

התחדשות המרכז המסחרי הותיק של אריאל חלופות ותכנית עבודה



פתיחת מרכז מסחרי בעיר. באדיבות ארכיון אריאל

מרץ 2022

תוכן עניינים

3	רקע.....
3	מטרת הפרויקט.....
3	תהליך העבודה.....
4	ניתוח המצב הקיים.....
4	תכנון פיזי מוצלח ועירוב שימושים אינטנסיבי.....
4	מצב חזותי ותפעולי.....
6	תמהיל עסקי.....
10	סקר עמדות בנושא הרגלי צריכה של המרכז המסחרי הותיק ברובע א'.....
24	חלופות לחידוש המרכז המסחרי.....
26	תכנית עבודה להתחדשות המרכז המסחרי בטווח הקצר.....
26	1. התחדשות המרחב הציבורי.....
28	2. הגברת המשחקיות והעניין במרחב הפיזי.....
31	3. טיפול בשדרוג החזותי של מבני החנויות.....
32	4. פיתוח עסקי וקהילתי.....
40	5. שיווק המרכז המסחרי.....

URBAND

תכנון עירוני ופיתוח אסטרטגיה עסקית, קהילתית ותיירותית

sharon.bandh@gmail.com ,054-2553131

רקע

המרכז המסחרי הראשון של אריאל מכיל כ- 50 חנויות שמיעוטן עומדות בימים אלו סגורות ולא מעט משמשות למשרדים ולשירותים שאינם מושכים קהל רב. עד לפתיחת מרכז הקניות הפתוח באריאל בשנת 2017, היה המרכז המסחרי הוותיק מקור הצריכה הראשי לתושבי אריאל והסביבה. פתיחת קניון רב אור ואחריו אריאל סנטר גרמו לירידה חדה בפעילות המרכז. תמהיל החנויות הנוכחי המבוסס על עסקים קטנים מקומיים ברמה בסיסית ללא עוגנים קולינריים או אופנתיים ומחסור במסה קריטית של מגורים בצמידות, יצרו סיטואציה שהמרכז הלך ושקע כלכלית ותפעולית וכיום אין לו יכולת להתמודד עם התחרות ברמה המרחבית.

מטרת הפרויקט

התחדשות המרכז המסחרי הוותיק באופן שיהפוך אותו לפעיל ותוסס ככל הניתן, תוך הגדלת מבחר העסקים הפעילים, יצירת מקום בעל איכויות אורבניות מעניינות ומענה לצרכים המסחריים והקהילתיים העירוניים הבלתי ממומשים.

תהליך העבודה

ניתוח עומק של תפקוד המרכז המסחרי במצבו הנוכחי, ביצוע סקר מקיף בקרב ציבור התושבים, גיבוש חלופות והכנת תכנית עבודה מקיפה למימושה ולהוצאתן לפועל.

שלבי העבודה

1. ניתוח המצב הקיים, היכרות מעמיקה עם המרכז המסחרי, מרחב התחרות המקומית, עמדות והעדפות הציבור.
2. גיבוש חלופות להתחדשות המרכז המסחרי על סמך ניתוח ואבחון המצב הקיים בהיבטים מסחריים, תפעוליים, סטטוטוריים, קהילתיים וכיוב'.
3. הכנת פרוגרמה מפורטת ותכנית עבודה בתיאום עם כלל בעלי העניין.

URBAND

תכנון עירוני ופיתוח אסטרטגיה עסקית, קהילתית ותיירותית

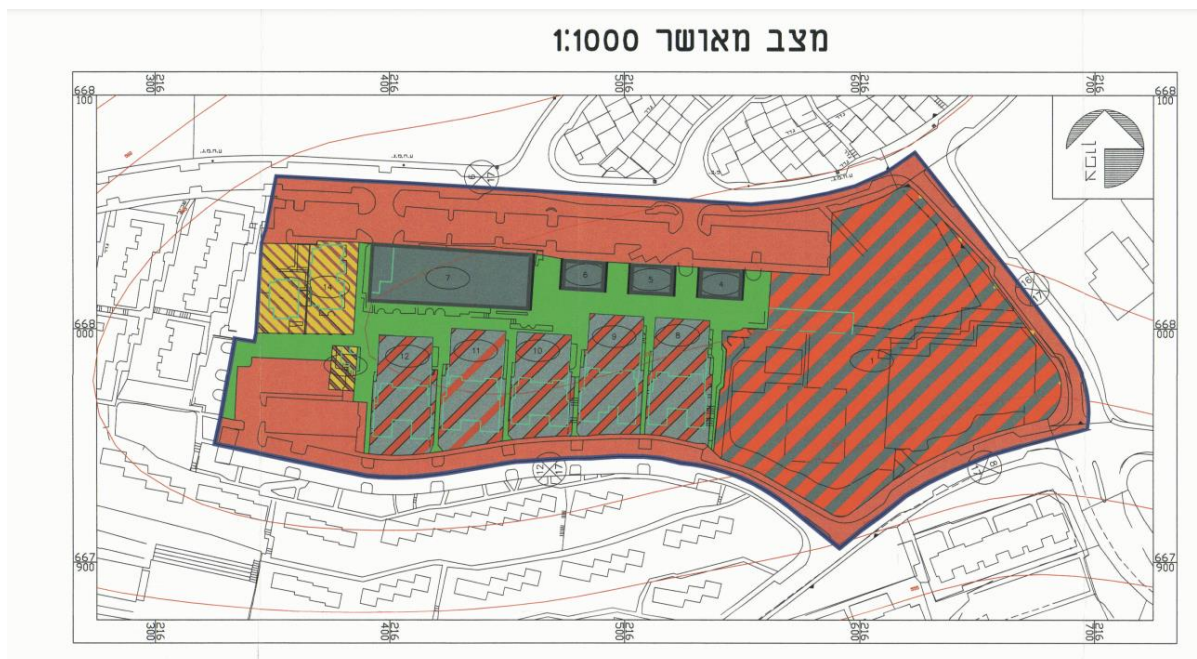
sharon.bandh@gmail.com , 054-2553131

ניתוח המצב הקיים

תכנון פיזי מוצלח ועירוב שימושים אינטנסיבי

המרכז המסחרי בנוי כמדרחוב פנימי פתוח נעים לשוטטות שלאורכו פרוסים מבנים עם חזיתות מסחריות הפונים אל המדרחוב. המרכז מונה כחמישים חנויות ובנוסף אליהן סניף של קופת חולים לאומית, סניף דואר ותחנת פיס פעילים.

המרכז ממוקם בלב רובע א' של אריאל בקרבה למגורים ולעוגנים ציבוריים חשובים ומשמעותיים בעיר כגון: משרדי העיריה, משרדים ממשלתיים, הבריכה העירונית, מרכז הצעירים, גן שעשועים, היכל התרבות והיכל ספורט. עירוב השימושים המאפיין את האזור והתכנון הפיסי האינטימי והמוצלח של המרכז הינן נקודות חוזק משמעותיות שלא נוצלו מספיק כדי למנף את הפעילות העסקית במקום ולשמר את מעמדו של המרכז כמוקד מסחרי מוביל בעיר.



מצב חזותי ותפעולי

המרכז המסחרי מתאפיין כיום במראה ובחווית לקוח מיושנת ולא אטרקטיבית במיוחד:

1. **ריהוט הרחוב דהוי ולא מתוחזק** – הספסלים והפרגולות ושאר פרטי ריהוט הרחוב לאורך המרכז לא נצבעו כבר תקופה ארוכה ומשדרים תחושה מיושנת ואסתטית ברמה ירודה.
2. **השלמת ריצוף לא אחידה** – במקומות שבהם נעקרו עצים בגלל בעיית השורשים שהרימו ריצוף בחנויות, נעשו השלמות ריצוף לא אחידות ולא אסתטיות.
3. **מחסור בשירותים ציבוריים** – לבאי המרכז המסחרי יש שירותים ציבוריים לא נגישים ברמת תחזוקה נמוכה בדופן החיצונית של מבנה גירון בצמוד למגרש החניה או בתוך השטח התפעולי של מבנה מגה – רמת השרותיות בהיבט זה הינה נמוכה מאוד ומעודדת את באי המרכז הזקוקים לשירותים ציבוריים לעזוב אותו. העדר השירותים, גם מכביד על פתיחת עסקי הסעדה במתחם (כל עסק חייב לייצר לעצמו שירותים ציבוריים משלו שגוזלים שטח רב מחנויות ששטחן הבסיסי לא גדול).

URBAND

תכנון עירוני ופיתוח אסטרטגיה עסקית, קהילתית ותיירותית

sharon.bandh@gmail.com , 054-2553131

4. **תאורה חלשה ולא אטרקטיבית** – גופי התאורה הקיימים במרכז המסחרי חלשים ויוצרים אווירה פחות נעימה בשעות הערב. לתאורה חשיבות רבה פסיכולוגית על תחושת ביטחון אישי וסדר ציבורי והעובדה שהתאורה הנוכחית אינה טובה מספיק משפיעה באופן ישיר על הרצון לשהות במרכז בשעות החשיכה.
5. **מחסור בחניה** – לכאורה כמות החניות הצמודות למרכז מכובדת ומספקת. בפועל, קירבת המרכז המסחרי למסוף האוטובוסים ברחוב דרך הנחשונים גורמת לכך שמגרש החניה נתפס כל יום ע"י תושבים מהעיר והאזור הבאים במכוניותיהם ועולים על תחבורה ציבורית מחוץ לעיר ומצמצמים בזמן זה את היקף החניות שנשאר עבור לקוחות המרכז.
6. **מחסור בשילוט אוריינטציה לעסקים ובהכוונות לעוגנים הציבוריים מסביב** - הפריסה הפיזית של המרכז מקשה על זיהוי מכלול העסקים הקיימים במקום (במיוחד אלו הממוקמים בפסאז' של בניין גירון). עובדה זו מפחיתה את המוטיבציה של הלקוחות הפוטנציאליים לבצע קניות ספונטניות.
7. **חיבורים פיזיים חלשים למרחב הסובב** – למרות הקירבה הרבה לעוגנים ציבוריים חשובים במרחב הסובב, המרכז לא נהנה מזרימה טבעית ומסינרגיה בינו ובינם. לדוגמא: מרכז הצעירים לא מתנהל מבחינה פיזית כמוקד המחובר למרכז המסחרי. הכניסה אליו היא מדרך נחשונים וכדי להגיע למרכז המסחרי, צריך לעקוף את מרכז איסוף האשפה של המרכז המסחרי באופן שאינו מזמין חיבור טבעי. דלת הכניסה הפונה את המרכז המסחרי נעולה ורמפת הנגישות שהיתה משם אל המרכז המסחרי בוטלה ונחסמה. הגישה למשרדי העירייה נעשית באמצעות גרמי מדרגות שאינם מבטאים את החיבור והקירבה ואינם מזמינים את הלקוחות הפוטנציאליים לעשות בהם שימוש.

