

Переиспользование площадей гипермаркетов

при помощи интеграции
интерьерного кластера

команда Stratify



1

2. Команда

3 4 5 6 7 8

Приложения



Илья Иванов
аналитик данных



Алексей Мамуткин
архитектор решения



София Перевалова
стратег/исследователь



Кирилл Рыжов
аналитик/дизайнер



Фёдор Сокол
финансовый аналитик

студенты второго курса
образовательной программы
Бизнес-информатика НИУ ВШЭ

Executive summary

Реализация интерьерного кластера на основе лабиринтного дизайна позволит повысить показатели по трафику ЦА и достичь бизнес целей

позиционирование

уникальный опыт покупок в атмосферных интерактивных пространствах

вовлечение молодежи за счет атмосферы, дизайна и интерактива

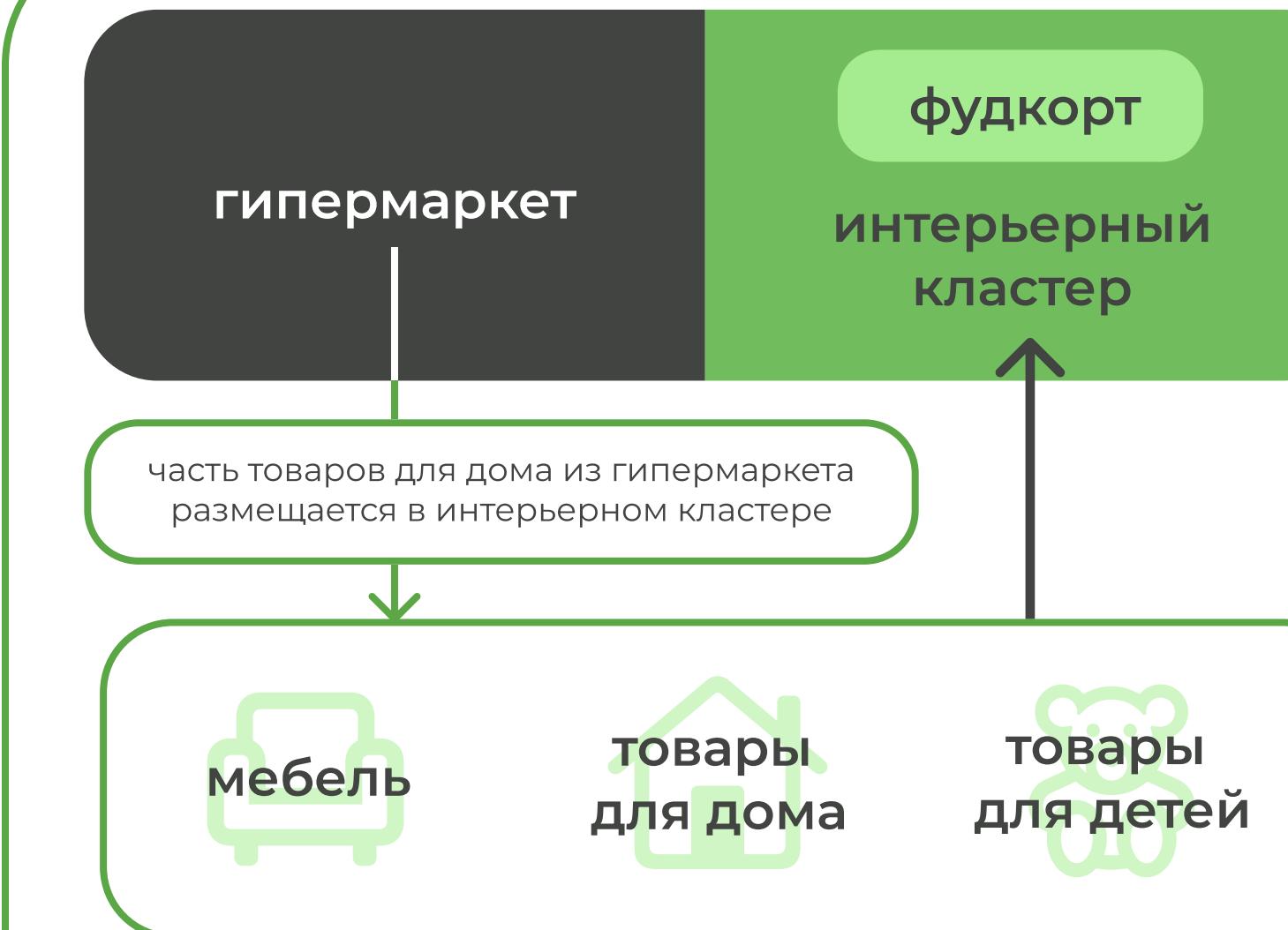
оборудованы
пространства, где
можно провести время
с семьей

