

DATA GESTUURDE WINKELGEBIEDEN

FASE 1: VAN IDEE TOT CONCEPT

RESULTATEN PAPER PROTOTYPING & FUNCTIONELE
ANALYSE

FASE 2: POC ONTWIKKELING EN TESTING

HOE GAAN WE VERDER...



INHOUD

FASE 1: VAN IDEE NAAR UITGEWERKT CONCEPT

ONDERZOEKSOPZET PAPER
PROTOTYPING

10 KERNINZICHTEN

USE CASES

BEREKENINGEN

FUNCTIONELE ANALYSE

WIREFRAMES

FASE 2: POC ONTWIKKELING EN TESTING



Stappenplan fase 1: van idee naar uitgewerkt concept



Onderzoeksopzet

3



Paper prototyping met eindgebruikers

Hoe ziet het toekomstig dashboard er in een ideale wereld uit volgens handelaren en horeca uitbaters?

14 deelnemers

Mechelen

- Bar Popular / 'T Ankertje
- Swarovski

Antwerpen

- Moose in the city
- Panos

Leuven

- Swarovski
- Veggivino
- New Mexico
- Deauville
- Croque & roll

Roeselare

- Suurplas
- Mamado
- Brooklyn

3 afzeggingen (wegens te drukke periode en bezettingsproblemen door covid)

- Stick & Co

- Apotheek Sollie

- The Food Hub

3

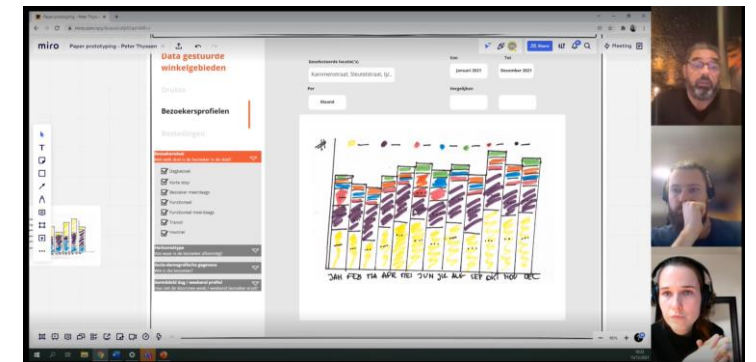
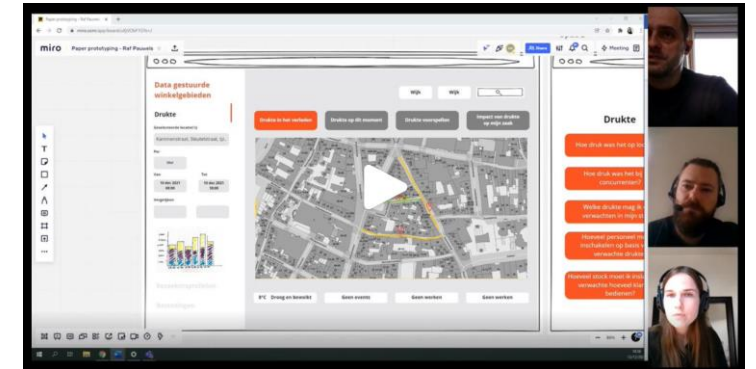


Paper prototyping met eindgebruikers

Hoe ziet het toekomstig dashboard er in een ideale wereld uit volgens handelaren en horeca uitbaters?

Aanpak

- Online format vanuit Covid overwegingen
- Aan de hand van een **semigestructureerde vragenlijst** werden deelnemers bevraagd over de **inzichten** die ze via het dashboard wensen te vergaren, op welke manier ze de **data** graag **gevisualiseerd** zien en welke **functionaliteiten** ze verwachten van het dashboard.
- We vertrokken van een reeks **gevisualiseerde scenario's** als start om de ruime set aan mogelijkheden te bespreken.



3



Paper prototyping met eindgebruikers

*Hoe ziet het toekomstig
dashboard er in een ideale
wereld uit volgens handelaren
en horeca uitbaters?*

Onderzoeksvragen

- Wie zal de effectieve eindgebruiker zijn?
- Welke rol zal het dashboard spelen in de dagdagelijkse werking?
- Welke use cases zijn prioritair?
- In welke vorm is data het meest waardevol? (Historisch, real-time, voorspellingen)
- Welke berekeningen wensen gebruikers te maken?
- Welke functionaliteiten verwachten gebruikers in het dashboard?
- Hoe staan gebruikers t.a.v. datadeling onderling? Onder welke voorwaarden is er bereidheid?

