



ОКЕАНИЯ

# Маркетинговая стратегия продвижения ТРЦ «Океания»

Рабочая мастерская РСТЦ в ТРЦ «Океания»

21 марта 2017



## Ирония темы

*Чем лучше и яснее маркетинговая стратегия проекта в целом, тем эффективнее продвижение*

- *Локация, локация, локация*
- *Эффективная модель*
- *Сильный брокеридж*
- *Wow-эффекты*
- *Атмосфера*

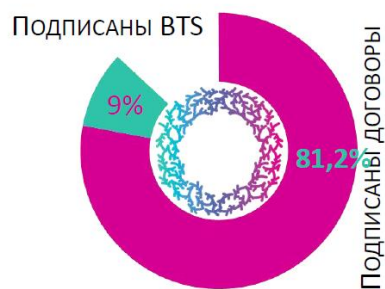


*Чем лучше и яснее маркетинговая стратегия проекта в целом, тем эффективнее продвижение*

**25 августа 2016 года состоялось открытие самого успешного проекта за последние несколько лет в Москве.**



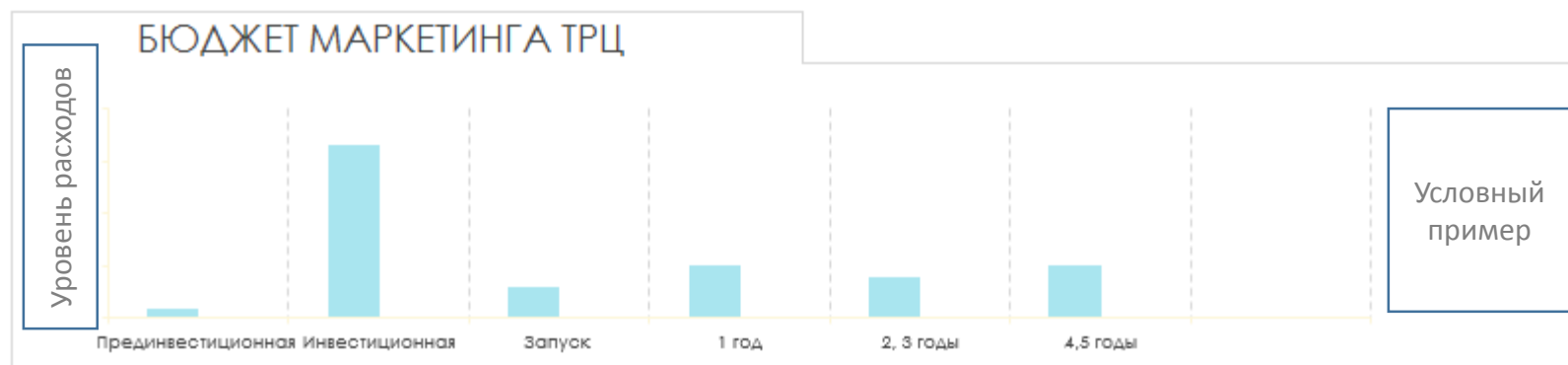
К 25 августа было открыто 60% торговых помещений.

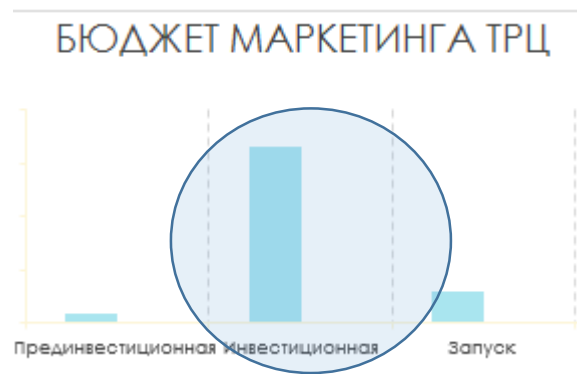


На момент открытия подписано BTS и Договоров более чем на 90% площадей

*Чем лучше и яснее маркетинговая стратегия  
проекта в целом,  
тем эффективнее продвижение*