вовлечение

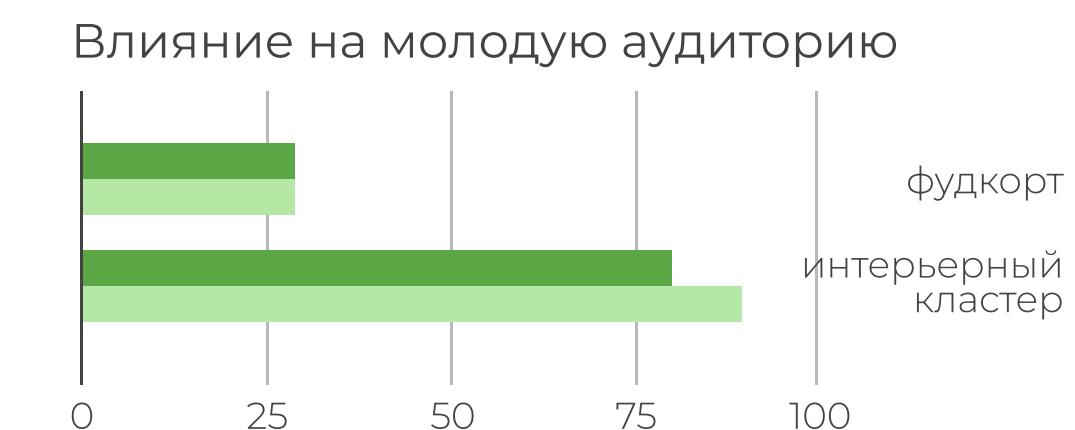
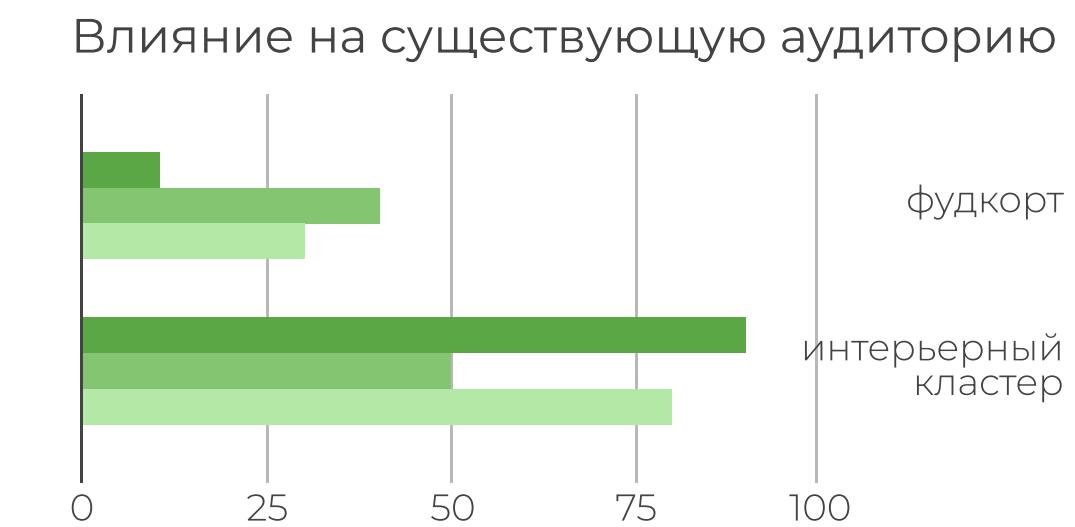
комплексное удовлетворение потребностей, возможностей
спокойного и приятного времяпровождения
в оригинальном интерьерном кластере

привлечение

Увеличение Трафика



Поставка: через стратегических партнеров
Интерьерное решение: лабиринт
Трудозатраты: команда по реализации интерьерного решения
команда по взаимодействию с партнерами