10 kerninzichten

1. Primaire eindgebruikers zijn de eigenaar zelf of het *managing* personeel

Primair:

- Eigenaar van retail of horeca zaak

Secundair:

- Shopmanager
 - Regio manager
 - Marketing/social media manager
 - Webshop manager
 - Niet: winkelbediende / horeca personeel
-
- Verwachte frequentie gebruik: dagelijks (vaker retail) tot wekelijks (vaker horeca)
 - Graag ontvangt de ondernemer ook wekelijks een overzicht met de meest relevante trends en uitschieters in de data



2. De populairste use cases op een rijtje gezet

Als handelaar/horeca uitbater **gebruik ik drukte cijfers** om...

- Mijn inschatting van personeelsplanning te valideren (R&H)
- Mijn inschatting voor stockbeheer te valideren (H)
- De meest ideale openingsuren te bepalen bij speciale events of feestdagen (R&H)
- Gerichtte acties op drukke locaties te voeren (R)
- Na te gaan welke events een positief effect hebben op de drukte in het kernwinkelgebied (R&H)
- Effectiviteit van marketingcampagnes na te gaan (R&H)

Als handelaar/horeca uitbater **gebruik ik de bezoekersprofieldata** om ...

- Na te gaan welke bezoeker ik nog niet bereik (R&H)
- Gerichtte marketing campagnes op ze zetten – vooral via socials (R&H)
- Productaanbod of kaart aanpassen (R&H)

Als handelaar/horeca uitbater **gebruik ik de bestedingsprofielen** om ...

- Gericht een gepaste locatie voor mijn pand te selecteren (R&H)
- Een goede of slechte dag meten aan andere winkels of locaties in de stad (R&H)

Algemeen wenst men deze use cases op **straat of ten minste wijkniveau** te kunnen analyseren. De fijnmazigheid is van belang om de juiste conclusies te trekken betreffende je zaak.

3. Een informerend, eerder dan een adviserend dashboard

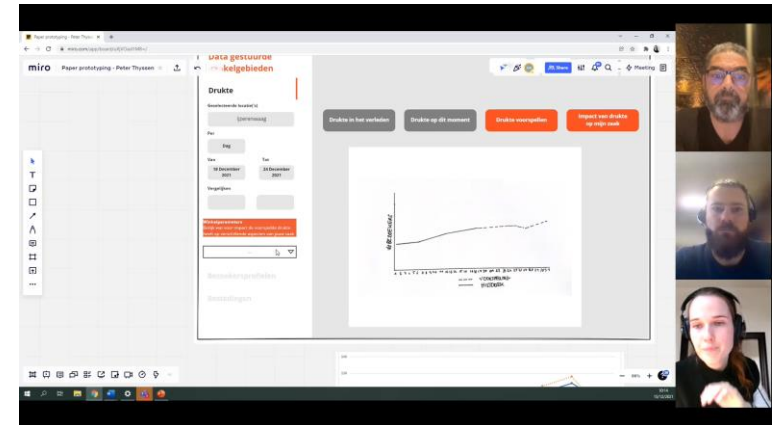
De ondernemer wenst zelf, op basis van de vergaarde data-inzichten, te bepalen wat de impact is van die informatie op zijn zaak. Hij verwacht geen aanbevelingen over bijvoorbeeld de hoeveelheid aan te kopen stock of het in te huren personeel.

Motivering:

- Gevoel van *ownership* behouden over cruciale beslissingen.
- Op basis van hun ervaring is de vertaalslag geen grote denkoefening meer.
- Vertrouwen dat het systeem dit voldoende zal kunnen is laag.
- Aansprakelijkheid van systeem bij foute inschatting zal onbestaande zijn.



Illustratie



4. Voorspellingen bieden het meest toegevoegde waarde

Het voorspellend model biedt volgens velen het meest toegevoegde waarde, maar de betrouwbaarheid wordt in vraag gesteld. Terugkijken naar de historische data vormt een alternatief.

