

ЧТО НЫНЧЕ «НОСЯТ» ТРЦ?

**Функциональный состав
для современного
торгового объекта, который
добивается успеха?**

marketing / pr / advertising / events

PROMOTION REALTY ►

Виталия Львова



О НАС



Работаем на рынке недвижимости с 2008 года



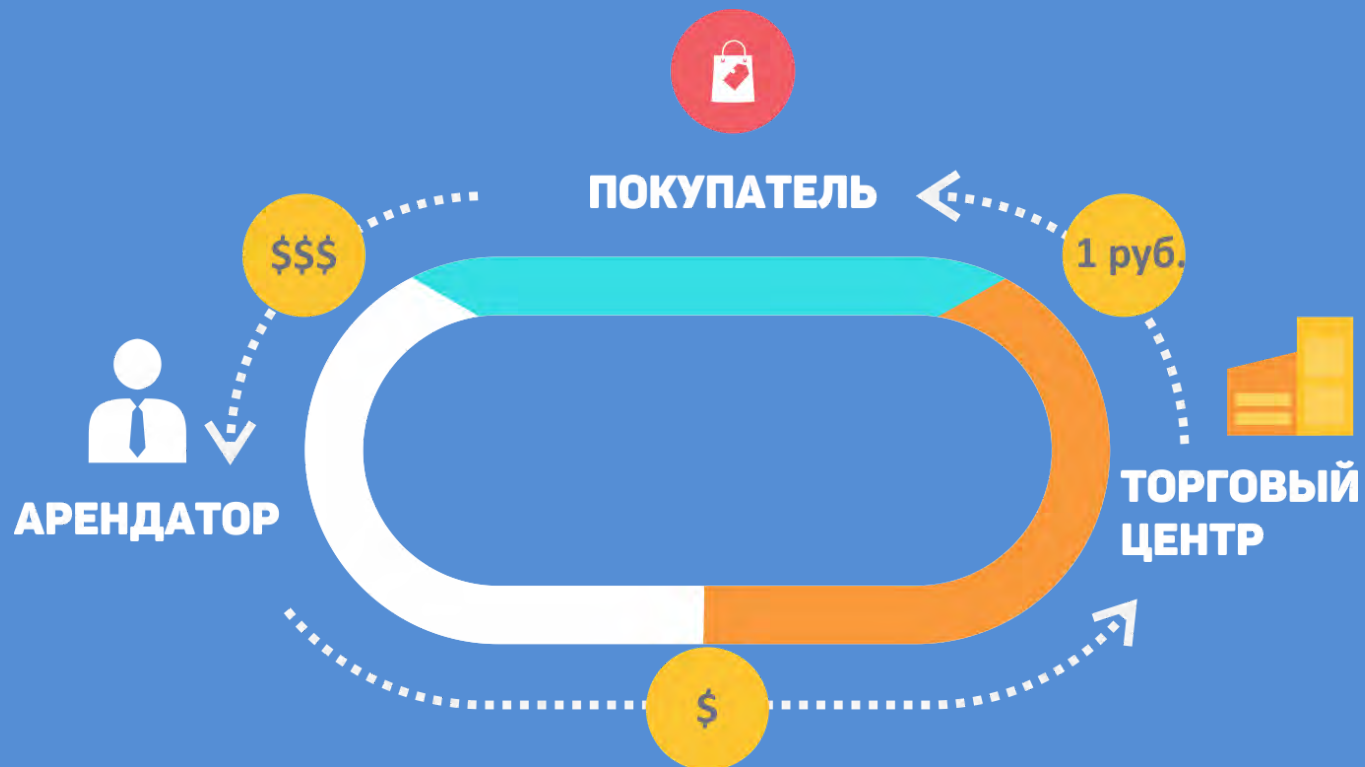
Более 50-ти торговых центров в портфолио



