

Выпуск №5 | октябрь 2022

ДАЙДЖЕСТ РЫНКА КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

Казахстана и стран СНГ



TSPM.

КОМПАНИЯ ПО ОЦЕНКЕ, АНАЛИЗУ И УПРАВЛЕНИЮ
КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТЬЮ

Миссия TSPM. : формирование современной, эффективной и прозрачной экосистемы
управления объектами коммерческой недвижимости

ОБРАЩЕНИЕ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА TSPM.



Уважаемые коллеги!

Подведем итоги прошедшего квартала.

Этот выпуск готовился еще до наступления трагических военных событий по всему миру, однако, несмотря на внешнюю нестабильность обстановки, рынок Казахстана стремится консолидироваться, многие иностранные игроки продолжают заходить в республику с крупными проектами.

Значимым событием периода стал Международный Property & Facility Management Forum, организованный 24 сентября в Алматы Kazakhstan Networking Partners.

На форуме присутствовали гости из Украины и России, а также был создан телемост с руководством FIABCI, Международной федерации недвижимости. Впервые сразу шесть выпускников из Казахстана получили дипломы CPM (certified property managers) при содействии этой организации.

Официальными партнерами форума выступили Mercury Properties, TSPM., Eurotherm.kz, Retail Space KZ, Lynks Property Management, Marden Property, Capital Invest Construction, "Керуен", Property Management Group.

В залах и на секциях обсуждались вопросы экологичности бизнеса, зеленого строительства, девелопмента нового формата, маркетинга и коммуникаций, кадровые вопросы на рынке коммерческой недвижимости. Специалисты TSPM. презентовали экспериментальный кейс с видеообзором состояния ТРЦ Aqtobe Mall и рекомендациями по tenant-mix, планировочным решениям, маркетинговому сопровождению объекта и проекту кинотеатра.

В секции о маркетинге и коммуникациях наряду с современными данными о потребительском поведении, эффективными технологиями продаж и новыми концептами отелей, сотрудниками TSPM. были представлены кейсы успешной работы с негативом в медиаполе и двухконтурными коммуникациями в ТРЦ.

Подобные отраслевые мероприятия привлекают интерес не только отечественных игроков, но и зарубежных профессионалов. На волне всеобщего энтузиазма в ходе форума подписывались громкие сделки о слияниях компаний.

Организатор форума Алия Серикпаева анонсировала проведение MAPIC Central Asia в Казахстане под патронажем Kazakhstan Networking Partners. Так что нас ждут благоприятные перемены!

Если говорить о других важных событиях, 30 сентября в Алматы открылась сеть супермаркетов нидерландской компании SPAR. Компания предоставила лицензию на управление брендом в Казахстане ТОО «СКИФ Трейд», который владеет сетью магазинов Small. Ещё одно важное событие - открытие в Алматы второго молла «Апорт» площадью 120.000 кв.м., единственного за последние 5 лет в Казахстане. Подробнее читайте в материалах дайджеста.

Мы по-прежнему рады сотрудничеству и ждем ваши предложения на адрес digest@tspm.kz. Вы также можете связаться с главным редактором Милой Ткаченко по телефону +7 701 400 33 93.

*Желаю вам приятного чтения,
С уважением,
Алексей Хегай*

ВЕСНОЙ 2023 ГОДА НА ВОСТОКЕ АЛМАТЫ БУДЕТ ЗАПУЩЕН ВТОРОЙ LIFESTYLE МОЛЛ «АПОРТ»

Молл «Апорт East» – это уникальная для центральноазиатского девелопмента концепция lifestyle молла.

Согласно анализу рынка, больше половины товарооборота Казахстана проходит в Алматы, две трети из которого через неорганизованные форматы торговли и в Алматинской агломерации имеется неудовлетворительный спрос на современные ритейл-проекты.

В связи с этим, согласно своей стратегии развития ГК Eurasia RED в течение 15 лет реализует свои первые в Казахстане крупные lifestyle моллы сети «Апорт» на западе и востоке Алматы.



Первый молл «Апорт» на западе Алматы был открыт в 2009, прошёл три стадии расширения, достиг 200.000 кв.м и 300 арендаторов, из которых 75 международных брендов впервые в Казахстане и Алмате открылись именно здесь, стал локомотивом развития Алматинской агломерации, где создано свыше 5.000 рабочих мест, а вокруг которого строится свыше 1 млн квм жилья ведущими застройщиками страны, был признан лучшим проектом Казахстана по версии International Property Awards и более 1 млн. гостей посещают молл «Апорт» ежемесячно, а за 13 лет проект посетило свыше 100 млн. гостей.





Дмитрий Александрович Ревин, Председатель Союза девелоперов торговой недвижимости Республики Казахстан, совладелец моллов «Апорт», ГК Eurasia RED:

«Весной 2023 года при финансовой поддержке банка Halyk будет запущен наш второй lifestyle – молл - «Апорт East» площадью 120 тысяч кв. м, над осуществлением которого наша команда работает уже свыше 10 лет.

Для реализации проекта были приглашены международные компании Colliers и MB Architects с большим опытом работы в Центральной Азии. Проект строится при поддержке акимата Алматы и фонда DAMU.

Все наши якорные арендаторы первого молла «Апорт» уже подписали договора аренды по открытию в нашем втором молле «Апорт East» под флагманские форматы таких брендов, как: LCW, Kari, DeFacto, Flo, Sulpak, Technodom, Alser, Funky Planet, Magnum, «Апорт Food Mall» и т. д. Впервые в Казахстане планируется открытие брендов Xside, Instreet и др. В строящемся молле будет расположен самый масштабный кинотеатр в Казахстане – Kinoplexx 16 IMAX Halyk Bank с 16 залами, включая зал IMAX, экран которого станет самым большим в СНГ. Также в новом молле планируется запуск аквапарка со спа-центром площадью 25 тыс. кв. м. с разнообразием бассейнов и водных аттракционов для всей семьи».

По словам управляющего молла «Апорт» Тимура Маратовича Мухамеджанова, в строящемся молле будет сохранен формат lifestyle. Lifestyle-концепция семейного отдыха подразумевает следующее распределение площадей: 35% площадей проекта отдано под «умный отдых», 50% - под торговые площади и 15% - под времяпрепровождение, рестораны и услуги, с большой «зеленой» пешеходной зоной и парком активных развлечений.

Для посетителей молла будет предоставлен уникальный выбор магазинов из числа ведущих отечественных и мировых брендов одежды, обуви, косметики, бытовой техники и электроники, а гостям «Апорт East» будет доступна бесплатная парковка на 2500 паркомест. В «Апорт East» откроется новая концепция развлекательного парка Funky Planet - уникальная для рынка Казахстана. С нетерпением ждем открытия!



По материалам пресс-службы «Апорт» молл.



КОКО

Магазин корейской косметики.

Вид коммерческой деятельности: магазин корейской косметики

Место открытия: ТРЦ Mega Park, г. Алматы

Дата открытия: 12 июля 2022 г.

Источник: представительство ТРЦ



BILLION.CO

Мужской магазин одежды, обуви и аксессуаров.

Вид коммерческой деятельности: магазин мужской одежды

Место открытия: ТРЦ MEGA Alma-Ata, г. Алматы

Дата открытия: 23 августа 2022 г.

Источник: представительство ТРЦ

M. Manzonei

M.MANZONI

Мужской магазин одежды, обуви и аксессуаров.

Вид коммерческой деятельности: магазин мужской одежды

Место открытия: ТРЦ Mega Silk Way, г. Нур-Султан

Дата открытия: 28 августа 2022 г.

Источник: представительство ТРЦ

SAMIDEL'

made with love

SAMIDEL

Казахстанский бренд женской одежды и аксессуаров.

Вид коммерческой деятельности: казахстанский бренд женской одежды и аксессуаров

Место открытия: ТРЦ MEGA Alma-Ata, г. Алматы

Дата открытия: 31 августа 2022 г.

Источник: представительство ТРЦ

saladbar

SALADBAR

Казахстанский бренд ресторан быстрого питания салаты, боулы.

Вид коммерческой деятельности: салаты, боулы, супы

Место открытия: ТРЦ MEGA Alma-Ata, г. Алматы

Дата открытия: 1 сентября 2022 г.

