

Onderzoeksopdracht Crossmedialab

Titel

Location based services (LBS) voor retailers in het stadshart van Utrecht

Probleemomgeving

Online winkelen groeit in Nederland enorm; tegelijkertijd is er een verschuiving in koopstromen merkbaar van het centrum naar 'shopping mall's' aan de rand van de stad. De verbinding van het fysieke bezoek aan de stad met haar winkelcentra wordt losser en de online activiteiten op het gebied van winkelen en (culturele) recreatie zullen steeds meer toenemen. Deze verandering levert nieuwe complexe business vraagstukken op voor het mkb opererend in de stadsharten van Nederland. Er ontstaat een mix van online en offline shoppen, waarbij nieuwe media de verbindende schakel zijn. Wil de detaillist toekomstgericht bezig blijven, dan zal hij/zij moeten aanhaken bij deze ontwikkeling.

De meeste centrumondernemers hebben een website, waarop hun naw-gegevens staan, openingstijden en soms ook informatie over het productassortiment, de menukaart of een agenda met activiteiten. Een enkeling heeft een webshop, als aanvulling op de winkel. Opvallend hierin is dat de keuze voor internet als medium niet echt bewust gemaakt wordt. De consument is impulsief en het bieden van veel informatie kan ook contraproductief werken; meer is niet altijd beter. Zo kan een webshop meer omzet genereren, doch vermindert tegelijkertijd hierdoor de impulsaankopen.

Met de opkomst van nieuwe media ontstaan er nieuwe combinatie mogelijkheden tussen online en offline ondernemerschap. Een groep centrumondernemers (winkeliers, horeca, musea, cultuur) uit Enschede en Utrecht ziet kansen met nieuwe media, doch het ontbreekt aan kennis en voorbeeldprojecten om de volle potentie te benutten. Sociale media, maar ook gps-technologie, wifi, instore internet en smartphones, bieden enorme innovatiekansen daar waar het gaat om de interactie tussen ondernemer en consument. Door de sterkte van groepen ondernemers te gebruiken, in combinatie met de unieke stedelijke omgeving, wordt de verbinding tussen consument ↔ centrumondernemer ↔ stad versterkt en kan het koopgedrag, en daarmee het ondernemersrendement, positief beïnvloed worden. Probleem van de ondernemers is dat ze wel gebruik zouden willen maken van de combinatie van verschillende media in communicatie (crossmedia), maar geen idee hebben hoe ze dat moeten aanpakken en benutten.

In deze onderzoeksopdracht staat het gebruik van Location-Based Services centraal als mogelijke schakel tussen online en offline winkelen in de stad Utrecht. Daarbij kan gedacht worden aan applicaties zoals Foursquare, Gowella, Yelp en Groupon.

Onderzoeksvraag

Op welke manier en met welk effect kunnen location based services bijdragen aan een integratie van online en offline winkelen voor winkeliers in het stadshart van Utrecht?

Relatie met het onderzoek van het Crossmedialab

Dit onderzoek is onderdeel van het project 'Centrumondernemers & Media Technologie' dat samen wordt uitgevoerd met Saxion hogescholen.

Bedrijfsomschrijving:

Het Crossmedialab (<http://www.crossmedialab.nl>) is de werkplaats binnen de Faculteit Communicatie & Journalistiek waar toegepast onderzoek plaatsvindt naar crossmedia. Het onderzoek begeeft zich op de domeinen media, cultureel erfgoed, marketing, onderwijs en richt zich op de individuele beleving van crossmedia, de (organisatorische) veranderingen in processen van waarde-uitwisseling en de maatschappelijke ontwikkeling van mediawijsheid. Het onderzoek wordt middels projecten uitgevoerd door projectteams waarin studenten, docenten en externe onderzoekers participeren.

Gewenst profiel onderzoeker:

Je beschikt over een goede schriftelijke uitdrukkingsvaardigheid, bent proactief en hebt een positief-kritische houding. Je hebt brede interesse binnen het onderzoeksvak, en bent ambitieus. Je vindt het prettig te werken in een dynamische uitdagende omgeving.

Contactgegevens:

Naam mentor: Kees Winkel

Functie: Onderzoeker/docent

Telefoonnummer: 06-42042633

E-mailadres: kees.winkel@hu.nl

Projectopdracht 30 ECTS (Afstuderen)

Onderzoek op welke manier en met welk effect location based services kunnen bijdragen aan een integratie van online en offline winkelen voor winkeliers in het stadshart van Utrecht?