Motivering:

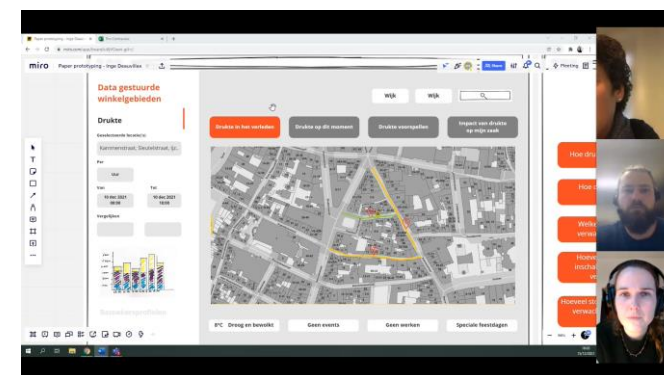
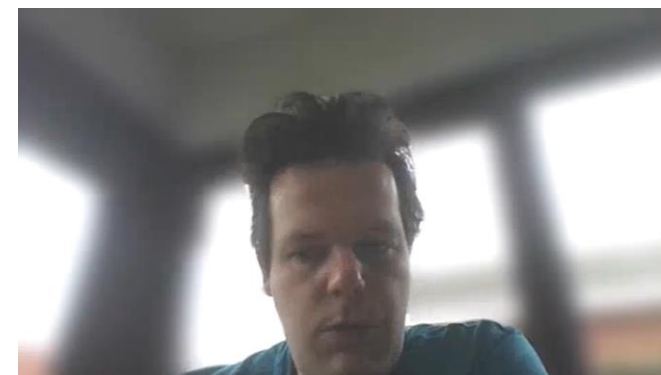
- Voorspellingen kunnen helpen buikgevoel te valideren.
- Uitschieters in de data zijn echter vaak onverklaarbaar voor de ervaren ondernemer. Vragen rijzen of een voorspellend model deze aspecten dan wel kan verklaren, gezien er data van een beperkte periode beschikbaar is.
- Gevolg geven aan een 'onbetrouwbare' voorspelling kan grote gevolgen hebben wanneer deze niet correct is. Een risico wat de ondernemers naar eigen zeggen niet snel gaan nemen.

5. Cruciale rol voor context data zoals weer, actualiteit, events/feestdagen en werken

Retail en horeca uitbaters drukken op het belang van verschillende contextparameters die een cruciale verduidelijking zijn bij het analyseren van data.

- **Weer** staat als nummer 1 bovenaan en is dé bepalende factor voor grote fluctuaties in drukte.
- **Actualiteit** (bv. nieuws gasprijzen, Covid, stakingen, ...) impacteert de *mood en mind-set* van de mensen en kan een verklarende factor zijn voor wijzigend koopgedrag.
- **Feestdagen of brugdagen** (in Vlaanderen, maar in de buurlanden bvb. Ned./Frank.) kunnen bijdragen aan extra drukte in de stad. **Events** trekken ook publiek, maar zijn niet steeds bevorderlijk omdat ze mensen uit de winkels houden of publiek aantrekken dat niet gesteld is op spenderen.
- **Verkeerssituaties of werken** zijn ook een invloedrijke factor.

 Illustratie



6. Real-time data toch niet onbelangrijk

Bij retailers, meer dan bij horeca uitbaters, is er ook interesse in real-time data.

Motivering:

- Retailers hebben naar eigen zeggen 'te weinig zicht' op wat er op dit moment in andere straten aan de gang is.
- Retailers geloven op die manier gerichte acties te kunnen opzetten om mensen naar hun wijk of straat aan te trekken (bv. flyer-actie).
- Horeca uitbaters geloven niet dat er tijdens de shiften tijd is om drukte cijfers te analyseren en daar actief op in te zetten.

