



Étude de cas : Sourcer de nouvelles idées d'offres et de services

PRENDRE RDV

Comment un centre régional a su remplir ses cellules vacantes et trouver un positionnement différenciant !



L'entreprise présentée dans cette étude de cas est un **centre commercial situé en périphérie**, offrant une variété de boutiques et de services autour du prêt-à-porter et de la restauration rapide. Ce centre commercial éprouvait **des difficultés à attirer des locataires**, notamment en raison d'**une offre peu différenciantes** par rapport aux concurrents, d'une plus grande envergure.

Avant notre intervention, l'**offre du centre commercial comportait une trentaine d'enseignes de restauration et de prêt-à-porter**. La majorité des enseignes étaient déjà présentes dans les centres concurrents.

Le centre était localisé près d'une autoroute, mais il faisait face à un **centre concurrent spécialisé dans le prêt-à-porter** et comportant **plus d'une centaine d'enseignes**, installé récemment à quelques kilomètres de là, en entrée de ville.

Le **budget commercial était restreint**, et l'objectif était de **trouver de potentiels locataires prêt à s'installer dans le centre**.

Le défi majeur était **de remplir les cellules commerciales**

Le centre a validé la **création d'un pôle de santé** et a utilisé notre base de données pour trouver 5 locataires.



Après avoir pris en compte plus de 15 indicateurs sur l'offre, la demande, le niveau de satisfaction des offres existantes, la distance à la première offre similaire, nous avons pu identifier 4 besoins sur le territoire, soit parce qu'il y a une demande mais une absence d'offre (pas d'offre référencée), soit parce qu'il y a une demande mais que l'offre ne satisfait pas la demande (mauvaises notes en ligne).

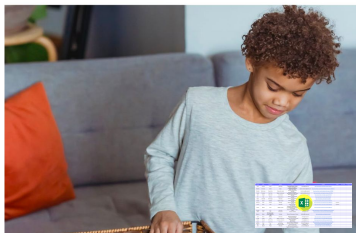
Une base de données de potentiels locataires a été fournie au centre et contactée pour générer des rendez-vous qualifiés.

Stratégie 1 : Créer une offre en déficit sur le territoire.

Un cabinet de gynécologue (N=1)

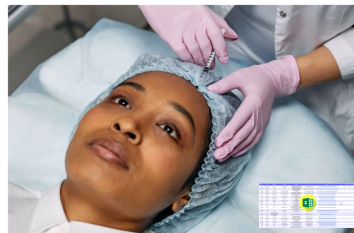


Un orthophoniste (N=2)

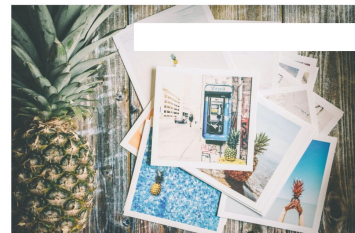


Stratégie 2 : Créer une meilleure offre sur le territoire que celle existante.

Un dermatologue (> 2,8/5)



La poste (> 2,2)





**Vous souhaitez en savoir plus sur notre méthode pour atteindre ces résultats ?
Rencontrons-nous !**

Amélie Jariel

+33 6 10 56 77 03

amelie.jariel@go-yourban.com

www.go-yourban.com

PRENDRE RDV