

Amsterdam University of Applied Sciences

Onderzoeksresultaten: Meer bezoekers naar mijn winkel

meer bezoekers met innovatieve technologie

Verhagen, Tibert; Moes, Anne; Weltevreden, Jesse

Publication date

2021

Document Version

Final published version

License

Unspecified

[Link to publication](#)

Citation for published version (APA):

Verhagen, T. (null), Moes, A. (null), & Weltevreden, J. (null). (2021). Onderzoeksresultaten: Meer bezoekers naar mijn winkel: meer bezoekers met innovatieve technologie., Retail insiders. <https://www.retailinsiders.nl/retail-innovation-platform/onderzoeksresultaten-meer-bezoekers-naar-mijn-winkel/>

General rights

It is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), other than for strictly personal, individual use, unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

Disclaimer/Complaints regulations

If you believe that digital publication of certain material infringes any of your rights or (privacy) interests, please let the Library know, stating your reasons. In case of a legitimate complaint, the Library will make the material inaccessible and/or remove it from the website. Please contact the library: <https://www.amsterdamuas.com/library/contact/questions>, or send a letter to: University Library (Library of the University of Amsterdam and Amsterdam University of Applied Sciences), Secretariat, Singel 425, 1012 WP Amsterdam, The Netherlands. You will be contacted as soon as possible.

Onderzoeksresultaten: Meer bezoekers naar mijn winkel

[Home](#) > [Retail Innovation Platform](#) > Onderzoeksresultaten: Meer bezoekers naar mijn winkel

Meer bezoekers met innovatieve technologie

Door online concurrentie en veranderend consumentengedrag dalen het aantal winkelbezoekers en de omzet bij veel MKB-winkeliers al jaren. Daar komen de gevolgen van de Coronacrisis ook nog eens bij. Om het tij te keren hebben winkeliers ons gevraagd om meer kennis op te doen over de mogelijkheden die innovatieve technologie hen biedt om meer winkelbezoekers aan te trekken. Als onderdeel van het RAAK-mkb project "Meer bezoekers naar mijn winkel: Winkelbezoek verhogen met innovatieve technologie", hebben wij in de periode 2017 – 2020 samen met winkeliers en technologiepartijen onderzoek gedaan naar vier soorten technologie. Op verzoek van de winkeliers is hierbij onderzoek gedaan naar een mobiel spaarsysteem (loyalty app), interactieve digitale schermen, locatie-specifieke berichten (geofencing) en augmented reality in de etalage.

De onderzoeken zijn uitgevoerd bij winkels in twee verschillende winkelgebieden in Amsterdam: de Beethovenstraat en het Hallenkwartier. Iedere technologie is in beide winkelgebieden getest, waarbij er gebruik is gemaakt van diverse onderzoeksmethoden (interview, observaties, survey, objectieve gebruiksdata). Als aanvulling op de veldonderzoeken in Amsterdam is er met behulp van een landelijk panel aan een grote groep consumenten gevraagd hoe zij tegen de vier technologieën aankijken.

*Door: Tibert Verhagen, Anne Moes & Jesse Weltevreden
Gepubliceerd op 22 maart 2021*



Dé vijf kernbevindingen

Uit de onderzoeken komen vijf kernbevindingen naar voren die je hieronder kunt lezen. Winkeliers en technologiepartijen kunnen hiermee rekening houden wanneer zij de onderzochte technologieën gericht willen inzetten om winkelbezoek te verhogen.

Bevinding 1

De vier onderzochte technologieën zetten aan tot winkelbezoek. De uitkomsten van het onderzoek tonen aan dat de vier technologieën een significant effect hebben op een of meerdere van de volgende gedragsvariabelen: de band met de winkel, de winkelbezoekintentie, de intentie om in de winkel een aankoop te doen. Over alle onderzoeken heen blijken deze effecten het

Bevinding 2

Nut, gebruiksgemak en plezier doorslaggevend voor het succes van winkeltechnologie. Het onderzoek toont aan dat een aantal kenmerken van de onderzochte technologieën doorslaggevend is als het gaat om het aantrekken van winkelbezoekers. De technologieën dienen vooral van directe toegevoegde waarde voor de consument te zijn (nut), makkelijk in het gebruik, en voor

Bevinding 3

Adoptie van technologie belangrijke randvoorwaarde. Ofschoon de onderzoeken uitwijzen dat de technologieën de potentie hebben om winkelbezoek te stimuleren, kwam ook duidelijk naar voren dat consumenten er zelden vanzelf gebruik van maken. Met name het gebruik van locatie-specifieke berichten kwam zeer moeizaam op gang. Ook het interactieve scherm in de etalage

meest significant te zijn voor het mobiele spaarsysteem.

een stukje plezier te zorgen. Met name bij het mobiele spaarsysteem en de interactieve schermen in de etalage kwam dit duidelijk naar voren.

had extra aandacht nodig om passanten erop te wijzen. Om een technologie goed in te zetten is duidelijke communicatie richting de doelgroep noodzakelijk.

Bevinding 4

Maak technologie in de etalage niet te entertainend. Uit de onderzoeken naar het interactieve scherm in de etalage en de augmented reality in de etalage, bleek dat de inzet van technologie ook kan doorschieten. Door consumenten een te entertainende ervaring te geven terwijl ze voor de etalage staan, gaat een deel van hen minder snel de winkel binnen. Het gebruik van de technologie lijkt in dit geval een doel op zich en stimuleert passanten onvoldoende om de winkel te betreden. Beter is het om de consument tijdens het gebruik van de technologie een duidelijk reden te geven om de winkel te bezoeken.

