

Voorstel Tafel Innovatie

Retailagenda



Retail Insiders

Iedereen die zich bezig houdt met retail voorbereiden op de toekomst door met *partners* relevante data en content te maken en te delen via het overkoepelende kennisplatform Retail Insiders met als doel de retail samen sterker, innovatiever en behendiger te maken.

Retail Innovation Platform

Door uitvoering en bundeling van praktijkgericht onderzoek naar retailinnovatie binnen hogescholen (en universiteiten) willen wij een structurele bijdrage leveren aan de innovatie-, concurrentiekracht en duurzaamheid van de retailsector. Aan de hand van gerichte thema's werken onderzoekers, docenten en studenten van verschillende kennisinstellingen samen met en voor de retailsector aan vernieuwende onderzoeksprojecten.

Gezamenlijke Innovatie Missie

De innovatiekracht van de retailsector te versterken.

Rabobank

Bij Rabobank geloven we in de kracht van samenwerking. Vanuit onze coöperatieve mentaliteit zoeken we naar oplossingen waarvan iedereen beter wordt. Zodat ondernemers duurzaam kunnen groeien. Wij geloven in de noodzaak om innovatie en digitalisering binnen het Nederlandse MKB aan te jagen en kunnen daarmee invulling geven onze maatschappelijke rol als coöperatieve bank.

Future Proof-Retail

Een samenwerking van meer dan 30 partners onder leiding van De Haagse Hogeschool die middels lokale living labs retailers in heel Nederland in beweging brengt om te leren. Het project loopt van 2018 – eind 2020 en onderzoekt welke skills ondernemers en medewerkers nodig hebben om 'future-proof' te zijn. In verschillende lab "formules" werken studenten samen met retailers.

Achtergrond

Als gevolg van online concurrentie en veranderend consumentengedrag is de afgelopen jaren omzet van retailers onzeker en zijn de winstmarges vaak laag. Faillissementen zijn aan de orde van de dag en de verwachting is dat door COVID_19 dit de komende jaren niet veel beter wordt. Naar verwachting zorgt deze crisis voor een versnelling van de impact van de trends die al jaren zichtbaar zijn. Winkels vormen samen met horeca het hart van de aantrekkelijkheid, vitaliteit en leefbaarheid van binnensteden en kernen en beide zijn grote werkgevers. De belangrijke sociale en economische functie wordt keihard geraakt door 1) afnemende horeca- en winkelactiviteiten, 2) een minder aantrekkelijk fysiek winkellandschap en 3) de verdere shift naar online.

De lessen van de coronacrisis zullen vertaald worden in nieuwe eisen aan de bedrijfsprocessen van de retailer. Retailers moeten zich opnieuw positioneren. Tegelijkertijd groeit het aanbod van retail solutions die beogen om meer bezoekers de fysieke winkel in te krijgen. Hierbij zijn het vooral innovatieve technologieën zoals mobile loyaliteitsapps, digitale passpiegels, heatmapping die de retailer beterschap beloven. De grote vraag is echter hoe deze technologieën het best kunnen worden ingezet en of ze de retailer echt iets opleveren.

Achtergrond

De retailsector is in ons land goed voor ruim 775.000 banen bij 110.000 bedrijven, heeft een jaarlijkse omzet van € 93 miljard, en levert hiermee een substantiële bijdrage aan het bruto binnenlands product. Tegelijkertijd wordt de Nederlandse retailmarkt steeds meer overgenomen door internationale retailers die met hun vernieuwende concepten de Nederlandse consument weten te vinden, en lijkt het slechts een kwestie van tijd voordat ook buitenlandse online spelers zoals Amazon en AliExpress in Nederland fysieke winkels openen. Deze partijen maken daarbij steeds meer hun voorsprong op het gebied van retailinnovatie te gelde, waardoor de concurrentiekracht van onze nationale retailsector op termijn onder druk komt te staan.

