

Het aanbieden van gratis WiFi in winkelgebieden

KIVI 23 -11- 2015

Nico Dammers



Markt trends 2015

- Smart Shopping
- Smart City
- Location based marketing
- Big Data
- Free WiFi
- IoT



Uitdaging Winkelgebieden

- Gevecht offline en online, showrooming en prijsdruk
- Leegstand binnensteden en kleine winkelgebieden onder druk
- Traditioneel denken van retailsector, te weinig focus op online
- Klant in winkelstraat onbekend t.o.v. online bezoeker
- Winkelgebieden moeten samenwerken, gebied op de kaart zetten
- Winkelen moet beleving worden voor klant

City WiFi als een platform

- Ondernemers willen informatie over bezoekers, bezoekerspatronen en engagement/communicatie met bezoekers
- Platform moet relevant zijn voor alle lokale stakeholders
- Regie over content en eigendom data bij de verschillende stakeholders
- Internet verandert: van zoeken op, naar context en location based services!
- Locatie wordt bepalend! Gaat Google of Facebook de content bepalen of de lokale ondernemers???

City Wireless introductie

- Sinds 2013 Actief als innovatieve WiFi leverancier in verschillende steden, winkelcentra en winkels (Den Haag, Utrecht, Amsterdam, Alkmaar, Delft, Rockanje, e.a.)
- Doel WiFi relevant maken op locatie voor verschillende stakeholders (gemeente, ondernemers, studenten, vastgoed, winkels, bezoekers,...)
- Steden <-> Winkelcentra → Winkels



- 3 Pijlers : Connect ↔ Engage ↔ Analyze

Pijlers



Connect: uitdaging bouwen antennes



Antenne buiten = gratis binnen WiFi (1 AP)

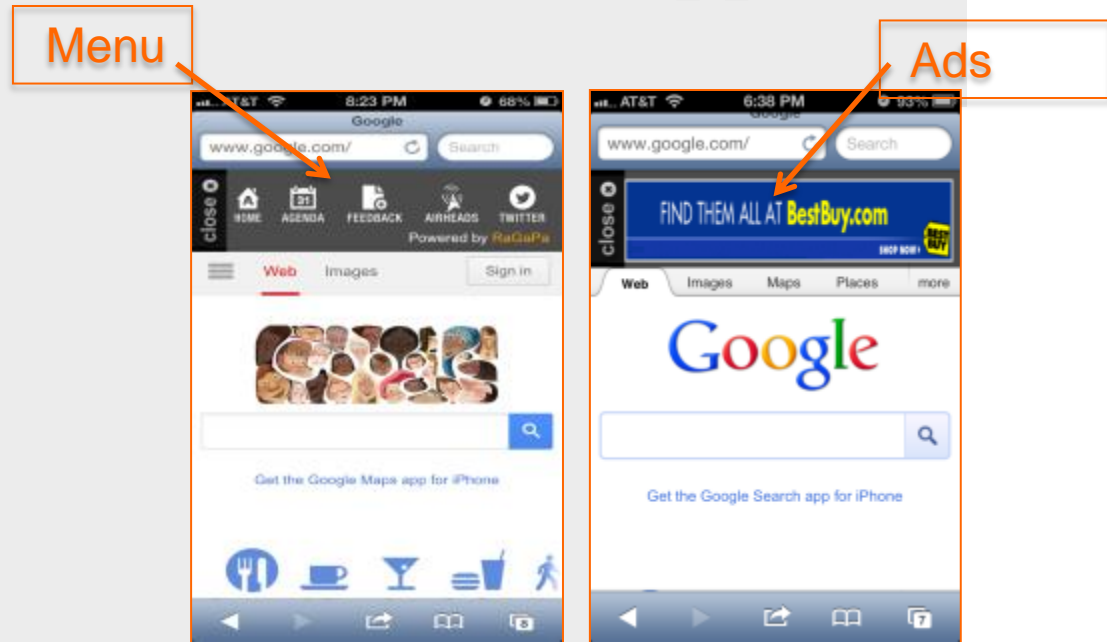
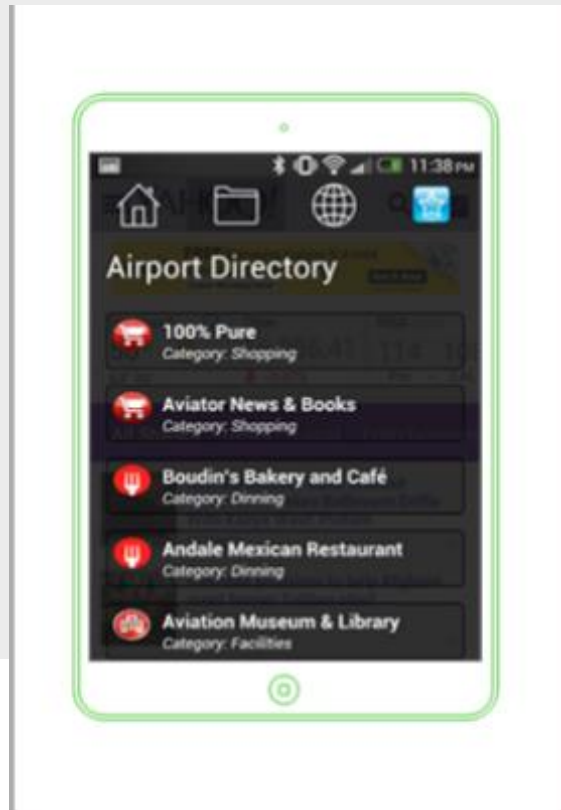
Engage simpel: Inlogportal