Источник: представительство ТРЦ

KÉDDO®

KEDDO

Британский бренд качественной мужской, женской и детской обуви.

Вид коммерческой деятельности: магазин обуви

Место открытия: ТРЦ Mega Park, г. Алматы

Дата открытия: 2 сентября 2022 г.

Источник: представительство ТРЦ



MAX PLOV CENTER

Плов-центр, фаст-фуд.

Вид коммерческой деятельности: фаст-фуд
Место открытия: ТРЦ MEGA Alma-Ata, г. Алматы
Дата открытия: 7 сентября 2022 г.
Источник: представительство ТРЦ



KIDS CORP.

Магазин детской одежды.

Вид коммерческой деятельности: магазин детской одежды
Место открытия: ТРЦ MEGA Alma-Ata, г. Алматы
Дата открытия: 8 сентября 2022 г.
Источник: представительство ТРЦ

iPoint.kz



IPOINT

Магазин электроники.

Вид коммерческой деятельности: магазин электроники
Место открытия: ТРЦ MEGA Alma-Ata, г. Алматы
Примерная дата открытия: ноябрь 2022 г.
Источник: представительство ТРЦ

MARELLA

MARELLA

Итальянской бренд женской одежды.

Вид коммерческой деятельности: магазин женской одежды

Место открытия: ТРЦ MEGA Alma-Ata, г. Алматы

Примерная дата открытия: октябрь 2022 г.

Источник: представительство ТРЦ



HALAL SLICE

Кафе быстрого питания, халяльная пиццерия.

Вид коммерческой деятельности: фаст-фуд

Место открытия: ТРЦ MEGA Alma-Ata, г. Алматы

Дата открытия: сентябрь 2022 г.

Источник: представительство ТРЦ



SHOQ DONER

Кафе быстрого питания донер.

Вид коммерческой деятельности: фаст-фуд

Место открытия: ТРЦ MEGA Alma-Ata, г. Алматы

Дата открытия: сентябрь 2022 г.

Источник: представительство ТРЦ

**ЭМИНА ПОНЯТОВА**

Специалист в области ассортиментного планирования, аналитики и категорийного менеджмента.

Опыт работы в fashion-индустрии: более 14 лет.

Байер и категорийный менеджер (бренды Replay, Pepe Jeans, Hugo Boss, Armani Collezioni, Stefanel, Missoni);
Руководитель аналитического отдела - «ЦентрОбувь» и Modis;
Автор и спикер на курсах в школах SkillBox;
Fashion Factory и Fashion Advisers, консультант и онлайн-коуч.

ВИЗУАЛЬНЫЙ МЕРЧАНДАЙЗИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПРОДАЖ

Каждый бизнесмен заинтересован в увеличении продаж и находится в постоянном поиске эффективного инструмента стимулирования продаж. Наиболее распространенными являются такие инструменты, как стратегия рекламы и ценообразование.

Однако сейчас активно используют такой инструмент, как визуальный мерчандайзинг (ВМ).

ВМ создает в магазине определенную атмосферу, стимулируя интерес и привлекая клиентов, и является маркетинговой технологией, с целью увеличения продаж.

КЛЮЧЕВЫМИ ЗАДАЧАМИ ВМ ЯВЛЯЮТСЯ:

- создание концепции ВМ и ее внедрение, расчет вместимости торгового оборудования, планограмма торгового зала, обучение персонала ВМ.
- контроль эффективного товародвижения для своевременного пополнения товара в зале по актуальности и сезонности, контроль потока движения покупателей по торговому залу, разработка POS материалов, методов и механизмов продвижения товара.

По сути ВМ – это часть маркетинга, которая позволяет планировать визуализацию ассортимента в зале, помогает в расчете вместимости торгового оборудования и стимулирует продажи путем применения принципов ВМ.

Первый и самый правильный этап использования ВМ – это этап создания планограммы магазина.

ВМ используется для создания атмосферы (включая цвет, освещение, пространство, информацию о продукции, сенсорную информацию (например, запах, осязание, и звук), обустройства входной зоны, навигации в торговом зале.

При оформлении торгового зала и расстановке торгового оборудования нужно учитывать особенности поведения целевой аудитории. Цель правильной и эффективной планограммы - это попытка убедить клиента пройти по всему магазину, оценить весь товар, привыкнуть к стандартной презентации ассортимента и, наконец, совершить покупку. Для определения планировки торгового зала следует учесть профиль, размеры и место расположения магазина. Планировка магазина зависит от количества и размещения торговых зон.

При планировке помещения следует учесть следующие факторы:

- Удобство в работе персонала.
- Комфорт для покупателей в процессе движения по торговому залу и при рассмотрении ассортимента.
- Отличительные качества товара и его свойства, которые могут привлечь покупателей;
- Рентабельность продаж.
- Возможность избежать кражи.



**ВМ – ЭТО ЭФФЕКТИВНЫЕ ДИЗАЙНЕРСКИЕ ИДЕИ ДЛЯ УВЕЛИЧЕНИЯ ПРОДАЖ
И ВХОДЯЩЕГО ТРАФИКА ЗА СЧЕТ ГРАМОТНОГО ОФОРМЛЕНИЯ ВИТРИНЫ И ВХОДЯЩЕЙ ЗОНЫ.**



Обычно покупатели начинают обход по торговому залу с правого угла и движутся по залу в направлении против часовой стрелки. Основываясь на данном факте, строится маршрут движения и расстановка торгового оборудования в зале:

-Правая сторона и входная зона – самый сезонный и актуальный ассортимент – цель выкладки - привлечь клиента в магазин.

-Задняя стена в глубине торгового зала – товары первой значимости (принцип размещения вынуждает покупателя пройти через весь зал, тем самым, совершить незапланированные покупки)

-Левая сторона зала – завершающая стадия движения по залу – обычно товары базовые и повседневного спроса – импульсные покупки.

Отдельно следует отметить зону витрины и прикассовую зону.



ВИТРИНА – ЭТО ИМИДЖЕВАЯ ЧАСТЬ МАГАЗИНА, ЦЕЛЬ ПРЕЗЕНТАЦИИ ТОВАРА НА ВИТРИНЕ – ЗАЯВИТЬ О СВОЕМ КОНЦЕПТЕ, ОБ АССОРТИМЕНТЕ И УРОВНЕ ЦЕН.



Выбор ассортимента для витрин – стратегически важный момент.



ПРИКАССОВАЯ ЗОНА – ПРЕЗЕНТАЦИЯ ТОВАРА ДЛЯ ИМПУЛЬСНЫХ ПРОДАЖ И ПРОДАЖ СОПУТСТВУЮЩЕГО АССОРТИМЕНТА, КЛИЕНТ ВО ВРЕМЯ ОФОРМЛЕНИЯ ПОКУПКИ МОЖЕТ ОЗНАКОМИТЬСЯ С ДОПОЛНИТЕЛЬНЫМ АССОРТИМЕНТОМ.



Угловые части товарного зала являются проблемными и сложными для привлечения покупателей и поэтому в такие «холодные» зоны часто выкладывают товары устойчивого спроса.

При рассмотрении работы ВМ необходимо задать следующие вопросы:

- Есть ли планограмма магазина?
- Какова вместимость торгового оборудования?
- Имеются ли отчеты по эффективности использования видов торгового оборудования?
- Участвует ли ВМ в оценке результатов продаж внутри сезона?
- Задействован ли ВМ в формировании капсульности и трейд-маркетинге?
- При отрицательном ответе хотя бы на один из поставленных вопросов, вам необходим коммерческий ВМ.
- Важно при открытии магазина планировать зоны и виды торгового оборудования, планировать потоки трафика, зону примерочных и кассовый узел.
- Необходимо иметь планограмму по видам торгового оборудования для планирования закупок и управления ассортиментом внутри сезона.
- Вся отчетность должна иметь привязку к категориям и видам торгового оборудования для анализа эффективности.

Если мы после открытия не будем отслеживать темпы продаж и вместимость торгового оборудования, то мы не сможем оперативно внести правки и скорректировать данные.

Уже на этапе открытия товарный запас рассчитывается на основании вместимости и коэффициента отдачи с квадратного метра.

Имея вводные данные, возможно рассчитать товарный запас.