Achtergrond

- Retail is geen speerpunt in het nationale innovatiebeleid. De overheid investeert sinds 2012 in negen topsectoren. Binnen dit topsectorenbeleid is echter geen ruimte voor de retail.
- In het Kennis- en Innovatieconvenant 2020-2023 ligt de nadruk op de vier thema's energietransitie en duurzaamheid, landbouw, water en voedsel, gezondheid en zorg, en veiligheid
- MKB Innovatiestimulering Topsectoren, MKB-samenwerkingsagenda en het MKB-actieplan¹⁸ zijn ook gericht op de topsectoren.
- Kennis en Innovatieagenda (KIA) 2018-2021¹⁹ van ClickNL, wordt wel aandacht aan de retailbranche besteed, maar hier ligt de nadruk toch vooral op de Topsector Creatieve Industrie.
- Vanuit het programma 'Versnelling digitalisering mkb' worden mkb-ondernemingen, waaronder retailers, geholpen met het toepassen van big data, automatisering en online marketing en sales.
- Het inzetten van innovatie in de fysieke retail krijgt in bovenstaande programma's geen aandacht.

Achtergrond

- Retailagenda heeft in de afgelopen jaren initiatieven ondersteund om innovatie in de retail te vergroten.
 - Retailinnovatielabs waar innovaties in de praktijk worden ontwikkeld en getoetst.
 - Future-Proof Retail initiatief waarbij het onderwijs samen met gemeenten en retailers diverse labs opzet rondom ondernemerschap en skills.
 - Expertgroep Innovative Retail Technology van Shopping Tomorrow

