
5 шагов к созданию популярного community-центра

accent.ru

Олеся Никитенко

Директор Департамента торговой недвижимости

ТОРГОВЫЙ ЦЕНТР СОКОЛЬНИКИ

КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТЫ

| | |
|-------------------|-------------------------------------|
| Локация | Русаковская ул., 31 (м. Сокольники) |
| Год постройки | 2009 |
| Площадь (GVA) | 23 821 кв.м |
| Площадь (GLA) | 11 195 кв.м |
| Заполненность | 98% |
| Арендаторы | 75 (в т.ч. Перекресток, ХЦ) |
| Парковочные места | 98 мест |



—

МЫ ЗАДАЛИ СЕБЕ ВОПРОС

—

КАК ПРЕВРАТИТЬ “СОКОЛЬНИКИ” В ПОПУЛЯРНЫЙ COMMUNITY ЦЕНТР?

ШАГ №1.
МЫ СОЗДАДИМ
ПРОСТРАНСТВО

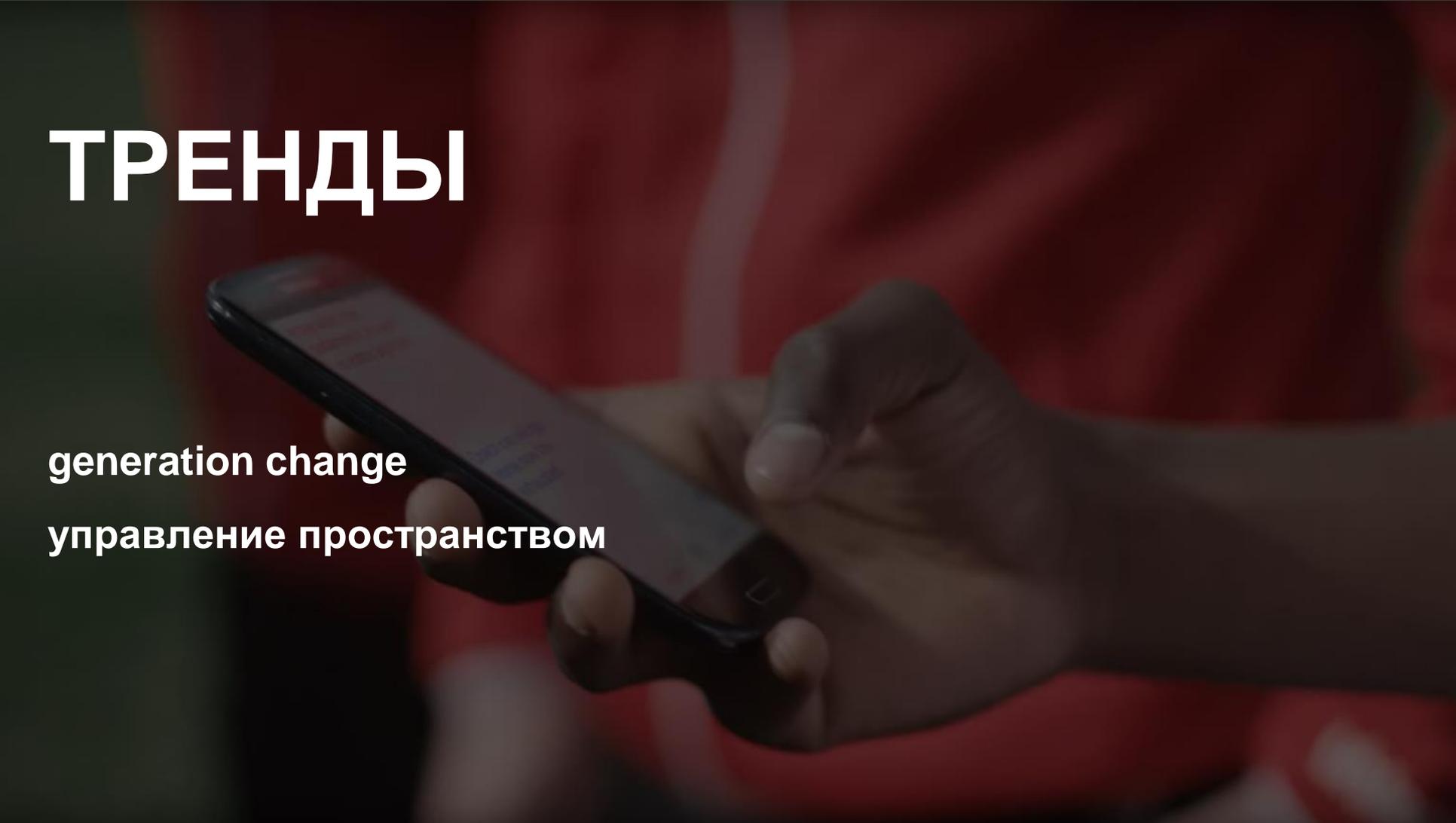


ТРЕНДЫ

generation change

A close-up photograph of a person's hand holding a black smartphone. The hand is positioned in the lower right quadrant of the frame. The background is a blurred, vibrant red fabric. The overall lighting is dim, creating a moody atmosphere. The text 'ТРЕНДЫ' is overlaid in the top left, and 'generation change' is overlaid in the middle left.

