

shopping  
tomorrow

# A Futureproof Formula

Hoe word ik als retailer "Futureproof"?



# Even voorstellen



Joost Vugts



Roland Mulder



# Agenda

## Introductie “A Futureproof Formula”

- Vraagstelling
- Deelnemende retailers
- De “Journey”
- Video impressie

## Het onderzoek

- Van consumentbehoeften naar retailshifts
- Nieuwe formuledefinitie

## Uitkomsten

- Formule positioneringsmodel; bouwstenen en “Enablers”
- Formulescan

## In de praktijk

- Testen, The battle & klanten
- Quotes retailexperts
- Takeaways
- Ga er zelf mee aan de slag!



# **Introductie: “A Futureproof Formula”**

# Vraagstelling

Welke bouwstenen bepalen in de toekomst het succes van formules?

# Deelnemers



**8,6**

**Best beoordeelde Shoppingtomorrow expertgroep  
“A Futureproof Formula”**

Experts bedankt!

[futureproofscan.nl](https://futureproofscan.nl)

# De Journey

& data



Klantreis 2030

Retail shifts

Impact op formules



Hoe kan je als  
Retailer waarde  
toevoegen?

Rol van technologie  
en data

Nightmare competitor



Dominante formule  
clusters

Aanscherping formule  
bouwstenen

Nieuw formulemodel



Van theorie naar  
praktijk

Scenario planning  
proces

Change management



Resultaat testen  
in de praktijk

The Battle: Aldi vs  
Lidl

Afronding  
onderzoekjaar







# Het onderzoek

# Van consumentbehoeften naar retailshifts

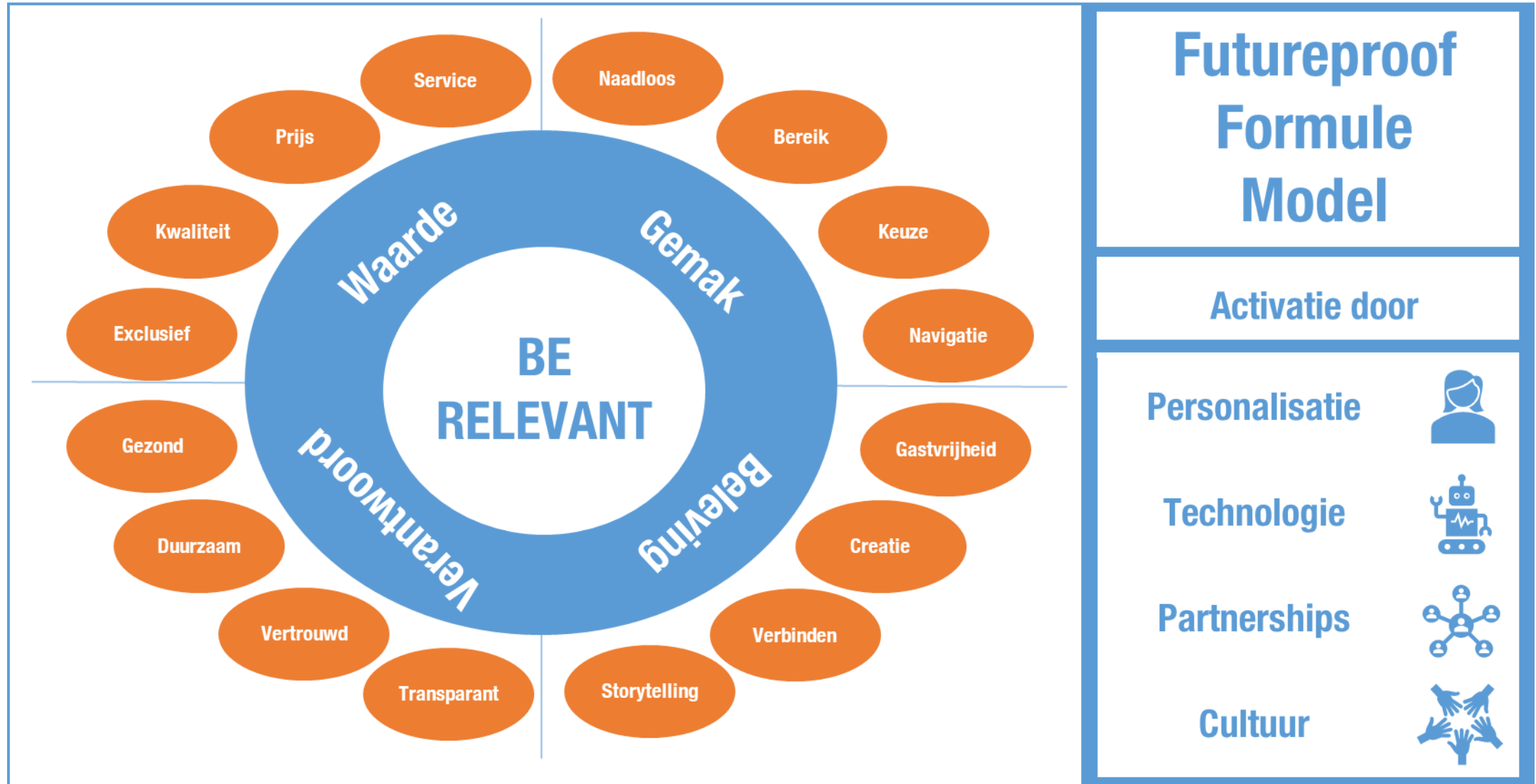
	Waarde	Gemak	Beleving	Verantwoord
Consumenten Behoeften				
Retail Shifts				
Enablers				

