



HOE START IK EEN RETAILINNOVATIELAB?

D.D. 1 JUNI 2020

De retail innoveert op veel terreinen; op straatniveau in winkelgebieden, in de winkels en op gemeentelijk niveau. De Retailagenda heeft de afgelopen periode samen met de sector een aantal retailinnovatielabs opgezet om innovaties te realiseren, toepassingen voor de retail te ontwikkelen en kennis te vergroten en te delen. De 'laboratoria' -met als motto 'leren door te doen' - hebben elk een eigen lokale focus. In de labs krijgen kleine lokale initiatieven een grote meerwaarde door ze landelijk op te schalen.

Binnen de Retailagenda zijn vijf thematische retailinnovatielabs uitgevoerd:

- Gastvrije binnenstad: hoe zorg je dat de binnenstad een gastvrije beleving is voor haar bezoeker?
- Future-proof retail: gericht op skills van medewerkers en ondernemers.
- Sociale meerwaarde en DNA: wat maakt een winkelgebied betekenisvoller?
- Loyaliteit: hoe ontwikkel je een loyaliteitsprogramma dat meer bezoekers aan een winkelgebied bindt?
- Smart Distributie & Buy local: is het haalbaar om een collectief lokaal online platform te ontwikkelen met slimme distributie?

Vanuit de *learnings* die de labs tot nu toe hebben opgeleverd, is een stappenplan gemaakt die winkelgebieden helpt om een retailinnovatielab op te zetten.

STAP 1: LOKALE BETROKKENHEID VAN STAKEHOLDERS

Uit alle labs blijkt dat stap één is om voldoende draagvlak creëren bij stakeholders in het winkelgebied. Dit kan door te starten met de koplopers, die tijdens het proces ambassadeurs worden van het lab. Belangrijk is dat alle relevante stakeholders aan tafel zitten. Wie dat zijn hangt af van het thema en de doelstelling van het lab.

Mogelijke relevante stakeholders zijn:

- Gemeente
- Ondernemers (horeca, retail, etc.)
- Maatschappelijke partijen
- Bewoners
- Vastgoed
- Onderwijs
- Etc.

Het succes van een lab is volledig afhankelijk van het lokale draagvlak. Een van de belangrijkste lessen uit de labs is dat het creëren van draagvlak veel tijd kost.

STAP 2: GEEF SAMEN INVULLING AAN HET PROGRAMMA VAN HET LAB

De retailinnovatielabs laten overduidelijk zien dat wanneer er niet met alle betrokken stakeholders invulling wordt gegeven aan het programma er een 'not invented by me syndroom' ontstaat of een gevoel dat er iets opgelegd wordt. Duidelijk is dat voor elk winkel- of centrumgebied maatwerk nodig is, niet alles is een-op-een te kopiëren. Voor de initiatiefnemer van een lab is het dan ook van belang om ideeën te spiegelen en lokaal fine te tunen.

STAP 3: FORMULEER DUIDELIJKE EN HAALBARE DOELSTELLINGEN

Volg het lokale tempo en neem de tijd om samen met de stakeholders duidelijke en haalbare doelstellingen te formuleren met bijbehorende planning en toets deze bij de stakeholders. Vandaag lanceren betekent niet dat iedereen er morgen mee aan de slag gaat. Het is met name belangrijk om op voorhand goed uit te leggen wat de meerwaarde van het initiatief/programma/lab het gebied en haar stakeholders kan bieden. Het lab moet voorzien in een oplossing voor de lokale problematiek. Het is belangrijk dat er naar een deadline wordt gewerkt. Door deadlines wordt men gedwongen om simpeler keuzes te maken.



STAP 4: EXPERIMENTEREN EN IMPLEMENTEREN

In deze fase gaan de koplopers/lokale stakeholders aan de slag met experimenteren en zal het initiatief/idee geïmplementeerd worden. Vaak zijn de ambities erg hoog, zowel in toepassingen als in aanpak, terwijl door gebrek aan kennis van stakeholders maar kleine stappen gezet kunnen worden. Belangrijk in deze periode is dat er voldoende middelen en mankracht is om stakeholders te begeleiden. Dit kan onder andere door samen te werken met kennisinstellingen (studenten).

STAP 5: EVALUATIE EN DOORONTWIKKELING

Organiseer meerdere evaluatiemomenten met lokale stakeholders. Zo worden succesfactoren en knelpunten snel inzichtelijk en kan worden bijgestuurd. Het is belangrijk om samen met koplopers de aangedragen oplossing verder door te ontwikkelen tot een product dat lokaal gedragen wordt.

STAP 6: INSPIREREN EN OPSCHALEN

Naast experimenteren en implementeren heeft een retailinnovatielab ook nadrukkelijk als doel om andere gebieden te inspireren door de lessons learned vast te leggen en te delen. Wat werkt goed? Wat is de juiste volgorde? Wat zijn voorwaarden voor succes? Voor andere winkelgebieden is dit waardevolle informatie.

Voor meer informatie

[Retailinnovatielab Gastvrije Binnenstad](#)

Retailinnovatielab Smart Distributie & Buy local

Retailinnovatielab Sociale meerwaarde en DNA

Retailinnovatielab Loyalty