



Komunikacja branży centrów handlowych

Rekomendacje PRCH

8 grudnia 2020 r.

O co walczymy?

Cele operacyjne:

- Utrzymanie otwartych centrów handlowych w czasie pandemii – zapobieganie kolejnym lockdownom
- Stabilne budowanie odwiedzalności, szczególnie w godzinach mniej popularnych i odbudowa obrotów u najemców
- Budowanie świadomości przewagi/wyższości zakupów tradycyjnych nad e-commerce, szczególnie w okresie przedświątecznym
- Wprowadzenie niedziel handlowych w okresie pandemii i po niej – sposób na rozłożenie ruchu oraz forma wsparcia dla branży handlowej

Cele komunikacyjne:

- Wzmocnienie poczucia bezpieczeństwa klientów oraz budowanie świadomości decydentów rządowych – centra handlowe są jednymi z najbezpieczniejszych miejsc w przestrzeni publicznej ze względu na wysoki reżim sanitarny
- Promowanie solidarnego podejścia do odpowiedzialności za bezpieczeństwo osób przebywających w galeriach
 - Klienci – DDM
 - Centra handlowe i najemcy – monitoring liczby klientów, szeroki dostęp do środków dezynfekcyjnych, dezynfekcja miejsc często dotykanych, regularne czyszczenie toalet, specjalne oznaczenia, informowanie klientów, edukacja
- Promowanie odpowiedzialnych zachowań wśród klientów podczas zakupów
- Podkreślanie wagi i znaczenia sektora handlu dla polskiej gospodarki
- Wsparcie działań rządu w zakresie edukacji o bezpieczeństwie w miejscach publicznych i promowanie dobrych praktyk galerii handlowych jako przykład dla innych sektorów gospodarki



**POLSKA RADA
CENTRÓW HANDLOWYCH**
POLISH COUNCIL
OF SHOPPING CENTRES

Pełne otwarcie centrów handlowych

- wyzwania, z którymi się mierzymy



Dotrzymanie słowa – najwyższe standardy sanitarne to nie tylko przekazy medialne, ale przede wszystkim rzeczywistość w każdym obiekcie handlowym, którą każdy może zweryfikować



Jesteśmy na „świeczniku” – jesteśmy obserwowani nie tylko przez klientów, ale przede wszystkim przez **media i decydentów** – bądźmy przygotowani na ogromne zainteresowanie



Dotarcie z kluczowymi przekazami nt. zasad bezpiecznych zakupów do jak najszerszego grona klientów – zasoby własne obiektów handlowych i wsparcie PRCH – Poradnik dla klientów



Uświadomienie pracowników centrów handlowych każdego szczebla o konieczności uprzejmego reagowania w sytuacjach, które tego wymagają i przestrzegania wytycznych



Przekonanie decydentów, że miejsca handlu w galeriach są bezpieczne i spełniają oczekiwania Polaków oraz wytyczne decydentów



**POLSKA RADA
CENTRÓW HANDLOWYCH**
POLISH COUNCIL
OF SHOPPING CENTRES

Kluczowe przekazy komunikacyjne

I. Branża centrów handlowych była i jest przygotowana na bezpieczne i spokojne zakupy przedświąteczne. Priorytetem jest bezpieczeństwo klientów i pracowników.

- Prowadzimy działalność w wysokim reżimie sanitarnym: DDM, monitoring liczby klientów, szeroki dostęp do środków dezynfekujących, regularne czyszczenie powierzchni dotykanych przez klientów, duża liczba plakatów, naklejek, piktogramów, komunikatów głosowych, dodatkowe patrole na terenie obiektu zwracające uwagę na zasadę DDM
- Zastosowane środki bezpieczeństwa są dostrzegane przez klientów – większość klientów – 77 proc. czuje się bezpiecznie w centrach handlowych – potwierdzają to opublikowane 10 listopada br. badania agencji badawczej [Inquiry](#)
- Duże przestrzenie w galeriach dają możliwość zachowania bezpiecznego dystansu
- Wg danych PRCH skala zakażeń wśród pracowników centrów handlowych od maja nie przekroczyła 1 promila. Nie odnotowano przypadków z transmisją wirusa na współpracowników i klientów

II. Apel do klientów – o stosowanie się do zasad bezpieczeństwa obowiązujących w obiektach handlowych oraz o planowanie zakupów (Podręcznik dla klienta – jak zaplanować bezpieczne zakupy)

III. Odwiedzalność w centrach handlowych po otwarciu 28 listopada kształtuje się znacznie poniżej poziomów odnotowywanych w ubiegłym roku – w pierwszym tygodniu grudnia była niższa w zależności od obiektu i regionu o ok. 25-30 proc. (nie mówimy o tłumach!!!)

IV. Klienci zmienili sposób korzystania z centrów handlowych – kupują rzadziej i samodzielnie, znacznie obniżył się czas przebywania w centrach handlowych (obecnie jest to poniżej 1 h)

V. E-commerce nie będzie w stanie zastąpić tradycyjnego handlu, jest jego uzupełnieniem i stanowi tylko 20 proc. średniej sprzedaży

VI. W weekend z niedzielą handlową 6 grudnia, zgodnie z przewidywaniami branży centrów handlowych, odwiedzalność rozłożyła się na dwa dni – klienci skorzystali z możliwości zakupów niedzielę, wszelkie parametry bezpieczeństwa zostały zachowane, odwiedzalność w niedzielę nie przekroczyła 70 proc., a w sobotę 77 proc.

VII. Niedziele handlowe w grudniu – każdy dodatkowy dzień handlowy po wiosennym i jesiennym lockdown to szansa na dodatkowy obrót, który jest obecnie na wagę złota dla całej branży. Dla najemców dodatkowa okazja, aby sprzedać towary sezonowe, przygotowane z myślą o tej porze roku. Obroty, które nasi najemcy wypracują w grudniu, zapewnią im środki, które pozwolą funkcjonować w zwyczajowo trudniejszym pierwszym kwartale przyszłego roku



**POLSKA RADA
CENTRÓW HANDLOWYCH**
POLISH COUNCIL
OF SHOPPING CENTRES



Poradnik dla klienta jak zaplanować bezpieczne zakupy?



1 Zrób listę zakupów

W notesie, aplikacji, na kartce. Dzięki temu czas spędzony w sklepie będzie bardziej efektywny.



2 Zaplanuj swoją wizytę w galerii

Wybierz dzień i godziny, w których jest najmniej osób – podpowiadamy: najlepiej do godz. 15:00 od poniedziałku do czwartku.



3 Zdezynfekuj ręce

Zawsze przed rozpoczęciem zakupów.



4 Poluj w pojedynkę

Na zakupy wybieraj się sam.



5 Bądź jak ninja

Zakrywaj nos i usta, najlepiej maseczką.



6 Trzymaj dystans

Minimum 1,5 metra od pozostałych kupujących.



7 Staraj się płacić bezdotykowo



8 Pamiętaj: „towar macany, należy do macanta”

Dotykaj tylko tych produktów, którymi jesteś zainteresowany.



9 Bądź cierpliwy

i uprzejmy jeśli zaistnieje konieczność czekania na wejście do sklepu lub galerii.



10 Słuchaj komunikatów głosowych

Reaguj na polecenia obsługi centrum handlowego – Twoje zdrowie i bezpieczeństwo, to również zdrowie i bezpieczeństwo Twoich najbliższych.

Dobrych, radosnych i zdrowych przygotowań do Świąt! Udanych zakupów!



Czas zaplanować przedświąteczne zakupy



PAMIĘTAJ!