תמהיל עסקי

להלן פריסת התמהיל העסקי במרכז המסחרי:

מספר המבנה	שם העסק	סוג העסק	צבע סימול
4	נדל"ן השומרון	משרדים ושרותים	
4	פיצה אש	הסעדה, מזון מהיר, גלידריה ופיצוציה	
4	אצל אסתי – אופנת מבוגרות	אופנה	
4	בבת עיני	אופטיקה ושירותים רפואיים	
5	מעדני אריאל - איטליז	מזון	
5	יעקב מילשטיין	מספרות ואסתטיקה	
5	אופטיקה אריאל	אופטיקה ושירותים רפואיים	
5	ממתקי זהבה	הסעדה, מזון מהיר, גלידריה ופיצוציה	
6	חנות צילום	חשמל, סלולר ומוצרים לבית	
6	מכון יופי (לייזר)	מספרות ואסתטיקה	
6	אצל דושי	חשמל, סלולר ומוצרים לבית	
6	א.ש. סיעוד	משרדים ושרותים	
7	זיוה – עיצוב שיער	מספרות ואסתטיקה	
7	Buger Time	הסעדה, מזון מהיר, גלידריה ופיצוציה	
7	להשכרה	ריק	
7	Sasha Studio	מספרות ואסתטיקה	
7	כוכבי ודני – נדל"ן	משרדים ושרותים	
7	חנות כלי בית	חשמל, סלולר ומוצרים לבית	
7	Tattoo	מספרות ואסתטיקה	
7	מגה בעיר	מזון	
7	משרד ללא שם	משרדים ושרותים	
7	תיקון נעליים ובגדים	משרדים ושרותים	
7	ניקוי יבש	משרדים ושרותים	
7	Parati – תכשיטים ותיקים	אופנה, תכשיטים ואקססוריז	
7	אורנה – מכון יופי	מספרות ואסתטיקה	
7	אלי הלפרן – משרד עו"ד	משרדים ושרותים	
8	שקל נטו – צעצועים זולים	חשמל, סלולר ומוצרים לבית	

URBAND

תכנון עירוני ופיתוח אסטרטגיה עסקית, קהילתית ותיירותית

sharon.bandh@gmail.com , 054-2553131

מספר המבנה	שם העסק	סוג העסק	צבע סימול
8	מכון אותופדי אריאל	אופטיקה ושירותים רפואיים	
8	ריק להשכרה	ריק	
8	גלידה אלדו	הסעדה, מזון מהיר, גלידריה ופיצוציה	
8	Fit It – מכון כושר	משרדים ושירותים	
9	סיטי פון	חשמל, סלולר ומוצרים לבית	
9	יהלום - תכשיטים	אופנה, תכשיטים ואקססוריז	
9	נתיב משכנתאות – תיווך נדל"ן	משרדים ושירותים	
9	Zoo ארץ Zoo	ציוד לחיות ופרחים	
9	ארטיק פלוס – מוצרי מסיבה וממתקים	מזון	
9	מסעדת הכרם	הסעדה, מזון מהיר, גלידריה ופיצוציה	
10	ריק - בשיפוץ	ריק	
10	Pizza Twenty's	הסעדה, מזון מהיר, גלידריה ופיצוציה	
10	מוצרי חשמל	חשמל, סלולר ומוצרים לבית	
10	הלימודיה	משרדים ושירותים	
10	עיצוב שיער סימה	מספרות ואסתטיקה	
10	פרחים	ציוד לחיות ופרחים	
11	מעדניה רוסית 2 X	מזון	
11	פארמה טבע	אופטיקה ושירותים רפואיים	
11	אמישרגז	משרדים ושירותים	
12	חנות בגדי נשים	אופנה, תכשיטים ואקססוריז	
12	מיה – בזאר, טקסטיל וחולצות מודפסות	אופנה, תכשיטים ואקססוריז	
12	Barber Shop	מספרות ואסתטיקה	
12	ירדנה – מאפיה	מזון	
12	מעדנית טבע	מזון	

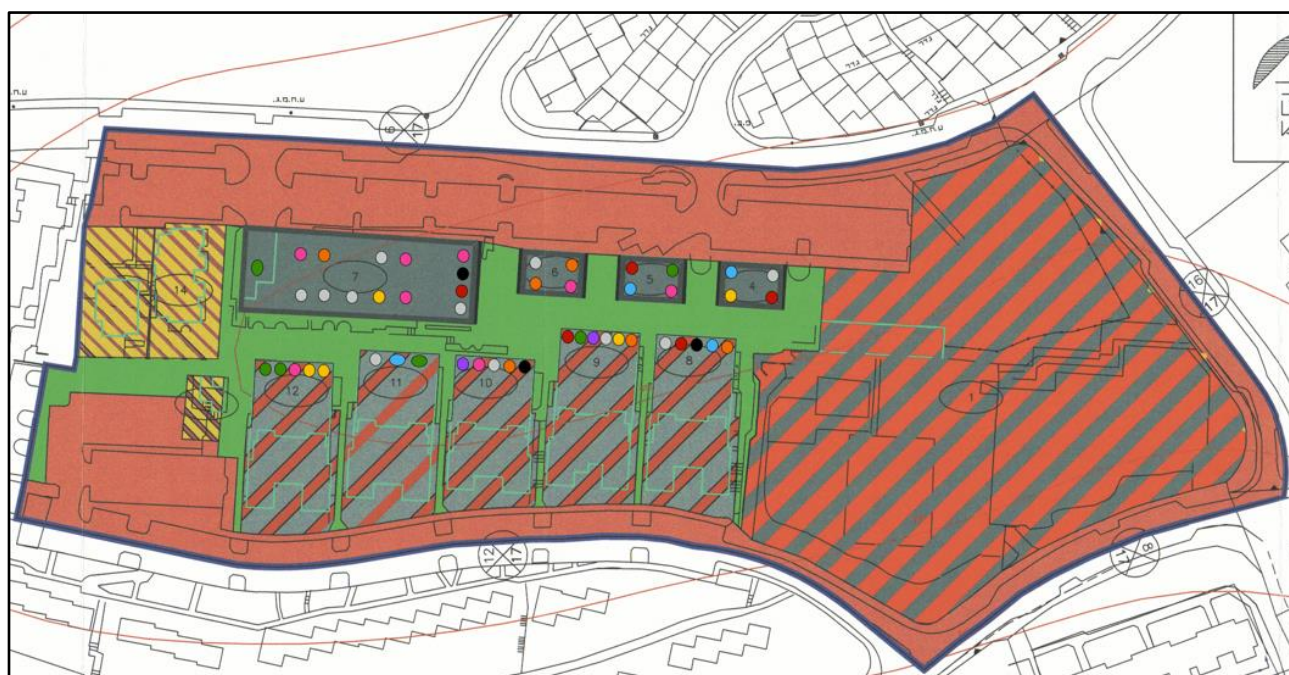
URBAND

תכנון עירוני ופיתוח אסטרטגיה עסקית, קהילתית ותיירותית

sharon.bandh@gmail.com ,054-2553131

סיכום לפי קטגוריות:

16% – 8	מספרות ואסתטיקה	6% – 3	ריק
12% – 6	חשמל, סלולר ומוצרים לבית	22% – 11	משרדים ושרותים
10% – 5	אופנה, תכשיטים ואקססוריז	8% – 4	אופטיקה ושירותים רפואיים
12% – 6	הסעדה, מזון מהיר, גלידריה ופיצוציה	4% – 2	ציוד לחיות ופרחים
10% – 5	מזון		



תובנות ומסקנות מניתוח התמהיל ברמה הכמותית והאיכותית

1. **מחסור בעסקי בילוי, פנאי והסעדה** - חסרים מאוד במרכז עסקי בילוי והסעדה מגוונים. מרבית העסקים הקיימים הם ברמה בסיסית מאוד ואינם מזמינים ישיבה או שהייה במקום. המחסור בעסקים איכותיים מושכי קהל מסוג זה, משפיע על כלל העסקים במרכז משום שהוא מקטין בצורה משמעותית את טווחי זמן הביקור במרכז והופך את חווית הביקור בו לפונקציונלית בלבד.
2. **מחסור בעסקי אופנה** – עוגן נוסף חשוב בכל מרכז מסחרי הם עסקי אופנה. עסקי האופנה הקיימים פונים לקהל מבוגר ושמרני או למי שזקוק למוצרי בייסיק בלבד ולכן אינם מושכים קהל.

URBAND

תכנון עירוני ופיתוח אסטרטגיה עסקית, קהילתית ותיירותית

sharon.bandh@gmail.com ,054-2553131

3. **עודף קריטי של משרדים ושירותים** – כמעט רבע מהעסקים במרכז הפכו למשרדים ולמוקדי שירות שאינם מושכים קהל. אחוז החנויות שהוסבו לשימושים אלו מלמד על חולשתו של המרכז ולכן חשוב לחזק אותו בהקדם כדי שהוא לא יתנוון עוד יותר. בגלל המבנה בפאסז'ים מקבילים הנעדרים חשיפה למרחב הציבורי וחולשתו היחסית של סניף מגה, העסקים בבניין גירון מתאפיינים בחולשה גדולה גם ביחס לשאר העסקים במרכז המסחרי ולכן מרבית השימושים המצויים בו קשורים לתחום המשרדים, השירותים והאסתטיקה.

4. **עודף עסקים בתחום המספרות ואסתטיקת הגוף** – גם תחום זה מצוי בעודף ניכר ומלמד על חולשתו הכלכלית של המרכז.

5. **איכות העסקים** – ברמה האיכותית חלק משמעותי מהעסקים הקיימים במרכז מוכרים סחורה מיושנת ולא אטרקטיבית ומסודרים בחוסר אסתטיקה. ללא התגייסות משמעותית של בעליהם לשינוי המצב, מידת ההשפעה שתהיה שלדרוג המרחב הציבורי תהיה נמוכה על היכולת לשפר את המצב הכלכלי ולמשוך את התושבים באופן קבוע למקום.

URBAND

תכנון עירוני ופיתוח אסטרטגיה עסקית, קהילתית ותיירותית

sharon.bandh@gmail.com , 054-2553131

סקר עמדות בנושא הרגלי צריכה של המרכז המסחרי הוטיק ברובע א'

כדי להשלים את הניתוח ולא להסתמך רק על תובנות מקצועיות, אלא גם על העמדות, הרצונות ורחשי הלב של הציבור, בוצע סקר מקיף בקרב תושבי העיר.

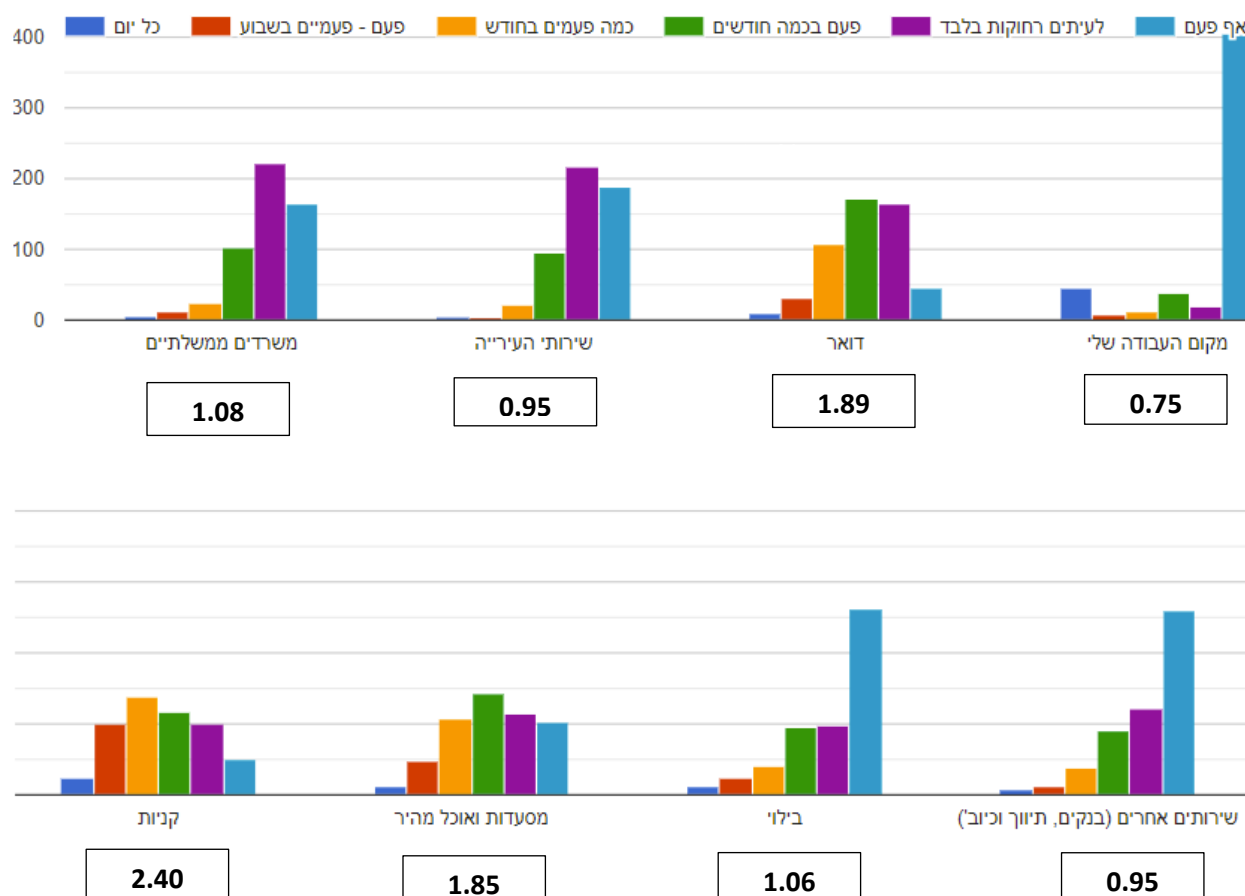
הסקר אפשר הבנה של הצרכים והעדפות לשירותים נדרשים, קניות ובילויים בעיני התושבים וסייע לגבש ולמקד את תהליכי התכנון שיאפשרו למרכז המסחרי להפוך מחדש למוקד עירוני ראשי נעים ואטרקטיבי המספק חוויה של תרבות, קניה ובילוי בלב העיר.

