

Data Driven Retail

Data-driven Workforce Management
met ruimte voor persoonlijke aandacht

Inhoud

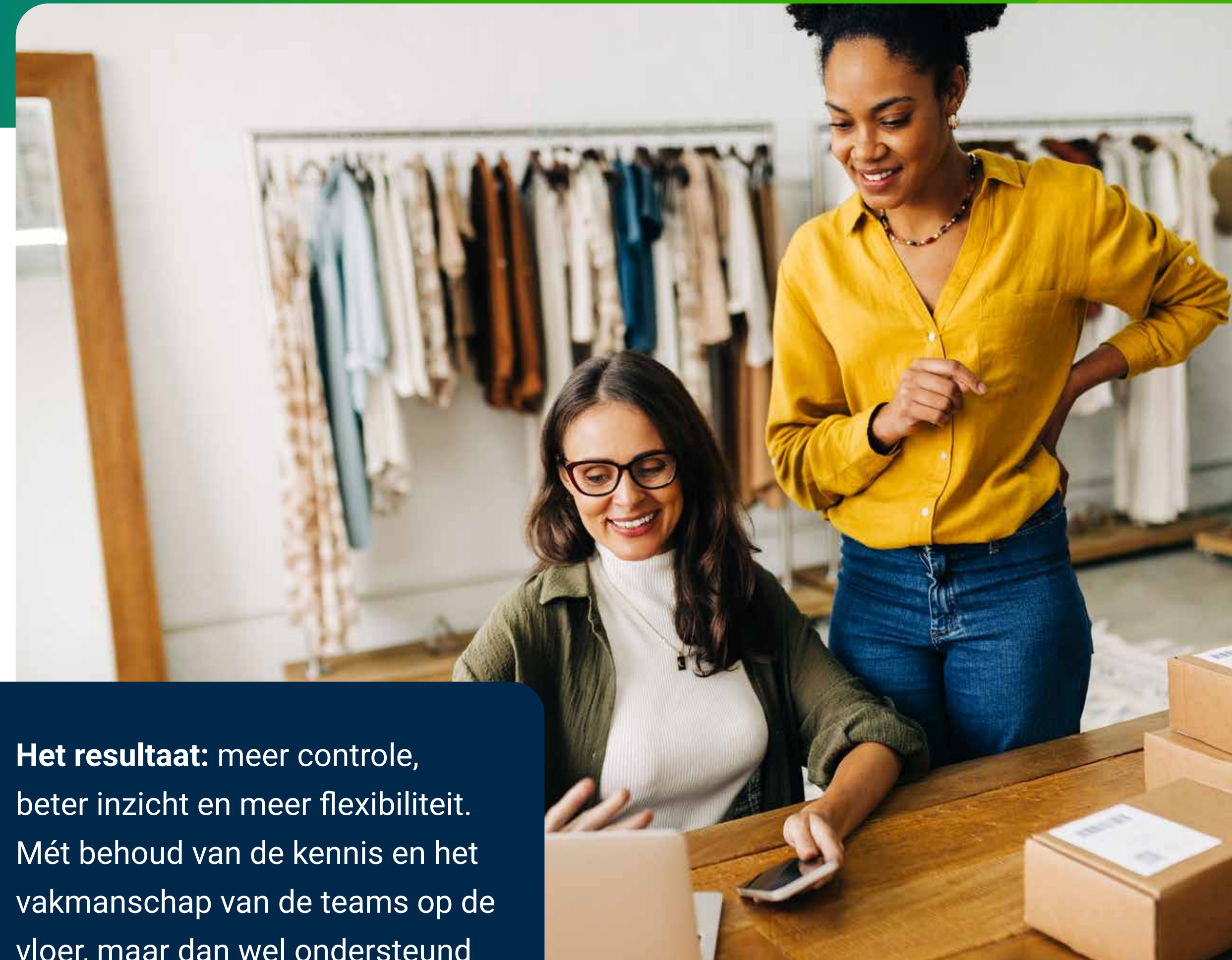
- Achtergrond en inleiding 3
- 1 Huidige situatie en ontwikkelkansen 4
 - 1.1 Groei brengt nieuwe complexiteit5
 - 1.2 Van planning naar performance.....6
- 2 Visie op datagedreven retail 7
 - 2.1 De voordelen van datagedreven planningen8
 - 2.2 Praktische toepassing11
 - 2.3 Strategische meerwaarde14
- Conclusie 17