- Anoniem
- Geen inlogcodes
- Optie facebook en/of email
- Portal voor stakeholders
- Zelf teksten, banners,

Link naar pagina van keuze



Engage +: Communicatie instant App



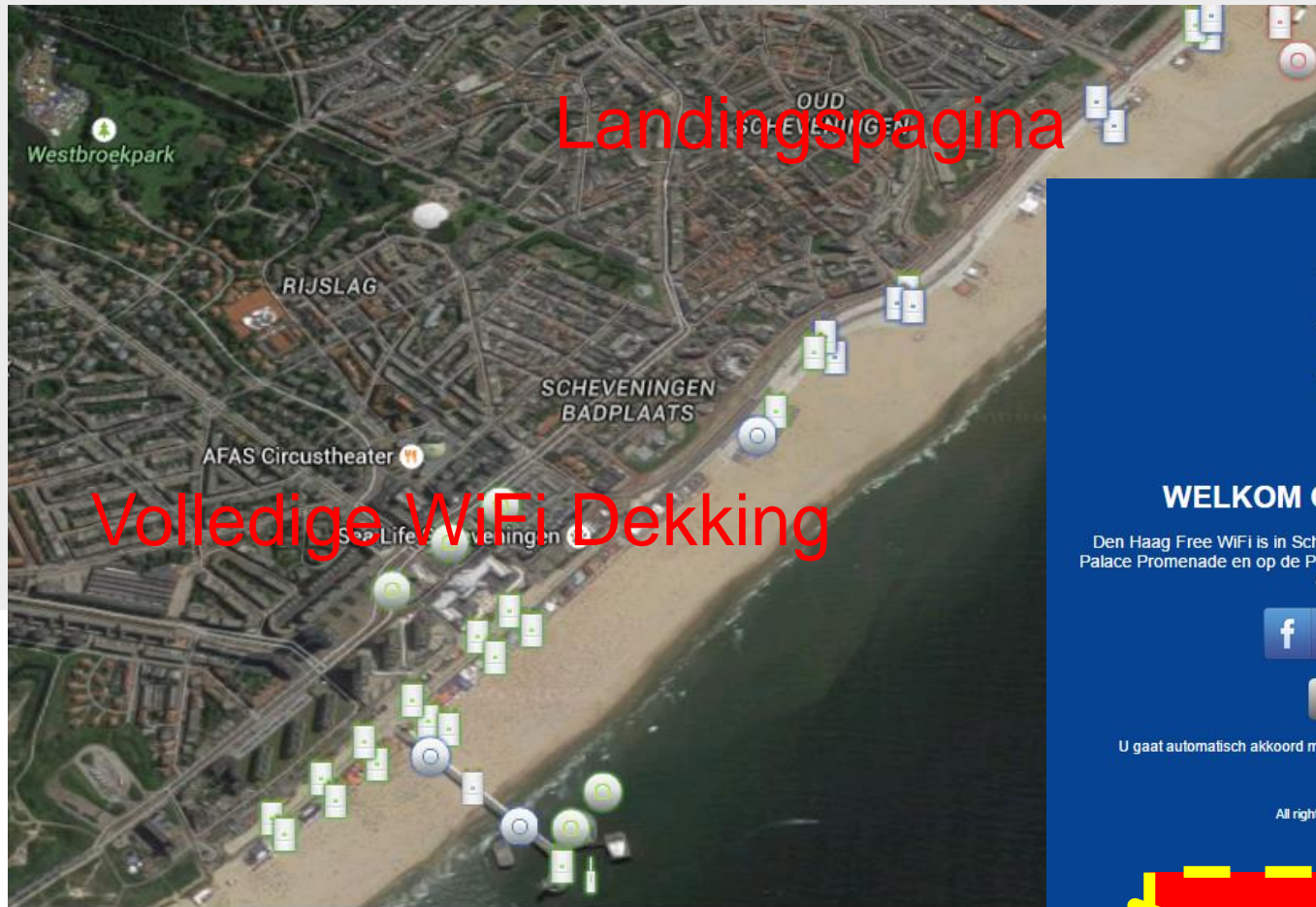
Communicatie in de browser door overlay (HTML injectie)
Mogelijkheid tot menu (city info, events, veiligheid,..)
Advertenties, doelgroepen benaderen (chinese bezoekers,..)
Interactie, enquetes,.....

