



# Азбука торговых центров

# Об Азбуке



## Уникальный продукт

Уникальный формат для рынка торговой недвижимости



## Экспертное мнение

Азбука составляется экспертами рынка коммерческой недвижимости



## Универсальный справочник

Первый в России справочник по терминам и инструментам торговой недвижимости



# Что даёт «Азбука»

- Объединение знаний в области управления коммерческой недвижимостью
- Систематизация информации
- Выработка единой терминологии и единой оценки эффективности
- Формирование нового этапа развития профессионального сообщества
- Возможность делиться знаниями и выделение самых эффективных решений



# Список терминов

**А:** Аренда, Арендатор, Арендатор

якорный, Арендные каникулы,

Арендодатель, Аудит

**Б:** Бизнес-план, Бюджет

**В:** Вакансия, вакантные площади, Вай-фай  
аналитика

**Г:** Глубина чека, Галерея торговая (под  
вопросом)

**Д:** Договор лизинга, договор аренды

**Е:** Естественный трафик

**Ё:** Ёмкость рынка

**Ж:** Жизненный цикл

**З:** Зоны общественного пользования

**И:** Инфраструктура, Indoor

**Й:** Йота (потенциальный партнер Yota)

**К:** Классификация торговых центров,  
Концепция торгового центра, KPI,  
Customer journey, Конверсия, Комьюнити

**Л:** Лизинговая стратегия, Лояльность

**М:** Мероприятие, Маркетинговая  
концепция, план, стратегия

**Н:** Налог (потенциальный партнер –  
Бореус), NOI

**О:** Отделка Shell&Core, Островок,  
островная торговля, Outdoor

**П:** Позиционирование, Партнерство,  
Поп-ап

**Р:** Реконцепция, Рентабельность, Риск-  
менеджмент

**С:** CRM, Сервис, Средний чек, СММ

**Т:** Таргетинг, Трафик, Тенант, тенант-микс

**У:** Управляющая компания, УТП,  
Удовлетворенность

**Ф:** Фуд-корт, фудхолл, F&B

**Х:** Характеристики продуктовые

**Ц:** Целевая аудитория

**Ч:** Частота посещения

**Ш:** Штат

**Щ:** Щитовая электрическая

**Ъ:** Подъездные зоны ТЦ

**Ы:** Расходы

**Ь:** Эдьютеймент

**Э:** Эксплуатация техническая,  
Эффективность

**Ю:** Юридическое сопровождение

**Я:** Ярмарка

# Пример



## **Трафик** (англ. – *traffic*)

Количество людей, посетивших торговый центр за определенный промежуток времени

### **Как измерить?**

Для замера трафика в торговых центрах используются, так называемые системы подсчёта посетителей, например, автоматические счётчики посетителей (вертикальные и горизонтальные инфракрасные лучи, тепловые счётчики) и Wi-Fi-аналитика

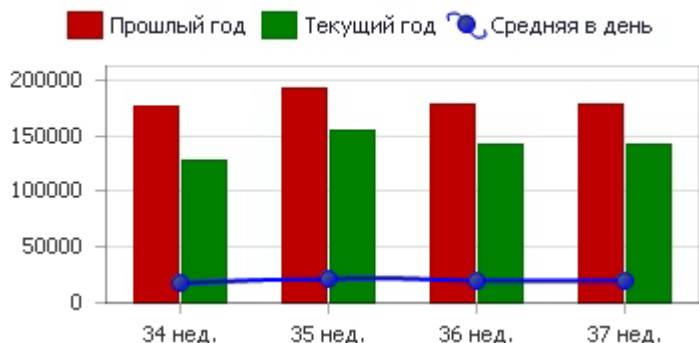
В зависимости от системы подсчёта посетителей можно количественно определить входящие и исходящие потоки, направление движения,

Для более детального понимания того, как движется посетитель, замер производится в нескольких зонах. Зоны определяет управляющая компания. Можно сделать замеры на каждом этаже, отдельно по каждой категории товаров, отдельно в развлекательной зоне. Также счётчики подсчёта посетителей есть у арендаторов.

