



**RETAIL
INNOVATION
PLATFORM**

**Samenwerken aan een
toekomstbestendige
retailsector**



Wie wij zijn

Het Retail Innovation Platform helpt de innovatie- en concurrentiekracht van de retailsector te versterken. Samen met retailers en andere stakeholders, zoals overheden en vastgoedpartijen, voeren wij onderzoek uit, gericht op de ontwikkeling en succesvolle toepassing van nieuwe praktijkkennis. Met de inzichten uit ons onderzoek kunnen retailers hun strategie aanpassen en innovaties in hun praktijk onderbouwen en realiseren. De unieke samenwerking tussen meer dan vijftien kennisinstellingen maakt ons **hét platform voor praktijkgericht onderzoek naar retailinnovatie.**

Onze missie

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.

Samen aan de slag

Innovatie is het sleutelwoord voor een toekomstbestendige retailsector. Maar wat betekenen de snelle veranderingen in de sector voor jouw bedrijf? Hoe ga je ermee om en op welke wijze haal je er je voordeel uit? Wat werkt wel en wat niet en waarom? Sta je als retailer voor een uitdaging, en kun je onze hulp gebruiken bij het oplossen ervan? Kijk dan of jouw uitdaging bij een van onze onderzoeksthema's past en **neem contact met ons** op. Wij helpen je graag met praktische en vernieuwende inzichten om je uitdaging op te lossen.

Neem contact op

Onze expertise in 6 thema's

1. Veranderend consumentengedrag en nieuwe businessmodellen voor de retail

De behoeften en verwachtingen van consumenten veranderen. Technologie ontwikkelt zich stormachtig. Welke unieke waarde kun je aan consumenten bieden als individuele winkelier, als keten of als winkelgebied? Welke unieke eigenschappen vormen het fundament van jouw onderneming nu en in de toekomst?

2. Toekomstbestendige winkelgebieden

Winkelgebieden, zowel in steden als in dorpen, zullen zich moeten ontwikkelen om ook in de toekomst vitaal en levendig te blijven. Welke rol kunnen en moeten ondernemers, overheden, vastgoedeigenaren en andere stakeholders daarin spelen? Hoe kunnen zij effectief samenwerken? Welke interventies zijn noodzakelijk om winkelgebieden toekomstbestendig te maken?

3. Circulaire concepten en duurzaamheid in retail

Geconfronteerd met een nieuw soort consument die klimaat- en sociale doelen belangrijk vindt, zullen ook retailers de relatie met hun doelgroepen en stakeholders opnieuw moeten definiëren. Hoe kun je als retailer duurzaam en maatschappelijk verantwoord ondernemen? En welke kansen biedt dit?

4. Data driven retail & ecommerce

Het gebruik van online marketing- en verkoopkanalen biedt retailers zowel kansen als uitdagingen. Hoe kun je als retailer effectief gebruiken maken van deze online kanalen? En hoe kun je de grote hoeveelheid data die deze kanalen genereren gebruiken om marketing- en operationele processen te optimaliseren?

5. Skills en competenties voor nieuw en bestaand talent

Waar de retail verandert, kunnen de retailers – ondernemers, managers en werknemers – niet stil blijven staan. Welke (nieuwe) vaardigheden hebben zij nodig om ook in de toekomst waarde te kunnen blijven toevoegen in de ogen van de klant en welke slimme leermiddelen kunnen hiervoor ingezet worden?

6. Customer experience en technologie in de winkel

Technologieën als VR, RFID en interactieve passpiegels kunnen de winkelbeleving verrijken en klanten ondersteunen in hun keuzeprocess. Maar welke technologieën hebben de meeste meerwaarde voor retailers, hun klanten en hun medewerkers? En wat betekent het gebruik van dergelijke technologieën voor je organisatie?

Verbinding met onderwijs

Op zoek naar een retail-talent voor jouw organisatie of een training (op maat) om de skills van jouw personeel naar een hoger niveau te tillen? Of wil je als retailer graag samenwerken met het onderwijs? Onze opleidingen die zich richten op de retailsector staan voor je klaar.

