

# **ХИТРОСТИ БРОКЕРИДЖА:** КАК СФОРМИРОВАТЬ УСПЕШНЫЙ СОСТАВ ОПЕРАТОРОВ В ТОРГОВОМ ЦЕНТРЕ

marketing / pr / advertising / events

**PROMOTION REALTY** ►

[www.promo-realty.ru](http://www.promo-realty.ru)

# О НАС

- Работаем на рынке с 2008 года
- Более 50-ти торговых центров в портфолио
- Разработали и реализовали более 120 механик стимулирующих акций
- Организовали более 10 мероприятий городского масштаба
- Провели исследования для 19 действующих и строящихся торговых центров
- Сформировали концепции позиционирования и разработали маркетинговые планы для 16 торговых центров
- Мы делаем точные расчеты по собственной методике
- Работаем в 9 городах РФ



**МЫ ГАРАНТИРУЕМ  
ПОСЕЩАЕМОСТЬ  
И ТОВАРООБОРОТ**

# ПРАВИЛО №1

АРЕНДУ ПЛАТИТ  
ПОКУПАТЕЛЬ



# ПРАВИЛО №1

## АРЕНДНАЯ ПЛАТА ЧАСТЬ ВЫРУЧКИ

ПРОФИЛЬ/ ТИП АРЕНДАТОРА	СРЕДНЯЯ ПЛОЩАДЬ, М <sup>2</sup>	ПРОЦЕНТ ОТ ТОВАРОБОРОТА
ГИПЕРМАРКЕТ ПРОДУКТОВ	> 7 000	1,5% - 4,6%
ГИПЕРМАРКЕТ DIY	> 8 000	3% - 6%
ЭЛЕКТРОНИКА	1 300 - 3 500	2,5% - 6,5%
СПОРТИВНЫЕ ТОВАРЫ	1 000 - 5 000	5% - 8%
ТОВАРЫ ДЛЯ ДЕТЕЙ	600 - 2 000	8% - 11%
ОДЕЖДА	500 - 2 000	7,5% - 15%
ОБУВЬ	300-550	7%-12%
КИНОТЕАТР	3 000 - 5 000	8% - 15%
ДОСУГОВЫЕ КОНЦЕПЦИИ	1000 -4000	10% -13%
РЕСТОРАН	300 - 600	10% - 12%
КОФЕЙНЯ	80 - 170	12% - 20%
ФУД КОРТ	50 - 100	7% - 18%

# ПРАВИЛО №2

## ВЫБИРАЕМ АРЕНДАТОРА ПОД ПОКУПАТЕЛЯ

**70% ОТ GLA =  
СРЕДНЕСУТОЧНАЯ ПОСЕЩАЕМОСТЬ**



ТЦ с GLA 5-20 тыс. м<sup>2</sup> -  
**от 600 до 900** на 1000 кв.м



ТЦ с GLA 20-40 тыс. м<sup>2</sup> -  
**от 500 до 700** на 1000 кв.м



ТЦ с GLA 40-80 тыс. м<sup>2</sup> -  
**от 350 до 500** на 1000 кв.м



ТЦ с GLA более 80 тыс. м<sup>2</sup> -  
**от 250 до 350** на 1000 кв.м

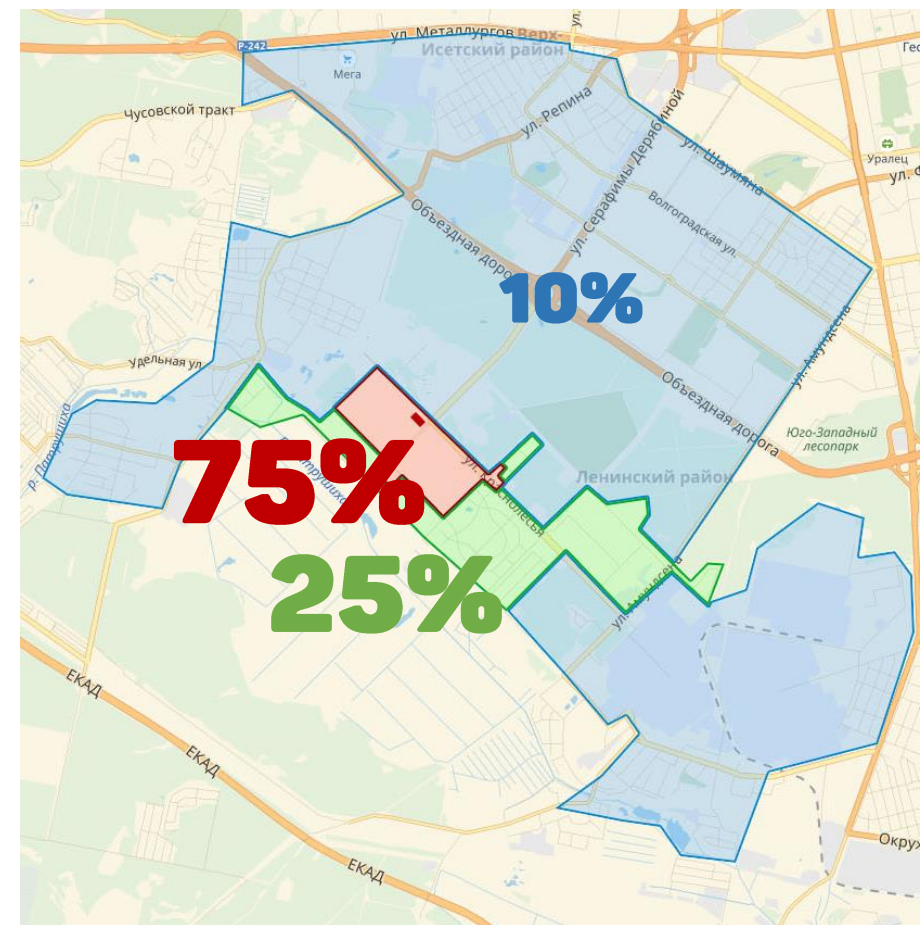
\*в соответствии с современными требованиями к объектам согласно стандартам НП «РСТЦ»

