



# HART VOOR DE BINNENSTAD

## Roosendaalse ondernemers onderzoeken kansen loyaltyprogramma

*Verslag werkbezoek Sint-Truiden*

**Wat is een loyaltyprogramma en wat hebben ondernemers daar aan? Een groep van 10 Roosendaalse ondernemers bracht medio januari een werkbezoek aan de Belgische stad Sint-Truiden om dit te onderzoeken. De klantenkaart in de Vlaamse shopstad is een klinkend succes. 'Heel creatief hoe de ondernemers met het systeem omgaan, dat kan ook kansen bieden voor Roosendaal.'**

Het werkbezoek is georganiseerd door de binnenstadsdirectie van Roosendaal en de gemeente. Roosendaal werkt hard aan de realisatie van 'Smart City', een stad die innovatieve ontwikkelingen omarmt. Door inzet van technische mogelijkheden en het verbinden van data wordt de binnenstad extra aantrekkelijk voor de consument en bewoners. Onderdeel van de 'Slimme stad' is de invoering van een loyaliteitsprogramma waarbij ondernemers hun klanten voordeel, gemak en service aanbieden. Roosendaal onderzoekt hoe dit loyaliteitsprogramma het beste vormgegeven en ingevoerd kan worden, samen met de ondernemers.

De deelnemers aan het werkbezoek zijn Marco van der Horst (Van der Horst Hairstylers), Martine van Dommele (Rubia), John de Nijs (Winebizz), Rob Kolderie (Wilde Wingerd), Ellen van Vlaardingen en John van der Bruggen (Ma Vie, home & lifestyle) en Linda Kleij (Wereldhave/winkelcentrum Roselaar). In alle vroegte stappen de ondernemers samen met Samantha van Rooij en Klaartje Hamerlinck van de binnenstadsdirectie en wethouder Cees Lok in de bus naar België.

### Shopkaart vol voordeel

Samantha van Rooij geeft alvast wat achtergrondinformatie: 'Sint-Truiden is een stad met 40.000 inwoners en geldt als een belangrijke winkelstad in de regio met zo'n 200.000 inwoners. De stad heeft een uitgebreid winkelaanbod. In 2014 heeft de stad de 'Shop&TheCity'-kaart ingevoerd waar circa 275 ondernemers aan meedoen. Klanten verzamelen punten door het scannen van hun kaart na hun aankoop op een iPad bij deelnemende winkeliers. Met de punten kunnen ze prijzen winnen die de winkeliers beschikbaar stellen. Vandaag gaan we kijken hoe het werkt en wat de mogelijkheden voor Roosendaal kunnen zijn. Roosendaal zou het kunnen koppelen aan het kenteken-parkeren. Een winkelier kan zijn klant bijvoorbeeld korting geven op de parkeerkosten als die iets in zijn zaak heeft gekocht.'

De ondernemers zijn benieuwd. John de Nijs: 'Ik wil wel weten hoe de Truiense ondernemers erin staan en wat het hun oplevert. Ook ben ik nieuwsgierig naar de techniek, zo'n iPad is weer een extra systeem dat je bij moet houden.' Rob Kolderie is benieuwd of het systeem mogelijkheid biedt tot individuele acties van de winkeliers. 'Wij bestaan volgend jaar 25 jaar, kan je dan bijvoorbeeld een actie aan een jubileum koppelen?' Martine van Dommele vraagt zich af welke informatie je in kunt zien. 'En kun je daar je eigen acties aan koppelen?'



## Sparen, winnen en betalen

In Sint-Truien wordt de groep verwelkomd door Jasper Hansen van CCV, schepen (wethouder) Pascal Vossius van Economische Zaken en Marijn Ghys van ondernemersvereniging Trud'Or. Jasper Hansen legt uit: 'Shop&The City is een communityplatform waarbij de ondernemersvereniging Trud'or en de stad de lokale winkels ondersteunt door middel van citymarketing. Ons bedrijf CCV levert software en techniek voor online betalen en loyaliteitsprogramma's. Met de Shop&TheCity-kaart sparen klanten punten waarmee ze prijzen kunnen winnen. Winkeliers stellen maandelijks prijzen beschikbaar.

Ook hebben we de Punchkaart die gebruikt wordt op evenementen. De kaart kost €1 en de gebruiker kan de kaart vervolgens oplagen en dat bedrag op een van onze evenementen gebruiken. De restwaarde kan daarna bij alle winkels in de binnenstad ingewisseld worden. Die kaart vervangt zo de klassieke muntjes voor drankjes. Daarnaast is onlangs de cadeaukaart geïntroduceerd. De cadeaukaart is eenmalig oplaadbaar. De ontvanger kan het bedrag besteden bij de lokale deelnemende winkeliers. Shop&TheCity stimuleert de lokale economie'.