7. Vergelijken op wijkniveau in Antwerpen

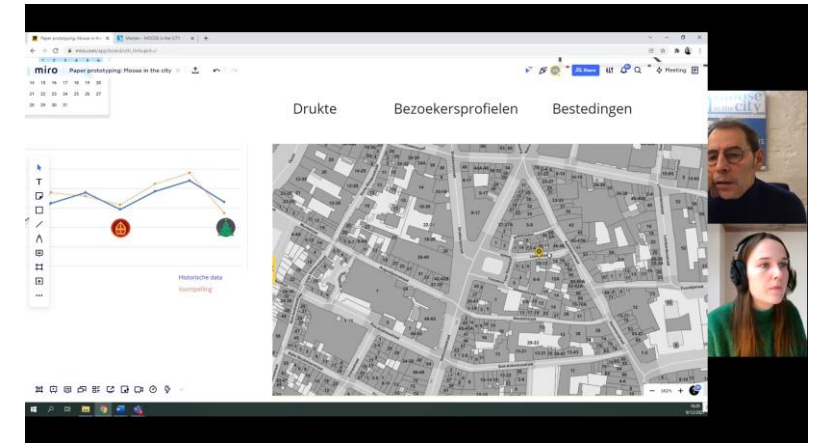
De Antwerpse ondernemer wenst vooral een analyse te maken met andere wijken, ook wel sfeergebieden genoemd, eerder dan specifieke (omliggende) straten.

Motivering:

- Interesse of doelgroep ook in andere wijken vertoef, en welk pad hij volgt doorheen de stad.
- Reeds een goed idee van drukte en profielen in omliggende straten door contact met burens.
- De omliggende straten vertonen vaak gelijkaardige patronen.
- De ondernemers in Mechelen en Roeselare geven aan eerder op straatniveau te vergelijken omdat er minder echte wijken af te bakenen zijn. Leuvense ondernemers verschillen van mening.



Illustratie



8. Ondernemers zijn nog wat zoekende naar te koppelen acties aan bestedingsgegevens

De meerderheid van de deelnemers geeft aan een zekere nieuwsgierigheid te voelen naar de bestedingsdata op straat/wijk niveau.

Motivering:

- Naast een referentiepunt, is het echter nog niet duidelijk tot welke acties deze inzichten kunnen leiden.
- Open vraag in welke mate deze cijfers verklarend zijn voor een goed/slechte dag? Data van internationale ketens of grotere zaken kunnen een vertekenend beeld geven. Ook de fijnmazigheid op geografisch niveau is van belang om te spreken van relevante data.

“Ik zou dat bekijken uit nieuwsgierigheid ja. Maar dan? Ik zou niet goed weten wat ik dan kan doen? Welke actie ik eraan kan koppelen.” –

Horeca uitbater Leuven

9. De verhouding kopers versus bezoekers als relevante referentie

Ondernemers tonen sterke interesse in data die de verhouding tussen het aantal bezoekers en het aantal kopers weergeeft.

Motivering:

- Nagaan op welke momenten / bij welke events de bezoekersaantallen en unieke kopers het dichtste bij elkaar liggen en inzetten op dit type acties.

“Drukke op zich zegt niks he. We hadden de VTM parade naar de stad gebracht. Dat heeft geen extra traffic gecreëerd voor de zaken hier eh. Integendeel. –

Horeca uitbater Antwerpen

10. Openheid voor data uitwisseling tussen ondernemers, onder voorwaarden

Ondernemers staan er voor open data over hun zaak te delen en geloven in de waarde van een data sharing community om te leren uit elkaars data en de data betrouwbaarder te maken. Dit kan weliswaar enkel onder bepaalde voorwaarden.

Voorwaarden:

- Wie geen data deelt, ontvangt ook geen data.
- Data wordt anoniem gemaakt.
- Data wordt weergegeven in categorieën of trends.
- Data wordt enkel gedeeld als er > x aantal zaken aanwezig zijn.
- Data: Klantentellingen, omzet, conversie, betaalmodi, verkoop per categorie

Kritische noot:

- Hoe garanderen we de kwaliteit van deze data?



Illustratie



Stappenplan fase 1: van idee naar uitgewerkt concept



Duiding woordgebruik

- **Use cases:** een use case beschrijft het doel dat de gebruiker wenst te bereiken met de applicatie.
- **Berekeningen:** de analyses die de eindgebruiker wenst te maken.
- **Functionele vereisten:** een vereiste werking of functionaliteit van de applicatie om de berekeningen en dus use cases te kunnen realiseren.
- **Wireframes:** een vereenvoudigde visuele voorstelling van de functionele vereisten. In deze visualisaties wordt niet gefocust op design of usability. Ze hebben louter tot doel de verwachtingen naar functionaliteit van de eindgebruiker te kaderen.

