





# چرا اینجا هستم؟ حسن سیرانی

## تجارب فروشگاهی

فروشگاه‌های لیندو

فروشگاه‌های ماتی لوس

فروشگاه‌های سیلیکا (دبی)

فروشگاه‌های دلیزه (قطر)

فروشگاه‌های خشکبار دانش (قطر)

همه چیز از یک سوال شروع شد:





مرکز خرید پالادیوم

چگونه میتوانیم مشتریان را تا بالاترین و عقب ترین نقطه پالادیوم بکشانیم؟





پاسخ من این بود: یه تويز آر آس بزنيدي





تویز آر آس چه داشت ؟

**In Store Experience**





و اینگونه بود که ماتیلوس خلق شد





ماستوراس





# شرکتهای تبلیغاتی





اولین ایده این بود:

محیطی رویایی برای کودکان بسازید









# USP





دومین ایده این بود:  
مدارس ابتدایی را دریابید!

















**The Joy of Shopping !**



ایونت، همچنان اصلی ترین ابزار  
بازاریابی ماتیلوس است.

# شناخت مشتریان ماتی لوس

بخش بندی



## ویژگی های مکانی

منطقه، بخش، شهر، روستا،  
شهرهای پرجمعیت و کم جمعیت



## ویژگی های جمعیت شناختی

جنسیت، سن، درآمد، شغل،  
موقعیت اجتماعی، مدرک تحصیلی



## ویژگی های رفتاری

مقدار مصرف، مدل مصرف، موقعیت  
در چرخه عمر، مشارکت، وفاداری



## ویژگی های روانشناختی

ریسک پذیری، نگرش، سبک زندگی،  
شخصیت، علایق، ارزش ها





خود کودک

پدر و مادر

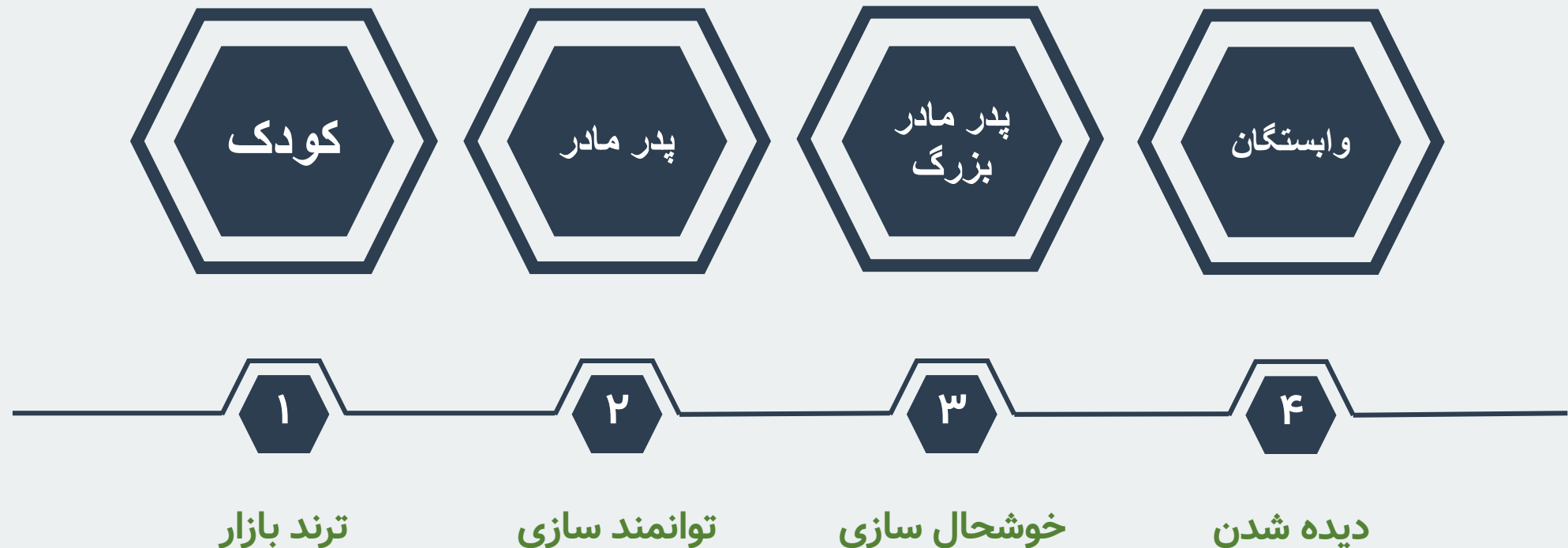
شناخت مشتریان  
ماتی لوس

پدر و مادر بزرگ،  
خاله، دایی..