1. Площадь магазина
2. Ставка аренды

РАСЧЕТ ТОВАРНОГО ЗАПАСА

Площадь магазина	150 м2
Аренда за 1 м2; \$	1 000 \$
Коэффициент соотношения продаж к аренде	4
Отдача с 1 м2 в год в \$	4 000 \$
Продажи в год итого в \$	600 000 \$

Рассмотрим несколько вариантов планограмм:



Как мы видим из примеров, не важно в какой программе готовить планограмму, необходимо учесть ключевые моменты:

- витрина
- входная зона
- кассовый блок
- примерочные
- маршрут движения
- горячие зоны
- холодные зоны
- виды торгового оборудования и их вместимость.

Далее после расчёта товарного запаса мы закупаем первую коллекцию и отслеживаем темпы продаж по категориям и товарным группам. На основании статистики продаж, остатков, процента реализации и коэффициента эффективности использования торгового оборудования за сезон мы перераспределяем бюджет и формируем задание к закупке.

ВМ необходим не только при открытии магазина, когда мы рассчитываем товарный запас, но и внутри сезона, когда мы ротируем товар внутри зала на основании отчетов по продажам.



КОММЕРЧЕСКИЙ ВМ – ЭТО ИНСТРУМЕНТ ПЛАНИРОВАНИЯ ОПТИМАЛЬНОГО ЗАПАСА И ИНСТРУМЕНТ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПРОДАЖ ВНУТРИ СЕЗОНА.



Стимулирование продаж внутри сезона происходит на основании отчетов по продажам и остаткам и отчета по хитам и аутсайдерам.

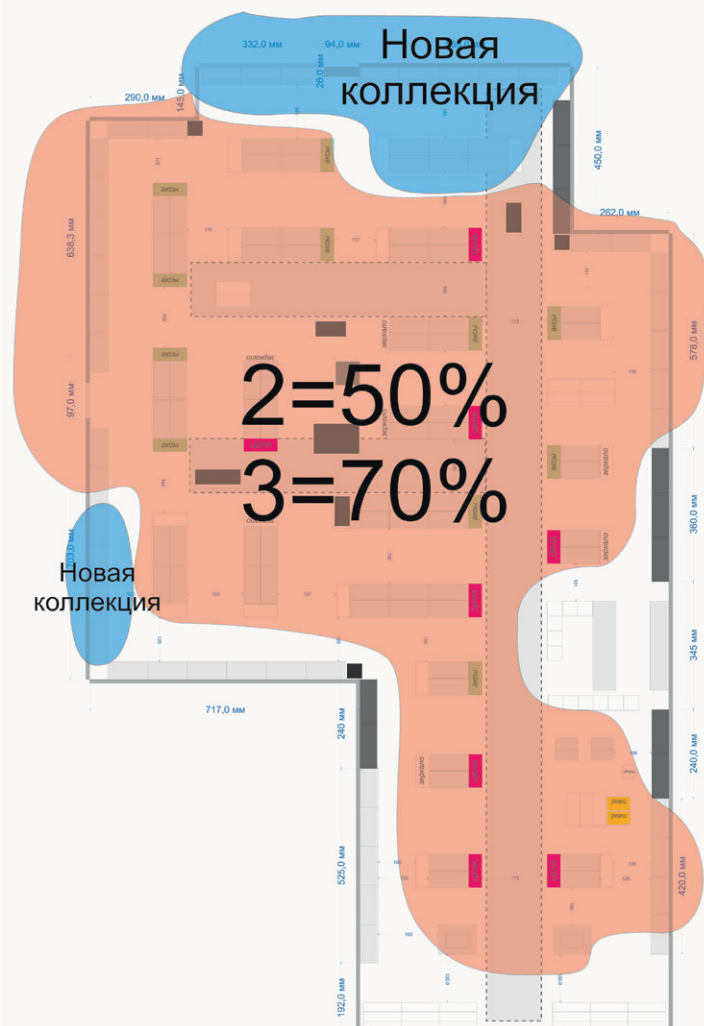
ЦЕЛЬ КОММЕРЧЕСКОГО ВМ – ОПТИМАЛЬНО ПРЕЗЕНТОВАТЬ АУТСАЙДЕРОВ НА ТОПОВЫХ ПОЗИЦИЯХ В МИКСЕ С ХИТАМИ ДЛЯ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПРОДАЖ.

То есть, ВМ еженедельно наравне с категорийным менеджментом отслеживает продажи и остатки, выявляет хиты и аутсайдеров продаж. И только на основании отчетности ВМ формирует рекомендации к выкладке и смене витрин, ротации товара внутри зала и рекомендации по POS- материалам.

Резюмируя, хочу отметить, что важность в отчетности в работе визуального мерчендайзинга диктует новое направление – коммерческий ВМ.

Именно коммерческий ВМ отвечает не только за презентацию товара в зале, но и за коммерческие показатели, такие как выручка с квадратного метра и маржа с квадратного метра. Уверена, что этот инструмент станет оптимальным в управлении ассортиментом.

Планограмма Дмитровка 31.01



POS материалы New Collection

A4.

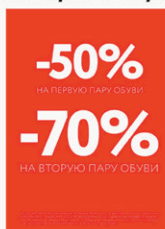


Вставки в ценникодержатели



POS материалы Акция

Банеры в Торг Зал



A4.



Вставки в ценникодержатели





DODO PIZZA

Международная сеть пиццерий.

Вид коммерческой деятельности: фаст-фуд
Место открытия: ТРЦ Mega Park, г. Алматы,
ТРЦ Mega Silk Way, г. Нур-Султан
Примерная дата открытия: октябрь 2022 г.
Источник: представительство ТРЦ



OKAIDI

Французский бренд магазин детской одежды.

Вид коммерческой деятельности: магазин детской одежды
Место открытия: ТРЦ MEGA Alma-Ata, г. Алматы
Примерная дата открытия: октябрь 2022 г.
Источник: представительство ТРЦ



WOK POINT

Кафе быстрого питания Вок.

Вид коммерческой деятельности: фаст-фуд
Место открытия: ТРЦ MEGA Alma-Ata, г. Алматы
Примерная дата открытия: октябрь 2022 г.
Источник: представительство ТРЦ

ALL OFF BURGER

BY ALIBEKOV

ALIBEKOFF STORE

Кафе быстрого питания, бургерная.

Вид коммерческой деятельности: фаст-фуд
Место открытия: ТРЦ Mega Silk Way, г. Нур-Султан
Примерная дата открытия: октябрь 2022 г.
Источник: представительство ТРЦ



PODIUM KASS

Магазин женской одежды.

Вид коммерческой деятельности: магазин женской одежды
Место открытия: ТРЦ Mega Silk Way, г. Нур-Султан
Примерная дата открытия: октябрь 2022 г.
Источник: представительство ТРЦ



BALOO ACTIVITY PARK

Вид коммерческой деятельности: детский парк
Место открытия: ТРЦ Turan mall, г. Туркестан
Примерная дата открытия: 23 октября 2022 г.
Источник: представительство ТРЦ/ТЦ



PRIME CINEMA

Вид коммерческой деятельности: кинотеатр
Место открытия: ТРЦ Tugan mall, г. Туркестан
Дата открытия: 23 октября 2022 г.
Источник: представительство ТРЦ/ТЦ



MAGNUM SUPER

Вид коммерческой деятельности: супермаркет
Место открытия: ТРЦ Tugan mall, г. Туркестан
Дата открытия: 23 октября 2022 г.
Источник: представительство ТРЦ/ТЦ



SULPAK

Вид коммерческой деятельности: магазин электроники
Место открытия: ТРЦ Tugan mall, г. Туркестан
Дата открытия: 23 октября 2022 г.
Источник: представительство ТРЦ/ТЦ



ZEBRA COFFEE

Вид коммерческой деятельности: кофейня
Место открытия: ТРЦ Tugan mall, г. Туркестан
Дата открытия: 23 октября 2022 г.
Источник: представительство ТРЦ/ТЦ



JOPS OPTIC

Вид коммерческой деятельности: магазин оптики
Место открытия: ТРЦ Tugan mall, г. Туркестан
Дата открытия: 23 октября 2022 г.
Источник: представительство ТРЦ/ТЦ



FREEDOM MOBILE

Вид коммерческой деятельности: магазин электроники
Место открытия: ТРЦ Tugan mall, г. Туркестан
Дата открытия: 23 октября 2022 г.
Источник: представительство ТРЦ/ТЦ

**НАДЕЖДА ФОМИНА (БАДЕР-БАЕР)**

Эксперт в стратегическом маркетинге и ритейл маркетинге с более чем 25-ти летним опытом.

