

Retailers bewegen om de veranderende vraag te begrijpen

Hoe toonaangevende retailers data gebruiken om vier hedendaagse uitdagingen aan te pakken.



Inleiding

Toonaangevende retailers hebben de afgelopen jaren het speelveld op ongekende wijze zien veranderen. Geen enkele andere sector heeft zo'n metamorfose doorgemaakt, niet alleen in hoe, maar vooral waar. Dergelijke veranderingen hebben zo zijn voordelen, maar kosten ook wat.

Zo moet je inspelen op de behoeften van je klanten, ongeacht waar zij hun aankoop doen, en moeten je prijzen flexibel blijven. Een krachtige supplychain is onmisbaar en tegelijkertijd is het belangrijk dat iedereen in je organisatie samenwerkt, maar wel de klant centraal blijft stellen.

Dat is nogal wat, maar is het haalbaar?

Hoe kunnen retailorganisaties flexibel blijven voor klanten en de processen goed op lijn houden?

Onze ervaring met retailers over de hele wereld heeft ons geleerd dat je met de juiste data op het juiste moment betere, flexibelere en winstgevendere beslissingen neemt. In dit e-book delen we onze ervaringen en geven we een inleiding in hoe je je bedrijf kunt transformeren door je data anders in te zetten en samen te werken met Tableau.

- Efficiëntie stimuleren in je supplychain
- Uitzonderlijke ervaringen bieden op meerdere kanalen
- Je organisatie klantgericht maken
- Flexibele product- en prijsstrategieën introduceren



75%

van de consumenten heeft tijdens de pandemie een nieuwe winkel, een nieuw merk of een andere manier van winkelen geprobeerd.

Bron: McKinsey

44%

van de consumenten over de hele wereld gaat vaker online boodschappen doen.

Bron: EY Future Consumer Index

Efficiëntie stimuleren in je supplychain

Je supplychain staat constant onder druk. De wensen van consumenten veranderen aan de lopende band en dat maakt het steeds lastiger om efficiënt te opereren.

Je moet je supplychain continu aanpassen en je verliest kostbare tijd bij het vinden van nieuwe leveranciers of partners om aan de vraag van de klant te voldoen. Je kunt alleen flexibel en snel blijven als je een duidelijk overzicht hebt van alle aspecten van je supplychain, van inkoop tot levering.

Een efficiënte supplychain betaalt zich gauw terug doordat je je klanten sneller en beter kunt bedienen. Je kunt efficiënter werken door veranderende trends en behoeften van klanten te herkennen en daarop in te spelen. Een flexibel en snel inkoopproces is daarbij onmisbaar.

Door snel in te spelen op economische en consumententrends, kun je je concurrenten voorblijven. Met een volledig overzicht van reallimedata kun je dit doen, en ook verspilling in het inkoopproces verminderen en de veranderende wensen van je klanten bijhouden.

45%

van de consumenten vermijdt het gebruik van plastic indien mogelijk.

Bron: [PwC](#)

Verkopers werken met collega's van verschillende afdelingen om de verticale integratie te bevorderen en gaan partnerschappen met andere bedrijven aan om de supplychain te versnellen en verbeteren, met als doel om producten snel bij klanten te krijgen.

Bron: [McKinsey](#)



Succesverhaal van een klant: Abercrombie & Fitch



HET PROBLEEM:

De relaxte look van Abercrombie & Fitch is over de hele wereld bekend. Maar voor de merchandising in de 865 winkels van het bedrijf over de hele wereld kon A&F zich geen relaxte aanpak veroorloven. Plannen is cruciaal. Het vermogen om trends te herkennen en daarop te reageren, is essentieel.



DE OPLOSSING:

Met Tableau konden de merchandisetteams van A&F belangrijke data gebruiken om op een effectieve manier de verkoop over een bepaalde periode en per klantsegment bij te houden. Dankzij dit duidelijke overzicht van trends en klantgedrag kon A&F direct reageren en voorraadproblemen oplossen door waar nodig de toevoer te verhogen of juist terug te brengen.