הסקר הופץ בין התאריכים: 1/3/2022 – 24/2/2022.

על הסקר ענו 527 משיבים ולהלן הממצאים:

סיבות עיקריות להגעה למרכז המסחרי ותדירות:

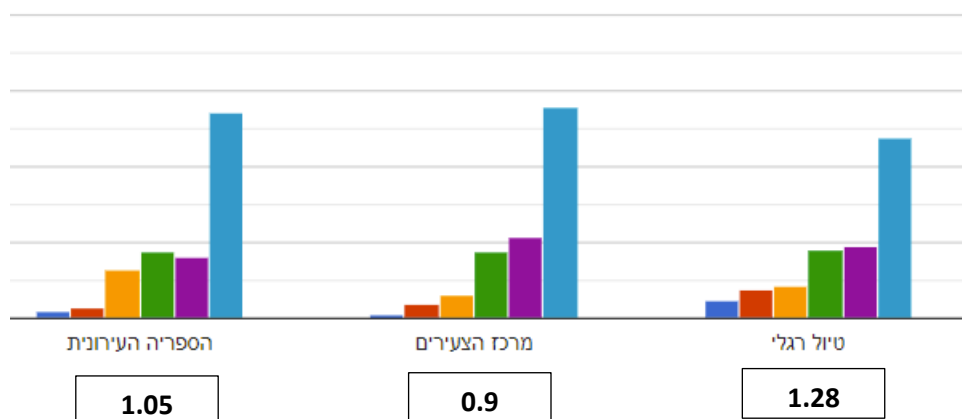
הממוצע שוקלל באמצעות ציון מתוקנן בין 0-5 (0 – אף פעם, 5 – כל יום):



URBAND

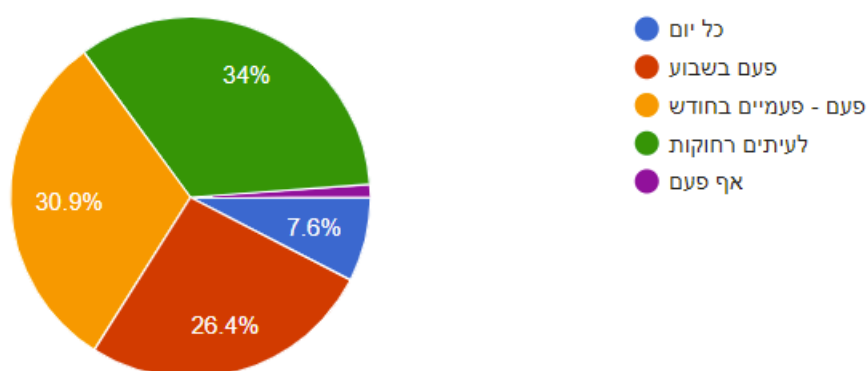
תכנון עירוני ופיתוח אסטרטגיה עסקית, קהילתית ותיירותית

sharon.bandh@gmail.com , 054-2553131



שימוש המשיבים במרכז המסחרי נמוך מאוד ביחס לכל סוגי הפעילויות עליהן שאלנו (נוטה הרבה יותר ל"לעיתים רחוקות" מאשר לכל יום). השימושים השכיחים ביותר הם קניות, דואר והסעדה.

תדירות הגעה כללית למרכז המסחרי:



רק שליש מהציבור פוקד את המרכז המסחרי על בסיס שבועי או יותר. כ- 2/3 מהציבור לא מגיע למרכז המסחרי יותר מפעמיים בחודש בממוצע.

URBAND

תכנון עירוני ופיתוח אסטרטגיה עסקית, קהילתית ותיירותית

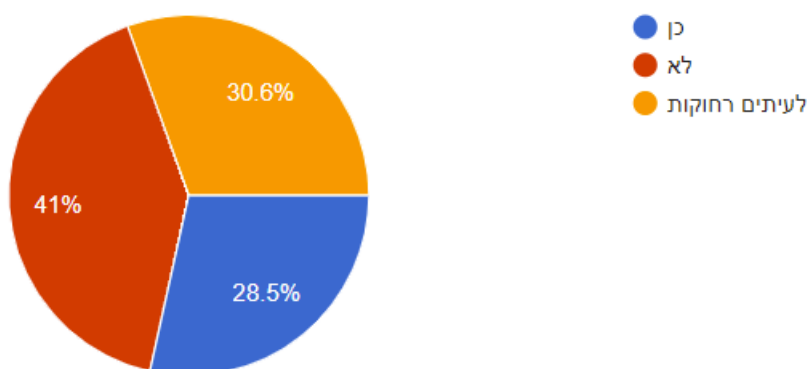
sharon.bandh@gmail.com , 054-2553131

משך הזמן הממוצע לשהייה במרכז המסחרי:



למעלה מ-75% מהמשיבים שוהים במרכז המסחרי **עד שעה אחת בכל פעם** שהם מגיעים אליו. נתון זה מלמד שאנשים מגיעים לאזור למטרות תכליתיות בלבד והמרחב לא מזמין אותם לשהות בו מעבר לנדרש. ביקור פונקציונלי ללא שוטטות ספונטאנית ושהייה משקף את חוסר האטרקטיביות של המקום ברמת התוכן.

הגעה למרכז המסחרי גם בשעות הערב:



למעלה מ-70% מהציבור אינם מגיעים למרכז המסחרי בשעות הערב. מדובר באנומליה קשה ביחס למרכז מסחרי מרכזי בעיר בקרבת מגורים ומוסדות ציבור שכלל אינו מתפקד בשעות החשכה ואינו מושך אליו כלל קהל.

מטרות הגעה בשעות הערב בקרב המשיבים בחיוב:

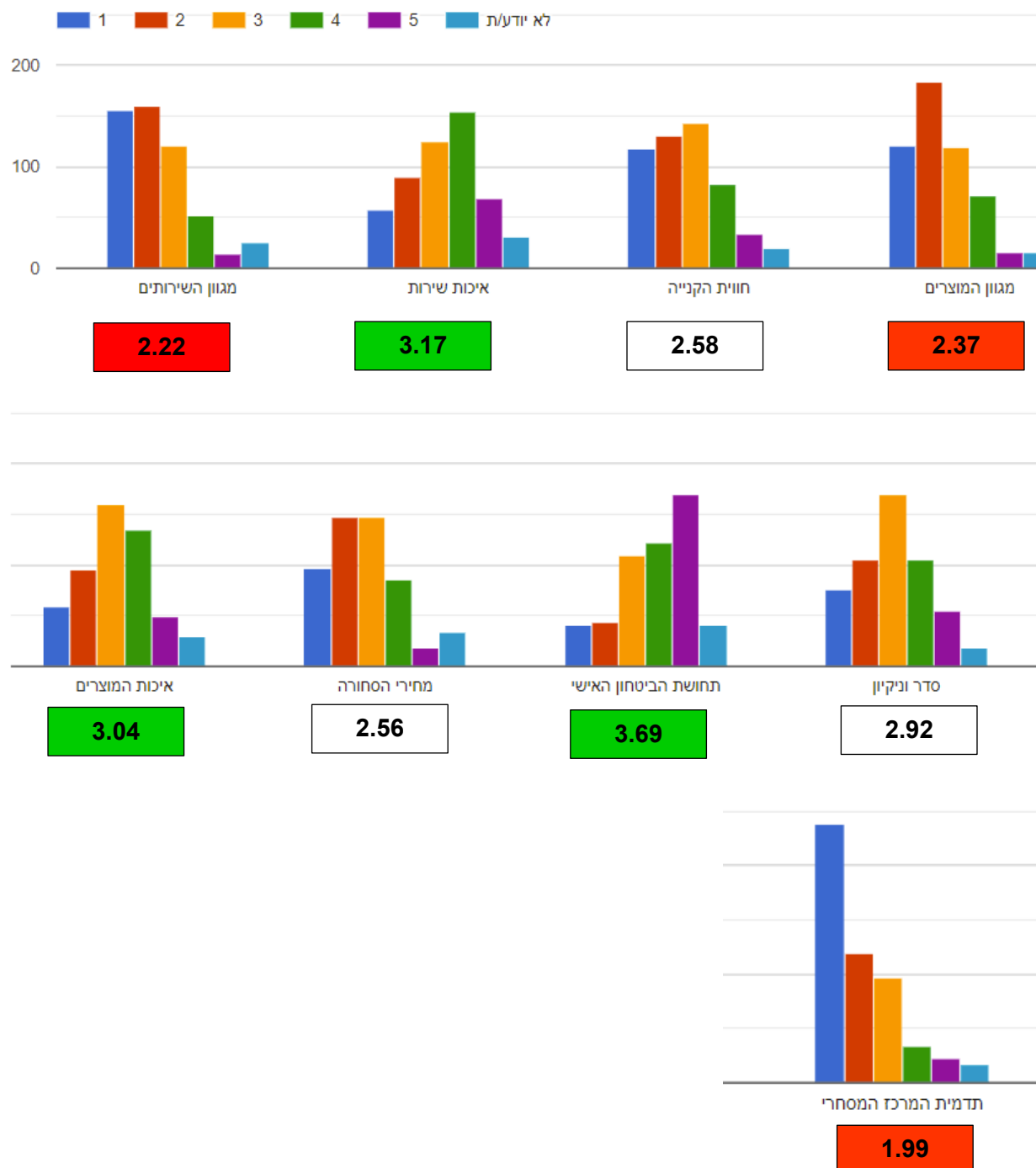
מתוך 192 משיבים, 58 ציינו קניות, 36 ציינו רכישת פיצה כסיבה מרכזית. עוד 21 משיבים ציינו הגעה לטובת הדואר, 9 מגיעים בשביל גלידה ו-8 משיבים ציינו את המספרות כסיבה. רק 4 משיבים ציינו את מרכז הצעירים כסיבה להגעה.