## Zorg voor genoeg deelnemers

Wethouder Pascal Vossius vult aan: 'Het systeem is een succes. Dat komt doordat we het gratis hebben aangeboden aan de ondernemers en grootschalig verspreid hebben onder de Tuienaren. Alle inwoners van gemeente Sint-Truiden kregen op naam kaarten thuis gestuurd. Maar ook inwoners rondom Sint-Truiden kregen de kaart thuis en ontvingen een schrijven waarin gemeld werd wanneer de Sint-Truiden Citybus langskwam waarmee ze naar de stad konden. De deelnemende winkeliers stellen prijzen beschikbaar voor de maandelijkse loting. Daarnaast kunnen ze hun eigen acties koppelen aan het systeem. Er doen ook steeds meer markthandelaren mee. We hebben de software ook voor hun beschikbaar gesteld, die is inbegrepen in het standgeld. Om de maand wordt er een auto verloot die beschikbaar wordt gesteld door de autodealers, maar ook fietsen en andere prijzen. De winkeliers kunnen ook eigen acties en aanbiedingen maken. Mijn tip voor Roosendaal: als je aan zo'n systeem begint, moet je goed voorbereid zijn en zorgen dat het vanaf dag één werkt. Zorg voor genoeg ondernemers, het moet meteen inslaan. Anders bloedt het dood!'



*Van links naar rechts: schepen Pascal Vossius, Marco van der Horst, wethouder Cees Lok*

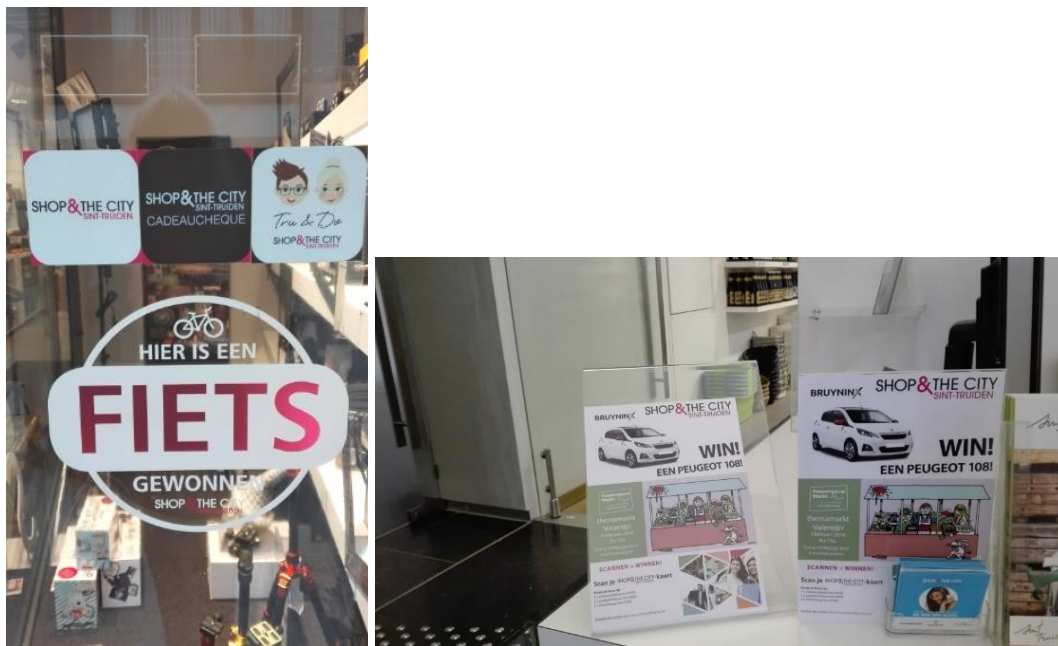
Marijn Ghys van ondernemersvereniging Trud'Or vervolgt: 'We zijn gestart met 70 ondernemers, binnen een maand groeide dat aantal al naar 100 die zich spontaan



aanmeldden. De klanten registreren hun kaart, de ondernemers kunnen de data inzien van (alleen) hun klanten. En op basis daarvan acties ondernemen, bijvoorbeeld het versturen van een nieuwsbrief over damesschoenen naar alleen vrouwelijke klanten. Na 3,5 jaar hebben we zo'n 10 uur per week werk aan de opvolging van het systeem, daar moet dus wel iemand beschikbaar voor zijn.'

### Instant geluksgevoel

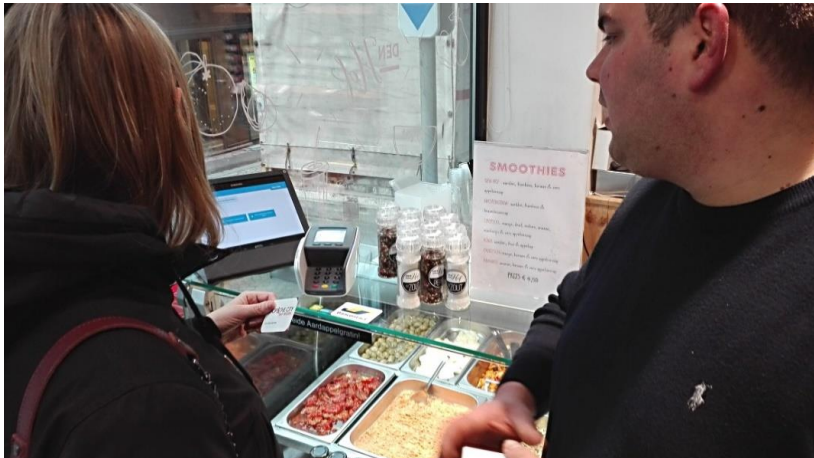
De Roosendaalse ondernemers nemen een kijkje bij de groentewinkel. 'Een van mijn klanten heeft al een auto gewonnen, hartstikke leuk om te zien. Bij ons krijgen klanten na 10 keer scannen gratis een kilo clementine appels. Ook daar zijn de klanten blij mee, het is altijd leuk om iets te winnen.'



