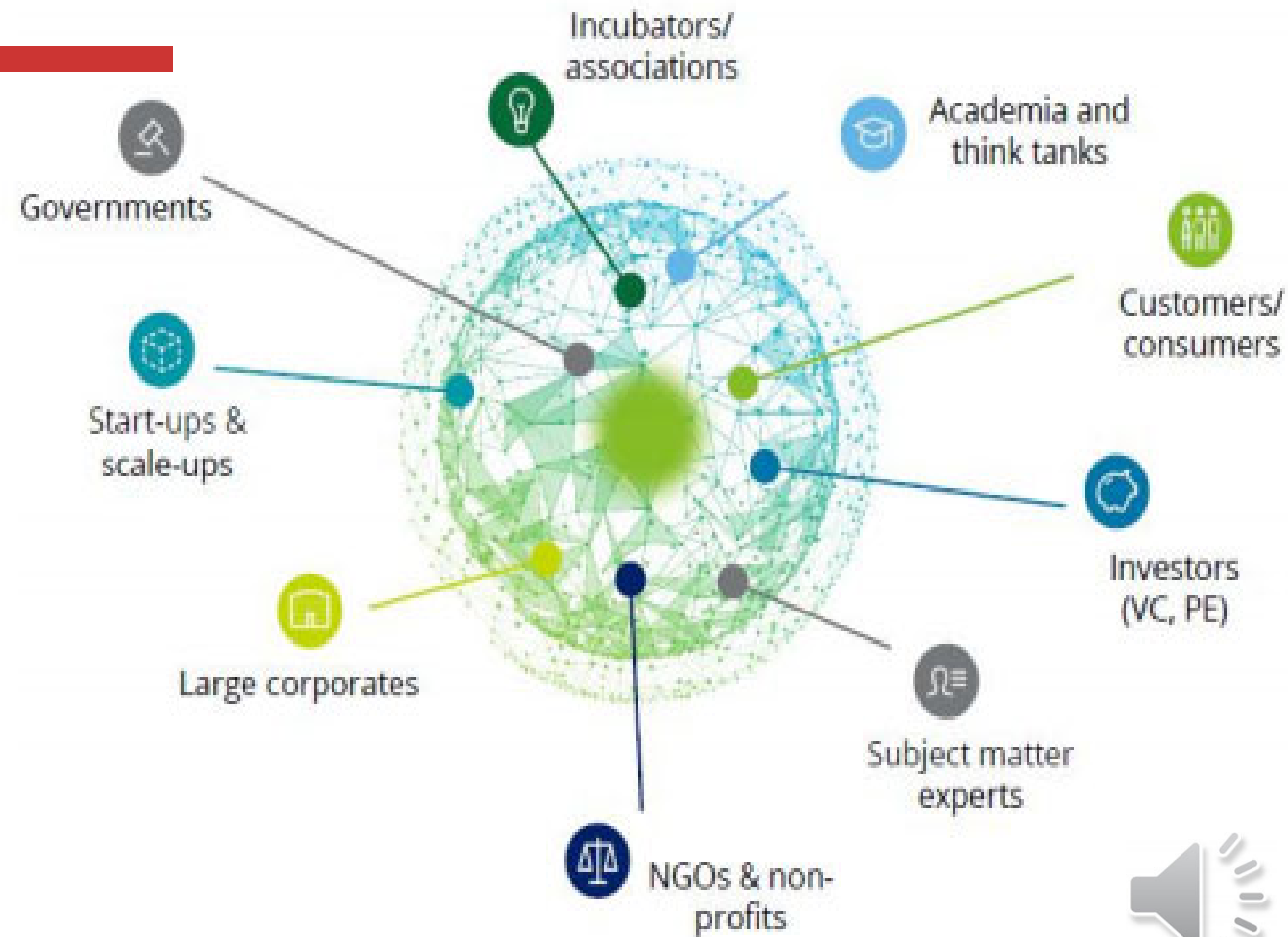
The World's R&D Leaders

Research and development expenditure, in U.S. dollars, 2017



RetailDetail stimulates collaboration & partnerships between stakeholders

The Ecosystem Purpose



Situatieschets

Door Pauline Neerman,
RetailDetail, projectmeter

Door Eric Bervoets,
UNIZO Vlaanderen, projectpeter

Eric Bervoets

coördinator Lokale ondernemersverenigingen

coördinator Handmade in Belgium-Label

coördinator Retail

UNIZO Limburg



unizo

RETAIL



voor winkelhiers

HOGESCHOOL PXL

Kader

- Technologische & digitale ontwikkelingen volgen elkaar in sneltempo op
- Veel handelaars willen mee evolueren met nieuwe technologieën
 - maar! te weinig kennis, tijd en/of budget
- Om in te kunnen spelen op gewijzigd consumentengedrag & concurrentieel te blijven moeten ook zelfstandige handelaars meegaan in de digitale transformatie
- Er is geen “one-fits-all” oplossing → noden van elke retailer zijn anders

unizo

RETAIL



voor winkelhiers

HOGESCHOOL PXL

Noden zelfstandige handelaars

- **Vertaalslag** van meest relevante digitale ontwikkelingen naar haalbare, efficiënte en betaalbare investeringen
- **Omkadering, visie en strategie** om efficiënt te digitaliseren, zodat investeringen:
 - renderen & inspelen op concrete noden van consument of van eigen bedrijfsvoering
 - <-> eerder dan lukraak digitaliseren zonder duurzame impact
- **Objectief advies** over concrete en betaalbare oplossingen op maat
- **Tools & concrete oplossingen**

→ op een praktische en toepasselijke manier aangereikt

→ die gezien en getest kunnen worden

unizo

RETAIL



voor winkelhiers

HOGESCHOOL PXL

Beoogde resultaat

- Wetenschappelijke inzichten praktisch toepasbaar maken, in **concrete businesscases**
- Technologische producten en diensten **doelgericht inzetten** zodat behoeften van zowel consument als retailer beter vervuld worden
 - positieve Return on Investment
 - groei van de zaak
- **Professionalisering** van de interne bedrijfsvoering

unizo

RETAIL



voor winkelhiers

HOGESCHOOL PXL

Belang voor UNIZO

Handelaars d.m.v. digitale transformatie

→ beter en doelgericht laten inspelen op noden van de klant van de toekomst

→ en/of verkoopproces optimaliseren zodat concurrentievermogen blijvend versterkt

→ Daarom start UNIZO naast dit peterschap, dit jaar ook samen met VLAIO en PXL een nieuw innovatietraject op

→ **lerende netwerken** waarin retailondernemers de eerste stappen zetten in de digitale transformatie van hun fysieke zaak.