# ПРАВИЛО №3

## ЗНАТЬ ОТКУДА БЕРУТСЯ ЛЮДИ

### Расчет количества визитов

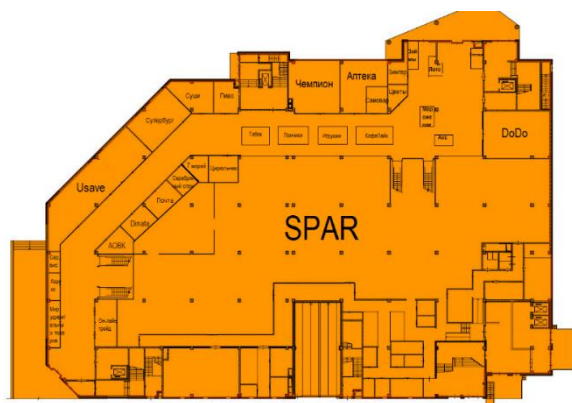
Показатель	Первичная зона охвата (5 минут на авто)	Вторичная зона охвата (10 минут на авто)	Третичная зона охвата (весь город)	ИТОГО
Численность проживающих в зоне охвата	12 054	126 964	186 171	325 189
Доля целевой аудитории в зоне охвата	75%	25%	10%	
Численность ядра целевой аудитории в зоне охвата	9 040	31 741	18 617	59 399
Доля ядра ЦА в зоне охвата в общей доле ядра ЦА	15,22%	53,44%	31,43%	100%
Необходимая посещаемость		8 707 244		
Необходимо количество визитов в ТЦ из каждой зоны (в соответствии с %%)	1 325 165	4 652 884	2 736 964	8 707 244
Количество визитов из каждой зоны в год	110 раз (1 р в 3 дня)	37 раз (1 р в 9,8 дня)	15 раз (1 р в 24 дня)	



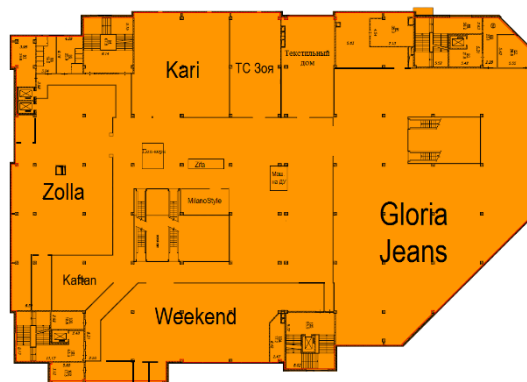


# НЕ ЖАДНИЧАЙТЕ

РАСЧЕТ НЕОБХОДИМОЙ ЧАСТОТЫ ВОЗВРАТА ДЛЯ РАЙОННОГО ТЦ	5 минут пешком	10 минут пешком	5 минут транспортом	ИТОГО
Численность проживающих в зоне охвата	8 815	20 018	159 645	188 478
Доля целевой аудитории в зоне охвата	75%	25%	10%	
Численность ядра целевой аудитории в зоне охвата	6611	5005	15965	27 580
Доля ядра ЦА в зоне охвата в общей доле ядра ЦА	23,97%	18,15%	57,88%	
Необходимая посещаемость	4 760 355			
Необходимо количество визитов в ТЦ из каждой зоны (в соответствии с %)	1141103	863777	2755475	
Частота посещения	173 (раз в 2,1 день)			



**1 ЭТАЖ**



**2 ЭТАЖ**



**3 ЭТАЖ**



**4 ЭТАЖ**

# ПОМНИТЬ О ПОТРЕБНОСТЯХ

ВЫБОР

МОДНОЙ  
ОДЕЖДЫ

ПРОВОДИТЬ

ВРЕМЯ ВСЕЙ

СЕМЬЕЙ

ВЫБОР

СПЕЦИАЛЬНЫХ  
ТОВАРОВ

БЫСТРЫЕ ПОКУПКИ РЯДОМ С ДОМОМ

УНИКАЛЬНЫЙ  
БРЕНД

РАЗВЛЕЧЕНИЯ

МЕСТО ВСТРЕЧИ

## ТРИ ПРОБЛЕМЫ С ТРАФИКОМ:

- Низкая посещаемость
- Низкая возвратность
- Низкая конверсия



## РАЙОННЫЙ ТЦ



**GLA – 15-20 ТЫС. М<sup>2</sup>**



товары и услуги  
повседневного спроса



до 10 минут



5 минут

Посетители – жители  
ближайшего района

## ОКРУЖНОЙ ТЦ



**GLA – 20-80 ТЫС. М<sup>2</sup>**



широкий спектр товаров  
и услуг, с большим выбором  
непродовольственных товаров

+ уникальный бренд или  
уникальная товарная группа



15 минут



20 минут

## ГОРОДСКОЙ ТЦ



**GLA – 50-150 ТЫС. М<sup>2</sup>**



глубокий диапазон одежды и  
обуви, широкий ассортимент  
товарных групп, различные  
виды услуг, места для отдыха и  
развлечений.



