



## MODINT Retaildata / RetailMinds Winkelontwikkel Plan

**Als u vergelijkbare winkels binnen een keten of formule naast elkaar zet, waarom presteert de een dan beter dan de ander? Hoe kan het assortiment aangepast worden aan het verzorgingsgebied? Gaat een merk of productgroep in de ene winkel beter dan in de andere? Waarom? Hoe deel ik mijn vierkante meters optimaal in, rekening houdend met mijn verzorgingsgebied?**

Het demografische kenmerk geeft aan of er voldoende lokale potentie in de markt is voor het assortimentsonderdeel. Men kan de hoeveelheid op organisatieniveau in de benchmark vaststellen om vervolgens met een hoeveelheidsvergelijking (assortimentsmeters omzet per meter) vast te stellen of er groeipotentie in de markt aanwezig is.

Belangrijkste doel is vast te stellen of de assortimentsverdeling naar meters optimaal is t.o.v. de organisatie en de lokale demografische kenmerken.

U logt in op een website en geeft de benodigde data in: vestigingen en assortimenten. Een grafiek toont in één oogopslag de afwijking in het gekozen assortiment op vestigingsniveau ten opzichte van de benchmark van de organisatie (trendlijn). Het verzorgingsgebied betreft alle postcodegebieden binnen een reistijd van 6

minuten (gemeten vanuit de vestigingslocatie).

### Functionaliteit:

#### *Invoeren van de data:*

- Invoeren van de adressen van de te vergelijken vestigingen
- Vrij bepalen zijn de te onderzoeken producten of productgroepen
- In voeren van verkochte aantallen stuks of omzetten en het aantal bezette vierkante meters
- Keuze van de demografische gegevens waar en verkopen tegen af wil zetten

#### *Analyse doelgroepen:*

- Welke doelgroep is aanwezig op verzorgingsgebied niveau (perc doelgroep)
- Welke doelgroep is aanwezig landelijk gezien (perc landelijk, vergelijking)
- Het percentage van de totale omzet dat het gekozen assortiment scoort op jaarbasis (op vestigingsniveau)
- Het percentage van de omzet dat het gekozen assortiment scoort op organisatieniveau (trendlijn)
- Een pijl geeft aan of de geselecteerde vestiging een hogere omzet (groen) of een lagere omzet (rood) realiseert dan het organisatiegemiddelde

# Consultancy



## De voorbeeld tabellen tonen:

- De assortimentsgroepverdeling
  - De omzet per assortimentsgroep op jaarbasis op organisatieniveau (gemiddeld)
  - De omzet per assortimentsgroep op jaarbasis op vestigingsniveau
  - Het aantal meters aan assortiment in de vestiging gemiddeld op organisatieniveau
  - Het aantal meters aan assortiment in de geselecteerde vestiging
- De omzet per meter op vestigingsniveau
  - De omzet per meter gemiddeld op organisatieniveau
  - Aanwezigheid van een doelgroep in een verzorgingsgebied
  - Aanwezigheid van een doelgroep landelijk
  - Percentage omzet te behalen bij de doelgroep

WOP omzet percentages

Assortimentsgroep	Omzet	Aantal	Eenheid	Volgorde	Mutatiedatum	
Overhemden	1,00%	3,00	m2	10	30-06-2011 15:51	✓
Broeken	14,00%	81,00	m2	20	30-06-2011 15:51	✓
Jurken	1,00%	4,00	m2	30	30-06-2011 15:51	✓
Pakken	22,00%	90,00	m2	40	30-06-2011 15:51	✓
Onderkleding	9,00%	11,00	m2	50	30-06-2011 15:51	✓
Truien	23,00%	74,00	m2	60	30-06-2011 15:51	✓
Sokken	29,00%	14,00	m2	70	30-06-2011 15:51	✓

# Consultancy



Firefox Friends in Business | WOP Analyse  
 http://www.fibfriendsinbusiness.nl/members/WOPAnalyse.aspx?control=WOPReportControl

