

# Case | Centrum Heemskerk

## Werken aan data voor beleid en marketingacties

Heemskerk ligt in de provincie Noord-Holland, vlakbij de kust ten noorden van het Noordzeekanaal. Het centrum telt zo'n 110 winkels waarvan de helft bestaat uit niet-dagelijks aanbod (KSO, 2018). De kern heeft een lokale functie voor de inwoners van Heemskerk en de omliggende gemeenten. Op vrijdag is het centrum gevuld met marktkramen. Deze warenmarkt heeft een regionale functie en is één van de grootste in Nederland. Ondernemers in het centrum werken samen via een Bedrijveninvesteringzone (BIZ). Contacten tussen BIZ en gemeente zijn goed, en er wordt veelal gezamenlijk opgetrokken om het centrum aantrekkelijk te houden. Sinds de coronacrisis heeft het gemeente-brede initiatief [Koop Lokaal](#) een boost gekregen.

### Doelen en ambities voor gebruik klantdata

Er is in de afgelopen jaren veel gebeurd qua marketing en de BIZ wil graag indicatoren waarmee ze de effecten van de acties kunnen meten. Voor wat betreft het gemeentelijk beleid is data nodig voor het monitoren van beleidsdoelen. Met de omgevingsvisie die nu van kracht is, en waar ook voor het centrum enkele belangrijke keuzes worden gemaakt, is het beter monitoren van ontwikkelingen cruciaal. **Monitoring en effectmeting interventies** zijn daarmee de belangrijke doelen voor het verzamelen van klantdata. Daarnaast wil de BIZ ook graag data gebruiken om beter **inzicht in de doelgroep** te krijgen.

### Welke data is beschikbaar en hoe wordt deze samengebracht?

Er wordt nog geen structurele data over de bezoeker in het centrum verzameld. Data die bovenaan het 'verlanglijstje' staan zijn passantenaantallen en -stromen, het demografisch klantprofiel en de 'customer journey' van de (gewenste) doelgroep. Data die hiervoor al ingezet kunnen worden zijn online statistieken van de website en sociale media. Inzicht in klantherkomst en motieven staan ook op het wensenlijstje: Waar komen bezoekers vandaan, welke leeftijdscategorieën komen met welk doel? De beschikbare data bestaat uit:

- **Vraag:** Koopstromenonderzoek (KSO 2018), CBS buurtgegevens
- **Aanbod en karakter:** Aanbod voorzieningen
- **Functioneren:** Data over leegstand

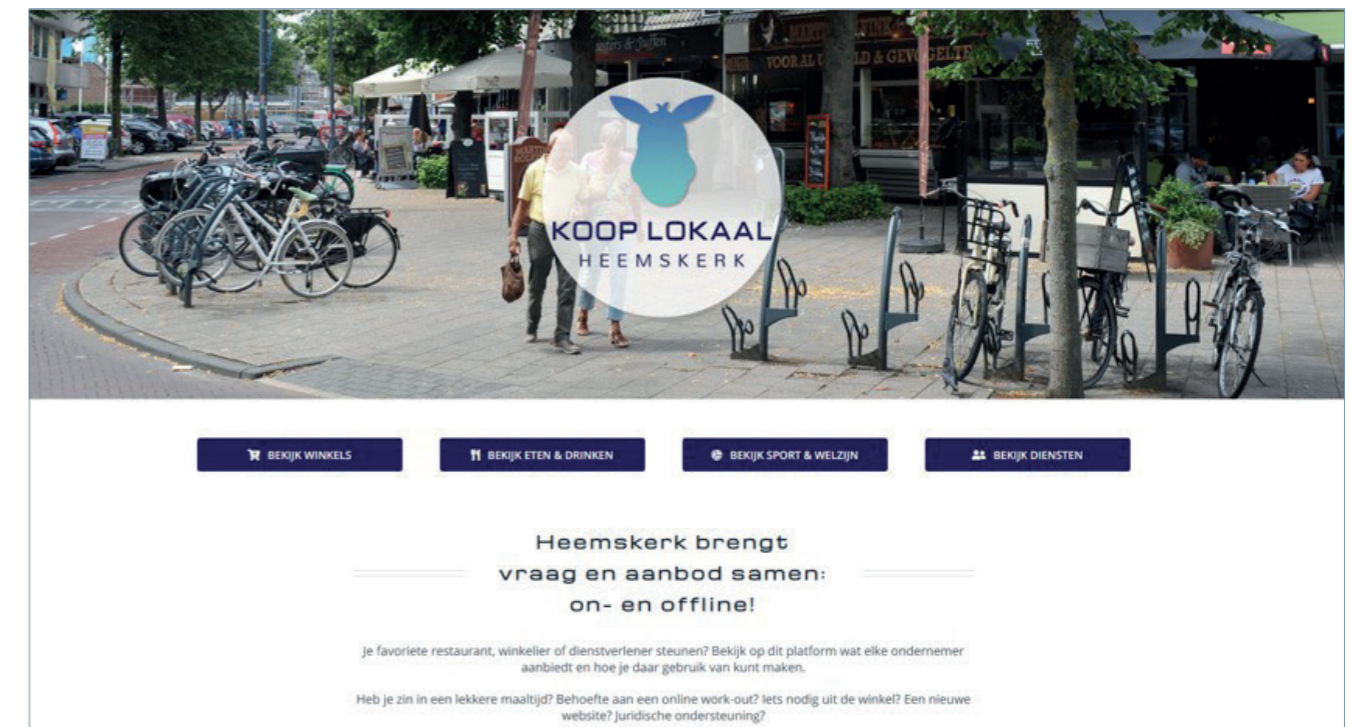
### Uitdagingen

- De gemeente Heemskerk heeft een beperkte uitvoeringsorganisatie en daarmee beperkt specialisme op het gebied van data, ICT en statistiek. Expertise wordt van extern binnengehaald via onderzoeksbureaus. Maar dit gebeurt alleen als er een duidelijk verhaal is waarom expertise nodig is, en wanneer bestuurlijk ook die urgentie wordt gevoeld.
- Individuele ondernemers, allen aangesloten bij de BIZ, lopen nog niet heel erg warm voor het dataverhaal.

### Toekomstplannen

- Voor Heemskerk is de eerste belangrijke stap dat er urgentie is en dat de noodzaak voor het gebruiken van data wordt gevoeld, zowel in het gemeentebestuur als in het ambtelijk apparaat. Daarna kan worden nagedacht over welke data verzameld kunnen worden om de doelen van de gemeente en de BIZ te ondersteunen, en dan moet het technisch worden ingeregeld. Uiteindelijk is de verwachting dat de ondernemers zullen aanhaken als inzichten uit de data hun eigen zaak verder helpt. Daarbij is de look en feel van het eindproduct ook erg belangrijk.

### WEBSITE KOOP LOKAAL HEEMSKERK



Bron: [www.kooplokaalheemskerk.nl](http://www.kooplokaalheemskerk.nl)