Engage ++” Integratie met Digitale Displays, iBeacons en Wifi Aware



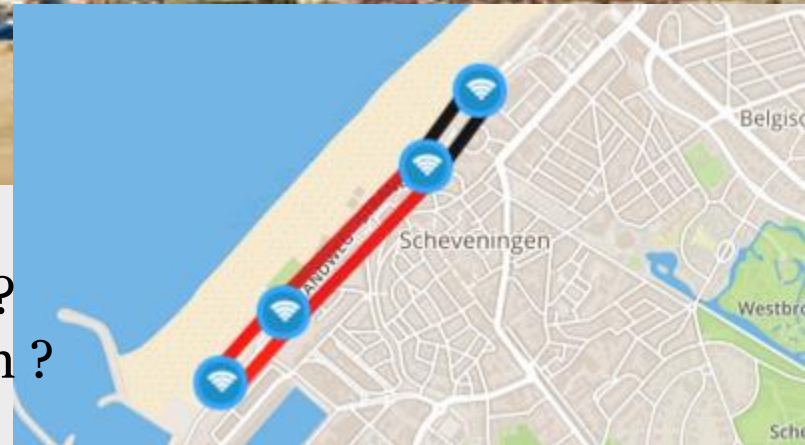
Klant wil beleving en relevante informatie