* по итогам анализа CustDev-ов

NVP за 3 года
млрд

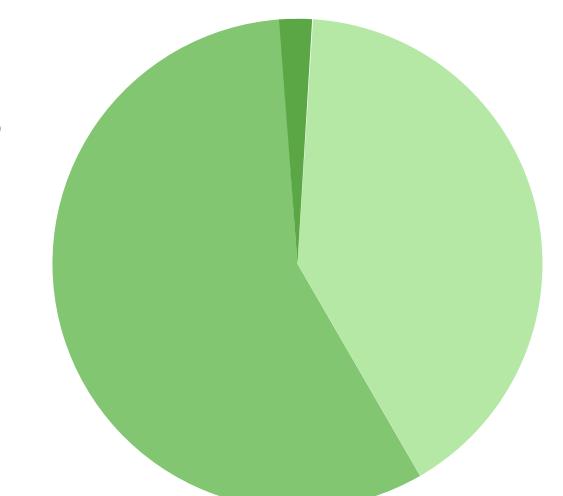
19,85

34.7% RO

37,8% Рост выручки

Структура доходов

- Фудкорт
 - Гипермаркет
 - Интерьерный к

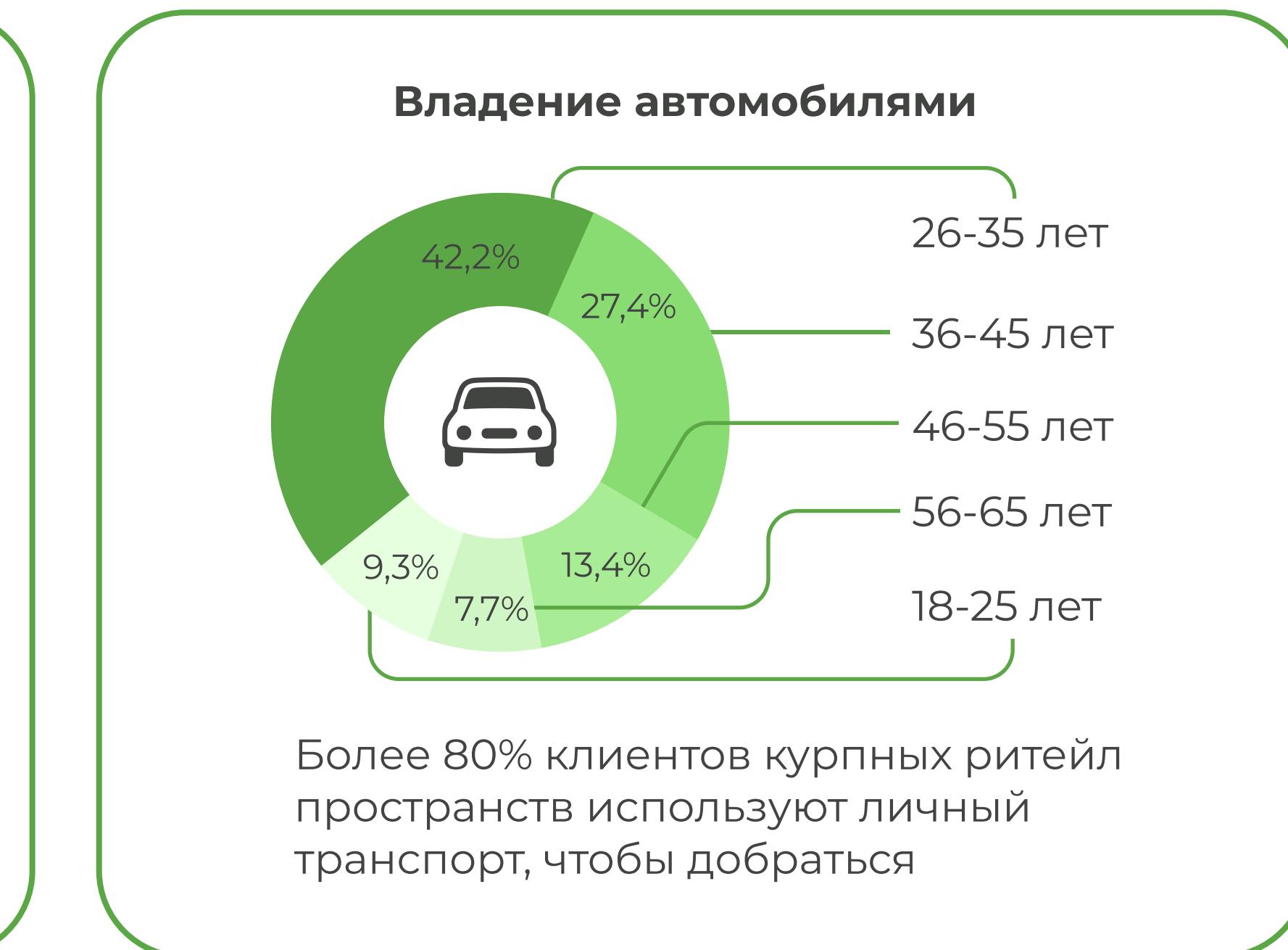


Молодежь — перспективная аудитория для наших инициатив: на 8% п.п больше людей готовых на крупные покупки.
Наблюдается смещение акцента с покупок на проведение времени и самовыражение



