



Warszawa, 19 września 2018 r.

Animacje kluczowym elementem strategii

Oprócz bogatej oferty handlowej klienci centrów handlowych poszukują w obiektach rozrywki oraz sposobów spędzenia czasu wolnego. Zgodnie z tym trendem największe obiekty zarządzane przez Carrefour Polska przeznaczają swoje powierzchnie na różnorodne aktywności, zapewniając klientom pozazakupowe doświadczenia.

Eventy organizowane na terenie centrów handlowych, to jedna z najczęstszych form spędzania czasu wolnego przez klientów tych obiektów. Potwierdzają to między innymi wyniki badań zaprezentowane przez Colliers International w raporcie pt. „Nadchodzi zmiana. Nowy wymiar rozrywki i rekreacji w centrach handlowych”. Zaraz po kinie i wizycie w punktach gastronomicznych, respondenci wskazywali właśnie różnorodne animacje. Nie dziwi więc fakt, że w galeriach handlowych w całej Polsce klienci zapraszani są na warsztaty, spotkania czy loterie. Carrefour Polska – właściciel i zarządca sieci obiektów – również dostrzega korzyści płynące z organizacji tego typu wydarzeń.

- Eventy to nieodłączny element strategii naszych największych centrów handlowych. Organizowane przez nas wydarzenia skutkują wzrostem odwiedzalności obiektów średnio o 30 procent. W osiąganiu takich wyników kluczowy jest oczywiście dobór atrakcji. Aby event był efektywny, a więc przełożył się na wyniki galerii, musi przede wszystkim odpowiadać na oczekiwania lokalnej społeczności – mówi Ewa Karska, Dyrektor Działu Galerii Handlowych w Carrefour Polska.

Specjaliści ds. marketingu w dziale Galerii Handlowych Carrefour Polska doskonale znają obiekty zarządzane przez sieć oraz potrzeby ich klientów. Dzięki wieloletniemu doświadczeniu oraz bieżącej analizie trendów wiedzą, jakie animacje sprawdzą się w obiektach, a jakie nie przyniosą oczekiwanych efektów. Ponieważ obiekty Carrefour Polska to w większości lokalne, otwarte na rodziny z dziećmi galerie, wśród organizowanych wydarzeń przeważają te o charakterze prorodzinnym, jak np. cykl spotkań edukacyjnych dla dzieci organizowany w gdańskiej Galerii Morena czy koncepty oparte na licencjach, które cieszą się ogromną popularnością zarówno wśród najmłodszych, jak i ich opiekunów. Potwierdza to sukces m.in. spotkania z Maszą i Niedźwiedziem – bohaterami popularnej animacji dla dzieci – które miało miejsce w białostockiej Galerii Zielone Wzgórze. Wydarzenie zgromadziło blisko 20,5 tysiąca osób i odbiło się bardzo pozytywnym echem na rynku lokalnym. Na podobny rezultat czekają już Galeria Zdrój w Jastrzębiu-Zdroju (22 września), Galeria Słowiańska w Zgorzelcu (20 października) czy szczecińska Galeria Gryf (27 października).

Sporym zainteresowaniem cieszą się również sezonowe atrakcje przygotowane przez zarządcę obiektów, np. złoty food trucków, które już w zeszłym roku zjednały sobie

Kontakt dla mediów:

Biuro Prasowe Carrefour Polska, tel.: 22 517 22 21, e-mail: biuroprasowe@carrefour.com

Maria Cieślukowska, Dyrektor Komunikacji Zewnętrznej i PR, Rzecznik Prasowy, e-mail: biuroprasowe@carrefour.com

fanów. W tym roku mobilne restauracje zawiąły dwukrotnie do Galerii Grudziądzkiej (w czerwcu oraz na początku września), a pod koniec września pojawią się również na parkingu Centrum Handlowego Carrefour w Olsztynie (29 – 30 września).

- Uwagę klientów skutecznie przyciągają również działania z zakresu celebrity marketing. Na przykład spotkanie z Magdą Gessler, na które zaprosiliśmy klientów Galerii Gryf w czerwcu br., przełożyło się na wzrost odwiedzalności obiektu o 22 procent w stosunku do przeciętnej soboty – dodaje Ewa Karska.

Podobne wyniki zanotowano także w Galerii Zdrój w Jastrzębiu-Zdroju, gdzie w czerwcu br. odbył się event pt. „Plejada Gwiazd”. Gośćmi galerii byli popularna prezenterka telewizyjna Małgorzata Rozenek-Majdan oraz były bramkarz reprezentacji Polski w piłce nożnej - Radosław Majdan. Po raz pierwszy galerię zarządzaną przez Carrefour Polska odwiedziła również gwiazda social media – polski youtuber Stuu, czyli Stuart Burton. W spotkaniu uczestniczyło wielu młodych ludzi, którzy śledzą bijący rekordy popularności kanał.

Wyraźny wzrost wskaźnika footfall widać również podczas akcji prosprzedażowych organizowanych na terenie centrów handlowych Carrefour, szczególnie tych, w których do zdobycia są atrakcyjne nagrody.

- Organizując akcje prosprzedażowe w naszych galeriach handlowych zawsze staramy się zaoferować atrakcyjne, praktyczne nagrody. Zwiększa to znacznie zainteresowanie klientów zabawą – dodaje Ewa Karska.

To, jak ogromne znaczenie w organizacji akcji prosprzedażowych mają nagrody, potwierdza zainteresowanie trwającą obecnie w Galerii Morena loterią, w której do 29 września klienci mogą zawalczyć o rodzinny samochód oraz atrakcyjne vouchery zakupowe.

O Carrefour

Carrefour Polska to omnikanałowa sieć handlowa, pod szyldem której działa w Polsce prawie 900 sklepów w 5 formatach: hipermarketów, supermarketów, sklepów osiedlowych i specjalistycznych oraz sklepu internetowego. Carrefour jest w Polsce również właścicielem sieci 20 centrów handlowych o łącznej powierzchni ponad 230 000 GLA oraz sieci ponad 40 stacji paliw.

Carrefour, jako jeden ze światowych liderów handlu spożywczego, jest silną multiformatową siecią, która posiada 12 300 sklepów w ponad 30 krajach. Carrefour obsługuje 105 milionów klientów na całym świecie i wygenerował w 2017 roku sprzedaż w wysokości 88,24 miliarda euro. Grupa liczy ponad 380 000 pracowników, którzy pracują wspólnie, aby Carrefour został światowym liderem transformacji żywieniowej, oferując wszystkim klientom produkty spożywcze wysokiej jakości, ogólnie dostępne i w atrakcyjnej cenie. Więcej informacji na www.carrefour.com oraz na Twitterze (@GroupeCarrefour) i na LinkedInie (Carrefour).

Polityka biznesu odpowiedzialnego społecznie Grupy Carrefour opiera się na trzech filarach: zwalczanie wszelkich form marnotrawstwa, ochrona bioróżnorodności oraz wsparcie dla partnerów firmy.

Kontakt dla mediów:

Biuro Prasowe Carrefour Polska, tel.: 22 517 22 21, e-mail: biuroprasowe@carrefour.com

Maria Cieślukowska, Dyrektor Komunikacji Zewnętrznej i PR, Rzecznik Prasowy, e-mail: biuroprasowe@carrefour.com