

Czy tradycyjny retail się kończy?

Trzy niehandlowe niedziele w miesiącu, rosnąca siła e-commerce, zmieniające się trendy zakupowe – to wyzwania z którymi muszą zmierzyć się centra handlowe. Czy w obliczu tak dynamicznych zmian można zwiększać footfall i wyniki finansowe?

Od początku roku tradycyjny handel mierzy się z kolejnym wyzwaniem. Zamiast dwóch handlowych i dwóch niehandlowych niedziel, teraz obiekty handlowe mogą normalnie funkcjonować tylko w ostatnią niedzielę miesiąca. Za rok to ograniczenie będzie jeszcze bardziej rygorystyczne. To nie koniec wyzwań stojących przed retailem. Konsumenci coraz częściej korzystają z modelu odwróconego ROPO oraz decydują się na zakupy online. W związku z tymi zmianami zarządcy obiektów handlowych muszą zweryfikować strategię biznesowe i marketingowe i stworzyć model działań, który pozwoli im z sukcesem funkcjonować na rynku.

Zagrożenie przekuć w sukces

Posnania jako nowoczesna przestrzeń została zaprojektowana tak, by odpowiadać na potrzeby konsumentów dzisiaj i w przyszłości. Swoim klientom oferuje nie tylko najszerszą w Poznaniu i regionie ofertę handlową, ale przede wszystkim bogaty wachlarz usług, przestrzeń do spędzania czasu wolnego i realizowania różnych potrzeb oraz nieszablonowe eventy realizowane również w dni bez handlu. – *Współcześni konsumenci są bardzo świadomą grupą. Jako Posnania działamy na konkurencyjnym rynku przenikających się ofert onlinowych i offlinowych. Przez naszych klientów jesteśmy postrzegani jako miejsce robienia zakupów oraz spędzania wolnego czasu, co tylko zwiększa liczbę kategorii, w których walczymy o uwagę konsumentów – mówi Marek Ćwiek, dyrektor Posnania. – Dzięki obranej przez nas strategii biznesowej udało nam się w zeszłym roku odnotować dziewiętnastoprocentowy wzrost obrotów oraz półtoraprocentowy wzrost frekwencji licząc z niedzielami, gdzie dla całej branży wskaźnik ten wyniósł minus 4,3% oraz siedmioprocentowy wzrost frekwencji w dniach od poniedziałku do soboty. Jest to bardzo dobry wynik, zwłaszcza w kontekście wyzwań przed którymi stoi cała branża – dodaje Ćwiek.*

Tak dobre rezultaty udało się osiągnąć przede wszystkim dzięki skutecznej strategii marketingowej i nowatorskim działaniom bazującym na najnowszych rozwiązaniach technologicznych. - *Sposób komunikacji marketingowej zmienia się bardzo dynamicznie. Funkcjonujemy na rynku, gdzie wyczerpują się sprawdzone formaty działań. W podejmowanych działaniach nie chodzi tylko o*

Posnania, ul. Pleszewska 1, 61-136 Poznań, tel. 61 628 65 00
e-mail: posnania@apsysgroup.pl; www.posnania.eu

Apsys Polska Spółka Akcyjna [Oddział Poznań] z siedzibą w Warszawie (kod pocztowy: 00-133), przy Alei Jana Pawła II 22, wpisana do rejestru przedsiębiorców KRS prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000099267, o numerze NIP: 521-30-21-282, REGON: 016027995, o kapitale zakładowym w wysokości 50.000,00 złotych.

wykorzystywanie nowych narzędzi komunikacji, ale także o zmianę sposobu opowiadania historii – mówi Agnieszka Juszkis, dyrektorka marketingu Posnania. W ostatnich dwunastu miesiącach Posnania zrealizowała szereg niestandardowych akcji, które spotkały się z dużym zainteresowaniem mieszkańców Poznania i regionu. Kluczem do sukcesu jest selektywny dobór partnerów i bycie autentycznym. Zamienienie jednego poziomu parkingu w kryty Skate Park, którego brakuje w Poznaniu, współpraca z Drużyną Szpiku przy CSR-owej akcji Posnania Shopping Cardio Challenge to przykłady działań opartych na silnej idei, cieszących się dużym zainteresowaniem i frekwencją. – *Każdy z naszych klientów może sam wybrać sposób i poziom zaangażowania w organizowane przez nas działania i to jest recepta na sukces* – komentuje Agnieszka Juszkis. – *Jako nowoczesny obiekt wykorzystujemy w komunikacji marketingowej przede wszystkim online i narzędzia digitalowe, w tym całe spektrum social mediów, gdzie jesteśmy niezwykle skuteczni* – dodaje.

Jednym z ubiegłorocznych sukcesów Posnania była także jesienna loteria, w której można było wygrać nowego Mercedesa Klasy A. Zainteresowanie klientów przerosło wszelkie oczekiwania. Spektakularne efekty akcji skłoniły Posnanię i markę MB Motors Poznań – partnera akcji, do kontynuacji współpracy. Wskutek prowadzonych rozmów dealer Mercedesa otworzył w Posnania swój pierwszy concept store.