Bevinding 5

Gebruik plug & play technologie. Er is technologisch heel veel mogelijk. Toch bleek tijdens het onderzoek dat sommige toepassingen voor de kleinere winkelier niet haalbaar zijn. Met name de inzet van locatiespecifieke berichten via een app vergde heel wat extra inspanningen om alles werkend te krijgen. Dit soort toepassingen zijn eigenlijk vooral geschikt voor grote retailers die gewend zijn om met complexere systemen te werken. Kleinere winkeliers kunnen in dit soort gevallen beter kiezen voor bestaande technologie die makkelijk te implementeren is. Het mobiele spaarsysteem en digitale schermen zijn hier goede voorbeelden van.

De resultaten in video's

In december 2020 presenteerde de Hogeschool van Amsterdam samen met Stad&Co de uitgebreide resultaten van het project in een webinar. In het webinar is aandacht besteed aan de vier onderzochte technologieën. Afsluitend is een landelijk onderzoek besproken waarin alle vier de technologieën terugkomen. De onderdelen van het webinar zijn hieronder terug te kijken.

Meer bezoekers met een mobiel spaarprogramma

Meer bezoekers naar mijn winkel met een mobiel spaarprogramma



Meer bezoekers met een interactief scherm in de etalage

Meer bezoek naar mijn winkel met een interactief scherm in de etalage



Meer bezoekers met locatiespecifieke berichten

Meer bezoek naar mijn winkel met locatiespecifieke berichten

Meer bezoekers met augmented reality in de etalage

Meer bezoek naar mijn winkel met augmented reality in de etalage



Resultaten landelijk onderzoek

De invloed van vier soorten innovatieve technologie op



Meer lezen?

Het project heeft tot diverse publicaties geleid. De belangrijkste publicaties zijn hieronder opgenomen.

Verhagen, T., Moes, A. & Weltevreden, J. (2020), Hoe vier soorten technologie bijdragen aan winkelbezoek, Blogartikel MarketingTribune 9 november 2020, <https://www.marketingtribune.nl/food-en-retail/nieuws/2020/11/column-hoe-4-soorten-innovatieve-technologie-verschillend-bijdragen-aan-win/index.xml>

Moes, A., Fransen, M., Fennis, B., Verhagen, T. & van Vliet, H. (2020), Effects of in-store interactive screens on impulse buying explained by self-agency Under review.

Verhagen, T. Moes, A., Van Keimpema, K. & Ritoe, S. (2020), Haal meer uit een interactief scherm in de etalage: Drie richtlijnen voor winkeliers, Blogartikel Retail Insiders, 11 september 2020, <https://www.retailinsiders.nl/updates/bericht/haal-meer-uit-een-interactief-scherm-in-de-etalage-drie-richtlijnen-voor-winkeliers>

Verhagen, T & Moes, A. (2020), Try before you visit and buy: De effecten van AR in de winkelatalage, Blogartikel Twinkle, 1 juli 2020, <https://twinklemagazine.nl/2020/07/de-effecten-van-ar-in-de-winkelatalage/index.xml>

Moes, A., Fransen, M., Fennis, B., Verhagen, T. & van Vliet, H. (2019), The role of self-agency in impulse buying, Conference proceeding, Icoria

Moes, A., Ritoe, S. & Verhagen, T. (2020), Conversie interactieve etalageschermen onderzocht. Blogartikel MarketingTribune, 15 mei 2020, <https://www.marketingtribune.nl/food-en-retail/nieuws/2020/05/onderzoek-interactieve-etalageschermen/index.xml>

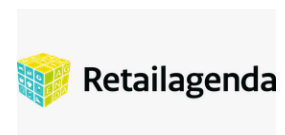
Verhagen, T., Van Keimpema, K. & Ritoe, S. (2020), Een mobiel spaarprogramma voor je winkel: vijf geleerde lessen. Blogartikel RetailTrends, 7 april 2020, <https://retailtrends.nl/item/60067/een-mobiel-spaarprogramma-voor-je-winkel-vijf-geleerde-lessen>

Verhagen, T., Van Keimpema, K. & Ritoe, S. (2020), Hoe zet je een mobiel spaarprogramma in voor meer winkelbezoek? Blogartikel MarketingTribune, 21 februari 2020, <https://www.marketingtribune.nl/food-en-retail/weblog/2020/02/hoe-zet-je-een-mobiel-spaarprogramma-in-voor-meer-winkelbezoek/index.xml>

Van Keimpema, K., Verhagen, T. & Ritoe, S. (2020), Geofencing voor de winkel: Vier aandachtspunten voor de inzet van locatiespecifieke berichten, Blogartikel Retail Insiders, <https://www.retailinsiders.nl/updates/bericht/geofencing-voor-de-winkel-vier-aandachtspunten-voor-de-inzet-van-locatiespecifieke-berichten>

Woord van dank

De Hogeschool van Amsterdam dankt de volgende partijen voor hun deelname aan het RAAK-mkb project: Stad&Co, Sterk Amsterdam, Bij Mirjam, Piggy, Social Brothers, Notificare, Marqt, Church of Labels, Ar4real, Dobit Solutions, Huize van Wely, StoreScan, KappaData, ICEmobile, Lantech, en Munch fitfoodtogo. Tevens gaat onze dank uit naar de leden van de stuurgroep: Marcel Evers (INretail), Paul Rutten (Hogeschool Rotterdam), Malaika Brengman (Vrije Universiteit Brussel), Jan Disseldorp (Sterk Amsterdam) en Ruud Strootman (Jesse Jewelry). Tot slot gaat bijzondere dank uit naar het Regieorgaan SIA voor het mogelijk maken van het project.



Copyright © 2021 Retail Insiders

[Privacy statement](#) [Cookies](#) [Contact](#)