Действующий член Всеукраинской Рекламной Коалиции, постоянный член жюри Effie Awards Ukraine.

Board member в Ukrainian Marketing Forum

Автор статей по маркетингу, диджитал маркетингу и омниканальным стратегиям.

Кандидат физико-математических наук.

Работала с брендами «Техномарт» (Узбекистан), «Дом Комфорт» (Казахстан), «Цитрус» (Украина), «Prostor» (Украина), Unilever Ukraine, DDB Ukraine.

КАК ПРЕДСКАЗАТЬ БУДУЩЕЕ: ТРЕНДЫ В РИТЕЙЛЕ 2023

Ритейл одна из самых развивающихся отраслей, которая за последние годы показывала стабильный рост, но в 2022 году столкнулась с рядом факторов, которые оказали на нее значительное влияние.

Наиболее тяжелые испытания на прочность и, в буквальном смысле слова, выживание, в этом году выпали на украинский ритейл. Традиционный лидер инновациях, ассортименте, форматах и технологиях, украинский ритейл-бизнес был вынужден адаптироваться к условиям работы во время войны, преодолевая проблемы разрывов логистических цепочек, оттока клиентов, вынужденных покинуть страну, и изменений связанных с внутренней миграцией населения.

Украинские продуктовые ритейл-сети реагировали на изменение военной ситуации моментально, обновляя список работающих магазинов ежедневно. В первые месяцы с начала вторжения в большинстве сетей были отменены все промоакции, а из-за перебоев с поставками товаров был серьезно пересмотрен ассортимент. Практически всем ритейлерам пришлось сократить количество магазинов – одна из крупнейших продуктовых сетей «Сельпо» закрыла 20% своих магазинов.

За минувшие 8 месяцев украинский ритейл получил уникальный опыт управления бизнесом под сиренами. Сегодня бизнес восстанавливается и не только возобновляет работу торговых точек на освобожденных территориях, но и открывает новые.

В Казахстане январь – март 2022 года оказались тревожными - упали обороты в рознице, как следствие январских событий и высокой инфляции, казахстанцы начали переходить на сберегательную модель поведения. С апреля ситуация начала выравниваться, потребительские настроения улучшились; при этом вследствие санкций, введенных в отношении России, Казахстан столкнулся с логистическими сложностями, проблемами с поставками, товарным дефицитом и ростом цен у российских поставщиков. Поэтому ключевой задачей ритейлеров в 2022 году стало построение новых логистических цепочек и замещение российских товаров на локальные.

Наименее уязвимым в данной ситуации оказался ритейл Узбекистана, что вызвано большой долей локальных товаров на полках магазинов. Розничная торговля в Узбекистане по-прежнему находится в стадии взрывного роста.

В 2022 году однозначно усилилась конкуренция между сетями, что, в свою очередь, привело к улучшению качества магазинов. Фокус конкурентной борьбы между узбекистанскими ритейлерами - на ценах, ассортименте и лучших промо предложениях от поставщиков. Магазины ранга «средний» и «средний плюс» активно инвестируют в комфорт для покупателя.



**МАРТИ НЬЮМЕЙЕР В СВОЕМ «ZAG: МАНИФЕСТ ДРУГОГО МАРКЕТИНГА» ПИСАЛ:
«ТРЕНДЫ — ЭТО ВОЛНЫ, КОТОРЫЕ НЕСУТ ВСЕ ЛОДКИ ВПЕРЕД».**



Несмотря на шок 2022 года, ритейл отрасль продолжает развиваться и трансформироваться, в связи с чем тщательный анализ трендов – must have упражнение для ритейлеров которые смотрят в будущее и стремятся быть на шаг впереди конкурентов.

ЧТО ЖДЕТ РИТЕЙЛ В 2023 ГОДУ: 10 ГЛАВНЫХ ТРЕНДОВ

В этой подборке я привожу 10 важных трендов, которые помогут вам не пропустить «волну»:

1. NEW RETAIL.

Хотя еще не всем ритейлерам удалось выстроить омниканальность, на смену ей уже приходит New Retail – подход, который предполагает оцифровку и оптимизацию всех составляющих, с которыми взаимодействует клиент.

Все больше ритейлеров разрабатывают мобильные приложения, которые поддерживают коммуникацию с брендом.

Еще одна из особенностей тренда - появление онлайн-рейтингов в рознице. В сети «ВкусВилл» рядом с продуктами размещены QR-коды, по которым клиенты могут быстро попасть на страницу товара в онлайн и почитать отзывы.

2. УВЕЛИЧИВАЕТСЯ ВАЖНОСТЬ ОФФЛАЙН КОММУНИКАЦИЙ И СБОРА ОФФЛАЙН-ЛИДОВ.

Трафик, привлекаемый через диджитал каналы, растет в цене, а конверсионность ухудшается. Витринное пространство в магазинах продолжит уменьшаться, «бесконечная полка» становится must have инструментом.

3. РИТЕЙЛЕРЫ ЗАХОДЯТ В НИШУ D2C-ПРОДАЖ.

D2C (Direct To Consumer) — модель, при которой исключаются неэффективные посредники между производителем и конечным потребителем. D2C - гибкая модель продаж, благодаря чему практически любой бизнес сможет подобрать свои функциональные и технологические решения. Бренд Nike одним из первых начал строить прямое взаимодействие с потребителем уже на стадии дизайна продукта, предоставляя возможность кастомизировать дизайн кроссовок еще до начала производства, а сейчас интерес к D2C проявляют крупные FMCG-компании.

D2C будет стимулировать рост электронной коммерции, так как компании получают приток новых клиентов за счет более привлекательной цены.

4. КЛИЕНТСКИЙ СЕРВИС ЭВОЛЮЦИОНИРУЕТ В КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ.

Для некоторых бизнесов CRM трансформируются в CDP (Customer Data Platform) — платформы пользовательских данных.

CDP позволяет собрать по каждому клиенту данные из онлайн и оффлайн источников, таким образом, получаем 360-градусный профиль клиента, который можно использовать для построения сегментаций и аналитики, настройки маркетинговых кампаний и анализа их эффективности. Сразу хочу отметить, что CDP нет смысла внедрять для малого бизнеса или на ранних стадиях стартапа.



ОДИН ИЗ КЕЙСОВ, КОТОРЫЙ МОЖНО РАССМАТРИВАТЬ КАК УДАЧНОЕ ПРИМЕНЕНИЕ ИИ -
ПЕРСОНАЛЬНЫЙ КЭШБЭК TINKOFF.



5. Крупные ритейлеры активно будут делать и развивать собственные маркетплейсы, привлекая средние и малые бизнесы, чтобы сделать покупки клиентов более комплементарными и привлекать новую аудиторию.

По итогам первого полугодия 2021 года, 53,4% предпринимателей наибольшую прибыль получают от сотрудничества с маркетплейсами, хотя до весны 2020 года самым популярным каналом продаж были розничные магазины (62%), а маркетплейсы занимали только 11% рынка (данные M.A. Research).

Кроме того, ритейлеры будут развивать собственные сервисы логистики, чтобы «последняя миля» формировала положительный клиентский опыт.

6. ПРОДАЖА ТОВАРОВ НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ МЕНЯЕТСЯ.

От «экономики продавца» - «выложил товар - полил рекламный трафик - продал товар» происходит переход к «экономике криэйторов». Здесь продажи строятся на том, доверяет ли аудитория человеку, который представляет товар, этот паттерн стал причиной роста огромного рынка Social Commerce.

Маркетплейсы становятся местом для поиска товаров и способом времяпрепровождения - покупатели заходят на маркетплейсы, чтобы почитать отзывы к товарам и посмотреть самые распространенные продукты, узнать, что покупают другие люди.

7. ПОПУЛЯРНОСТЬ ЧАТ-БОТОВ ПРОДОЛЖИТ РАСТИ.

Потребители привыкают к взаимодействию с чат-ботами. Чат-бот снижает количество обращений в компанию, делает взаимодействие более быстрым для клиента и оптимизирует клиентский путь. Чат-ботом можно пользоваться как поисковой системой или даже как клиентским интерфейсом программы лояльности.

8. ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ ПОМОГАЕТ В ПЕРСОНАЛИЗАЦИИ ПРЕДЛОЖЕНИЙ. Этот тренд скорее похож на подростковый секс – все о нем много говорят, но мало кто реализовал. Я не знаю успешных украинских кейсов по реализации персональных предложений с использованием искусственного интеллекта.



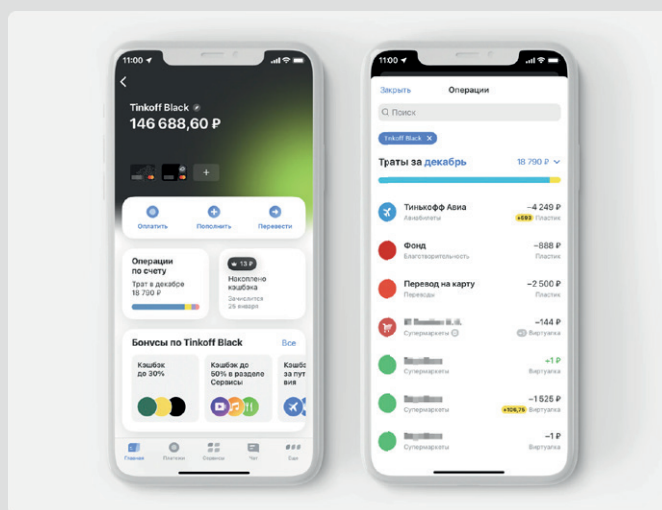
ЭТОТ ТРЕНД СКОРЕЕ ПОХОЖ НА ПОДРОСТКОВЫЙ СЕКС –
ВСЕ О НЕМ МНОГО ГОВОРЯТ, НО МАЛО КТО РЕАЛИЗОВАЛ.



Один из кейсов, который можно рассматривать как удачное применение ИИ - персональный кэшбэк Tinkoff.

Банк столкнулся с тем, что количество предложений кэшбэка от партнеров для каждого клиента достигло 300, и люди просто не пересматривали все позиции, чтобы выбрать понравившиеся. Алгоритм собирает наиболее релевантные кэшбэк-предложения и добавляет их в «Рекомендуемое», выбор предложений основывается на совершенных ранее транзакциях и новых появляющихся предложениях. Система помогает и партнерам, предсказывая вероятность покупки тех или иных товаров или брендов.

При этом клиентские ожидания по релевантности персональных предложений будут расти, а это значит, что будут совершенствоваться механизмы выдачи рекомендаций. Чем более релевантное предложение, тем выше конверсия и, следовательно, преимущество ритейлера, поэтому смещать фокус на этот вопрос необходимо уже сегодня. Поэтому основные усилия будут сфокусированы на качестве аналитики и прогнозировании покупок клиентов.



Источник фото: tinkoff.ru

У интернет-магазинов открывается новая возможность для формирования наиболее интересных предложений для Клиентов, так «ВкусВилл» позволяет клиентам самим выбирать любимые продукты и при выполнении условий программы, получить на эти продукты большую скидку. Максимальная персонализация – это конкурентное

9. AR БУДЕТ ИСПОЛЬЗОВАТЬСЯ В Е-КОММЕРС, ПОМОГАЯ КЛИЕНТУ СДЕЛАТЬ ВЫБОР.

IKEA уже использует AR – в приложении можно посмотреть, как будет выглядеть мебель в квартире. Создание AR решений становится доступнее и больше ритейлеров смогут его интегрировать.

10. БУДЕТ РАСТИ КОЛИЧЕСТВО РИТЕЙЛЕРОВ, ПРЕДЛАГАЮЩИХ МОДЕЛИ ПОДПИСКИ.

Все больше клиентов пользуются услугой онлайн заказа, особенно, если это покупка товаров, которые приобретаются регулярно и не требуют выбора непосредственно в магазине. Пока традиционный ритейл стремится к онлайн, в самом онлайн будут распространяться подписки на товары регулярного спроса. Развитие собственной логистики у крупных ритейлеров сделает модели подписки более привлекательными для клиентов.

В заключение, хочу сказать несколько слов о трендах в ТРЦ: во всем мире из простых точек продаж они перерождаются в объекты, несущие социально-культурную функцию. Часть шопинга ушла в онлайн, необходимости в больших именно торговых центрах нет, зато появился новый термин — торгово-развлекательный центр, куда входят кинотеатры, фудкорты, игровые зоны, спортзалы.

Это место, куда люди приходят провести время. Постепенно многие из них превращаются и в мини-города, где есть даже целые отели и резиденции.

Все больше будет появляться и гибридных моделей ритейла, совмещающих классический офлайн и e-commerce. Сегодня вашему клиенту удобно взять что-то на сайте, а завтра — пойти в ТРЦ. Ритейл научился «выпрыгивать» из своего основного канала и быть везде.



MELLIS JEWELLERY!

Вид коммерческой деятельности: ювелирный магазин
Место открытия: ТРЦ Shymkent Plaza, г. Шымкент
Дата открытия: 06 июля 2022 г.
Источник: инстаграм ТРЦ Shymkent Plaza



PANÇO

Вид коммерческой деятельности: магазин детской одежды
Место открытия: ТЦ "Diamond Plaza", г. Шымкент
Дата открытия: 22 июля 2022 г.
Источник: инстаграм panco.kz



GRAMAD

GraMaD - сеть одного из крупных гипермаркетов в городе Шымкент.

Вид коммерческой деятельности: супермаркет
Место открытия: Кайтпас, мкр.Акжайык, 204/2, г. Шымкент
Дата открытия: 6 августа 2022 г.
Место открытия: мкр.Нурсат, д.214, н.п., г. Шымкент
Дата открытия: 27 августа 2022 г.
Источник: инстаграм gramad



AVATARIYA

АВАТАРИЯ – место, где сбываются мечты! Ультрасовременный парк открывает свои двери для всей семьи. Мы предлагаем не только потрясающие развлечения, которые захватят воображение Вашего ребенка, но и множество интерактивных программ.

Вид коммерческой деятельности: игровая площадка

Место открытия: ТК "Аль-Фараби", г. Шымкент

Дата открытия: 01 июля 2022 г.

Источник: инстаграм ТК "Аль-Фараби"



MAGNUM

Объединение сетей супермаркетов Фиркан и Магnum до конца текущего года. В течение 3 квартала открылись 2 супермаркета Магnum вместо супермаркета Фиркан.

Вид коммерческой деятельности: супермаркет

Место открытия: ул. М. Гвардия д. 41 б, г. Шымкент

Дата открытия: 26 августа 2022 г.

Место открытия: ул. Байтурсынова 22/1, г. Шымкент

Дата открытия: 13 сентября 2022 г.

Источник: otyrar.kz



SULPAK

Сеть магазинов бытовой техники.

Вид коммерческой деятельности: магазин бытовой техники

Место открытия: ул. Сейфуллина, 109, г. Кентау

Дата открытия: 14 июля 2022 г.

Источник: инстаграм Sulpak



MELLIS JEWELLERY!

Сеть магазинов мороженого.

Вид коммерческой деятельности: киоск по продаже мороженого

Место открытия: ТЦ "Береке", г. Шымкент

Дата открытия: 15 июля 2022 г.

Источник: инстаграм ТЦ "Береке"



KOTON

Расширение сети одежды: была детская одежда, добавили одежду для взрослых.

Вид коммерческой деятельности: магазин одежды

Место открытия: ТЦ "Баян Сулу", г. Шымкент

Дата открытия: июль 2022 г.

Источник: представитель TSPM



KINGFISHER GASTRONOMIKA

«Kingfisher Gastronomika» основан в 2004 году. Специализация - снабжение жителей Казахстана рыбой и морепродуктами.

Вид коммерческой деятельности: кафе

Место открытия: Forum Mall Almaty, г. Алматы

Дата открытия: 14 июля 2022 г.