URBAND

תכנון עירוני ופיתוח אסטרטגיה עסקית, קהילתית ותיירותית

sharon.bandh@gmail.com , 054-2553131

דירוג המרכז המסחרי במדדי איכות וחוויה (1 - רע, 5 - מצוין):



מניתוח התשובות ניכר שחולשת המרכז מבוססת על מגוון המוצרים והשירותים הניתנים בו ופחות על המאפיינים הפיסיים או על איכות השירות (מי שקונה שם לא חושב שהאיכות של המוצרים או השירותים נמוכה). חווית הלקוח, המגוון הדל של הסיבות להגיע ותדמית המרכז הכוללת משפיעים מאוד על כוח המשיכה שלו ולכן הוא נתון בסטגניה

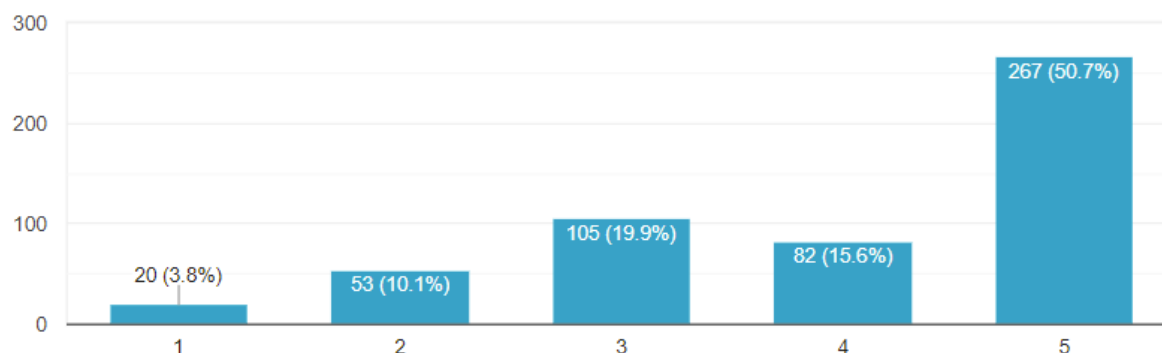
URBAND

תכנון עירוני ופיתוח אסטרטגיה עסקית, קהילתית ותיירותית

sharon.bandh@gmail.com ,054-2553131

כלכלית ותפקודית קשה. נדרשת התערבות בתמהיל העסקים ובעלי העסקים חייבים להתגייס בצורה פרואקטיבית כדי לשנות את המצב.

עד כמה המרכז המסחרי חשוב לתושבי העיר (1 – לא חשוב בכלל, 5 – חשוב מאוד):



הציון המשוקלל לשאלה זו עומד על 3.99 וכשני שליש חושבים שהוא חשוב או חשוב מאוד. כשני שליש מהמשיבים מייחסים למרכז המסחרי חשיבות רבה כמוקד מרכזי בעיר וכסמל עירוני.

הדברים העיקריים שצריך לשפר כיום במרכז המסחרי:

התחדשות העסקים, שילוב חנויות בוטיק וחנויות יחודיות, הוספת תוכן, פתיחת מקומות בילוי וקולנוע – 52 משיבים
טיפול בכביש, בפקקים ושיפור החניה – 49
שיפור המראה והניקיון – 21 משיבים
הוספת מקומות בילוי, בתי קפה ומסעדות – 26 משיבים
הוספת צל – 17 משיבים
הוספת שוק / יריד /דוכנים מעניינים – 9 משיבים

אילו סוגים של עסקים היו גורמים למשיבים להגיע יותר למרכז המסחרי:



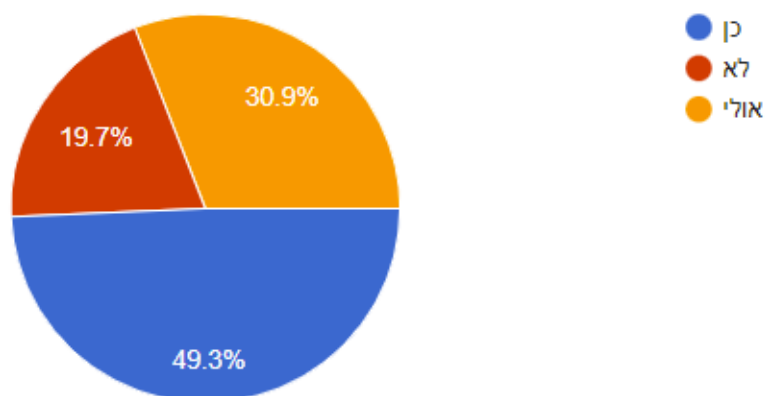
URBAND

תכנון עירוני ופיתוח אסטרטגיה עסקית, קהילתית ותיירותית

sharon.bandh@gmail.com , 054-2553131

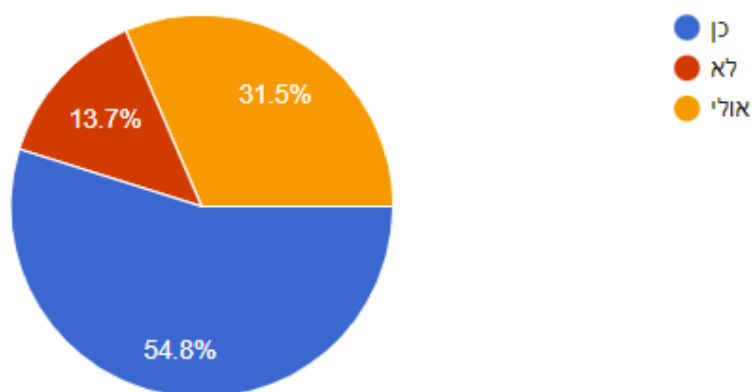
קיים רצון משמעותי בהפיכת המרכז למעוז בילוי והסעדה משמעותי בעיר, למרות שניכר שגם חנויות בגדים וכלי בית נוספות מעוניינות יתקבלו בעניין ובברכה.

האם התושבים מעוניינים בפעילות למשפחות במרכז המסחרי:



כ- 81% מהמשיבים היו מגיעים או שוקלים להגיע לפעילויות למשפחות, אם אלו היו מתקיימות כאלו במרכז המסחרי.

האם התושבים מעוניינים בפעילות תרבות בערב למבוגרים במרכז המסחרי:



למעלה מ- 86% מהמשיבים היו מגיעים או שוקלים בחיוב להגיע לפעילות פנאי, תרבות ובילוי בערב מותאמת לבוגרים במרכז בשעות הערב. רמת ההיענות הגבוהה מעידה שיש מחסור משמעותי במוקדי בילוי ופנאי פעילים בעיר.

URBAND

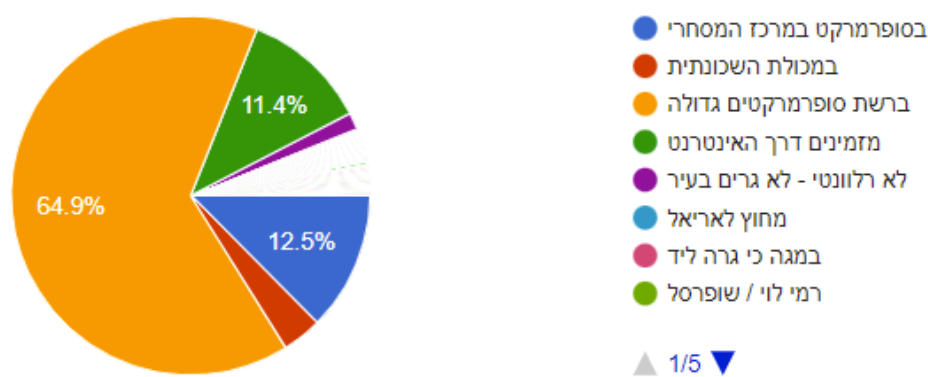
תכנון עירוני ופיתוח אסטרטגיה עסקית, קהילתית ותיירותית

sharon.bandh@gmail.com , 054-2553131

הפעולות העיקריות שצריך לעשות כדי לקדם את ההתחדשות של המרכז המסחרי (בצורה בלתי נעזרת):

- שדרוג הנראות והמרחב הציבורי – 79
- הוספת פעילויות ותוכן – 78
- שיפור מצב החניה – 36
- שיפור מגוון החנויות – 34
- הוספת בתי קפה – 33
- הוספת מסעדות – 32
- הכל – 24
- הוספת חנויות בגדים – 19
- הוספת יריד או שוק על בסיס קבוע – 10

היכן קונים בדרך כלל מזון הביתה:



12.5% קונים בסניף מגה בעיר במרכז המסחרי הותיק. חשוב יהיה לשקף נתון זה למנהלי הרשת ולחשוב איתם כיצד הם יכולים להגדיל את נתח השוק היחסי ולחזק את עצמם כעוגן מרכזי באריאל. ייתכן שהמעבר של רשת מגה לרשת קארפור הצרפתית הנכנסת בנעליה (בהנחה שייסבו את הסניף בהקדם), יעזור מאוד בחיזוק כוח המשיכה שלו.

URBAND

תכנון עירוני ופיתוח אסטרטגיה עסקית, קהילתית ותיירותית

sharon.bandh@gmail.com ,054-2553131

היכן מעדיפים לבצע בדרך כלל קניות של בגדים ומוצרים לבית (שאינם מכולת):



חלקו של המרכז המסחרי היום בקניות מסוג זה זניח. חשוב יהיה לשקף את המצב לבעלי העסקים הקיימים הרלוונטיים ולסייע להם להגדיל את כוח המשיכה. כמו כן, ניתן לראות שאחוז ניכר מהקניות בתחום זה "בורח" מחוץ לעיר ופתיחת עסקים נוספים אטרקטיביים בתוך העיר מתבקשת.

מה המקומות האהובים לבילוי בעיר:

להלן רשימת המקומות שצוינו לפי כמות האיזכורים:

אין – 137 משיבים (כ- 26% מכלל המשיבים!)

קניון מגה אור – 129 (כ- 24.5%)

המקום של אבא – 52 (כ- 9.9%)

פארקים – 41

קפה גרג – 32

היכל התרבות – 15

מאנצ'ס – 12

ביגה – 11

אזור התעשייה – 11

צורת הבילוי המועדפת שאוזכרה הכי הרבה ללא שיוך ספציפי הינה בתי קפה ומסעדות.