Dat bevestigt de eigenaar van de elektronicazaak: 'Je geeft je klanten een instant geluksgevoel. In december verlootten wij via de kaart bioscoopkaarten, de klant zag meteen of hij gewonnen had. En je helpt ook lokale ondernemers door gezamenlijk acties te bedenken. Ik denk dat het systeem hier zo'n succes is omdat er onder de ondernemers veel saamhorigheid is. Als je een grote prijs beschikbaar stelt, zorgt dat voor publiciteit. Het



loyalty-systeem levert nieuwe klanten op en een makkelijke manier om data te verzamelen. Die gegevens kan je weer gebruiken om gericht acties of aanbiedingen te doen.'



### Keus maken

In de bus terug evalueren de Roosendaalse ondernemers hun bezoek. Rob Kolderie: 'Het loyalty-systeem is meer dan een pasje. Het haalt informatie op en het scheidt een band onderling tussen de ondernemers. Vooral dat laatste vond ik positief.' Ellen van Vlaardingen: 'Ze gaven ook aan dat alle ondernemers meedoen. De saamhorigheid viel op. Als het maar een kleine groep is, werkt het niet en is het ook niet duidelijk voor de klant.' John de Nijs: 'Het idee van de cadeaukaart die alleen bij ondernemers in Roosendaal besteed kan worden, sprak me ook erg aan. Je kunt heel veel kanten op met zo'n systeem en techniek.' Marco van der Horst: 'In het begin stond ik sceptisch tegenover zo'n systeem. Maar als ik zie hoe enthousiast de ondernemers in België zijn, gaat het meer leven. Als je zo'n systeem invoert, moet je wel direct iets goeds bieden. Voor Roosendaal is het belangrijk om nu een keus te maken wat we willen en hoe. Geef je prijzen weg of geef je een korting? Welk percentage en hoe bepaal je dat met elkaar?' Martine van Dommele: 'Ik vond het heel creatief hoe de ondernemers het aanpakken en invullen. Het gaat ze niet zozeer om meer omzet, ze vinden het gewoon leuk om samen te doen voor hun klanten!'



### Kansen voor Roosendaal





Samantha vertelt over het vervolg: 'Eind januari zijn er 2 bijeenkomsten voor de ondernemers. Daarin kijken we naar de kansen voor Roosendaal maken we keuzes wat we willen voor Roosendaal. CCV helpt ons met de ontwikkeling van het systeem en onze wensen. Zo hebben we bijvoorbeeld aangegeven dat we het systeem willen integreren in het kassasysteem van de ondernemers. Ook willen we een koppeling met online consumentenplatform Roosendaal24 en ondernemersplatform Chainels. De provincie Noord-Brabant heeft een subsidie toegezegd in het kader van Smart City voor de invoering van het loyalty-systeem en gaat er vanuit dat het systeem voor de zomer live gaat. Daarom horen we graag van de ondernemers wat ze willen en hoe!'

## Samenvattend

### Succes Shop&TheCity kaart

- Meteen goed gestart/ groots aangepakt door ondernemersvereniging.
- Ondernemers hoefden niet extra te betalen (uit precariobelasting).
- Ook de marktkramen zijn erbij betrokken.
- Alle inwoners van gemeente Sint-Truiden kregen op naam kaarten thuis gestuurd.
- Om de maand verloting grote prijzen zoals een auto en fiets.
- Klant ziet op tablet of site gespaarde punten.
- Ondernemer heeft toegang gegevens klant die in winkel is geweest, kan aanschrijven met eigen acties.

### Kansen en overwegingen voor Roosendaal

- Wat willen wij ermee bereiken? Keuzes maken voor de korte en lange termijn.
- Wel/niet koppelbaar aan CCV pin systeem.
- Keuze: of punten per bezoek of punten per besteed bedrag?
- Koppelen met Roosendaal24.
- Parkeren onderdeel van de winkelkaart? Hoe? Welk percentage afdracht?
- Goede nulmeting.
- Goede marketing en logistiek om hoeveelheid kaarten slim te verspreiden.
- Groots starten is van levensbelang, slimme publiciteit is noodzakelijk. Creëer een 'buzz'.
- Iedereen moet mee doen, of tenminste veel ondernemers.
- Ondernemers moeten de kar trekken, er blij mee zijn.
- Er moet vanuit in eerste jaar bijna 1 fulltime kracht voor vrij gemaakt worden. Na 3 jaar is er in Sint-Truiden nu nog iemand 10 uur per week mee bezig.