De voorbeelden van grafieken (bv. staaf of lijngrafiek) zijn louter indicatief. In het project hanteren we de methodologie van data driven design waarbij we experimenteren met verschillende type visualisaties en onderzoeken welke visualisatie de data het meest tot zijn recht laat komen én correct interpreteerbaar maken.

Use cases

het doel dat de gebruiker wenst te bereiken met het gebruik van de applicatie

Use cases

Als handelaar/horeca uitbater **gebruik ik drukte cijfers** om...

- Mijn inschatting van personeelsplanning te valideren (R&H)
- Mijn inschatting voor stockbeheer te valideren (H)
- De meest ideale openingsuren te bepalen bij speciale events of feestdagen (R&H)
- Gerichte acties op drukke locaties te voeren (R)
- Na te gaan welke events een positief effect hebben op de drukte in het kernwinkelgebied (R&H)
- Effectiviteit van marketingcampagnes na te gaan (R&H)

Als handelaar/horeca uitbater **gebruik ik de bezoekersprofieldata** om ...

- Na te gaan welke bezoeker ik nog niet bereik (R&H)
- Gerichte marketing campagnes op ze zetten – vooral via socials (R&H)
- Productaanbod of kaart aanpassen (R&H)

Als handelaar/horeca uitbater **gebruik ik de bestedingsprofielen** om ...

- Gericht een gepaste locatie voor mijn pand te selecteren (R&H)
- Een goede of slechte dag meten aan andere winkels of locaties in de stad (R&H)

Algemeen wenst men deze use cases op **straat of ten minste wijkniveau** te kunnen analyseren. De fijnmazigheid is van belang om de juiste conclusies te trekken betreffende je zaak.

Berekeningen

de prioritaire berekeningen die de gebruiker
wenst te maken

Berekeningen

Drukte

- Drukte voorspellen voor een specifieke dag of dagdeel
- Drukte bekijken voor een specifieke locatie (straat/wijk)
- Drukte bekijken voor een specifiek tijdstip (uur/dagdeel/dag/week/maand/kwartaal)
- Drukte vergelijken tussen 2 tijdstippen (uur/dagdeel/dag/week/maand/kwartaal)
- Drukte vergelijken tussen meerdere locaties (straat/wijk)

Bezoekersprofielen

- Bezoekersprofiel bekijken voor een specifieke locatie (straat/wijk)
- Bezoekersprofielen bekijken voor een specifiek tijdstip (dagdeel/dag/week/maand/kwartaal)
- Bezoekersprofielen vergelijken tussen 2 tijdstippen (dagdeel/dag/week/maand/kwartaal)
- Bezoekersprofielen vergelijken tussen meerdere locaties (straat/wijk)

Bestedingen

- Bestedingen bekijken voor een specifieke locatie (straat/wijk)
- Bestedingen bekijken voor een specifiek tijdstip (dagdeel/dag/week/maand/kwartaal)
- Bestedingen vergelijken tussen 2 tijdstippen (dagdeel/dag/week/maand/kwartaal)
- Bestedingen vergelijken tussen meerdere locaties (straat/wijk)
- Bestedingen vergelijken tussen sectoren

Verhouding drukte en bestedingen

- Verhoudingen aantal unieke bezoekers en aantal unieke consumenten

Contextfactoren

- Gegevens kaderen met weerdata / gegevens over events of feestdagen / werken / actualiteit

Functionele analyse

een vereiste werking of functionaliteit van de applicatie
om de berekeningen en dus use cases te kunnen
realiseren

