

مراكز التسوق.. مدن صغيرة تعيد تشكيل ذاتها بخدمات أكثر شمولية



تخلت مراكز التسوق، عن المفهوم الضيق الذي لازمها منذ أعوام بأنها صممت للترفيه والتسلية، وأصبحت اليوم نموذجاً فريداً في تقديم العديد من الخدمات المتنوعة، كالسياحة يقصدها الزوار من كل العالم، ومراكز ثقافية، ومكاناً لالتقاء العائلات والأصدقاء، ومراكز لعقد اللقاءات والاجتماعات، ومناقشة الاستثمار والتوسع في الأعمال، مخالفة بهذا التطور والتميز نظيراتها في جميع الدول، التي تقتصر خدماتها على الطابع التجاري الجاف القديم

مراكز التسوق الآن تشبه المدينة الصغيرة، فيها كل ما يحتاج إليه الأفراد والأسر، يجد فيها الزائر والسائح كل ما يشتهي، ليس فقط المنتجات والمطاعم ومنافذ التجزئة، والاكسسوارات، والأثاث، ومراكز الخدمات؛ بل باتت المحطة الأولى للأفراد والعائلات ليقضوا فيها ما يهم شؤون حياتهم اليومية

وعملت دبي على إعادة مفهوم مراكز التسوق من خلال إضافة تجارب جديدة لهذه المراكز، بابتكار وتحديث وتغيير أشياء بداخلها، لتلبية رغبات زوارها، الذين غدو بالملايين سنوياً، كما أن تنوع جنسيات المقيمين، جعلها تعمل على تسهيل الوصول إلى ما يريدونه ويفضلونه بسهولة ويسر دون عناء

قال خبراء ومختصون ل«الخليج»، إن مراكز التسوق تحاول جاهدة العمل على استمرارية تطوير وتحديث محتواها والمحافظة على قوتها كما بدأت منذ سنين، من خلال الفعاليات والمعارض والمهرجات، التي تعمل على استقطاب كافة شرائح المجتمع، طوال أيام الأسبوع، وبالتالي زيادة الحركة بداخلها، التي تؤدي إلى زيادة المبيعات

وأوضحوا أنه في الآونة الأخيرة برزت مواجهة شرسة بين مراكز التسوق، وبين المنصات الإلكترونية، حيث باتت الأخيرة تحل محل المراكز من خلال الخدمات التي تقدمها للأفراد، من شراء المستلزمات، والملابس والأجهزة الإلكترونية والكهربائية والأثاث، حتى سيطرت على الخدمات التي كانت حكراً على مكاتب المراكز، كدفع فواتير الكهرباء والماء والاتصالات والإنترنت وغيرها

الصورة



الصورة



ويرون أن مراكز التسوق باتت تخطط لأن تكون مدينة متكاملة، من خلال توفير كافة ما يلزم الأسر والأعمال، كافتتاح محال جديدة للصرافة، واستقطاب أفرع لبنوك محلية وعالمية، وإنشاء غرف للاجتماعات وغرف فندقية، وتجديد رخص السواقة وفحص النظر، وعيادات طبية كاملة، ومكاتب لتخليص المعاملات الحكومية، حتى لا تبقى سمة مراكز التسوق الترفيه فقط؛ بل تقديم خدمات يسهل على الأفراد الحصول عليها في أسرع وقت ممكن

• استطلاع الزوار

كشف استطلاع للرأي أجرته «الخليج»، عن أن مراكز التسوق لا تزال الجهة الأولى والمفضلة للعائلات وأفراد المجتمع، خاصة فيما يتعلق بعملية شراء المنتجات الغذائية والملابس والأجهزة الإلكترونية، بعيداً عن الترفيه، بعدما تراجع الإقبال «على مراكز التسوق خلال جائحة «كوفيد- 19

