

Entrepreneur & Business Services

הצרכים והאנשים  
לוגיקה • בינאית • סטריטגיה

ג'י (ה) אביחי (Ph.D.)

תחום עסקי • סטראטגיה • היזמים הוותיקים

ספק מוכר- משרד הביטחון 11003962



חבר בלשכת היועצים העסקיים-ישראל

## חנות קטנה ומטריפה זה לא רק סרט: על בידול של עסקים קטנים \*ד"ר הלל אביחי

בעידן של קניונים, מגה-סטורים ומרכזי קניות המתחרים "למי יש גדול יותר", ניכרת יותר ויותר מגמת הרטרו המוצאת את ביטוייה בחזרה למדרחוב הקניות של פעם. לכאורה, יש ללקוח הפוטנציאלי את כל הסיבות לכתת רגליו לקניון: מרכז ענק שופע מותגים, מיזוג חינוך אין כסף, ואולי אפילו איזה דוכן טעימה של גלידת שומר או לחם חסה. למודל זה שהועתק איך לא- מאמריקה הגדולה, צצים לא מעט חסרונות המוצאים את ביטויים, בין היתר בעובדה כי ככל שהקניון גדול יותר, כך מגרש החנייה גדול יותר ובוד בוד מרוחק יותר, וככל שיותר לקוחות מגיעים אליו, כך על הלקוח להצטייד במכשירי התראה, גילוי ומנוע טורבו על מנת לתפוס את מקום החנייה שאך זה התפנה. ואם לא די בכך, המרחק הממוצע ממקום החנייה (אם אכן הלקוח מצא אחת כזו), הופכת את הצעידה לפתח הקניון למסע רגלי לא פשוט, ביחוד אם מדובר בצורך להיגרר עם זאטוט אחד או שניים.

מנגד, מתעוררת לאחרונה מגמה של "חזרה לישן ולטוב" ובקיצור: רטרו לחנויות המתמחות של פעם, הממוקמות ברחוב מטופח, עם אופציית נגישות תחבורתית (מערכת הסעה המונית כגון רכבת קלה או כל אמצעי אחר) המביאה אותך לקצה שדרת החנויות ומאפשרת שיטוט נעים במקום פתוח (או סמי-מקורה בחורף). שמות כגון "5<sup>th</sup> Avenue; Le Boulevard" וכיו"ב ממחישים את עידן החזרה לשופינג של פעם.

השאלה הנשאלת היא כמובן מבחן הכח: מי מושך יותר? כיצד ניתן להתחרות במודל של הקניון, אשר הפך את הקניות לשולי את הבילוי לעיקר?

די אם נעיף מבט לקונספט ה- Main street המתפתח בארה"ב, או בטיוולנו הבא ללונדון נבקר ב- Marylebone, רחוב שהפך למרכז קניות יחודי המציע אלטרנטיבת "דה ז'ה וו" תחרותית לקניוני הענק.

כל הזכויות שמורות-ד"ר הלל אביחי (Ph.D;LL.B)  
info@synergic.co.il 052-8818616 / 08-6526508

[www.synergic.co.il](http://www.synergic.co.il)

ראשית, נבהיר כי אין הכוונה לקונספט המחליף את חנויות המגה בקניונים, אלא בנישה יחודית המחזירה את רעיון החנות המתמחה, ממוקדת המוצר או הנישה, ומאפשרת חווית קנייה אחרת.

כמובן, שלפרנסי העיר ולעומדים בראשה יש אינטרס ברור לסייע בפיתוח מרכזי קניות מעין אלו, והסיבה מובנת: משיכת קהל, פתיחת חנויות הנחוצות כאוויר לנשימה למרכז העיר המנומנם, וכמובן- פוטנציאל גדל"ני קורץ.

אשר להיבטים השוקיים ברמת העסק הבודד, הרי שלמעשה בשורה צרכנית זו, של פיתוח רחוב- קניות של חנויות מתמחות, הינה הזדמנות פז לעסקים קטנים אשר דמי השכירות הדרקוניים מונעים מהם לפתוח את עסקיהם בקניון הומה.

מזה שנים אני טוען כי "הגודל לא (בהכרח) קובע, וכי עסקים קטנים יכולים להשתלב היטב בתכנית הביקורים של הלקוח הפוטנציאלי. כל שנדרש הוא "קונטרה שווקית" לרשתות הממותגות, שכן ברור שיש יתרון לגודל, אבל עובדה זו אין בה כדי לסתום את הגולל על עסקים קטנים, אשר ידעו לפתח קונספט התמחותי וצמחו עם הזמן למיני-אימפריה (גלידה באר שבע, מיכל נגרין ועוד).

ההכרח בפיתוח בידול לעסק הקטן, מוצא את ביטויו במטריצה הבאה:



המטריצה מציגה 4 סוגים של עסקים, החל מהמונופול הממותג (ארצי או עולמי) וכלה בעסק הקטן.

ברור כי המוצר הממותג של קוקה קולה חזק לאין ערוך מהמוצר של העסק הקטן והלא מוכר (עדיין). מנגד, העסק השני המתמחה ביצור המוני וזול ("תפוצת נאט"ו) אינו רלוונטי לעסק הקטן, המתקשה לעמוד ביכולת השווק, הלוגיסטיקה וצינורות ההפצה של הגדול, אשר אימץ אסטרטגיית שיווק המוני.

