

Подбор торгового центра и локации

Размещение торговой точки – один из ключевых элементов, от которых зависит посещаемость магазина. Конечно, еще есть маркетинг и прочие показатели, но согласитесь, если никто не может найти магазин, то во всем остальном смысла - нет.

Покупательские потоки – расположение магазина зависит от того, в каком месте он находится. Совершенно очевидно, что поток прохожих, идущих мимо торговой точки, формируют поток посетителей магазина, а поток посетителей магазина формирует выручку магазина.

Для открытия точки продаж ХЭШТЭГ.рф мы популярные торговые центры, опираясь на список критериев, которые вы сможете увидеть в чек-листе «Выбор ТРЦ»

Чек-лист «Выбор ТРЦ»

Заполните таблицу, отмечайте нужный вариант: «да» или «нет». Пропишите комментарий, если потребуется. Каждый из критериев имеет важное значение и при сравнительном анализе позволит сделать верный выбор.

	Критерий	Да	Нет	Комментарий
1	В ТРЦ есть продуктовый супермаркет			
2	В ТРЦ есть парковка			
3	В ТРЦ есть кинотеатр			
4	В ТРЦ есть ресторанный дворик			
5	В ТРЦ есть магазины крупных федеральных сетей. (в комментариях указать: меньше 10 или больше 10)			
6	В ТРЦ покупатели приходят провести время и развлечься, а не только целенаправленно за покупкой			
7	В ТРЦ есть федеральный сетевой супермаркет электроники и бытовой техники (Эльдорадо, М-видео, Media Markt, Техносила)			
8	В ТРЦ есть супермаркет электроники и бытовой техники региональной (местной) сети			
9	В ТРЦ есть супермаркет электроники или пункт выдачи дикаунтерв электроники DNS, Ulmart, Ситилинк.			
10	В ТРЦ присутствует крупный развлекательный центр / боулинг / каток / аквапарк			
11	В ТРЦ присутствует гипермаркет (Ашан, Лента, Окей)			
12	В ТРЦ есть островные магазины с аналогичным товаром нашей сети и сколько их			
13	В ТРЦ есть точки продаж островного формата (в комментариях указать: меньше 10 или больше 10)			
14	ТРЦ является популярным среди горожан и его посещают только жители ближайших районов			
15	В ТРЦ приезжают за покупками не только горожане, но и люди со всего региона			
12	В ТРЦ любят проводить время подростки. (Собираются группой по 5-10 человек и сидят на территории торгового центра)			

Основные критерии выбора локации в торговом центре

- на пути подъема/спуска с эскалатора, идеальным при этом является такое расположение, при котором при спуске с эскалатора взгляд сразу упирается в магазин, либо во время спуска с эскалатора посетители ТРЦ могут читать рекламные материалы, расположенные на витринах, либо на остеклении.
- оживленные галереи торгового центра – при выборе локации необходимо избегать те галереи, в которых трафик существенно ниже, независимо от других критериев.
- Избегать расположение в галерее гипермаркетов вдоль расположения кассовых узлов. Трафик данных локаций не является целевым.
- желателен соседство крупных супермаркетов электроники. Эффект синергии сказывается положительно, а посетители этих супермаркетов более подготовлены к покупке товаров.
- Размещение на фуд-кортах в зоне выхода – важно проанализировать направление трафика и выделить именно тот вектор, по которому большинство именно покидают зону расположения кафе, а не приходят на неё.

Проведение фотоотчетов.

Данная процедура необходима для анализа расположения и анализа качественного состава проходящего трафика посетителей.

Когда фотографировать

- Делать снимки необходимо в три разных дня: два стандартных будних дня (со вторника по четверг) и в субботу, либо воскресенье
- В субботу и воскресенье с 13:00 до 17:00, по будням с 17:00 до 19:00
- Важно! При определении дня для проведения съемки предполагаемого места необходимо учесть, планирующиеся на этот день мероприятия в зоне торговой точки - идеальные для наблюдения дни- это стандартные будни и выходные.
- В дни проведения массовых городских мероприятий, в общероссийские праздничные выходные дни, в дни специальных мероприятий в торговых центрах проведение съемки необходимо исключить

Что фотографировать

- Зону каждого выхода/выхода в ТРЦ
- Зону предполагаемой локации магазина ХЭШТЭГ.рф
- Торговую галерею в зоне локации в каждом направлении (если это перекресток из трех галерей – со всех трех сторон)

Как фотографировать

Каждую локацию нужно сфотографировать:

- Вдоль торговых галерей и вдоль проходов
- Сфотографировать в 3-5 разных ракурсах
- Не поперек галерей
- Делать 3-5 снимков с промежутком в 2-3 минуты

Как производить количественный подсчет трафика

Количественный подсчет позволяет сравнивать полученные величины из различных локаций одного ТРЦ, с другими ТРЦ, расположенными на Территории партнера, сравнить показатели других магазинов сети.

Когда

- В часы пик, указанные выше, в разделе «Когда фотографировать», большее количество произведенных подсчетов (хотя бы три) позволяют повысить точность измерений.
- Удобно при подсчете переходить между локациями, соблюдая перерывы.

Кого

- Всех, на вид старше 8-9 лет. Компании, в количестве более 5 человек – считаем как 5 человек.

Как

- Засекаете 5 минут, в течение них считаете. Потом делаете перерыв 15-20 минут, и заново - еще пять минут. Вот они и нужны. Можно, чтобы не сбиться ставить галочки в блокноте и в телефон плюсики. В итоге получаются две цифры на каждый подсчет в каждой локации.