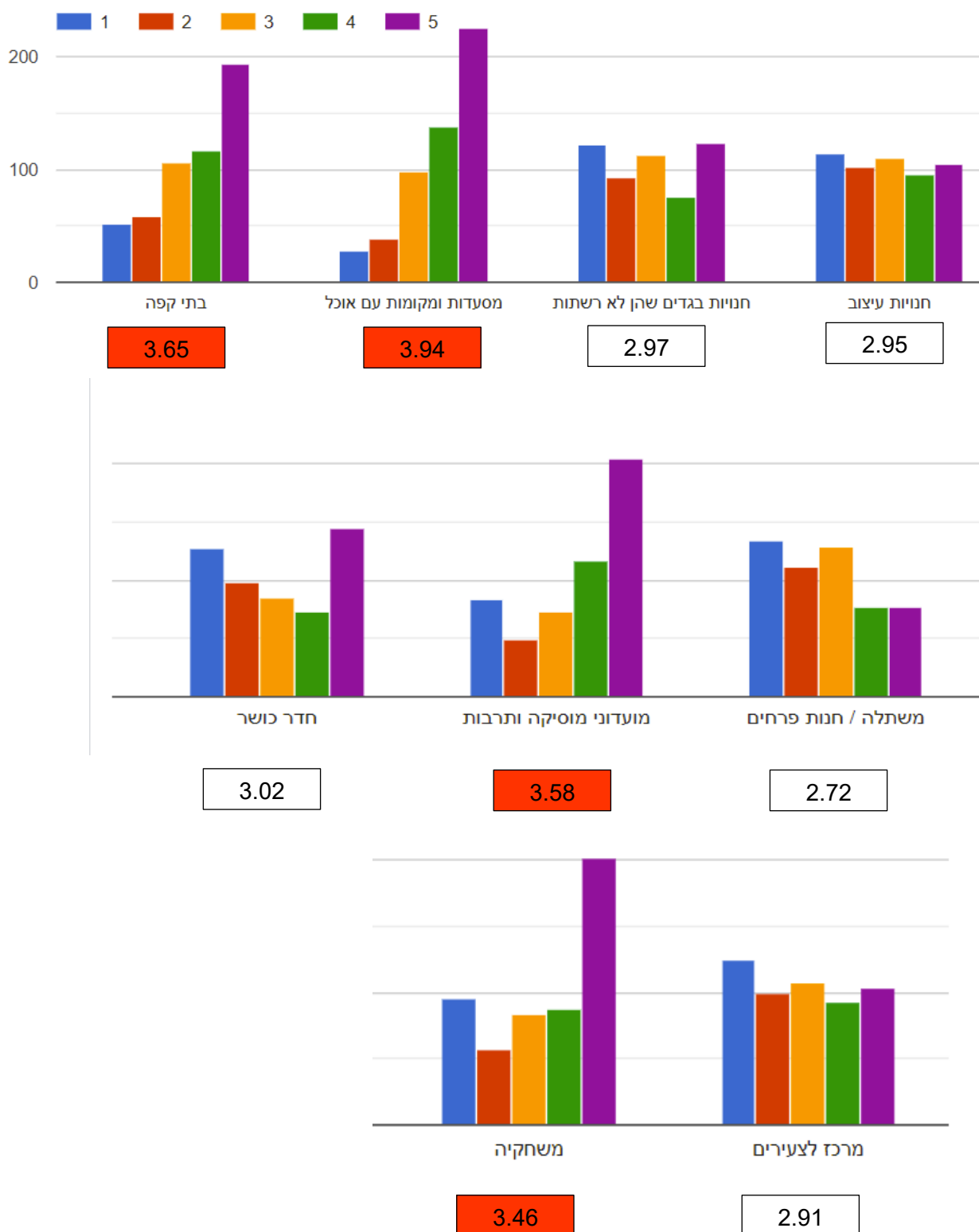
URBAND

תכנון עירוני ופיתוח אסטרטגיה עסקית, קהילתית ותיירותית

sharon.bandh@gmail.com , 054-2553131

האם חסרים לכם בעיר שירותים ועסקים ייחודיים בתחומים הבאים (1 - לא חסר

בכלל, 5 - חסר מאוד):



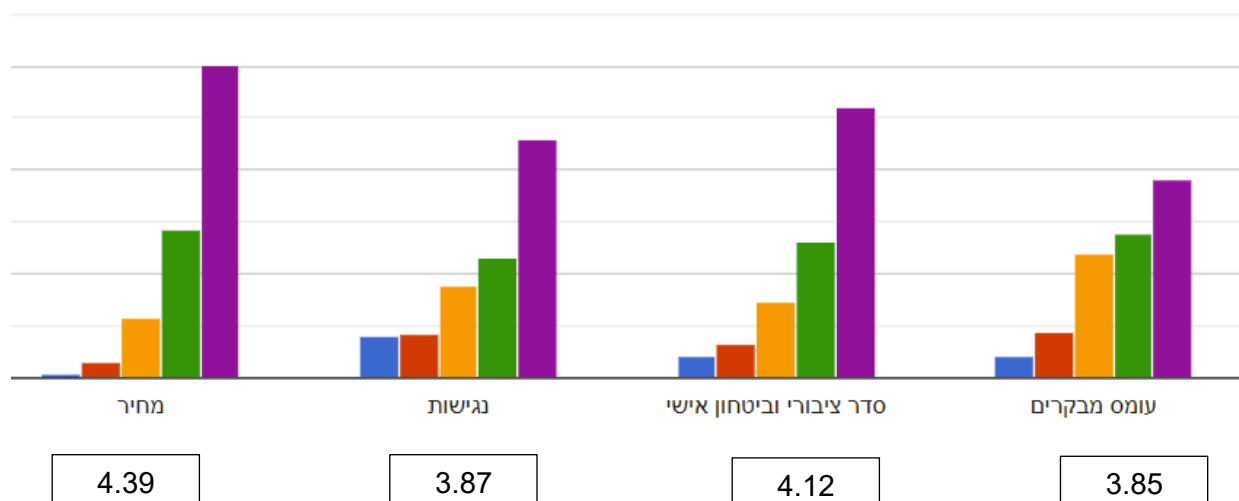
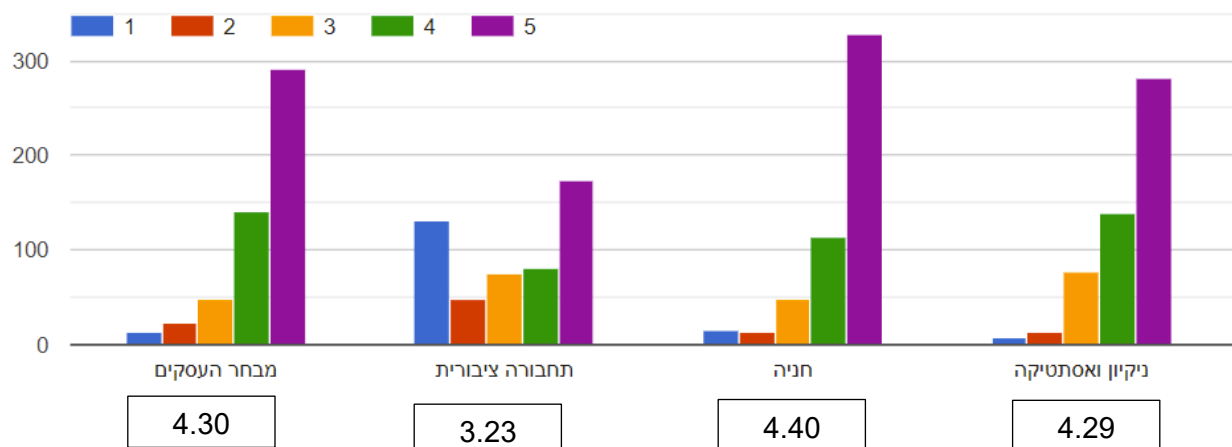
URBAND

תכנון עירוני ופיתוח אסטרטגיה עסקית, קהילתית ותיירותית

sharon.bandh@gmail.com ,054-2553131

ניכר שכל ספקטרום עסקי הבילוי, הפנאי וההסעדה מאוד חסר בעיר הן עבור מבוגרים והן עבור ילדים.

מה מידת החשיבות של כל אחד מהנושאים הבאים בבחירתכם את אזורי הקניות ובילוי (1- בכלל לא, 5 - מאוד):



חניה, מחיר, מבחר ואסתטיקה עומדים בראש סדר העדיפויות של ציבור המשיבים. המרכז הותיק נתפש כיום כמוקד בעייתי מבחינת חניה שרמתו האסתטית נמוכה יחסית וחוויית המבחר והמחיר בו לקויה (Value For Money). כדי לשנות את התפישה הרווחת נדרשת עבודה לא רק במרחב הציבורי של המרכז המסחרי, אלא גם שינוי פנימי בתמהיל העסקים ובתפקוד שלהם.

URBAND

תכנון עירוני ופיתוח אסטרטגיה עסקית, קהילתית ותיירותית

sharon.bandh@gmail.com ,054-2553131

תובנות חשובות נוספות:

ציטוטים נבחרים:

- המרכז היה מקום מהמם, עכשיו שומם וזה שובר את הלב, מקווה שהשינוי יבוא ואפשר יהיה לחזור לבלות שם.
- המרכז הוא מקום מאוד חשוב בשבילי. אני לא רוצה שהוא ישתנה לגמרי אלא שיתווספו אליו עוד דברים כדי שאוכל להסתובב בו עם חברים ומשפחה ולא רק להגיע כשאני צריכה משהו.
- להוסיף מגוון חנויות ורשתות, גם בוטיקים - לא להתייחס רק לאוכלוסייה הדתית וככה יבואו גם אנשים גם מחוץ לארץ.
- העיר שלנו הפכה לעיר רפאים, אני פה 35 שנה, זוכרת כשהיה מקומות בילוי באזור תעשייה, שהמרכז בימי שיש שקק חיים והיום הכל סגור אין מגוון הכל סגור בשישי שבת מרגיש רע מאוד עבורנו התושבים.
- צריך לבחון אילו עסקים מכניסים העיר רוויה באותם עסקים ומנגד יש דברים שאין בכלל, בייחוד עבור ילדים להורים: ג'ימבורי, נינג'ה, חנות לתינוקות (ילודה גבוהה בכול האזור לא ברור למה אין) ואם רוצים שהמקום יצליח צריך גם להכניס רשתות!! ולא רק עסקים פרטיים
- אני בוחרת מרכז קניות לפי מגוון שירותים, בדרך לא אלך במיוחד עבור עסק אחד. כשאני הולכת לקניון אני אקנה משהו בחנות בגדים, אעבור ברמי לוי ואקנה משהו גם בקרביץ. אין מגוון כזה במרכז מסחרי.
- ליצור מקומות לבילוי לשלל הגילאים פה בעיר וליצור תחבורה בטוחה לתושבים.
- חסר מענה לרוב הצעירים בעיר (18+) כמעט ואין ברים או מקומות בילוי והייתי מצפה שהעיר תתן יד לעסקים כאלה.
- יש למקום המון פוטנציאל. צריך רענון ושיווק מחדש אפשר להפוך אותו בקלות למתחם בילוי שיהיה נעים אפילו סתם לשבת בו על ספסל ולשתות קפה טו גו... בסגנון של מתחם שרונה תל אביב.
- מחירים סבירים לכל כיס, פעילות לילית. אחרי 19:00-20:00 העיר "מתה" ואין פעילות לצעירים.
- צריך להביא קצת מהמרכז (תל אביב, כ"ס) לארץ, לחשוב על אפשרות כלשהי לקולנוע, בילוי במסעדות של רשתות גדולות ונחשבות (לדוג' גולדה), חנויות מותגים (ולא רק חנויות בגדים לדתיים), הפעלות לילדים ופעוטות אבל לא בצורה חובבנית-במקום שיכול להכיל הרבה ילדים (כמו שעושים בחופש הגדול שני בשכונה). אם כבר יפתחו חנויות שוות במרכז לעזור להם "להתניע".
- לפי דעתי צריך לייעד את המרכז המסחרי ברובע א' למטרת בילוי, מסעדות ובתי-קפה. ברגע שיהיה מגוון של עסקים מהתחום הזה שם יהיה אפשר לצאת לבילוי במרכז ולהחליט כבר שם איזה סוג של בילוי - באיזו מסעדה או בית קפה לבחור. במצב היום אנחנו יוצאים למרכז רק ממטרה מאוד ספציפית (להסתפר אצל יעקב, לקנות שווארמה בכרם) ולא כדי "לבלות במרכז" למרות שנים כל כך לשהות שם. בנוסף אם תונהג שגרה של פתיחת עסקים עד 11 או 12 בלילה הבילוי שם יהיה הרבה יותר רלוונטי לנו, האוכלוסייה העובדת עד מאוחר בערב.
- "כדאי לעשות פינוי בינוי למרכז. התצורה הנוכחית לא רלוונטית למאב 21, לא בצורת האצבעות, לא במחסור חמור של חנייה, לא במחסור של מגורים בסביבה הקרובה במרחק הליכה. במקום לשפוך מאות אלפים על שיפור קוסמטי, עדיף לגלח את המקום ולבנות פרויקט חדיש מראש כמו קניון ערים בכפר סבא משלוב מגורים לגובה מסחר עסקים ובילוי. כרגע, לטווח הקצר, מצב החנייה בלתי נסבל. בשעת השיא אפילו שהחנייה מלאה, המרכז עצמו לא מלא ואנשים ממשיכים הלאה. עוד דבר נוסף - כנראה החסרון האמיתי הוא שאין בעל הבית שם כמו בקניון מודרני. רואים שבעלי הנכסים לא משקיעים בעצמם בנכסים שלהם ומשאירים את בעלי החנויות (ובאופן אבסורד גם העירייה!?) להתמודד בעצמם. בהצלחה."
- אריאל אחלה מקום לגור בה אבל! אין בה כלום! בשביל לקבל חווית קניה צריך לנסוע לערים אחרות הלוואי והיו משקיעים בעיר יותר... אם זה מבחינת גני שעשועים מפותחים יותר לילדים, פארקים מעניינים... הצגות לילדים, חנויות מרשתות מובילות מלבד פיצה שיש פה בשפע אין מגוון של מסעדות/בתי קפה.
- משהו לילדים בסגנון משחקיה, וברים ומקומות בילוי לבני נוער חובה ובתי קפה פתוחים בשישי שבת.
- העיר מתפתחת אבל העסקים ומקומות הבילוי נשארים כרגיל. כל בן אדם שני פותח פיצרייה / פיצוצייה. אין מועדונים אין מספיק מסעדות או חנויות מותגים. אף אחד לא רוצה לפתוח עסק מעניין משום שאין איש שעובר שם. רוב העיר הם בגילאי 20-40 ומגיע לנו מקומות טובים בעיר מבלי החשק לצאת לערים גדולות יותר