40 минут

**ПРАВИЛО №5**

# **СКАЖИ МНЕ КТО ТВОЙ ДРАЙВЕР**



# ПРАВИЛО №6

## ЧТО МОГУТ АРЕНДАТОРЫ

### ПОВЫШАЮТ КОНВЕРСИЮ

1

- Фудкорт
- Сервисно-бытовые услуги и банки
- Аптека
- Зоотовары
- Кино
- Развлечения для детей
- Хозтовары

### РАСШИРЯЮТ ЗОНУ ОХВАТА

2

- Гиперы
- DIY
- Спортивные товары
- Уникальные бренды
- Сильная зона развлечений

### УВЕЛИЧИВАЮТ ЧАСТОТУ ВОЗРАТА

3

- Продукты питания
- Товары для детей
- Развлечения для детей
- Кино
- Товары для дома
- Сервисно-бытовые услуги и банки
- Операторы формата edutainment
- Салон красоты

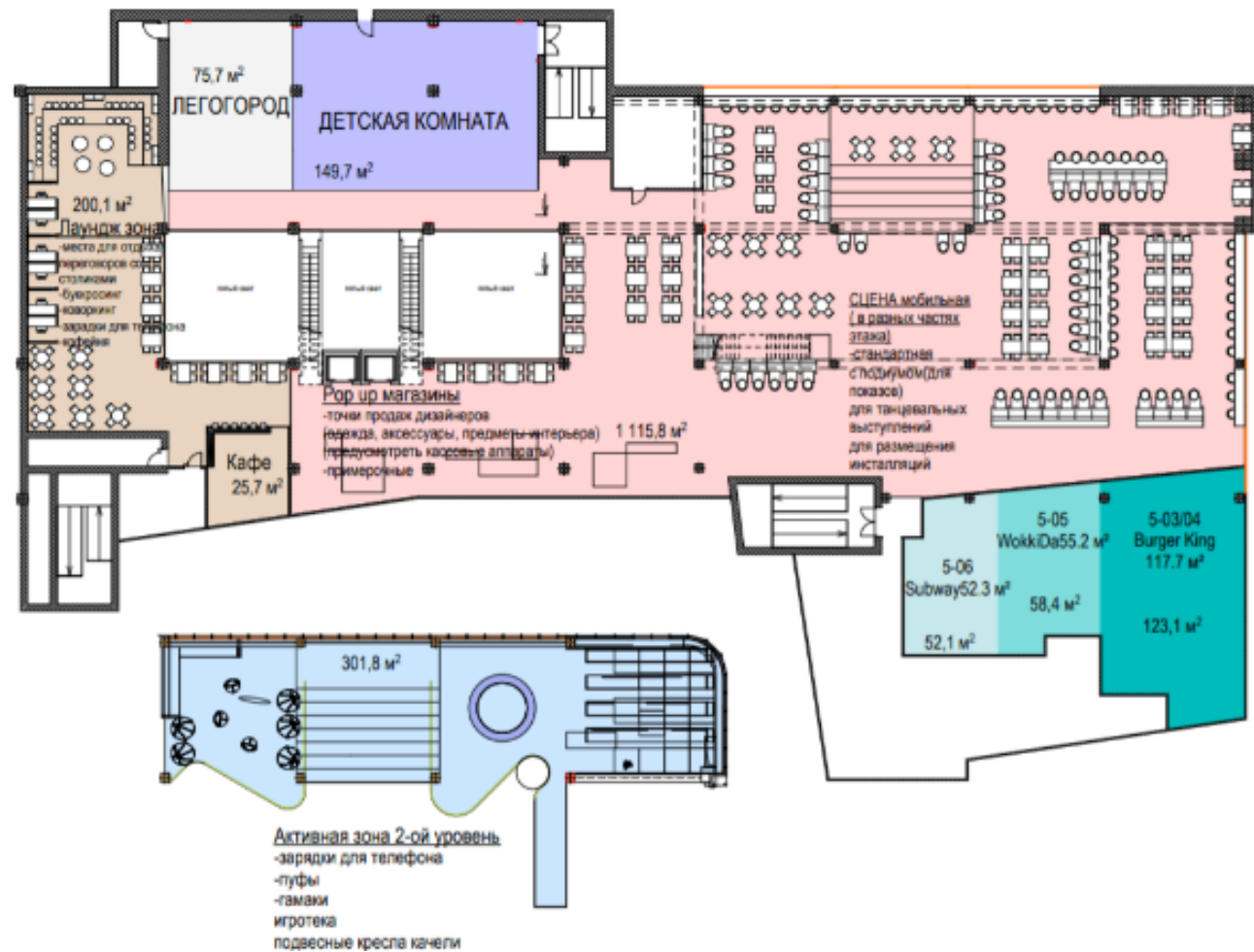
# КЕЙС. ЕВРОПАРК



01 Kids Zone  
11 Джелатто-Шоколатто 6 кв.м.  
21 Постельное бельё для детей  
зеиры ArtShop 12 кв.  
тон Giorgio Sarachini  
DY BOSS  
а Setat  
дружка