HET RESULTAAT:

Voorheen bevond verkoopinformatie zich in silo's, waardoor het langer duurde om actie te ondernemen. Nu gebruiken elke week 600 gebruikers binnen A&F de Tableau-server voor wel 6000 query's. Doordat het bedrijf een beter beeld heeft van transacties en klantgedrag, kunnen ze voorraadproblemen nu direct aanpakken.

RESULTATEN IN EEN OOGOPSLAG:

Integratie van klant- en merchandisedata van

865 winkels

Voldoen aan de vraag van de klant met uniforme voorraad in winkels en online

"Met Tableau kunnen we over een langere periode trends in grote hoeveelheden data herkennen. Als er problemen met de merchandising optreden, kunnen we daar snel op reageren".



DANIEL TRIMMER

Senior Manager Product Facing Solutions
Abercrombie & Fitch

Uitzonderlijke ervaringen bieden op meerdere kanalen

Retailers kunnen het zich tegenwoordig niet meer veroorloven om zich volledig op één verkoopkanaal te richten. Klanten zijn veeleisender dan ooit tevoren en verwachten dezelfde ervaring en hetzelfde serviceniveau, waar ze hun aankoop ook doen. Gemak en gebruiksvriendelijkheid zijn daarbij het belangrijkste.

In de afgelopen jaren is e-commerce steeds belangrijker geworden. Door de COVID-19-pandemie hebben nog meer mensen het gemak van online winkelen ontdekt en het is onwaarschijnlijk dat zij weer gaan winkelen als eerst.

In deze nieuwe wereld moet je je klant volledig begrijpen om succesvol te zijn. Je moet weten wat ze willen, weten wat ze nodig hebben en dit snel en probleemloos kunnen leveren. Dit kun je doen door de data te benutten die je al verzamelt. Het is niet genoeg om te laten zien dat je de klant begrijpt, je moet het kunnen bewijzen door zijn of haar gedrag te voorspellen.



86%

van de consumenten blijft waarschijnlijk online/per telefoon winkelen als afstand houden niet meer hoeft.

Bron: [PwC](#)

43%

van de consumenten in de VS doet online aankopen, wat aantoont dat de voorkeur voor gemak alom vertegenwoordigd is in alle retailsegmenten.

Bron: [Deloitte](#)

Succesverhaal van een klant:



HET PROBLEEM:

Als je een van de populairste buitensportwinkels van de VS bent, is een beetje individualisme je niet vreemd. De uitdaging voor REI was om de klantdata van de meer dan 16 miljoen 'leden' te vertalen naar een persoonlijkere ervaring, zowel in de winkel als online.



DE OPLOSSING:

REI gebruikte Tableau om 75 verschillende bronnen met datapunten over klanten, van verkooppunten tot Adwords, samen te brengen. Met alle data in één overzicht kon REI het volledige klanttraject analyseren en de beleving van de klant centraal stellen bij elke zakelijke beslissing, van winkelactiviteiten tot de online ervaring.



HET RESULTAAT:

Door data samen te voegen, kan REI de klant nu nog beter centraal stellen. Uit analyses is gebleken dat de manier waarop content op de website wordt weergegeven het gedrag van klanten beïnvloedt, wat voor effect gerichte e-mails hebben en hoe aanbiedingen van invloed zijn op koopgedrag. Het resultaat is een grotere impact op de markt en een strategie om de klantbeleving te blijven verbeteren.

RESULTATEN IN EEN OOGOPSLAG:

75

verschillende bronnen
in één overzicht

"We zien dat het gedrag van consumenten verandert, waarbij aankopen in fysieke winkels plaatsmaken voor digitale en online aankopen. Bij REI kunnen we die beschikbare data in Tableau stoppen en die inzichten gebruiken om onze strategie te bepalen en klanten beter te bedienen".



CLINTON FOWLER

Director Of Customer and Advanced Analytics
REI

Je organisatie echt klantgericht maken

Retail is altijd al een samenspel geweest van bedrijfsvoering, supplychain, merchandise en marketing. Het kan lastig zijn om de balans te vinden in je organisatie, maar om vandaag de dag succesvol te zijn op al deze vlakken, is er een onderdeel waar alles op moet zijn gefocust, namelijk de klant.