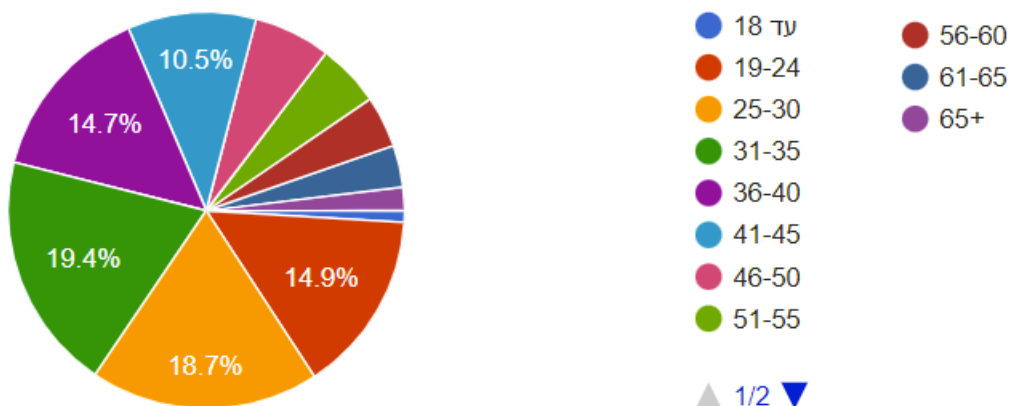
URBAND

תכנון עירוני ופיתוח אסטרטגיה עסקית, קהילתית ותיירותית

sharon.bandh@gmail.com, 054-2553131

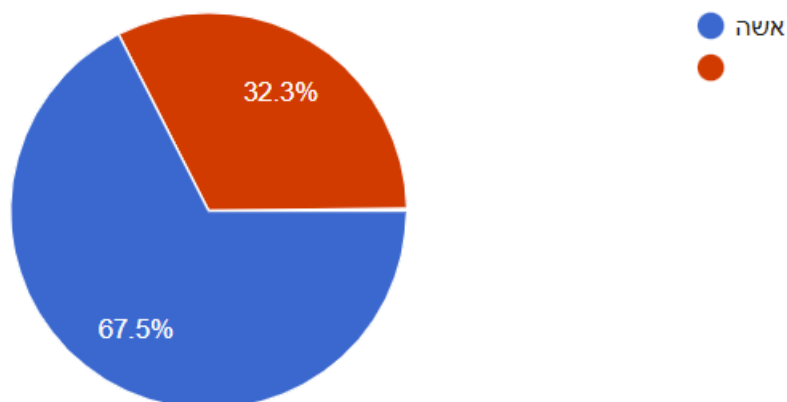
נתונים דמוגרפיים:

גיל:



פיזור מאוד מגוון של כל קבוצות הגיל כולל מענים מצד צעירים בגילאי 19-24.

מגדר:



נשים מתאפיינות באופן מובהק כבעלות רמת מעורבות גבוהה יותר בסקרים אורבניים.

URBAND

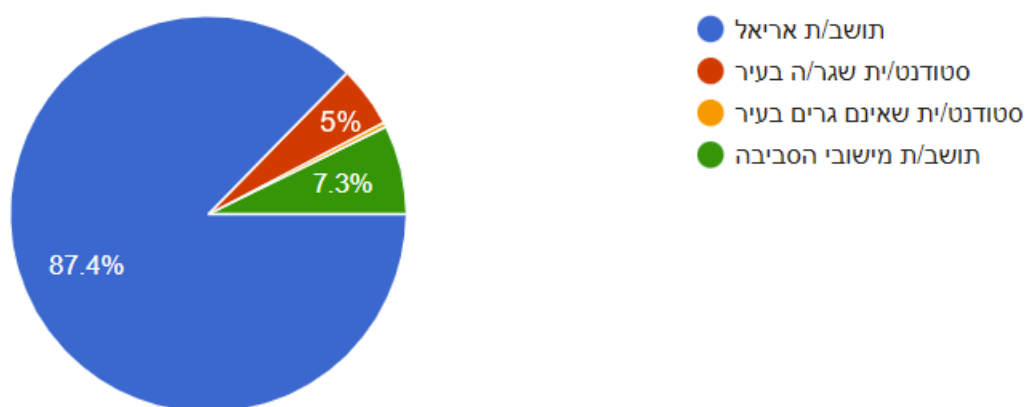
תכנון עירוני ופיתוח אסטרטגיה עסקית, קהילתית ותיירותית

sharon.bandh@gmail.com , 054-2553131

מצב משפחתי:



התפלגות שכונת מגורים:



למעלה מ-87% מהמשיבים תושבי העיר. כ-7.3% מהמשיבים תושבי ישובי הסביבה וכ-5% סטודנטים (סקר מלא לסטודנטים מופץ בנפרד).

URBAND

תכנון עירוני ופיתוח אסטרטגיה עסקית, קהילתית ותיירותית

sharon.bandh@gmail.com ,054-2553131

מסקנות מרכזיות:

1. **קיים סנטימנט חיובי כלפי המרכז המסחרי והוא נתפש כמקום חשוב עבור תושבי העיר – רבים מאוד מתושבי העיר מייחסים חשיבות רבה למקום והיו שמחים לראות אותו ניראה ומתפקד הרבה יותר טוב.**
2. **תמהיל עסקים חלש שאינו מעודד הגעה למרכז המסחרי –** לכאורה יש למרכז המסחרי את הנתונים להצליח: יש בו כמות נאה של עסקים, שירותי עוגן כגון סניף סופרמרקט, דואר, קופת חולים והוא ממוקם בקרבת משרדים עירוניים וממשלתיים ובסמיכות לעוגנים ציבוריים חשובים. בפועל, חסר בו מאוד תוכן אטרקטיבי: החזות החיצונית שלו קצת מוזנחת ומיושנת, אבל תמהיל החנויות וחזותן מקרינים מאוד על החזות הכוללת וכושר המשיכה של המרכז. ללא שינוי מהותי בחזות העסקים הקיימים והכנסת מספר עסקי בילוי והסעדה מושכי קהל, נראה שרק השקעה של העירייה במרחב הציבורי לא תעלה באופן משמעותי את כוח המשיכה של המרכז.
3. **המרכז המסחרי מנוון כמעט לחלוטין בשעות הערב ולתושבי העיר חסר מרחב תרבות, בילוי והסעדה פעיל לשעות הפנאי -** המשיבים שיקפו מחסור גדול בעסקי הסעדה, בילוי ותרבות מקומיים שבהם ניתן לבלות ברמה המקומית הקהילתית. זהו נושא שחשוב ורצוי להשקיע בו באופן כללי כי הוא קרדינלי לאיכות החיים העירונית ומשדרג מאוד את הדימוי של העיר בעיני תושביה ובעיני תושבים פוטנציאליים. פיתוח מרכז כזה גם חשוב בשביל לחזק את הקשר בין הסטודנטים הלומדים בעיר לבין המגזר העסקי ויועיל רבות כדי לוודא שהעיר נהנית מהכלכלה הסטודנטאלית והופכת למקום מושך עבורם להשתקעות עתידית.
4. **נטייה ברורה להיענות חיובית לפעילויות משפחתיות או פעילות תרבות יזומות במרכז המסחרי –** כמעט 50% מהמשיבים הביעו עניין מובהק בפעילויות משפחתיות ומעלה מזה בפעילויות למבוגרים במרחב הציבורי של המרכז המסחרי. נטייה זו מתחברת היטב עם המחסור בפעילות בילוי ופנאי, פעילות לצעירים ומשחקייה עליה הצביעו המשיבים.
5. **המרכז המסחרי חייב לקבל תשומות ניהול ותפעול משמעותיות בדומה לנעשה במרחבים מסחריים מנוהלים –** הציבור האריאלי מחפש חווית משתמש ברמה גבוהה הכוללת אסתטיקה משודרגת, תמהיל עסקים מגוון וייחודי, תחושת מקומיות ותחושת סדר ציבורי ורמת ביטחון אישי גבוהה. נדרש לפתור את בעיית החנייה במקום, להוסיף מבנה שירותים ציבוריים ולנהל את המקום כאחד המוקדים העירוניים הראשיים עם הרבה רגישות ותשומת לב.

URBAND

תכנון עירוני ופיתוח אסטרטגיה עסקית, קהילתית ותיירותית

sharon.bandh@gmail.com , 054-2553131

חלופות לחידוש המרכז המסחרי

טווח קצר

1. חלופת בסיס - שיפוץ קוסמטי של המרחב הציבורי בלבד

במסגרת חלופה זו תשקיע העירייה בשדרוג המרחב הציבורי הנמצא באחריותה במגמה לשפר אותו ולהפוך אותו לאסתטי ומזמין יותר. חלופה זו תכלול החלפה של גופי התאורה וצביעת עמודי התאורה, שדרוג וצביעה של ריהוט הרחוב, הוספת שירותים ציבוריים, הוספה של אלמנטים אומנותיים ומשחקיים מושכי קהל, יצירת תשתית לשווקים חד יומיים, יצירת תשתית לאירועים קהילתיים, שדרוג הגיבון, הוספת מצללות בין בניין גירון לבנייני החנויות שממול, שיפור האוריינטציה במרחב, הוספת שטח חניה במגרש שמול המרכז המסחרי ובניית תוכן שנתית.

2. חלופה מורחבת – שיפוץ המרכז כולל התערבות בחזות העסקים (מותנה בשיתוף פעולה ויצירת ההסכמות עם בעלי העסקים)

במסגרת חלופה זו תשקיע העירייה בנוסף לאמור בסעיף 1 גם בשיפור תמהיל העסקים, בשדרוג חזות העסקים ושינוי התנהלותם העסקית. העירייה תסייע לבעלי העסקים באופן הבא: חידוש חלונות הראווה ובשיפור התצוגה באופן שיבליט את המהות העסקית של כל אחד מהעסקים, התקנת סוככים בעלי שפה עיצובית אחידה, סיוע בהחלפת מערכות השילוט העסקי הקיימות לשילוט אטרקטיבי יותר בעל נראות משופרת והסרת מפגעים ואלמנטים מיותרים מהחזיתות, עידוד וסיוע לפתיחת עסקי הסעדה איכותיים חדשים במרכז (הן ברמת התכנון והרישוי והן ברמה השיווקית), סיוע במתן ייעוץ לסידור פנימי של החנויות ותתמוך בשיווק המרכז והעסקים בכלים העומדים לרשותה.

טווח ארוך

עיבוי המרכז המסחרי במגורים וקידום פרויקט לבניית מעונות סטודנטים על גגות המרכז המסחרי בשיתוף עם חברת אזורים.

