



**RENT
INVEST**

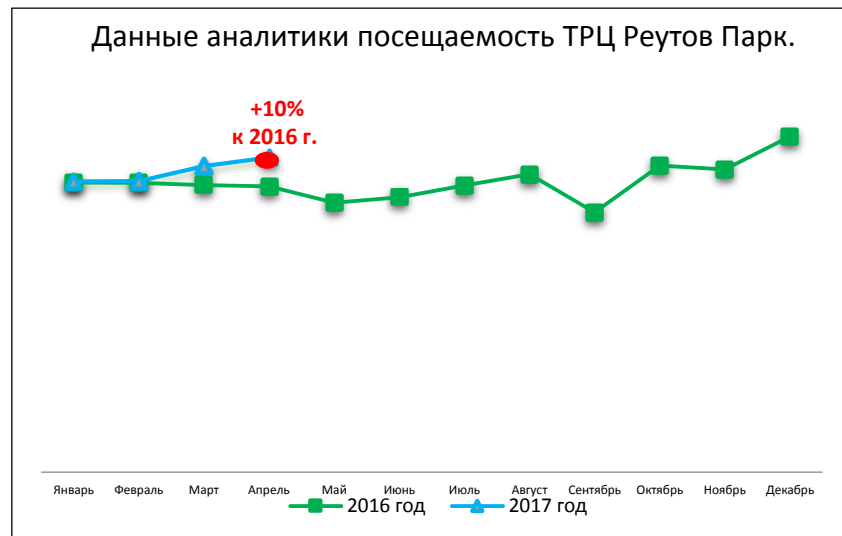
РЕУТОВ ПАРК
Торгово-развлекательный центр

Современные модели управления,
которые доказали свою
эффективность на практике.
Подходы, применяемые сегодня
девелоперами.

В текущих экономических реалиях многие торговые центры начали переходить от позиционирования себя, как места шопинга в формат lifestyle mall.

Управляющая компания «Рент Инвест» опередила тенденции рынка и перешла на позиционирование ТРЦ «Реутов Парк» как lifestyle mall еще в 2015 году.

Это коснулось всего: состава арендаторов, коммерциализации, рекламной и маркетинговой активности.

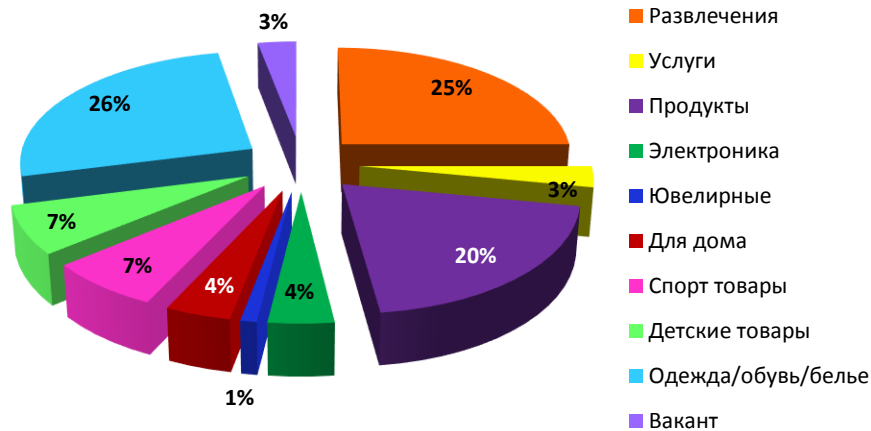
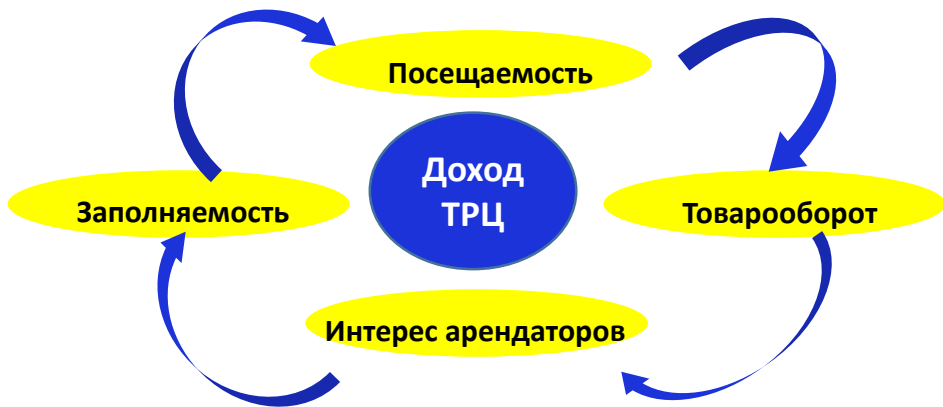




Закон успеха УК Рент Инвест:

«Где есть люди, там есть деньги»

«Lifestyle Mall – новый успешный формат»



При переходе в формат lifestyle mall (социальная площадка) в ТРЦ «Реутов Парк»:

- Значительно увеличилась доля развлекательной составляющей, включая рестораны/кафе **(+10%)**. Представлены концепции как для детей, так и для взрослых – караоке-бар, батутный центр и прочие.
- Увеличилась доля оказываемых услуг **(+2%)** и возросло количество магазинов с товарами для детей **(+2%)**;
- Увеличилось количество магазинов для дома **(+3%)**;
- Сократилось количество магазинов электроники, вполне достаточно крупного сетевого оператора МВидео **(-4%)**;
- Значительно сократилась доля вакантных площадей **(-15%)**.