Omnichannel w trendzie

To co wyróżnia Posnanię, to umiejętne łączenie zakupów online i offline. – *W Posnania opracowaliśmy usługi dedykowane dla klientów kupujących omnichannelowo, np. Collect&Try, która pozwala na zamówienie zakupów online do Posnania, przemierzenie ubrań w specjalnej strefie Posnania Premium Lounge, a jeśli produkt nie spełnia oczekiwań odesłanie go przez personel Posnania* – mówi Marek Ćwiek. – *W handlu internetowym nie upatrujemy konkurencji, a raczej partnera do współpracy. Dzięki temu w naszym obiekcie swoje butik otworzyły dwie silne marki e-commerce: e-obuwie i Notino* – komentuje Ćwiek.

Wyniki Posnania za ostatni rok, w tym także rosnące zaufanie klientów pozwalają stwierdzić, że tradycyjny handel jednak się nie kończy. Na rynku przetrwają takie obiekty, które pozwolą realizować pasje, będą odpowiednimi miejscami na spotkanie z rodziną czy przyjaciółmi, a także przedstawią ciekawą ofertę rozrywkową i kulturalną. – *Posnania jest sztandarowym przykładem filozofii „Iconic Places”, która odzwierciedla nowoczesne podejście Apsys do projektowania i tworzenia ponadczasowej oferty, wyznaczającej trendy dla branży retail. Jestem przekonany, że w kolejnych miesiącach dalej będziemy przyciągać klientów do naszego obiektu* – podsumowuje Ćwiek.

Kontakt dla mediów:

Posnania, ul. Pleszewska 1, 61-136 Poznań, tel. 61 628 65 00
e-mail: posnania@apsysgroup.pl; www.posnania.eu

Apsys Polska Spółka Akcyjna [Oddział Poznań] z siedzibą w Warszawie (kod pocztowy: 00-133), przy Alei Jana Pawła II 22, wpisana do rejestru przedsiębiorców KRS prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000099267, o numerze NIP: 521-30-21-282, REGON: 016027995, o kapitale zakładowym w wysokości 50.000,00 złotych.

Filip Gruszczyński
Rzecznik Prasowy
Posnania
#all about lifestyle
email: filip.gruszczyński@v5group.pl
tel. +48 519 842 330

O Posnaniu

Posnania to nowoczesne miejsce, które łączy funkcje zakupowe, usługowe, rekreacyjne i rozrywkowe. Szeroka oferta prezentowana na **100 tys. m²** nowoczesnej powierzchni obejmuje **300 marek** lokalnych i globalnych, w tym modę, usługi, restauracje i kawiarnie, multiplex, klub bilardowy i kręgielnię, fitness z basenem oraz place zabaw dla dzieci.

#all about lifestyle podkreśla unikatowy charakter Posnania jako miejsca stawiającego na lifestyle, w którym można spędzić swój wolny czas, popracować czy poznać najnowsze trendy w modzie i kulturze.

Posnanię wyróżnia nowoczesna architektura, design oraz instalacje artystyczne, ponadstandardowa obsługa klientów oraz usługi oparte na technologiach i multimediami, które razem składają się na unikalny „**customer experience**”.

Posnania została wielokrotnie nagrodzona w międzynarodowych konkursach branżowych. Ostatnimi wyróżnieniami są nagrody ICSC Solal Marketing Awards w kategorii: „Budowania świadomości marki i pozycjonowania”, „Lidera Dostępności” w kategorii: Obiekt usługowy, ICSC European Shopping Centre Awards 2018 w kategorii: New Development, Extra Large Centres, ICSC VIVA Best-of-the-Best Awards oraz PRCH Retail Awards 2017 w kategoriach: „najlepsze nowe centrum handlowe roku” oraz „kampania otwarcia centrum handlowego roku”, a także dwie złote statuetki ICSC Solal Marketing Awards 2017. Wcześniej Posnania zdobyła wyróżnienia Poland Eurobuild Awards 2017 w kategorii New Shopping Centre of The Year, w konkursie CIJ Awards 2016 w kategorii Best Retail Development & Developer of the Year oraz w CEE Investment & Green Building Awards 2016 w kategorii Retail Project of the Year oraz CEE Retail Awards 2016 w kategorii Retail Project of the Year. Posnania została również doceniona przez jury konkursu European Property Awards 2015, w którym zdobyła tytuł zwycięzcy w kategorii Retail Development of the Year.

APSYS jest jednym z wiodących operatorów branży centrów handlowych w Polsce i we Francji. Firma powstała w 1996 roku i działa jako inwestor, deweloper, agent ds. najmu, menadżer projektu oraz zarządca nieruchomości. Tworzy innowacyjne, „szyte na miarę” projekty uwzględniające specyfikę danego miejsca, kontekst społeczny oraz środowisko naturalne. Do największych inwestycji firmy należą Manufaktura w Łodzi oraz Posnania w Poznaniu.

APSYS Polska zarządza obecnie 1 100 000 mkw. GLA w 25 centrach handlowych zlokalizowanych w 17 największych miastach w Polsce. Firma i jej projekty były wielokrotnie nagradzane przez PRCH, ICSC, Europa Property oraz CIJ w dziedzinach rozwoju, zarządzania oraz marketingu.

Posnania, ul. Pleszewska 1, 61-136 Poznań, tel. 61 628 65 00
e-mail: posnania@apsysgroup.pl; www.posnania.eu

Apsys Polska Spółka Akcyjna [Oddział Poznań] z siedzibą w Warszawie (kod pocztowy: 00-133), przy Alei Jana Pawła II 22, wpisana do rejestru przedsiębiorców KRS prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000099267, o numerze NIP: 521-30-21-282, REGON: 016027995, o kapitale zakładowym w wysokości 50.000,00 złotych.