Работаем в 9-ти городах РФ



ПОКУПАТЕЛЬ ПЛАТИТ



СЧИТАЕМ ПОСЕЩАЕМОСТЬ

**Объект соответствует
высоким стандартам**

ТЦ с GLA 5-20 тыс. м² -
не менее 900

ТЦ с GLA 20-40 тыс. м² -
не менее 700

ТЦ с GLA 40-80 тыс. м² -
не менее 500

ТЦ с GLA более 80 тыс. м² -
не менее 350

**Объект отвечает современным
требованиям* в соответствии
со стандартами НП «НСТЦ»**

ТЦ с GLA 5-20 тыс. м² -
не менее 600

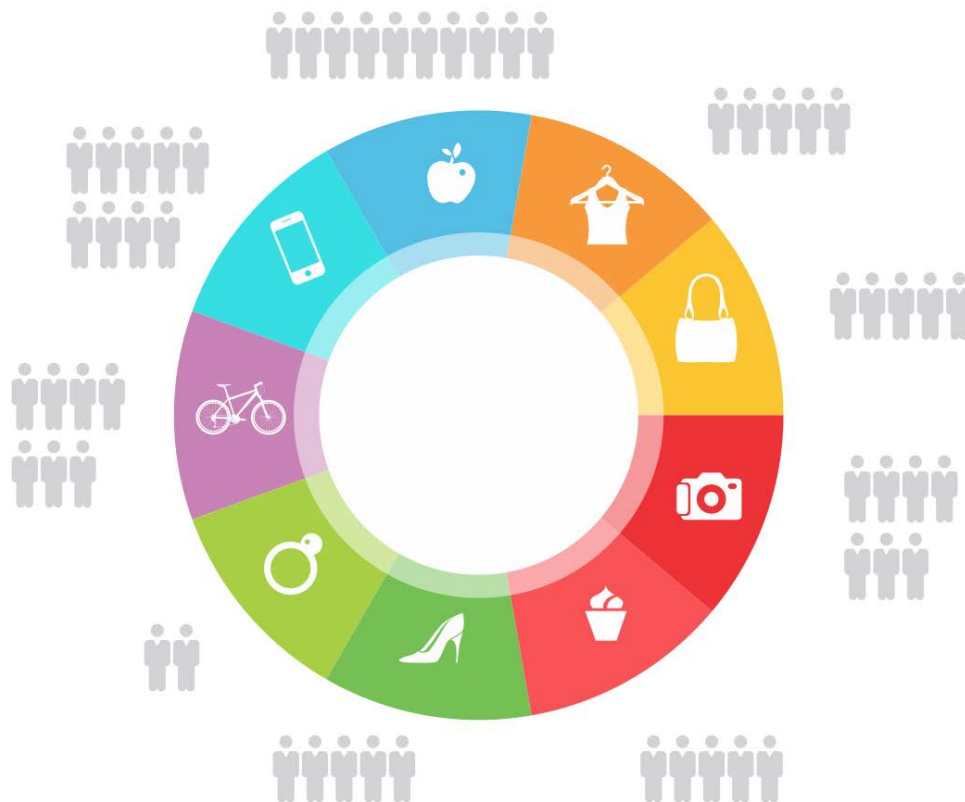
ТЦ с GLA 20-40 тыс. м² -
не менее 500

ТЦ с GLA 40-80 тыс. м² -
не менее 350

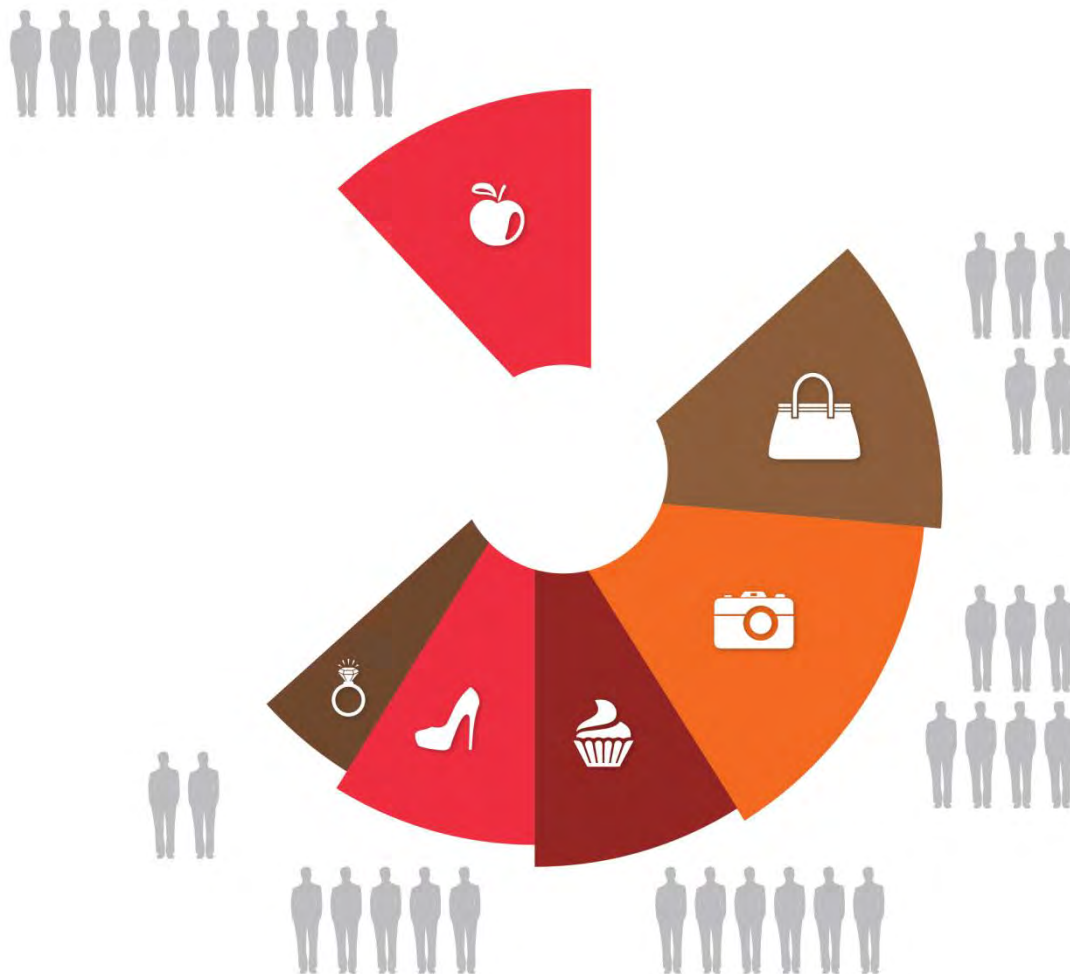
ТЦ с GLA более 80 тыс. м² -
не менее 250