Doel: bewezen succesvolle nieuwe technologieën en digitale toepassingen, op een laagdrempelige manier versneld invoering geven in fysieke winkels

unizo

RETAIL



voor winkelhiers

HOGESCHOOL PXL

Enkele cases uit de praktijk:

Hoe digitaliseren Vlaamse retailers? Wat zijn hun ervaringen?

Door Nele Bruers,
Instore experience specialist Dobit

Door Raf Coomans,
CEO AUVA



WOW
your
customer

An aerial photograph of ocean waves with white foam, overlaid with a white circular graphic containing the text 'BOOST your BRAND'.

BOOST
your
BRAND



Power of the **BRAND**

BELANG VAN EEN STERK MERK





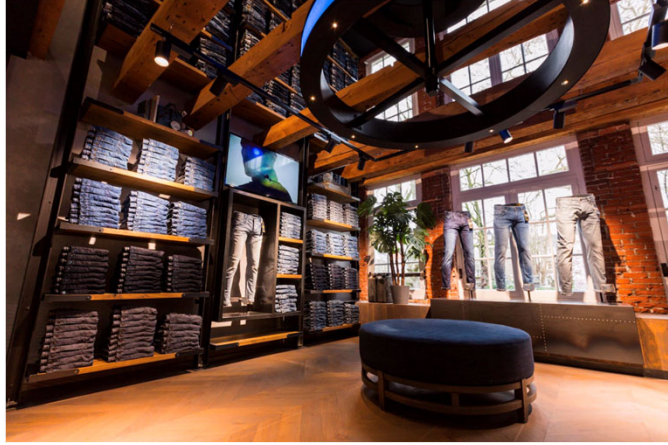




Fysieke **WINKEL**

PLEK BIJ UITSTEK OM JE MERK KRACHT BIJ TE ZETTEN







Hoe kan
TECHNOLOGIE
versterken?



Technologie

JA, maar ↙
vertrek
steeds vanuit
klantnoden



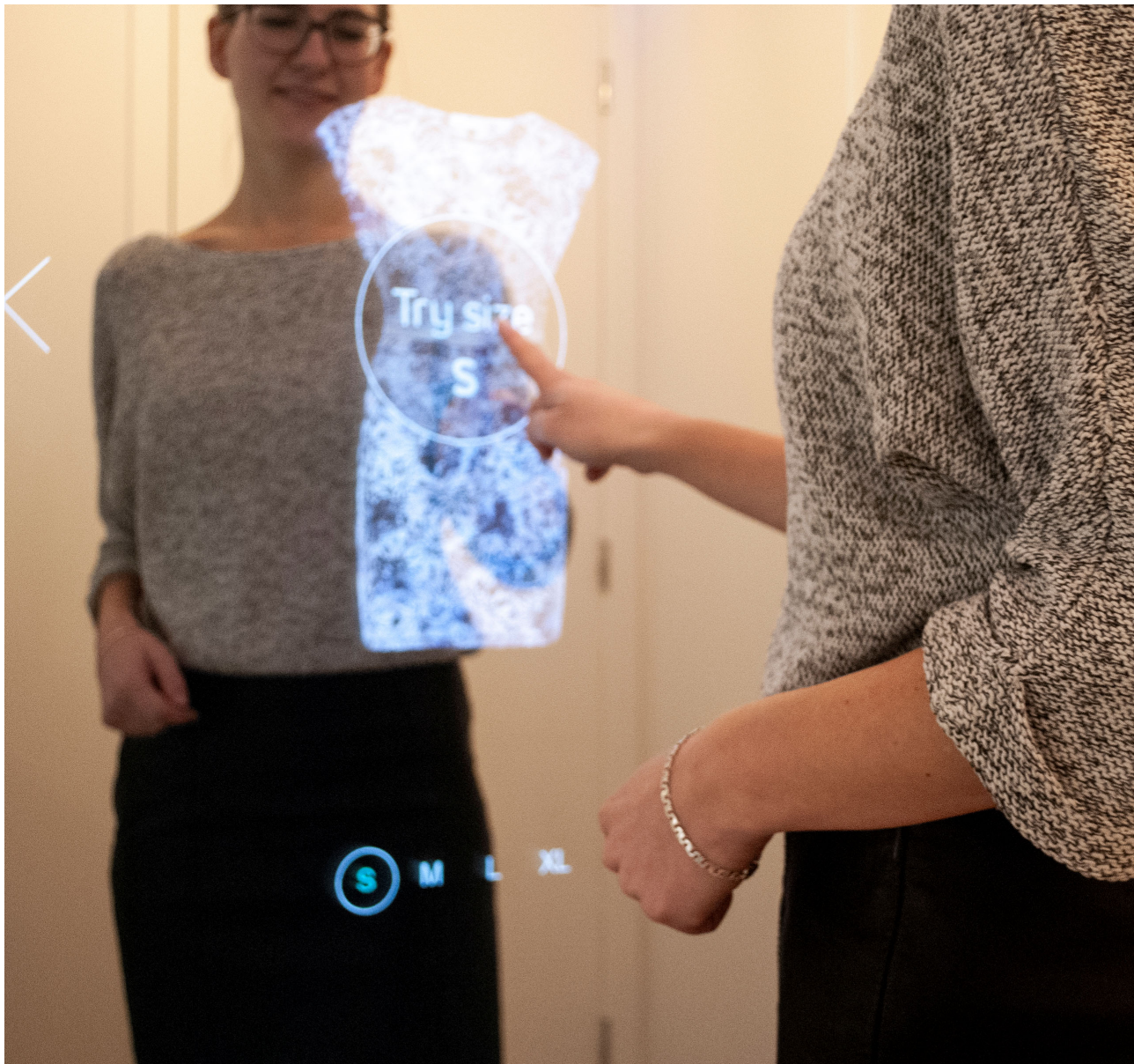
Hoe maak je
van het **pasmoment**
een feest?