## Бюджет маркетинга ТРЦ





*Вывески  
Навигация  
Внутреннее радио  
Служба информации и т.п.*

---

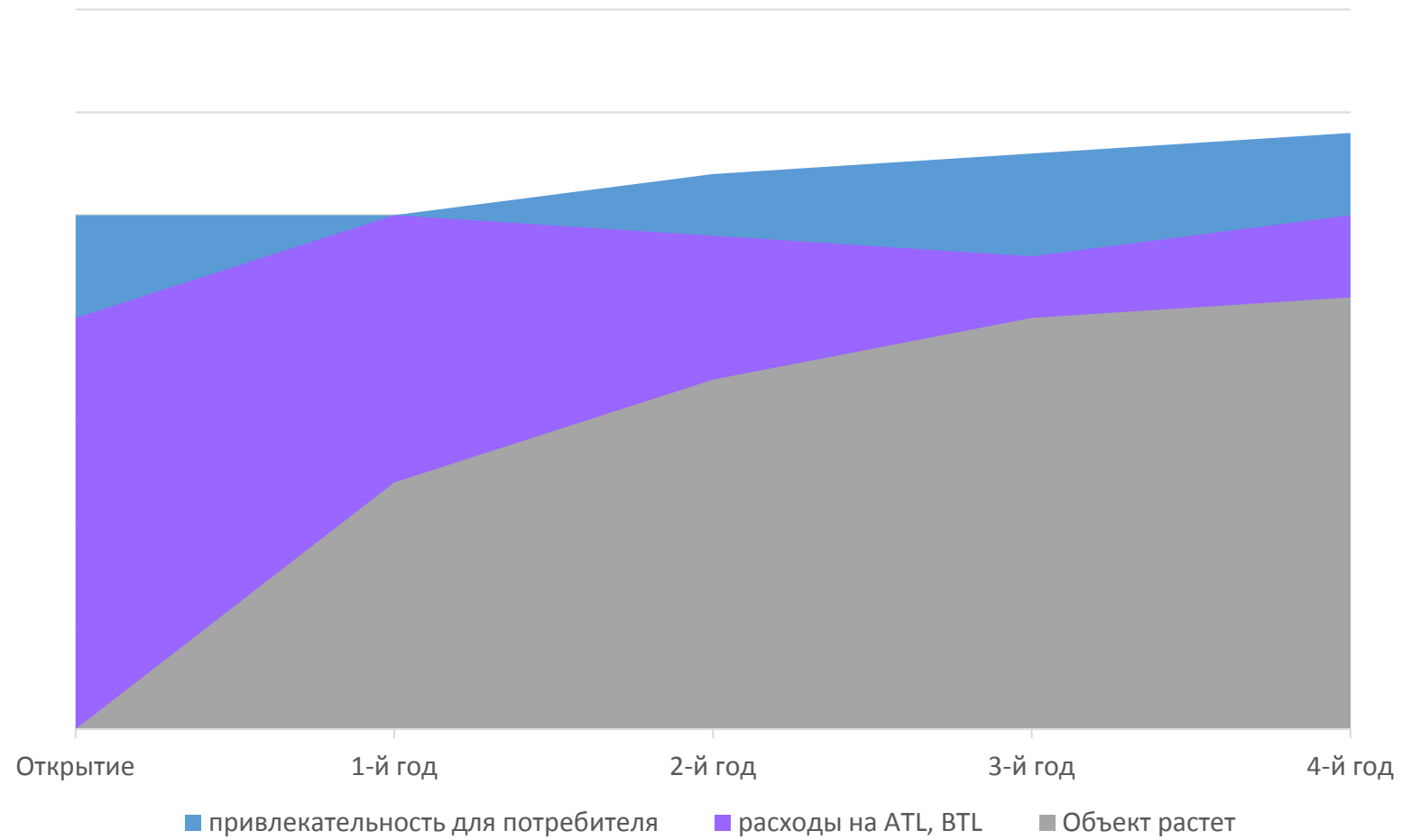
*Инфраструктура  
Wow-эффекты*



# ОКЕАНИЯ



## Продвижение растущего объекта



## Тенденции, влияющие на стратегию продвижения ТРЦ в Москве

- *Макроэкономика Причины выбора.*
- *Серьезное размытие аудитории в последние 3 года Изменение поведения по выбору ТРЦ. Люди не хотят «открывать» новые ТРЦ. Снижение количества равнозначных выборов для потребителя. Глобальная тенденция снижения времени пребывания.*
- *Информационный шум*
- *Изменение жизненной модели Торговый центр уже не место проведения досуга. Или одно из конкурирующих. Остается таковым для малообеспеченных слоев.*