*по данным РСТЦ

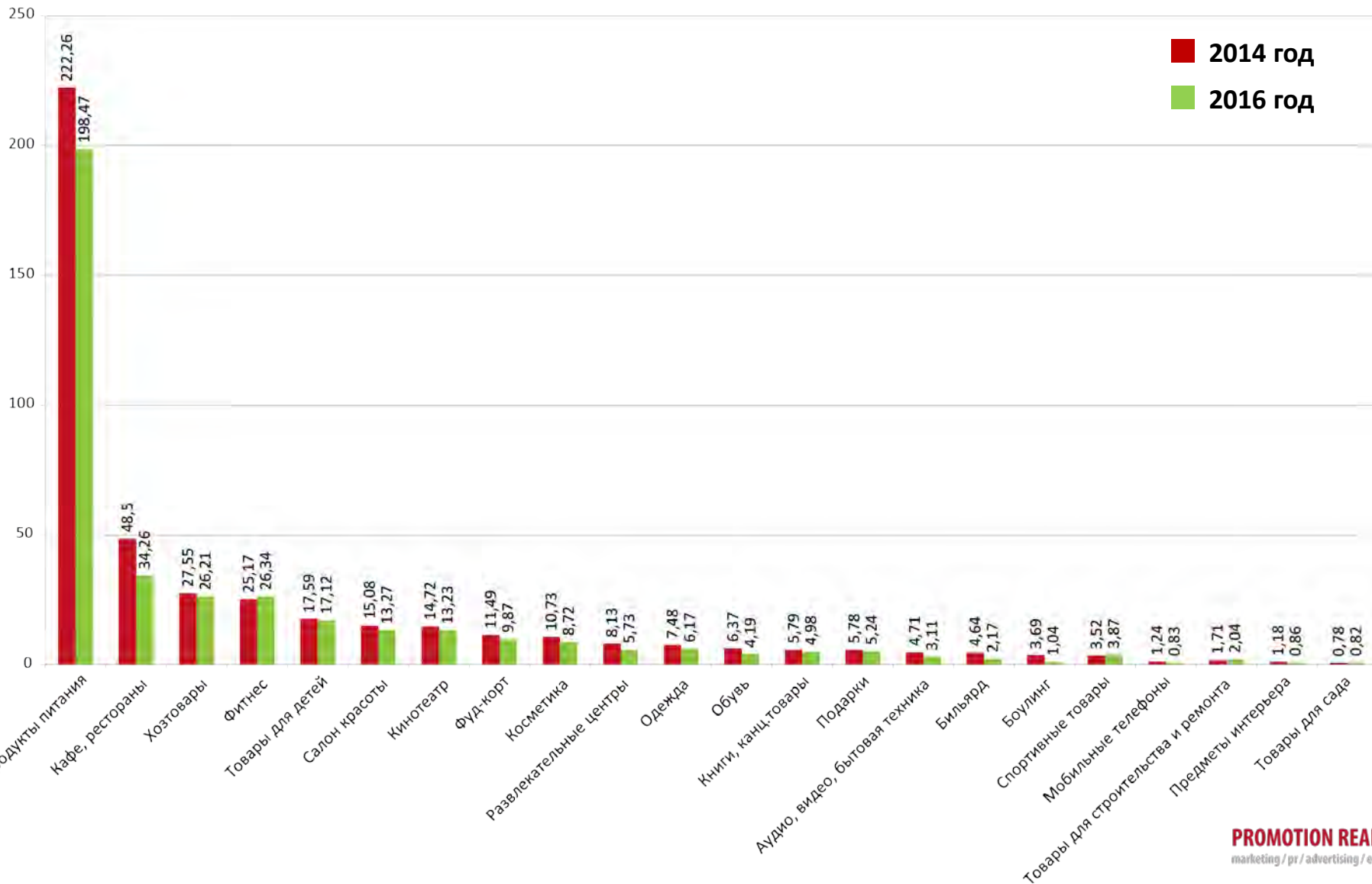
ТРАФИК ФОРМИРУЕТ АРЕНДАТОР



ТРАФИК ФОРМИРУЕТ АРЕНДАТОР

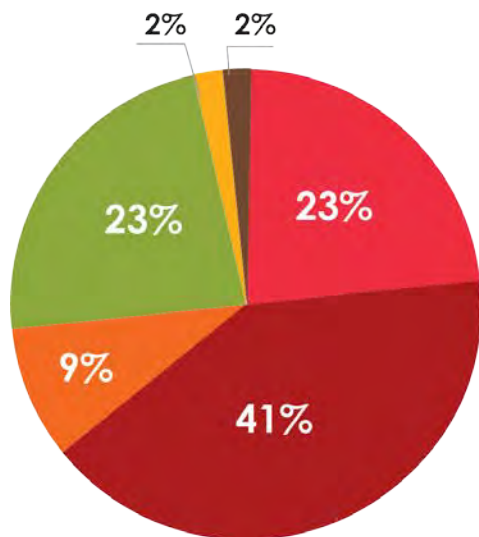


ЧАСТОТА ВИЗИТОВ



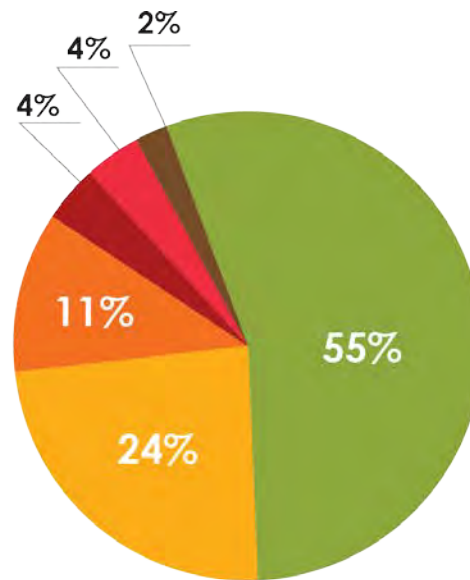
АНАЛИЗ СПРОСА ПО ТОВАРНОЙ ГРУППЕ

ГДЕ ПОКУПАЮТ



- Крупные торговые центры, ТРК
- Фирменные магазины, бутики
- Обычные магазины у дома
- Универсальные магазины и супермаркеты
- Вещевые/продовольственные рынки и ярмарки

СРЕДНИЙ ЧЕК



- менее 500
- 501-1000 рублей
- 1001-1500 рублей
- 1501-3000 рублей
- 3001-500 рублей
- более 5000 рублей

