

## **Najemcy i galerie handlowe – współpraca i wzajemne wsparcie przynosi efekty**

**Pandemia mocno przemodelowała branżę retail, a wiele zaplanowanych w centrach handlowych akcji musiało ulec zmianie lub zostało całkowicie odwołanych. By pobudzić odwiedzalność i odwrócić niekorzystne trendy, konieczne jest wdrożenie nowych rozwiązań, modyfikacja kierunków działań oraz intensywna współpraca najemców i galerii. Jak to wygląda w praktyce?**

Klasyczne podejście, w którym środki z budżetów marketingowych centrów handlowych przeznaczane były na promocję obiektu, a promocja najemców leżała głównie po ich stronie, to już przeszłość. Współpraca i wzajemna otwartość w obecnych warunkach są podstawą wszelkich działań.

*- Kluczem do efektywnych działań jest zrozumienie potrzeb klientów i najemców. Dobrze rozpoznając intencje obu stron możemy szukać rozwiązań, które jednocześnie zachęcą klientów do odwiedzania Galerii i zaspokoją oczekiwania najemców – mówi Joanna Bagińska, Dyrektor Galerii Katowickiej, należącej do Employees Provident Fund of Malaysia reprezentowanego przez Savills Investment Management i zarządzanej przez APSYS Polska.*

Oczekiwania klientów można podsumować w dwóch słowach: bezpieczeństwo i dodatkowe korzyści zakupowe. Osoby robiące zakupy w galeriach handlowych chcą realnych działań i pewności, że są bezpieczne. Aby osiągnąć konkretne efekty w tej kwestii, warto wyjść poza minimum, jakie wyznaczają regulacje rządowe. Wśród dobrych praktyk wprowadzonych w centrach handlowych wymienić można: spójne oznaczenia zasad bezpieczeństwa w galeriach i u najemców, nielimitowany dostęp do środków dezynfekujących, przeszkolenie serwisów porządkowych i ochrony tak, by służyły odwiedzającym wsparciem i radą oraz zadbanie o dostęp do maseczek.

*- Klienci mogą czuć się w Katowickiej bezpieczni. Oprócz środków dezynfekujących, komunikatów i oznaczeń zapewniamy im maseczki, dostępne za symboliczny 1 pkt w naszym programie lojalnościowym KatoKarta – wylicza Anna Szczerkowska, Marketing Manager Galerii Katowickiej.*

Odpowiedzią na drugą potrzebę są akcje prosprzedażowe, dające klientom dodatkowy zysk, ale też pozytywne emocje podczas zakupów. Właściwe zaprojektowanie takich akcji to z kolei sposób na zaspokojenie potrzeb najemców. Liczą się precyzja i efektywność. Przykładem takiej precyzyjnie wymierzonej akcji jest *Słodko-Słony, czyli wyżerka za paragony* – lipcowy pro-sale w Katowickiej.

- Akcja miała na celu wsparcie najemców z ofertą gastronomiczną poprzez zachęcenie klientów do powrotu do kawiarni i restauracji oraz pokazanie im, że lokale te nadal działają i nadal pobyt w nich jest przyjemnością. Podstawowe założenia akcji to niski próg wejścia i liczne nagrody, motywujące klienta do większych zakupów – mówi Anna Szczerkowska z Galerii Katowickiej.

Nagrodami w akcji Słodko-Słony były vouchery na 5 i 15 zł. Te progi okazały się wystarczające, by zmotywować klientów do odwiedzenia punktów gastronomicznych i dokonania zakupów na kwoty najczęściej wyższe niż wskazane na voucherach. Najemcy biorący udział w akcji ocenili ją bardzo dobrze i wyrazili zainteresowanie ponownym udziałem w tego typu inicjatywach. Efektywność kampanii potwierdził lipcowy wzrost obrotów i odwiedzalności w Galerii Katowickiej (względem czerwca br.) adekwatnie o 34% i 20%.

