

ניהול מותאם - המפתח להצלחת מרכז מסחרי

ניהול מרכז מסחרי כ"מבנה משרדים" פוגע בפוטנציאל ההכנסות ובהצלחתו של המתחם. חוויית הרכישה של הלקוחות היא זו שקובעת את רמת החיבור למתחם וניהול שגוי עלול לגרום לאובדן חווית הקסם הייחודית למרכזים מסחריים, להוביל לתפוסה נמוכה ולפספוס החיבור הפוטנציאלי ללקוח. על מה מבוסס ניהול נכון למרכזים מסחריים?

1. חיבור המרכז המסחרי לערכים המזוהים עם קהל הלקוחות.

ללקוחות יעדיפו מקומות שמזוהים עם הערכים שלהם. פנה אליי יזם שהקים מרכז מסחרי-שכונתי כדי להבין איך להביא יותר תושבים שגרים במעגל הקרוב למתחם. מבדיקת חקר ראשונית, הבנו שאותם תושבים מזוהים עם ערכים של קיימות ואחריות חברתית ומעדיפים להגיע למקומות שתומכים באופן פעיל בקהילה שלהם ובסביבה. שינינו אסטרטגיה ניהולית-מסחרית, התאמנו את מיקוד ניהול המרכז לקיום מפגשים ואירועים קהילתיים, שילבנו עסקים מקומיים בחנות פופ-אפ קהילתית והטמענו יוזמות נוספות. התוצאות לא איחרו לבוא, התושבים הרגישו מחוברים גם לשוכרים במתחם והיה להם חשוב לקנות מהם על מנת לחזק אותם.

זה לא חדש שהמרכז המסחרי השכונתי הוא חלק בלתי נפרד מהשכונה ומהווה למקום מפגש בין התושבים, כך שבאופן טבעי כשהוא מותאם לערכיהם, נוצר חיבור רגשי. זו נוסחה פשוטה שתוביל לגידול בתפוסה ובפדיון המרכז המסחרי השכונתי.

2. פיתוח סביבה רב-חושית ליצירת חווית השהות במרכז המסחרי.

מנהל מקצועי חייב להבין את חשיבות התכנון של השטחים הציבוריים במרכז המסחרי, תוך התייחסות לעיצוב, תאורה, ריח וסאונד. אלו, מעצימים את חווית הקנייה ומחזקים את הקשר בין הלקוחות למתחם. חוויה כזו נוצרת כשעושים את החיבור בין הנתונים הקיימים: מיקום הפרויקט, תמהיל השוכרים הקיים והקהל הקונה, עם הדברים שניתנים לשינוי באמצעות ניהול נכון.

במרכז מסחרי שכונתי, עם תמהיל חנויות המותאם לתושבי השכונה, עלתה בעיה כי מגיעים לביצוע קניה נקודתית בלבד, הולכים ישירות לחנות הירקות או להחליף סוללה בשלט. הצעתי שינוי שקשור דווקא בחיבור בין השוכרים למתחם הפיזי, בטיפול בשילוט במסדרונות ובחיבור חנויות שפחות רואים אותן דווקא בשבילי הגישה המובילים לאותן חנויות ייעודיות, יצירת מסגרת של מתחם אחד. אלו יצרו אווירה שכונתית וחמימה.

ניהול מותאם למרכז מסחרי מביא את הדיוקים שישרו אווירה נינוחה לשוכרים וללקוחות, אשר באים לידי ביטוי בעליית הפדיונות של השוכרים ובחיזוק התדמית.

החיבור לערכים של הקהלים הפוטנציאליים ופיתוח סביבה רב-חושית במתחם הם נדבכים חשובים בניהול מרכז מסחרי מוצלח, שכן הם משפיעים ישירות על חווית הלקוחות ועל מידת שהותם במתחם. עם זאת, ניהול נכון של מרכז מסחרי מחייב גם הבנה עמוקה ביצירת תמהיל השוכרים, ניהול קשרי השוכרים ואת כל אלו – יש לחבר עם התפעול השוטף. כן, גם הוא מותאם ולא נכון שיתנהל כמו בבניין משרדים. (על כך ארחיב במאמר הבא)



רעות כהן,
מנהלת מרכזי קניות
ומנהלת שיווק מסחרי
MALL MARKETING