# Nieuwe formuledefinitie

“Een (futureproof) formule heeft een herkenbaar merklable en biedt een onderscheidende mix aan relevante producten en/of diensten voor een specifieke doelgroep en/of behoefte.”

# Uitkomsten

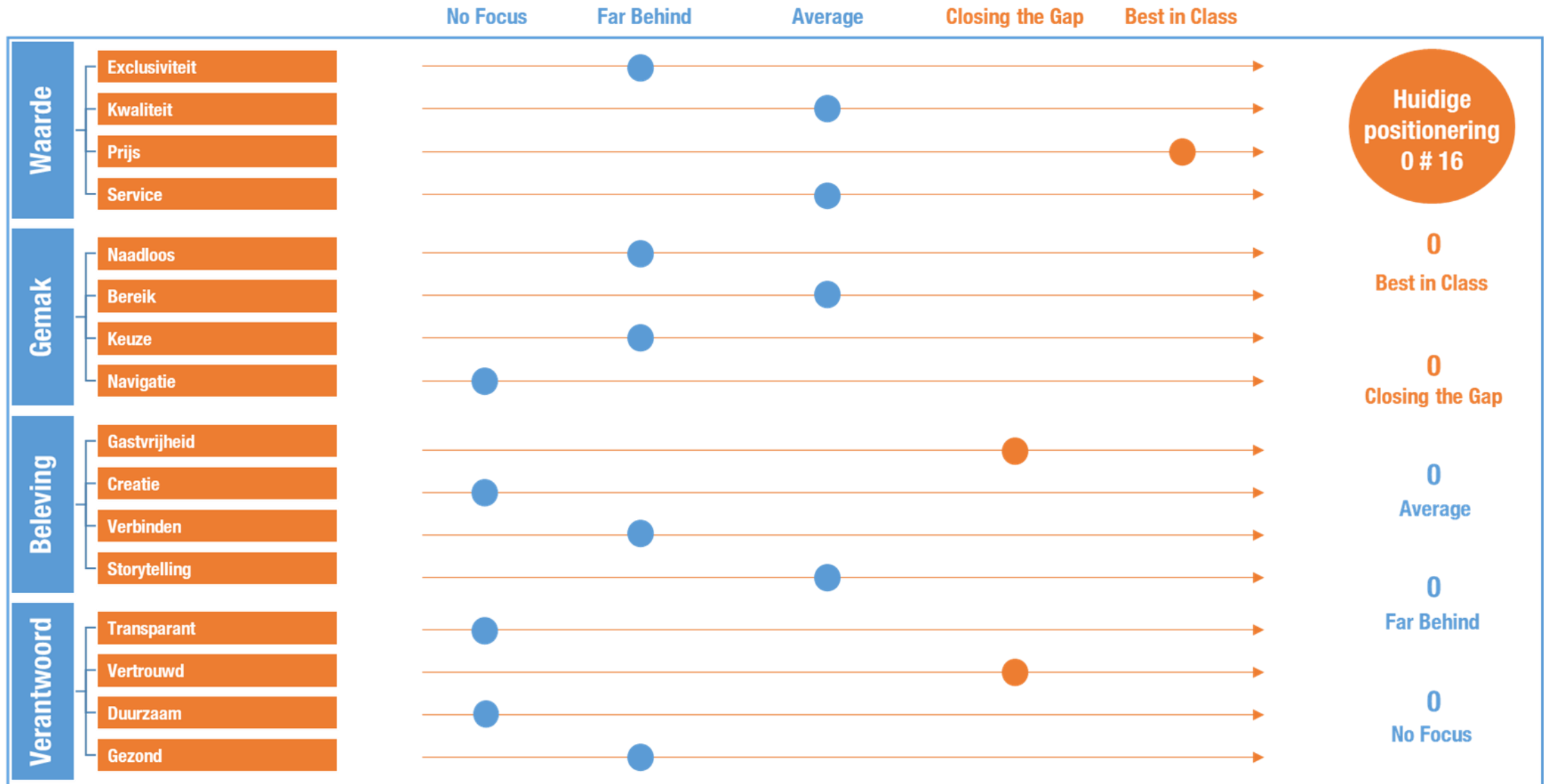
# Formule positioneringsmodel; bouwstenen en “Enablers”



