Diciembre No. 25

Revista PLANIGRUPO

• ADMINISTRACIÓN DE CENTROS COMERCIALES • COMERCIALIZACIÓN • CONSTRUCCIÓN • DISEÑO • DESARROLLO

TENDENCIAS MINORISTAS QUE DEBE CONOCER PARA EL 2023

Los últimos años han planteado muchas dificultades para los minoristas, desde interrupciones en la cadena de suministro hasta inflación, inestabilidad económica y tensiones geopolíticas.

ESTRATEGIAS PROMOCIONALES MINORISTAS ÚTILES

ATRACTIVOS PARA INCORPORAR EN UN CENTRO COMERCIAL

Acerca de nosotros:

PLANI GRUPO MR

Creando valor

Con 47 años de experiencia, en Planigrupo nos hemos posicionado como una empresa mexicana líder en el desarrollo, diseño, construcción, comercialización y administración de centros comerciales a nivel nacional. Somos una de las pocas en el país que es capaz de ver un proyecto inmobiliario de principio a fin, empezando con el diseño y terminando con la administración de cada centro comercial.

MISIÓN

Crear valor para los inversionistas y clientes de nuestros centros comerciales a través de un equipo sólido de profesionistas que genere proyectos rentables y exitosos.

VISIÓN

Ser líderes en el desarrollo y administración de centros comerciales, comprometidos siempre con los más altos estándares de calidad.

VALORES

- Honestidad.
- Lealtad.
- Confianza.
- Respeto
- Ética.
- Transparencia.

LO QUE HACEMOS MEJOR:

Somos expertos en el desarrollo, el diseño, la construcción, el comercialización y la administración de centros comerciales. Contamos con equipos de especialistas en cada área que se aseguran de que siempre mantengamos los más altos estándares de calidad en cada materia.

CONTENIDO

TENDENCIAS MINORISTAS QUE DEBE CONOCER PARA EL 2023 1-2

ESTRATEGIAS PROMOCIONALES MINORISTAS ÚTILES 3-4

ATRACTIVOS PARA INCORPORAR EN UN CENTRO COMERCIAL 5-6

Tendencias minoristas que debe conocer para el 2023

Los últimos años han planteado muchas dificultades para los minoristas, desde interrupciones en la cadena de suministro hasta inflación, inestabilidad económica y tensiones geopolíticas. Estos problemas han afectado tanto a los minoristas como a sus finanzas. Después de tres años de navegar por la pandemia, los minoristas miran hacia 2023 con renovado optimismo y un enfoque en la experiencia del cliente. Para adaptarse a la nueva normalidad, los minoristas están adoptando un modelo de compra híbrido y enfatizando una experiencia fluida. Esto promete ser un factor decisivo en el futuro del comercio minorista. A continuación se presentan cinco tendencias minoristas que tendrán el mayor impacto en la industria en 2023.

Redes de medios minoristas

Los minoristas recurren cada vez más a las tiendas físicas y los sitios web como fuentes de ingresos publicitarios de los proveedores. Esto incluye vender espacio de marketing y profundizar las relaciones con socios comerciales en sitios web, exhibiciones en tiendas, aplicaciones móviles y servicios de transmisión. Los tres minoristas más grandes de EE. UU. están liderando el camino en la optimización de las redes de medios minoristas.

Monitoreo de sentimientos en redes sociales

El monitoreo del sentimiento de las redes sociales es una técnica utilizada por los minoristas y las marcas para comprender cómo se sienten los clientes con respecto a ellos en función de lo que publican en las redes sociales. Les ayuda a construir una gran base de seguidores y obtener información sobre el sentimiento, las preferencias y las actitudes de los consumidores. Estos datos se pueden usar para anticipar tendencias en comportamientos de compra y preferencias de productos y crear una alta lealtad con una base de seguidores.

Compras híbridas y viaje de compras fluido

Los minoristas tienen como objetivo ofrecer una experiencia de compra unificada en todos los canales, pero para hacerlo, necesitan sincronizar y fusionar los datos de diferentes funciones comerciales dentro de su organización. Esto incluye convertir datos no estructurados en formatos legibles y sincronizar los datos casi en tiempo real para permitir una personalización precisa para los clientes. A medida que los datos de cookies de terceros se eliminen gradualmente en 2024, los minoristas deberán confiar en los datos de origen para crear un viaje de compras híbrido y sin problemas.

