



REWITALIZACJA CENTRÓW HANDLOWYCH OCZAMI KLIENTÓW

inquiry



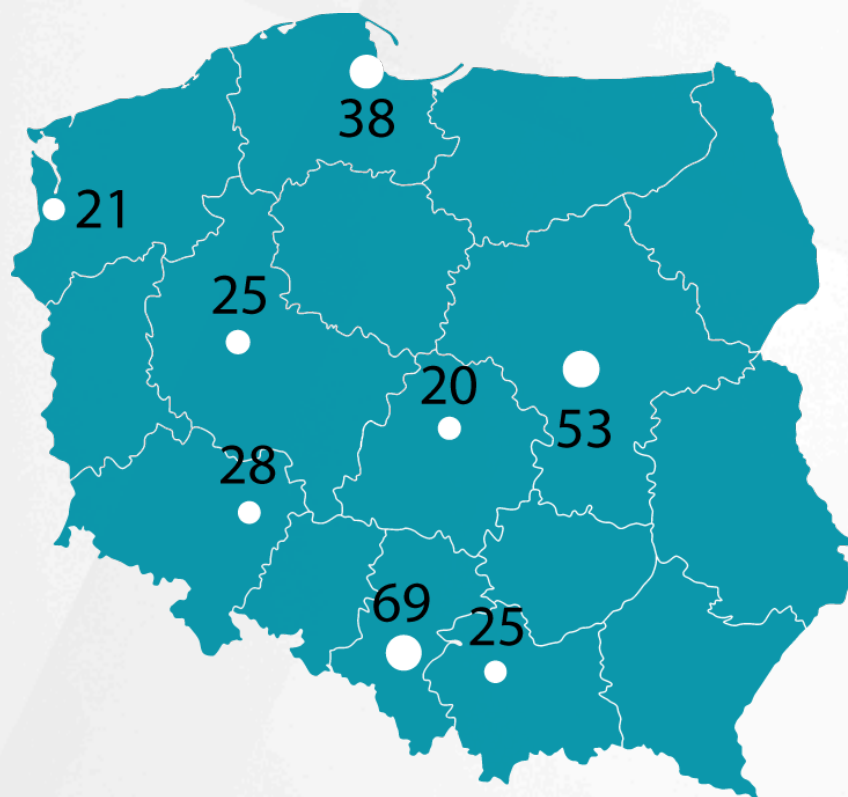
MARKET
RESEARCH

Od ponad 10 lat prowadzimy badania konsumenckie dla sieci detalicznych i centrów handlowych.

- ✓ dostarczamy narzędzi do analizy i kontroli działań marketingowych
- ✓ monitorujemy trendy i postawy konsumenckie
- ✓ wspieramy ekspansję firm w Polsce i za granicą



Ponad połowa centrów handlowych w Polsce mieści się w 8 największych aglomeracjach.



470

– mniej więcej tyle jest
obecnie otwartych obiektów
handlowych w Polsce

co czwarty

z nich został otwarty przed
rokiem 2000

Wiele centrów handlowych przechodzi, właśnie przeszło lub planuje rewitalizację.



aż 80% klientów
pozytywnie ocenia
zmiany związane
z rewitalizacją



utrudniony dojazd
to najczęściej wymieniany
minus rewitalizacji



większa
przestrzeń
to najczęściej
wymieniany pozytywny
skutek rewitalizacji

Klienci przy wyborze miejsca zakupów kierują się 3 podstawowymi kryteriami:



obecność
ulubionych marek

to główne kryterium
wyboru centrum
handlowego

bardzo istotne są
również:

dobry dojazd
i lokalizacja



układ sklepów

jest czynnikiem
decydującym o wyborze
centrum handlowego dla
1/3 klientów

Klienci coraz częściej wskazują jako powód wizyty cele nie związane z zakupami.

spotkania ze
znajomymi

często mają miejsce
w kameralnych
kawiarniach poza food
courtem



1/3 klientów
przyciągają do centrum
imprezy kulturalne
i oferta rozrywkowa

3/4 klientów
podaje jako cel wizyty
w CH

zakupy
nieżywnościowe







Fani

Potrzeby

- ✓ Duży wybór znanych marek - oferta dla całej rodziny
- ✓ Wygodne ciągi komunikacyjne
- ✓ Punkty usługowe: banki, poczta, bankomaty, szewc, etc.
- ✓ Możliwość odpoczynku – ławki, place zabaw dla dzieci
- ✓ Urozmaicona oferta gastronomiczna
- ✓ Promocje
- ✓ Ciekawe wydarzenia, np. jarmarki żywności regionalnej



Zabiegani

Potrzeby

- ✓ Wygodne ciągi komunikacyjne
- ✓ Miejsca pozwalające na chwilę relaksu
- ✓ Rozproszona po centrum oferta gastronomiczna (np. kameralne kawiarnie)
- ✓ Często odświeżana i widoczna informacja na temat nowości w sklepach
- ✓ Strefy tematyczne sprofilowane pod konkretne grupy docelowe



Nowocześni

Potrzeby

- ✓ Szeroka oferta rozrywkowa – kino, klub fitness
- ✓ Inspirujące witryny sklepowe
- ✓ Możliwość przetestowania nowych technologii
- ✓ Bezpłatna sieć WiFi
- ✓ Miejsce spotkań z przyjaciółmi odpowiadające ich stylowi życia – np. skate park, modna kawiarnia



Koneserzy

Potrzeby

- ✓ Szeroka oferta artykułów delikatesowych
- ✓ Oferta sklepów z artykułami z wyższej półki
- ✓ Miejsce do odpoczynku - ławki przed sklepami
- ✓ Kameralne miejsca do spędzania czasu z rodziną lub znajomymi (kawiarnie, klub dla koneserów)



“*Stali klienci wiedzą najlepiej, co jest największym atutem ich ulubionego centrum. Ich wypowiedzi są źródłem cennych informacji, pozwalających na podejmowanie decyzji o rozwoju i zwiększaniu przewagi konkurencyjnej.*”

Raport dotyczący postrzegania rewitalizacji centrów handlowych jest dostępny na stronie WWW:

[www.inquiry.com.pl/
rewitalizacja-centrow-handlowych](http://www.inquiry.com.pl/rewitalizacja-centrow-handlowych)



W ciągu ostatnich 11 lat zaufali nam m. in.:

CBRE

W. KRUK
1 8 4 0

gino rossi

MARKS &
SPENCER

Carrefour



Auchan



SEPHORA

ECHO
investment

Dziękuję za uwagę!



Inquiry sp. z o.o. **telefon** + 48 22 832 51 50
Hajoty 61 **e-mail** info@inquiry.com.pl
01-821 Warszawa **web** www.inquiry.com.pl

ESOMAR^{'15}
corporate

 **ptbrio**


MEMBER