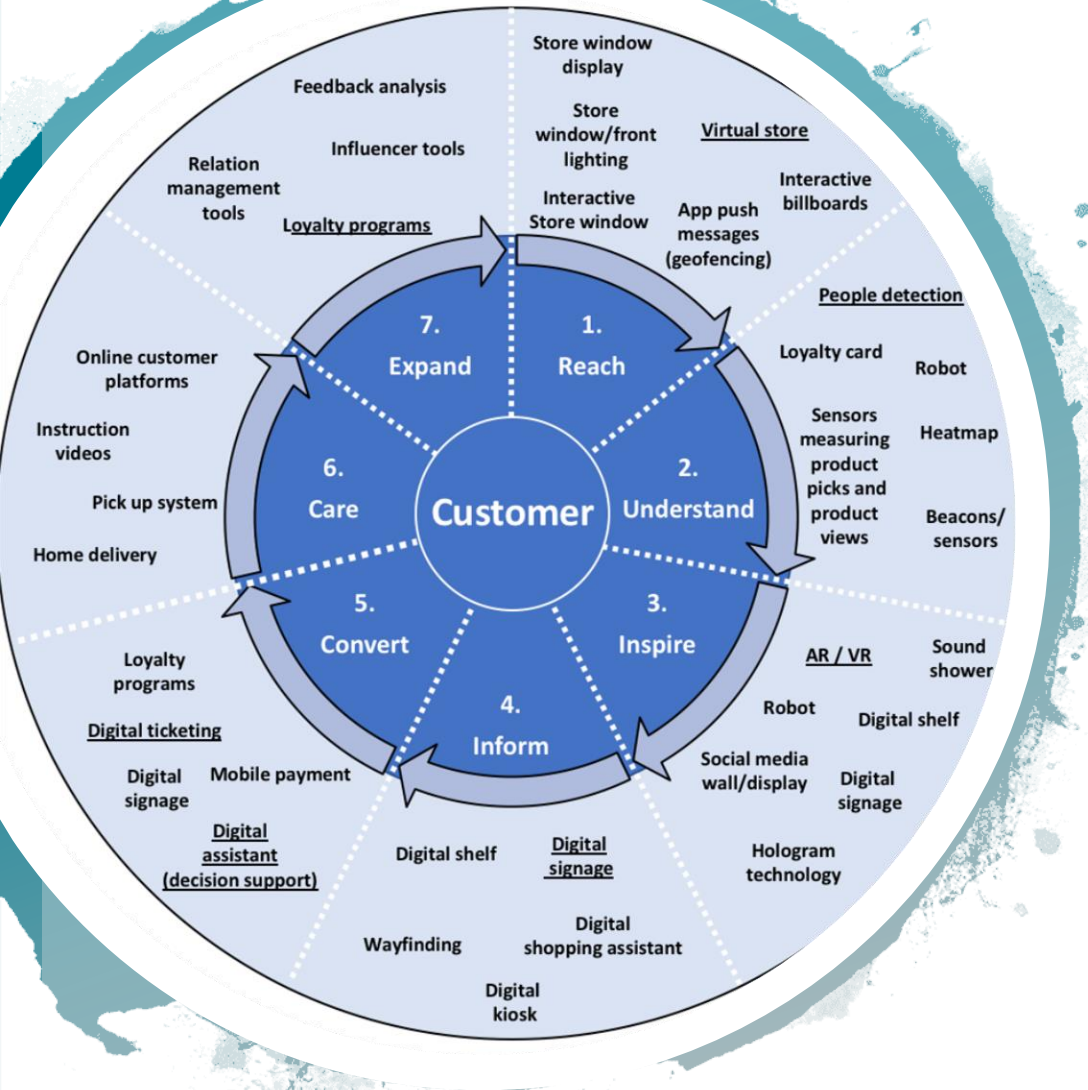


Achtergrond

- Expertgroep Innovative Retail Technology Shopping Tomorrow 2018 en 2019
 - Hoe innovatieve technologie de retailer dient: Het Store Sales Cycle-model
 - Wat belemmert mkb-retailers om innovatieve technologie te gebruiken in de winkel?

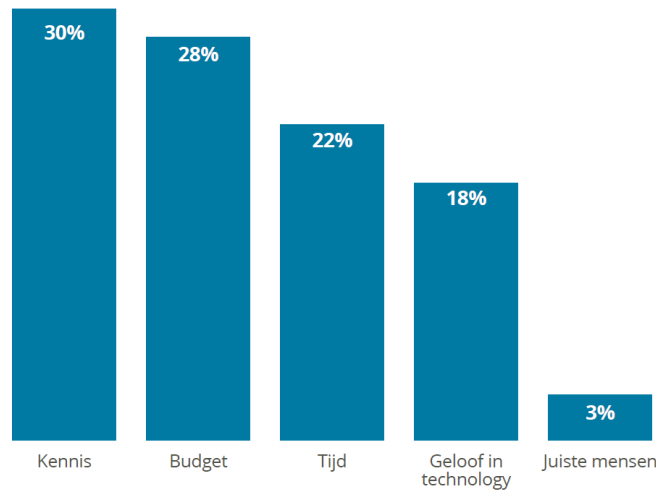


Takeaways 2018



- Innovatieve technologieën brengen substantiële veranderingen aan in het verkoopproces van de retailer.
- De fysieke winkel functioneert door de opkomst van innovatieve technologie steeds meer als een decision support system.
- Het geïntroduceerde Store Sales Cycle-model verschaft inzicht in de rol van verschillende soorten technologieën tijdens de fasen van het verkoopproces.

Takeaways 2019



Belangrijkste belemmeringen voor retailers om innovatieve technologie te gebruiken

- Retailers in het mkb hebben veel interesse in technologische innovaties voor hun winkel, maar komen er vaak niet aan toe.
- Concurrentiedruk, veranderend consumentengedrag, lastenverhogingen, regelgeving en onvoldoende aandacht vanuit het landelijke innovatiebeleid spelen de mkbretailer parten.
- Een tekort aan kennis bij de retailer en benodigde skills bij hun medewerkers is de belangrijkste belemmering om zelf met innovatieve technologie aan de slag te gaan.



Future Proof Retail

In het kader van de Retailagenda zijn de onderwijsinstellingen gestart met living labs waar studenten onderzoek doen in de praktijk. De labs richten zich op het verbeteren van de benodigde skills (kennis, vaardigheden en attitude) van ondernemers en medewerkers, middels het ontwikkelen van tools en nieuwe businessmodellen om toekomstbestendig te zijn en biedt gemeenten handvatten om hun lokale retailers te ondersteunen om future proof te worden.

Een van de ontwikkelde lab “formules” is het HYPE Lab waar studenten gericht in een aantal winkels binnen een winkelgebied aan de slag gaan met experimenten.

Een van de tools uit het Future-Proof Retail programma is tevens de ontwikkeling van Voormijnwinkel, een online platform waar technologie providers hun producten kunnen voorstellen aan de MKB retailer.