#	Onderdeel	Requirement	Prioriteit
	Drukke	Als gebruiker wil ik de drukte kunnen bekijken op uur, dagdeel, dag, week/weekend, week, maand, jaar niveau .	Must have
	Drukke	Als gebruiker wil ik specifieke wijken afbakenen en onder elkaar vergelijken zodat ik de inzichten realistisch kan interpreteren binnen de eigenheid van die buurt en inschatten of rand versus centrum impact heeft op bezoek.	Hoog in Antwerpen Laag in Mechelen/Roeselare/Leuven
	Drukke	Als gebruiker wil ik mijn stad vergelijken met andere steden zodat ik een inschatting kan maken hoe de bezoekersaantallen zich verhouden en welke profielen, wanneer welke stad opzoeken, ...	Must have
	Drukke	Als gebruiker wil ik wanneer ik drukte vergelijk de drukte voor de verschillende tijdstippen/locaties gevisualiseerd zien op een lijngrafiek .	Must have
	Drukke	Als gebruiker wil ik wanneer ik drukte vergelijk door 2 2D drukte kaarten naast elkaar te plaatsen.	Should have
	Drukke	Als gebruiker wil ik bij weergave van de drukte de weersvoorspelling (gemiddelde temperatuur, droog/regen, bewolkt/zon) zien die tijdens de weergegeven drukte van toepassing was. Dit op een beknopte manier zoals bijvoorbeeld met iconen zodat ik bepaalde druktecijfers juister kan interpreteren.	
	Drukke	Voorkeur voor data van het KMI.	Must have
	Drukke	Als gebruiker wil ik een overzicht krijgen van de events die hebben plaatsgevonden/ zullen plaatsvinden voor het geselecteerde drukteframe zodat ik inzicht kan krijgen in hoe deze de drukte mogelijks hebben beïnvloed/zullen beïnvloeden (bv. braderie, parades, sportgerelateerde events, ...).	Must have
	Drukke	Als gebruiker wil ik een overzicht van speciale vakantiedagen (bv. brugdag) of feestdagen in Vlaanderen, Nederland (bv. Koningsdag) en Noord-Frankrijk (bv. 14 juni) voor het geselecteerde drukteframe. Zo weet ik of we ons moeten voorbereiden op extra drukte.	Must have
	Drukke	Als gebruiker wil ik op de hoogte zijn van werken in de stad voor het geselecteerde drukteframe zodat ik lagere druktecijfers kan kaderen indien ze het gevolg zijn van werken.	Should have
	Drukke	Als gebruiker wil ik zicht krijgen op hoe de actualiteit (bv. wijzigende gasprijzen, covid, solden, negatieve nieuwsberichten, ...) impact heeft op de druktecijfers voor een geselecteerd drukteframe zodat ik wijzigende druktecijfers kan kaderen.	Nice to have
	Drukke	Als gebruiker wil ik zelf informatie over contextfactoren kunnen aanvullen in het platform om bepaalde druktecijfers wanneer ik ze terugbekijk beter kan kaderen (bv. veel gesprekken in winkel over stijgende gasprijzen).	Nice to have
	Drukke	Als gebruiker wil ik op de drukke grafiek de events aangeduid zien die mogelijk impact hebben gehad op die drukte.	Should have
	Bezoekersprofielen	Als gebruiker wil ik via duidelijke knoppen kunnen aanduiden welk type informatie over bezoekersprofielen ik wens te zien (bezoekersdoel, herkomst, socio-demografische gegevens en week versus weekendprofiel).	Must have
	Bezoekersprofielen	Als gebruiker wens ik data over bezoekersprofielen gevisualiseerd te zien in een grafiek zodat ik goed kan vergelijken over periodes	Must have
	Bezoekersprofielen	Als gebruiker wil ik de bezoekersprofielen kunnen vergelijken voor verschillende wijken zodat ik kan leren hoe deze variëren .	Must have
	Bestedingsdata	Als gebruiker wil ik de verschillende datapunten rond bestedingen in een tabel opgelijst zien (bvb. bestedingen, aantal bezoekers, aantal transacties, gemiddeld bonbedrag) voor een specifieke periode of locatie (wijk/straat) .	Must have
	Bestedingsdata	Als gebruiker wil ik de evoluties van bestedingen op een grafiek visualiseren. Als het overige grotere bedragen gaat, is deze informatie op een grafiek makkelijker te interpreteren en vergelijken dan aan de hand van absolute cijfers.	Must have
	Bestedingsdata	Als gebruiker wil ik het aantal transacties per uur koppelen aan de type profielen zodat ik zicht krijg op welke groepen het meest/minst uitgeven en wie ik waar moet gaan targetten.	Must have
	Bestedingsdata	Als gebruiker wil ik de verhouding zien tussen de bezoekers versus effectieve consumenten zodat ik zicht krijg op hoeveel % van de bezoekers effectief besteed heeft.	Must have

RESEARCH @THOMAS MORE