Je moet je organisatie dus op één lijn brengen en tegelijkertijd de focus houden op bepaalde belangrijke aspecten. Maar hoe doe je dat?

Het antwoord: zorg dat al je medewerkers toegang hebben tot een 'single source of truth', één bron van waarheid. Zo neem je als organisatie beslissingen op basis van actuele feiten en niet op basis van gewoonten of meningen.

Ook na de pandemie zullen retailers de markt snel zien verschuiven en veranderen, wat ongetwijfeld leidt tot nieuwe behoeften en voorkeuren van consumenten. De enige manier om succesvol te blijven, is door deze veranderende consumentenbehoeften voor te zijn en te weten welke acties je als organisatie moet ondernemen. En dat kun je alleen doen als je je data volledig begrijpt.




63%

van de consumenten koopt vaker boodschappen online of per telefoon dan voor de periode van social distancing

Bron: [PwC](#)

Een belangrijk waardevoorstel van zowel grote als kleine succesvolle retailers is hun vermogen om voorraad dicht bij de consument te plaatsen en zowel fysiek als digitaal toegankelijk te zijn via winkels.

Bron: [Deloitte](#)



Succesverhaal van een klant:



HET PROBLEEM:

De ideale positie voor een retailer is wanneer een trend waarop je hebt ingespeeld, verandert in een cultureel verschijnsel dat uiteindelijk het koopgedrag van mensen beïnvloedt. Voor Whole Foods, met 460 winkels in de Verenigde Staten, Canada en het Verenigd Koninkrijk, leidde een enorme toename van populariteit en snelle groei tot conflicterende systemen en databronnen.



DE OPLOSSING:

Whole Foods gebruikte Tableau om een single source of truth, één bron van waarheid, te maken. Op regionale dashboards kunnen winkelmanagers hun prestaties vergelijken met andere winkels. In elke winkel wordt bijgehouden hoeveel klanten langs de kassa gaan, zodat waar nodig de personeelsinzet kan worden aangepast. Zo krijgt de klant altijd de beste ervaring.



HET RESULTAAT:

Whole Foods heeft binnen de organisatie een datagestuurde cultuur ontwikkeld en omarmd. 18.000 gebruikers gebruiken nu dezelfde databronnen, waardoor ze niet alleen efficiënt kunnen werken, maar de klantbeleving in alle winkels van het bedrijf kunnen verbeteren.

RESULTATEN IN EEN OOGOPSLAG:

18.000

gebruikers werken met dezelfde databronnen

"De datagestuurde cultuur bij Whole Foods Market is ongelooflijk belangrijk. We kunnen deze data gebruiken om de klantbeleving te verbeteren, meer klanten aan te trekken en de beleving voor alle betrokkenen te verbeteren. Dat is de kritieke waarde van data voor ons bedrijf".



JAMIE LAHIERE
Change Management
Whole Foods Market

Flexibele product- en prijsstrategieën uitrollen

De moderne klant verwacht zowel betere waarde als betere kwaliteit. Retailers die hun marktaandeel willen vergroten, moeten de balans zien te vinden tussen deze eisen en de groeiende noodzaak om de eigen marge- en kostenefficiëntie te verbeteren. De oplossing is om datagestuurde strategieën voor producten en prijzen te hebben die net zo flexibel zijn als de rest van je organisatie.

Hiervoor heb je één enkel overzicht nodig om geïnformeerde beslissingen te nemen. Met data over verkoop, producten en prijzen kunnen je teams kritieke beslissingen nemen over categorieën, producten en SKU's.

Simpel gezegd: als je begrijpt wat er speelt op de markt en onder je klanten, kun je zowel je product als je prijs aanpassen om te profiteren van de situatie. En dat betekent niet dat je je prijzen maar moet blijven verlagen. Het betekent dat je een strategie maakt om het maximale rendement te behalen.



67%

van de consumenten in het Verenigd Koninkrijk zou overwegen verpakte levensmiddelen van een huismerk te kopen.

Bron: [Euromonitor](#)

We weten dat klanten minder kijken naar onze scherpe prijzen als onze concurrenten geen voorraad hebben.

