



**DE ZELFSTANDIGE
KLEDINGZAAK &
SCHOENWINKEL
VAN DE TOEKOMST**

PROBLEEMSTELLING

Diverse veranderingen in de retailsector en digitale trends zetten de zelfstandige detailhandelaar van een kleding- en/of schoenwinkel in de handelskern onder druk. Langs de vraagzijde zien we een sterk gewijzigd aankoopgedrag bij consumenten. De consument is een 'digitale consument' geworden, die meer en meer gebruik maakt van Internet om zich voor het winkelbezoek te informeren en te oriënteren.

Deze goed geïnformeerde consument koopt bewuster, is veeleisender op gebied van kwaliteit en service en is doorgaans minder loyaal. Het toenemende gebruik van smartphones en andere devices laat bovendien directe prijsvergelijking toe. Recente cijfers tonen bovendien dat steeds meer Vlaamse consumenten kopen via Internet (e-commerce) en dit ook frequenter doen (o.a. Euromonitor International, 2014, BeCommerce, 2015). Dit geldt zeker voor fashion items, gezien het om regelmatige aankopen met een beperkt aankoopbedrag gaat (Comeos, 2015). Langs de aanbodzijde zien we een toenemende concurrentie door (nieuwe) online-spelers (zgn. 'pure spelers'), zoals Zalando. Ook grotere ketens zetten meer en meer de stap naar e-commerce en integreren hierbij hun online en offline kanalen. Verder neemt het winkelaanbod ook toe door de opkomst van perifere winkelgebieden buiten het centrum (zgn. 'baanwinkels'), Factory Outlet centra, etc.

Kortom, er zijn heel wat uitdagingen om je als handelaar te onderscheiden en consumenten naar jouw winkel te lokken. Toch zijn er ook heel wat opportuniteiten om met jouw winkel de toekomst op een succesvolle manier tegemoet te gaan!

DOELSTELLINGEN VAN HET PROJECT

In het kader van bovenstaande uitdaging werkten onderzoekers van UC Leuven-Limburg (vroegere 'KHLim') een praktijkgericht onderzoeksproject uit met de doelstelling **concrete actiefiches met praktische tips** op te leveren waarmee de zelfstandige kleding- en schoenzaak aan de slag kan. Hiermee wil de hogeschool op een laagdrempelige en 'compacte' manier haar kennis ter beschikking stellen aan lokale handelaars die vaak niet de tijd hebben om zich te verdiepen in diverse studies, marketingliteratuur, etc.

Langs de andere kant willen we handelaars bewust maken van de nood aan verandering om bijvoorbeeld in te spelen op trends, digitale media, behoeften van het huidige cliënteel, etc.

Aanpak

Om te komen tot deze actiefiches, gingen de onderzoekers van de UC Leuven-Limburg gefaseerd te werk:

1. Doornemen van relevante literatuur en bestaand onderzoek, met het oog op relevante informatie voor de groep van zelfstandige detailhandelaars in de kledij- en schoensector.
2. Bevraging van winkelende consumenten in 6 Limburgse, middelgrote steden en gemeenten (met medewerking van Bilzen, Lanaken, Lommel, Maaseik, Sint-Truiden en Tongeren) en enkele individuele interviews met consumenten.
3. Diepte-interviews bij Limburgse detailhandelaars in de sector.
4. Brainstorming met studenten over de winkel van de toekomst.

Naast de deelname van steden en gemeenten en van detailhandelaars werden de onderzoekers bijgestaan door advies van het Agentschap Ondernemen en UNIZO-Limburg. Onze oprechte dank aan alle betrokken partijen voor de samenwerking.



Resultaten

Praktische tips

De resultaten van de bovenstaande aanpak werden geïntegreerd in de UC Leuven-Limburg actiefiches. Deze actiefiches of checklists zijn georganiseerd rond 5 geïntegreerde thema's: communicatie, in-store marketing, klanten, winkelbeleving en samenwerking. De fiches worden onderscheiden door de respectievelijke kleuren.

Naast deze fiches kan u hier belangrijke deelresultaten van het onderzoek terugvinden:

- Belangrijke bevindingen uit interviews Limburgse detailhandelaars ([klik hier](#))
- Belangrijke bevindingen uit consumentenbevraging ([klik hier](#))



BRONNEN

Opgenomen bronnen

Comeos (2015). E-commerce Studie 2014. Comeos, Brussel.

Euromonitor International (2014, June). Passport: Internet Retailing in Belgium.

Geraadpleegd via: <http://www.euromonitor.com/internet-retailing-in-belgium/report>, 3 februari 2015.

Websites:

Becommerce – cijfers Belgische e-commerce: <https://www.becommerce.be/nl/nieuws/d/detail/persbericht-de-e-commerce-sector-overstijgt-zijn-eindejaarsprognose-1>, geraadpleegd op 11 februari 2015



MEER INFORMATIE?

Voor meer informatie of achtergrond rond dit project, neem vrijblijvend contact op met brenda.wilmots@ucll.be.

Ben je detailhandelaar en wens je advies bij de versterking van jouw positionering of marketingaanpak, neem vrijblijvend contact op met ilse.bollens@ucll.be (coördinator Dienstverlening UC Limburg).

Deze fiche is onderdeel van vijf fiches rond de zelfstandige detailhandel (onderzoek UC Leuven-Limburg), andere fiches kan je vinden op www.ucll.be/toolkit-detailhandel.