Источник: представительство ТРЦ

МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВАЯ СЕТЬ SPAR ОТКРЫЛА СВОЙ ПЕРВЫЙ МАГАЗИН В КАЗАХСТАНЕ

30 сентября в городе Алматы первый магазин EUROSPAR встретил своих гостей на Толе би-71. С открытием первого магазина EUROSPAR площадью 2 400 кв. м. компания познакомила жителей и гостей южной столицы с ценностями и уникальным подходом SPAR в построении эффективного магазина. По всему миру SPAR открывает свои магазины, придерживаясь высоких стандартов качества и свежести продуктов, дружелюбного сервиса и выгоды для покупателей.

Основной акцент магазина - на категории свежих продуктов, богатую кулинарию и уютную атмосферу. Новый формат семейного супермаркета покоряет покупателя с первого взгляда. В магазине в Алматы покупателей ждет большой выбор овощей и фруктов, молочных и мясных продуктов.

Отдельного внимания заслуживает открытая кухня, где прямо на глазах покупателей готовят пиццу, баурсаки, блины, лагман, вок, чебуреки, суши, манты, гриль, ароматный плов и самсу. Предметом особой гордости коллектива является широкий ассортимент традиционных хлебобулочных изделий, изготовленных из натуральных продуктов. В магазине так же можно купить восточные сладости, торты, пирожное, фирменное печенье.



В магазине уютно расположились кафе и кулинарные острова FoodPoint. FoodPoint — это настоящая фабрика еды, где можно купить кулинарию и различную выпечку с пылу с жару.

Оформление торгового зала EUROSPAR выдержано в гармонии, использованы натуральные материалы, ровные линии, современные цветовые решения. Линейные и трековые системы освещения позволяют покупателям чувствовать себя комфортно. Навигация отделов продумана с учетом пути покупателя при совершении покупок.

«В магазине установлены 9 касс и 6 касс самообслуживания. 2 кассы самообслуживания установлены дополнительно в зоне кафе и островов кулинарии. Музыкальное радио с развлекательным контентом призвано создать настроение» – говорит директор торговой сети SPAR Казахстан Демид Самошкин. – «Концепт SPAR призван вызывать положительные эмоции покупателей, сделать процесс посещения простым и понятным».

SPAR известен по всему миру своими уникальными торговыми марками. Продукция под брендом SPAR есть во всех товарных группах: в продуктах питания и в промышленных товарах. Качество продукции собственной торговой марки – гарантирована брендом SPAR.

Демид Самошкин рассказал о планах развития бренда. Ключевой целью компании в ближайшее время - заложить технологическую базу для экспансии торговой сети SPAR по всей стране. В ближайшее время планируется открыть еще несколько магазинов в Алматы и Астане. Также компания уже начала производство товаров под брендом SPAR в Казахстане.



Компания хочет сделать процесс покупки в своих магазинах не только комфортным, но и желанным. Приятная музыка, лаконичный дизайн, правильная планировка и товарное наполнение магазина, а также добродушие сотрудников магазина формирует атмосферу SPAR, которую любят и выбирают миллионы покупателей по всему миру каждый день.

SPAR - торговая сеть обслуживающая покупателей в 48 странах. SPAR сотрудничает с тысячами надежных поставщиков и партнеров по всему миру. Совместные усилия 350 000 членов огромной семьи SPAR позволили создать полноценный сервис компании SPAR, обеспечивая сеть только лучшими продуктами со всего мира.

Компания SPAR основана в 1932 году Адрианом Ван Веллом, в Нидерландах под названием «De SPAR». Название сети сложилось из первых букв девиза: «Doog Eendrachtig Samenwerken Profiteren Allen Regelmatig», что в переводе означает «Все мы выигрываем от сотрудничества». Штаб-квартира SPAR находится в городе Амстердам.

Главная идея SPAR собрать уникальную семью ритейлеров способную обеспечить великолепную покупательскую способность и сохранить ту самую атмосферу местного магазинчика для своих постоянных покупателей.

С этого года в большую семью SPAR вошел и Казахстан.



По материалам пресс-службы Eurospar, "Скиф трейд".



GRAND OPTICA

"Grand Optica" - предприятие торговли, основу ассортимента которого составляют солнцезащитные и корректирующие очки, оправы, линзы, а также средства по уходу за очками и аксессуары для них.

Вид коммерческой деятельности: оптика, солнцезащитные очки

Место открытия: Fogum Mall Almaty, г. Алматы

Дата открытия: 01 июля 2022 г.

Источник: представительство ТРЦ



MERHABA

"Merhaba steakhouse" - это место для настоящих гурманов и любителей мяса, где приятная и уютная атмосфера. Ресторан рассчитан на 100 персон.

Вид коммерческой деятельности: стейк-хаус

Место открытия: Fogum Mall Almaty, г. Алматы

Дата открытия: 29 июля 2022 г.

Источник: представительство ТРЦ



FREE&CO

Первый food-проект по системе «Freemium».

Миссия которой построить первую в мире фастфуд сеть, где каждый человек сможет получать еду бесплатно каждый день.

Вид коммерческой деятельности: ресторан быстрого питания

Место открытия: Fogum Mall Almaty, г. Алматы

Дата открытия: 17 июля 2022 г.

Источник: представительство ТРЦ



АВРОРА

Известная сеть магазинов стильной женской одежды для каждой леди.

Вид коммерческой деятельности: магазин женской одежды

Место открытия: Forum Mall Almaty, г. Алматы

Дата открытия: 28 августа 2022 г.

Источник: представительство ТРЦ



ЧАФЕН

Chafen - ювелирный салон изделия которого знают во всем мире.

Вид коммерческой деятельности: ювелирный салон

Место открытия: Forum Mall Almaty, г. Алматы

Дата открытия: 20 августа 2022 г.

Источник: представительство ТРЦ

ELIS

ELIS

Крупная федеральная компания с многолетней историей и впечатляющим опытом работы в индустрии моды, один из ведущих российских производителей одежды, который объединяет 2 бренда женской одежды ELIS и LALIS, а также мужской бренд 20th LINE.

Вид коммерческой деятельности: магазин женской одежды

Место открытия: Forum Mall Almaty, г. Алматы

Дата открытия: 01 августа 2022 г.

Источник: представительство ТРЦ



JUST KHINKALI

Ресторан грузинской кухни, где визитной карточкой является блюдо "хинкали".

Вид коммерческой деятельности: ресторан
Место открытия: Fogum Mall Almaty, г. Алматы
Дата открытия: 28 июля 2022 г.
Источник: представительство ТРЦ



MUSTANG

Mustang – это бренд джинсов и стиля жизни. Штаб-квартира Mustang Group с девятью офисами в Европе, России и Китае находится в Кюнцельзаун.

Вид коммерческой деятельности: деним
Место открытия: Fogum Mall Almaty, г. Алматы
Дата открытия: 01 октября 2022 г.
Источник: представительство ТРЦ



ЖИЛИ И БЫЛИ

Ресторан русской кухни в самом центре Алматы.

Вид коммерческой деятельности: ресторан русской кухни
Место открытия: Fogum Mall Almaty, г. Алматы
Дата открытия: 01 октября 2022 г.
Источник: представительство ТРЦ



AMWAY

Amway — международный производитель средств личной гигиены, бытовой химии, косметических средств, биологически активных добавок к пище и предметов быта. Основана в 1959 году в США. Российский филиал компании появился в марте 2005 года. Деятельность компании не ограничивается производством и продажей товаров.

Вид коммерческой деятельности: Продажа продукции компании AMWAY

Место открытия: Forum Mall Almaty, г. Алматы

Дата открытия: 01 декабря 2022 г.

Источник: представительство ТРЦ



NA PARU

Ресторан быстрого питания, который представляет меню с полезной пищей, приготовленный на пару.

Вид коммерческой деятельности: ресторан быстрого питания на пару

Место открытия: Forum Mall Almaty, г. Алматы

Дата открытия: 01 сентября 2022 г.

Источник: представительство ТРЦ



НАРОДНЫЙ БАНК

«Народный Банк Казахстана» — крупнейший универсальный коммерческий банк Республики Казахстан, успешно работающий на благо своих клиентов уже более 97 лет.

Вид коммерческой деятельности: центр банковского обслуживания

Место открытия: Forum Mall Almaty, г. Алматы

Дата открытия: 01 октября 2022 г.