Bron: [Forrester](#) (VP Merchandising van een keten in algemene goederen)

21% van de consumenten zoekt naar een betere aanbieding

Bron: [Forrester](#)

Succesverhaal van een klant: Huel®



HET PROBLEEM:

De combinatie van een verlangen naar betere voeding en oog voor het milieu is wat Huel zo bijzonder maakt. Ze leveren voedzame en betaalbare voeding met minimale impact op het milieu (ongeveer 100 miljoen maaltijden in meer dan 100 landen). Januari is altijd een belangrijke maand voor Huel en het bedrijf had onvoldoende inzicht in de wensen van consumenten.



DE OPLOSSING:

Met de introductie van Tableau in de organisatie kon Huel zich perfect voorbereiden op wat binnen het bedrijf bekendstaat als 'Jumbo Jan'. Met de dashboards van Tableau kan Huel realtimeklantgedrag en -kooppatronen in de gaten houden en daarop inspelen. Zo delen ze statistieken over het succes van kanalen en campagnes en realtimegegevens over de verkoop.



HET RESULTAAT:

Huel is nu in staat om de dagelijkse verkoop in januari te voorspellen met een nauwkeurigheid van 98%. Het bedrijf kan nu snel en flexibel meebewegen en het productaanbod aanpassen, waarde toevoegen en de klantbeleving verbeteren.

RESULTATEN IN EEN OOGOPSLAG:

98%

nauwkeurigheid bij het voorspellen van de dagelijkse verkoop

"De datagestuurde strategie van Huel helpt het bedrijf door de pandemie heen en zich aan te passen aan de nieuwe zakelijke realiteit. Met Tableau zijn we flexibeler en kunnen we sneller geïnformeerde beslissingen nemen. Medewerkers hebben toegang tot data uit de hele organisatie en zetten deze om in bruikbare inzichten, of het nou gaat om omzetprognoses, effectiviteit van distributie of marketinguitgaven".



OLLIE SCHEERS
Directeur Ecommerce
Huel

Hoe Tableau retailorganisaties in Europa helpt duidelijkheid te scheppen met een compleet overzicht van klanten

Het is een spannende, maar uitdagende tijd voor retailers.

Eén ding is duidelijk: toonaangevende bedrijven op het gebied van innovatie benutten data om flexibeler te worden en zich te kunnen aanpassen wanneer dat nodig is.



Een realtimeoverzicht van je hele bedrijf realiseren

Reactiesnelheid is van levensbelang. Met Tableau kun je daarom in real time beslissingen nemen op basis van feiten.



Silo's afbreken voor bedrijfsbrede overeenstemming

Door data van supplychain, merchandise en marketing samen te brengen, krijg je een volledig beeld van al je activiteiten.



Een volledig beeld bieden van je klanten

Tableau geeft je een overzicht van je klanten bij elk contactpunt, zodat je op het juiste moment de juiste klant kunt targetten.



Sneller kritieke beslissingen nemen

Met Tableau staan data en analyses centraal in de besluitvorming, waardoor je hele organisatie slimmer en sneller kan werken.

Maar hoe nu verder?

Elk bedrijf heeft andere prioriteiten betreffende de problemen die in dit e-book worden behandeld. We hebben besproken hoe een aantal bedrijven Tableau heeft gebruikt om deze op te lossen en misschien is dat precies wat je nodig hebt. Maar daar blijft het niet bij.



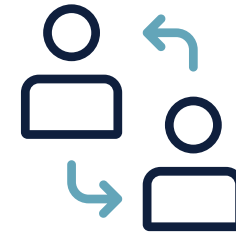
Meer weten

Woon een paar van onze Executive Briefings of webinars bij op tableau.com. Hier vind je veel informatie en trainingsmaterialen die laten zien hoe belangrijk het is dat je een duidelijk beeld hebt van je klant.



Praten

Ga je liever rechtstreeks het gesprek aan over hoe Tableau je kan helpen bij het oplossen van je problemen? We helpen je graag. Stuur ons een bericht en dan maken we een afspraak.



Delen

Maak je team en andere leidinggevenden enthousiast. Deel dit e-book, ga het gesprek aan en wees klaar om een beter beeld van je klant te krijgen.



www.tableau.com