# КЕЙС. ЕВРОПАРК



ЕвроПарк  
ТОРГОВО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ КОМПЛЕКС

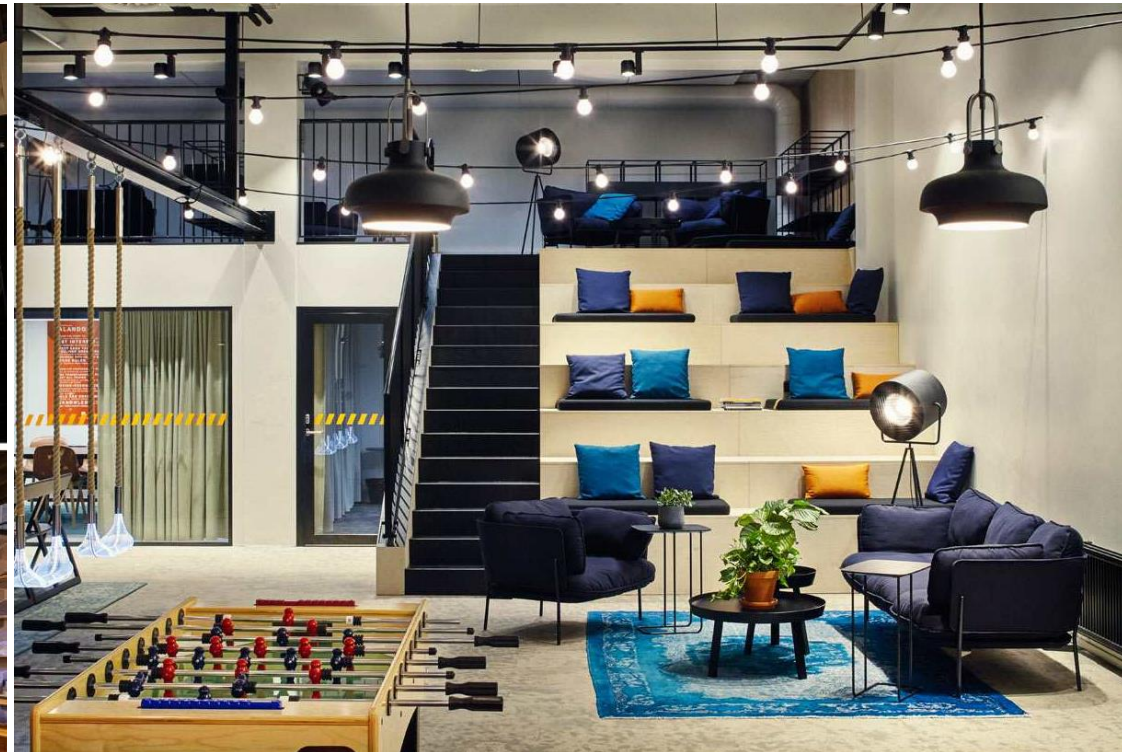
# КЕЙС. ЕВРОПАРК



ЕвроПарк  
ТОРГОВО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ КОМПЛЕКС



# ОБЩЕСТВЕННАЯ ЗОНА





**ПРАВИЛО №7**

# **ТОНКОСТИ СИНЕРГИИ**

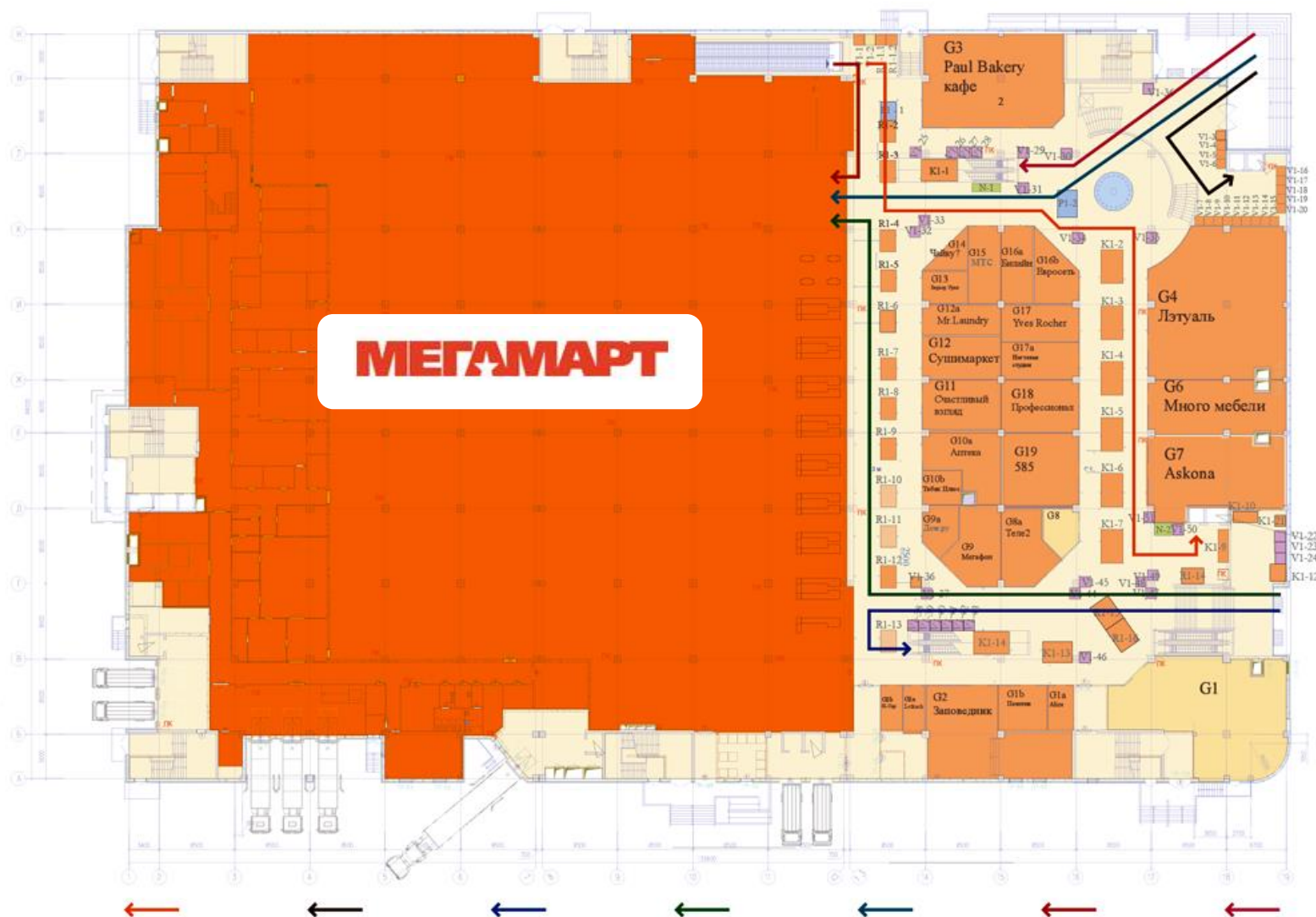




