

AMUSEMENT LOGIC WORLDWIDE, ТОРГОВО РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЕ ЦЕНТРЫ

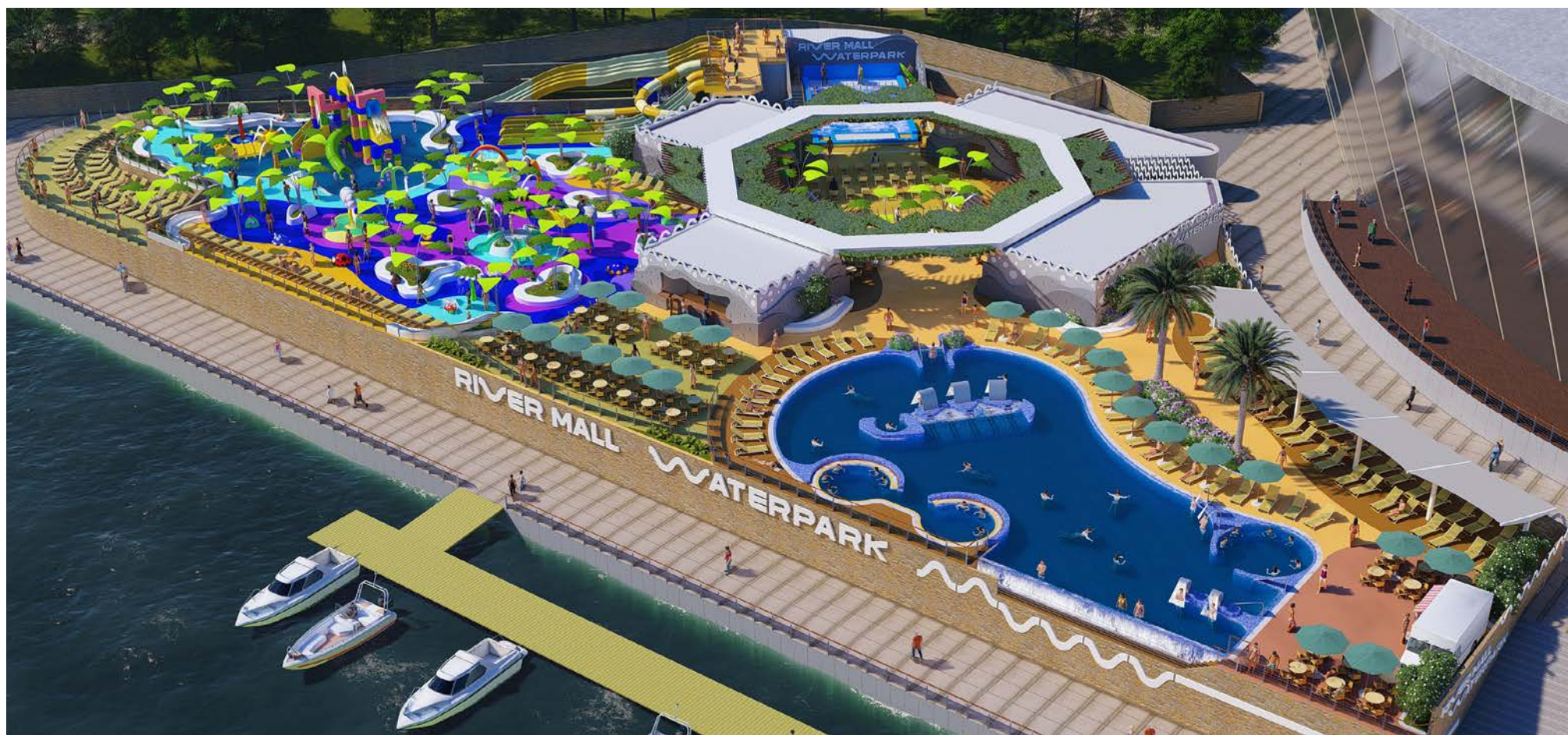


AMUSEMENT LOGIC WORLDWIDE LLC.
80 Broad Street, 5th floor, 10004, New York (USA)

www.amusementlogic.ru
info@amusementlogic.es

Первоначально торговые центры состояли из **серии магазинов, сосредоточенных в одном или нескольких зданиях**, с проходами, которые соединяли их и позволяли посетителям ходить из одного магазина в другой, не покидая здания. Они сразу же стали **душой многих городов, основой розничной экономики**, а также главным местом встречи подростков. Из США, где возникли торговые центры, они распространились по всему миру.

