



Формат проекта

ТИПИЧНЫЙ ТОРГОВЫЙ ЦЕНТР

устаревший формат ритейл пространства

- хаотичное размещение арендаторов
- «все лучшее сразу»
- кто больше заплатил – тот и арендатор

акцент на шопинг

- изобилие рекламных носителей и сообщений
- непродуманный пользовательский опыт
- большое количество витрин
- ощущение бездушного пространства

shopping destination

- посетители = покупатели
- отсутствует досуговая составляющая

РАЙОННЫЙ ЦЕНТР «МЕСТО ВСТРЕЧИ»

новый формат ритейл пространства

- кластеринг, основанный на потребностях аудитории
- микс крупных брендов, профессиональных малых и средних предпринимателей, а также креативных пространств

акцент на качественное время

- дружелюбный визуальный дизайн код
- комфортный пользовательский опыт
- без-витринная среда
- уютные общественные зоны в разных частях центра, наличие деталей, формирующих ощущение «как дома»

место встречи сообщества

- комьюнити-менеджер
- социокультурная деятельность (библиотека, экоинициативы, «московское долголетие»)
- акцент на досуг (специальные события, регулярные мероприятия, клуб, крыша)

Потребности пользователя в основе продукта b2b2c

Выводы исследования
Paper Planes, январь 2021



JTBD

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ЗАДАЧИ

магазины, кинотеатр, салоны красоты, фуд-корт и другие платные услуги решающие ежедневные рутинные JTBD

ЗАДАЧИ, УЛУЧШЕНИЯ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ

- Уборка дома
- Курьеры
- Бебиситтер
- Домашний доктор
- Сборка мебели
- Ветеринар на дому
- Грузчики
- Услуги для малоподвижных
- Банкеты и праздники
- «Муж на час»

СОЦИАЛЬНЫЕ ЗАДАЧИ

JTBD цель которых наладить взаимодействие между посетителями через форматы, несущие социальные функции (образование, работа, воркшопы, лектории, кружки, коворкинг, муниципальные услуги)

КОНТЕНТ ПРОЕКТА, ПОСТРОЕН НА КОМПЛЕКСНОМ РЕШЕНИИ JTBD РАЗНЫХ КАТЕГОРИЙ В ЕДИНОМ ПРОДУКТЕ - РЯДОМ С ДОМОМ.

Партнеры (арендаторы) становятся площадкой социальных активностей и генерации дополнительных сервисов

Продукт «Место встречи»

Конкурентное поле проекта «Место встречи» – свободное время москвичей зоны охвата 15 минутной шаговой доступности от наших объектов. Стремясь захватить максимум свободного времени, мы формируем интегрированную стратегию основных направлений проекта «Места встречи», не отделяя арендаторов проекта, концепцию пространства, маркетинг активации и цифровую среду

ПОДХОД К КАТЕГОРИИ ЧЕРЕЗ МОТИВЫ

Набор стационарных партнеров (арендаторов), которые смогут обеспечить и закрыть большую часть потребностей, захватив максимум свободного времени нашей аудитории, складывающегося из основных 4-х мотива аудитории:



★ ВРЕМЯ
С УДОВОЛЬСТВИЕМ



★ ЗАБОТА
О СЕБЕ



★ КАЧЕСТВО
ЖИЗНИ



★ ЗАБОТА
О БЛИЗКИХ

ПРОСТРАНСТВО

Формирование отличного от торгового центра восприятия пространства – гостиной, дворца культуры, парка за счет работы с общественными и коммерческими зонами РЦ.



МУЛЬТИФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ЗОНЫ ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРОСТРАНСТВ: ФУДХОЛЛОВ, КРЫШИ



КОМЬЮНИТИ ЗОНА И ПРОСТРАНСТВО



УПРАВЛЕНИЕ И МОДЕРАЦИЯ ТРАНСЛЯЦИЙ ВИДЕО И АУДИО КОНТЕНТОМ



ПРОСТРАНСТВО СТАЦИОНАРНЫХ ПАРТНЕРОВ, АДАПТИРОВАННОЕ ПОД КОНТЕНТНУЮ СЕТКУ

МАРКЕТИНГ И РЕАЛИЗАЦИЯ В ЦИФРОВЫХ ПРОДУКТАХ

Комфортный и понятный доступ сообщества к ежедневной ленте расписания согласно 4 мотивам, адаптированными под локацию и свой call to action:



10-00

Летнее утро:
Йога практика +
свежевыжатый сок

Крыша



11-00

Приготовление
семейного обеда

Culinaryon



12-00

Счастливые час
-20% в apple box

Apple Box



13-00

3 = 2
3 бизнес ланча по
цене двух

Фудхолл



14-00

Театральный
перформанс

Кинотеатр



15-00

Симфонический
концерт

Крыша



МЕСТО
ВСТРЕЧИ
by ADG group

+7 985 920 00 32

adg-leasing.ru

leasing@adgroup.ru