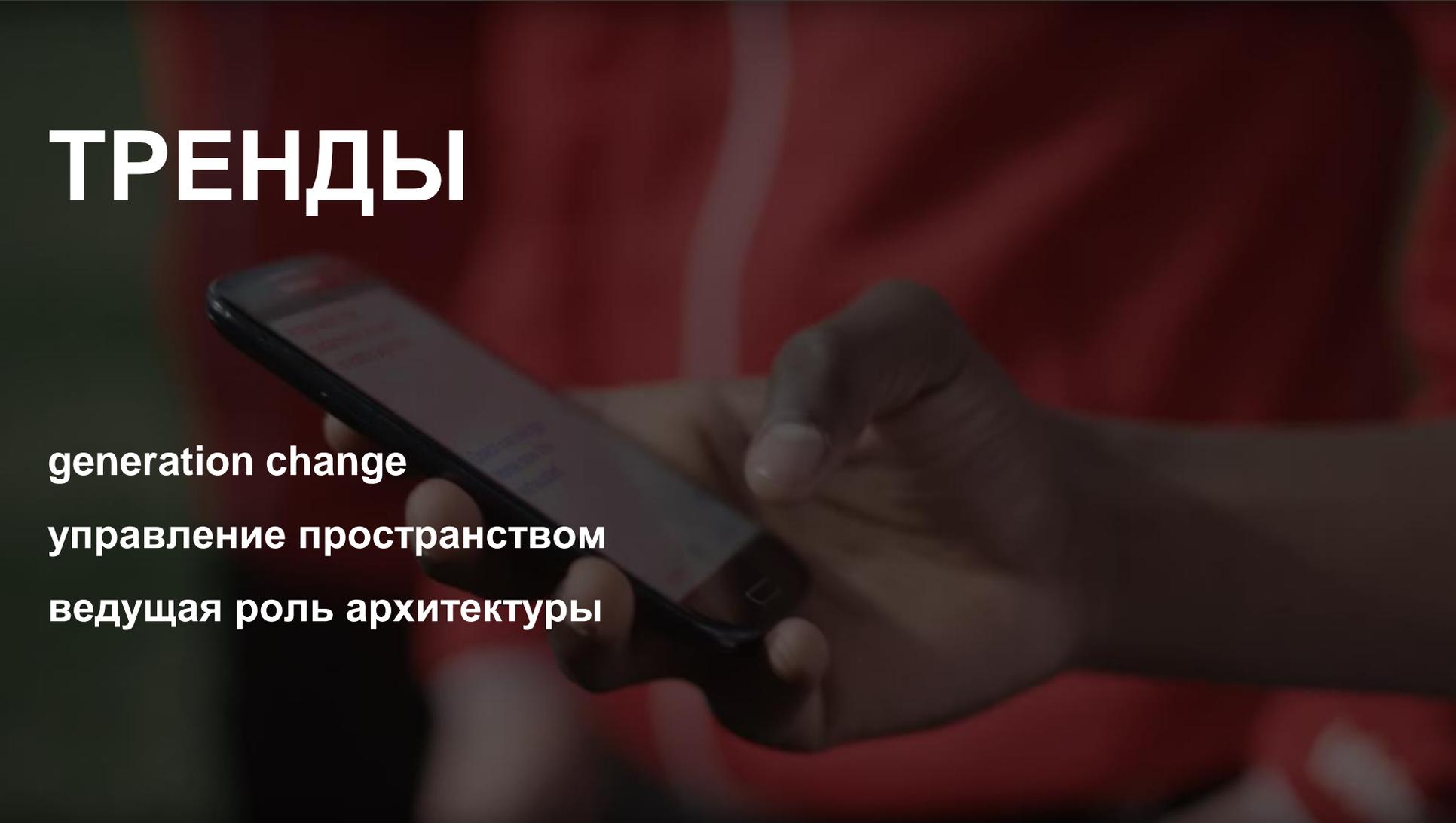
ТРЕНДЫ

A hand holding a smartphone against a red background. The phone screen shows some text and icons, but they are not clearly legible. The background is a solid red color with a slight gradient.

generation change

