

Avenida Poznań stawia na consumer experience

data aktualizacji: 2018.10.16



Mimo ograniczeń handlu w niedziele poznańska galeria Avenida utrzymała frekwencję i sprzedaż. Zarząd obiektu poszukuje innowacyjnych rozwiązań marketingowych, organizuje kreatywne akcje prosprzedażowe i aktywnie działa w mediach społecznościowych. Celem jest dostosowanie oferty centrum do dynamicznie zmieniającego się rynku, potrzeb i oczekiwań klientów.

- W 2018 roku wprowadziliśmy i nadal wprowadzamy rozwiązania zaspakajające potrzeby coraz bardziej wymagających klientów. Regularnie wprowadzamy zmiany w ofercie najemców. Poszerzyliśmy również ofertę rozrywkową skierowaną do dzieci, młodzieży i dorosłych - uruchomiliśmy Centrum Edukacji i Rozrywki „Kolejkoland” oraz Interaktywne Muzeum Strachu, a także escape room - mówi **Katarzyna Korpak**, dyrektor Avenidy Poznań.

W najbliższym czasie planowane są otwarcia kolejnych sklepów. Trwają także relokacje wybranych salonów oraz modernizacje lokali. Znaczący wpływ na rozwój oferty Avenidy ma przemyślana strategia marketingowa wdrażana od początku 2018 roku.

- Opracowując strategię marketingową na ten rok myśleliśmy przede wszystkim o naszych najemcach, którym przyszło mierzyć się ze skutkami ustawy o ograniczeniu handlu. Dlatego też

główny nacisk kładziemy na akcje prosprzedażowe, których od początku roku zorganizowaliśmy już osiem. Nie zabrakło też wydarzeń o charakterze edukacyjnym czy rozrywkowym. Realizowaliśmy również niestandardowe akcje mające na celu pogłębienie relacji ze społecznością lokalną. Jedną z takich akcji była kampania teaserowa z okazji Walentynek „Tu pokaż jak kochasz”, dająca poznaniakom możliwość wyznania miłości na billboardach – dodaje Katarzyna Korpak.

Pierwsze półrocze 2018 roku umocniło zarząd obiektu w przekonaniu, że wielowymiarowy charakter centrum handlowego jest odpowiedzią na współczesne potrzeby klientów. Dlatego w okresie przedsięwziętym zrealizowano szereg działań skierowanych do szerokiego grona odbiorców.

- Innowacyjna strategia komunikacyjna oraz angażujące i niestandardowe akcje prosprzedażowe dadzą nam możliwość zaprezentowania naszej oferty w jeszcze ciekawszej i bardziej przystępnej formie – podsumowuje Katarzyna Korpak.

Avenida Poznań to jedno z największych centrów handlowych w Wielkopolsce, które na trzech kondygnacjach o łącznej powierzchni 60 tysięcy metrów kwadratowych mieści blisko 200 lokali handlowych i użytkowych oraz 30 restauracji i kawiarni. Centrum posiada bezpośrednie połączenie z dworcem kolejowym i autobusowym.



Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/avenida-poznan-stawia-na-consumer-experience,50095>