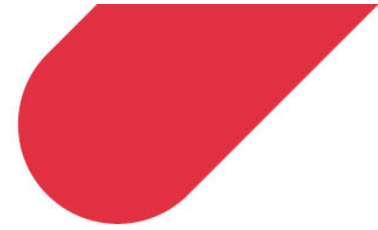






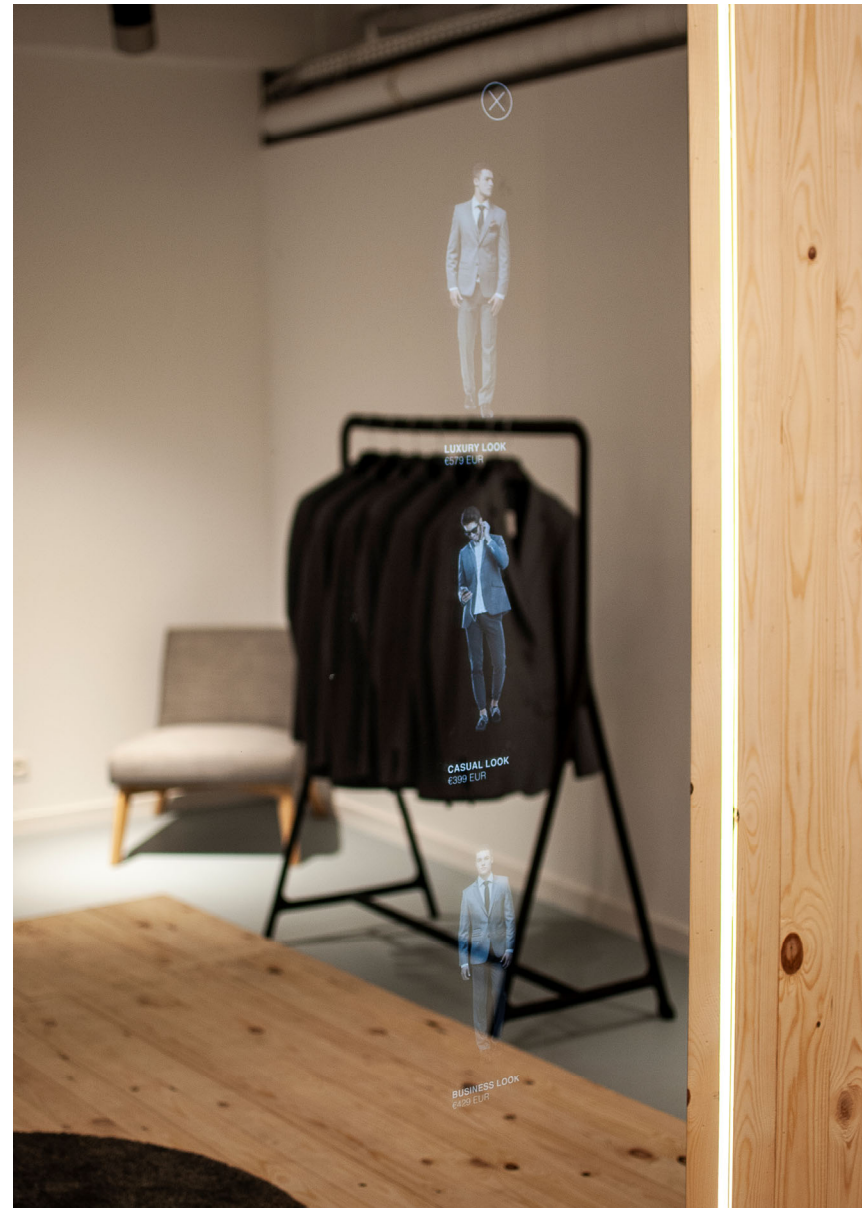






Hoe school je
winkelmedewerkers om tot
personal shoppers?







Hoe zet je
keuzestress om in
keuzebeleving?