Achtergrond en inleiding

Retailorganisaties staan dagelijks voor dezelfde uitdaging: hoe stemmen we onze personeelsinzet slim af op de klantvraag? Die puzzel wordt steeds complexer. Het aantal medewerkers groeit, het aantal klantbezoeken schommelt per dag en per week, en elk filiaal kent zijn eigen processen. Tegelijk verwachten klanten een consistente merk- en winkelervaring.

Toch draait personeelsplanning in veel winkels nog vooral op ervaring en onderbuikgevoel. Dat maakt het lastig om snel bij te sturen, resultaten achteraf te evalueren of grip te houden op de kosten en het inzetten van personeel. Ondertussen nemen de druk op marges en de verwachtingen van klanten alleen maar toe.

Steeds meer retailers stappen daarom over op een datagedreven aanpak. Door het combineren van omzet, loonkosten, verwachte drukte, feestdagen en zelfs weersinvloeden, ontstaat een planning die wendbaarder en betrouwbaarder is.



Het resultaat: meer controle, beter inzicht en meer flexibiliteit. Mét behoud van de kennis en het vakmanschap van de teams op de vloer, maar dan wel ondersteund door harde data.

1. Huidige situatie en ontwikkelkansen



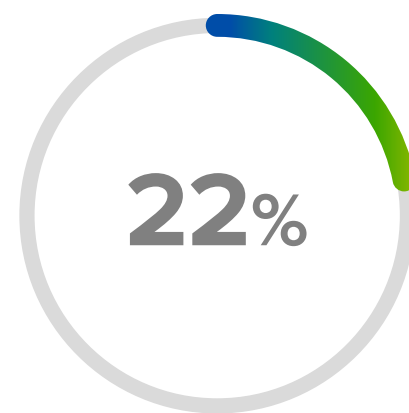
De complexiteit in retail neemt snel toe. Iedere locatie kent zijn eigen dynamiek: een outlet trekt andere piekmomenten dan een boetiek, een supermarkt draait op seizoensinvloeden en promoties, terwijl een grootwarenhuis sterk afhankelijk is van weekenden en koopavonden. Daarbovenop moeten retailers rekening houden met uiteenlopende contractvormen, persoonlijke voorkeuren van medewerkers en de voortdurende spagaat tussen voorspelbaarheid en flexibiliteit.

Zonder duidelijke inzichten lopen processen al snel spaak. Een succesvolle actie verandert dan in frustratie, met lege schappen doordat er te weinig mensen in het magazijn stonden. Of er staan juist vijf medewerkers bij de kassa terwijl de winkel vrijwel leeg is.

Retailers die deze patronen beter willen beheersen, hebben meer nodig dan ervaring alleen. Door data slim te koppelen – van omzetprognoses tot beschikbaarheid – ontstaat een planningsproces dat meebeweegt met de realiteit en tegelijkertijd grip houdt op kosten en klantbeleving.

1.1 Groei brengt nieuwe complexiteit

Retailers worstelen vandaag met meer dan alleen volle of lege roosters. De groei van het aantal vestigingen en medewerkers leidt tot enorme verschillen in kostenstructuur en productiviteit.



Een regio waar loonkosten 14% van de omzet bedragen kan vlak naast een filiaal liggen waar dat oploopt tot 22%. Zonder datagedreven inzicht blijft die afwijking vaak onopgemerkt.

Daarnaast zijn klantstromen grilliger geworden. Een regenachtige zaterdag kan een stadswinkel platleggen, terwijl een outlet op datzelfde moment verdrinkt in bezoekers. Voeg daar pieken rond acties, wisselende contractvormen en onvoorspelbare beschikbaarheid van medewerkers aan toe, en de puzzel wordt ondoenlijk zonder technologie.



De gevolgen zijn concreet:
wachtrijen die klanten weggagen,
loonkosten die marges onder druk
zetten en medewerkers die
vertrekken omdat ze telkens
ontevreden zijn over hun roosters.



