

دبي تحتضن أول متاجر المستقبل بالطريقة التقليدية والرقمية





«دبي: الخليج»

أعلن «مول الإمارات»، الذي تملكه وتديره شركة «ماجد الفطيم»، عن تعاونه مع شركة «سيسكو»، الشركة المتخصصة في مجال تكنولوجيا المعلومات والتحول الرقمي، لتقديم تجربة تسوق غامرة ورقمية وشخصية للزبائن، والتي من شأنها أن تحقق الشعور بالانتماء الشامل من خلال إطلاق «متجر المستقبل». يقدم المتجر، تجربة تسوق أكثر متعة وإقناعاً، كما يوفر تجربة تسوق مبسطة. ولقد كان متجر «ذات»، الوجهة المحلية من «ماجد الفطيم»، أول متجر يبيع بالتجزئة يستحوذ على المساحة المتطورة والحديثة

للمرة الأولى في المنطقة، سيحصل الزوار في دبي على فرصة حصريّة للتفاعل مع هذا النوع من المتاجر، التي تتميز بمفاهيم فريدة من نوعها وتجمع التسوق التقليدي والرقمي على حدٍ سواء. وسيعمل المتجر على الارتقاء بتجربة التسوق التقليدية من خلال دمج البيع بالتجزئة الرقمي لتعريف الزوار على رحلة تسوق المستقبل، من خلال خمس مميزات تقنية أساسية لشركة «سيسكو»: لوحة العرض الرقمية، العرض والاستشعار، المرأة السحرية، مرآة الجمال وتحليلات المتجر.

ويعكس إطلاق «متجر المستقبل» اتجاهاً متزايداً لإضفاء الطابع الشخصي داخل المتاجر. وترحب شاشات العرض الرقمية بالزوار في المتجر، وتوفر أجواء مميزة بمساعدة الذكاء الاصطناعي ورؤية الكمبيوتر. كما يتغير المحتوى الرقمي على الشاشات بناءً على تحليلات الوجه، مثل الجنس والفئة العمرية. وبهذه الطريقة يتمتع كل زائر برحلة فريدة لاكتشاف المنتجات والسلع خلال تجوله في المتجر.

تجربة عملاء سلسلة

وقال فؤاد شرف، المدير العام لمراكز التسوق في الإمارات لدى «ماجد الفطيم العقارية»: «يتطور قطاع البيع بالتجزئة

باستمرار لتلبية احتياجات الزبائن في جميع أنحاء العالم. ويشكل تحقيق تجربة عملاء سلسلة وتفاعلية وجذابة وآمنة وشخصية، دافعاً رئيسياً لاعتماد هذا التطور الرقمي. لقد أدركنا خلال العامين الماضيين أن كل الناس، بحاجة إلى الشعور بالراحة والأمان عند زيارة مراكز التسوق، وهذا كان أحد الأسباب التي دفعتنا نحو اتخاذ قرار تصميم «متجر المستقبل»، لتوفير تجربة تسوق بسيطة وسهلة وتتيح اتصالاً محدوداً مقارنةً بالمتجر التقليدي. وانطلاقاً من موقعنا وشهرة ومكانة مراكز التسوق والمجتمعات وتجارب البيع بالتجزئة والترفيه الرائدة لدينا، نتطلع إلى تكييف هذه المساحة لتتلاءم مع المزيد من العلامات التجارية للمزيد من المتعة ومواصلة جهودنا لتغيير شكل تجارة التجزئة من «خلال تحقيق تجارب مميزة لا تنسى لزبائننا وزوارنا وموظفينا على حدٍ سواء».

ميزة التخصيص

وقالت ريم أسعد، نائب الرئيس في «سيسكو» في منطقة الشرق الأوسط وإفريقيا: «شهدت تجارب العملاء تطوراً واسعاً، وفي ظل هذا العالم المتنوع، يتطلع تجار التجزئة الذين يتوجهون بشكلٍ واسع النطاق نحو العالم الرقمي المتقدم، إلى كيفية نقل تجارب الإنترنت إلى الفضاء والعالم التقليدي. وسيساعدنا العمل مع شركة «ماجد الفطيم»، التي تلعب دوراً رئيسياً في تجارة التجزئة والضيافة والسياحة وتنمية المجتمع في المنطقة، على تقديم تجربة تسوق مستقبلية للمستهلكين. وتسهم هذه التجربة الرقمية التشاركية والمميزة، في تحقيق رحلة اكتشاف للمنتجات مخصصة «وشاملة لكل زبون».

وتعمل ميزة العرض والاستشعار، على تحسين ميزة التخصيص وجعلها شخصية لكل زائر، من خلال تخصيص التوصيات وعرض معلومات المنتج على الشاشة بمجرد أن يقوم الزبون باختيارها عن الرف. وإلى جانب رحلة اكتشاف المنتج، تساعد المرأة السحرية، الزبون على تصفح مجموعة متنوعة من المنتجات، والتي تتوفر في المتاجر عبر الإنترنت، من خلال شاشة عرض رقمية تفاعلية تعمل باللمس.

بالإضافة إلى ذلك، تُسهم مرآة الجمال في الحد من الاتصال الجسدي، لاكتشاف منتجات التجميل والمكياج من خلال مساعدة الزبائن على تجربتها، عبر الواقع المعزز واللمسة التفاعلية. إن رحلة الشراء الخاصة بالزبون لا تؤمن فقط حماية صحة ورفاهية الزبون فحسب، بل تضمن أيضاً عدم تعرضه لمشاكل إزالة المكياج ووضعه من جديد. وتهدف هذه الميزة إلى دعم الزبائن في اتخاذ القرار الأفضل والأسهل عند الشراء.

وتستفيد التكنولوجيا المتقدمة الخاصة بهذا المتجر من تحليلات خدمة تحديد موقع البنية التحتية اللاسلكية وكاميرات السقف الذكية القائمة على تقنية السحابة، لتوفير رؤى وأفكار وتحليلات سلوك المستهلك. كما يتم تحديد عدد الزوار، والتركيبية السكانية، وتوزيع حركة الإقبال، فترات المكوث، تحليل المشاعر، سعة المتجر، التباعد الاجتماعي، والامتثال لارتداء الكمامات، وذلك بهدف الارتقاء بالتجارب المستقبلية، ومواصلة التنفيذ الفعال لممارسات التباعد الاجتماعي وشروط السلامة.

«ويعتبر متجر «ذات»، أول متجر تجزئة يستحوذ على «متجر المستقبل».