

Маркетинг торгового центра

Конкуренция на рынке коммерческой недвижимости высока, поэтому необходимо уметь четко определять маркетинговую стратегию и каналы маркетинговых коммуникаций для привлечения арендаторов.

На семинаре вы изучите практические приемы маркетинга, продвижения и позиционирования торгового центра, научитесь разрабатывать рекламную и брендинговую стратегии, используя в том числе и малобюджетные формы.

Расписание

Город: Санкт-Петербург

Дата:

- 13 – 14 августа `19
- 14 – 15 ноября `19
- 19 – 20 марта `20
- 15 – 16 июля `20

В результате обучения вы:

- изучите динамику и актуальные тенденции рынка торговой недвижимости
 - освоите технологии продвижения торговых центров и способы привлечения арендаторов
 - научитесь организовывать, проводить маркетинговые мероприятия по продвижению ТЦ и оценивать их эффективность
 - изучите способы повышения доходности объекта за счет инструментов маркетинга
 - освоите малобюджетные возможности продвижения ТЦ и способы привлечения рекламных партнеров
-

Программа семинара

День 1

Маркетинговая стратегия торгового центра

- Позиционирование торгового центра, ключевые сообщения
- Основные целевые аудитории (арендаторы, посетители)
- Каналы продвижения в соответствии с целевой аудиторией торгового центра
- Маркетинговые стратегии и тактики выживания торговых центров в кризис: новые форматы и жизнеспособные решения в области коммуникаций, с посетителями и арендаторами моллов

Практикум «Разработка маркетинговой стратегии торгового центра»

Для чего торговому центру PR?

- Информационная политика
- PR объекта для повышения стоимости бренда
- Когда средства PR могут заменить рекламу и сократить расходы на маркетинг
- Репутация: как ее создать, сохранить и не потерять
- Оценка эффективности PR-действий

Событийный маркетинг в торговом центре

- План маркетинговых мероприятий, направленный на создание и поддержание интереса к торговому центру для всех целевых групп
- Особенности событийного маркетинга в торговом комплексе

Практикум «Составление календарного плана событийных активностей в торговом центре»

Использование партнерских маркетинговых программ

- Синергия рекламной активности ритейлеров и управляющей компании торгового центра
- Как превратить посетителя в покупателя

Практикум «Разработка партнерской программы для торгового объекта»

День 2

Ключевые тренды в ритейле в 2019 году

- Тенденции, которые будут определять развитие отрасли (торговые объекты) в текущем году
- Технологические инновации в ритейле

Повышение доходности объекта за счет использования средств маркетинга

- Создание систем рекламоносителей внутри объекта и на прилегающей территории
- Продажа рекламных возможностей: своими силами или с привлечением агентства
- Использование инфраструктуры объекта

Ребрендинг и реконцепция торговых объектов

- Ребрендинг: дань моде или осознанная необходимость?
- Ребрендинг: плюсы и минусы

Практикум «Составление бизнес-плана повышения доходности ТРЦ от продажи рекламных возможностей»

Стоимость участия

Стоимость участия в семинаре составляет **24400 руб.** с учетом всех налогов.

В стоимость обучения входит:

- Комплект авторских материалов
 - Кофе-паузы, обеды
 - [Сертификат Moscow Business School](#)
 - [Удостоверение о повышении квалификации*](#)
 - [Диплом о профессиональной переподготовке**](#)
-

Преподаватели семинара

- **Кондратюк Мария Александровна**

Специалист в области маркетинговых коммуникаций и PR. Владелец, руководитель коммуникационного бюро КСТАТИ