1.2 Van planning naar performance

Met een datagedreven aanpak wordt personeelsplanning een stuurinstrument. Door kassadata, historische verkoop, seizoenspatronen en zelfs weersverwachtingen te koppelen, kunnen retailers voorspellen waar de drukte piekt en de inzet daarop afstemmen.

Dat levert niet alleen een betere verhouding tussen loonkosten en omzet op, maar ook een hogere medewerkerstevredenheid. Een algoritme kan signaleren wanneer dezelfde medewerker te vaak nachtdiensten draait en alternatieven voorstellen, of wanneer een team structureel te veel uren maakt.

Het verschil zit in de proactiviteit: in plaats van achteraf constateren dat het misging, kan de retailer vooruitkijken, risico's vermijden en kansen benutten.

2. Visie op datagedreven retail

Een datagedreven planningsaanpak gaat verder dan 'slimmer roosteren'. Het verandert de manier waarop retailers beslissingen nemen. Waar vroeger vooral ervaring en intuïtie leidend waren, worden keuzes nu ondersteund door feiten en patronen die je met het blote oog niet ziet.

De kern van die visie is:

- **Transparantie**
Cijfers maken zichtbaar waarom bepaalde keuzes logisch zijn en wat teams helpt om draagvlak te creëren.
- **Voorspellend vermogen**
Data gaan niet alleen over het verleden, maar laten ook zien wat morgen waarschijnlijk gebeurt.
- **Verbinden van niveaus**
Teams op de winkelvloer en managers op het hoofdkantoor kijken naar dezelfde stuurinformatie, zodat discussies gaan over de oplossing en niet over de cijfers.



Dat betekent dat planning niet langer een administratieve taak is, maar een strategisch stuurmiddel. Data worden de taal waarin finance, operatie en management elkaar begrijpen.

2.1 De voordelen van datagedreven planningen

Het verschil tussen een datagedreven en een traditionele planning is duidelijk: waar de één pas achteraf ziet dat de kosten te hoog waren, kan de ander realtime bijsturen op basis van loonkosten, omzet en klantgedrag. De voordelen komen terug op drie niveaus: financieel, operationeel en in het management.

Financieel voordeel: grip en ruimte om te groeien

- **Voor wie:** de financiële afdeling en het centrale management.
- **Inzicht:** door loonkosten overal op dezelfde manier te berekenen, wordt duidelijk hoeveel personeel er tegenover de omzet staat. Zo kun je winkels eerlijk vergelijken en sneller zien waar je moet bijsturen
- **Waarom het werkt:** omdat kosten en omzet direct aan elkaar gekoppeld zijn, zie je meteen wanneer de verhouding scheef loopt. Bijvoorbeeld als er te veel mensen zijn ingepland op een rustige dag. Dat inzicht geeft financiële grip: je kunt sneller bijsturen, verspilling voorkomen en winstgevend blijven.

- **Toepassing:** dashboards tonen live of een winkel binnen de afgesproken loonkostenpercentages blijft. Zo heb je niet alleen inzicht achteraf, maar kun je ook tijdens de week nog ingrijpen.
- **Resultaat:** meer controle over kosten, consistente rapportages en beter onderbouwde besluiten op groepsniveau.

Voor centrale managementteams en financiële afdelingen is dit inzicht in de loonkosten cruciaal. Door percentages per winkelformule of locatietype uniform te meten, ontstaat stuurinformatie die direct laat zien hoe inzet zich verhoudt tot omzet. Denk aan een filiaal dat structureel 3% boven het normpercentage zit: in plaats van achteraf te constateren dat de marge tegenvalt, kun je direct bijsturen.

Operationeel voordeel: sneller schakelen met betere onderbouwing

- **Voor wie:** filiaalmanagers en operationele teams.
- **Inzicht:** teams krijgen actuele informatie over verwachte drukte, omzet en externe factoren zoals feestdagen en lokale evenementen.
- **Waarom het werkt:** dit maakt het mogelijk om de personeelsinzet direct aan te passen, zonder te vervallen in over- of onderbezetting.

