**INFORMACJA PRASOWA**

Łódź, 12.12.2023 r.

**Centra handlowe muszą proponować coś więcej niż tylko zakupy – Manufaktura w Łodzi, czyli najlepsi do usług**

**W erze zakupów online, gdzie najważniejsza stała się wygoda i oszczędność czasu, centra handlowe stają przed poważnym wyzwaniem: w jaki sposób zachęcić klientów do zakupów stacjonarnych? - *Kluczowy w skutecznym konkurowaniu z e-commerce jest kompleksowy i utrzymany na wysokim poziomie customer experience* – mówi Anna Łajszczak-Kucharska, Tenants Relationship Manager Manufaktury. O sposobach na skuteczne budowanie zadowolenia wśród klientów i przywiązania do zakupów stacjonarnych opowiadają ekspertka Manufaktury w Łodzi oraz agencji badawczej SANA.**

Zakupy online stały się nieodłączną częścią codzienności, umożliwiając wygodne i szybkie kupowanie produktów. – *Choć e-commerce zyskał ogromną popularność, szczególnie w trakcie pandemii koronawirusa, zauważamy, że konsumenci coraz częściej poszukują bardziej kompleksowego doświadczenia zakupowego. Dlatego też w Manufakturze łączymy tradycyjne zakupy z przyjemnością spędzania czasu w inspirującym otoczeniu. Można tu zaplanować cały swój dzień – na klientów czeka strefa gastronomiczna, kawiarnie oraz szereg restauracji, a także punkty rozrywkowe i kulturalne, takie jak kino, teatr czy muzea* – **mówi Anna Łajszczak-Kucharska, Tenants Relationship Manager Manufaktury.**

Manufaktura dba o swoich klientów na każdym polu, także pod względem jakości obsługi. Co roku wdrażane są działania mające na celu jakościowy rozwój tego obszaru. Jednym z przykładów jest program „**At your service**”. Jest to autorski program Apsys, jednego z liderów zarządzania centrami handlowymi w Polsce i Francji. W jego ramach przeprowadzany jest zaawansowany audyt świadczonych usług, serwisów i innych udogodnień. Badanie obejmuje między innymi serwis sprzątający, pracowników ochrony czy punkt informacji. Wnioski pozwalają na zweryfikowanie kierunku podejmowanych działań i wdrażanie zmian. Manufaktura w każdym kolejnym roku znajduje się w czołówce najlepszych centrów handlowych zarządzanych przez APSYS w Polsce.

Program „At your service” to nie jedyne badanie, jakie prowadzi Manufaktura, w celu wzmacniania jakości obsługi klienta. Drugi filar to pionierski projekt, realizowany przez niezależną firmę badawczą, oceniającą punkty usługowe i sprzedażowe według ściśle określonych kryteriów. Od lat konkurs ten stanowi dla najemców nie tylko wyjątkową okazję do rywalizacji o tytuł „**Salesman of the Year**”, ale też motywuje do utrzymania najwyższego poziomu obsługi, który jest jednym z najważniejszych elementów strategii Manufaktury – *Konkurs „Salesman of the Year”, który przeprowadzamy wśród najemców jest jednym z etapów naszych działań, mających wdrażać poprawę jakości customer service, który pozostaje jednym z najbardziej istotnych filarów naszej pracy. Drugi etap to warsztaty, podczas których podejmowane są kwestie z dziedziny wsparcia jakości obsługi klienta. Nasi najemcy spotykają się z ekspertami psychologii zachowań konsumenckich i omawiają wszystkie istotne zagadnienia, które pomagają im rozwijać, w zgodzie ze zmieniającymi się trendami konsumenckimi, poziom obsługi. Chcemy, by dostali praktyczne wskazówki na przyszłość, a nie tylko teoretyczne podpowiedzi* – **dodaje Anna Łajszczak-Kucharska.**

Nawyki zakupowe klientów wciąż się zmieniają. - *W obliczu wielu zmian społecznych na przestrzeni ostatnich lat oraz rosnących cen, współczesny konsument staje się coraz bardziej świadomy i selektywny w swoich decyzjach zakupowych. Jego oczekiwania względem produktów rosną, co sprawia, że jest bardziej wymagający niż kiedykolwiek wcześniej. Ważnym elementem, za który konsument jest skłonny zapłacić więcej, staje się jakościowa, autentyczna i wrażliwa na indywidualne potrzeby obsługa klienta. Klient chce uzyskać ekspertyzę, wsparcie w procesie wyboru. Kontakt "human to human" wyrasta na kluczowy element, który może zdecydować o wyborze danej marki czy produktu.* – **wyjaśnia Natalia Jaszczyk, agencja badawcza SANA**.

Podczas tegorocznej edycji konkursu „Salesman of the Year” wyróżniono 5-ciu najemców. Najlepszy wynik osiągnął salon Weekend by Max Mara. Wśród najwyżej punktowanych obszarów znalazły się między innymi: orientacja na potrzeby konsumenckie, zaawansowana wiedza na temat produktu i usługi, umiejętność budowania dynamiki sprzedaży oraz zagadnienia tworzące tzw. wartość dodaną. Zwycięzcy otrzymali karty podarunkowe Manufaktury o wartości 4000 zł. Jak pokazało badanie, marki premium są dużą siłą Manufaktury **-** *Specyfika Łodzi jako miasta z bogatą historią tekstylną, handlową i tradycją modową przekłada się na unikalne przygotowanie sprzedawców do handlu odzieżą. Widać to od razu po wejściu do wielu markowych sklepów w Manufakturze, gdzie obsługa jest na naprawdę najwyższym poziomie* – **mówi Natalia Jaszczyk.**

*APSYS jest jednym z wiodących operatorów branży nieruchomości komercyjnych w Polsce i we Francji. Spółka realizuje działania w segmencie nieruchomości handlowych, projektach mixed-use, inwestycjach mieszkaniowych oraz w obszarze zarządzania powierzchniami biurowymi. Firma powstała w 1996 roku i działa jako inwestor, deweloper, agent ds. najmu, menadżer projektu oraz zarządca nieruchomości.*

*Apsys zawsze był firmą z wizją i ambicjami, by realizować unikalne projekty, tworzyć miejsca ikoniczne, znaczące, na stałe wpisujące się w tkankę miejską. Począwszy od 2022 r. w swojej działalności spółka kieruje się hasłem “Razem, inne miasto jest możliwe”. Apsys chce jeszcze mocniej i odpowiedzialniej wykorzystywać potencjał miast, wpływać na ich przemiany uwzględniając potrzeby środowiskowe, pobudzać rozwój społeczny i ekonomiczny, a ponadto wspólnie, w oparciu o dialog z interesariuszami, tworzyć komfortowe otoczenie dla ludzi.*

*Celem strategicznym firmy jest zmiana miast na lepsze i tworzenie wyjątkowych miejsc, dzięki którym życie wszystkich staje się piękniejsze.*

*Dzięki wieloletniemu doświadczeniu i specjalistycznej wiedzy wszystkie działania, niezależnie od wielkości i lokalizacji poszczególnych nieruchomości, są dopasowane do potrzeb klienta. Do największych inwestycji firmy należą Manufaktura w Łodzi oraz Posnania w Poznaniu. APSYS Polska zarządza obecnie ponad 1 000 000 mkw. GLA w 19 obiektach handlowych zlokalizowanych w 15 największych miastach w kraju. Apsys prowadzi także inwestycję mieszkaniową - Solea Mieszkania przy Wyścigach na warszawskim Mokotowie.*