# Formule positioneringsmodel; voorbeeld Food

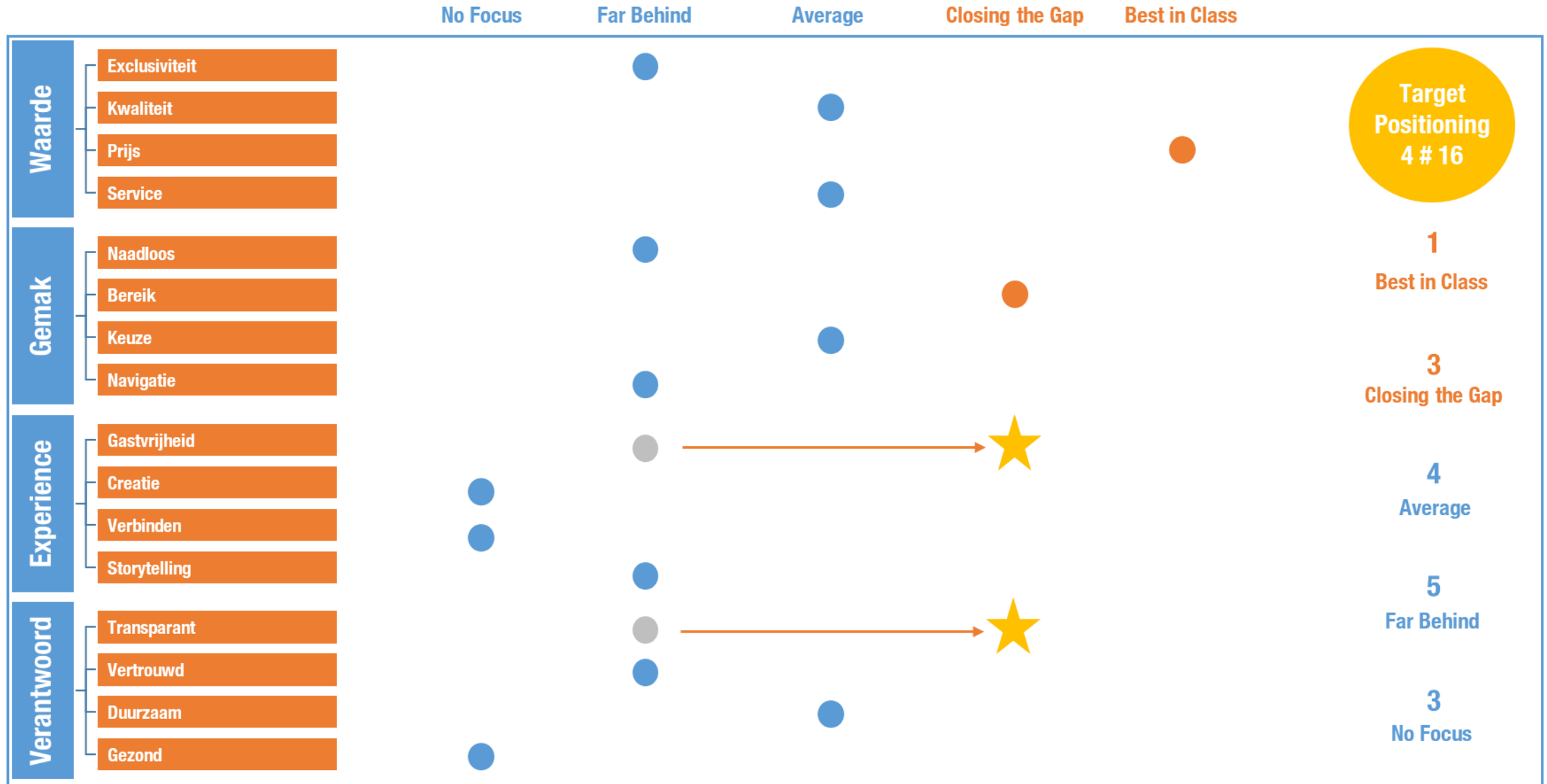


# Formule Scan; bepaal je huidige positie





# Formule Scan; bepaal je ambities

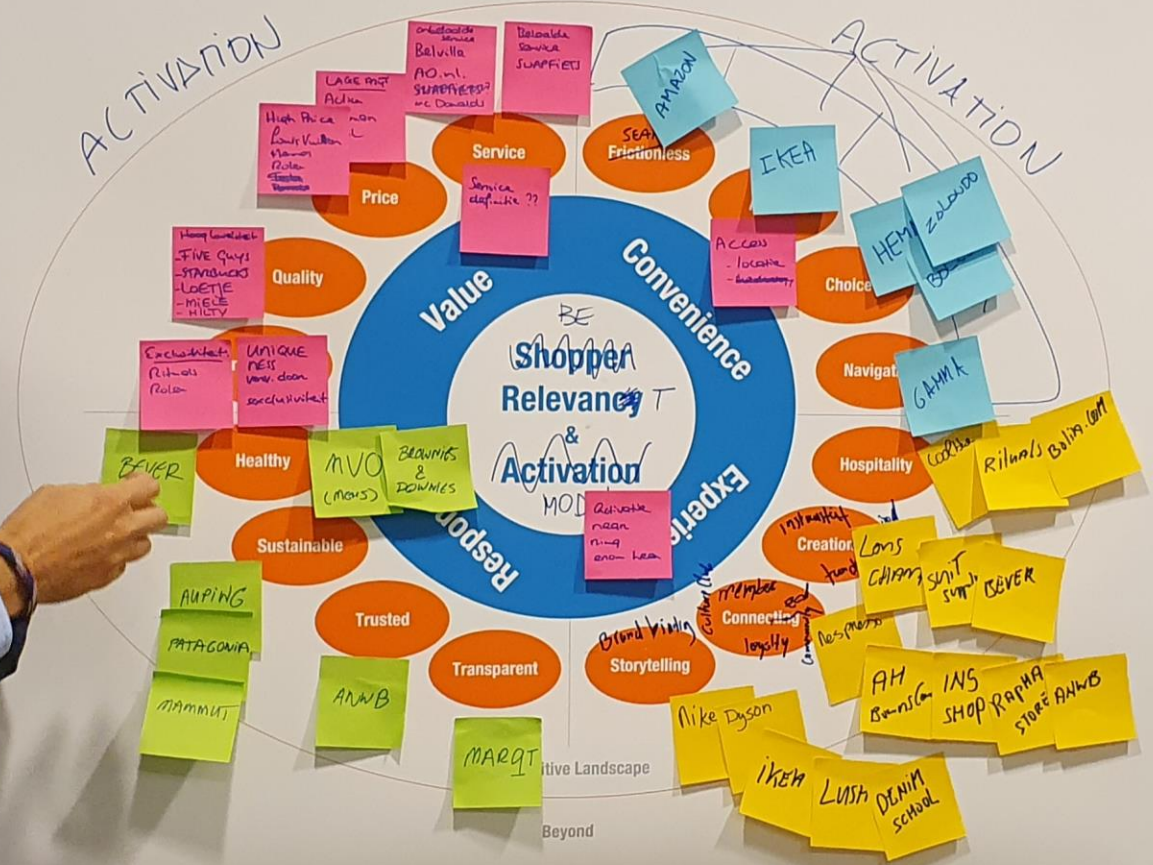


# Formule Plan; van ontwikkelthema naar implementatie!

Formule Ontwikkelthema – <input type="text"/>			
	Doel	Hoe	Actiepunten
Klant		   	
Formule		   	
Medewerker		   	

