

Малый бизнес рвется в ТЦ, но его не пускают. Решения западных сервисов.

Интерес к розничной торговле в ТЦ огромен изначально. Собственно, они для этого и созданы. Сюда постоянно устремлен многоликий поток посетителей всех возрастов и интересов. Все они приходят с одной целью - покупать.

Ритейл в России развивается быстрыми темпами. Без сомнения, многие предприниматели малого и среднего бизнеса уже давно с удовольствием переехали бы в качественные, профессиональные помещения торгово-офисных бизнес-центров. Но арендные ставки для них слишком высоки. Нецелесообразно отдавать за аренду большие суммы и гордо сидеть без прибыли в престижном ТЦ. Они вынуждены искать бойкие места попроще или пользоваться услугами административных зданий и нежилых помещений классом пониже.

Размер имеет значение.

Большинство крупных торговых центров предпочитают иметь в качестве основных арендаторов более крупных, маститых сетевиков. Это снижает риски сотрудничества и весьма благоприятно для имиджа помещения. Специфика работы ТЦ такова, что владельцам важна прежде всего узнаваемость бренда, а не юридическое лицо, которое его представляет. И это понятно. Долгосрочный договор с имиджевой компанией гарантирует собственнику стабильный фиксированный доход и дает зеленый свет кредитованию практически в любом банке. Тогда как под договора на 1 год с небольшими, начинающими фирмами банк не выплатит ни копейки.

За последние три года ситуация рынка коммерческой недвижимости объективно изменилась. При участии властей строятся новые и уже созданы достаточно значимые объекты с учетом интересов малого бизнеса. Ставки на аренду постепенно стабилизируются, формируя более доступные ценовые предложения. Владельцы теперь склонны к более рациональному использованию площадей ТЦ, все чаще привлекая на свободные пространства более мелких арендаторов. Причем как в продуктовом сегменте, так и в секторе non-food - торговле одеждой, обувью, аксессуарами.

Актуальность развития онлайн-сервисов в России.

Сервис онлайн-услуг на западе давно создает новый формат аренды торговых площадей. Он позволяет быстро и своевременно донести до потенциального арендатора свежую информацию о наличии свободных торговых помещений.

Такие информационные системы в наши дни – уже далеко не роскошь, а необходимое условие развития и успешной конкуренции на современном рынке. На западе 90% малых и 10% крупных предпринимателей пользуются услугами онлайн-сервисов краткосрочной аренды. Среди них можно встретить практически все направления ритейла и проведения мероприятий — от показов мод и тренингов до деловых конференций и презентаций новой продукции.

Хотите быть всегда в курсе последних новостей краткосрочной аренды? Теперь вы без проблем найдете актуальную онлайн информацию о состоянии рынка недвижимости в своем городе - в лучших традициях передовых западных сервисов. Например, на spasein.space.ru. Самые инициативные представители малого и среднего бизнеса уже получили возможность пользоваться преимуществами работы в крупных магазинах страны.

Особенности малого бизнеса в условиях крупных торговых центров.

Сама идея открыть свой магазин в большом торговом центре весьма заманчива для малого предпринимателя. Торговый центр с большой проходимостью гарантированно оживляет продажи и увеличивает реальную прибыль даже малоизвестному предпринимателю с самым начальным опытом торговли. Здесь можно продавать абсолютно любые товары практически без рекламы — просто за счет общего потока покупателей. Продавать, не прилагая особых усилий и дополнительных вложений. Например, на реализации домашней пряжи, дизайнерской одежды или обуви ручной работы. Люди идут мимо, заинтересованно останавливаются и - покупают.

Магазин одного товара.

Небольшие торговые островки малого предпринимательства могут успешно продавать проходящему потоку посетителей ТЦ самые простые вещи или услуги. Например, билеты в театры и кино, наручные часы, необычные игрушки, сувениры, теплые шапки, варежки из дорогой шерсти или ходовой пляжный ассортимент по сезону. Или выдавать напрокат забавные тележки в виде машинок, куда можно посадить ребенка во время посещения магазина. Для отдыха вполне подойдет небольшое кафе с барной стойкой и парой столиков. Включите фантазию и - действуйте!

Магазин в магазине.

Очень выгодно для малого предпринимателя, когда в непосредственной близости находится якорный арендатор, который создает сонаправленный целевой поток посетителей. Так, например, в продуктовом секторе выгодно снять в сырной лавке стеллаж под продукцию меда. А в шоурумах особенно популярна тема аренды

рейла-вешалки под книги, подарочные открытки или другие схожие товары. Это позволяет каждому соарендатору получать преимущества совместного потока покупателей на одном торговом пространстве.

Почему выгодно заключать краткосрочную аренду онлайн?

Классический ритейл еще не успел трансформироваться под потребности современной e-commerce экономики и постоянно теряет покупателей, которые уходят в онлайн. Его методики продвижения уже не эффективны и остро нуждаются в помощи онлайн-сервисов.

- Долгосрочные обязательства на новом месте влекут за собой ряд обременительных действий для обеих сторон договора:
 - Время. Не всегда получается быстро сдать в аренду торговую площадь на выгодных условиях. И даже при наличии должного спроса необходимо не менее месяца на согласование всех юридических вопросов и оформление документов. Это лишает бизнес идею возможности быстрого старта.
 - Финансы. Как правило, помимо высокой арендной ставки торгового центра от арендатора требуется внесение предоплаты без проверки фактической эффективности бизнес идеи на данной торговой площадке. Владельцу пустующее помещение не приносит прибыли, а только увеличивает расходы на его содержание.
- На онлайн-сервисе каждый пользователь в несколько кликов может сдать или снять в аренду любую коммерческую площадь:
 - от традиционного торгового павильона, стены в коридоре или дивана в холле магазина до целых парков и улиц;
 - на любой удобный период - от 1 недели до нескольких месяцев.
- Предприниматели теперь могут запустить свой проект оффлайн с минимальными финансовыми рисками и затратами.
- Собственники торговых площадей в шоурумах, магазинах и торговых центрах получают возможность быстро и без головной боли найти новых, перспективных партнеров.
- Растет прибыль и популярность торгового объекта у новой целевой аудитории покупателей.

Как все происходит?

- Предприниматель выбирает помещение по базе данных на сайте и оставляет заявку на бронирование и просмотр.
- Затем он знакомится с помещением, его владельцем и подтверждает бронь.

- После оплаты счета на сайте он становится арендатором выбранного помещения.
- Оплату владельцу переводит онлайн-сервис — за вычетом комиссии.

Такие российские сервисы, как spaceinspace, помогают владельцам помещений рационально заполнить арендаторами пустующие торговые площади, открывая малому и среднему бизнесу долгожданную возможность развития на новых точках реализации в ТЦ. Просто. Выгодно. Всегда в теме.