# МАРШРУТИРИЗАЦИЯ

АНАЛИЗ ДВИЖЕНИЯ  
ПОТОКОВ  
ПОКУПАТЕЛЕЙ

**1 ЭТАЖ**



# МАРШРУТИРИЗАЦИЯ

АНАЛИЗ ДВИЖЕНИЯ  
ПОТОКОВ  
ПОКУПАТЕЛЕЙ

**2 ЭТАЖ**



# МАРШРУТИРИЗАЦИЯ

АНАЛИЗ ДВИЖЕНИЯ  
ПОТОКОВ  
ПОКУПАТЕЛЕЙ

**3 ЭТАЖ**





# МАРШРУТИЗАЦИЯ

АНАЛИЗ ДВИЖЕНИЯ  
ПОТОКОВ  
ПОКУПАТЕЛЕЙ

**4 ЭТАЖ**







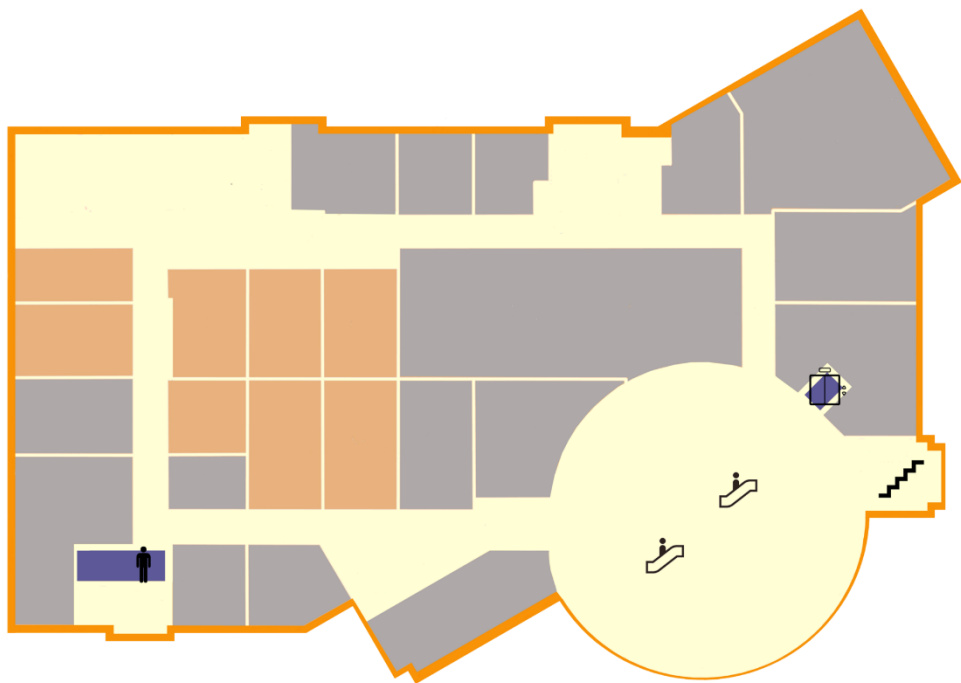
## **ПРАВИЛО №8**

ПЛАНИРОВКИ ТЦ –  