## Тенденции, влияющие на стратегию продвижения ТРЦ в Москве. Что делать?

- *Макроэкономика* Причины выбора. *Изменение меседжей рекламы в связи с кризисом.*
- *Серьезное размытие аудитории в последние 3 года* Изменение поведения по выбору ТРЦ. *Люди не хотят «открывать» новые ТРЦ. Снижение количества равнозначных выборов для потребителя. Концентрация на уникальной зоне проекта. Глобальная тенденция снижения времени пребывания. Рост значения навигации, прозрачности предложения арендаторов, целевых посещений, Информационный шум. Похожие тенант-миксы, отсутствие уникальных объектов и сервисов, отсутствие креативных прорывов.*
- *Изменение жизненной модели* Торговый центр уже не место проведения досуга. Или одно из конкурирующих. *Остается таковым для малообеспеченных слоев. Максимальное удобство шопинга и сервисов.*





## Области исследования для понимания эффективности маркетинга

- Анализ эффективности рекламных каналов
- Анализ эффективности мероприятий
- Анализ работы операторов
- Анализ потребителей
- Анализ функционирования ТРЦ, как единого организма

*Все маркетинговые исследования – инструменты анализа, а не принятия решения. В целом маркетинг – Деятельность, требующая волевого, субъективного и интуитивного подхода.*