Однако **быстрое развитие цифровой революции (электронная торговля и новые цифровые технологии)** и изменение мировых тенденций радикально изменили ожидания потребителей. Теперь, когда они посещают торговые центры, они **ищут впечатления, которые выходят далеко за рамки традиционных покупок**. По мере продвижения новых тенденций на мировой арене операторы торговых центров вынуждены переосмысливать концепцию и форму работы своих объектов.





Чтобы достичь этого, они стремятся превратить свои площади в основные направления потоков клиентов. И для этого они принимают смелые решения, направленные на превращение торговых центров в знаковые места, где, помимо покупок, клиенты могут получить незабываемый опыт.

Эти преобразования, включающие дизайн, архитектуру, новые технологии и человеческую и социальную деятельность во всех ее аспектах, происходят в нескольких направлениях. Поскольку покупки с этим новым подходом теряют свою популярность, торговый центр теперь становится местом, где общие зоны приобретают большую значимость.



Входы в центры, проходы и сообщения между ними стали выше и больше, как будто намекая, что покупатели **попадают в совершенно другую среду, впечатляющую, но в тоже время уютную**. То, что входная группа выделяется среди окружения, на самом деле стало своеобразным имиджем бренда торговых центров. Кроме того, большие площади центров позволяют проводить всевозможные массовые мероприятия, которые сами по себе являются еще одним полюсом притяжения для публики.

Фуд-корты являются еще одним видом деятельности, который завоевывает место в торговых центрах. Централизованные зоны общественного питания становятся опорными точками для переоценки имиджа бренда.

Зона ресторанов обычно совмещается с развлекательными мероприятиями. Атракционы, предназначенные для того, чтобы занять время клиентов, становятся неотъемлемым аспектом опыта посещения торгового центра. Будь то **культура, эмоции, развлечения, отдых, любое интересное, поучительное, поднимающее настроение, веселое занятие**, это хороший вариант для того, чтобы заполнить свободное время клиентов. Таким образом поход за покупками становится настоящим опытом для клиента.