Projectaanpak

1. Literatuurstudie naar het gebruik van LBS voor retailsector.
2. Verzamel en analyseer 10 casestudies van het gebruik van LBS voor retailers in stadskernen.
3. Ontwerp en realiseer een LBS voor een (groep van) retailers in het stadshart van Utrecht.
4. Onderzoek het effect van de LBS op het koopgedrag van de klanten van de retailers.

Projectresultaten

1. Onderzoeksrapport
2. Uitgewerkte LBS voor retail(groep) in Utrecht
3. Presentaties in kenniskring
4. Bijdrage aan publicatie 'LabRats'.

Standaarddocumenten (alle te vinden op <http://www.crossmedialab.nl/curious>)

- Handleiding afstuderen bij het Crossmedialab
- Templates voor onderzoeksvoorstel, - plan, en -rapportage
- Analyse kader voor casussen
- Literatuurverwijzingen.

Voorbeelden

- Projectplan 'Centrumondernemers & Media Technologie'.
- "[Foundations of Location Based Services](#)", Stefan Steiniger, Moritz Neun and Alistair Edwardes, [University of Zurich](#)
- "[Location Based Services for Mobiles: Technologies and Standards](#)", Shu Wang, Jungwon Min and Byung K. Yi

Reageren

Bekijk de afstudeerhandleiding van het Crossmedialab over te ondernemen stappen als je dit afstudeeronderzoek wilt gaan doen.

Projectopdracht 15 ECTS (Afstuderen)*

Onderzoek op welke manier en met welk effect location based services kunnen bijdragen aan een integratie van online en offline winkelen voor winkeliers in het stadshart van Utrecht?

Projectaanpak

1. Literatuurstudie naar het gebruik van LBS voor retailsector.
2. Verzamel en analyseer 5 casestudies van het gebruik van LBX voor retailers in stadskernen.
3. Ontwerp een LBS voor een (groep van) retailers in het stadshart van Utrecht.
4. Onderzoek het mogelijk effect van de LBS op het koopgedrag van de klanten van de retailers.

Projectresultaten

1. Onderzoeksrapport
2. Ontwerp van LBS voor retail(groep) in Utrecht
3. Presentaties in kenniskring
4. Bijdrage aan publicatie 'LabRats'.

Standaarddocumenten (alle te vinden op <http://www.crossmedialab.nl/curious>)

- Handleiding afstuderen bij het Crossmedialab
- Templates voor onderzoeksvoorstel, - plan, en -rapportage
- Analyse kader voor casussen
- Literatuurverwijzingen.

Voorbeelden

- Projectplan 'Centrumondernemers & Media Technologie'.
- "[Foundations of Location Based Services](#)", Stefan Steiniger, Moritz Neun and Alistair Edwardes, [University of Zurich](#)
- "[Location Based Services for Mobiles: Technologies and Standards](#)", Shu Wang, Jungwon Min and Byung K. Yi

Reageren

Bekijk de afstudeerhandleiding van het Crossmedialab over te ondernemen stappen als je dit afstudeeronderzoek wilt gaan doen.

* Opmerking: het verschil met de 30 ECTS opdracht zit in het aantal te onderzoeken voorbeelden en de scope van het gekozen thema.

Projectopdracht 5 ECTS (Praktijkopdracht)

Implementeer een LBS voor een retailer in het stadshart van Utrecht.

Projectaanpak

1. Zoek een ondernemer of groep van ondernemers in het stadshart van Utrecht.
2. Selecteer een bestaande LBS die 'past' bij de ondernemer en de online en offline verkoop stimuleer.
3. Implementeer de LBS voor de ondernemer.

Projectresultaten

1. Implementatie van LBS
2. Schrijf een essay over de toepassing van LBS voor retailers in stadskernen.

Standaarddocumenten (alle te vinden op <http://www.crossmedialab.nl/curious>)

- Analyse kader voor casussen
- Literatuurverwijzingen

Voorbeelden

- Projectplan 'Centrumondernemers & Media Technologie'.
- "[Foundations of Location Based Services](#)", Stefan Steiniger, Moritz Neun and Alistair Edwardes, [University of Zurich](#)
- "[Location Based Services for Mobiles: Technologies and Standards](#)", Shu Wang, Jungwon Min and Byung K. Yi

Reageren

Bekijk de afstudeerhandleiding van het Crossmedialab over te ondernemen stappen als je dit afstudeeronderzoek wilt gaan doen.