ОСНОВА БУДУЩИХ  
ПРОДАЖ



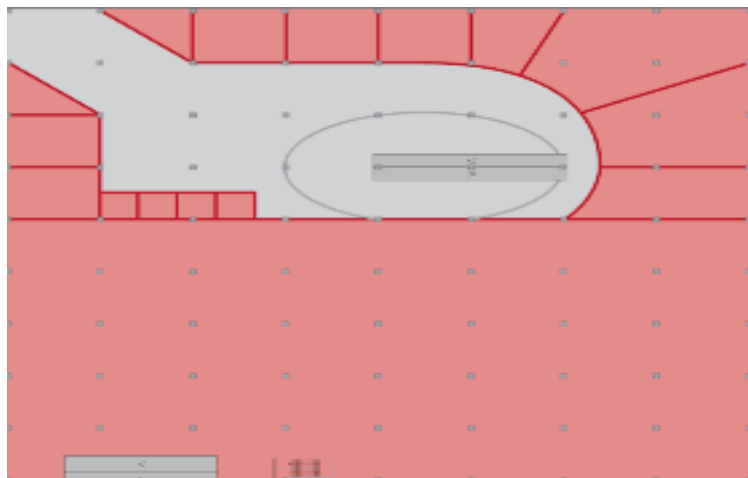
# ТЦ ВЕРТИКАЛЬ

## АРХАНГЕЛЬСК

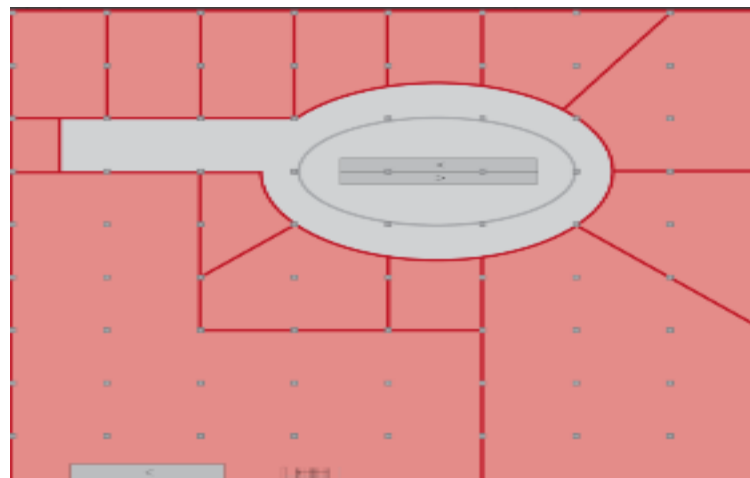




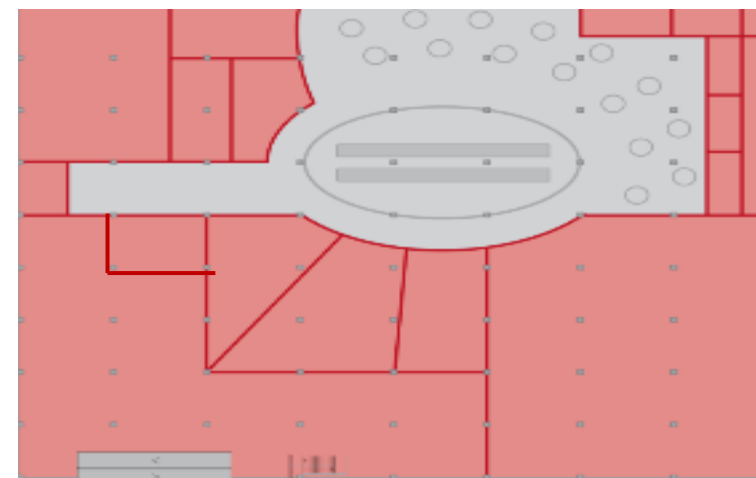
# ТЦ АКВАРЕЛЬ ИНОРС УФА



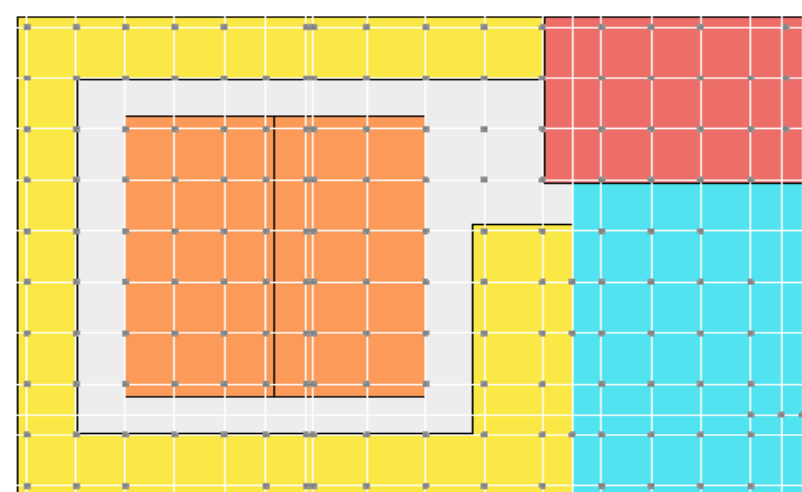
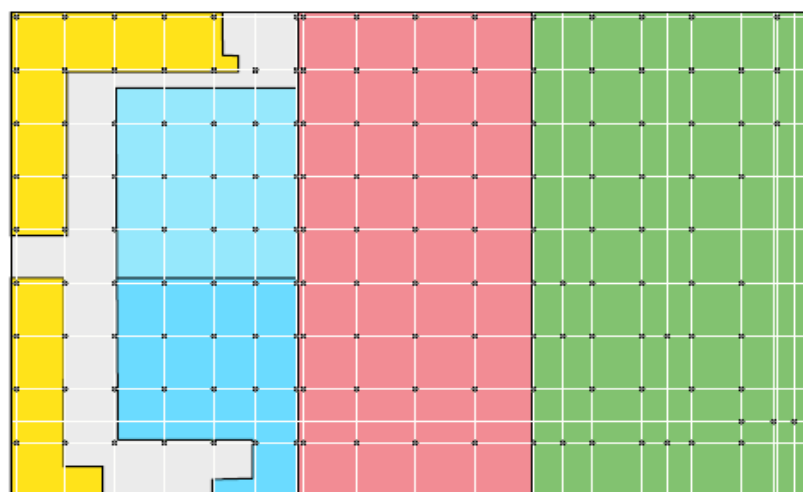
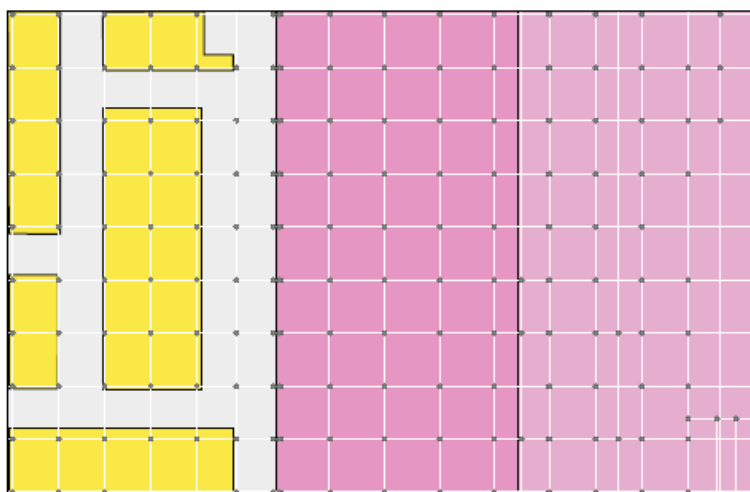
**1 ЭТАЖ**



