

rcsc Российский Совет
Торговых Центров

Миссия Российского Совета Торговых Центров – способствовать становлению, продвижению, совершенствованию торговых центров на российском рынке.



- Тематические секции
- Международные туры по торговой недвижимости
- Школа профессионального развития
- Рейтинг торговых центров
- Классификация торговых центров
- Участие в выставках
- Отраслевые печатные издания
- Экспертная поддержка



SHOPPING CENTER MANAGER'S CONGRESS 2017

Как увидеть ситуацию на объекте глазами собственника

(секреты представления информации и результатов своей работы)

г. Москва, 22 – 23 мая 2017 года

Торговый центр глазами

- ✓ Посетителя
- ✓ Арендатора
- ✓ Собственника (инвестора)
- ✓ Подрядчика (поставщика)
- ✓ Надзорного (контролирующего) органа

Чей взгляд важнее? Или, хотя бы, наиболее объективен?

Возможен ли некий универсальный взгляд на ТЦ?

Можно ли понравиться всем сразу? А нужно ли это делать?

Существуют ли для этого универсальные инструменты?

Работа с посетителями

Основные цели и задачи:

- ✓ Формирование лояльности к торговому центру
- ✓ Формирование своего клиента
- ✓ Формирование правильной атмосферы

Инструменты управления:

- ✓ Общая атмосфера торгового центра
- ✓ Стойка информации
- ✓ Книга отзывов и предложений, памятки покупателю
- ✓ Сайт, мобильное приложение, сервисы и навигация
- ✓ Живой контакт с персоналом служб

Работа с арендаторами

Основные цели и задачи:

- ✓ Привлечение в проект
- ✓ Создание комфортных условий для коммерческой деятельности
- ✓ Формирование правильной синергии

Инструменты управления:

- ✓ Договор аренды
- ✓ Правила внутреннего распорядка
- ✓ Руководство по дизайну и отделке
- ✓ Маркетинговая политика
- ✓ Рекламная политика

Работа с собственником (инвестором)

Три отражения торгового центра в глазах собственника:

- ✓ **Объект экономики**
- ✓ Объект техники и технологии
- ✓ Красота и гармония

Особенностью объекта коммерческой недвижимости является то, что срок его существования измеряется десятилетиями и в течение всего этого срока все составляющие критерии его рыночной привлекательности необходимо поддерживать на должном, конкурентноспособном уровне, в противном случае, и стоимость, и доходность такого объекта могут упасть ниже границы рыночного спроса, да и сам объект из доходного актива превратиться в обузу

Работа с собственником (инвестором)

Три отражения торгового центра в глазах собственника:

- ✓ Объект экономики
- ✓ ***Объект техники и технологии***
- ✓ Красота и гармония

Современный торговый центр, как здание высокого класса и, соответственно, высокой доходности, это не только оптимально расположенное относительно центра покупательской активности удачное архитектурное решение, но и многогранный комплекс инженерных систем, обеспечивающий должный уровень комфорта, безопасности и экономичности

Работа с собственником (инвестором)

Три отражения торгового центра в глазах собственника:

- ✓ Объект экономики
- ✓ Объект техники и технологии
- ✓ ***Красота и гармония***

Работа с собственником (инвестором)

Три отражения торгового центра в глазах собственника:

- ✓ Объект экономики
- ✓ Объект техники и технологии
- ✓ Красота и гармония

Учитываемые факторы и обстоятельства:

- ✓ Понимание задач, стоящих перед собственником (инвестором)
- ✓ Понимание специфики бизнеса собственника (инвестора)
- ✓ Возможности собственника (инвестора) - время, деньги, желание
- ✓ Техническая сложность/уникальность объектов и их количество
- ✓ Понимание рынка и трезвая оценка своих возможностей
- ✓ Величина возможной (допустимой) интеграции в проект

Работа с собственником (инвестором)

Степень вовлечения в проект:

- ✓ Facility Management
- ✓ Property Management
- ✓ Asset Management

Предлагаемая программа взаимодействия с собственником (инвестором) определяется пониманием общей ситуации на рынке коммерческой недвижимости в целом и перспективой развития конкретного объекта в частности

Работа с собственником (инвестором)

Принципы представления информации:

- ✓ Простота и наглядность
- ✓ Поэтапное раскрытие информации от большего к меньшему
- ✓ Использование количественных и качественных показателей
- ✓ Использование абсолютных и удельных величин показателей
- ✓ Сравнительный анализ с предыдущим периодом
- ✓ Сравнительный анализ с аналогичными проектами
- ✓ Факторный анализ (раскрытие причин изменения показателей)
- ✓ Применение объективных и субъективных критериев оценки
- ✓ Вовлечение в процесс принятия неочевидных решений
- ✓ Последовательное подведение к вопросу/проблеме/результату

Работа с собственником (инвестором)

Представление результатов работы:

- ✓ Выстраивание прозрачной схемы формирования доходной и расходной части, организация понятного собственнику управленческого учета
- ✓ Регулярная отчетность по основным финансовым и нефинансовым показателям с факторным и сравнительным анализом
- ✓ Видео и фотофиксация отдельных кейсов
- ✓ Совместное участие в обходах
- ✓ Совместное участие в значимых встречах, совещаниях
- ✓ Информирование о результатах мониторинга деятельности других ТЦ
- ✓ Совместные проперти-туры
- ✓ Альтернативное планирование и прогнозирование
- ✓ Совместный brainstorming

Заключение

В торговом центре как минимум три, ярко выраженных, полюса интересов: покупатель, арендатор, собственник. Дополнением к многополярности может стать наличие в проекте управляющей компании со своим «управленческим» интересом. Да и полюс собственника также может быть разделен на несколько отдельных и вполне самостоятельных полюсов. Все стороны, несмотря на то, что находятся под одной крышей торгового центра, скорее, мирно сосуществуют, нежели работают на одну цель.

Но и в такой ситуации, идеальные отношения с собственником можно и нужно выстраивать, только не всегда это получается легко и просто...