وابستگان و آشنایان...

# از منظر نوع انتخاب

رفتار خرید هر یک از گروههای مشتریان:



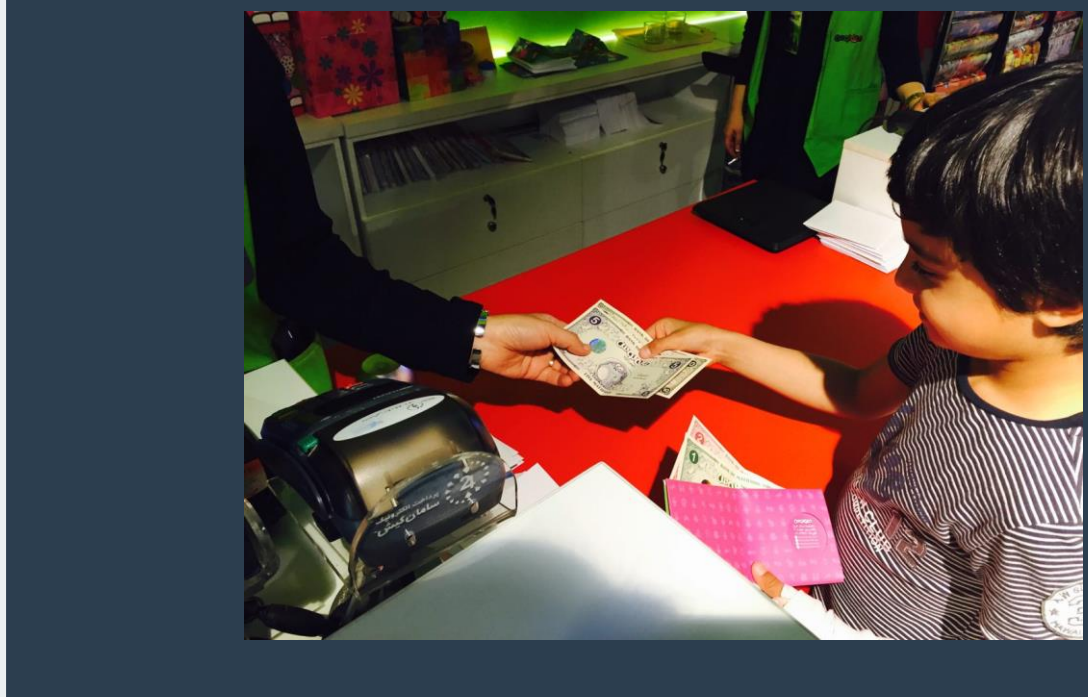




سومین ایده این بود:

پول چاپ کنید!









چهارمین ایده این بود:

