

Case | Kernwinkelgebied Rotterdam Centrum

Eindgebruiker centraal

Rotterdam Centrum telt ca 700 winkels waarvan ruim 500 met een niet-dagelijks aanbod. Het vervult daarmee een bovenregionale functie voor funshoppen (KSO, 2018). Voor de coronacrisis bezochten veel dagjesmensen en toeristen uit binnen- en buitenland de stad en daarmee ook het centrum. In deze casebeschrijving wordt ingezoomd op het kernwinkelgebied, zoals te zien in onderstaand figuur. In dit kernwinkelgebied is UDS Rotterdam (Urban Department Store Rotterdam) de samenwerkingsorganisatie van zowel vastgoedeigenaren en winkel- en horeca-ondernemers. In 2018 is UDS Rotterdam een Bedrijven-Investeringszone (BIZ) geworden en is het begin gemaakt met de RetailMonitor®, ontwikkeld en uitgevoerd door bureau WYNE Strategy & Innovation, in opdracht van UDS Rotterdam.

Doelen en ambities voor gebruik klantdata

De doelen en ambities van de RetailMonitor® zijn vastgesteld bij de start van het project. Een belangrijk doel is het monitoren van het functioneren van het winkelgebied, de acties van UDS Rotterdam en het gemeentelijk beleid. Ook wordt gekeken wat de effecten van interventies zijn. Data wordt ook ingezet om belangen van ondernemers en vastgoedeigenaren (de BIZ-partijen) te behartigen. De monitor kent verschillende eindgebruikers, waaronder individuele retailers, vastgoedeigenaren en UDS zelf. Elk brengen ze hun eigen specifieke doelen in.

Welke data is beschikbaar en hoe wordt deze samengebracht?

- **Doelgroep:** Passantentellingen, verkeersstromen, parkeermetingen (index van aantal parkeertransacties en parkeerduur)
- **Vraag:** Landelijke cijfers ontwikkeling consumentenvertrouwen en branche (voor benchmarking)
- **Aanbod en karakter:** Aanbod voorzieningen
- **Functioneren:** Omzet- en transactieindex, de gemiddelde bonbedragen van lokale ondernemers.

Aanleverpartijen van de data hebben een vertrouwelijkheidsovereenkomst met UDS Rotterdam en leveren daarna de data in een standaard format. Als WYNE Strategy & Innovation de data eenmaal binnen heeft wordt de data geherstructureerd, gevisualiseerd en wordt de analyse in een kwartaalrapportages verwerkt die voor alle deelnemers aan het UDS beschikbaar zijn via de aangesloten webportal Chainels.