בימים אלו פנתה חברת אזורים למהנדס העיר בבקשה לקדם פרויקט כזה שיכלול כ- 180 יחידות דיור קטנות. למהלך כזה מספר יתרונות מרכזיים:

1. חיזוק משמעותי של מרכז המסחרי שיגרום ללא ספק לשינוי בתמהיל העסקים ו"הצערות" תוך התאמה של חלק מהעסקים לצרכים של ציבור הסטודנטים. סביר להניח שמגורי סטודנטים מעל המרכז המסחרי תעודד כניסה של יזמי הסעדה ועסקי פנאי למרכז וכן כניסה של נותני שירותים נוספים כגון: חנויות לצרכי משרד, מכבסה וכיוב'.
2. שילוב אינטנסיבי יותר של ציבור הסטודנטים במרקם העירוני בעיר ויצירת מרכז פעיל ותוסס בלב שכונות המגורים.
3. שיפור הקשר בין הסטודנטים ובין בעלי העסקים המקומיים והגדלת התרומה שלהם לעסקים מקומיים קטנים ובינוניים.

URBAND

תכנון עירוני ופיתוח אסטרטגיה עסקית, קהילתית ותיירותית

sharon.bandh@gmail.com , 054-2553131

במהלך קידום התכנית יש לוודא שלביות ורגישות מקסימלית של תכנון שלבי הבינוי כך שהמרכז המסחרי לא יהפוך לאתר בנייה מאיים ולא מזמין לאורך שנים ויגרום לקהל הלקוחות הותיק להדיר את רגליו ולשנות הרגלים. כמו כן, יש לוודא שהקישוריות לאוניברסיטה בתחב"צ תישמר ברמת תדירות גבוהה כדי לעודד אותם לנוע בעיר באוטובוסים ולא ברכב פרטי.

URBAND

תכנון עירוני ופיתוח אסטרטגיה עסקית, קהילתית ותיירותית

sharon.bandh@gmail.com , 054-2553131

תכנית עבודה להתחדשות המרכז המסחרי בטווח הקצר

לאור המסקנות שעלו מסקר התושבים והאמירות הברורות שלהם, ניכר כי קיים רצון ציבורי בשינוי מהותי של המרכז המסחרי לא רק ברמה האסתטית, אלא בעיקר ברמת התמהיל והתוכן. ללא שינוי משמעותי בניראות ובתפקוד של העסקים, המוטיבציה של תושבי אריאל לבקר במקום ולשהות בו מעבר לגיחות פונקציונליות קצרות מועד או לטובת אירועים עירוניים יזומים לא תשתנה בצורה דרמטית. לפיכך, מוצע כי תכנית העבודה תבסס על קידום החלופה המורחבת לטווח הקצר וקידום תכנית הבינוי והעיבוי של המרכז המסחרי לטווח הארוך.

פעולות נדרשות ותמונות השראה

1. התחדשות המרחב הציבורי

- צביעה וחיידוש של ריהוט הרחוב הקיים ועמודי התאורה, כולל שדרוג חדר האשפה של המרכז והפיכתו משטח לא נעים למיצג אמנותי בכניסה למרכז.
- הוספת ריהוט בר, שמשיות ומצללות כדי לסייע לעסקי ההסעדה והמזון המהיר ולעודד שהייה במרכז.



הצללות רחוב מסחרי במדריד (בוצע בסגנון דומה גם בכיכר גבעון בת"א)

- טיפול בצבע בגדרות החיצוניות של המרכז וגרמי המדרגות המובילים מהחניה כשער הכניסה וכחלק המקונספט הכללי.

URBAND

תכנון עירוני ופיתוח אסטרטגיה עסקית, קהילתית ותיירותית

sharon.bandh@gmail.com , 054-2553131

- החלפת גופי התאורה לגופים חזקים יותר.



- התקנת גרלנדות על בסיס אור צהוב לאורך המרכז וכן ניתן לשקול מפלי לדים על העצים הקיימים.



- שדרוג משמעותי של הגינון הקיים כולל הדרכת הגנים להפסיק "לספר" את השיחים עם מסורי גיזום.

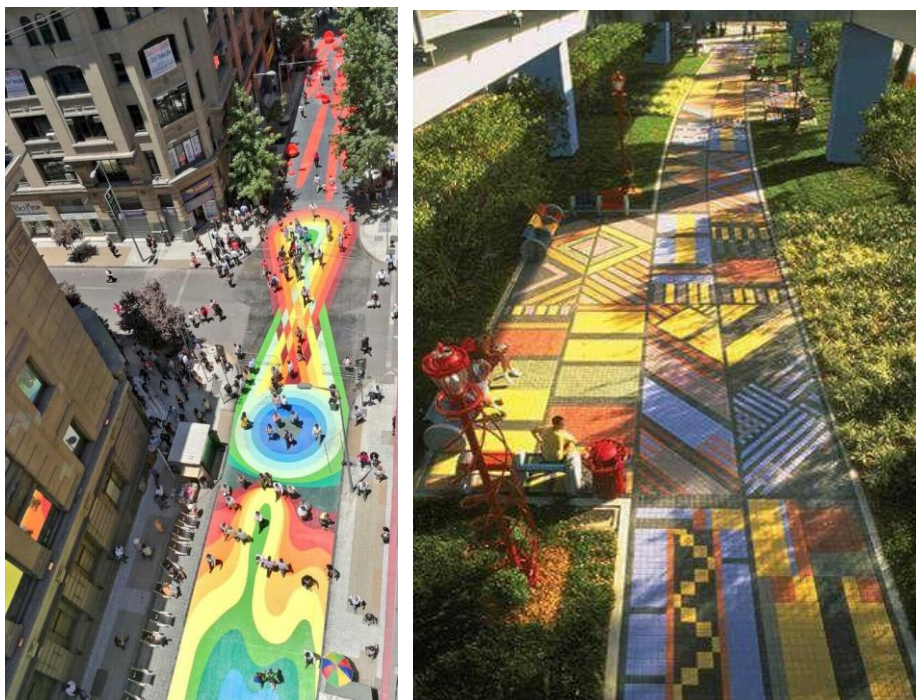


URBAND

תכנון עירוני ופיתוח אסטרטגיה עסקית, קהילתית ותיירותית

sharon.bandh@gmail.com ,054-2553131

- תיקון ריצוף לא מפולס וטיפול בריצוף לא אחיד לאורך המרכז או באמצעות החלפתו או באמצעות הסוואתו בעזרת עבודות פליסמייקינג.



- התקנת שירותים ציבוריים נגשים במרכז המסחרי עצמו.
- הוספת שילוט הכוונה כללי אל ומהעוגנים הציבוריים המרכזיים השונים.

2. הגברת המשחקיות והעניין במרחב הפיזי

- שילוב מספר אלמנטים של פליסמייקינג במרחב הציבורי של המרכז.



ריהוט רחוב ייחודי ומשחקי בשדרות הרצל בחדרה

URBAND

תכנון עירוני ופיתוח אסטרטגיה עסקית, קהילתית ותיירותית

sharon.bandh@gmail.com ,054-2553131



ספרית רחוב משודרגת במקום הקיימת



נדנדות במרחב הציבורי המסחרי



מיצבי אמנות מתחלפים תלויים או על הגגות באמסטרדם ובירושלים

URBAND

תכנון עירוני ופיתוח אסטרטגיה עסקית, קהילתית ותיירותית

sharon.bandh@gmail.com ,054-2553131

- חיזוק המעברים והמדרגות אל ומהעוגנים הציבוריים באמצעות טיפול יצירתי במדרגות ובשבילי הגישה.



מדרגות סמטת שפינוזה בחיפה

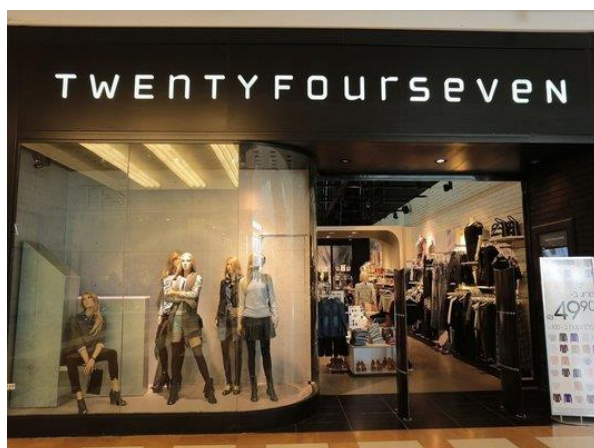


URBAND

תכנון עירוני ופיתוח אסטרטגיה עסקית, קהילתית ותיירותית
sharon.bandh@gmail.com, 054-2553131

3. טיפול בשדרוג החזותי של מבני החנויות

- יצירת שפה עיצובית אחידה למרכז המסחרי - צביעת חיפויי הבטון הבטון העליונים מעל גגות החנויות לפי פלטת צבעים מוגדרת והרמונית שתשתלב עם הצביעה של ריהוט הרחוב והאלמנטים של הפלייסמייקינג.
- החלפה או צביעה של הפרופילים של החנויות לגוון כהה (אפור או שחור) שייצור מראה אחיד, ידגיש את חלונות הראווה וימסגר את הנעשה בפנים.

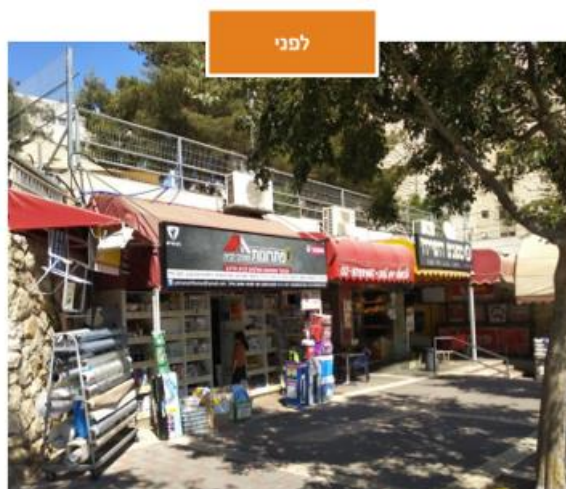


הפרופיל הכהה יוצר אפקט של תמונה ומדגיש את התוכן בחלון הראווה

- החלפת השילוט העסקי הקיים בשילוט מסודר של אותיות תלויות והוספת שילוטי דגל באופן שיאפשר לקהל לראות בקלות ממרחק אילו עסקים קיימים לכל אורך המרכז.



דוגמה לשילוט מסודר באותיות תלויות על רקע אחיד



URBAND

תכנון עירוני ופיתוח אסטרטגיה עסקית, קהילתית ותיירותית

sharon.bandh@gmail.com ,054-2553131

החלפת מערכת השילוט במרכז המסחרי גבעת מרדכי בירושלים



דוגמאות לשילוט דגל ניצב

4. פיתוח עסקי וקהילתי

- עידוד פתיחת עסקי הסעדה חדשים במרכז המסחרי – פרסום תוצאות הסקר והצרכים של התושבים ליזמים פוטנציאליים. לחילופין או בנוסף שכירת אחת החנויות הריקות במרכז ע"י העירייה והוצאת מכרז לשוכר משנה בתחום ההסעדה.



שאפה בר שוק הפשפשים

שולה בחצר – כפר אז"ר

- שדרוג חזות העסקים - גיוס סטודנטים לאדריכלות ולתקשורת חזותית מהאוניברסיטה לעבודה עם בעלי העסקים על מיתוג מחדש לעסקים, סידור מחדש של החנויות והבלטת הסחורה בדגש על חלונות הראווה.

URBAND

תכנון עירוני ופיתוח אסטרטגיה עסקית, קהילתית ותיירותית

sharon.bandh@gmail.com ,054-2553131

נהדר

עיריית חיפה // קהילת הדר // נהדר בהדר // מפעל הפיס // המרכז האקדמי ויצ"ו חיפה בשיתוף פעולה לקידום עסקים בשכונת הדר

הדר

עסקינן
מחדשים בהדר

פרויקט המיועד לכם,
בעלי עסקים המחפשים
שינוי התחדשות ורענון.