**DIY**



## MAKE YOUR SLIME







# MATILOOS DIPLOMA



























کنسرت درون فروشگاه





العملية





کواد کوپتر





کواد کوپٹر





ویلیجر های رویایی





ویلیجر های رویایی

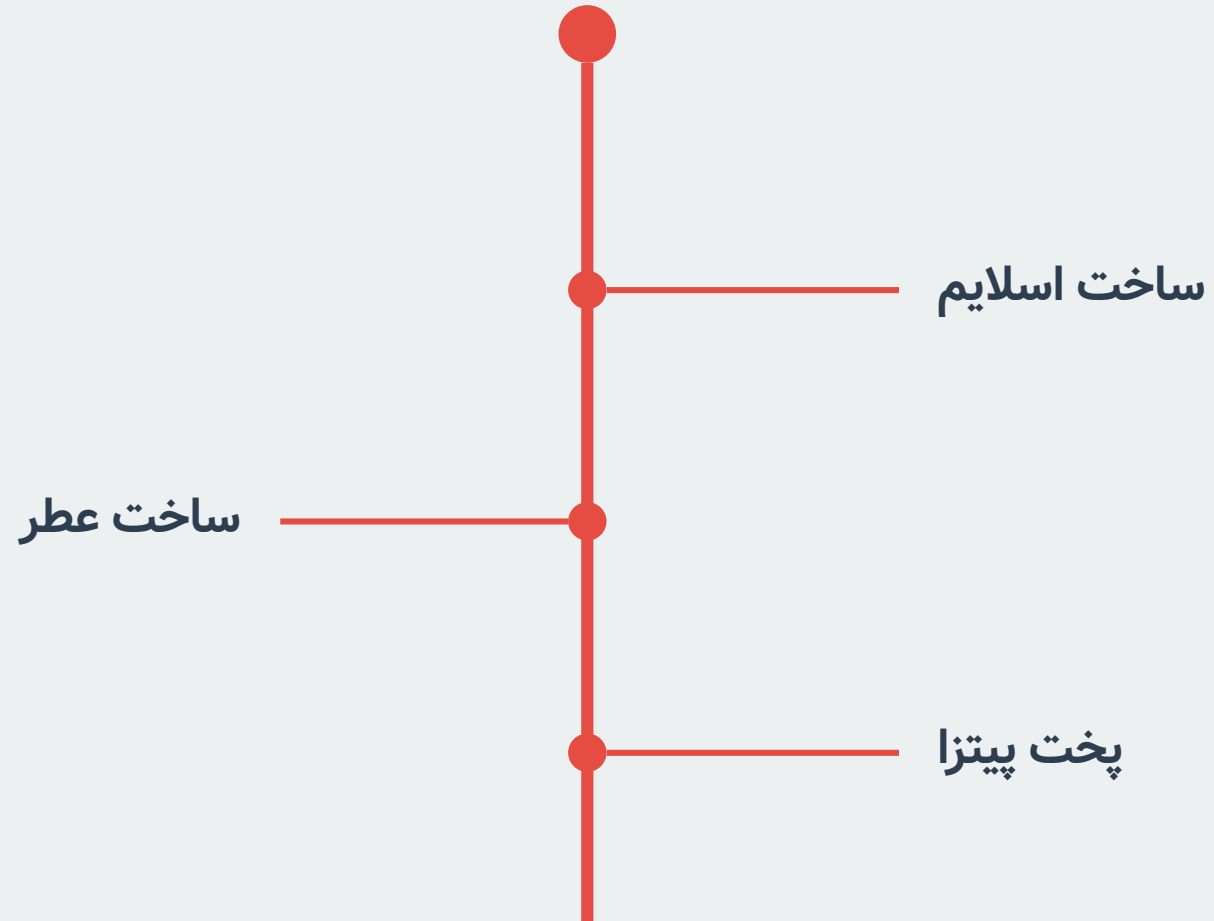




تجربه ای گران....



# ایده های ایونت





اوستا بنا

اوریگامی

نقاشی روی تی شرت

سرامیک سازی

عروسک سازی

مهندسی پل

# بیش از هفتاد و پنج کارگاه مختلف ....

رنگ آمیزی سنگ

صابون سازی

پخت کنافه

آشنایی با سازها

نجاری







مانند یک تهیه کننده سینما عمل کنید !

