



TRIKOVI KAKO POVEĆATI PROMET



Eventi u trgovačkim centrima

Zagrebački prodajni centri natječu se tko će smisliti bolju ideju i na događaju okupiti što više publike jer to znači i veću prodaju i zaradu.

Piše Kata Pranić

Dođete u kupovinu u trgovački centar i naletite na Ivicu Kostelića, najboljeg svjetskog skijaša. Tko bi rekao, ali dogodilo se. Kostelić je nedavno bio glavni lik događanja u Westgateu, organiziranog u suradnji Hrvatskog skijaškog saveza, trgovine Hervis i spomenutog shopping centra. Ivici Kosteliću pridružili su se sestra Janica i kolega Natko Zmčić-Dim, a pojavljivanje poznatih uobičajeno je na događanjima u hrvatskim trgovačkim centrima. U vrijeme takvih događanja trgovački centri prepuni su posjetitelja što se itekako odražava na povećanje prometa.

Iako je takvo događanje jednostavnije organizirati nego, primjerice, kongres ili simpozij, uprave istih nerijetko koriste agencije specijalizirane za upriličenje eventa. Te agencije realiziraju željene ideje ili kreiraju po vlastitoj zamisli događanja svih vrsta; rasprodaja, modnih revija, zabava za djecu, predstavljanje modnih marki...

- Uloga PR-a u shopping centrima bitna je za kontinuiranu komunikaciju i animaciju potencijalnih potrošača. Radi li se o vlastitim PR-u ili outsourcingu (u većini slučajeva) nije ključno pitanje. Razlika između organizacije, primjerice, shopping evenata i kongresa je ogromna. Možda je jedina zajednička stvar da zahtjeva kvalitetnu organizaciju i kreativnost. No kad se uđe dublje u analizu pričamo o dva potpuno drukčija koncepta i cilja. SC event je mnogo više usmjeren na razinu marketiranja nego na organizaciju ljudi koji se tamo nalaze – objašnjava Sanja Ivančević, menadžer direktor kompanije meetME koja bavi se organizacijom kongresa, sastanaka, evenata, team buildinga te individualnih i grupnih putovanja.

Od ovakvih događanja koristi imaju svi koji u njima sudjeluju: trgovački centri, agencije koje ih organiziraju i kupci. Koliko god se doimalo da je trgovački centar prostor 'ograničene kreativnosti' organizatori događanja natječu se sami sa sobom i nijansirano napreduju iz sezone u sezonu.

- Bili smo domaćinom velikog broja iznimno uspješnih događanja, poznate osobe bile su uključene no smatramo da je kvalitetan i nadasve zabavan sadržaj istih, posebno prilagođen određenim skupinama kupaca, bio ključan element uspjeha – kaže Stjepan Iveljić, direktor Westgate. U tom trgovačkom centru, najudaljenijem od središta Zagreba, organizirani su Cro A Porter, Only Men Stuff, Women only... Noćna avantura Late Night Shopping je sinonim za iznimno povoljne cijene snižene i do 70% u više od sto trgovina. Potkraj ožujka u Westgateu započinje prvo ovogodišnje izdanje HTC Cro A Portera na kojem će sudjelovati hrvatski dizajneri. A ljubitelji nogometa tijekom kvalifikacija za EP 2012. gledat će utakmice na velikim ekranima jer je Westgate partner kluba navijača hrvatske nogometne reprezentacije Uvijek vjerni.

I City Center one nudi više od obične kupovine kroz zabavu i edukacije što privlači posjetitelje, a posebna događanja namijenjena su djeci i obitelji.

- Najčešće se radi o predstavama, radionicama, natjecanjima u društvenim igrama, promocijama noviteta na tržištu, humanitarnim događanjima, koncertima, modnim revijama, prigodnim događanjima vezanim uz blagdane, tematski sajmovi, gostovanjima sportaša i sportskim događanjima, promocijama kozmetičkih proizvoda, gostovanjima stilista, različitih umjetnika -

kaže Vlatka Svedružić, voditeljica marketinga i PR-a City Center one. U tom trgovačkom centru u tijeku je casting modela za modne revije koje će se održati krajem ožujka i škola manekenstva. U pripremi su modne revije novih kolekcija proljeće/ljeto 2011., veliki humanitarni event, dani sporta te predstavljanje novog magazina centra.

Ugoditi djeci žele i u King Crossu, obiteljski orijentiranom trgovačkomn centar. Popularna događanja prošle godine bila su posjet Boba Graditelja, a u sklopu humanitarne kampanje "Poklonite srcem" održan je casting i dječja modna revija. No King Cross nije zaboravio ni odrasle pa su na svojoj rođendanskoj proslavi posjetitelje iznenadili auto-moto showom izloživši oldtimere. Trenutačno je organizirana interaktivna edukacijska izložba namijenjena djeci u dobi od 5-10 godina. Riječ je o temi "Klinci na Mjesecu" a trajat će do 23. travnja, poručuju iz Uprave King Crossa. Djeca će učiti o Sunčevom sustavu, saznati kako su astronauti putovali na Mjesec, tko je prvi sletio i kada. Dok djeca odjevena u astronautska odijela 'putuju' u svemir, roditelji će razgledati izložbu fotografija Europske svemirske agencije i NASA-e, Nacionalne aeronautičke i svemirske administracije, kao i neke fotografije s potpisima astronauta. I King Cross kao i ostali trgovački centri atraktivnim događanjima privlači veliki broj posjetitelja.

19.3.2011 07:40