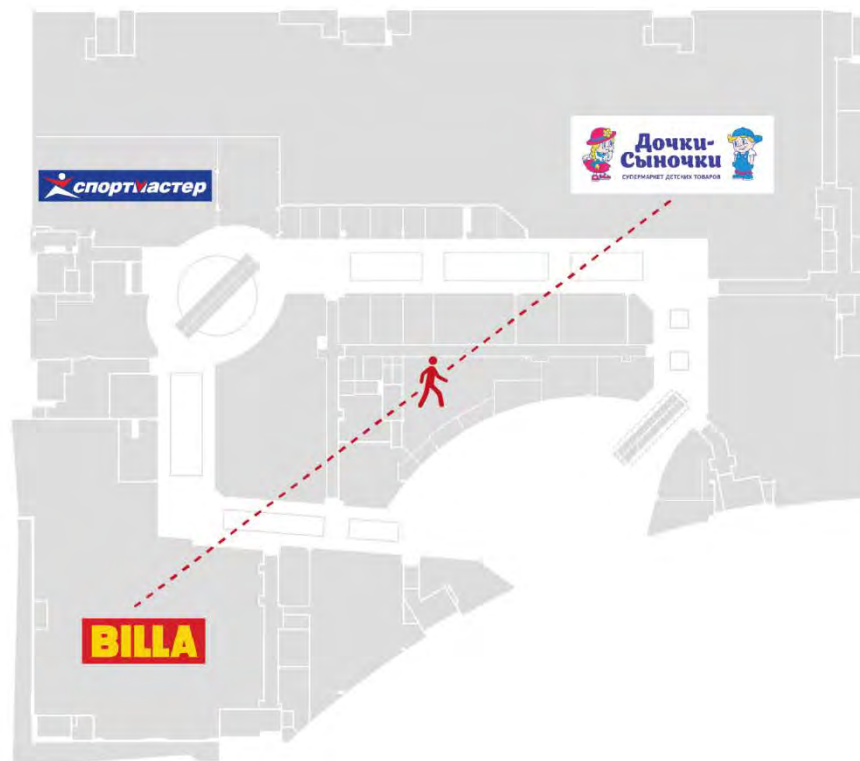
ВЫРУЧКУ ТЦ ОПРЕДЕЛЯЕТ TENANT-MIX



Покупают 4 раза в год



Покупают 200 раз в год



Покупают 20 раз в год

Посещаемость ТЦ	19 300 человек
Товарооборот	42 467 898 рублей
Количество покупок	2,1 покупок

Посещаемость ТЦ	20 210 человек
Товарооборот	39 235 565 рублей
Количество покупок	1,4 покупки

АРЕНДАТОРЫ МОГУТ...

1

- Выставки
- Ярмарки
- Дельфинарии/Луна-парк
- МФЦ
- Зона для маркетов

2

- Фудкорт
- Сервисно-бытовые услуги и банки
- Аптека
- Зоотовары
- Кино
- Развлечения для детей
- Хозтовары

3

- Развлечение для детей
- Кино
- Фудкорт/кафе/рестораны
- Общественные пространства
- Большая агломерация операторов одежды

4

- Гиперы
- DIY
- Спортивные товары
- Уникальные бренды
- Сильная зона развлечений

5

- Продукты питания
- Товары для детей
- Развлечения для детей
- Кино
- Товары для дома
- Сервисно-бытовые услуги и банки
- Операторы формата edutainment
- Салон красоты

6

- Продукты питания
- Аптека
- Зоотовары
- Сервисно-бытовые услуги



ТИПИЧНЫЕ ДРАЙВЕРЫ



Товары повседневного спроса:

- Продукты питания
- Аптека
- Зоотовары



Услуги:

- Банки
- Оплата услуг
- МФЦ
- Почта России
- Пункты выдачи интернет-магазинов



Уникальное предложение:

- DIY
- Особенная развлекательная зона
- IMAX



ПОВЕДЕНИЕ ПОКУПАТЕЛЕЙ



**ПОКУПКИ
РАЦИОНАЛЬНЫ**



**ПРИХОДЫ
ЭМОЦИОНАЛЬНЫ**

РАЦИОНАЛЬНАЯ ПОСЕЩАЕМОСТЬ



**БОЛЬШОЙ
ВЫБОР**



**УДОБСТВО
РАСПОЛОЖЕНИЯ**



**УНИКАЛЬНЫЕ
БРЕНДЫ**



АКЦИИ

ЭМОЦИОНАЛЬНАЯ ПОСЕЩАЕМОСТЬ



ФЕСТИВАЛИ



ЯРМАРКИ



**ГОРОДСКИЕ
МЕРОПРИЯТИЯ**

УВЕЛИЧЕНИЕ ТОВАРОБОРОТА



**КАРТЫ
ЛОЯЛЬНОСТИ**



DIGITAL



**ВНУТРЕННИЕ
ПОВЕРХНОСТИ ТЦ**



**ФЕСТИВАЛЬ
«ОБУВИ»**



**НОВЫЙ ЖИЗНЕННЫЙ
ОПЫТ:**

арт-кухня
школа театрального мастерства
школа вокала
студия рисования и др.



