

# PLANIGRUPO



*Creando valor*

Fotografía de Paseo Hipódromo

Av. Conscripto 360, Col. Lomas Hipódromo, Naucalpan, Estado de México.

“COMO LOS **CENTROS COMERCIALES** PUEDEN ATRAER Y RETENER NUEVOS INQUILINOS”

“PARA QUE UN CENTRO MINORISTA SEA EXITOSO, NECESITAN ESTAR AL TANTO DE LAS MEJORES MARCAS ACTUALES.”

# CONTENIDO

## **“CÓMO LAS MARCAS ESTÁN REMODELANDO EL COMERCIO MINORISTA” .....3,4**

Para que un centro minorista sea exitoso, necesitan estar al tanto de las mejores marcas actuales. No hay duda de que las marcas están dando forma al mundo del comercio minorista tal como lo conocemos, ya sea a través de compras en línea, público objetivo o atención al cliente.

## **“CÓMO LOS CENTROS COMERCIALES PUEDEN ATRAER Y RETENER INQUILINOS” .....5**

Los propietarios de centros comerciales necesitan una estrategia sólida para atraer e incluso retener inquilinos. Antes de elaborar un plan, deben considerar el perfil del consumidor y la demografía del área.



# “CÓMO LAS MARCAS ESTÁN REMODELANDO EL COMERCIO MINORISTA”.

## Compras por internet

Para que un centro minorista sea exitoso, necesitan estar al tanto de las mejores marcas actuales. No hay duda de que las marcas están dando forma al mundo del comercio minorista tal como lo conocemos, ya sea a través de compras en línea, público objetivo o atención al cliente.

Si hay un cambio en la industria minorista que provocó que las marcas reconsideraron las presentaciones de bienes y servicios, son las compras por Internet del día de hoy. La prueba de este cambio es la forma en que las marcas reconsideran y remodelan el comercio minorista que se puede observar con el lunes que le sigue al Buen Fin llamado Cyber Lunes.

Los minoristas hacen todo lo posible para acomodar a los compradores madrugadores en el Buen Fin al anunciar las principales marcas que atraen.

Las estadísticas demuestran que las compras en tienda observaron a 174 millones de compradores dirigiéndose a centros comerciales o a tiendas en el 2019.

Los compradores gastaron aproximadamente \$ 3 mil millones en Cyber Lunes antes de las compras navideñas. Los minoristas saben que las estaciones del año tienen un impacto en las marcas que atraen a la mayor cantidad de compradores.

## Reformar el Retail

Los productos y servicios de marca se dirigen a los consumidores en función del panorama general del consumidor. Dos palabras parecen atraer a Millennials y Gen Z: confianza y compromiso. Los Millennials gravitan hacia las marcas en las que creen que pueden confiar. Es más probable que la generación Z se sienta atraída por marcas con un fuerte compromiso con el cliente.

Las marcas están remodelando el comercio minorista de acuerdo con la especificidad de sus mercados objetivo. Con las generaciones anteriores, las marcas se centran en el comercio minorista para mantener una buena salud y una apariencia juvenil. Con Gen Xers, las marcas juegan con una audiencia de padres que trabajan con un fuerte acento en el estilo de vida familiar y el estilo de vida familiar.





## Adaptación al enfoque incierto del consumidor

El principal problema para las marcas es la incertidumbre de la dirección y el enfoque de los mercados objetivo. Las marcas se basan en la lealtad a la marca, así como en la reputación de la marca para atraer clientes.

Las marcas remodelan el comercio minorista cuando las marcas son confiables, flexibles y personalizadas, ofrecen a los consumidores opciones de lugares de compras, entregas y envíos seguros y muestran una relación respetuosa con los minoristas que promocionan sus marcas.

En una cultura de compradores en constante evolución, las marcas y los minoristas deberían centrarse en la demanda de los clientes con más perspicacia y sensibilidad. De esta manera, las marcas logran abordar estas demandas y hacen que el comercio minorista sea muy atractivo para un público más amplio.

Las marcas buscan remodelar las presentaciones publicitarias de los productos y servicios de las marcas privadas en lugar de las ofertas de descuento. El otro efecto de la marca en el comercio minorista es la tecnología. Los consumidores de hoy se sienten muy atraídos por las marcas que presentan los últimos dispositivos de alta tecnología. Esto también presagia una tendencia a proyectar experiencia de marca y una mayor transparencia.





# “CÓMO LOS CENTROS COMERCIALES PUEDEN ATRAER Y RETENER INQUILINOS”

Los propietarios de centros comerciales necesitan una estrategia sólida para atraer e incluso retener inquilinos. Antes de elaborar un plan, deben considerar el perfil del consumidor y la demografía del área. Esto les dará control sobre cómo tratar con inquilinos nuevos y existentes. Estas son algunas de las formas en que se pueden utilizar para atraer nuevos inquilinos y retener a los existentes. Comprender la demografía del comprador Antes de establecerse, es crucial visitar las tiendas y negocios en el área y realizar investigaciones. Es importante tener en cuenta la base de clientes, productos y servicios, así como el precio. También es esencial descubrir las necesidades que las tiendas ya están satisfaciendo. Scouting proporcionará una buena comprensión del tipo de inquilinos esperados.

Desarrollando una estrategia para consideración Es importante analizar si una ubicación en particular será favorable para los inquilinos. Un análisis FODA puede ayudar a identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la posición del centro comercial. Por ejemplo, uno puede determinar si una empresa de alimentos y bebidas estará interesada en alquilar. La fuerza sería tener el centro comercial en una zona concurrida. La debilidad sería el punto de entrada al centro comercial para acceder al restaurante.

La oportunidad podría ser una nueva tienda de ropa que atraería tráfico dentro del centro comercial. La amenaza podría ser un competidor al otro lado de la carretera. Con estos aspectos en mente, es fácil desarrollar una estrategia a considerar.

## **Mantenimiento de la propiedad**

El mantenimiento de la propiedad dentro y fuera crea una buena impresión que es importante para atraer y retener inquilinos. Los centros comerciales deben tener un plan de mantenimiento que atraiga y retenga a los inquilinos. Cuando la propiedad está sucia y en mal estado, nadie estará interesado en alquilar.

## **Mantener relaciones atractivas**

Tener una buena relación con los inquilinos les da confianza. Los problemas deben abordarse después de que los inquilinos los planteen. Un buen canal de comunicación entre la gerencia y los inquilinos es saludable para el centro comercial. Estar conectado con los inquilinos también es esencial.

La conclusión es que los centros comerciales deben analizar su espacio y ubicación y crear una consideración de lo que deben ofrecer. En caso de desafíos, es bueno abordarlos tan pronto como ocurran. Mantenerse al tanto de los inquilinos mantiene una relación a largo plazo.



*Creando valor*

**CIUDAD DE MÉXICO**  
**AV. SANTA FE #481**  
**EDIFICIO WORLD PLAZA, 5TO PISO**  
**COL. CRUZ MANCA, 05349**  
**CDMX**  
**+52 (55) 9177 0870 AL 89**

**MONTERREY**  
**AV HUMBERTO JUNCO VOIGT #2307**  
**TORRE MARTELL II, 1ER PISO**  
**VALLE ORIENTE, 66269**  
**SAN PEDRO GARZA GARCÍA , NL**  
**+52 (81) 8335 1631 Y 41**

**CONTACTO:** [RELACIONINVERSIONISTAS@PLANIGRUPO.COM](mailto:RELACIONINVERSIONISTAS@PLANIGRUPO.COM)