1. Bereikbaarheid kennisinstellingen voor retailers

Wij maken mogelijkheden voor samenwerking op gebied van onderzoek, opleidingen & trainingen op retailgebied inzichtelijk. Bij meer regio-gebonden verzoeken brengen we je in contact met de juiste kennisinstelling.

2. Verbinding tussen hogescholen en werkveld in de regio

Wij willen de resultaten van onderzoek beter toegankelijk maken voor de (regionale) retailsector en het onderwijs en de vertaalslag maken naar toepassing in de regio, door en voor studenten en samen met onze praktijkpartners.

3. Laagdrempelig onderzoek door studenten

Door studenten te laten werken met vragen van retailers en hen in te zetten als ontwikkelteam of denktank brengen wij ze op laagdrempelige wijze in contact met retailers. Wederzijds leren en inspireren staat hierbij centraal.

Soorten onderzoek



Laagdrempelig studentonderzoek

Veel kleine ondernemers willen meer weten over hun klanten of sociale media, maar hebben hier niet de tijd, expertise of capaciteit voor. Voor deze vragen kan studentonderzoek een uitkomst bieden: studenten uit jaar 1 t/m 3, vaak met nieuwe, frisse ideeën doen kleinschalig, kortdurend en praktisch onderzoek, verschaffen inzicht en geven advies. De retailer wordt nauw betrokken bij het onderzoek, als opdrachtgever en meedenker.

🕒 **Tijdsverwachting: binnen 2 maanden**

📊 **Resultaat: uitvoerende werkzaamheden/inzichten**



Afstudeeronderzoek

Bij een afstudeeronderzoek gaat de student aan de slag met een meer strategische adviesvraag, wat dieper onderzoek vereist. Ook kan de student aan een concrete oplossing voor een specifieke uitdaging werken. Dit kan verschillende vormen aannemen: kwantitatief, met cijfers en data; kwalitatief, door literatuuronderzoek en interviews; of designonderzoek, met gebruikersonderzoek en prototypes. Dit soort onderzoek resulteert in een onderbouwd advies, implementatieplan of prototype. De retailer werkt intensief mee aan het onderzoek en helpt de afstudeerder door toegang te geven tot bijvoorbeeld data en contacten.

🕒 **Tijdsverwachting: binnen 6 maanden**

📊 **Resultaat: adviesrapport/implementatieplan**

Soorten onderzoek



Praktijkgericht wetenschappelijk onderzoek

Professionele onderzoekers gebruiken wetenschappelijke methoden om praktijkgericht onderzoek te doen. Het onderzoek levert een directe bijdrage aan de retailpraktijk door retailers concrete inzichten en adviezen te geven waarmee ze direct aan de slag kunnen, bijvoorbeeld een verzameling van best practices, een branche-analyse, of een digitale marketing toolkit voor winkelgebieden. Retailers en andere stakeholders geven vanuit hun praktijk richting aan de onderzoeksvragen en stellen hun bedrijf of instelling open voor onderzoekers.

🕒 **Tijdsverwachting: circa 2 maanden tot 1 jaar**

📄 **Resultaat: adviesrapport/tool**



Toetsend wetenschappelijk onderzoek

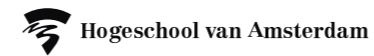
In dit onderzoek staat kennisontwikkeling voorop. Op basis van de nieuwste internationale inzichten en modellen worden vooronderstellingen getoetst en kennis en inzichten ontwikkeld. Het onderzoek resulteert in nieuwe concepten of modellen, die onafhankelijk zijn van specifieke omstandigheden. De ontwikkelde theorieën dienen om de retailpraktijk te inspireren en strategische beslissingen te kunnen nemen, bijvoorbeeld over nieuwe investeringen.

🕒 **Tijdsverwachting: meestal binnen 1 tot 4 jaar**

📄 **Resultaat: wetenschappelijke publicatie**

Het netwerk

Platformleden



Praktijkpartners



Sponsors



www.retailinnovationplatform.com

Blijf op de hoogte en schrijf je in voor onze nieuwsbrief

Inschrijven

 info@retailinnovationplatform.com

 [@innovatieretail](https://twitter.com/innovatieretail)

 [linkedin.com/company/retail-innovation-platform](https://www.linkedin.com/company/retail-innovation-platform)