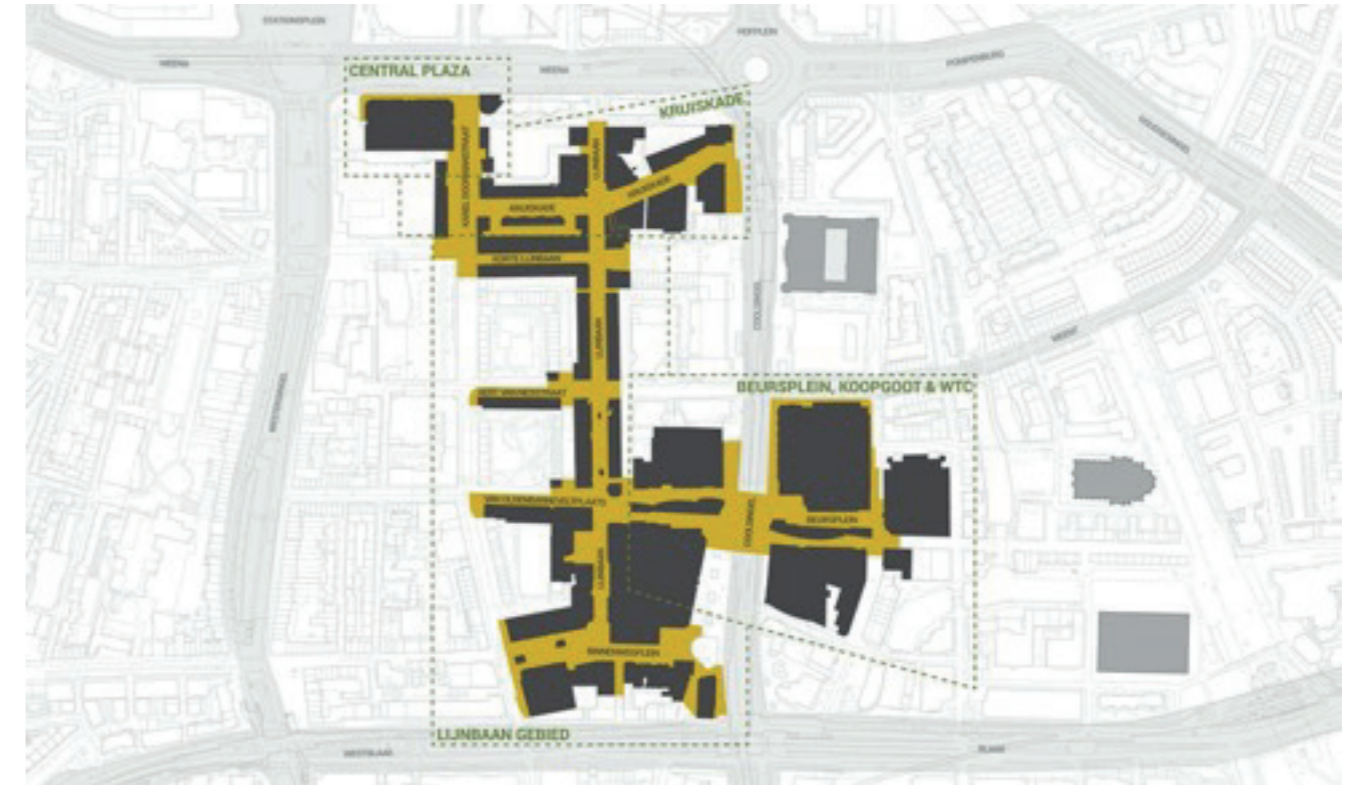
Uitdagingen

- Het succes van de monitor is afhankelijk van de organisatie, data-toevoer en continuïteit van de aanleverende partijen. Naast het complexe digitale uitvoering, vereist het heel wat organisatiekracht om voldoende kikkers in de kruiwagen te krijgen en te houden.
- De technische verwerking van de data hangt samen met de presentatie en hoe de data aan de voorkant wordt gestructureerd. De voorkeur van presentatie en rapportage hangt weer sterk af van de wensen van de eindgebruiker. Omdat de RetailMonitor® meerdere eindgebruikers heeft is het complex om de monitor af te stemmen op specifieke wensen van specifieke gebruikers.

Toekomstplannen

- Indicatoren die inzicht geven in tevredenheid en behoefte van consumenten staan nog op het verlanglijstje. Om tevredenheid over het winkelgebied structureel te peilen is er een innovatief idee ontstaan: het oprichten van een (digitaal) panel dat wordt beloofd voor het geven van hun mening over de tevredenheid en behoefte in het winkelgebied (loyaliteitsprogramma). Een ander idee is om structureel eenvoudige straatenuêtes te houden in het gebied.
- Een andere wens is om de data in te zetten om de effecten van interventies te extrapoleren en om voorspellingen te doen. Bijvoorbeeld op basis van beschikbare data uit het verleden de effecten van fysieke ingrepen meten, om zo ingrepen in de toekomst efficiënter uit te voeren.
- De monitor is ontwikkeld op basis van Tableau (data-visualisatie software). Hieruit werden rapportages gedeeld met de betrokken partijen. Door het beperkte gebruik van de kwartaalrapportages en op basis van feedback over de rapportages vanuit de RetailMonitor, werkt UDS Rotterdam nu aan een vernieuwd dashboard voor de binnenstad.

BIZ KERNWINKELGEBIED ROTTERDAM CENTRUM



Bron: www.udslotterdam.nl/kaart-biz/