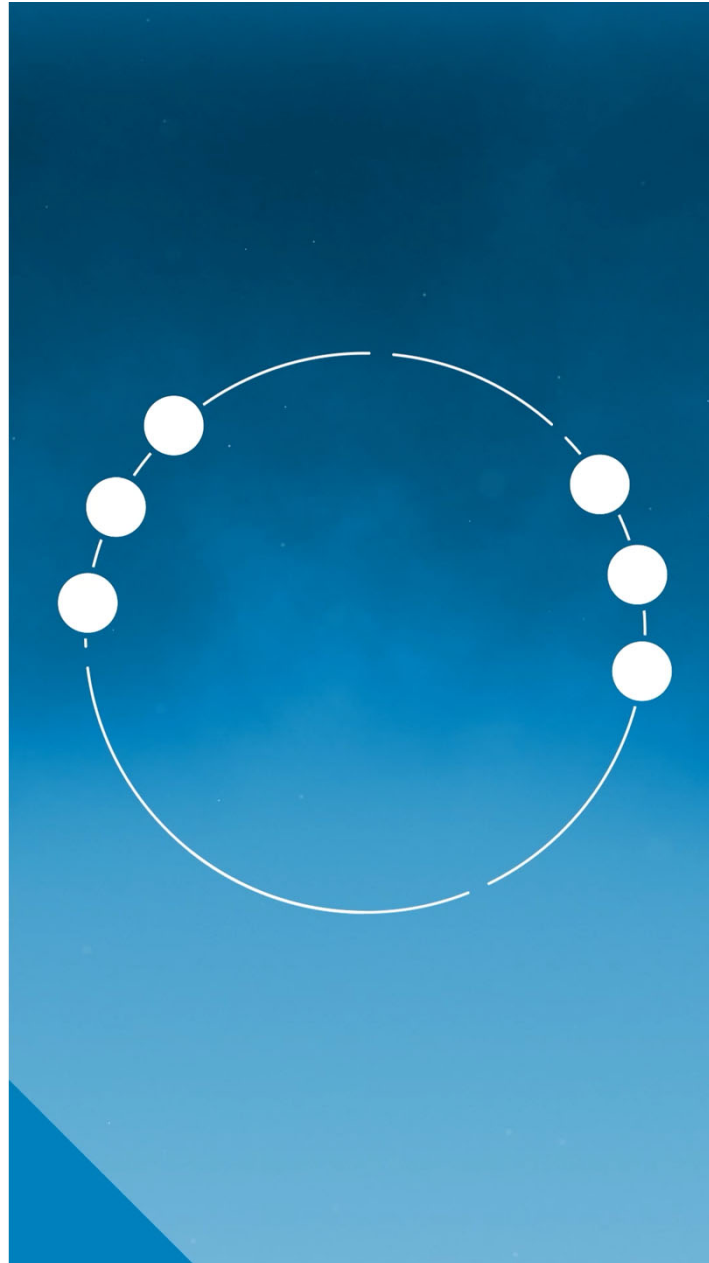






UNIQUE HOCKEY EXPERIENCE







Hoe laat je
klanten en medewerkers
veilig winkelen?



DECATHLON
OLEN



DIGITAL INSTORE EXPERIENCE

solutions.dobit.com



Enkele cases uit de praktijk:

Hoe digitaliseren Vlaamse retailers? Wat zijn hun ervaringen?

Door Nele Bruers,
Instore experience specialist Dobit

Door Raf Coomans,
CEO AUVA

Robots in retail ...

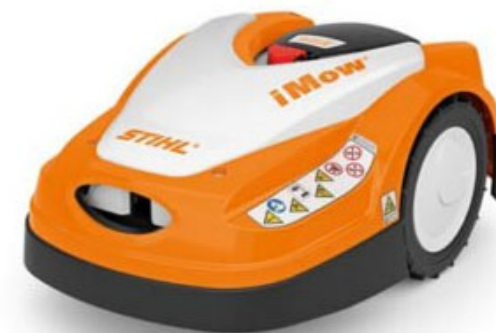


AUVA

UW DIGITALE HOOGVLIAGER

Waarom Robots...

- Al sinds mijn 12 jaar geboeid door IT
- Contact vorig jaar met Zora
- Reacties binnen bedrijf :
 - Robots ????
- 2 vragen :
 - Wie heeft een Irobot?
 - Wie heeft een maairobot
- Beslissing op buikgevoel
- Gestaafd door werkgroep Retail PXL



Waarom Zora Robotics :

- Belgisch
- Gekozen door Chinese fabrikanten
- Sterke groep (Versluys)
- Enige Nederlandstalige software
- Korte communicatielijn
 - Aanpassing
 - Ontwikkeling
- Verschillende robots, 1 platform
- Niet op basis van prijs,
geen prijsvergelijk met rechtstreekse deal in China