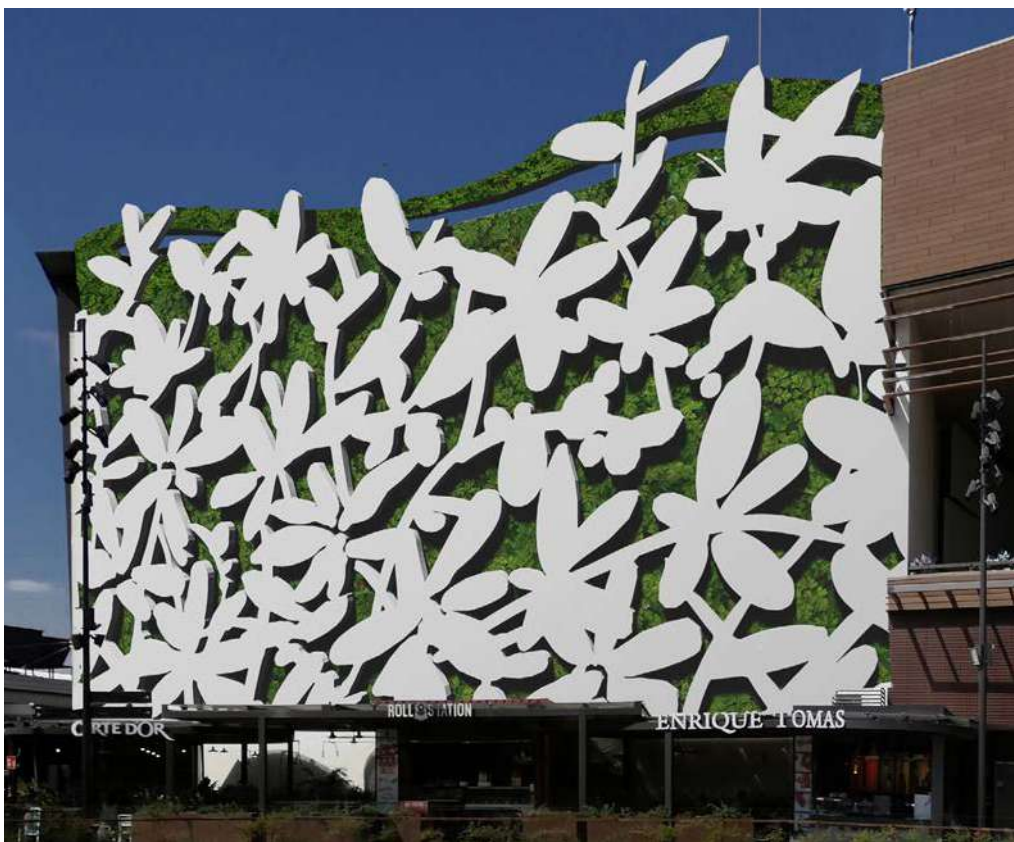




Фактически с появлением опыта **розничная торговля становится вторичным полюсом притяжения трафика** для многих торговых центров. Клиенты идут на шоу, интересное занятие, увлекательное развлечение, прогуляться или провести день и, между всеми этими занятиями, что-нибудь купить.

Информационные технологии также являются важным фактором трансформации торговых центров. Задача для них и их арендаторов состоит в том, чтобы объединить **удобство онлайн-покупок с ощущением нахождения в физическом магазине**. Технология обеспечивает решения, позволяющие успешно решить эту задачу.

Так называемая маячная технология используется для информирования покупателей торгового центра об акциях и происходящих событиях. Данная технология даже может направить их к конкретным продуктам и акциям в магазинах. Также благодаря смартфону клиент может получить доступ к инвентарю каждого магазина. С другой стороны, сбор данных о покупательских привычках позволяет **отслеживать поведение клиентов и адаптировать процесс покупок таким образом, чтобы это было им максимально удобно**. Наконец, правильно расположенный сенсорный экран поможет покупателям просматривать 3D-карты торгового центра, искать расписание событий, услуги, скидки, а также ориентироваться и скачивать адреса магазинов. Конечно же, зарядные станции для мобильных устройств также стали обычным явлением.



Таким образом, **новые тенденции** влекут за собой инвестиции в следующих направлениях:

- 1.- Включить в торговый центр **несколько опций** питания, развлечения и проведения досуга.
- 2.- Обеспечить **впечатляющий архитектурный дизайн**, который бы запомнился потребителям и ассоциировался с брендом торгового центра.
- 3.- Предложить **архитектурный дизайн общих пространств, площадей и коридоров** торгового центра с целью создать больше точек сближения и окружить потребителей ощущением значимости.
- 4.- Включить **жилые и рабочие помещения, квартиры и офисы**, а также парковки, чтобы повысить функциональность торговых центров, создать синергии и обеспечить максимальное удобство для пользователей.
- 5.- Внедрить **активное использование новых технологий**, цифровизации и виртуального пространства.