- **Toepassing:** dashboards koppelen forecast en gerealiseerde omzet automatisch aan roosters. Zo kunnen teams snel en gericht handelen.
- **Resultaat:** betere service, hogere medewerkerstevredenheid en een personeelsinzet die past bij de werkelijke behoefte en het budget.



Voor filiaalmanagers en hun teams draait het voordeel vooral om rust en voorspelbaarheid in de dagelijkse operatie. Niet steeds brandjes blussen, maar weten waar je aan toe bent. Door realtime inzicht in drukte en omzet kunnen ze roosters zo aanpassen dat je pieken soepel opvangt en dalmomenten niet leiden tot verveling of loze kosten. Zo wordt het werk beter verdeeld, blijft de service op peil en ervaren medewerkers minder stress.

Managementvoordeel: gerichte sturing op basis van feiten

- **Voor wie:** area managers en store managers.
- **Inzicht:** het management ziet in dashboards precies hoe een winkel presteert: hoeveel uren er zijn ingezet, hoe dat zich verhoudt tot de omzet en het afgesproken urenbudget, en hoeveel klanten er zijn geholpen. Omdat die KPI's overal op dezelfde manier worden gemeten, wordt vergelijken en bijsturen een stuk eenvoudiger.

- **Waarom het werkt:** objectieve data maken coaching effectiever en helpen bij het herkennen en delen van best practices.

- **Toepassing:** dashboards maken benchmarking mogelijk en geven managers concrete handvatten om te verbeteren.
- **Resultaat:** beter gebruik van middelen, slimmere besluitvorming en sterker leiderschap in de operatie.

Zo krijgt het management niet alleen cijfers, maar concrete handvatten om winkels beter te vergelijken, succesformules te herkennen en teams gericht te ondersteunen.



2.2 Praktische toepassing

Het verschil tussen een traditionele en een datagedreven planning merk je vooral in de praktijk. Managers hoeven niet meer te gissen of hun rooster 'ongeveer' klopt, maar krijgen automatisch een urenbudget per dag en per locatie. Dat budget wordt berekend op basis van parameters zoals omzetverwachting, openingstijden en loonkostenpercentages. In het rooster zien ze direct of hun inzet binnen de afspraken blijft.

Het effect: geen lange discussies meer achteraf over overschrijdingen, maar de mogelijkheid om dagelijks bij te sturen. Daardoor wordt planning niet alleen overzichtelijker, maar ook voorspelbaarder en eerlijker verdeeld over alle vestigingen.

Dyflexis kan deze parameters automatisch verwerken. Dankzij een koppeling met de business intelligence-tool Microsoft Power BI is deze informatie direct zichtbaar in rapportages voor het management. Daarmee ontstaat een actueel, schaalbaar planningsproces. Een die bovendien eenvoudig aanpasbaar is aan veranderende omstandigheden.

Voorbeelden van invoervelden binnen een datagedreven model

- **Verwachte omzet per locatie**
- **Loonkostenpercentage per formule of regio:** een warenhuis in de Randstad heeft andere kostenstructuren dan een servicepunt in een kleinere stad. Door per type winkel een eigen normpercentage vast te leggen, kan iedere vestiging eerlijk beoordeeld en vergeleken worden.
- **Gemiddeld uurloon (vast + variabel):** het verschil tussen vaste medewerkers en flexibele krachten is groot. Door beide mee te nemen in het uurloon, voorkom je dat planningen te rooskleurig worden en houd je de werkelijke kosten onder controle.
- **Locatietype:** elk type winkel kent een andere dynamiek: openingstijden, bezoekersstromen, vereiste functies. Dit gegeven bepaalt mede hoe het rooster wordt opgebouwd en welke marges reëel zijn.
- **Openingstijden:** een winkel die zeven dagen per week open is vraagt om een heel andere inzet dan een boetiek die alleen donderdag koopavond draait.

- **Contractvormen en beschikbaarheid van personeel:** parttimers, oproepkrachten en flexibele contracten hebben andere beschikbaarheid en verplichtingen. Dit beïnvloedt hoeveel en wanneer er ingepland kan worden.
- **Seizoensinvloeden en lokale evenementen:** schoolvakanties, stads- of dorpsfeesten of sportevenementen kunnen klantstromen fors veranderen. Door dit vooraf mee te nemen, voorkom je verrassingen in de bezetting.