НОВЫЙ СПОРТ:

CrossFit
студии йоги
студии танца, пилатес
батутный парк и др.



ДЕТСКИЕ РАЗВЛЕЧЕНИЯ:
семейные квест-комнаты
центры развития для детей
Лабораториум
веревочные парки и др.



АРЕНДАТОРЫ-КОЧЕВНИКИ:

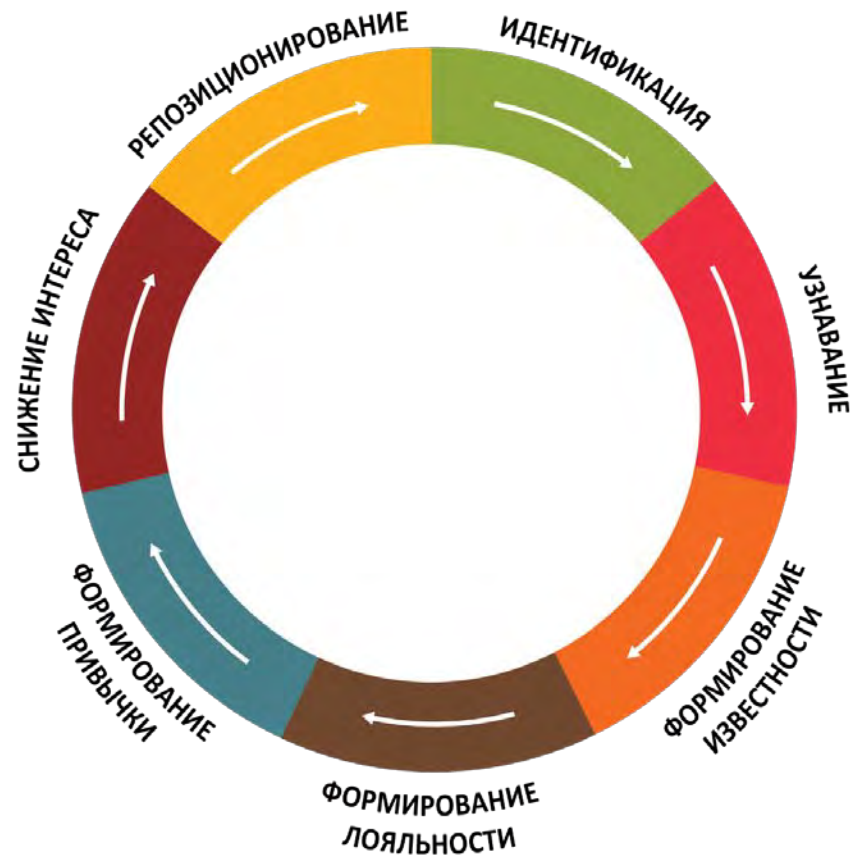
Паравозия
выставка бабочек
комната ужасов
планетарий, дельфинарий
Луна-парк и др.



**НОВЫЕ ОБЩЕСТВЕННЫЕ
ПРОСТРАНСТВА:**

игровая площадка
коворкинг, библиотека
Digital зона
кроссбукинг и др.

ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ТОРГОВОГО ЦЕНТРА



ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ТОРГОВОГО ЦЕНТРА

Возраст ТЦ	Поведение покупателей	Задачи маркетинга
0,8-1,2 года	Распознавание и идентификация	Правильно объяснить покупателю ценность Объекта
1,2-1,5 года	Формирование базового ядра посетителей	Повышение узнаваемости и посещаемости
1,5-2,5 года	Интенсивный рост базового ядра	Выход за пределы базовой зоны охвата
2,5-5 лет	Формирование лояльности к ТЦ	Закрепление за брендом ТЦ максимальной доли безусловно лояльных посетителей
5-7 лет	Спад интереса	Поиск новых возможностей. Репозиционирование

КОНТАКТЫ

ВИТАЛИЯ ЛЬВОВА

Генеральный директор

LVOVA@PROMO-REALTY.RU

+7(495) 374-68-48

www.promo-realty.ru

marketing / pr / advertising / events

PROMOTION REALTY ►