

## "دبي أوتليت مول" يختار "ميدياستو" لإدارة بحوثه الإعلامية في الشرق الأوسط

دبي، الإمارات العربية المتحدة، 5 يوليو 2009: أعلن "دبي أوتليت مول" عن تعيينه لـ "ميدياستو" لإدارة بحوثه الإعلامية في الشرق الأوسط، ويأتي ذلك جزءاً من استراتيجية المركز في تعزيز موقعه الريادي على خارطة مراكز التسوق في الشرق الأوسط عموماً والإمارات بشكل خاص.

وقال "فيشال ماهاجان"، مدير، "دبي أوتليت مول": "يعتبر قطاع التسوق في الشرق الأوسط من أسرع قطاعات التسوق نمواً في العالم. وستعزز هذه الشراكة التي نعقدتها مع شركة "ميدياستو" في تعزيز الدرجة التنافسية للمول من خلال خبرات الشركة المعمقة في قطاع البحث والتحليل الإعلامي. ونحن نتطلع الى تعزيز حصتنا السوقية خلال الأشهر القادمة من خلال حملة اعلام اتصالي واسعة النطاق وممنهجة".

ويعتبر "دبي أوتليت مول" المشروع الاول الذي تم إنجازه في دبي لاند والذي بدأ عملياته في شهر اغسطس من العام 2007. ويهدف المركز الى توفير تجربة تسوق مثالية لزواره من خلال استقطابه لعلامات تجارية أثبتت عن تميزها على الصعيد الدولي والإقليمي والمحلي اضافة الى توفيره لمعدلات خصومات قياسية. وقدم المركز اول مفهوم بيع تجزئة في المنطقة من خلال تحقيق نسب توفير تتراوح بين 30 الى 90 بالمائة على اكثر من 800 علامة تجارية عريقة في العالم.

وقال محمد الزبير، مؤسس ومدير عام شركة "ميدياستو": "أدارت شركة "ميدياستو" برامج بحث وتحليل اعلامي مبتكرة لعدد كبير من الشركات الرائدة في مجالها من خلال تبني ادوات تحليل عالمية المستوى والأداء. وقدمت الشركة خدماتها لقطاع التسوق في المنطقة، مما أكسبها خبرات استثنائية في هذا المجال على صعيد المنطقة ككل".

وأضاف الزبير: "يسرنا تعزيز شراكتنا مع دبي أوتليت مول. ونثق بأن المصداقية والإبتكار هما العنصران الرئيسيان الذان يقودان دفة المنافسة في قطاع البحوث الإعلامية في الشرق الأوسط".

واضاف ماهاجان: "يتبع المركز استراتيجية تسويق اتصالي واسعة النطاق تشمل العلاقات العامة لتعزيز الوعي والتقدير لخدماتنا النوعية. وتساهم "ميدياستو" في تعزيز توجهنا في هذا المجال من خلال تقديم لنا خدمات رصد اعلامي استراتيجية. وفي ظل الازمة المالية العالمية، يتحول العديد من العملاء نحو مفهوم تسوق "التجزئة"، الذي نوفره، حيث أنهم يحصلون على نسب توفير ملحوظة لشرائهم لعلامات تجارية عريقة في مجالها".

-إنتهى-