управление пространством

ТРЕНДЫ

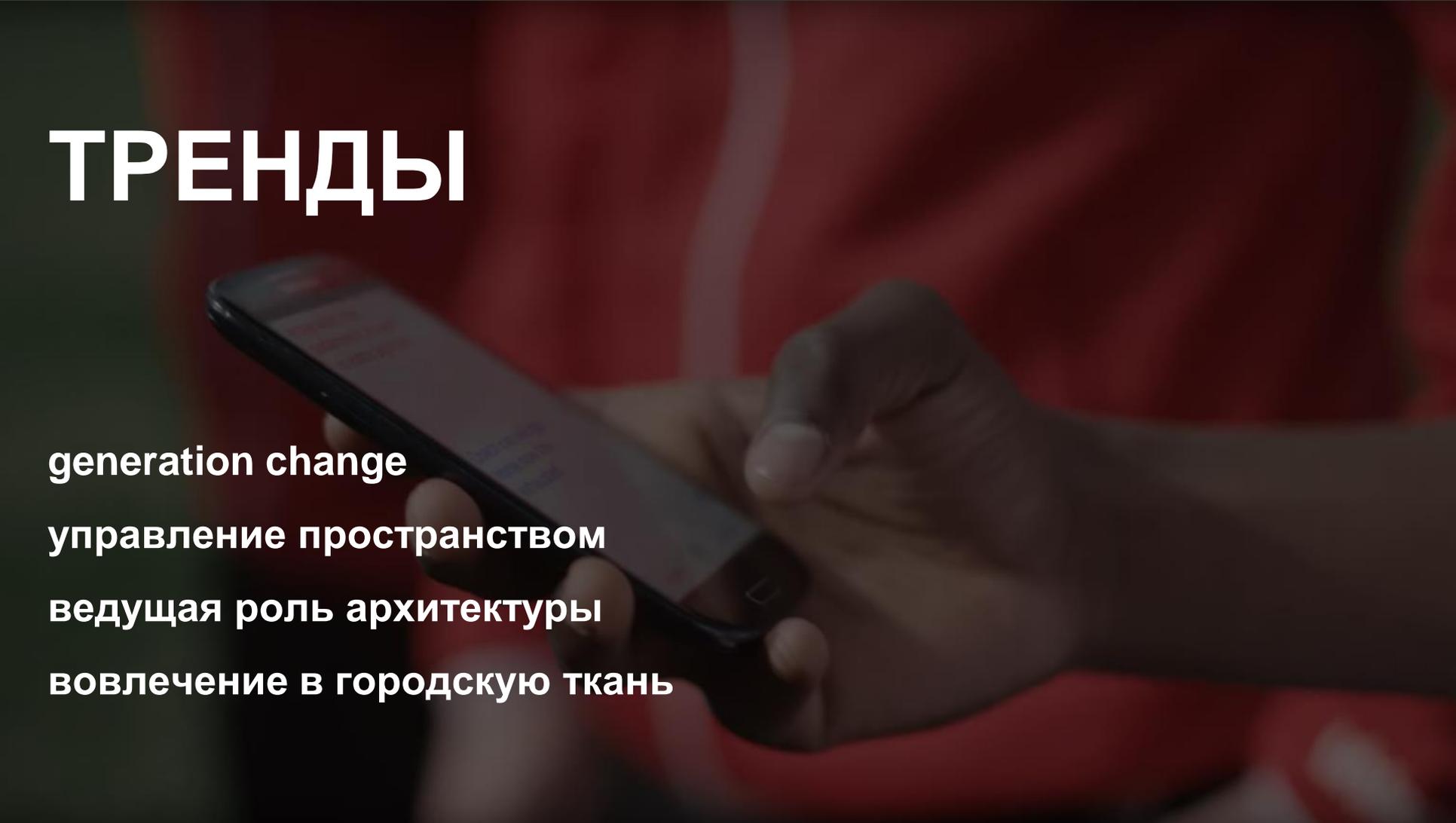
A hand holding a smartphone against a red background. The phone screen shows some text and icons, but they are not clearly legible. The background is a solid, slightly textured red color.