Vb: WIFI NETWERK SCHEVENINGEN

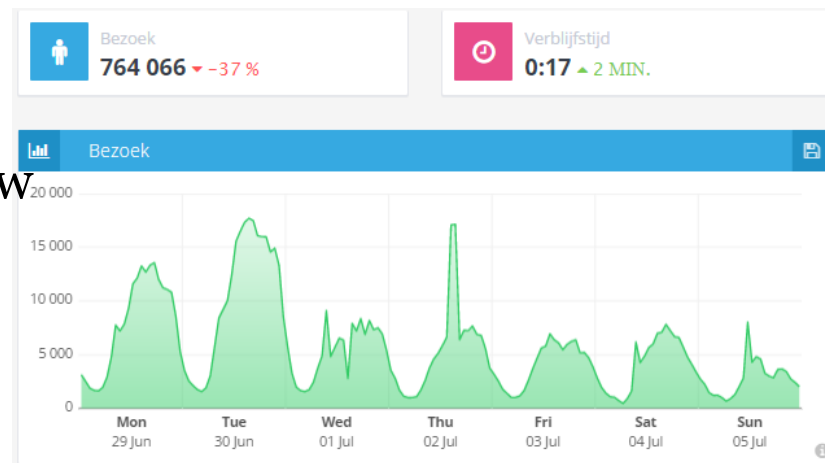
A screenshot of a blue landing page for the Scheveningen WiFi network. At the top right, there are three flags: the Dutch flag, the UK flag, and the German flag. Below the flags are three cartoon fish, each wearing a yellow crown. The main heading is 'WELKOM OP SCHEVENINGEN'. Below this, a paragraph of text reads: 'Den Haag Free WiFi is in Scheveningen beschikbaar hele boulevard strand, Palace Promenade en op de Pier. Geniet van onze dienst en Like en beoordeel ons op Facebook!'. There are two buttons: a blue button with the Facebook 'f' logo and the text 'Connect with Facebook', and a grey button with the text 'Connect als gast'. Below the buttons, a line of text says: 'U gaat automatisch akkoord met de [algemene voorwaarden](#) & [privacy statement](#).'. At the bottom, it says 'Copyright 2012-2015' and 'All right reserved [www.citywireless.nl](#)'. A red dashed rectangular box is at the bottom of the page, with a yellow arrow pointing to it from the text 'Leaderboard Banner' below the screenshot.

Leaderboard
Banner

PASSANTEN INFORMATIE



- Hoeveel passanten komen er door de straat ?
- Hoeveel bezoekers komen er daarvan binnen ?
- Welke loopstromen worden in uw gebied herkend?
- Hoe lang blijven de bezoekers?
- Welke bezoekpatronen zijn op te maken
- Hoe groot is de terugkeer frequentie van uw bezoekers?




PASSANTEN INFORMATIE SCHEVENINGEN

Scheveningen

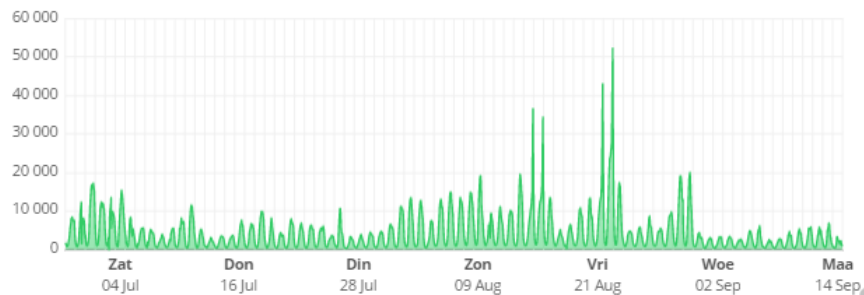
Uur Dag Week

29 Jun 2015 — 14 Sep 2015

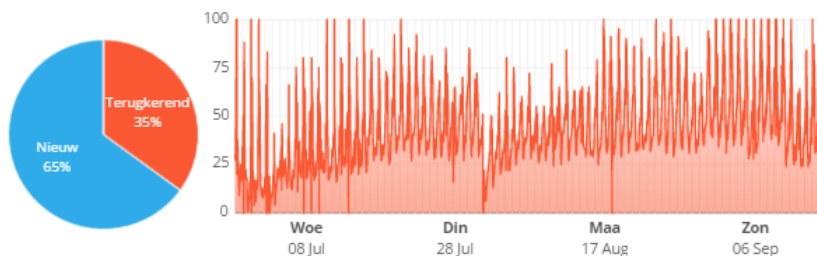
 Passanten
6 919 857 ▲ 526 %

 Verblijfstijd
0:20 ▲ 3 MIN.