به چه مواردی توجه میکنند؟

## تهیه کننده حرفه ای

۱

خلاقیت

۲

بودجه بندی

۳

ریسک

۴

ذینفعان

۵

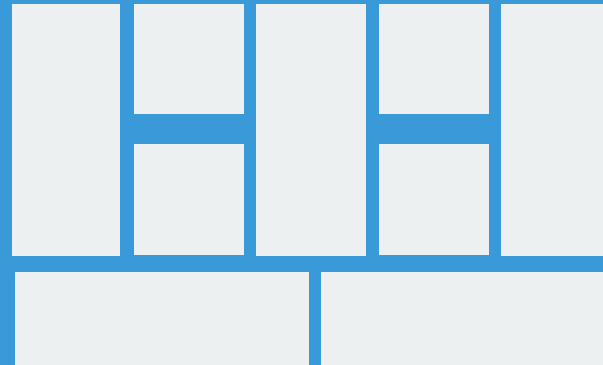
مخاطب





تجربه مشتری با هزینه کم

# The Perfect Balance between Customer Experience and Business Efficiency (Retail Report 2024)







نمایش عملکرد محصول  
Toy Demo



# Product Demo







Heat Map

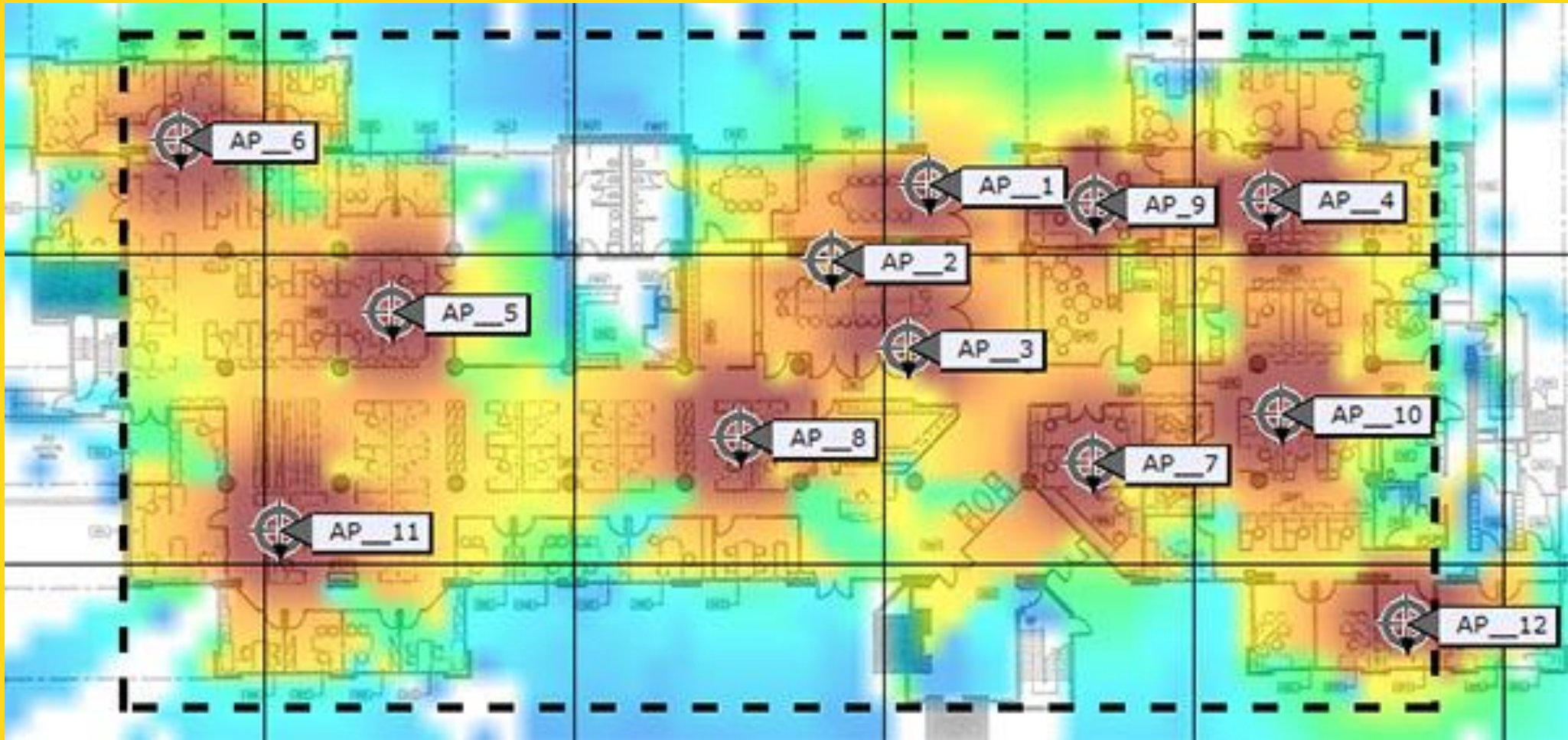
هیت مپ



## Matiloos Heat Map

جاهایی که مشتری سر نمیزند.....





گیتا



# Matiloos Code of Conduct





COCC





COCC





**In Store New Attraction**

# Slot Cars track By Energy-Bikes







conclusion

**Dreaming**

**Exploring**

**Matiloos**

**Locating**

**Mind  
State**



**locating**

**Kids**

**Online**

## مزایای خرید آنلاین

راحتی خرید در منزل ۷۳٪

دسترسی به محصولات  
متنوع و قدرت انتخاب  
۵۵٪

مقایسه قیمت با دیگر  
عرضه کنندگان ۴۹٪

سهولت در یافتن  
محصول مورد نظر  
۲۷٪



خرید هوسی و چرخیدن  
در فروشگاه ۴۶٪

امکان امتحان/دیدن عملکرد  
محصول ۵۱٪

اتمسفر جذاب  
فروشگاهی ۲۵٪

دوره‌می با دوستان  
۳۰٪ (نسل زی ۴۸٪)

مزایای خرید  
فروشگاهی

Fitch ۲۰۲۳

دیدن محصولات  
جدید که  
نمیشناسم ۲۳٪

سپاسگزارم