Turnos de diseño de tiendas y espacios de uso mixto

Los desarrolladores de centros comerciales y los líderes comunitarios buscan crear más espacios de uso mixto que ofrezcan una variedad de servicios a diferentes mercados. Un ejemplo de esto es Gravity en Columbus, OH, que atiende a artistas, innovadores sociales y empresarios. La Iniciativa de Revitalización del Centro de Nueva York también incluye un desarrollo de uso mixto de $26 millones en Oswego que proporcionará viviendas y espacios comerciales de alta calidad.

Restricción del consumismo

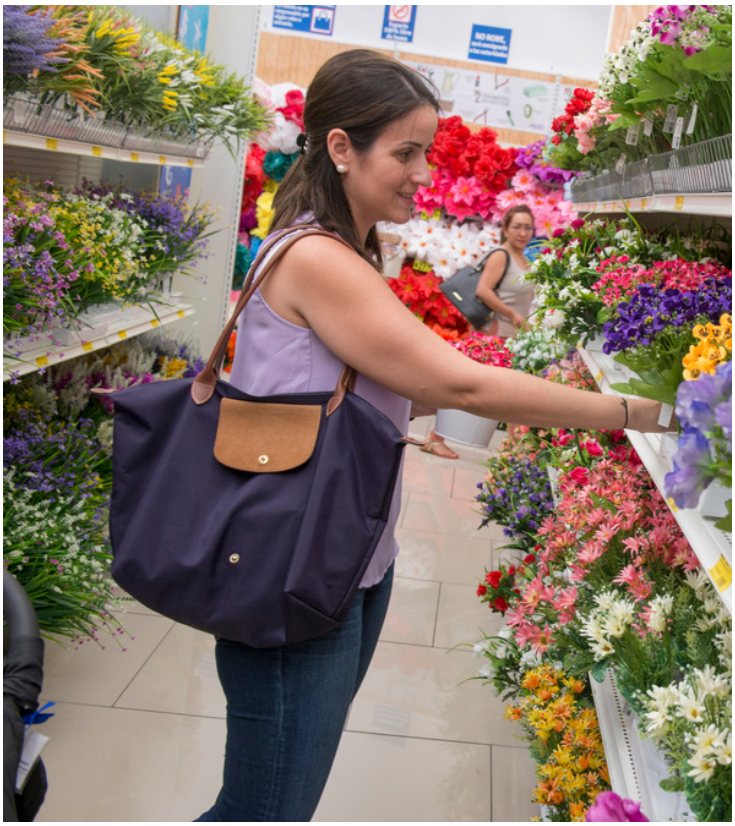
2023 está destinado a ser un año de reducción del consumismo, con más énfasis en la reparación, el reciclaje, la reutilización y el ahorro. Los minoristas ya comenzaron a adaptarse a este cambio, con empresas como REI, lululemon, Levi, Walmart, Patagonia, Everlane y Eileen Fisher, todas ofreciendo productos usados o una mayor transparencia en las cadenas de suministro. A medida que la Generación Z crece en influencia y gana más dinero, es probable que las empresas que dan prioridad a la sostenibilidad sean las ganadoras finales

Estrategias promocionales minoristas útiles

Una estrategia de promoción minorista es una parte del marketing que involucra actividades para atraer clientes al proporcionar incentivos y ofertas. Incluye elementos como publicidad, publicidad, venta personal y marketing directo para construir una imagen de marca y aumentar las ventas. Una buena estrategia puede ayudar a atraer nuevos clientes y retener a los existentes, así como mantenerse a la vanguardia en el mercado competitivo. El objetivo final de estas estrategias es aumentar las ventas y crear conciencia de marca.