وأوضح الاستطلاع، أن 88.7% من العائلات والأفراد يفضلون شراء احتياجاتهم الشخصية من مراكز التسوق، حيث قال 31.7% من المشاركين إنهم يفضلون الذهاب إلى المراكز لشراء الملابس، بينما 26.9% يتجهون لشراء المنتجات الغذائية، ويفضل 21.5% شراء المنتجات الإلكترونية، و8.6% يشترون منتجات العناية الشخصية، بينما يفضل 11.3% الذهاب إلى المراكز التي تقدم الخدمات للزوار

الصورة



العائلات الأكثر زيارة •

وبين الاستطلاع أن 54.2% من الزوار هم من العائلات، بينما يفضل 23.8% من الأصدقاء الذهاب مع بعضهم بعضاً إلى مراكز التسوق، وقال 19% إنهم يذهبون إلى مراكز التسوق بمفردهم، بينما يلتقي 9.5% من زملاء العمل بمراكز التسوق، ويفضل 2.5% من الزوار أن تكون زيارتهم بغرض اجتماعات الأعمال.

وكشف الاستطلاع عن أن 58.6% من الأفراد والأسر يفضلون الذهاب إلى مراكز التسوق في نهاية الأسبوع، بينما 37.9% منهم يفضلون الذهاب إليها في منتصف الأسبوع تلافياً للازدحام، حسب تعبيرهم، وقال 3.5% من المشاركين، إنهم يفضلون الذهاب إليها بداية الأسبوع.

وذكر 62.9% من المشاركين في الاستطلاع أنهم يقضون أقل من 3 ساعات في مراكز التسوق عند زيارتها، أسبوعياً أو شهرياً، بينما قال 33.3% أنهم يقضون ما بين 3 إلى 5 ساعات، بينما يقضي 3.8% أكثر من 5 ساعات في مراكز التسوق.

وحول سؤال هل تغنيك المراكز الحكومية الموجودة في مراكز التسوق عن الذهاب إلى المراكز الموجودة في الخارج، «أجاب 62.9% من المشاركين ب «لا»، بينما أجاب 37.1% ب «نعم».

الصورة



خدمات يفتقدها الزوار •

وفيما يتعلق بالخدمات التي يفتقدها زوار مراكز التسوق، قال معظم المشاركين، إنهم يفتقدون لمواقف خاصة بسيارات العائلات قريبة من البوابات، ودعا آخرون أن تكون هناك أنشطة ترفيهية وثقافية مخصصة للعائلات، ويفتقد آخرون عدم وجود معارض للمشغولات والحرف الإبداعية واليدوية، وبعض المنتجات الغذائية الخاصة بالبلدان العربية.

وبين المشاركين أنهم يفتقدون لأماكن خاصة بشحن سياراتهم الكهربائية، وقلة المرشدين والأيدي العاملة داخل المراكز والمحال التجارية، فيما اشتكى بعضهم قلة مواقف السيارات في بعض المراكز، ودعا آخرون لأن تكون داخل المراكز عيادات طبية متكاملة، ومراكز حكومية خدماتية مثل، «تدبير، وأمر، وتسهيل» وغيرها من الخدمات.

مجمع متكامل •

يقول أحد المستثمرين: «بعد العديد من الزيارات لدبي بغرض التجارة والاستثمار، والحديث مع بعض الأصدقاء عن مشروع جديد، وجدت أن مراكز التسوق عبارة عن مجمع متكامل، توجد فيها كل ما يحتاج إليه صاحب المشروع للنجاح، خاصة أن هذه المراكز موجودة وسط المدينة ويزورها الآلاف يومياً، من كل الجنسيات ومن كل دول العالم، «وكثرة الخدمات التي يقدمها المسؤولون عن المراكز للزوار والمستثمرين».

وأضاف: «مراكز التسوق في دبي سبّاقة في ابتكار ما يفكر به الزوار، وهذا بحد ذاته طفرة كبيرة، ولعل أبرز ما قامت به في هذا المركز هو عندما أردت أن افتح متجرًا لبيع الأدوات المنزلية الفاخرة، انتابني شعور خوف البدايات، خاصة أنني أتيت إلى دبي حديثاً، لكن سمعت عنها الكثير من القصص الإيجابية، وما حققتة الشركات الناشئة من النمو والتوسع خلال سنوات قليلة».