Источник: представительство ТРЦ

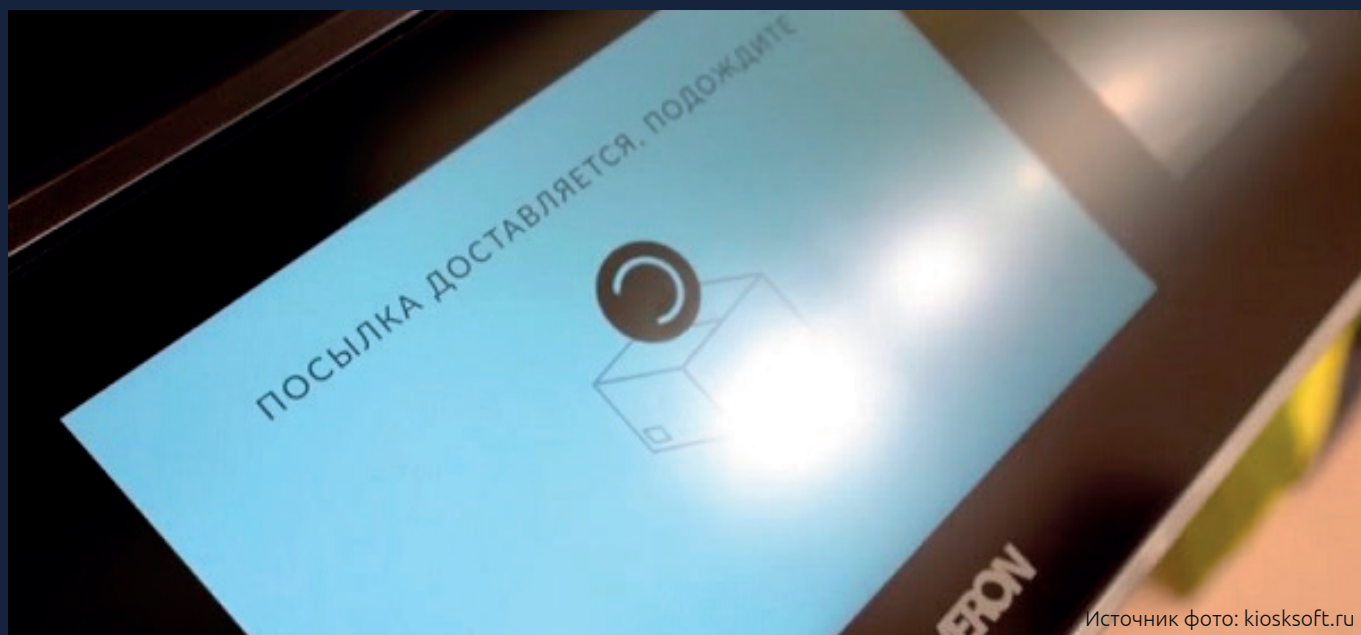
**ПЕРВЫЙ В РОССИИ РОБОТИЗИРОВАННЫЙ ПОСТАМАТ CLEVERON ОТКРЫЛИ
В МАГАЗИНЕ «ЗОЛОТОЕ ЯБЛОКО» В ЕКАТЕРИНБУРГЕ**

«Золотое Яблоко» - одна из самых интересных сетей со своим необычным подходом во всём. Вот и с выдачей товара они решили отказаться от не очень эстетично выглядящих постаматов, которые наводнили «магазины у дома», а разработали очень изящное решение, которое так подходит их сети.

Первый в России роботизированный постамат Cleveron открыли в магазине «Золотое Яблоко» в Екатеринбурге. В первой половине августа устройство также поставят в московском ТРЦ «Афимолл Сити», позднее оно появится в столичном ТЦ «Неглинная» и в ТРЦ «Галерея» в Санкт-Петербурге.

Особенность нового постамата заключается в том, что он устроен как склад: Cleveron сканирует размер коробок и сортирует их так, чтобы все заказы были размещены наиболее компактно. Благодаря этому в устройство помещается на 40% больше товаров.

По материалам Телеграм-канала https://t.me/agatov_tech.



Источник фото: kiosksoft.ru



FISSMAN.KAZAKHSTAN

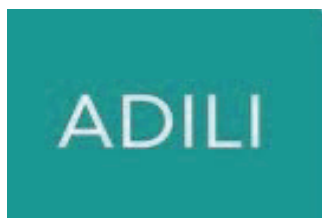
Fissman – торговая марка посуды и кухонной утвари. Компания появилась на рынке в 2009 году в Дании, производство продукции осуществляется в Юго-Восточной Азии (Корея и Китае).

Вид коммерческой деятельности: магазин посуды и кухонных принадлежностей

Место открытия: Forum Mall Almaty, г. Алматы

Дата открытия: 15 декабря 2022 г.

Источник: представительство ТРЦ



ADILI

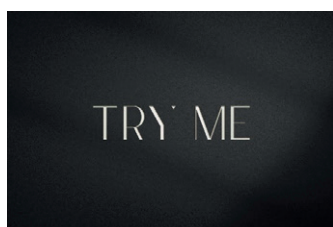
Adili - казахстанское производство текстиля для дома полного цикла, а также товаров для женщин, мужчин и детей. Компания (регистрация бренда) начала свое существование в 2010 году, когда Асель Адил, обучаясь за рубежом захотела при себе иметь что-то родное, из Казахстана.

Вид коммерческой деятельности: текстиль

Место открытия: Forum Mall Almaty, г. Алматы

Дата открытия: 10 ноября 2022 г.

Источник: представительство ТРЦ



TRY ME

Магазин роскошных женских аксессуаров, где каждый сможет найти себе изделие по вкусу.

Вид коммерческой деятельности: магазин женской одежды

Место открытия: Forum Mall Almaty, г. Алматы

Дата открытия: 10 октября 2022 г.

Источник: представительство ТРЦ



MA CHÉRIE

MA CHÉRIE

Бренд ma Chérie в мире моды уже давно ассоциируется с качественной и стильной обувью.

Вид коммерческой деятельности: салон женской обуви

Место открытия: Forum Mall Almaty, г. Алматы

Дата открытия: 12 ноября 2022 г.

Источник: представительство ТРЦ



SOFELI
COUTURE

SOFELI COUTURE

SOFELI COUTURE - марка созданная с любовью и для любви, так говорит о своем бренде дизайнер.

Вид коммерческой деятельности: магазин дизайнерской женской одежды

Место открытия: Forum Mall Almaty, г. Алматы

Дата открытия: 01 октября 2022 г.

Источник: представительство ТРЦ



acer

ACER

Асег — тайваньская компания по производству компьютерной техники и электроники. Компания занимает 487 место в Fortune Global 500 (2011 год). Компания Асег была основана предпринимателем Стэн Ши в 1976 году и первоначально называлась Multitech International.

Вид коммерческой деятельности: магазин монобрендовой техники

Место открытия: Forum Mall Almaty, г. Алматы

Дата открытия: 01 октября 2022 г.

Источник: представительство ТРЦ



SWISSNESS

Swissness как бренд популярен по всему миру. Являются официальными представителями швейцарских брендов Victorinox, Wenger в Казахстане, работают с 2015 года в сфере часов.

Вид коммерческой деятельности: аксессуары для мужчин

Место открытия: Forum Mall Almaty, г. Алматы

Дата открытия: 02 октября 2022 г.

Источник: представительство ТРЦ



BADBLOOD KAZAKHSTAN

Южнокорейский бренд женской одежды, представляет широкую линейку одежды для женщин разной возрастной категории.

Вид коммерческой деятельности: магазин женской одежды

Место открытия: Forum Mall Almaty, г. Алматы

Дата открытия: 01 октября 2022 г.

Источник: представительство ТРЦ



SERGINNETTI

SERGINNETTI – российский бренд женской одежды. Марка известна своим качеством, новаторскими тканями и изысканными деталями, которые позволяют назвать коллекции уникальными, не похожими на другие.

Вид коммерческой деятельности: магазин женской одежды

Место открытия: Forum Mall Almaty, г. Алматы

Дата открытия: 20 февраля 2022 г.

Источник: представительство ТРЦ



ASKONA

Вид коммерческой деятельности: магазин товаров для дома (для комфортного сна)

Место открытия: ТРЦ Shymkent Plaza, г. Шымкент

Дата открытия: 30 сентября 2022 г.

Источник: представительство ТРЦ



DE FACTO

DeFacto (ДеФакто) является популярным турецким производителем одежды и аксессуаров, как для женщин, так и для мужчин, а также детей.