72% выбирают обычные магазины для крупных покупок для:

- 45%** Возможность посмотреть, пощупать товар
- 11%** Более низкие цены в сравнении с маркетплейсами
- 9%** Высокая скорость доставки
- 6%** Важна консультация продавца



Реализация магазина товаров для дома - самый оптимальный вариант увеличения выручки

Практики

 WallGreens В США открыл более 400 медицинских центров на части территорий торговых комплексов

 One Hundred Oaks Mall В США открыл стационарную и амбулаторную клинику на части территории торгового комплекса

 ТЦ Westfield's Century City в Лос-Анджелесе перепрофилировал часть своих торговых зон под концерные и фестивальные площадки



35-40 тысяч человек генерировала IKEA в выходной день

Сеть ИКЕА в ТЦ «МЕГА» стала примером того, как один сильный якорный арендатор может влиять на посещаемость ТЦ.

 на **≥30%** упал трафик из-за ухода данного крупного ритейлера

Почему занять площадь мелкими арендаторами - плохая практика в нашем случае?

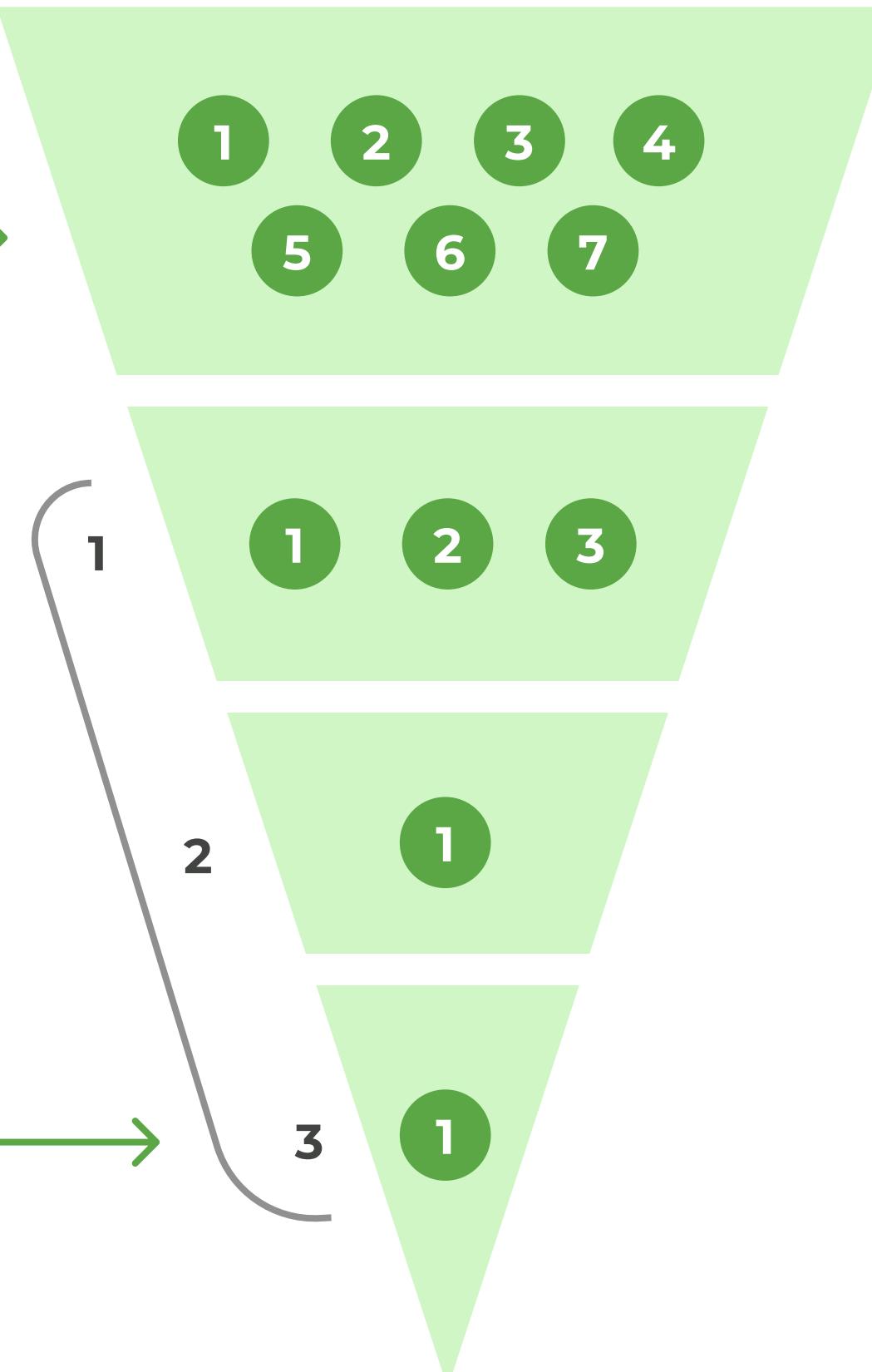
Сдача 10 000 кв.м. в аренду средним и мелким магазинам не даст достаточного прироста к КПЭ (подробнее на 8 слайде)