**ZORA
BOTS**

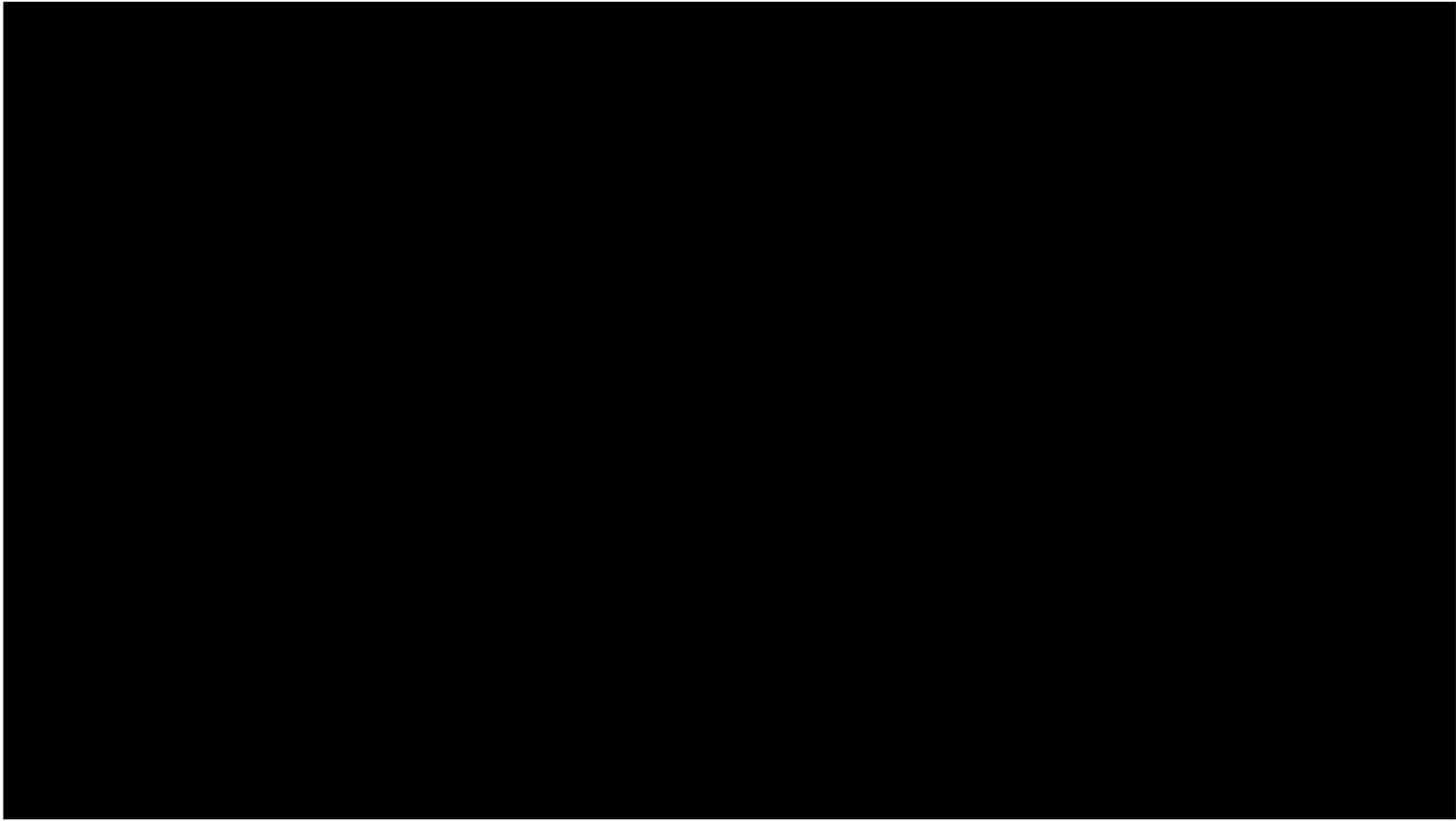


Welke Robots :

CruZR :

- Groot
- Meer Humanoïde
- Geschikt voor grotere ruimtes
- Type toepassing :
 - Zorg
 - Smart living
 - Retail
 - Beleving
 - Verkoop assistent





Welke Robots :

James :

- Klein
- Geschikt in woonomgeving / kamers
- Type toepassing :
 - Zorg
 - Smart living
 - Retail
 - Beleving
 - Verkoop assistent
- Democratische prijs





Wat kunnen wij er mee :

- Tickets wachtrij
 - Klant begeleiden naar juiste locatie
 - Info geven
 - Streaming aansturen
 - ...
-
- Toekomst : processen verkopers
 - Telenet aannemen
 - Swap kaartjes
 - ...



Corona : Anti-Epicemic Cruzr

- Temperatuur
- Mondmasker
- Toegangscontrole
- Bovenop normale taken





EPIDEMIC ACCESS CONTROL

Kosten, opbrengsten, investering, ...

Investering :

- Prijs van robot 3.000 / 8.000 / 20.000
- Prijs van opstart/installatie
 - Hangt af van toepassing
 - Hangt af van robot
 - James 1 uur tot enkele dagen
 - Cruzr enkele dagen
 - Workflow uitschrijven
 - Toepassing programmeren



Kosten, opbrengsten, investering, ...

Kosten :

- Onderhoudsplan (20 – 200€/maand)
 - Updates
 - Support remote
 - ...
- Nieuwe toepassingen
- Interne kost



Kosten, opbrengsten, investering, ...

Opbrengsten :

- Klantentevredenheid
 - Wachtrij managen, kortere wachttijd
 - Animatie, wachttijdbeleving
 - Klanten begeleiden
 - Verkoopgesprek voorbereiden
 - Meertaligheid
- Tijdsbesparing werknemer
- Werkvoorbereiding
- Werknemer = Human = Emo = Menselijke interactie



Kosten, opbrengsten, investering, ...

Opbrengsten :

- Marketing
 - Promo/Info op juiste plaats aan juiste persoon
 - Klant naar juiste locatie
- Sponsoring
 - Promo/Info op toestel
 - Rijdend uithangbord



Vragen :



Toelichting TETRA-project

Digitale transformatie van de fysieke winkel

Hermien Raedts, projectcoördinator

Ilse Vos, onderzoeker

PXL Expertisecentrum Innovatief ondernemen

Wat is TETRA?

- Doel

Recent beschikbare kennis vertalen in concrete, nuttige informatie zodat de doelgroep sneller en efficiënter kan innoveren

- Doelgroep

- Begeleidingsgroep die bestaat uit Vlaamse ondernemingen /non profitorganisaties die een actieve rol hebben
- Brede groep Vlaamse ondernemingen/non profitorganisaties die de kennis vernemen en/of zullen toepassen

- Kennistransfer

Toegevoegde waarde en kennisdoorstroming naar docenten, studenten en onderzoekers

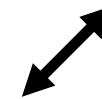
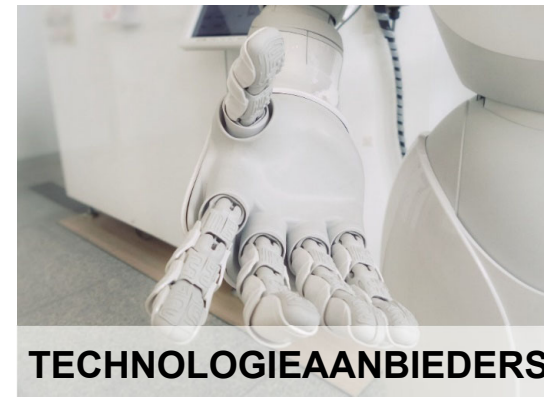
www.vlaio.be/tetra

Ons gemeenschappelijk doel digitale transformatie van de fysieke winkel

Faciliteren van het digitaliseringsproces van retailondernemers, het sensibiliseren, implementeren en accelereren van een doelgerichte technologietransfer naar de fysieke winkel van retailers in Vlaanderen om zo optimaal in te spelen op de behoeften van de digitale consument.



