

Case | Binnenstad Roosendaal

Data vertalen naar de behoefte van de eindgebruiker

Roosendaal ligt in het westen van Noord-Brabant, dicht bij de grens met België, en telt circa 78.000 inwoners. De binnenstad vervult een functie voor de regio en trekt door haar ligging relatief veel klanten uit België. Er is echter ook concurrentie van het nabijgelegen, grotere Breda. Met het *Smart City Roosendaal* programma heeft de binnenstad van Roosendaal zich de afgelopen jaren ontwikkeld tot een voorloper op het gebied van data. Vanuit het programma 'Hart voor de Binnenstad' wordt door vastgoedeigenaren, ondernemers, gemeente, cultuur, citymarketing en bewoners, verenigd in Smart City Roosendaal BV, samengewerkt. Bureau Binnenstad is de uitvoeringsorganisatie van deze BV. De ondernemers in de binnenstad zijn verenigd binnen ondernemersvereniging *Collectief Roosendaal* en nemen diensten af bij Bureau Binnenstad zoals administratieve- en facilitaire taken en accountmanagement. Collectief Roosendaal is een van de aandeelhouders binnen Smart City Roosendaal BV.

Doelen en ambities voor gebruik klantdata

Jaarlijks wordt er door Bureau Binnenstad een actieagenda opgesteld met doelstellingen die voor zover mogelijk worden gevat in meetbare indicatoren. Om de doelstellingen te **monitoren** is data nodig. Daarnaast wordt data ingezet om **strategische keuzes** van de verschillende stakeholders beter te onderbouwen. Tot slot wordt data gebruikt om de **doelgroep beter in kaart te brengen** en te bereiken.

Welke data is beschikbaar en hoe wordt deze samengebracht?

- **Doelgroep:** Passantentellingen, gemiddelde verblijfsduur, parkeerdata, klantherkomst, demografische kenmerken
- **Vraag:** Kenmerken verzorgingsgebied, koopstromen
- **Aanbod en karakter:** Aanbod voorzieningen
- **Functioneren:** Data over leegstand

Sinds 2018 heeft Bureau Binnenstad samen met haar partners de ROOSpas geïntroduceerd. Dit is een loyaliteitspas voor de binnenstad. Op basis van het pasgebruik kunnen deelnemende ondernemers inzicht krijgen in kooppatronen en demografische kenmerken van hun klantgroepen. Op een hoger schaalniveau gebruiken Bureau Binnenstad en de Citymarketingorganisatie de data van de Roospas om inzicht te krijgen in klantgedrag en klantprofielen voor het hele winkelgebied. Dit gebeurt binnen een juridisch AVG-proof kader, want klanten geven vooraf toestemming voor het gebruik van de data.

Uitdagingen

- In de binnenstad van Roosendaal wordt veel gemeten. Deze verschillende databronnen worden door een extern bureau verwerkt in een online dashboard dat de data laat zien, maar nog geen specifieke koppelingen maakt tussen verschillende databronnen. Daardoor vereist het dashboard dus nog een analyseslag en duiding van de cijfers. De kracht van *Hart voor de Binnenstad* is dat alle belanghebbenden deelnemen in de organisatie. Aan de andere kant zijn er daarmee veel potentiële eindgebruikers van het dashboard, elk met hun eigen doelen en wensen. Soms overlappen de doelen, maar dat is niet altijd het geval. Het is een uitdaging om de verschillende deelnemers meer specifiek te bedienen en om data te vertalen naar bruikbare inzichten voor de verschillende deelnemers.

Toekomstplannen

- Om de data per deelnemende stakeholder beter te duiden worden er door Bureau Binnenstad voor de gemeente en het binnenstadsbestuur een gerichte kwartaalrapportage opgesteld. In deze rapportages zijn doelen vooraf al gekoppeld aan indicatoren. Voor vastgoed wordt gewerkt met jaarlijkse rapportages waarin andere indicatoren centraal staan. Tot slot zal de individuele ondernemer meer vraaggestuurd bediend worden, door met hen in gesprek te gaan over hun individuele datavraag en ze ook te helpen met de analyse en duiding hiervan.
- De Roospas wordt verder ontwikkeld in een digitale pas met bijbehorende app. In de app zitten meerdere functionaliteiten die deels nog in ontwikkeling zijn. In de toekomst is het de wens om *location-based services* bij de app te voegen, bijvoorbeeld om combinatiebezoek te stimuleren. De loyaliteitsapp biedt in de toekomst ook mogelijkheden om meer zachte data van de binnenstadsbezoeker te verzamelen. Zo kunnen beoordelingen over gastvrijheid, sfeer en algeheel beeld van het aanbod via de app worden uitgevraagd.