Эффективная модель управления на примере Lifestyle mall «Реутов Парк»:

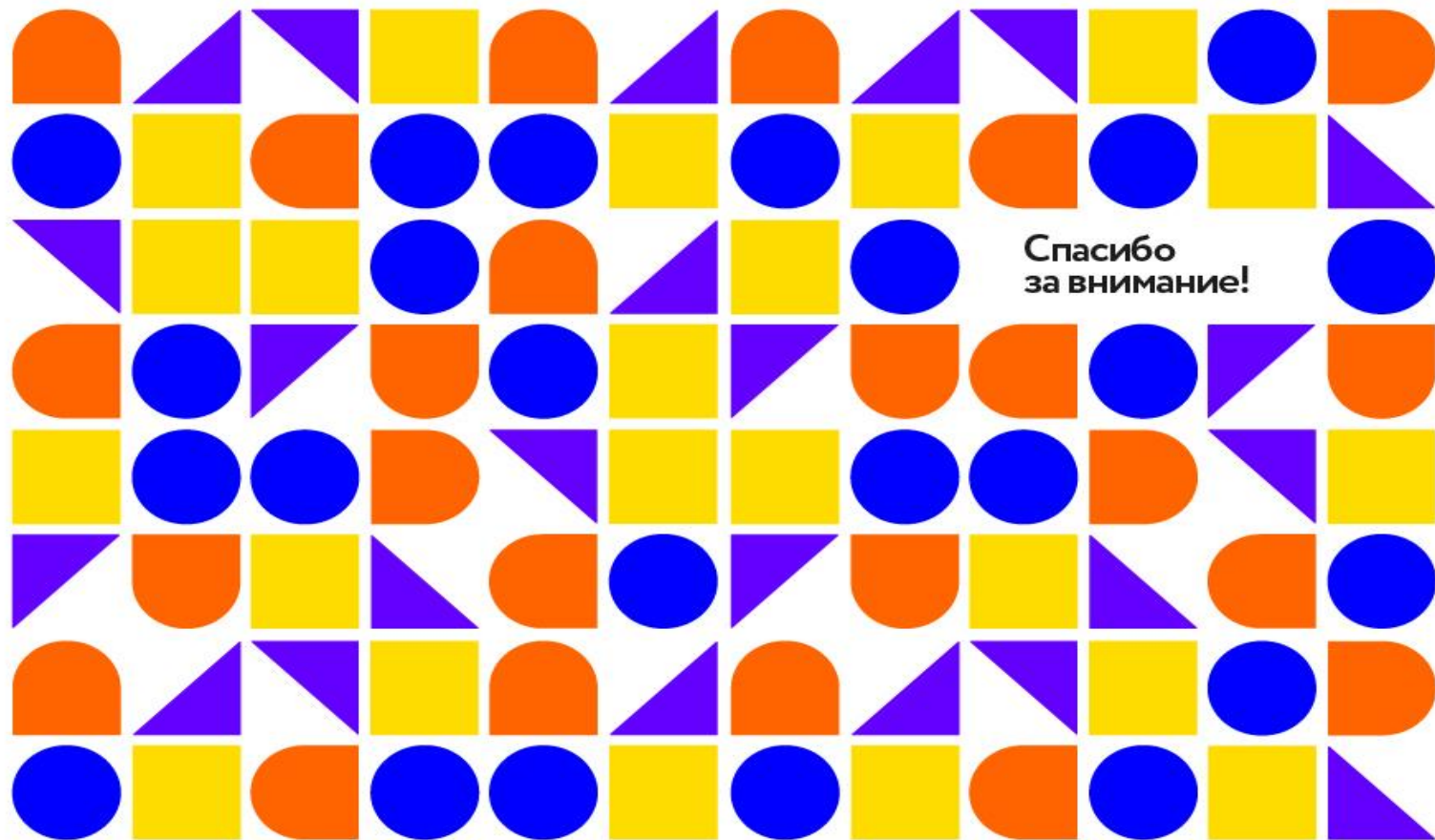
-  Акцент на потребность посетителя: предпочтение отдается уникальным и известным концепциям, желанным для ЦА без привязки к категориям. При этом, без значительного ущерба по арендной ставке.
-  Организация общественных пространств в ТРЦ и внедрение нестандартных видов коммерциализации. Мы нашли несколько действенных способов нивелировать недостатки традиционной коммерциализации, интегрировав новые форматы дополнительного дохода от общественных пространств:
 - Проведение ярмарок выходного дня;
 - Проведение обучающих курсов для населения;
 - Проведение промо и прочей рекламной активности в формате развлекательного мероприятия для посетителей.
-  Регулярные маркетинговые мероприятия и программы, направленные на разные слои населения: выставки, концерты, конкурсы, ярмарки, мастер-классы, открытые уроки и прочее.
-  Привлечение городских фондов, социальных учреждений, местных организаций. Таким образом, происходит подкрепление имиджа и экономия бюджета.

Примеры общегородских мероприятий в нашем ТРЦ:

- Ежегодный конкурс «Мисс молодежь»
- Ежегодный городской турнир по борьбе
- Ежегодный турнир по танцам и прочее

Благодаря изменению модели управления Lifestyle mall «Реутов Парк» были достигнуты следующие результаты:

-  Поток арендных платежей вырос на 50%
-  Заполняемость достигла 97% (на конец 2016 года)
-  Посещаемость выросла на 16% (к показателям 2015 года)
-  Средний чек увеличился на 12% (к показателям 2015 года)
-  Расходы на маркетинг сократились на 14% (к показателям 2015 года)



+7 495 775 09 09
mikhailova@reutov-park.com

Управление торговыми
центрами