Торговый центр перестал быть просто набором магазинов. Сегодня это источник большого количества сервисов, впечатлений, положительных эмоций и возможности саморазвития. От того, как будет выстроена работа с покупателем и сформирован клиентский опыт, будут напрямую зависеть и результаты текущего года.

Наступившая реальность показала, что самое важное сейчас качество – это гибкость, умение адаптироваться и постоянно искать новые возможности. На примере успешных практических решений обсудим, как в “новой нормальности” мотивировать людей на покупки? Какие маркетинговые инструменты работают? Что делать прямо сегодня и как эффективно распорядиться бюджетом в текущих условиях?

В ПРОГРАММЕ:

• Ребрендинг: дань моде или осознанная необходимость?

• Зачем нужна трансформация ТЦ в пространства для встреч?

• Как выстраивать маркетинг в новых условиях? Какие факторы сейчас влияют на привлекательность ТРЦ?

• Психология пандемии. Как сохранить лояльность посетителей?

• Трансформация в сфере потребления и шоппинга. Как работать с аудиторией, которая экономит деньги

• Цифровые решения для взаимодействия с гостями торговых центров

• Маркетинг впечатлений и центры создания событий. Как создать точку притяжения для посетителей своего округа?

• Малобюджетные решения для улучшения атмосферы ТЦ/ или Как улучшить клиентский опыт быстро и не очень дорого. Фокусируемся правильно

• Как превратить посетителя в покупателя

• Подарочные карты vs мобильные приложения - плюсы и минусы для увеличения трафика

• Особенности использования партнерских маркетинговых программ

• Как создать синергию рекламной активности ритейлеров и управляющей компании торгового центра

• Повышение доходности объекта за счет использования средств маркетинга

• Малобюджетные способы увеличения трафика

• Принцип win-win-win. Новые подходы к продвижению

• Отдел маркетинга и отдел аренды – пути взаимодействия

• Новые тенденции для торговых центров - социальные и эко проекты, шеринг-форматы.

Контакты для связи: retail@expors.ru, +7(495) 225-2542 Наталья,