Doelgroepen



**PXL Expertisecentrum
Innovatief ondernemen**

**PXL Expertisecentrum
Smart ICT**

Hermien Raedts



Ilse Vos



Dieter Vanrykel



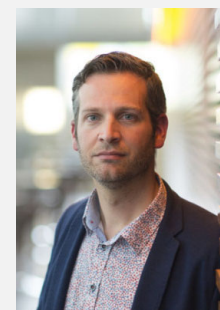
Conrad Hayen



Evi Knuts



Steven Palmaers



Multidisciplinaire expertise

Expertise over sectoren heen slim inzetten

PXL Expertisecentrum Innovatief ondernemen

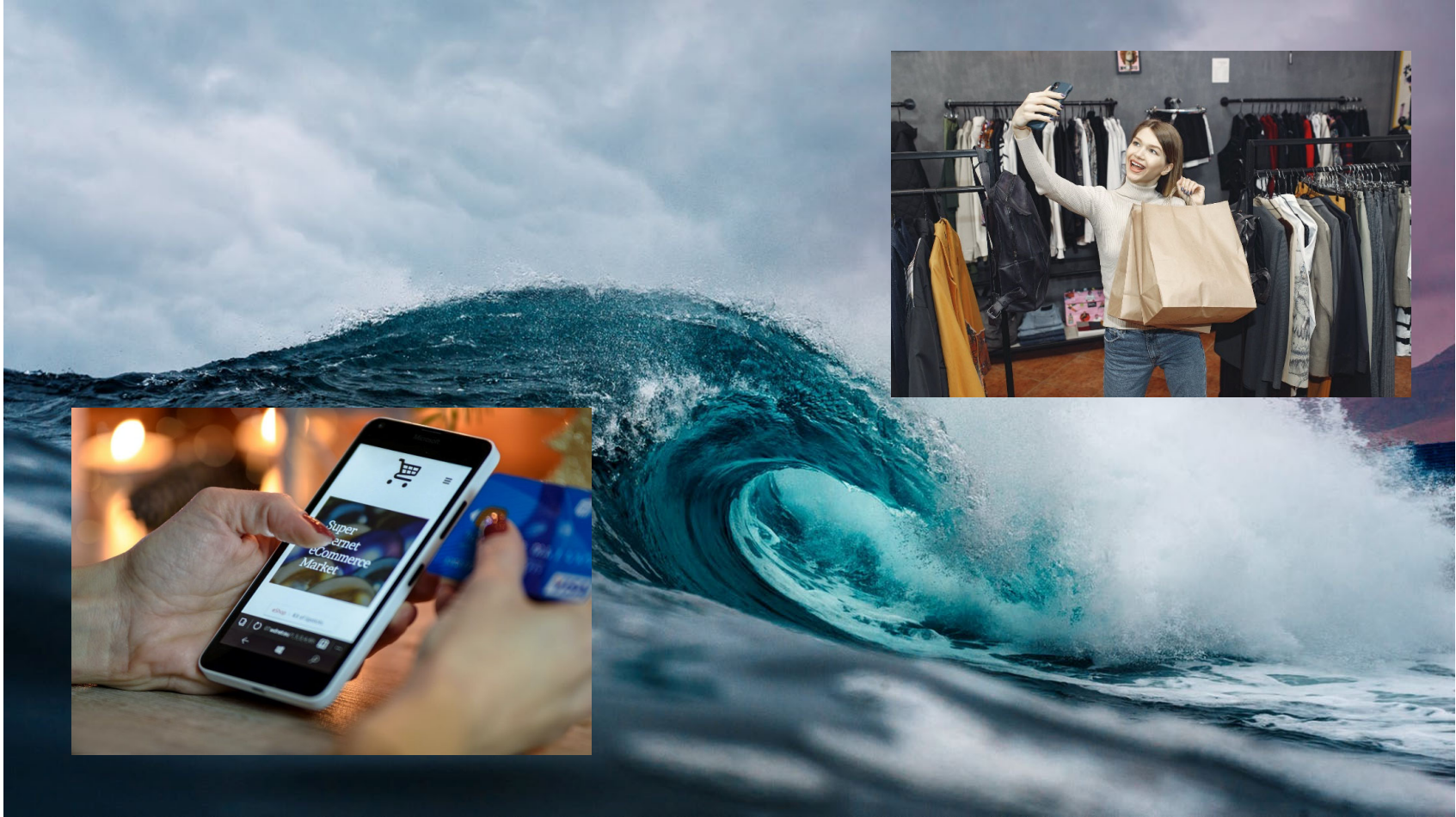
- Digitale transformatie van de fysieke winkel van de toekomst
- Innovatief belevingswinkelen in Hasselt, hoofdstad van de smaak en shoppingstad
- Slimme retail, slimme(re) stad

PXL Expertisecentrum Smart ICT

- Slimme retail, slimme(re) stad
- Smart eXperience Campus
- Gezichtsherkenning in de praktijk
- Interactieve 360° video
- VR/AR gebaseerde projecten
- Internet of Things

Waarom digitale transformatie?





Coolblue komt naar Quartier Bleu

ENL | 25 augustus 2020 | 09u10

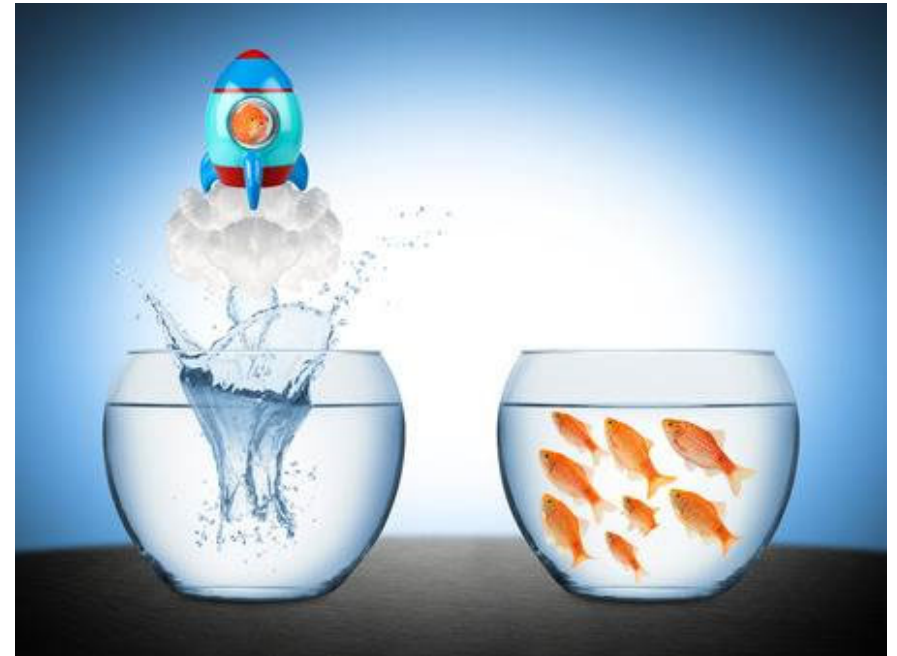


© Coolblue - De winkel opent eind dit jaar in winkelcentrum Quartier Bleu.