Trafności tezy, że klienci szczególnie cenią sobie dodatkowe okazje i możliwość zdobycia extra premii za zakupy, dowodzą też dotychczasowe wyniki loterii, którą rozpoczęto 21 sierpnia w Katowickiej. Suma kwot z pierwszego tygodnia loterii jest o 15 % wyższa, niż suma kwot z analogicznego okresu loterii organizowanej rok wcześniej w okresie Wielkanocy.

- Zainteresowanie obydwoma akcjami oraz ich wymierne efekty to dowód, że klienci są obecnie bardzo zainteresowani propozycją przynoszącą dodatkowe benefity za zakupy. Przy czym priorytetem naszych tegorocznych działań marketingowych są potrzeby naszych najemców – do planów podchodzimy elastycznie i modyfikujemy je, pozostając w kontakcie z najemcami i szukając dróg, dzięki którym w najwyższym stopniu uzyskamy efekt synergii ze wspólnych działań - dodaje Anna Szczerkowska.

Dodatkowych informacji udziela:

**Agnieszka Dźwigoń:** [agad@openmedia.pl](mailto:agad@openmedia.pl); Tel. +48 698 618 575

**Pressroom:** <https://galeriakatowicka.eu/pressroom-2/>

.....

**Galeria Katowicka** mieści się w ścisłym centrum Katowic i jest unikalnym kompleksem komunikacyjno-komercyjnym. Powierzchnia najmu wynosi 47,609 m<sup>2</sup> i obejmuje ponad 200 lokali, restauracji i punktów handlowych, m.in. Peek & Cloppenburg, TK Maxx, Multikino, Zara, Pull & Bear, Bershka, C&A, Reserved, Euro RTV AGD, Douglas czy Flying Tiger Copenhagen. Posiada także 10 salowe Multikino z salą Xtreme – najnowocześniejszą w Polsce, wyposażoną w system dźwiękowy Dolby Atmos oraz projektor laserowy 4K.

APSYS POLSKA

Galeria Katowicka, ul. 3 Maja 30, 40-097 Katowice

Tel.: 32 41 41 601, fax.: 68/ 410 70 01, e-mail: kontakt@galeriakatowicka.eu

Tel.: +48 22 701 92 00, fax: +48 22 701 92 01, office@apsysgroup.pl, [www.apsysgroup.pl](http://www.apsysgroup.pl)

Apsys Polska spółka akcyjna, 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 0000447244, o numerze NIP: 526-17-88-225 oraz numerze REGON: 012339953, o kapitale zakładowym w wysokości 8.375.005,00 złotych wpłaconym w całości.

Centrum handlowe połączone jest bezpośrednio z dworcem kolejowym i podziemnym terminalem autobusowym komunikacji miejskiej. Galeria Katowicka została otwarta 18 września 2013 r.

Więcej informacji na: [www.galeriakatowicka.eu](http://www.galeriakatowicka.eu)

Właścicielem Galerii Katowickiej jest fundusz **Employees Provident Fund of Malaysia** z siedzibą w Kuala Lumpur, założony w 1951 r. To jeden z najstarszych i największych funduszy emerytalnych na świecie, inwestujący również w nieruchomości. Za zarządzanie aktywami funduszu (asset management) odpowiedzialny jest **Savills Investment Management** z siedzibą w Londynie.

Za zarządzanie Galerią Katowicką, codzienne funkcjonowanie obiektu oraz kwestie związane z wynajmem powierzchni handlowej, odpowiada spółka **APSYS Polska**, jeden z wiodących operatorów branży centrów handlowych w Polsce i we Francji.

**APSYS POLSKA**

Galeria Katowicka, ul. 3 Maja 30, 40-097 Katowice

Tel.: 32 41 41 601, fax.: 68/ 410 70 01, e-mail: kontakt@galeriakatowicka.eu

Tel.: +48 22 701 92 00, fax: +48 22 701 92 01, office@apsysgroup.pl, [www.apsysgroup.pl](http://www.apsysgroup.pl)

Apsys Polska spółka akcyjna, 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 0000447244, o numerze NIP: 526-17-88-225 oraz numerze REGON: 012339953, o kapitale zakładowym w wysokości 8.375.005,00 złotych wpłaconym w całości.