

زيادة مبيعات «3 أيام من التخفيضات الكبرى» مقارنة بدورة 2017 % 200





دبي: «الخليج»

حققت دورة شهر مايو من فعالية «3 أيام من التخفيضات الكبرى» نصف السنوية، نجاحاً مبهراً في ظل الإقبال الكبير من المتسوقين الذين استفادوا من التخفيضات التي وصلت إلى 90 في المئة على أشهر العلامات التجارية العالمية. وأقيمت أحدث دورة من فعالية «3 أيام من التخفيضات الكبرى» التي نظمتها مؤسسة دبي للمهرجانات والتجزئة خلال الفترة من 26 حتى 28 مايو/ أيار الماضي، بمشاركة نحو 560 علامة تجارية، وأكثر من 2500 متجر، والتي شهدت زيادة بنسبة 200% في المبيعات مقارنة بأول دورة من الفعالية التي أُقيمت في عام 2017. وتوجّه عشرات الآلاف من المتسوقين إلى مراكز التسوق والمتاجر في المدينة المشاركة في هذه التخفيضات للاستفادة من العروض الاستثنائية التي وصلت إلى 90% على منتجات الموضة والجمال والأدوات المنزلية والإلكترونيات والأحذية والإكسسوارات والنظارات والذهب والمجوهرات، وغيرها.

الدورة المقبلة

ومن المقرر إقامة فعالية «3 أيام من التخفيضات الكبرى» مرّة أخرى في شهر نوفمبر/ تشرين الثاني 2023، لتقدّم للمتسوقين عروضاً وتخفيضات موسمية ضخمة على منتجات الموضة والجمال وأسلوب الحياة والأثاث والإلكترونيات وغيرها، بمشاركة مراكز التسوق الشهيرة والمتاجر والوجهات المختلفة في جميع أنحاء المدينة. تجربة تسوق

وقال أحمد الخاجة، المدير التنفيذي لمؤسسة دبي للمهرجانات والتجزئة: «تقدم فعالية «3 أيام من التخفيضات الكبرى» في دبي تجربة تسوق فريدة من نوعها، كما تمكّن تجار التجزئة من عرض منتجاتهم المتنوعة وجذب المتسوقين بعروض رائعة لا تقبل المنافسة. وتعكس النتائج التي حققتها الفعالية، التي أقيمت في مايو 2023، التأثير الإيجابي الكبير في إقبال المتسوقين ومبيعات العلامات التجارية ومراكز التسوق المشاركة. وتسعى مؤسسة دبي للمهرجانات والتجزئة لتعزيز مكانة دبي كوجهة مفضلة للتسوق عالمياً، وكذلك توفير قيمة لا تُضاهى للمواطنين والمقيمين، وكذلك المساهمة في جذب المزيد من الزوار من جميع أنحاء العالم، من خلال الفعاليات ومهرجانات التسوق التي تُقام على مدار العام».

حملات ناجحة

وكانت العديد من العلامات التجارية ومراكز التسوق والمتاجر المشاركة في فعالية «3 أيام من التخفيضات الكبرى» الذي أطلقته دبي القابضة زيادة Tickit أطلقت حملات ناجحة ومميزة على مدار الأيام الثلاثة، كما شهد برنامج الولاء أعداد المعاملات اليومية إلى الضعف (زيادة بنسبة 100%)، حيث شارك أكثر من واحد من كل أربعة من عملائه خلال الفعالية 20% من إجمالي Tickit (26%) بالتسوق خلال فترة التخفيضات. كما بلغ إجمالي الإنفاق عبر برنامج الإنفاق الشهري لعملاء البرنامج، مقارنة بالشهر السابق.

تضاعف المبيعات

وقال بانكاج كومار، رئيس التجزئة متعددة القنوات في مجموعة جمبو للإلكترونيات: «لقد حققت جمبو للإلكترونيات نمواً مميزاً لتسجل ضعف عدد الزوار والمبيعات بعد عطلة نهاية الأسبوع التي قدمت خلالها تخفيضات بنسبة 70 في المئة على المنتجات. كما حققت السحوبات نجاحاً هائلاً والتي قدمت 18 جائزة رائعة للمتسوقين». وقال فؤاد منصور شرف، المدير العام لمجموعة مراكز التسوق في الإمارات، لدى «ماجد الفطيم العقارية»: «حققت «3 أيام من التخفيضات الكبرى» في شهر مايو تجاوزاً لجميع التوقعات، حيث شهدت المراكز التجارية زيادة ملحوظة في عدد الزوار مقارنة بالعام السابق. وشهد سيتي سنتر مردف ومول الإمارات زيادة بنسبة 6% في عدد الزوار، كما شهد سيتي سنتر ديرة زيادة بنسبة 39% بعدد الزوار. وتعتبر هذه الأرقام مؤشراً واضحاً على زيادة الإقبال على العروض والفعاليات في مراكزنا التجارية، والتي تؤكد التزامنا بتوفير تجربة تسوق وترفيه استثنائية لعملائنا». تجربة تسوق

وقال نيراج تكشانداني، الرئيس التنفيذي لمجموعة أباريل: «إن هدفنا من المشاركة في فعالية «3 أيام من التخفيضات الكبرى» يتجاوز تقديم مجموعة واسعة من التخفيضات، بل إننا نسعى لتوفير تجربة تسوق تليق توقعات عملائنا، وأولئك الذين يتعرفون إلى علامتنا للمرة الأولى. وبذلك، يكون هدفنا تعزيز مكانة دبي كوجهة تسوق عالمية».