Вид коммерческой деятельности: магазин одежды

Место открытия: ТРЦ "Актау", г. Актау

Дата открытия: 17 августа 2022 г.

Источник: представительство бренда в РК



LC WAIKIKI

Французско-турецкая марка готовой одежды и модных аксессуаров, турецкая компания-ритейлер одежды для всей семьи.

Вид коммерческой деятельности: магазин одежды и товаров для дома

Место открытия: ТЦ "Атамекен", г. Талдыкорган

Дата открытия: 25 сентября 2022 г.

Источник: представительство бренда в РК

NEUROCLOTHING ИЛИ ОДЕЖДА ОТ НЕЙРОСЕТЕЙ

Будучи приглашенными в TUMO Studios для проведения воркшопа по дизайну одежды московские дизайнеры Ksenia Gerts и Sergey Korotaev решили провести еще и свой эксперимент.

Создали со студентами совместный запрос для нейросети и по сгенерированному изображению сделали прототип изделия, освоив новый путь взаимодействия искусственного интеллекта и человека в дизайне одежды.

Каждый студент назвал по слову: Men's Vest, Minimalism, Pockets, Happiness, Light, Transparent, Dark, Geometric, Dynamic, Comfortable, Stone и сформировали запрос.

Нейросеть выдала креативным экспериментаторам несколько вариантов, далее они выбрали тот, который было наиболее реально сшить, оценив конструкцию, детали, материал и т.д.

Два дизайнера с десятилетним опытом, смотря на одно изображение, интерпретировали его абсолютно по-разному. Так родился первый и главный вывод: одно и то же изображение, созданное нейросетью, каждый дизайнер вправе интерпретировать так, как он считает нужным относительно своего видения итогового продукта.



Поняв это, дизайнеры приняли решение сделать жилет максимально приближенным к выданному изображению (это было сложно, так как дизайнерам хотелось его улучшить, так, как его видели вижу они, но в рамках уже сгенерированного дизайна). Итог вы можете видеть на картинках. Экспериментаторы остались довольны результатом, несмотря на то, что некоторые элементы были технически не выполнимы. Качество и правильная детализация изображения - это вопрос времени. В будущем это станет занимать не недели, а считанные минуты.



По материалам дизайнера Ksenia Gerts.



EVA BAR & RESTAURANT

Из Дубая в Алматы! Ресторан EVA Beach House – сочетание тулумского стиля представляет собой средиземноморскую атмосферу с гастрономическими изысками испанской, французской и греческой кухни.

Вид коммерческой деятельности: ресторан испанской, французской и греческой кухни

Место открытия: Esentai mall, г. Алматы

Дата открытия: 12 августа 2022 г.

Источник: представительство ТРЦ

CAFETERIA

CAFETERIA

Cafeteria - сеть кофеен от abg. Основана в 2010 году в Алматы, европейской, Итальянской кухни.

Вид коммерческой деятельности: кофейня

Место открытия: Esentai mall, г. Алматы

Дата открытия: 24 августа 2022 г.

Источник: представительство ТРЦ

P.F. CHANG'S

PFCHANGS KZ

Мировая сеть Азиатской фьюжн кухни ресторан Pfchangs открылся 21 августа 2022 г на территории Villa.

Вид коммерческой деятельности: ресторан азиатской кухни

Место открытия: VILLA Boutiques & Restaurants, г. Алматы

Дата открытия: 21 августа 2022 г.

Источник: представительство ТРЦ



BERU

Магазин женской одежды, аксессуаров и обуви.

Вид коммерческой деятельности: магазин женской одежды

Место открытия: ТРЦ KegenCity, г. Нур-Султан

Дата открытия: сентябрь 2022 г.

Источник: представительство ТРЦ



AIDI

Казахстанский бренд детской одежды.

Вид коммерческой деятельности: магазин детской одежды

Место открытия: ТРЦ KegenCity, г. Нур-Султан

Дата открытия: 23 августа 2022 г.

Источник: представительство ТРЦ

Poliform

POLIFORM

Poliform - международная компания. Италия, Европа, США, Бразилия, Ближний восток и Юго-Восточная Азия: магазины компании и обширная сеть официальных дилеров раюотают в 85 странах мира.

Вид коммерческой деятельности: розничная торговля мебелью

Место открытия: Talan Gallery, г. Нур-Султан

Дата открытия: 28 июля 2022 г.

Источник: представительство ТРЦ



ПХАЛИ & ХИНКАЛИ

Ресторан грузинской кухни.

Вид коммерческой деятельности: ресторан грузинской кухни

Место открытия: ТРЦ KeguеnCity, г. Нур-Султан

Дата открытия: 09 июля 2022 г.

Источник: представительство ТРЦ



CHALET HOME

Charlet Home - магазин домашнего текстиля. Представитель мировых брендов: Brinkhaus, Curt Bauer, Feiler, B-Sensible.

Вид коммерческой деятельности: магазин домашнего текстиля

Место открытия: ТРЦ KeguеnCity, г. Нур-Султан

Дата открытия: 10 июля 2022 г.

Источник: представительство ТРЦ



LACOSTE

Lacoste— французская компания по производству одежды, обуви, парфюмерии, очков, часов и различных кожаных изделий.

Вид коммерческой деятельности: магазин женской и мужской одежды

Место открытия: ТРЦ KeguеnCity, г. Нур-Султан

Дата открытия: 05 августа 2022 г.

Источник: представительство ТРЦ



SEVEN LIFE STORE

Магазин мужской и женской одежды и обуви.

Вид коммерческой деятельности: магазин мужской и женской одежды

Место открытия: ТРЦ KegenCity, г. Нур-Султан

Примерная дата открытия: октябрь 2022 г.

Источник: представительство ТРЦ



FREEDOM MOBILE

Розничная продажа мобильных телефонов и аксессуаров к ним, и другой техники.

Вид коммерческой деятельности: магазин электроники

Место открытия: ТРЦ Shymkent Plaza, г. Шымкент

Дата открытия: 04 ноября 2022 г.

Источник: представительство ТРЦ



TOP STUDIO

Вид коммерческой деятельности: женская одежда

Место открытия: ТРЦ Dostyk Plaza, г. Алматы

Дата открытия: 21 сентября 2022 г.

Источник: представительство ТРЦ



KIDS CORP

Вид коммерческой деятельности: детская мультибрендовая одежда и аксессуары

Место открытия: ТРЦ Dostyk Plaza, г. Алматы

Примерная дата открытия: 17 сентября 2022 г.

Источник: представительство ТРЦ

Выпуск подготовили:

Мила Ткаченко
руководитель подразделения по коммуникациям TSPM.
Елена Марченко
дизайнер-верстальщик

Контактный e-mail:
digest@tspm.kz

Эксперты:

Эмина Понятова - специалист в области ассортиментного планирования,
эксперт в области категорийного менеджмента

Надежда Фомина (Бадер Баер) - эксперт в стратегическом и ритейл-маркетинге

**Выпуск подготовлен при участии сотрудников
департамента аренды и развития компании TSPM.**

Шишкина Марина -
руководитель подразделения аренды и развития

Ашимова Лейла -
руководитель отдела привлечения арендаторов

Калиланова Эля - менеджер по аренде ТРЦ Dostyk Plaza

Ундыбаева Алина - менеджер по аренде ТРЦ Dostyk Plaza

Пан Оксана - менеджер по аренде ТРЦ Dostyk Plaza

Абдукаримова Малика - менеджер по аренде ТРЦ Shymkent Plaza

Алманова Галия - менеджер по аренде ТРЦ Shymkent Plaza

Баянбаева Гульнара - менеджер по аренде ТРЦ Shymkent Plaza

Давришева Кристина - менеджер по дебиторской задолженности

Автор идеи:

Алексей Хегай,
генеральный директор TSPM.

TSPM.

**ДАЙДЖЕСТ РЫНКА
КОМЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ**

За содержание материалов третьих сторон
редакционная коллегия ответственности не несет

**Полная информация о TSPM.
и группе компаний TS Development
представлена на сайтах:**

<http://www.tsd.kz>
<http://www.tspm.kz>
<https://www.cdm.kz>
<https://www.smartplaza.kz>
<http://www.dostykplaza.kz>
<http://www.shymkentplaza.kz>