وقال: «التقيت مع عدد من المسؤولين والمديرين للتعرف أكثر إلى الأماكن الأكثر جذباً والأكثر زيارة من قبل الجمهور، ولعل أبرز ما اتفق عليه من استشرتهم كانت نصيحتهم هي مراكز التسوق المعروفة في دبي، حيث تكثر زيارات العائلات عليها باستمرار، ومتجري بالدرجة الأولى يستهدف العائلات»، مضيفاً، أنه بدأ يبحث جدياً بمساعدة البعض عن مكان ينطلق منه لفتح مشروعه الجديد في أحد مراكز التسوق بالإمارة الجاذبة

الصورة



• وجهة العائلات الأولى

يقول أحمد حسن الشيخ الخبير الاقتصادي: «تعد مراكز التسوق مدينة متكاملة بالنسبة للعائلات والأفراد، حيث يوجد فيها ما يحتاجون إليه من المنتجات الغذائية، والعديد من المطاعم المتنوعة والمختلفة، ووجود المنافذ التي تباع «الماركات العالمية، وهذه كلها عناصر تستهوي العائلات لتبقى هذه المراكز وجهتهم الأول دائماً».

وأضاف: «تعد مكاتب الخدمات الحكومية، وغيرها من المكاتب الخدمائية الموجودة داخل المراكز عناصر جذب رئيسية بجانب العديد من الخدمات التي تقدم للزوار، فيذهب الفرد إلى المراكز ليقضي ما يريد من احتياجاته الشخصية». «في مكان واحد، ووقت واحد، دون عناء التفكير أين توجد احتياجاته في الخارج».

• مميزات المراكز

وأوضح أن مراكز التسوق في دبي خاصة والإمارات بصفة عامة، تتميز عن نظيراتها في الدول الأوروبية وأمريكا وآسيا، بأنها تعمل على تلبية رغبات كافة زوارها، خاصة فيما يتعلق بتنوع أذواق زوارها من جميع الجنسيات، وهذا الشيء يعمل على زيادة الحركة للمراكز، وبالتالي زيادة المبيعات، موضحاً أنه في مركز تسوق واحد في دبي، ترى الكثير من المنتجات الأوروبية والأمريكية والشرق آسيوية، عكس مراكز التسوق الأمريكية والأوروبية، التي لا يوجد فيها غير منتجات بلدانهم، وهذا ما يميز دبي عن غيرها من المدن العالمية

وقال أحمد حسن الشيخ: «لو تحدثنا عن مستقبل مراكز التسوق، سيكون بعضها مقتصرًا على تقديم الترفيه والأكل الفاخر في المطاعم، والبعض الآخر لبيع الماركات العالمية، وبعضها لتوصيل المنتجات للمنازل، لأن الجيل الجديد من الشباب بات توجههم اليوم للشراء والبيع وإنهاء المعاملات عبر الإنترنت، لكن تخيل بعد 15 سنة كيف سيكون توجه الشباب، ناصحاً مراكز التسوق بأن تعمل على تلبية رغبات زوارها من خلال العروض والتخفيضات، والفعاليات التي

تجذب العائلات إليها، واستحدثتها بما يلزم طوال الوقت

الصورة



• خدمات رجال الأعمال

أطلق مول الإمارات قبل أشهر، صاليتين وفر فيهما كل ما يحتاج إليه رجال الأعمال والأفراد، لعقد اجتماعاتهم ومهام أعمالهم، فأنشأ غرفاً فندقية وغرف اجتماعات، وأماكن للترفيه، وغرفة لصناعة السيجار الكوبي، ومكتبة للقراء، إضافة المتوسطي الأوروبي (GARTH) «إلى مطعم «جارت

وكشفت «ماجد الفطيم» مؤخراً عن ارتفاع مبيعات المستأجرين في مراكزها بنسبة 21%، فيما زاد إقبال الزوار 20% إلى 100 مليون زائر، مقارنة بالعام الماضي 2021، خلال النصف الأول من العام الجاري 2022

