



FASE 1 HOE START IK EEN COLLECTIEF (ONLINE) PLATFORM?

1 JUNI 2020

Dorpskernen, binnensteden en overige centra bieden ongemerkt veel meer dan een verzameling producten: beleving, een ontmoetingsplek, kennis, advies. Zo is er veel 'verborgen' meerwaarde die online spelers niet hebben. De persoonlijke aandacht, dichtbij en bekend, geeft een grote GUNfactor. Alle ondernemers samen beschikken over een enorm assortiment. Wanneer dit aanbod online wordt gebundeld dan kan het winkelgebied online dienstverlening en levering als extra dienst bieden.

VOORWAARDEN

Er zijn twee belangrijke voorwaarden om een lokaal online platform te kunnen starten:

1. *Samenwerking*

Een goede samenwerking tussen partijen (gemeente, ondernemers en eventueel pandeigenaren) is onontbeerlijk om succesvol gezamenlijk online te gaan. Daarbij gaat het erom dat partijen gezamenlijk de verantwoordelijkheid dragen, dat niemand (vrijblijvend) uit het project kan stappen en dat er sprake is van een gezamenlijke investering. Is dit niet het geval, dan dient dit eerst te worden geregeld. Wordt aan deze voorwaarden voldaan, dan kan worden gestart.

2. *Positionering*

Een heldere positionering van het gebied is noodzakelijk voor een winkelgebied om zich online te positioneren. Wat is de identiteit? Wat maakt het gebied onderscheidend? Het is daarom van groot belang dat de rol en functie van het winkelgebied ook online een gezicht krijgt. Lokale ondernemers zijn hierbij beeldbepalend. Een dorpskern of binnenstad krijgt kleur door mkb'ers. Zij zijn onderscheidend, tonen passie en betrokkenheid en zijn uniek. Dat wil je ook online uitstralen.

STAPPENPLAN

Dit stappenplan helpt een winkelgebied om succesvol en duurzaam online te gaan.

STAP 1: ZORG DAT JE ALS WINKELGEBIED/COLLECTIEF WEET WAT JE WIL EN WEET WAT JE KUNT

De belangrijkste stap om als winkelgebied online te gaan is gezamenlijk te bepalen wat je wil. Wat is het doel? Wat moet het opleveren? Welke functie moet online hebben? Niet alleen nu tijdens deze crisis, maar ook daarna. Denk daarbij aan doelen als:

- Informatief
- Interactie
- Webshop

Als die cruciale toegevoegde waarde is bepaald, dan kan daar het juiste product (techniek) bij worden gezocht (zie stap 3).

Daarnaast is het belangrijk om inzicht te hebben in de capaciteit en financiële middelen om online duurzaam op te zetten. Een eenmalige opstart is makkelijk te realiseren, maar hoe ga je om met de kosten op lange termijn, de data, de nieuwe contactinformatie, en hoe manage het gebruik door ondernemers en consumenten.

STAP 2: ZORG VOOR EEN GEDEGEN STRATEGIE

Goed gezamenlijk online gaan is complex; er komt een mix van verschillende zaken bij kijken. Zoals het betrekken van ondernemers, creëren van content, bereiken van de consument, aanpassen van de techniek, uitbreiden met nieuwe functies en het beheren en beheersen van alle data, persoonsgegevens en het budget. Dat geldt niet alleen voor de start, maar ook daarna.

Bij deze stap is van belang om een gedegen strategie te ontwikkelen waarin de volgende elementen aan bod komen:

- inzicht in benodigde capaciteit, kennis en financiële middelen om het doel te bereiken;
- planning voor korte termijn en lange termijn;



- ruimte voor doorontwikkeling.

STAP 3: KIES HET ONLINE PRODUCT

Er zijn tal van aanbieders met tal van online oplossingen. Maar welke past het beste bij het winkelgebied en haar ondernemers? Welke opzet heeft het product en past deze bij de doelen van het winkelgebied? Denk daarbij aan:

- *online vindbaarheid* van winkels door een collectieve website van het winkelgebied;
- *een website* met informatie van alle retailers die doorlinkt naar hun eigen website of webshop. Bezorging wordt collectief of individueel georganiseerd;
- *een collectieve webshop of app* waar lokale ondernemers direct met hun producten op staan en de bezoeker (zonder doorlink) in één keer alle producten afrekent. Bezorging wordt collectief georganiseerd.

Bij deze stap is het vooral belangrijk dat de eigen wensen en doelen aansluiten bij het aanbod. Voor elk gebied -wijkcentrum, dorpskern, stadsdeel of binnenstad-, voor elk budget en voor elke samenwerkingsvorm is een oplossing.

STAP 4. VIND ONDERNEMERS DIE (NIET VRIJBLIJVEND) WILLEN EN KUNNEN MEEDOEN

Elke inzet op gezamenlijk online staat of valt met de deelname van voldoende betrokken ondernemers, die het initiatief gezicht kunnen geven. Deze ambassadeurs zorgen met hun enthousiasme vanzelf tot aanwas van nieuwe deelnemers. Belangrijk is dat er duidelijke voorwaarden worden opgesteld voor deelname, zoals de kosten (maandbedrag, fee op bestelling, bezorging), het aanleveren van content, meedoen met de (social media) campagne en inzet voor verbeteren van het product. Leg deze voorwaarden vast in een overeenkomst.

STAP 5: REALISEER EEN GEZAMENLIJK CAMPAGNE MET ONDERNEMERS

Het bereik van deelnemende ondernemers samen is vele malen groter dan het bereik van één individu. Een gezamenlijke campagne onder centrale regie levert snel een groot bereik op. Leg in de voorwaarden van stap 4 ook vast dat er

verwacht wordt dat ondernemers content maken en leveren en dat zij berichten delen. Zet centraal een planning op en zorg dat de ondernemers deze kennen. Zorg dat ondernemers die onwennig zijn, gecoacht worden, zodat ze ook mee kunnen doen. Een goede regie over de campagne is de snelste manier om de consument te bereiken.

Voor meer informatie lees het artikel ["in vijf stappen succesvol gezamenlijk online als winkelgebied"](#)

Voor een overzicht van type online platformen bekijk:

- [Voorbeelden collectieve websites](#)
- [Voorbeelden collectieve webshops](#)