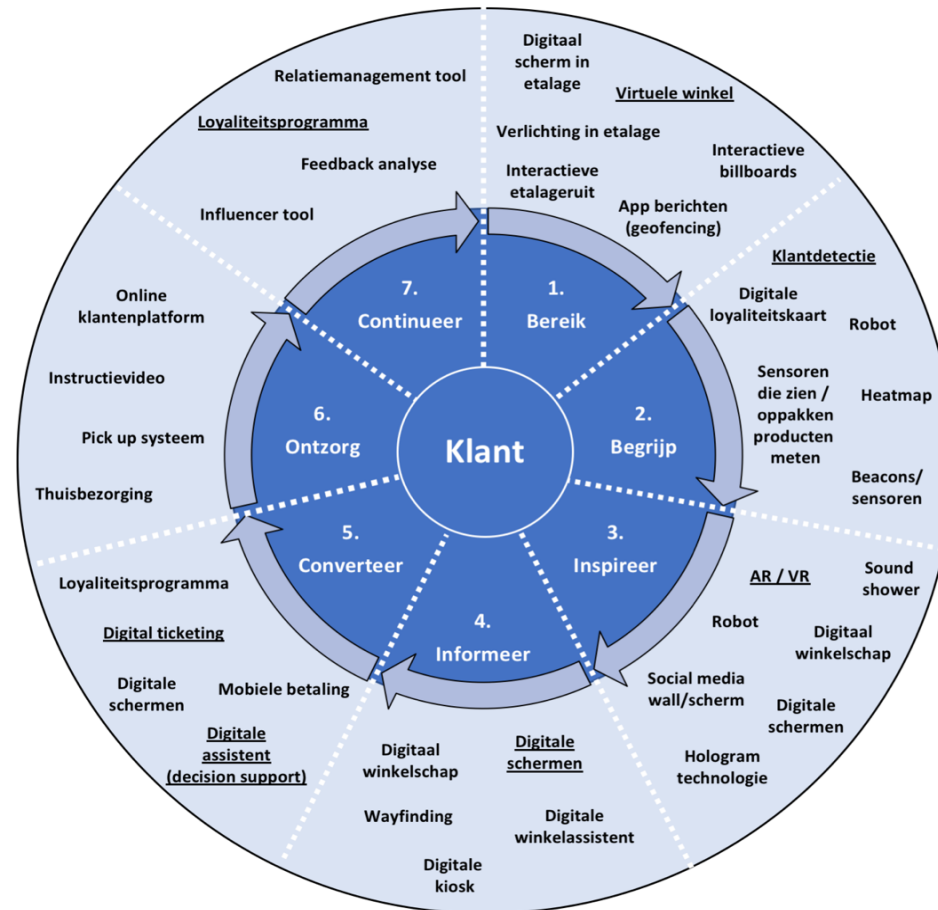
HASSELT Op de Gelatineboulevard opent dit jaar nog een Coolblue-winkel. De nieuwe vestiging in Quartier Bleu is goed voor 40 jobs.

Fysieke winkel anno 2025

- Fysieke winkel blijft sterkste medium
- Customer journey wijzigt
- Nieuwe rol winkel:
 - Stockverkoop => ervaringen opdoen
 - Ontspanning en entertainment
 - Sociale ontmoetingsplaats
 - Product centraal => klant centraal
- Nieuwe rol medewerker:
 - Verkoper => expert
- Offline => omnichannel
 - Offline + online



Retail innovatiemodel - Store sales cycle model



(*) De meerwaarde van innovatieve technologie in de retail
(Shopping Tomorrow 2019)

Kiezen voor de juiste technologie

Stap 1: Waar in het verkoopproces heeft technologie meerwaarde?

Hoe speel je in op nood/frustratie klant?

Stap 2: Stel verbeter- en actiepunten vast

Specifieke pijnpunten?

Kansen ten opzichte van andere retailers?

Stap 3: Kies de technologische oplossing

Technologie geen doel op zich => probleem of frustratie klant aanpakken

Stap 4: Implementeer en meet

Effecten doormeten

Juiste KPI's kiezen !

Actieplan

- Duurtijd project: 2 jaar (1/06/2020 – 31/5/2022)
- 6 werkpakketten
- Begeleidingsgroep
- Volgen via <https://retailinnovatie.pxl.be/digitale-transformatie-fysieke-winkel/>

WP 1: PROJECTMANAGEMENT

WP 2:
VOORONDERZOEK



Behoeftenanalyse



Co-creatiesessie
Mapping touchpoints customer journey
&
Digital device productfiches

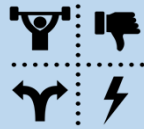
WP 3:
OPPORTUNITEITSSCAN
DIGITALE TRANSFORMATIE



