

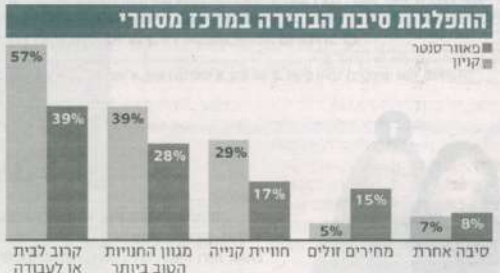
לא בגלל המחיר

מסקר שנערך בקרב 1,500 משקי בית עולה כי המחיר הוא לא הסיבה העיקרית לבחירת מתחם הקניות שלהם • וגם: איזה מרחק מוכנים הצרכנים לנסוע כדי להגיע לקניון, כמה זמן הם מוכנים לבזבז על הכביש עד הפאזר-סנטר ואיפה הם מקבלים את חוויית הקנייה האידיאלית



מתחם קניון סנטר רשתות שאין צילום: יוסי אלוני

התנויות שיצליחו למצוץ כולל, תוך שמירה על חוויית הקנייה שאינה אדוירת שוק ועל מגוון שכולל לא רק תנויות בגדים ריס קאונט. פאזר-סנטר שיצליח לייצר בשיתוף כמה רשתות קמעונאיות מוצר ריסקאונט מיוחד - יצוצ. הכוונה אינה לאאוטלטים אלא לפאזר-סנטרים שבדגם תת-רשתות ייעודיות חולות יותר.



לנסיעה ארוכה יותר. 32% נוסעים 45 דקות לפאזר-סנטרים, 11% נוסעים עד 15 דקות, 5% נוסעים עד שעה, 6% נוסעים יותר משעה. לשם השוואה, רק 27% מהנוסעים לקניונים ממרחקים עצמם בנסיעה של 30 דקות, 10% נוסעים עד 45 דקות, 3% בלבד נוסעים יותר משעה.

לדברי יוסי קניון, ראש צוות יויעץ בצ'מנסקי בן שחר, את תחומת המזרח הנמוך מזה שבקניונים מעניקה לפאזר-סנטרים נכחותן של רשתות שכמעט אינן פעילות בקניונים. כך לדוגמה, בתחום המזרח רשתות הדיסקאונט כמו שופריס ריל, מגה סול, רסו לוי - שיווק השקמה, כמעט אינם חייבים רי פעילות בעיקר בפאזר-סנטרים. בתחום השמל והאלקטרוניקה מציעים הפאזר-סנטרים את מחסני הארזיה, בזג אלקטריק ומחסני חשמל. בענף האופנה ניתן למצוא בפאזר-סנטרים את H&O, זבדיה ועונות, שנוכחותן בקניונים מצומצמת, ואת מחסני הנעלה וזכיר, הסטוק ומרסיבל. בתחום הציוד לבית מתחרים הפאזר-סנטרים בקניונים עם גוד נעים, עמידה, מולת-ברידר, אוטו

56% מלקוחות הקניונים נוסעים לקניון 15 דקות לכל היותר, ואילו 46% מלקוחות הפאזר-סנטרים נמצאים במרחק נסיעה של פחות מרבע שעה. 32% נוסעים 30 דקות לפאזר-סנטרים, 11% נוסעים עד 45 דקות, 5% נוסעים עד שעה ו-6% נוסעים יותר משעה

במצעקות הגולת שיעור התנויות הפרטיות הישירות הקטנות בקניון, גם במחיר מסוחרן חלקי, למחות בתחילת דרכן. צרכנים נהנים להפגור בין קניונים לפאזר-סנטרים, אף על פי שהמחיר דרוג במקום נמוך יחסית בשיקולים לבחירת מרכז קניות. אף שאין הבדל אמיתי במחירים בין מרכזי הרשתות הפעילות בפאזר-סנטרים ובקניונים, אלה שבפאזר-סנטרים נתפסים כמולים יותר. אמנם רק 5% מהנשאלים ציינו את המחיר הכולל כסיבה לבחירת הקניון, אך כ-15% מציגו שאלים הישבו כי הסיבה לבחירת פאזר-סנטר היא מחירים זולים. אתם ללקוחות העריכו פחות את חשיבות מגוון החנויות, חוויית הקנייה והקריבה לביתם, זאת בגלל הרצון להשיג מחירים זולים ועל אף פריסת מרכזים הפאזר-סנטרים, שנמצאים מועדף לערים, המאריכה את זמן הנסיעה אליהם. 56% מלקוחות הקניונים נוסעים לקניון 15 דקות לכל היותר, אך רק 46% מלקוחות הפאזר-סנטרים נמצאים במרחק נסיעה של פחות מרבע שעה ורוב הלקוחות נרשמים

העיקרית לבחירת מתחם הקניות שלהם הוא מרחק הנסיעה אליו. הסיבה השנייה בחשיבותה היא מגוון החנויות. למרות חשיבות הרבה שמייחסים היום הצרכנים לנושא התמחור, פרמטר זה היה הרביעי בחשיבותו וכ-10% בלבד מהנשאלים ציינו אותו כסיבה המשפיעה על בחירתם. תפוחים קניונים רבים בשנים האחרונות הביאה להקטנת מרחבי הביקוש שלהם, שכן המקום מעניק ולא פחות מכך - מזה התייחסו המצאנים את מרכז הקניות. וכן, קניון רשת אביב נחשב יוקרתי ויקר, קניון שכעת הוכרזים ממוצע כמספיקי וקניון עוריאלי מרגיש, בזכות מיסמו, את הרלוונטיות שלו גם ללקוחות שאינם תר שכי תל-אביב. מבוהק שערור עבוד עסקים חברת היי ערוץ השיווק צ'מנסקי בן שחר ומסוך המזרח קר שאנלם עולה כי הפרמטר החשוב ביותר בבחירת מרכז מסחרי הוא המרחק שלו מבית הלקוח. במקר שערך שאנלם כפאל המשיכים האינטרנט panel44 בקרב 1,500 משקי בית השיבו כמחצית מהנשאלים כי הסיבה