Omschrijving	Perc. doelgroep	Perc. landelijk	Perc. omzet	Perc. trend
Inkomensindex	99	100	13,0%	23,7%
Perc. inwoners van 0 tot 15 jaar	19,8%	17,7%	13,0%	22,0%
Perc. inwoners van 15 tot 25 jaar	12,1%	12,2%	13,0%	23,4%
Perc. inwoners van 25 tot 45 jaar	25,1%	27,5%	13,0%	26,1%
Perc. inwoners van 45 tot 65 jaar	29,8%	27,6%	13,0%	24,5%
Perc. inwoners van 65 jaar en ouder	13,2%	15,0%	13,0%	15,0%
Perc. mannen	48,8%	47,8%	13,0%	15,7%
Perc. vrouwen	51,2%	52,2%	13,0%	15,7%
Perc. allochtonen	6,0%	19,9%	13,0%	22,4%

Tabel: percentages per doelgroep

De tabel toont:

- Vertegenwoordiging demografisch kenmerk op verzorgingsgebiedniveau (perc doelgroep)
- Vertegenwoordiging demografisch kenmerk landelijk gezien (perc landelijk)
- Het percentage van de totale omzet dat het gekozen assortiment soort op jaarbasis (op vestigingsniveau)
- Het percentage van de omzet dat het gekozen assortiment soort op organisatieniveau (trendlijn)
- De pijl geeft aan of de geselecteerde vestiging een hogere omzet (groen) of een lagere omzet (rood) realiseert dan het organisatiegemiddelde

Assortimentsgroep	Omzet vestiging	Gemiddelde omzet organisatie	Aantal eenheden vestiging	Gemiddeld aantal eenheden organisatie	Omzet per eenheid vestiging	Gemiddelde omzet per eenheid organisatie
Overhemden	9.781	12.176	3,0 m2	3,4 m2	3.260	3.539
Broeken	102.701	116.059	83,0 m2	79,1 m2	1.237	1.467

Firefox Friends in Business | WOP Analyse  
 http://www.fibfriendsinbusiness.nl/members/WOPAnalyse.aspx?control=WOPReportControl

**Selectie**  
 Winkel ontwikkelplan

**Analyses**  
 WOP analyses  
 WOP vestigingen  
 WOP omzet percentages

**Selectie**  
 WOP analyse: Demo WinkelOntwikkelPlan  
 WOP vestiging: Winkel 1 (Wuiver 20 te Spanbroek)  
 Assortimentsgroep: Pakken  
 Doelgroep: Inkomensindex

**Pakken - Inkomensindex**

Inkomensindex	Pakken
91	21
91	28
92	25
92	20
98	28
98	12
101	10
106	20
106	35



De grafiek: De Y-as geeft de procentuele verhouding van de omzet in het gekozen assortiment t.o.v. de totale omzet van de geselecteerde vestiging. De X-as toont het aandeelpercentage van het geselecteerde demografische kenmerk t.o.v. het totaal op verzorgingsgebiedniveau.

### **Lokale marketing**

Met behulp van data uit de **Quickscan** ziet u vergelijkingen tussen de verschillende postcodegebieden.

U gaat sturen op basis van demografie, omvang van het verzorgingsgebied en de bestedingen van uw klanten.

Met behulp van een **Klantenanalyse** ziet u waar uw eigen klanten daadwerkelijk vandaan komen. Ook voor webtoepassing!

Een stap verder brengt u de **Folderanalyse**: u bereikt op de meest goedkope en effectieve manier uw doelgroep. U bespaart kosten op folders die bij de verkeerde klanten groep terecht komen.

Wanneer uw bedrijf uit meerdere filialen bestaat kunt met een **Winkelontwikkel Plan** het assortiment afstemmen op de lokale omstandigheden. Niet alle verzorgingsgebieden zijn gelijk!

Een **Vestigingsplaatsonderzoek** combineert alle lokale data en doet een betrouwbare uitspraak over de verwachte omzet op een bepaalde vestigingsplaats.

Leveranciers worden ondersteund met een **Database van winkelvestigingen** en hun kenmerken. Potentiële retailklanten in kaart gebracht.

Leveranciers kunnen met een **Wittevlekkenplan** hun selectieve distributie vorm geven. In welke consumenten- en winkelomgeving is nog plek voor een merk?

Zie ook [www.retailminds.nl](http://www.retailminds.nl) en [www.modint.nl](http://www.modint.nl)