**2 ЭТАЖ**

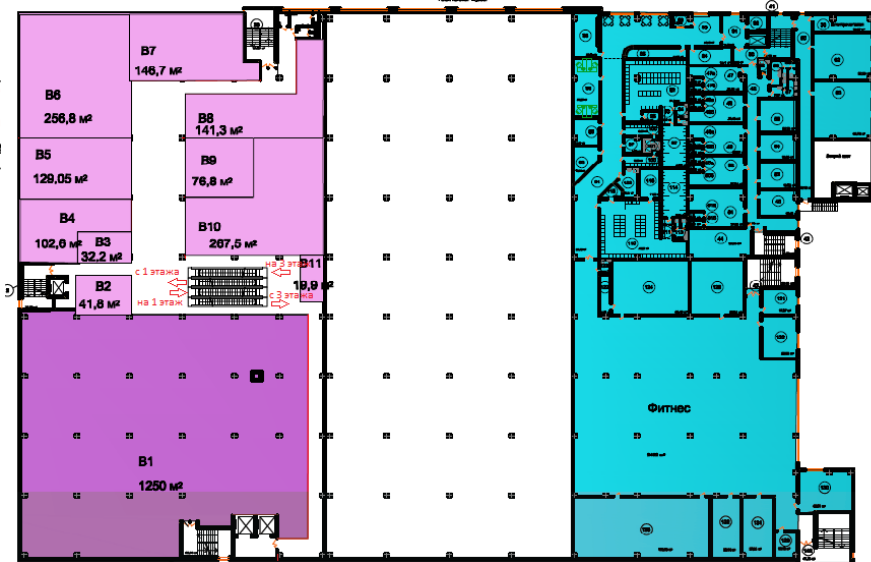


**3 ЭТАЖ**





**13ТАЖ**



**2ЭТАЖ**



**3ЭТАЖ**

# ПРАВИЛО №9

## УЧИТЫВАЕМ ТОВАРОБОРОТ

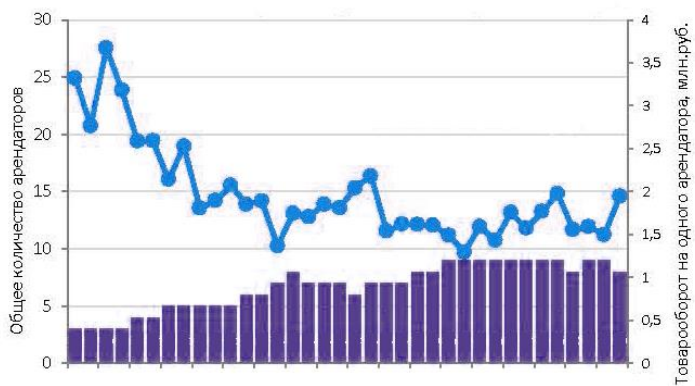
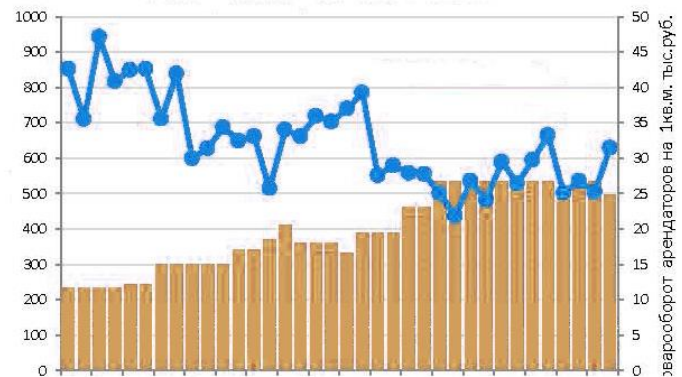
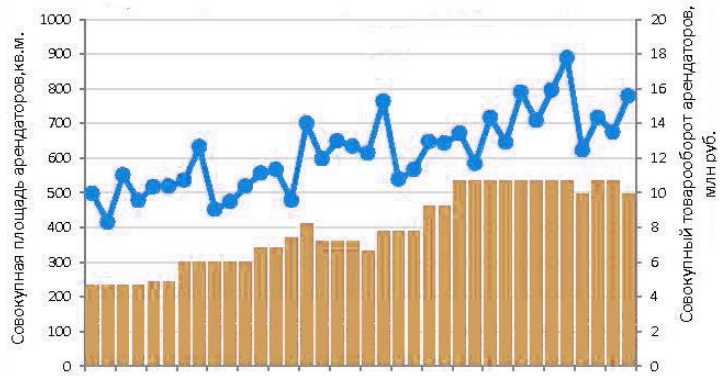
### Кафетерий 37 кв.м

ОБОРОТ	январь	февраль	март
2017	882 100	914 353	1 191 520
2018	1 056 671	893 731	983 697
2018/2017	19,79%	-2,26%	-17,44%

## ОБОРОТ ТОВАРНОЙ ГРУППЫ

Общественное питание	ЯНВАРЬ	ФЕВРАЛЬ	МАРТ	АПРЕЛЬ	МАЙ	ИЮНЬ
2017	22 666 568	16 558 834	24 429 087	20 767 769	23 770 485	24 287 836
2018	20 644 985	15 816 247	18 841 939	19 798 850	20 270 763	10 073 153
% к предыдущему году	-8,92%	-4,48%	-22,87%	-4,67%	-14,72%	-58,53%
% к предыдущему месяцу 2018	1,11%	-23,39%	19,13%	5,08%	2,38%	-50,31%
<b>Площадь</b>						
2017	1531	1245	1931	1416	1816	1816
2018	1531	1531	1531	1531	1475	499
<b>Товарооборот на 1 кв.м.</b>						
2017	14 809	13 300	12 654	14 671	13 093	13 378
2018	13 488	10 334	12 310	12 936	13 743	20 175
% к предыдущему году	-8,92%	-22,30%	-2,71%	-11,83%	4,97%	50,81%
<b>Кафетерий</b>						