Praktijkvoorbeeld:

berekening van een urenbudget

Stel dat er een KPI is vastgesteld waarbij maximaal 15,5% van de omzet naar loonkosten mag gaan. Voor een dag met een voorspelde omzet van € 4.775 betekent dit dat er € 740 beschikbaar is voor personeelskosten. Bij een gemiddeld uurloon van € 20 (inclusief werkgeverslasten) komt dit neer op een urenbudget van 37 uur.

De software berekent dit budget automatisch en geeft deze direct in het rooster weer. Zo is in één oogopslag duidelijk of de inzet binnen de gestelde kaders blijft.





2.3 Strategische meerwaarde

Een datagedreven planningsaanpak is meer dan een operationele verbetering. Het is een strategische omslag waarmee retailers efficiëntie en klantgerichtheid combineren. Dankzij actuele inzichten kunnen retailers de personeelsinzet nauwkeuriger afstemmen op de verwachte klantvraag, zonder concessies te doen aan de servicekwaliteit.

1. Operationele integratie en strategische sturing

De dagelijkse beslissingen in de winkels zijn direct verbonden met bredere doelstellingen, zoals het verbeteren van de verhouding tussen loonkosten en omzet of het realiseren van een consistente klantbeleving in alle vestigingen. Managers krijgen de mogelijkheid om gericht te sturen en tegelijkertijd ruimte te laten voor lokale keuzes.

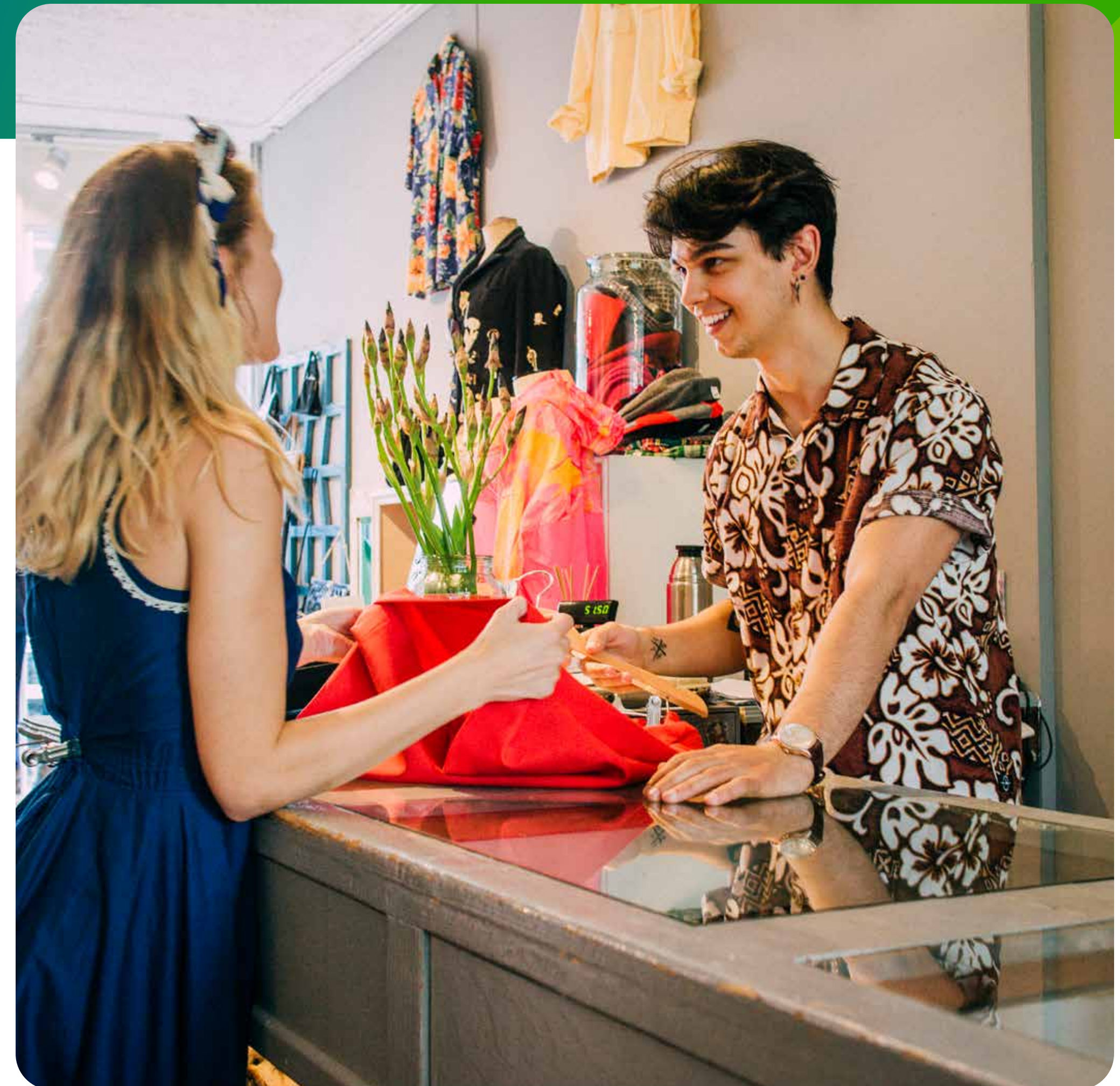
Commercieel voordeel: een directe koppeling tussen inzet en omzetprognoses maakt loonkosten beter beheersbaar. Dat leidt tot lagere kosten op zowel filiaal- als organisatieniveau en geeft ruimte voor sterkere marges.

