

CONCLUSIE

Aqualith Park - Retail & leisure - Concept

Leisure heeft mijn inzicht in combinatie met retail vandaag de dag alleen slagingskansen als het totale platform, de ontwikkeling, de marketing strategie en invulling ervan op een totaal andere manier wordt gebracht.

De verbintenis tussen retail en leisure, de initiatiefnemer(s), concept designers en investeerders, dient optimaal te zijn. Het creëren van dit evenwicht is toonaangevend voor het succes van het totale concept. Feit is dat er wereldwijd maar weinig planmatig ontwikkelde succesvolle retail-leisure concepten op te noemen zijn.

Zoals ieder bedrijf, concept of project moet ook retail & leisure uiteindelijk geld opbrengen. Leisure moet gaan over 'beleving', over de functies van leisure maar zeker ook de ruimtelijke inrichting en locatie. Een formule vinden die dit alles behelst is zeker niet eenvoudig".

Besluit men toch in deze sector te willen instappen dan moet het echt totaal anders. De te verwachte doelgroep(en), Leisure functies en retail activiteiten moet men vanaf het begin centraal plaatsen in het ontwikkel & conceptproces, die gezamenlijk weer een belangrijke betekenis hebben voor de consument. Dus niet een concept ontwerpen rondom de retail en leisure maar juist het concept ontwikkelen vanuit een unieke, frisse en toekomstgerichte gedachte en visie.

Daarom is vernieuwend denken "out-of-the-box " denken een belangrijk uitgangspunt. Waarbij tegendraads zijn eerder bijdraagt bij het ontwerpen van het concept , als gewoon doen wat de klant wenst. Men wil onderscheidt en de wereld verbazen en roept daarbij de hulp in van een specialist, laat deze dan zijn werk doen en luister vooral naar de aanbevelingen!

Want de consument is voortdurend op zoek naar unieke en bijzondere belevingen. Wensen, behoeften en gedrag veranderen met de regelmaat van de klok.

Retail & Leisure is Identiteit, beleving, leren en inspelen met de behoeftes. Gastheerschap en informatievoorziening zijn van groot belang voor de toerist of recreant. Bovendien staan we op de drempel van een nieuwe senioreneconomie, met een nieuwe doelgroep, (zorg)concepten, seniorenmarketing en de ontwikkeling van zorglocaties.

Daarnaast vormt het kind, de jeugd een belangrijke doelgroep met andere duidelijke behoeftes, wensen en sterk veranderende leisure activiteiten, die ouderen met zich mee kunnen trekken op zoek naar nieuwigheden, ervaringen en entertainment. (naast de internationale vakantiegangers)

Door een andere kijk op Retail & Leisure te hebben vanuit mijn beroep, zal ik juist eerder een onderscheidende bijdrage kunnen leveren aan een totaal nieuw concept. De uitgevoerde research m.b.t. het verkrijgen van het juiste beeld, behoeftes, cijfers en leisure informatie dragen bij aan de perfecte invulling van het Aqualith Park concept.

Waarbij de consument als eerste komt, dan de ziel van het nieuw te ontwerpen retail & Leisure concept, de basis & ontwikkeling van het Aqualith concept, de leisure functies & retail faciliteiten, de vorm & ontwerpfase, de plannen op marketinggebied & de prognoses.

Kortom, een enorme kans, mogelijkheid & toekomst voor het Aqualith Park Concept om zich in de toekomst te positioneren in Nederland & de rest van Europa. En een unieke kans voor het Aqualith team. (ad, ari, rudy en hugo)

Rudy Deighton