• خدمات ذات قيمة للزوار

يقول حسين موسى، المدير التنفيذي في «مول الإمارات» لدى ماجد الفطيم العقارية: «يحتضن المول العديد من الشركات والمتاجر والمنافذ، التي تقدم خدمات ذات قيمة مضافة للزبائن مثل «دنانا»، ومصممي الديكور الداخلي في التي توفر خدمة تأجير صناديق الأمانات، «Vintage Vault» «كريت آند باريل»، واستقبلنا مؤخراً شركة جديدة هي وهو مفهوم رائج في الأسواق العالمية، ويتيح مكاناً آمناً لتخزين الأشياء الثمينة مع حرية التصرف والخصوصية الكاملين.

وأوضح، أن «مول الإمارات»، يتميز بتقديم تجربة البيع بالتجزئة الفاخرة، التي لا تتوفر في مراكز التسوق الأخرى، من صالة Cle d'Or خلال إضفاء الطابع الشخصي والتخصيص، مثل صالة «ذا 9» الخاصة بالأعضاء فقط، ونادي للأعضاء الحصريين.

وتابع: «تعد صالة ذا 9 أفضل مثال على الالتزام من خلال الخدمات التي تم إطلاقها مؤخراً، مثل خدمة الحجز المسبق لركن السيارات، وخدمة التسوق براحة، وغيرها الكثير من الخدمات، التي تقدم للزوار». وقال موسى: «أطلقنا مؤخراً خدمة الكونسيرج الرقمية، التي تمكن المستهلكين من التواصل مع العلامات التجارية المفضلة في «مول الإمارات» بسهولة، من خلال محادثة فردية عبر تطبيق الواتس آب، والاستمتاع بخدمة التوصيل إلى باب المنزل في غضون ساعات، وتوفر هذه الخدمة، قيمة مضافة للعملاء من خلال توفير الراحة والسهولة في التسوق من خلال تجربة المحادثة الفردية التجارية، حيث يمكن للزبائن الوصول إلى أكثر من 630 علامة تجارية محلية وعالمية من دون الحاجة إلى «زيارة مركز التسوق».

• إضافات عالمية جديدة

يوجد داخل «مول الإمارات» قبو مقوى من الفولاذ من ست جوانب، أنشأته شركة «فنتج فولت»، وهو عبارة عن

صندوق من غرفتين مخصصاً للأمانات الخاصة للأفراد، نموذجاً يعتبر الأول من نوعه في المنطقة، يضم بداخله كبسولات، وصناديق لحفظ الأمانات، مع التحكم في الوصول البيومتري إلى الخزنة الشخصية، حيث يمكن للعملاء فتح الصناديق الخاصة بهم بشكل سري، دون تدخل أي شخص

وقال رسلان هاني حماد، المدير العام لشركة «فنتج فولت» ل«الخليج»: «اخترنا بناء الخزنة في مركز تجاري من المستوى الأول، مثل مول الإمارات لأسباب عديدة؛ منها، موقع المول المتميز، وسهولة الوصول إليه، حيث يزور معظم الناس المركز التجاري بشكل منتظم ولذلك فمن الملائم أن يكون لديهم صندوق ودائع آمن في المركز، كما يمنحنا». «التواجد في المركز التجاري مستوى إضافياً من الأمان

وأضاف: «هناك طلب متزايد على هذه الصناديق في دبي، ووجودها محدود لدى البنوك، كما أن معظم البنوك التي تنقل فروعها إلى مراكز تسوق، لا يتوفر لها مكان آمن للتخزين، وفي كثير من الحالات يرغب الناس في تخزين أعلى». «أغراضهم خارج النظام المصرفي وقيوده

وأوضح أن دبي تعد مركزاً آمناً في المنطقة للأشخاص من جميع الجنسيات، للحضور والعيش أو تخزين الأشياء الثمينة الخاصة بهم أثناء إقامتهم، كما نخطط إلى افتتاح فرع جديدة في مراكز التسوق المركزية في دولة الإمارات خلال المرحلة المقبلة