Инициативы:

1. Товары для дома
2. Концертная площадка
3. Стройматериалы
4. Кинотеатры
5. Склад
6. Цифровая и бытовая техника
7. Батутный центр

Требования:

1. достаточный мотиватор для поездки на окраину
2. постоянный трафик
3. привлечение нового трафика и молодой аудитории



Вывод

под требования в большей степени подходит идея пространства с **товарами для дома**

Нужен **крупный игрок**, который привлечет дополнительный трафик и обеспечит **синергию** с гипермаркетом

Интерактивное пространство, которое погружает посетителей в атмосферу реальных домашних интерьеров.

Демонстрационные макеты

Разделение маршрута на тематические зоны (спальня, кухня, рабочий кабинет, гостиная и т.д.) с примерами реальных интерьеров.



Ассортимент

Полный набор товаров для дома — от функциональной и стильной мебели до трендового декора

Для успешной реализации проекта мы будем заключать долгосрочные контракты с ведущими поставщиками по:

Мебель

Шатура-Мебель

Лазурит

Для дома

Макси-Стайл

Гала-Центр

Для детей

Счастливое Детство

Нанодетство

Проектирование по принципу лабиринта



Частые повороты и неожиданные развлечки удерживают интерес, стимулируя дополнительные покупки.

Особенности мерчендайзинга:

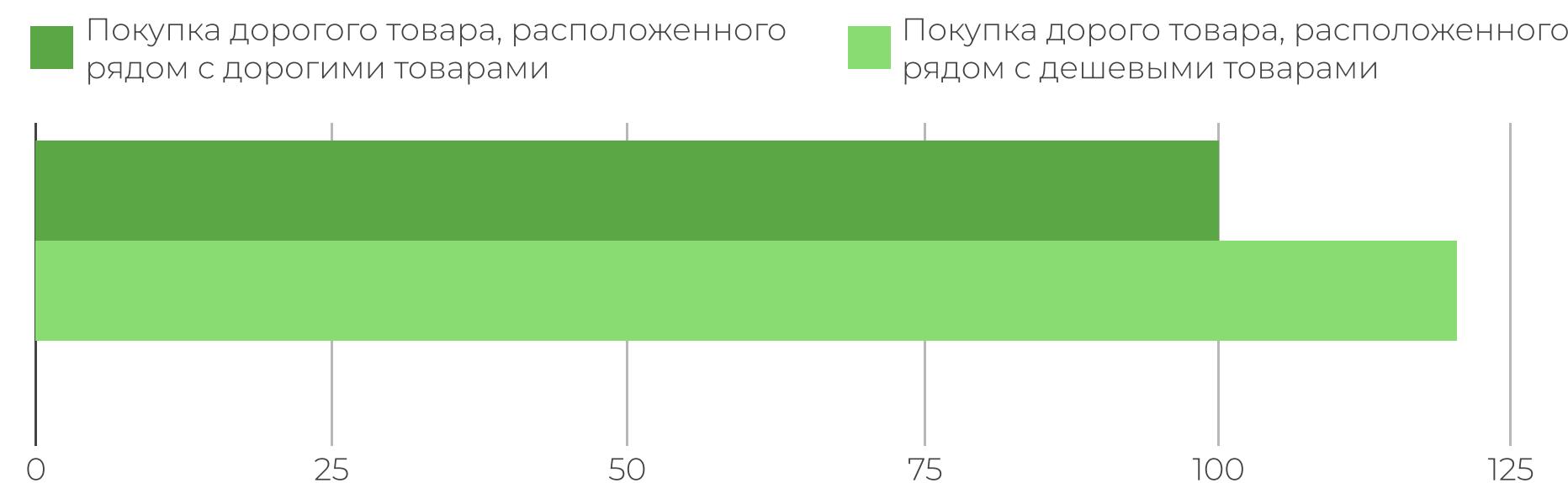
Эффект “Небольшой покупки”