generation change

управление пространством

ведущая роль архитектуры

ТРЕНДЫ

A hand holding a smartphone against a red background. The phone screen shows some text and icons, but they are not clearly legible. The background is a solid, slightly textured red color.

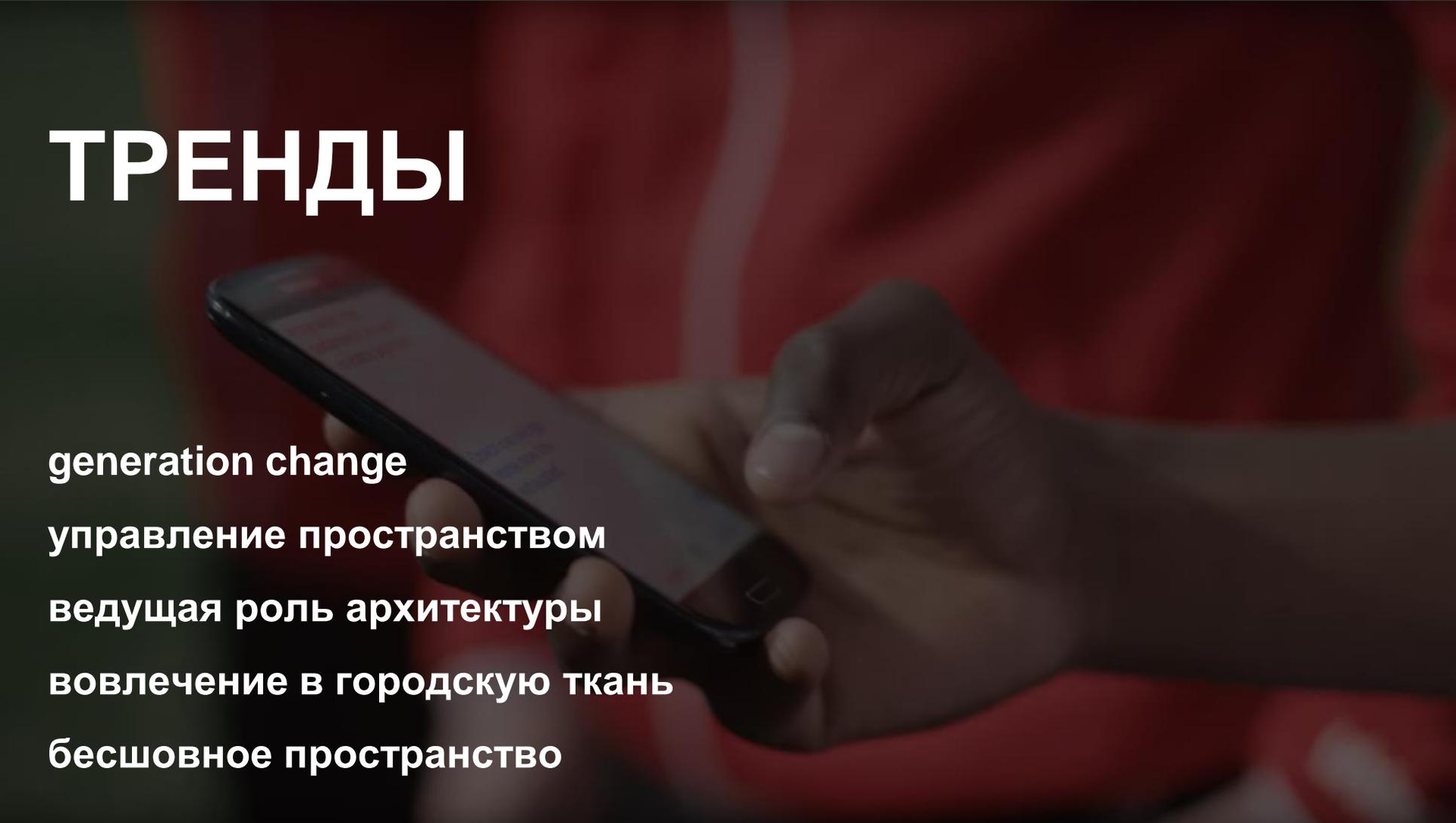
generation change

управление пространством

ведущая роль архитектуры

вовлечение в городскую ткань

ТРЕНДЫ

A hand holding a smartphone against a red background. The phone screen shows some text and icons, but they are not clearly legible. The background is a solid, vibrant red color.

generation change

управление пространством

ведущая роль архитектуры

вовлечение в городскую ткань

бесшовное пространство

ТРЕНДЫ

generation change

управление пространством

ведущая роль архитектуры

вовлечение в городскую ткань

бесшовное пространство