Initiatieven samen laten komen



Via retail innovatie labs, Future-Proof retail, expertgroepen en onderzoeksprojecten is er veel kennis beschikbaar over de mogelijkheden die innovatieve winkeltechnologie de retailer biedt. Ondanks dat dit soort kennis de retailer inspireert, blijft het daadwerkelijke gebruik van innovatieve technologie in de fysieke winkel in het midden- en kleinbedrijf (mkb) achter.

Retail Insiders, Retail Innovation Platform, Future-Proof Retail en Rabobank hebben het initiatief genomen om vanuit de resultaten van de expertgroep Shopping Tomorrow en Future Proof Retail en de behoefte van de branchepartners van Retail Insiders om een landelijke innovatie plan voor retail te ontwikkelen. Dit bestaat uit de volgende onderdelen

- Doorontwikkeling van Voormijnwinkel obv resultaten expertgroep Innovative Retail Technology
- Doorontwikkeling Hype lab vanuit Future-Proof Retail ism Rabobank en Future Store concept, waarbij Future Store vooral het overzicht aan mogelijkheden van technologische oplossingen laat zien en er via Hype lab implementatietrajecten in de praktijk in gang kunnen worden gezet.
- Het ontwikkelen van een duurzaam ecosysteem voor retailinnovatie waar alle beschikbare kennis over innovatie voor de retail samen komt.

Interactieve keuze hulp voor retailers

De expertgroep Innovative Retail Technology 2019-2020 wil retailers in het mkb ondersteunen bij het maken van een keuze voor innovatieve technologie voor hun winkel, door ze te helpen met het overwinnen van belemmeringen die hen ervan weerhouden om te innoveren. Daartoe had zij tot doel gesteld om in samenwerking met retailers een interactieve keuzehulp te ontwikkelen. Met deze keuzehulp kunnen retailers op basis van hun kenmerken en ambities een gerichte keuze maken voor (de implementatie van) innovatieve technologie in hun winkel.

Vanuit Future-Proof Retail is hier een eerste aanzet voor gedaan met Voormijnwinkel. De expertgroep heeft in overleg met Shopping Tomorrow besloten om dit initiatief te omarmen en gezamenlijk door te ontwikkelen in het nieuwe programma van de Retailagenda.

Testen van innovaties door retailers

Een van de belangrijkste conclusies uit meerdere onderzoeken is dat we ondernemers kunnen inspireren met voorbeelden maar dat het implementeren vaak een stap te ver is. De interactieve keuze tool helpt ondernemers bij het inspiratie en keuze proces. Vanuit de branches als Rabobank komt het geluid dat ondernemers graag innovaties willen testen in hun eigen omgeving.

Met het Hype Lab is vanuit Future-Proof Retail door TMO Fashion Business School en De Haagse Hogeschool de afgelopen 2 jaar bij enkele ondernemers in winkelgebieden getest met innovatieve technologieën. De wens is om dit programma op te schalen naar een landelijk programma waarbij de samenwerking met RINP en Rabobank wordt gezocht:

- RINP wil het programma opschalen binnen alle hbo opleidingen die zijn aangesloten
- Rabobank wil kijken naar de mogelijkheden van het opschalen van het Future Store Concept



Voorstel Innovatie tafel

- Integraal meerjarig landelijk programma te ontwikkelen bestaande uit een interactieve website obv concept voormijnwinkel waar retailers
 - a) informatie over innovatieve technologie kunnen vinden (publicaties, cases etc),
 - b) een keuzetool kunnen gebruiken,
 - c) lokale inspiratie en hulp kunnen krijgen en
 - d) met leveranciers in contact kunnen komen.
- Doorontwikkeling van het Hype Lab
- Mogelijkheden inventariseren voor een mobiele Future Store
- Innovatie programma ontwikkelen op winkelgebiedsniveau voor retailers

Organisatie

Initiatfienemers

- Retail Insiders (voorzitter/trekker)
- Retail Innovation Platform
- Future-Proof Retail
- Rabobank

Mogelijke Experts/deelnemers tafel

- Branches (INretail, Tuinbranche Nederland, Uneto-Vni, Vakcentrum, Dibevo, Nbov, NSO, Nuvo etc)
- Innovatieve technologie aanbieders
-