עיצוב גרפי
מיתוג
עיצוב פנים
רענון העסק
חלונות ראווה

לפרטים נוספים והרשמה
behadar5@gmail.com

חיפה עיריית חיפה



אחרי



לפני

URBAND

תכנון עירוני ופיתוח אסטרטגיה עסקית, קהילתית ותיירותית

sharon.bandh@gmail.com ,054-2553131



דוגמה לעיצוב חנות בעזרת הדגשת הקיר האחורי בצבע וסידור אסתטי של הסחורה

- פיתוח תכנית ירידים תקופתית לפחות לחודשי הקיץ – חבירה ליזם בתחום אחרי ביצוע פיילוט (פרטים של מפיקת דוכנים מומלצת כבר הועברו ליו"ר עמותת בעלי העסקים).



יריד אמנים בקראוזה בנתניה



יריד אגריפס בירושלים

- עיבוי יריד הירקות והפירות המתקיים בימי שישי עם מכירות של אמנים מקומיים מהעיר ומהסביבה, מכירות יד שניה, שווקי "קח תן" קהילתיים בנושאים שונים, פעילויות קיימות, סדנאות וכיוב'.

URBAND

תכנון עירוני ופיתוח אסטרטגיה עסקית, קהילתית ותיירותית

sharon.bandh@gmail.com ,054-2553131



חממת קליין

שוק קח תן, חנה אני בדרך...

18:00 Like 30/7/15

גן הרצל (רחוב חומה ומגדל) חולון



הכניסה
חופשית
לכולם!

הביאו צעצועים, ספרי ילדים,
כלי כתיבה או ילקוטים,
בגדי ילדים ותינוקות...
ותנו לילדים להחליף עם ילדים אחרים
ולזכות בצעצועים חדשים!
הגרלת פרס מפנק בין כל הילדים המשתתפים!

- הוצאת פעילויות ספורט וריקוד מהמרכז הקהילתי אל המרחב הציבורי.

URBAND

תכנון עירוני ופיתוח אסטרטגיה עסקית, קהילתית ותיירותית

sharon.bandh@gmail.com , 054-2553131



יוגה על גג מוסללה במרכז כלל ירושלים



יוגה על גג עיריית ת"א

• יצירת שיתופי פעולה עם אגודת הסטודנטים לקיום אירועים מותאמים לצעירים במרכז המסחרי.



מסיבת רחוב ואירועי הרצאות על הבר לסטודנטים בירושלים

URBAND

תכנון עירוני ופיתוח אסטרטגיה עסקית, קהילתית ותיירותית

sharon.bandh@gmail.com ,054-2553131

- חיזוק הזיקה בין פעילות המרכז הקהילתי, מרכז הצעירים ובין המרכז המסחרי באמצעות הוצאת פעילויות אל המרחב הציבורי של המרכז ופיתוח שגרת פעילות פנאי ובילוי גם למשפחות וגם לבוגרים בחודשי הקיץ – מופעי ג'אם סשן, שירה בציבור, סטנדאפ, משחקיית גימבורי, שעת סיפור וכיוב'.



הקרנת סרטים ומשחקי ספורט, הרצאות, הופעות וערבי מוסיקה למבוגרים



ארועי משפחות ברחוב הרצל בהדר



פעילות משחקי רצפה בגן הזיכרון בחיפה

URBAND

תכנון עירוני ופיתוח אסטרטגיה עסקית, קהילתית ותיירותית

sharon.bandh@gmail.com ,054-2553131



תל אביב-יפו
TEL AVIV-YAFFO

עיר ללא הפסקה



המחסן של מעוז

מחסן שיתופי
לצעצועים ומשחקים

איפה?
גינת החול
מעוז אביב

אירוע פתיחה
ניפגש ילדי והורי השכונה לשחק במשחקי המחסן.
מוזמנים להביא משחקים להעשרת המחסן 😊
ב-17:30 תתקיים הצגה "חתול הבית וחתול הרחוב"

מתי?
31.8 יום ג'
החל מ 17:00



קריית יוטם
תל אביב-יפו

מינהל קהילה, תרבות וספורט | מגף קהילה צפון | מרחב צפון-מזרח
הרשות לאיכות סביבה וקיימות



נeta יונקורס

דוגמא מחסן צעצועים שיתופי שניתן להציב במרכז

URBAND

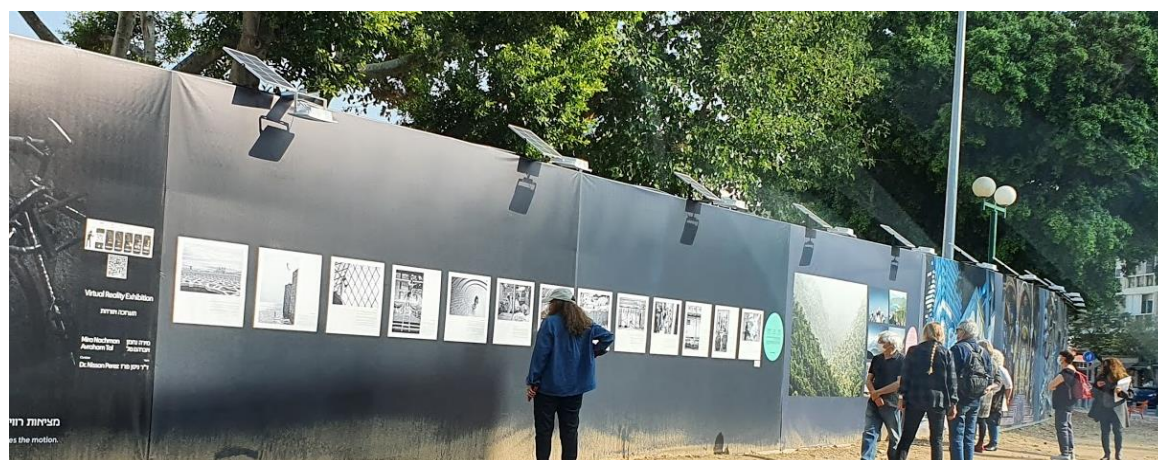
תכנון עירוני ופיתוח אסטרטגיה עסקית, קהילתית ותיירותית

sharon.bandh@gmail.com ,054-2553131

- התקנת תשתית כולל תאורה לתערוכות מתחלפות ע"ג הקירות הפנויים במרכז המסחרי וגיוס אוצר/ת מהמרכז הקהילתי /האוניברסיטה / תושב/ת המקום.



לוחות אור שהותקנו ליד בניין כלל בירושלים ומשמשים להצגת תערוכות במרחב הציבורי



תשתית זמנית לתערוכות בכיכר המדינה בת"א

- פנייה לאלקטרה הבעלים של מגה בעיר במרכז המסחרי בבקשה לשדרג את הסניף המקומי לסניף של קארפור – הרשת הבינלאומית שהם מכניסים לארץ בהקדם האפשרי. שדרוג הסניף המהווה עוגן חשוב במרכז תיצור עניין בקרב כל תושבי העיר ותזרים אליו לקוחות חדשים שיירצו לחוות שחקן בינלאומי משמעותי חדש ובולט בתחום המזון.

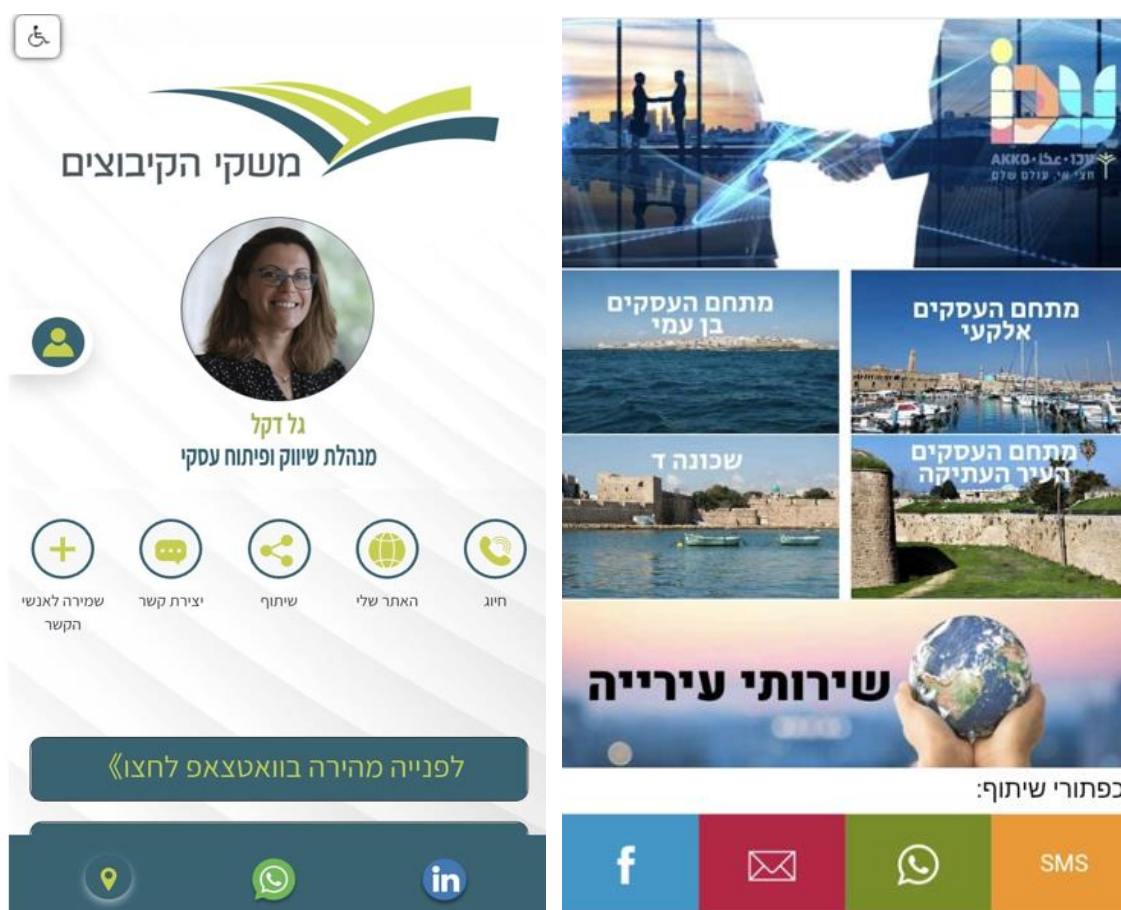
URBAND

תכנון עירוני ופיתוח אסטרטגיה עסקית, קהילתית ותיירותית

sharon.bandh@gmail.com ,054-2553131

5. שיווק המרכז המסחרי

- מיתוג המרכז כאייקון עירוני שמרכז בתוכו את כל הפעילות הקהילתית והמסחרית המעניינת באריאל - משום שהמרכז לא מתאפיין בעסקים גנריים כמו מרכזים מסחריים מנהלים ובעלי העסקים הם בד"כ אנשים מקומיים, צריך לחזק את הזיקה הרגשית של התושבים עוד יותר וליצור אצלם תחושת אהדה עמוקה למקום ולעסקים הפועלים בו. השילוב עם הפיכתו למרכז פעילות קהילתית במרחב הציבורי, יחזק מאוד את התנועה אליו ויסייע בשמירה על רמת פעילות גבוהה. גם בנושא הזה מוצע לערב את הסטודנטים לתקשורת חזותית מאוניברסיטת אריאל וליצור עבורם זירה יישומית להתנסות.
- שימוש בפלטפורמות הדיגיטליות העירוניות והסטודנטיליות (דרך אגודת הסטודנטים) לשיווק המרכז גם לסטודנטים ולחזזוק המודעות והאהדה באופן קבוע – פרסום אירועים, ירידים, מבצעים ועוד.
- יצירת כרטיסי עסק דיגיטליים לבעלי העסקים שיהיו מעוניינים בכך לצורך בניית קהילת לקוחות.



דוגמאות לכרטיסי שיווק מתחמי עסקים בעכו ושיווק עסק פרטני בצורה יעילה וזולה

URBAND

תכנון עירוני ופיתוח אסטרטגיה עסקית, קהילתית ותיירותית

sharon.bandh@gmail.com ,054-2553131