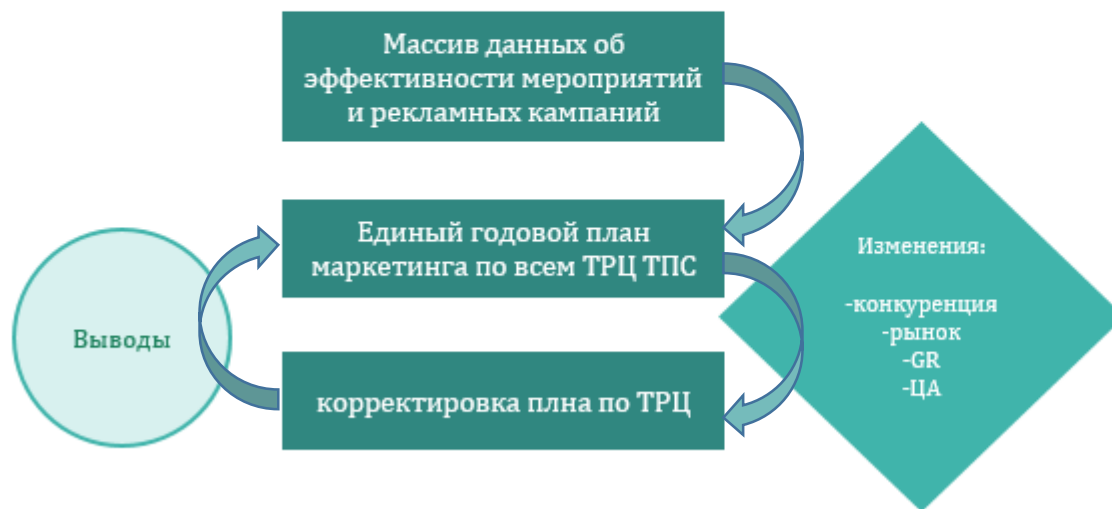


ОКЕАНИЯ



## РАЗРАБОТКА ПЛАНА МАРКЕТИНГА

ТРЦ ТПС





# ОКЕАНИЯ

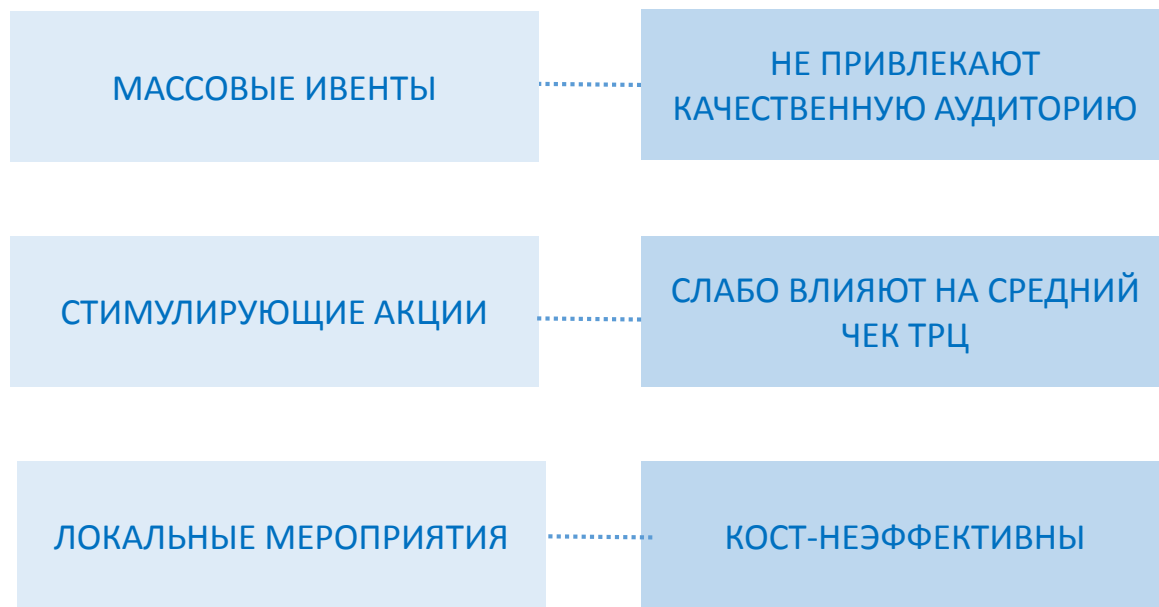


## Области исследования для понимания эффективности маркетинга

Массив данных об  
эффективности мероприятий  
и рекламных кампаний

- Динамика ТО по акциям и мероприятиям
- Данные по посещаемости
- Опросы о знании и удовлетворенности
- Данные мобильных операторов
- MROI

## Выбор инструментов продвижения. Мероприятия.



## Выбор инструментов продвижения. Мероприятия.

МАССОВЫЕ ИВЕНТЫ	НЕ ПРИВЛЕКАЮТ КАЧЕСТВЕННУЮ АУДИТОРИЮ	<ol style="list-style-type: none"><li>1. ДАЮТ ВАЛ</li><li>2. ПОВЫШЕНИЕ УЗНАВАЕМОСТИ НА НАЧАЛЬНОМ ЭТАПЕ</li><li>3. СТИУЛИРУЮТ ПЕРВИЧНЫЕ ПОСЕЩЕНИЯ</li></ol>
СТИМУЛИРУЮЩИЕ АКЦИИ	СЛАБО ВЛИЯЮТ НА СРЕДНИЙ ЧЕК ТРЦ	<ol style="list-style-type: none"><li>1. ПРОДВИГАЮТ ОТДЕЛЬНЫЕ КАТЕГОРИИ И АРЕНДАТОРОВ</li><li>2. СОЗДАЮТ ПОЛОЖИТЕЛЬНУЮ ИСТОРИЮ ОТНОШЕНИЙ ПОСЕТИТЕЛЯ И ТРЦ</li></ol>
ЛОКАЛЬНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ	КОСТ-НЕЭФФЕКТИВНЫ	<ol style="list-style-type: none"><li>1. ПОМОГАЮТ ТОЧЕЧНО ПРОДВИГАТЬ АРЕНДАТОРОВ</li><li>2. ЭФФЕКТИВНЫ В ВАРИАНТЕ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ПАРТНЕРОВ</li><li>3. НЕСУТ В СЕБЕ СОЦИАЛЬНЫЕ ФУНКЦИИ</li></ol>

## Выбор инструментов продвижения. Реклама.





ОКЕАНИЯ



Выбор инструментов продвижения. Реклама.

КОММЕРЧЕ  
СКИЕ  
СЕЗОНЫ

НАРУЖНАЯ  
РЕКЛАМА

МЕТРО

РАДИО

ИНТЕРНЕТ

Выбор инструментов продвижения. Реклама.







Выбор инструментов продвижения. Реклама.





Выбор инструментов продвижения. Реклама.





Поддержка арендаторов. ТРЦ Океания реализовала льготный период для арендаторов с бесплатным размещением с августа 2016 по апрель 2017