2017	882100	914352,5	1191519,5	0	0	0
2018	1056671	893731	983696,5	855218	880197,5	0
% к предыдущему году	19,79%	-2,26%	-17,44%	0	0	0
% к предыдущему месяцу 2018	-10,27%	-15,42%	10,07%	-13,06%	2,92%	-100,00%
<b>Рестогрупп</b>						
2017	2181905,2	1763814,1	1930611,89	2039143,05	1965021,03	1951672,3
2018	1913845	1482154	1623277	1704745	1476437	0
% к предыдущему году	-12,29%	-15,97%	-15,92%	-16,40%	-24,86%	-100,00%
% к предыдущему месяцу 2018	-2,78%	-22,56%	9,52%	5,02%	-13,39%	-100,00%
<b>Фастфуд</b>						
2017	869383	7997508	9620546	9344857	10699656	10709992
2018	7636983					9012939
% к предыдущему году	-12,16%	-22,00%	-24,68%	-10,53%	-4,64%	-15,85%
% к предыдущему месяцу 2018	-13,81%	-18,31%	16,16%	15,38%	22,03%	-11,66%





ПРАВИЛО №10

# ВСЁ ЗАВИСИТ ОТ ВАС



# КОНТАКТЫ

**+7(495) 374-68-48**

[www.promo-realty.ru](http://www.promo-realty.ru)

**ВИТАЛИЯ ЛЬВОВА**

Генеральный директор

**[LVOVA@PROMO-REALTY.RU](mailto:LVOVA@PROMO-REALTY.RU)**

**ЕЛЕНА БОРИСОВА**

Коммерческий директор

**[BORISOVA@PROMO-REALTY.RU](mailto:BORISOVA@PROMO-REALTY.RU)**