• «دبي مول»

تبقى مراكز التسوق في الإمارات بشكل عام ودبي بشكل خاص قبلة العائلات والأفراد لقضاء الكثير من الأوقات بداخلها لتمتعها بالكثير من عوامل الجذب، كما تعمل على ابتكار طرق جديدة للترفيه والتسلية، التي تقدمها طوال الأوقات للعائلات والأفراد لزيادة المدة التي يقضونها في المراكز، وبالتالي زيادة الحركة الشراء وغيرها من الاحتياجات المختلفة للزوار

يعد «دبي مول»، الذي تبلغ مساحته 12 مليون قدم مربعة، أكبر مركز تجاري في العالم حسب مساحته الإجمالية، والسادس حسب مساحة التأجير الإجمالية، ويضربه الملايين سنوياً، وهو قبلة السائح الأول لزائري الإمارات ودبي، ويقصده الأفراد من كل دول العالم للتسوق الفاخر، والتمتع بإطلالته المميزة على برج خليفة، ويحتضن المركز بين طوابقه السبعة تشكيلة واسعة من أفخم المطاعم العالمية، وأرقى ماركات «الموضة»، وغيرها من مكاتب الخدمات، التي تقدم خدماتها للزوار على مدار الساعة

خيارات الزائر ل«دبي مول» متعددة وكثيرة، ففيه يجد ضالته الخارجية من مطاعم، وملابس وتسوق والخدمات التي يبحث عنها في مكان واحد، حيث أضيف إليه مؤخراً العديد من أفرع البنوك المحلية والعالمية، وفرعاً جديداً لبريد الإمارات، والعديد من متاجر الألبسة العصرية، والمكتبات التعليمية، والمتاجر الإلكترونية، ومحال الزهور والمجوهرات المتنوعة، إضافة إلى متاجر المستلزمات الصحية والتجميلية والرياضية، ومراكز الخدمات المصرفية والمالية والمراكز الطبية

ومن أبرز الخدمات التي يقدمها «دبي مول» لزواره، الإنترنت المجاني، والتسوق وحفظ الحقائب، ومحطات لشحن الهواتف، وخدمة التوصيل، وآلات تذاكر الحافلات العامة والمترو، وبريد الإمارات، ومركز الطباعة والنسخ، ومنطقة مخصصة للمفقودات، والعديد من أجهزة الصراف الآلي، وصالة وسائد النوم، وغرف صلاة للرجال والنساء، ووحدة

الاستجابة للطوارئ، وغرف رعاية الأطفال، وخدمة صف السيارات، و4 محطات شحن للسيارات الكهربائية، وخدمة سيارات الأجرة.

• فيجيتال « نهج جديد للتسوق »

قال عمر خوري، الرئيس التنفيذي لإدارة الأصول لدى شركة «نخيل» ل«الخليج»: «لم تعد مراكز التسوق وجهات تقليدية يزورها الناس لشراء البقالة أو منتجات العلامات التجارية المفضلة لديهم؛ بل أصبحت مكاناً للتلاقي الاجتماعي». وأضاف: «يبحث الزوار عن تجربة أنشطة جديدة، ولدينا كل شيء بدءاً من ردهات الطعام المتوافقة مع الحائز «نجمة ميشلان» وصولاً إلى أكبر وجهة (Trèsind Studio) «كافة المتطلبات مروراً بمطعم «تريسند استوديو (Soho (Garden DXB) «ترفيهية في «سوهو جاردن دي إكس بي

وأوضح، أن التحول الرقمي جعل تجربة تسوق العملاء تتميز بالراحة، عند شراء منتجاتهم المفضلة وهم جالسون في بيوتهم، غير أن ذلك لم يؤثر في أهمية زيارة مراكز التسوق من أجل عيش تجربة شاملة وشخصية

