



## WINKELLEN – BEWEGEN NAAR BELEVEN

Living lab in 8 winkels!

Samen onderzoeken wat je als retailer nodig hebt

Het HYPE lab van Future-Proof Retail (FPR) onderzoekt wat je als retailer of winkelmedewerker nodig hebt om klaar te zijn voor de toekomst!

Van 9 april t/m 26 april doet het HYPE lab onderzoek bij Ray Brandstore, NO13, Van Renssen, Instore conceptstore, Topdeal Watches, Groene Vingers, Mini Me en de Sjees in Delft. Daar worden innovaties uitgetoetst – de winkels zijn een 'living lab'.

Om technologie te stimuleren bij kinderen wordt er een speciaal 'Kids Event' georganiseerd op 12 t/m 14 april. Dit event wordt groots geopend op de Markt op vrijdag 12 april om 15:00 uur.

Retailers zijn op zoek naar meer beleving in de winkel. Het consumentengedrag verandert en daar moet je als retailer in mee. Op dit moment vindt zo'n 10 procent van alle aankopen online plaats en dit percentage zal groeien. Dit betekent dat je als winkelier niet meer kunt vertrouwen op de kwaliteit van je product, stelt FPR-projectleider Anja Overdiek van De Haagse Hogeschool. "Goede producten kan je immers ook online aanschaffen. Als winkel moet je iets bieden wat online shoppen niet kan bieden; door van winkelen een beleving te maken, die mensen graag willen herbeleven – offline óf online. Met een fysieke winkel kun je het beste inspelen op emotie."

De komende weken begeleiden studenten en onderzoekers van FPR de medewerkers van de Delftse winkels, om met nieuwe innovaties een beleving te creëren in de winkels. Zo zijn er oa. winkelrobots, een 'loyalty-app', een 'spy-bril', Face Reader, NFC tags, geurmarketing en een 'VR-bril'!

Door bezoekers wordt Delft gezien als historische stad. Met het HYPE Lab kunnen winkeliers laten zien dat Delft naast haar historie, ook innovatie en technologie toepast in de retail. TMO Fashion Business School, ROC Mondriaan en De Haagse Hogeschool zijn hierbij belangrijke partners. Zij hebben voor dit project de technologieën naar de winkels gebracht en doen onderzoek naar de 21st century skills van winkelmedewerkers. HYPElab projectleider Jacqueline Arnoldy van TMO Fashion Business School voegt daaraan toe: "Het mooie van deze instore lab experimenten is dat retailers meteen ervaren welke toegevoegde waarde technologieën hebben op zowel hun skills als voor hun eigen business model!"

De tools wisselen elke week van winkel waarmee FPR de medewerkers helpt – nóg meer – te denken vanuit de klant en antwoord te blijven vinden op de vraag: 'Hoe kan deze winkel een 'shopping destination' blijven?'

Kom het ook beleven!

Kijk voor meer informatie op [www.futureproofretail.nl](http://www.futureproofretail.nl)