Opstellen 360° scan as-is m.b.t.
Store Sales Cycle model



Co-creatiesessies
Afname scan en optimalisatie



Opstellen SWOT optimalisatierapport

WP 4:
RETAIL LIVING LABS



Opstellen draaiboek



5 digitale
transformatietrajecten



Uitwerken business cases

WP 5:
E-TOOLKIT
DIGITALE TRANSFORMATIE



Lancering online e-toolkit



Opportunitesscan
Tips
Tools
Business cases

WP 6:
KENNISVERSPREIDING



2 lerende netwerken
2 symposia



5 workshops

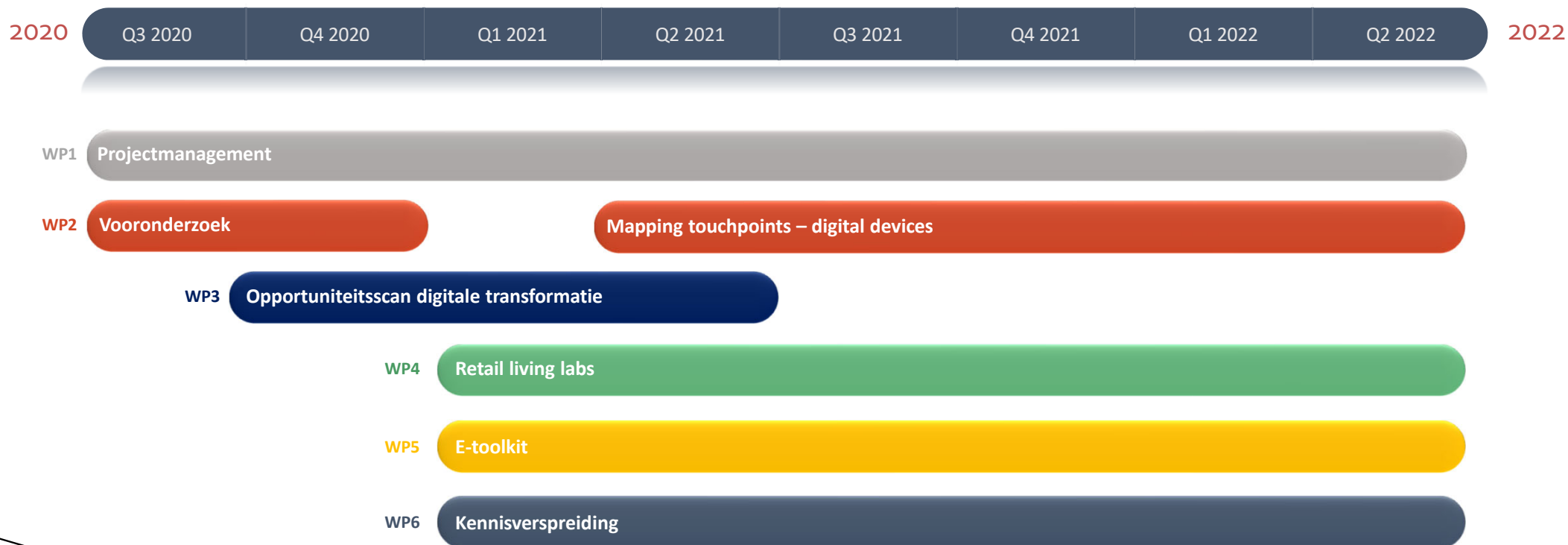


Kennistransfer
onderwijs



Kennisverspreiding
bredere publiek

Timing



Begeleidingsgroep

Kennispartners

Retailers
Technologiebedrijven
Consultancy bedrijven

Co-creatiepartners

Retailers
Technologiebedrijven

Waarnemende partners

Sectorvertegenwoordigers
Provincies & gemeenten
Middenveldorganisaties

Expertengroep

Kennisinstellingen: hogescholen en universiteiten

Begeleidingsgroep

Kennispartner

- Nieuwe kennis- en toepassingsmogelijkheden verwerven
- Mogelijkheid tot deelname voor workshops / co-creatiesessies / lerende netwerken / ...
- Vermelding op projectwebsite
- Vrijblijvende deelname symposia (1 persoon)

Deelnameprijs: 2 x € 500 excl. BTW (jaarlijkse betaling)

Begeleidingsgroep

Co-creatiepartner
retailondernemer

- Business case uitwerken
 - Opportuniteitscan digitale transformatie
 - Implementatieplan: matchmaking digitale toepassingen
 - Living lab (in uw retailzaak of afdeling <400m²)
- Mogelijkheid tot deelname voor workshops / co-creatiesessies / lerende netwerken / ...
- Vermelding op projectwebsite en -banner
- Vrijblijvende deelname symposia (2 personen)

Deelnameprijs: 2 x € 1.250 excl. BTW (jaarlijkse betaling)

Begeleidingsgroep

Co-creatiepartner
technologiebedrijf

- Business case uitwerken
 - Koppeling aan juiste retailer
 - Living lab
- Mogelijkheid tot deelname voor workshops / co-creatiesessies / lerende netwerken / ...
- Vermelding op projectwebsite en -banner
- Vrijblijvende deelname symposia (2 personen)

Deelnameprijs: 2 x € 2.000 excl. BTW (jaarlijkse betaling)

Begeleidingsgroep

Waarnemend partner

- Vrijblijvende deelname begeleidingsgroep 2x/jaar
- Uitnodiging lerende netwerken / symposia

Deelnamebijdrage:

Ambassadeurschap & communicatie tussentijdse projectresultaten naar leden

Informatiebundel

- Reglementen van orde
 - ✓ 1 exemplaar getekend voor PXL
 - ✓ 1 exemplaar voor u
- Werkpakketoverzicht
- Brochure PXL Research
- Gepersonaliseerd attest van deelname



Save the date

1^{ste} co- creatiesessie

Maandag 5 oktober - ontbijtsessie

8.30u – 11u

Q&A

Contactgegevens

Hermien Raedts: hermien.raedts@pxl.be

Ilse Vos: ilse.vos@pxl.be

Extra info over samenwerken met hogescholen?

www.blikopener.be

Receptie en netwerking

door PXL Catering

**WE DON'T
GROW WHEN
THINGS ARE
EASY, WE
GROW WHEN
WE FACE
CHALLENGES.**

JOYCE MEYER

POSITIVEOUTLOOKSBlog.com

HOGESCHOOL 