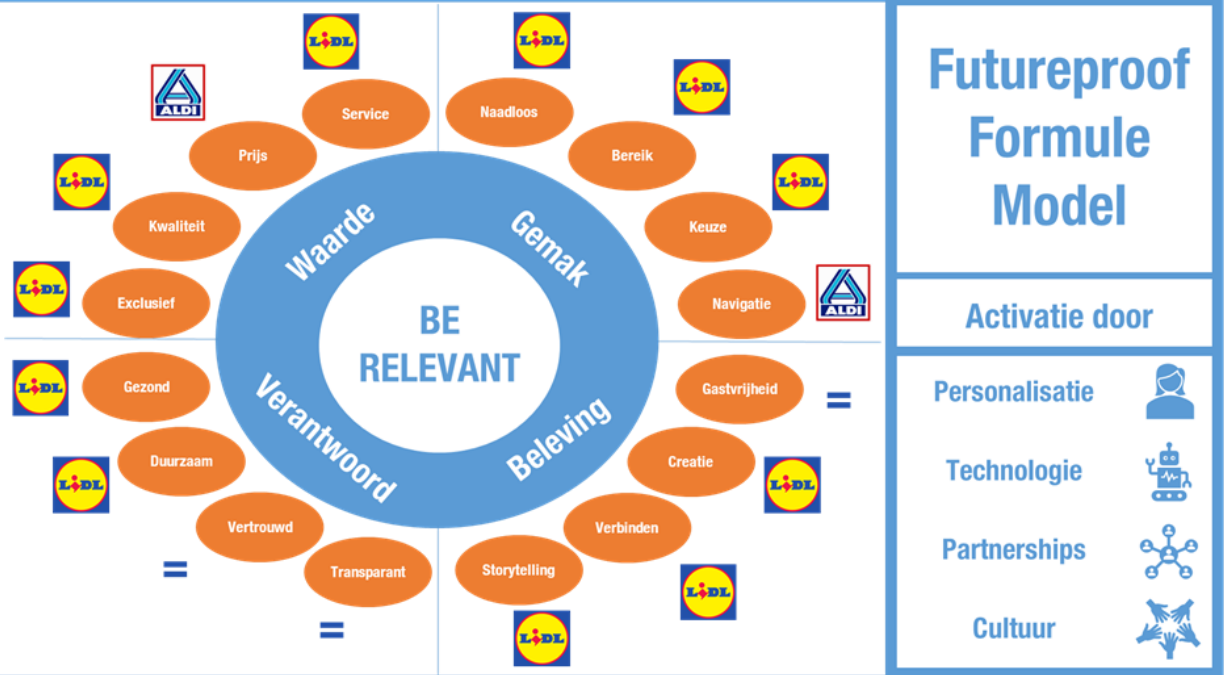
**In de praktijk**

# Put it into practice: Eerst zelf testen



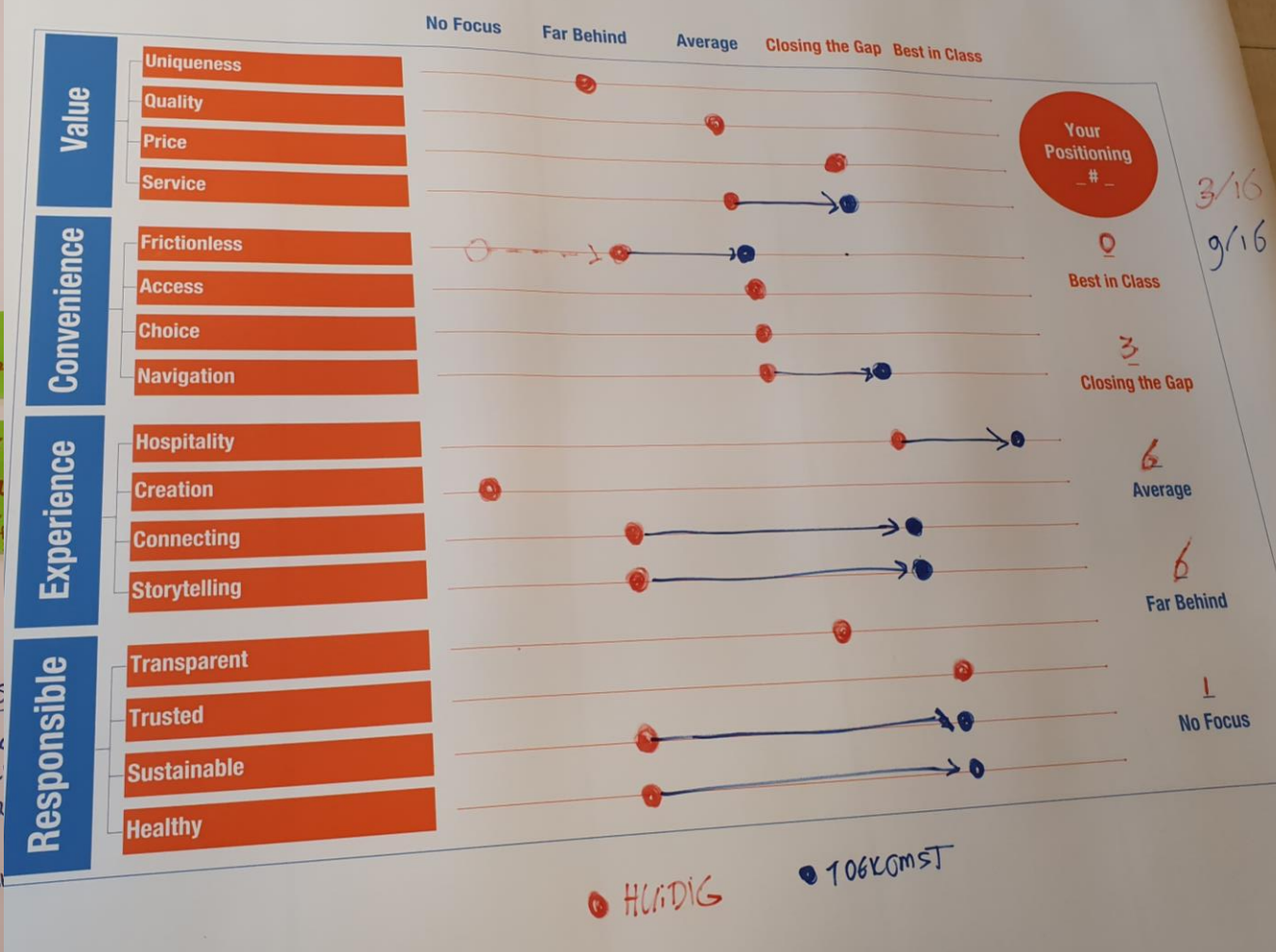
JAPANS  
STIJL HEEF  
DAT SOOF  
CHIQU  
ELEGANTI  
ROBERTO CAVA

# Put it into practice: The Battle: Aldi vs Lidl



Uitkomsten zijn ook te lezen in Food Magazine (Uitgave december 2019)

# Put it into practice: En bij een retailer

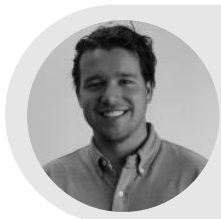




“Het wordt eens tijd dat er naar meer dimensies wordt gekeken dan alleen prijs en service. Je moet **focus aanbrengen en durf te kiezen** als je relevant wilt zijn en het futureproof formulemodel gaat je daarmee helpen.” (Martijn van der Hoeven, Spar)



“In de praktijk zie je dat men op onderbuikgevoel aan de slag gaat, **dit model geeft een kader** om samen met je team te bepalen waar je al goed in bent en wat nog beter kan, zodat je formule in de toekomst er beter voorstaat”. (Lorette van der Meij, Royal Schiphol Group)”



“Als je in een traject zit waarin de formule opnieuw wordt bekeken, helpt dit model enorm als **praatplaat en om te bepalen wat zijn de belangrijkste elementen** waaraan een formule in de toekomst moet voldoen.” (Tim Koorn, KPN)



“Het model is heel **pragmatisch** om te bepalen waar je nu staat als retailer en waarmee je kunt bepalen of je sterk onderscheidend bent en waar je in uitblinkt ten opzichte van de concurrent ofwel **“Ben je relevant?”**”. (Rik Klercq, Euretco)



“Het draait maar om één ding, hoe creëer je waarde? Het **model helpt je stappen te zetten in waardeontwikkeling**. Je moet als retailer ergens goed in zijn en vanuit de klant gezien moet het als waardevol worden ervaren.”. (Harry Bijl, INRetail)

# Takeaways

- Wees bewust dat zowel kanalen continu veranderen als het gedrag van consumenten
- Weet wat de drivers zijn achter dit veranderende consumentengedrag én welke retailshifts hiermee in gang worden gezet
- Gebruik het Futureproof Formula-model om intern het gesprek aan te gaan en te bepalen hoe jullie hier op in kunnen spelen
- Ga aan de slag en "Be relevant"!



Ga er zelf mee aan de slag: [futureproofscan.nl](https://futureproofscan.nl)



shopping  
tomorrow

# Bedankt voor jullie aandacht

Meer weten? Neem contact met ons op!