Часть товаров в интерьерном кластере будет **из того же ассортимента гипермаркета**, под них будут открыты **специальные небольшие секции**.

Недорогие, но полезные вещи — как ароматные свечи или вешалки — которые легко добавить в корзину.

Это создаст эффект «небольшой покупки» и повысит шанс, что посетители не уйдут с пустыми руками и купят больше.

Продажи дорогих товаров в зависимости от ценовой категории соседних



на **20%** добавление дешевых товаров вблизи более дорогих увеличивает продажи последних

Кафе-зона

Собственный цикл приготовления:

- горячий и холодный цех
- Отдел кофейни

Полный ассортимент:



Основные
блюда

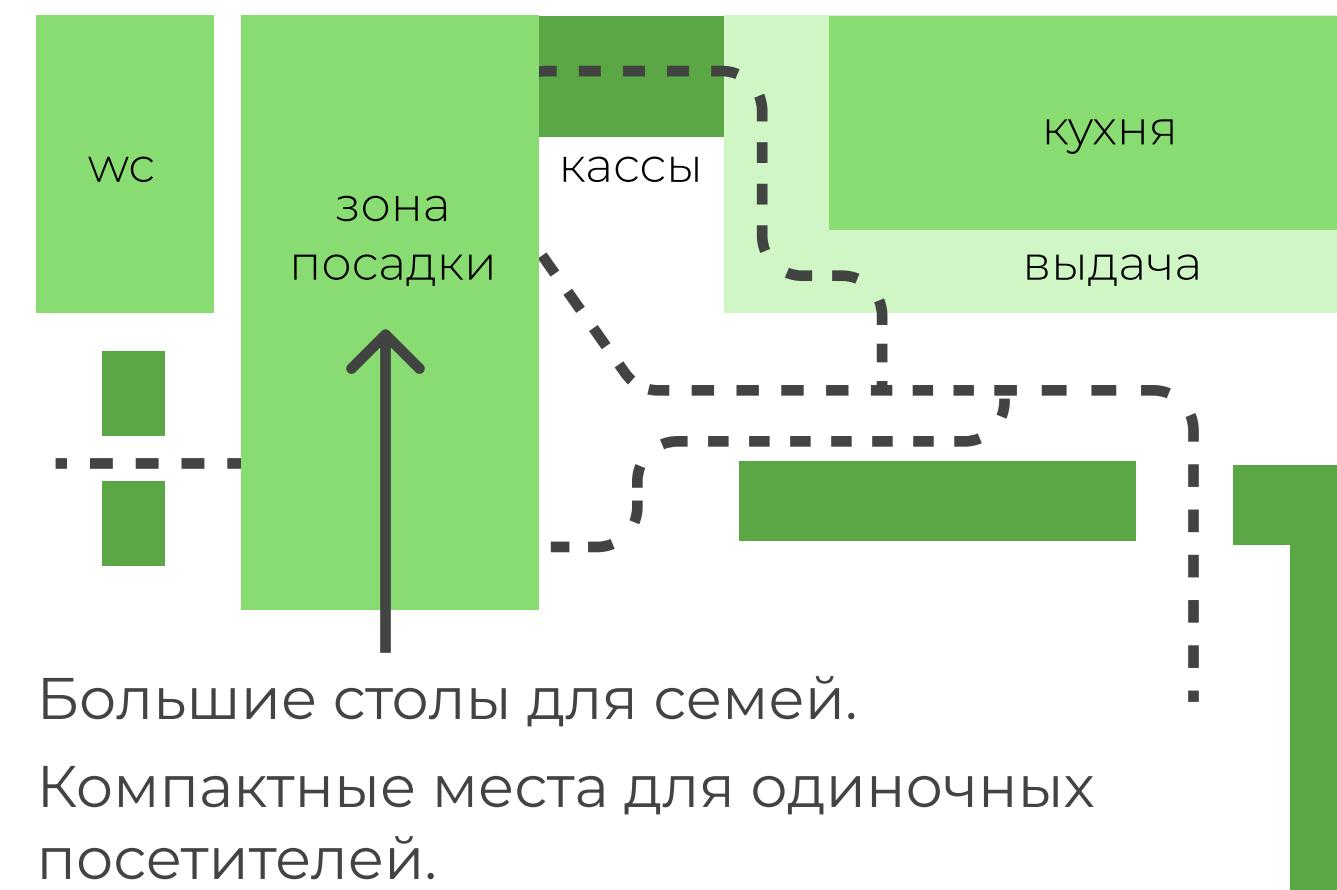


Легкие закуски и
десерты



Напитки

Организация интегрированного в лабиринтный дизайн пространства