Compre uno y llévese otro

El método "Compre uno y llévese otro" es una estrategia promocional utilizada para aumentar el tráfico de clientes y fomentar más ventas. Ofrece dos productos por el precio de uno ya veces un descuento monetario en el segundo producto. Este método es especialmente eficaz cuando se utiliza para la liquidación de existencias.



Porcentaje de Descuento

Ofrecer descuentos porcentuales es un método popular y rentable para las estrategias de promoción minorista. Los programas de fidelización que utilizan descuentos porcentuales pueden atraer nuevos clientes y activar a los clientes inactivos existentes. Además, los descuentos por tiempo limitado pueden alentar a los clientes a realizar compras rápidas.

Compras múltiples

Las compras múltiples son ofertas que brindan a los clientes descuentos en varios artículos cuando se compran juntos en lugar de individualmente. Estas ofertas se pueden utilizar como programas de recompensas para clientes para fomentar las conversiones; sin embargo, el éxito de estas ofertas dependerá del tipo de productos que se vendan.

Compras múltiples

Las compras múltiples son ofertas que brindan a los clientes descuentos en varios artículos cuando se compran juntos en lugar de individualmente. Estas ofertas se pueden utilizar como programas de recompensas para clientes para fomentar las conversiones; sin embargo, el éxito de estas ofertas dependerá del tipo de productos que se vendan.

Envío gratis

Un método de promoción popular utilizado por los minoristas es ofrecer envío gratuito. Esto atrae a los clientes a realizar compras más grandes, ya que saben que serán recompensados con envío gratuito cuando cumplan con un requisito determinado, como gastar $100. Este tipo de oferta es muy eficaz para impulsar las ventas.

Promociones condicionales y de ahorro múltiple

Las promociones minoristas, como las ofertas condicionales y de ahorro múltiple, donde los clientes pueden comprar un producto y obtener una oferta en otro, pueden ser una excelente manera de aumentar las ventas. Por ejemplo, compre un producto y obtenga un segundo producto con un 20% de descuento. Estas estrategias animan a los clientes a echar un vistazo a varios artículos y aprovechar cualquier oferta adicional que pueda estar disponible.

Cupones y tarjetas de regalo

Las empresas a menudo usan cupones y tarjetas de regalo como una forma de ofrecer descuentos a los compradores. Los cupones generalmente ofrecen una variedad de promociones de ventas, mientras que las tarjetas de regalo contienen una cantidad predeterminada de dinero que se puede usar para comprar artículos de la marca.

Pruebe antes de comprar

La estrategia promocional "Prueba antes de comprar" permite a los clientes probar un producto antes de comprometerse a comprar. Les permite evaluar el producto desde la comodidad de su hogar con un período de prueba para asegurarse de que están satisfechos con el producto antes del pago.

Concursos y sorteos en redes sociales

Organizar concursos y sorteos en las redes sociales es una excelente manera de promocionar una marca. Esto no solo conduce a un mayor conocimiento de la marca, sino que los clientes también pueden tener la oportunidad de probar productos de forma gratuita. Si tienen una experiencia positiva, pueden convertirse en compradores potenciales.

ATRACTIVOS PARA INCORPORAR A UN CENTRO COMERCIAL

No es raro que los centros comerciales incluyan atracciones, pero últimamente ha habido una tendencia creciente. Esto puede parecer que salió de la nada, pero hay una razón detrás de esto ahora. Estas son algunas de las atracciones que han estado apareciendo en los centros comerciales de todo el país.

Patios de juegos interiores y juegos interactivos

Los centros comerciales han comenzado a introducir nuevos equipos de juegos interactivos, como estructuras para trepar, toboganes y escaleras, que brindan una experiencia de juego única para los niños. STOMP y Concreto son dos de las atracciones más nuevas que pueden proporcionar un movimiento divertido y una competencia multijugador.

Los parques infantiles y las áreas de juego interiores son una excelente manera de atraer clientes a los centros comerciales, ya que brindan un entorno seguro y divertido para que los niños jueguen sin importar el clima. Se están volviendo cada vez más creativos, con temas adaptados a la ubicación del centro comercial, como temas de remontes para centros comerciales cerca de las montañas. Esto permite a los padres comprar mientras sus hijos están supervisados y entretenidos.