MAKE IT
INSTAGRAMMABLE!



ШАГ №2.
МЫ СОЗДАДИМ
БРЕНД



**БРЕНД КАК
ОТРАЖЕНИЕ
ЦЕННОСТНЫХ
ОРИЕНТИРОВ
РАЙОНА**

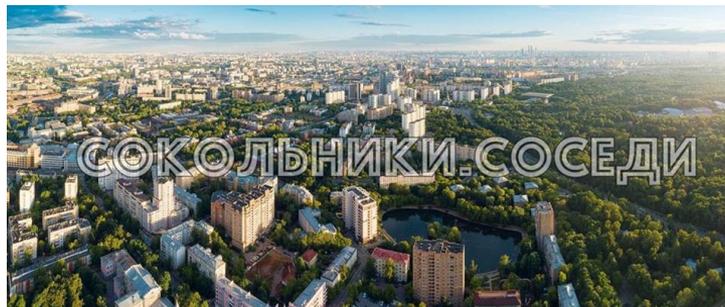


Брендинговое агентство
Smart Heart

ШАГ №3.

МЫ ОБЪЕДИНИМСЯ С
МЕСТНЫМИ
СООБЩЕСТВАМИ

**сообщества ≠
местные
сообщества**



COMMUNITY- МЕНЕДЖЕР:

Отвечает за управление опытом и общением с участниками сообществ

Занимается созданием и поддержкой [UGC-систем](#).



ШАГ №4.

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ





—
ШАГ №5.

МЫ ИНТЕГРИРУЕМ

АДАПТИРОВАННЫЕ ФОРМАТЫ

АДАПТИРОВАННЫЕ ФОРМАТЫ

ГОРОДСКИЕ ФОРМАТЫ:
ИКЕА
ЛЕРУА МЕРЛЕН
ГЛОБУС

РАЙОННЫЕ ФОРМАТЫ:
APPLE BOX ОТ ЗОЛОТОГО
ЯБЛОКА
M MOBILE

ГОРОДСКАЯ
ИНФРАСТРУКТУРА
МФЦ
МУЗЕЙНЫЕ ДЕПОЗИТАРИИ



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

Олеся Никитенко

Директор Департамента торговой недвижимости