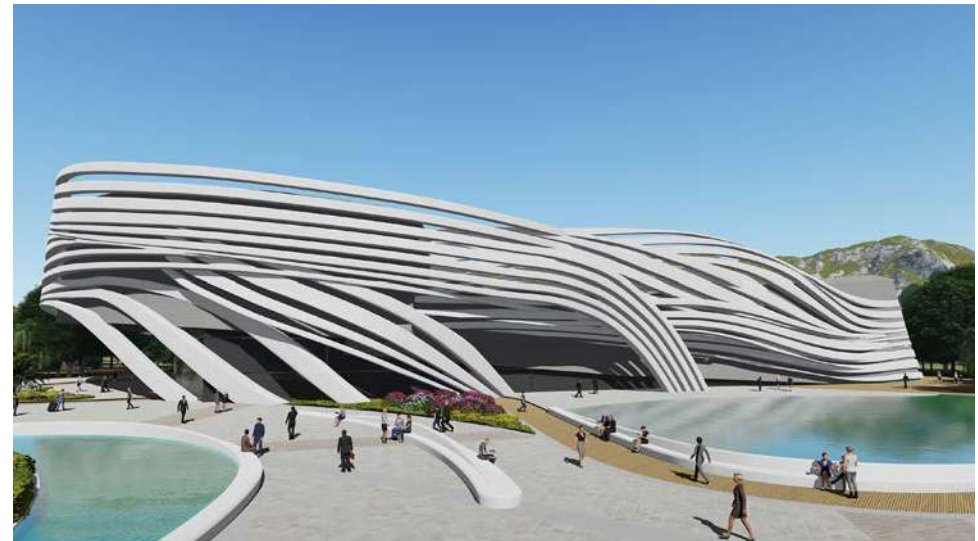


Решения

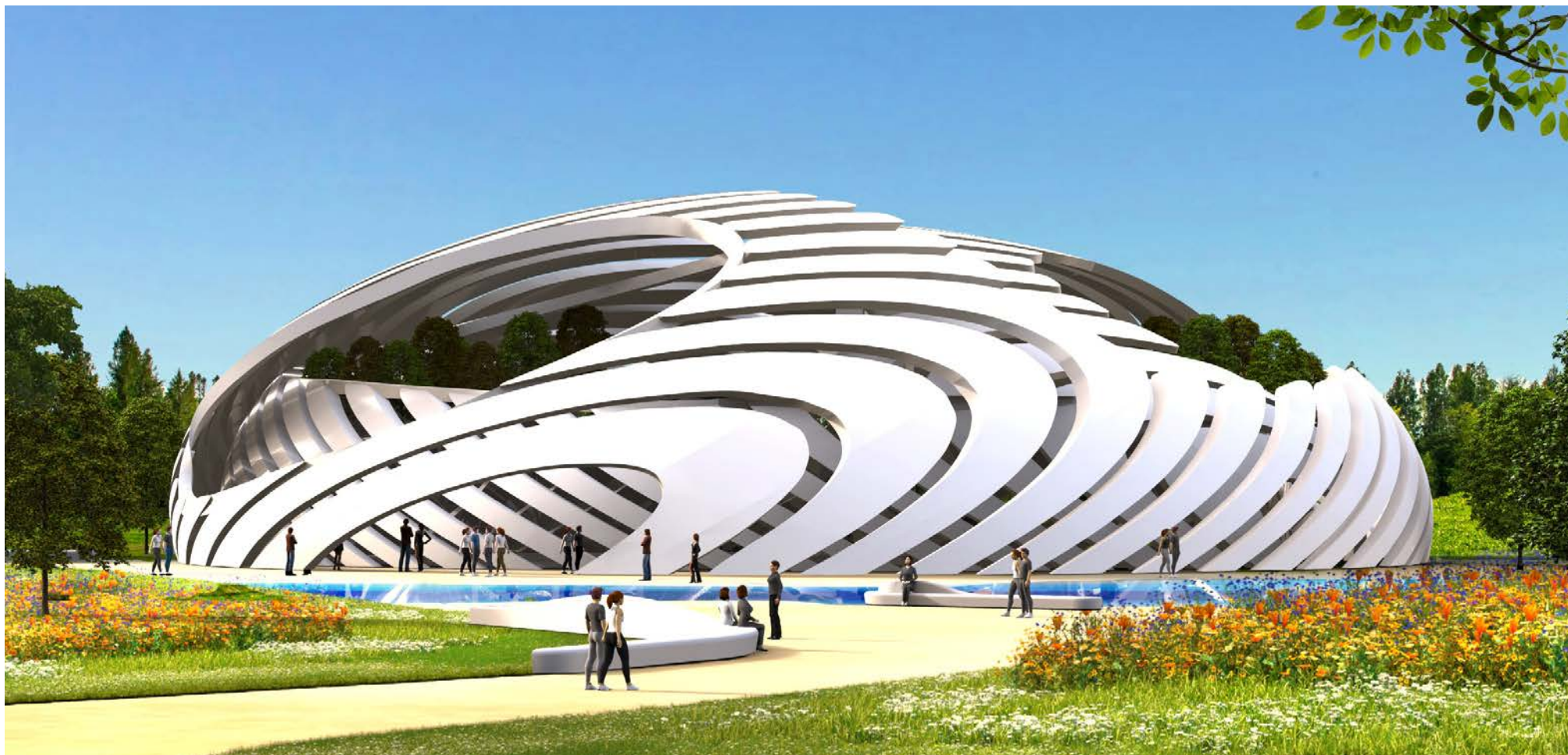
Amusement Logic Worldwide LLC. предлагает [решения для торговых центров](#) во всех указанных выше аспектах.

