



**FASHION PARK**

OUTLET CENTER INDIJA

# FASHION PARK OUTLET CENTER



# ISTORIJAT

- Outlet centri u svetu imaju tridesetogodišnju tradiciju
- Dolazi do razvoja proizvodnje brendirane robe u tekstilnoj industriji i javlja se potreba za učestalijim sezonskim plasmanom robe.
- Proizvođači imaju potrebu da izlažu i neprodatu robu iz starih zaliha koje se povećavaju usled sve bržeg smenjivanja kolekcija
- Zbog sve većih količina zaliha i predhodnih kolekcija, sedamdesetih i osamdesetih godina prošlog veka raste potreba za outletima u modnoj industriji



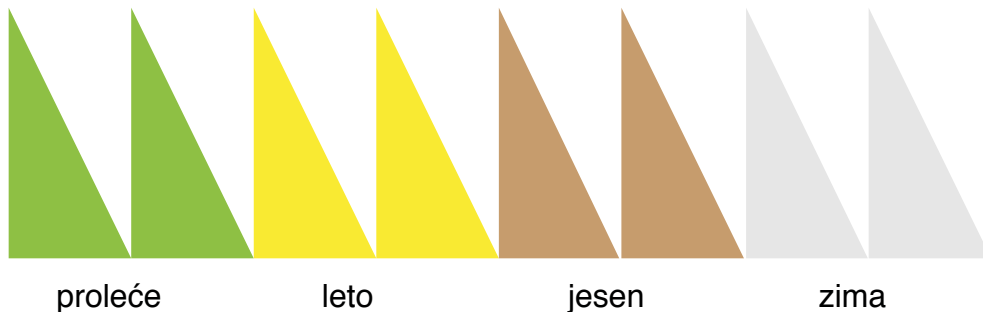
# ZAŠTO POSTOJE OUTLET CENTRI

- Ranije su postojale četiri tradicionalne modne sezone



# ZAŠTO POSTOJE OUTLET CENTRI

- Sezone su učestalije. Zahtevi kupaca su sofisticiraniji i izbacuju se kolekcije za prvi i drugi deo sezone



# RAZVOJ

- U zapadnoj i centralnoj Evropi outleteri doživljavaju pravu ekspanziju devedesetih godina prošlog veka
- Do sada su u Evropi izgrađena preko 140 centra. U narednih godinu i po dana u planu je otvaranje još 30, a do 2020. godine postoji potencijal za dodatnih 130 Outlet Centara



# 2012



# ZAŠTO OUTLET?

- Potreba retailera (maloprodavaca) da uz odgovarajuće marže, adekvatno izlože robu iz prethodnih sezona
- Roba izložena u outletima ne konkuriše najnovijim kolekcijama u **flag ship** radnjama (autorizovanim radnjama u shopping centrima i užim gradskim jezgrima)





# ZAŠTO OUTLET?

- Maloprodavac postiže kontrolisano izlaganje robe i dodatno podstiče cash flow prodajom lagera koji nije mogao da se proda u punoj ceni
- Potreba kupaca da po povoljnoj ceni dođu do kvalitetnog proizvoda (naglašeno u periodu ekonomske krize)
  - ✓ Ponuda visoko kategorisanih brendova se nudi po dosta nižim cenama
  - ✓ Menadžment Outlet Centra komunicira sa zakupcima na dnevnom nivou kao i praćenje preformansi kroz KPI analize na nedeljnom nivou
  - ✓ Menadžment Outlet Centra za razliku od menadžmenta Shopping Centra radi zajedno sa zakupcima, pruža im stručnu i marketinšku podršku u cilju optimalnog poslovanja (na dnevnom nivou se prati stanje zaliha, kvalitet ponude, Outlet standardi i KPI parametri)



# OUTLET NIJE SHOPPING CENTAR

## » Kategorije zastupljene u shopping centru

- prodavnice robe široke potrošnje
- usluge
- elektronika
- garderoba, obuća, asesoari
- oprema za kuću
- bioskop
- kuglana
- karting

## » Kategorije zastupljene u outlet centru

- garderoba, obuća, asesoari
- oprema za kuću
- restorani



# OUTLET NIJE SHOPPING CENTAR

## Razlike u raspoloživoj robi

### » Shopping centar

- ovogodišnja roba
- moderna roba
- neophodna dobra

### » Outlet centar

- zalihe distributera
- zalihe matične kuće (proizvođača)
- roba namenski pravljen za outlet
- “slow mover” roba (roba iz aktuelne sezone koja se slabije prodaje)



# OUTLET NIJE SHOPPING CENTAR

## Prosečan broj posetilaca

### » Shopping centar

- 10 + miliona godišnje

### » Outlet centar

- 2-3 miliona godišnje



# OUTLET NIJE SHOPPING CENTAR

## Lokacija

### » Shopping centar

- centar grada, maksimalno 15 minuta vožnje

### » Outlet centar

- van grada, maksimalno 90 minuta vožnje



# OUTLET NIJE SHOPPING CENTAR

## Veličina

### » Shopping centar

• 50.000 - 120.000 m<sup>2</sup>

### » Outlet centar

• 12.000 - 30.000 m<sup>2</sup>



# OUTLET NIJE SHOPPING CENTAR

Prosečno vreme koje potrošači provode u centru prilikom posete

## » Shopping centar

- 20 - 40 minuta

## » Outlet centar

- 60 - 180 minuta



# OUTLET NIJE SHOPPING CENTAR

## Ponašanje potrošača

### » Shopping centar

- usmereni na određeni proizvod

### » Outlet centar

- usmereni na cenu
- usmereni na sniženje





# OUTLET NIJE SHOPPING CENTAR

- Outlet centri prodaju robu iz prethodnih sezona uz stalna sniženja od 30 - 70%
- Nisu konkurencija shopping centrima



[www.FashionParkOutlet.rs](http://www.FashionParkOutlet.rs)