Региональные особенности

Так как мы предлагаем готовые пространства, то важно следить за особенностями планировки в каждом регионе и выстраивать соответствующую планировку квартир региона архитектуру внутри интерьерного кластера



Также стоит учесть:

- потребительские предпочтения
- конкуренцию на местном рынке
- локацию

Инвестиция в реализацию предложенной инициативы в размере **6.7 млрд руб** на протяжении **3 лет** приведет к росту выручки на **32.5%** и возврату инвестиций в **34.9%**

Основные финансовые показатели

NVP за 3 года,
млрд

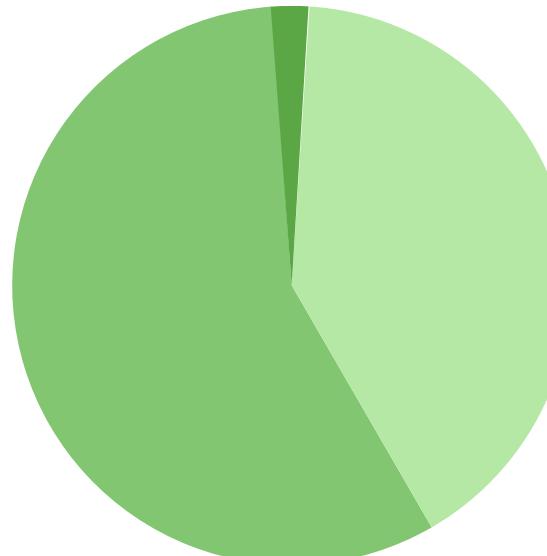
19,85

34,7% ROI

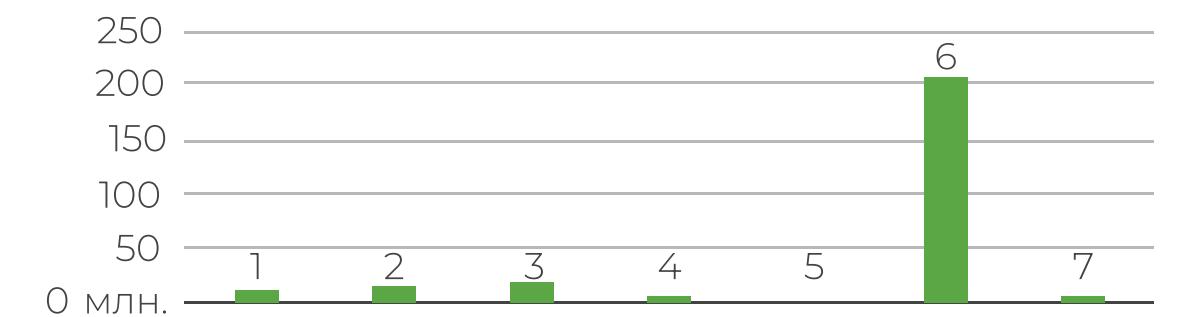
37,8% Рост
выручки

Структура доходов

- Фудкорт
- Гипермаркет
- Интерьерный к.