بين أحد استطلاعات الرأي، أجري العام الماضي، أن 30% من العملاء في الشرق الأوسط، يفضلون تسوق منتجات مستحضرات التجميل مباشرة من المراكز التجارية، ويبحث المتسوقون عن المتاجر المؤقتة المتجولة التي تعرض المنتجات الحصرية والتقنيات المتقدمة التفاعلية. وحول الغرض من افتتاح واستقطاب المؤسسات الخدمائية الحكومية في «نخيل مول»، كشف عمر خوري، عن أن الهدف هو تحويل وجهات التسوق إلى محطة متكاملة تسهم في تلبية احتياجات ومتطلبات العملاء، ومن خلال توفير خدمات حكومية، مثل «تسهيل» و«تدبير» و«أمر»، يمكن جعل زيارة العملاء سهلة ومريحة وخالية من المعوقات، وإجراء جميع معاملاتهم المهمة في مكان واحد، بحيث لا يضطرون إلى قضاء وقت بعيداً عن عائلاتهم أو أعمالهم

• اندماج التجارب الرقمية

ترى ريم أسعد، نائب رئيس شركة «سيسكو» لمنطقة الشرق الأوسط وإفريقيا، أن التكنولوجيا ستسهم في إنشاء منافذ بيع داخل مراكز التسوق بدون بائعين ومساعدين، كما ستساعد التكنولوجيا في التحول الرقمي للعديد من متاجر البيع بالتجزئة الأكثر شهرة في المنطقة، بينما من المتوقع أن يتسارع اندماج التجارب الرقمية والمادية لهذه المتاجر في جميع أنحاء دول مجلس التعاون الخليجي.

وأضافت: «يعد «متجر المستقبل»، الذي افتتح مؤخراً في «مول الإمارات»، لتزويد العملاء بتجربة تسوق شخصية وغامرة ورقمية، وقدم المتجر لأول مرة إحساساً بالانتماء الشامل من خلال إنشاء تجربة تسوق أكثر إقناعاً وإمتاعاً وبساطة، ويرتقي المتجر بتجربة التسوق التقليدية من خلال دمج تجارة التجزئة الرقمية لتعريف العملاء بشكل التسوق «المستقبلي».

وحول سؤال هل يمكن أن تحل التكنولوجيا والتطبيقات محل منافذ البيع بالتجزئة، قالت ريم أسعد: «بعد التحول الرقمي السريع الذي كان مدفوعاً بالجائحة، يجب أن تعمل المتاجر التقليدية للبيع بالتجزئة التي داخل مراكز التسوق الآن بجدية أكبر لتلبية سلوكيات الشراء سريعة التغير، وتتطلب المنافسة الآن في الحقبة القادمة من تجارة التجزئة أن تتمتع الشركات بالرؤية طويلة المدى والمرونة في التعامل مع التقلبات على المدى القصير، إضافة إلى القدرة على «استخدام التكنولوجيا بعدة طرق

• المراكز تجارب لا تنسى

تقول عائلات التقت معهم «الخليج» داخل مراكز التسوق: «في كل زيارة نتفاجأ بمتاجر وخدمات جديدة، وربما في كل شهر هناك العديد من الإضافات التي تقدم أشياء مبتكرة داخل منافذ البيع بالمركز التي تحبب أطفالنا في زيارتها دورياً، وباتت تشكل جزءاً من حياتنا، فنقضي فيها الكثير من الأوقات أسبوعياً، إما للقاء الأصدقاء، أو لتحويل الأموال أو إنهاء بعض الأمور العائلية، أو زيارة للتعرف إلى ثقافة جديدة من خلال الفعاليات التي تقام للدول في المراكز». وترى العائلات أنه لا غنى لهم عن مراكز التسوق سواء للترفيه أو التسوق، وتعد بالنسبة لهم مدناً كاملة بعض الشيء، متوقعين من المراكز في الفترة المقبلة إضافات تلبى رغباتهم وتجاربهم التي لا تنسى، خاصة الزوار الذين يلتقطون صوراً تذكارية لهم في كل مكان من هذه المراكز، يتذكرونها بعد سنوات أن هذه الصورة التقطت في أحد أكبر مراكز التسوق في العالم.