2. Flexibiliteit bij groei

Bij uitbreiding naar nieuwe locaties, het toevoegen van een winkel-formule of het inspelen op veranderende marktomstandigheden is schaalbaarheid cruciaal. Het planningsmodel biedt de flexibiliteit om lokale verschillen op te vangen, terwijl de centrale structuur overeind blijft.

Commercieel voordeel:

een schaalbare opzet verlaagt de kosten bij uitbreiding en vergemakkelijkt een snelle implementatie. Dit versterkt de slagkracht van de organisatie en verbetert de winstgevendheid op de lange termijn.





3. Balans tussen klantbeleving en kosten

Een goede klantbeleving hoeft niet ten koste te gaan van efficiëntie. Door personeelsinzet nauwkeurig af te stemmen op de verwachte klantstromen blijft de servicekwaliteit hoog, terwijl loonkosten binnen de gestelde kaders blijven.

Commercieel voordeel:

een betere afstemming tussen inzet en drukte verhoogt de klanttevredenheid en verlaagt de operationele kosten. Zo ontstaat een flexibele, kostenbewuste en klantgerichte operatie die voorbereid is op seizoensinvloeden en lokale variatie.

Conclusie

Met de invoering van een datagedreven planningsaanpak zetten retailers een belangrijke stap richting meer controle, hogere efficiëntie en een sterkere klantbeleving. Dyflexis levert de basis voor slimme data-integratie en de koppeling met Microsoft Power BI zorgt voor realtime inzicht. Samen bieden ze managers de middelen om sneller en gericht te sturen.

De voordelen reiken verder dan de dagelijkse operatie. Een datagedreven aanpak versterkt ook de financiële en strategische positie van de organisatie:

1. Kostenbesparing en efficiëntie

Door personeelsinzet en loonkosten direct te koppelen aan omzetprognoses kunnen winkels hun bezetting nauwkeuriger afstemmen. Dat leidt tot structurele kostenbesparingen en sterkere marges, ook bij groei.

2. Schaalbaarheid voor uitbreiding

De planningsopzet is eenvoudig uit te rollen naar nieuwe winkels of formules. Zonder in te leveren op kwaliteit ontstaat ruimte voor snellere groei en het winstgevend betreden van nieuwe markten.

3. Sterkere klantbeleving

Een flexibele inzet van personeel, afgestemd op verwachte klantstromen, zorgt voor betere service en minder pieken en dalen in de bezetting. Dat leidt tot hogere klanttevredenheid en versterkt de merkbeleving.

Een datagedreven planning is daarmee geen technische optimalisatie, maar een strategische investering. Het geeft retailers het fundament en vertrouwen om wendbaar, efficiënt en klantgericht te groeien.