

EFRO-project 'Belevingswinkelen'

De stad Hasselt heeft samen met Hogeschool PXL, CityDepot en Joyn een project ingediend om vernieuwende diensten in haar binnenstad te introduceren. Het project is ondertussen afgelopen en de partners presenteren hun resultaten tijdens een slotsymposium met enkele gastsprekers.

Het winkellandschap is in volle evolutie. Het klassieke winkelmodel wordt uitgedaagd om hedendaagse oplossingen te bieden aan de veeleisende consument en digitale marktplaatsen. Het project 'Belevingswinkelen' speelt in op deze nieuwe trends en het 'nieuwe winkelen', waar funshoppen en comfortshoppen hand in hand gaan.

De stad Hasselt is coördinator van het project. "Als vierde shoppingstad van Vlaanderen is het belangrijk om alert te blijven voor en in te spelen op veranderende patronen en trends op shoppinggebied", aldus schepen van Economie Tom Vandeput. "We merken vooral dat consumenten de beleving in een stad belangrijk vinden. Het shoppen moet ook gepaard gaan met genieten en comfort. Door dit gebundelde project kunnen we theorie en praktijk testen in de Hasseltse winkelstraten."

Een eerste verwezenlijking was de pop-up winkel 'ShopUp', waarbij shoppers in een pand op de Grote Markt terechtkonden voor talloze nuttige diensten. Er werd een ruimte ingericht om luiers te verversen, er was een borstvoedingshoek en men kon er een buggy of bolderkar ontlenen. Aankopen konden in de shoppingbag-vestiaire worden achtergelaten en opgehaald.

De projectpartners stellen de resultaten en verworven inzichten voor tijdens een slotsymposium op maandag 24 september 2018.

Het expertisecentrum Innovatief ondernemen van **Hogeschool PXL** focust zich onder meer op praktijkgericht onderzoek en zoomde voor dit project in op het shopgedrag van de consumenten en professionalisering van retailondernemers. "PXL deed uitgebreid onderzoek naar het shopgedrag en de beleving van de consument", zegt Hermien Raedts, onderzoeker retailinnovatie. "Ook de effectiviteit van de projecten werd gemeten. Op deze manier kregen we slimme inzichten over het winkelgedrag van de bezoekers van Hasselt. Op basis van deze inzichten kunnen we concrete aanbevelingen doen voor zowel de stad Hasselt als de retailers." "Bovendien stapten 12 retailondernemers in een professionaliseringstraject met onder meer semi-individuele coachingssessies, lerende netwerken en workshops. De onderzoeksaanpak zorgde voor een gesloten cirkel van uitgebreid marktonderzoek tot concrete toepassingen in de praktijk", aldus Evi Knuts, onderzoekshoofd expertisecentrum innovatief ondernemen.

Als specialist in stadsdistributie zet **CityDepot** in op duurzame logistieke oplossingen voor steden. An Vercaemst van CityDepot licht toe: "Voor dit project werkte CityDepot een Handsfree Shopping oplossing voor de klant uit. Dit 'Shop & Send' systeem heeft als voordeel dat de klant zijn aankopen meteen kan laten leveren op een bestemming naar keuze. Zo hoeft hij niet te zeulen met winkeltassen en heeft hij letterlijk en



**HASSELT
HEEFT
HET.**

figuurlijk de handen vrij om te genieten van het belevingswinkelen.” Er wordt vastgesteld dat de handelaars wel bereid zijn om nieuwe concepten te introduceren. De consumenten blijken echter nog niet klaar te zijn voor deze nieuwe service. CityDepot blijft alvast meewerken aan innovatieve logistieke ontwikkelingen in de stedelijke omgeving.

Joyn is een digitaal marktsysteem voor lokale handelaars. Via de Joyn-kaart kunnen consumenten punten sparen bij deelnemende handelaars. Meer dan 2 miljoen gebruikers scannen bij 7.500 handelaars. “Tijdens het project heeft Joyn 3 acties opgezet”, aldus Koen Delvaux van Joyn. “Deze acties werden op maat van Hasselt uitgewerkt. Oorspronkelijk was het de bedoeling om een stadsspel uit te werken, maar na feedback van de gebruikers bleek dat ze meer te vinden waren voor wedstrijden in het kader van lokaal winkelen. Daarom hebben we de lokale handelaars de mogelijkheden gegeven om er te doen aan een tombola met daarin een spelelement verwerkt. De ene keer was die gebaseerd op een mobiele app, de andere keer werden winstkansen uitgereikt met een plastic klantenkaart. Zo konden we meten welk mechanisme zorgt voor een maximaal engagement van de bezoeker. De belangrijkste conclusie? Activatie in het winkelpunt zelf geeft veel meer resultaat dan wanneer klanten worden omgeleid naar een aparte locatie waar promoties worden voorgesteld. Dankzij de inbreng van de stad Hasselt kenden de acties meer succes bij de consumenten.

Naast de projectpartners komen ook gastsprekers aan het woord. Zo is er Maarten Decramer, CEO van Wisely en voormalig centrummanager van Kortrijk, komt de relatie tussen retail en de stad Kortrijk schetsen. Prof. Dr. Jesse Weltevreden van de Hogeschool van Amsterdam komt een toelichting geven bij digitale marketing activiteiten. Vincent Panneels van de blog *20\CENT Retail* komt de trends in retail bespreken en Christiaan Kastrop, centrummanager van de stad Hasselt, doet de toekomstplannen van Hasselt uit de doeken.

De totale projectkost bedroeg 824.539,25 euro. Voor de financiering konden de partners rekenen op de steun van het Europees fonds voor Regionale ontwikkeling (40 %), de Vlaamse overheid (Hermesfonds, 20 %) en de provincie Limburg (20 %). De resterende cofinanciering wordt door de partners gedragen.

MEER INFORMATIE VOOR DE REDACTIE

CITY DEPOT, AN VERCAEMST, T 0496 57 25 36, an.vercaemst@citydepot.be
JOYN, KOEN DELVAUX, 0478 48 21 11, koen.delvaux@joyn.be
HOGESCHOOL PXL, HERMIEN RAEDTS, T 011 77 58 71, hermien.raedts@pxl.be
STAD HASSELT, SCHEPEN VAN ECONOMIE TOM VANDEPUT, T 011 23 93 54,
tom.vandeput@hasselt.be



Met de steun van:

AGENTSCHAP
INNOVEREN &
ONDERNEMEN



EFRO
EUROPEES FONDS
VOOR REGIONALE
ONTWIKKELING