Passanten



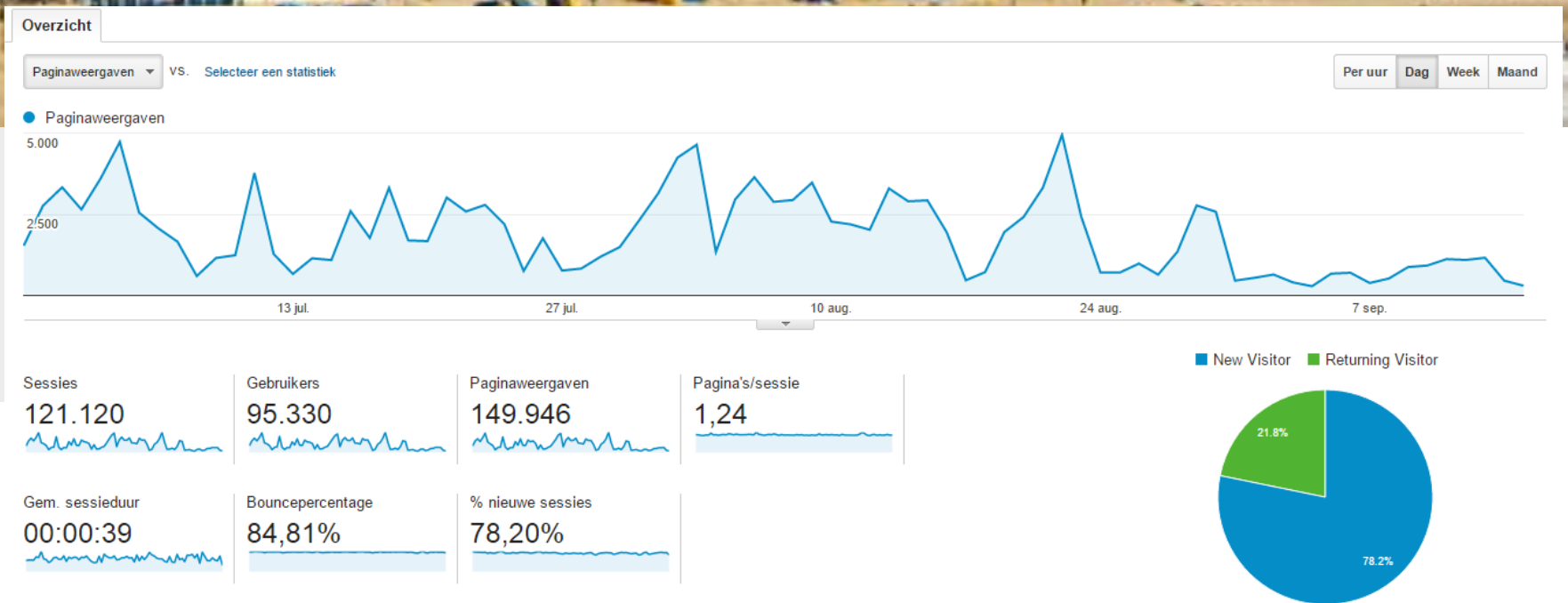
Loyaliteit



Verblijfstijd



PAGEVIEWS WiFi (google analytics)



Hoe kan Wifi nu waarde toevoegen?

- . Extra service aan bezoekers
- . Door koppeling social media:
 - het leren kennen en communiceren met de bezoeker
- . Genereren extra informatie en profielen
- . Winkelgebied als geheel promoten
- . Koppelen met extra diensten als tellen van mensen, digitale displays, iBeacons, contactloos betalen, pushen persoonlijke aanbiedingen, apps, navigatie, zoeken vergemakkelijken, gamification, loyalty programma's

Lessons learned!

- Beleving en communicatie moeten passen
bij de locatie en ten dienste staan van lokale stakeholders
- Ondernemers moeten invloed hebben op
de content en toegang tot de data
- Wifi is ondersteunend aan gehele marketing mix
geen doel op zich
- Kennisniveau ondernemers over online
mogelijkheden moet worden verhoogd
- Budgetten zijn klein, feestverlichting is belangrijker
- Wifi netwerk is open platform waarop derden
ook hun diensten kunnen aanbieden: samenwerking!!

PRIVACY!