כל הזכויות שמורות-ד"ר הלל אביחי (Ph.D;LL.B)  
 info@synergic.co.il 052-8818616 / 08-6526508  
 www.synergic.co.il

העסק השלישי, "המכולת" הינו למעשה הגלגול הקודם של העסק הקטן המחודש. המכולת של פעם התאפיינה בהיצע מוגבל למדי של מוצרי צריכה, בהיכרות אינטימית עם הלקוחות (בד"כ דיירי הרחוב/שכונה) אך החשוב מכל: פסיביות שווקית: הראו נא לי מכולניק של פעם מקדיש מזמנו לשווק שטח... רובם נהנו מהשמש המלטפת וקריאת עיתון הבוקר, זאת לאחר שהגישו בעצמם את הלחם האחיד, הקוטג' והקמח ללקוח. שווק אקטיבי לא הופיע בלקסיקון של חנויות המכולת של פעם.

כניסתן של רשתות השווק גמרה למעשה את ההלל על המכולת השכונתית, שלא יכלה היתה להתחרות בהיצע, בנוחות, במחיר, ואפילו לא במוזיקת המעליות שהתנגנה בסופרמרקט העמוס מכל טוב. שלא לדבר על חווית הקנייה, מושג שבינו ובין המכולת של פעם אין ולא כלום.

ברם, אין להתעלם מיתרונותיו של העסק הממוקם בקניון, או בעצם הפורמט של קניון כמרכז קניות ענק, ובין חסרונותיו של העסק הקטן. מנקודת חסרון זו, עשויה לצמוח אסטרטגיית היתרון היחסי של עסקים קטנים: השילוב של שדרה יוקרתית ומטופחת, המנקזת אליה עסקים מבודלים, המתמחים עם קונספט ללקוחות רגישי איכות, עשויים להיפך לדגם העסקי של השנים הקרובות: לא עוד שיטוט אין סופי בחיפוש אחר מקום חנייה שאולי התפנה, שלא לדבר על חניות מקורות או תת-קרקעיות המדירות את רגליהם של לקוחות כאלו ואחרים; לא עוד בדיקות בטחון מייגעות בכניסה, צפיפות רבתי ופורמט קבוע של רעש בלתי פוסק של תשדירי חסות, הצעות, מבצעים ל-30 שניות הקרובות ועוד שלל רעשי רקע מחרישי אוזניים, אלא שדרת חנויות מעוצבות, המציעות יוקרה, מרחב פתוח הכולל ספסלי ישיבה, פינות מוצלות/מקורות ואפילו כרי דשא המאפשרות לילדים משחקי כדור, כל זאת במתחם השדרה.

על הרשות אשר בשטח שיפוט תוקם שדרה מעין זו, להשיקע משאבים תחבורתיים, על מנת לאפשר נגישות זמינה, זולה, ללא צורך בחיפוש מקום חנייה, לצד טיפוח ופיתוח סביבתי. לא עוד מרכז הקניות המוזנח של פעם אלא שדרת חנויות סמי-מקורה המשדרת יוקרה, חווית בילוי ותחליף איכותי לקניוני הענק. די אם נביט סביב (לא רק בארצנו הקטנה...) , נראה שדרות חנויות הממוקמות במקודי נגישות, ולמעשה מציעות את ההיצע של הקניון, אך באוויר הפתוח הכולל פתרונות לימים גשומים. עד עכשיו דיברנו, חלמנו ורצינו אמריקה. אולי הגיע העת לחשוב, לחלום ולדבר גם רטרורופה? (רטרו+אירופה)?

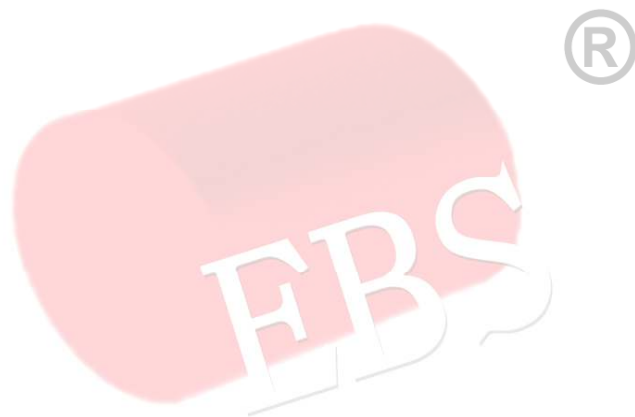
בין הגדול והמגושם, המציע אין ספור מוצרים (וכאן בדיוק המכשלה: מרוב מוצרים לא רואים את הקונספט), הגיע הזמן לחשוב על קטן, יחודי, איכותי המעניק חווית קנייה כמו פעם.

בשביל מוצר אחד, לא הולכים לקניון. בשביל מוצר יחודי, הולכים לחנות המתמחה: סויר ב- Marylebone בלונדון, הרובע הלטיני פריז, ואפילו לא להאמין: באמריקה הגדולה, שאצלה הכל בגדול, מתברר כי גם לקטן (והיחודי) יש מה לומר: הוויליג' החלומי, מעין נאות מדבר בלב מנהטן הסואנת, מוכרת לכל מי שביקר בתפוח הגדול, ובוודאי לכל דייל אוויר בדימוס (כמו הח"מ).

תמיד נזכרנו הערגה ב"ימים ההם". אולי הגיע הזמן גם לעשות, ולא רק לחלום???

ד"ר הלל אביחי, מנכ"ל Synergic - EBS הדרכות תכלית הינו יועץ שווקי ומומחה בבניית קונספט שווקי לעסקים קטנים

**כל הזכויות שמורות-ד"ר הלל אביחי (Ph.D;LL.B)**  
**052-8818616 / 08-6526508**  
**www.synergic.co.il**



---

המרכז ליזמות ופיתוח עסקים  
*Enterprise & Business Services*

---

כל הזכויות שמורות-ד"ר הלל אביחי (Ph.D;LL.B)  
info@synergic.co.il 052-8818616 / 08-6526508

**www.synergic.co.il**