Boleras

Las boleras son una forma popular de entretenimiento que puede variar desde informal hasta exclusivo. Lucky Strike Lanes es un ejemplo notable de una bolera de lujo que combina bolos con un bar, un restaurante y música en vivo. Este tipo de centro de entretenimiento es cada vez más popular y se encuentra a menudo en los centros comerciales. Otras empresas han comenzado a crear negocios híbridos similares con boleras y otras características.

Salas de cine

Las salas de cine han existido por un tiempo, y ubicarlas cerca de tiendas o centros comerciales no es nada nuevo. Sin embargo, es parte de una tendencia más amplia. Las salas de cine son cada vez más entretenidas y atractivas, con funciones como proyecciones en 3D, asientos reclinables y una selección más amplia de refrigerios.

Salas de escape

Las salas de escape son una forma de entretenimiento cada vez más popular. Aprovechando la creciente tendencia del entretenimiento de realidad virtual, las salas de escape brindan un escape de lo cotidiano, lo que permite a los participantes sumergirse en el juego. Los jugadores están encerrados en una habitación temática y tienen un límite de tiempo establecido para encontrar pistas para escapar. Con un reloj de cuenta regresiva, el desafío es lograrlo antes de que se acabe el tiempo.

Mini golf

¡Ya no necesitas estar afuera para disfrutar de un juego de minigolf! Glowgolf, por ejemplo, es una cadena de campos de minigolf bajo techo que le da un giro al juego clásico al hacerlo brillar en la oscuridad. Tales cursos se están volviendo cada vez más populares, y muchos están apareciendo en los centros comerciales de todo el país.

Etiqueta láser

Visto tradicionalmente como una actividad al aire libre, las etiquetas láser y el minigolf se han transformado en atracciones populares de centros comerciales. Dentro de los centros comerciales y otros centros, se están construyendo grandes estadios y parques cubiertos con láser tag. Por lo general, estas atracciones no se ubican en espacios separados, sino que se agrupan en centros de entretenimiento con otras actividades.

Simuladores de paracaidismo

Ahora se puede experimentar la emoción del paracaidismo en un entorno seguro y contenido, gracias a la tecnología moderna. iFly es una empresa que ofrece experiencias de paracaidismo virtual, que se crean utilizando túneles de viento verticales y ventiladores. La experiencia se llama "bodyflight" y se ha convertido en uno de los nuevos deportes más populares del mundo, y ahora muchos centros comerciales ofrecen estas experiencias.

Acuarios

Si desea atraer clientes a su centro comercial, ¿por qué no considerar agregar un acuario de tamaño completo? Esta es una alternativa emocionante a los otros elementos de la lista, y es una excelente manera de brindarles a las personas una experiencia agradable para atraerlos. Seaquest Interactive Aquarium es un gran ejemplo, que ofrece a los visitantes la oportunidad de interactuar con tiburones y rayas. pájaros exóticos, y más.

La incorporación de actividades interactivas en los centros comerciales está ganando popularidad, haciéndolos cada vez más atractivos para los compradores y las familias de hoy en día. Al crear un espacio que no se dedica únicamente a las compras, sino que también ofrece actividades, comida y compras, estos centros comerciales se están convirtiendo en un centro de diversión con todo incluido. Esto brinda una oportunidad para que las familias y los amigos se reúnan para una actividad divertida y luego exploren el centro comercial.

Urban Village Garza Sada
Monterrey. Nuevo León

Corporativos

Estado de México

Av. Conscripto #360, Paseo Hipódromo, PB, local SA002, Col. Lomas Hipódromo, Naucalpan de Juárez, C.P. 53900, Estado de México.

55 9177 0870 al 89

Monterrey

Av. Eugenio Garza Sada #3431, Urban Village Garza Sada, P1, Local SA012, Col. Arroyo Seco, C.P. 64740, Monterrey, Nuevo León.

81 8335 1641 y 41

Información Comercial

comercial@planigrupo.com

800 024 3244

Relación con Inversionistas

relacioninversionistas@planigrupo.com

55 9177 0870 Ext. 138

Redes Sociales

Volver al inicio