Мы можем взять на себя все этапы работ или их часть.





Проект «под ключ»



Amusement Logic Worldwide LLC. может разработать [проект торгового центра](#) от идеи до окончательного строительства: концептуальный [дизайн](#), эскизный проект, рабочий проект, подготовка [документации](#) для подрядчиков, дизайн интерьера, подбор мебели и отделки, [интеграция](#) бренда, изучение и разработка [прототипов](#), управление строительством и др., а также гражданское строительство, водоснабжение и канализация, [системы электроснабжения](#) высокого и низкого напряжения и аварийные системы, внутреннее и наружное [освещение](#), наблюдение (сигнализация, видеонаблюдение и т. д.), [домашняя автоматизация](#) и средства связи, [цифровизация](#), [управление и обслуживание](#) и др.



Часть работ

Для существующих площадей торгового центра мы можем предложить проектирование, поставку и установку **игровых площадок для всех возрастов**, с водными сооружениями или без них, а также зон приключений, бассейнов для дайвинга, каньонингов, батутов, аквариумов и т. д. Мы также занимаемся проектированием и строительством **фуд-кортов, торговых зон, зон общего пользования, площадей и путей циркуляции**.

Наша **технология 3DTECH** также является быстрым и экономичным решением для **обновления любой существующей архитектурной конструкции**, фасадов, входов, переходов и т.п., а также для создания **уникального дизайна**.

Доверьтесь нашему опыту, и вы убедитесь, что от нас не ускользает ни малейшая деталь.





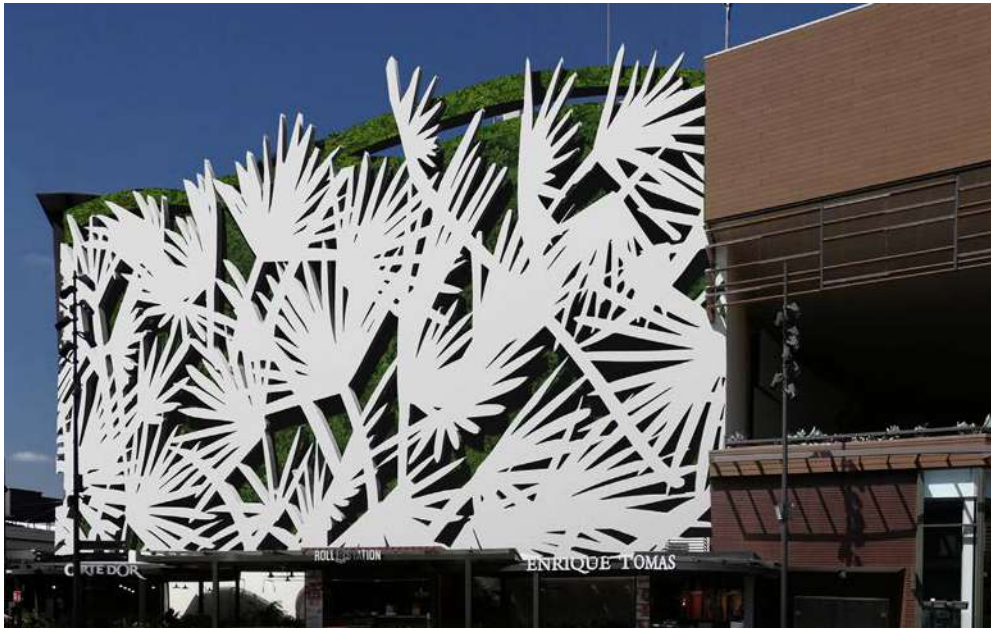












НАШИ РАБОТЫ В 12 СТРАНАХ!





AMUSEMENT LOGIC WORLDWIDE LLC.
80 Broad Street, 5th floor, 10004, New York (USA)
info@amusementlogic.es / www.amusementlogic.com

www.amusementlogic.ru
info@amusementlogic.es