Структура CAPEX



Влияние на показатели торговой площади гипермаркета

Ожидаемый прирост посещаемости:

8899,00

Текущая средняя дневная
посещаемость гипермаркета

10844,58

+22%

Новая средняя дневная
посещаемость

Рост посещаемости
гипермаркета

31%

Конверсия посетителей новой торговой
площади в посетителей гипермаркета

+15%

Ожидаемый прирост
молодёжи

Структура OPEX



Источники информации:

Д.Томилин в интервью для Forbes, М.Малахатько в интервью для Forbes <https://www.forbes.ru/biznes/503040-priklucenia-svedov-v-rossii-kakim-byl-25-letnij-put-ikea-i-kak-on-zaversilsa>

Мелкие и средние арендаторы

<https://www.vedomosti.ru/forum/riteil22/columns/2022/04/19/918716-strategii-transformatsii-ekonomiki>

Медицинские центры профилактических и оздоровительных направлений

<https://www.vedomosti.ru/forum/riteil22/columns/2022/04/19/918716-strategii-transformatsii>

Медицинские центры амбулаторного и стационарного направления

<https://www.vedomosti.ru/forum/riteil22/columns/2022/04/19/918716-strategii-transformatsii>

Концертные и фестивальные площадки - <https://www.vedomosti.ru/forum/riteil22/columns/2022/04/19/918716-strategii-transformatsii>

Даксторы - <https://www.vedomosti.ru/forum/rtej/22/columns/2022/04/19/918716-strateqii-transformatsii>

Рынок недвижимости подмосковья - <https://pfaqgroup.ru/analiticheskiv-tsentr/obzory>

Рынок недвижимости Владивостока - https://industry-r.ru/news/news_post/obzor-rynka-nezhilyh-pomeshchenii-za-1-kyartal-2023-goda

Прогноз роста объема DIY-рынка, Драйверы роста рынка, Медианная цена товаров для строительства и ремонта - <https://www.sostav.ru/publication/rynok-tovarov-dlya-domov-71347.html>

Доля онлайн-продаж в сегменте B2C на рынке строительных материалов - https://secrets.tinkoff.ru/trendy/rynok-stroimaterialov-v-2024-qodu/?internal_source=copypaste

Аналитика проходимости трафика торговых помещений - <https://statpad.ru/>

Как привлекать покупателей в торговый центр и увеличить поток людей - <https://pro-datl.ru/tpost/xatena0ys1-kak-privlekat-pokupatelei-v-torgovij-tse>

Как гипермаркет может привлекать покупателей в торговли центр и удерживать их https://forpromote.ru/stati/kakie-marketingovye-khody-ispolzuet-gipermarket-dlya-privlecheniya-pokupateley

Местомер Ваш город — геомаркетинг, геоаналитика, проходимость - <https://mestomer.com>

Как рассчитать трафик магазина - <https://moscow.b2bdom.ru/blog/ocenka-trafika-torgovoi-tochki>

Аналитические отчёты о посещаемости торговых центров и поведении покупателей - <https://arc.net/l/quote/caordzkr>

NielsenIQ: Поведение потребителей и аналитика - <https://nielseniq.com/global/ru/solutions/consumer-behavior-and-insights>

Сорумате: Поведение потребителей – анализ мотивов покупок и предпочтений клиентов - <https://sorumatte.app/ru/blog/motivs-pokupok>

Соответствующий раздел мотивов покутик и предложеный в книге

%D0%BD%D0%BB%D0%B8%D0%B7-%D0%BC%D0%BE%D1%82%D0%B8%D0%B2/

РБК Тренды: Без ошибок, очередей и карт – что ждёт покупателей в магазинах будущего - <https://arc.net/l/quote/qbzhpqhz>

Какие факторы влияют на покупательское поведение и решение о покупке - <https://www.telphir.ru>

Потребительское поведение: анализ покупательских решений потребителей - <https://yasno.mobi/blog/povedenie-potrebitelei>

Взаимоотношения потребителей на мебельном рынке и их анализ -<https://scienceforum.ru/2013/article/2013004762>

Анализ потребительских предпочтений в области дизайна интерьера - <https://moluch.ru/archive/363/81294>

Анализ потребительских предпочтений в области дизайна интерьера - <https://moluch.ru/archive/363/81294>

Как привлекать покупателей в торговый центр и увеличить поток людей - <https://www.telphin.ru/about-company/blog/recommendations/povedenie-potrebitelei-kak-analizirovat-predlozheniya-v-sobstvennyy-interver>

CustDev:



<https://docs.google.com/document/d/14yMwJOFZBj7spehyyT3SLthShTl1xIU3-c2SGGVEYO8/edit?usp=sharing>

Финансовая модель:



https://docs.google.com/spreadsheets/d/1ZSIQuP3_4nsXwpl-Gr9QC2qM1bacneYwP8Wy7HYLa7Y/edit?usp=sharing

Приложения