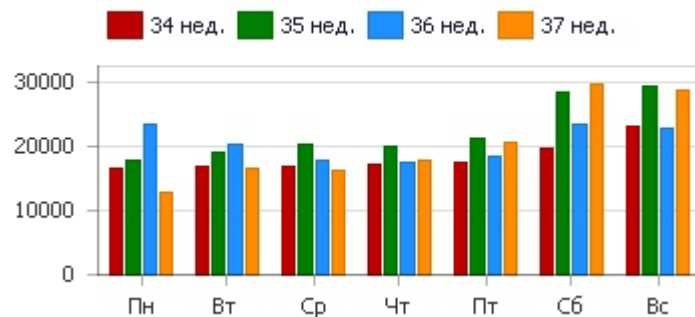
### **Как повлиять?**

# Система подсчета посетителей:

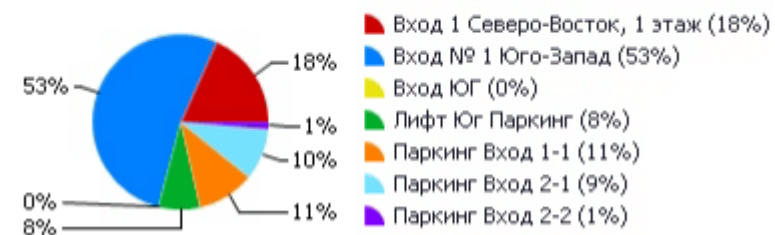
### Недельная посещаемость



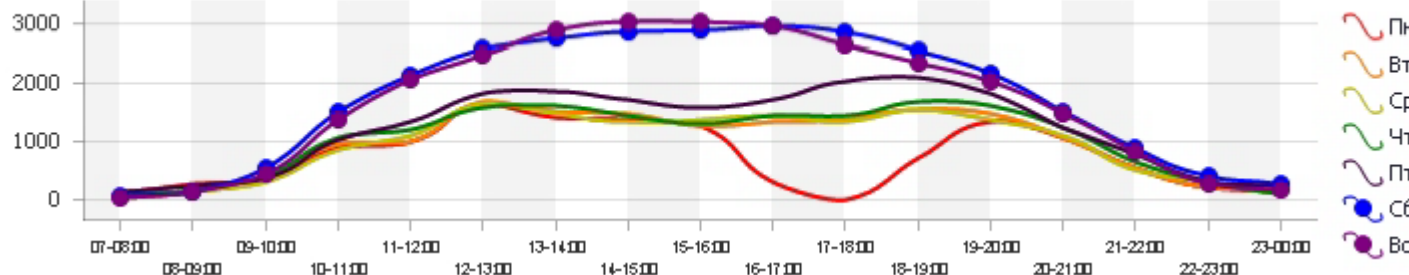
### Посещаемость по дням



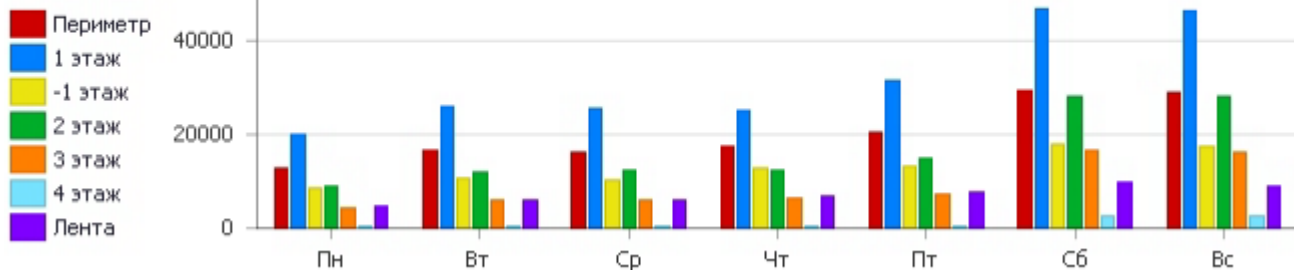
### Распределение посетителей по входам



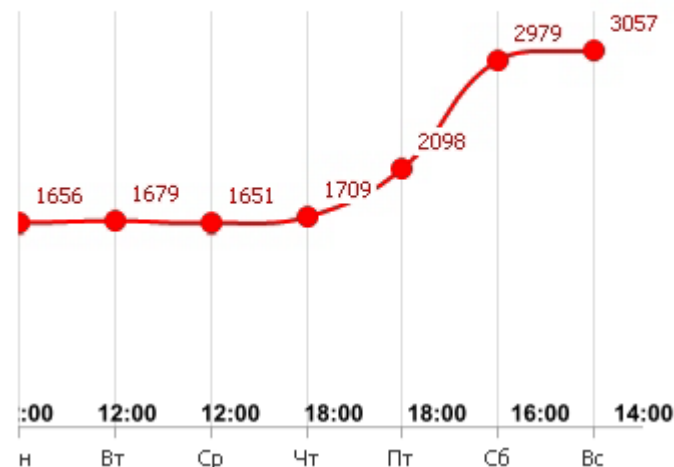
### Суточное распределение потока посетителей



### Посещаемость по дням недели (с разбивкой по зонам)



### Максимум посетителей



# Как повлиять на увеличение трафика?

1. Смена якорного арендатора.  
Пример - ТЦ «4Daily», МО, Мытищи.  
Июль – сентябрь 2019 г.



Прирост посещаемости после смены якорного арендатора ~ +20%



# Как повлиять на увеличение трафика?

1. Открытие новой известной концепции.  
Пример: ТЦ «Охта Молл». Октябрь 2017 г.



Посещаемость в день открытия нового арендатора  
- 29 200 человек (будний день) -+17% по сравнению  
к обычному дню

# Как повлиять на увеличение трафика?

ДО 14 АПРЕЛЯ

## ВЫИГРАЙ ŠKODA RAPID

ЖЕМЧУЖНАЯ • ПЛАЗА

Сроки проведения мероприятия в с 01.03.2019 г по 14.04.2019 г. Подробности об организаторе стимулирующего мероприятия и правилах его проведения, количестве призов по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения можно узнать на сайте: [www.rea4plaza.ru](http://www.rea4plaza.ru) и на стойке информации на 1-м этаже в ТРЦ «Жемчужная Плаза».

[WWW.SKODA-WAGNER.RU](http://WWW.SKODA-WAGNER.RU)



1. Стимулирующая кампания. Проведение розыгрыша.

Пример - ТЦ «Жемчужная Плаза»  
Апрель 2019 г.

Посещаемость в день розыгрыша:  
50 506 человек.  
= +40% по сравнению к обычному дню.

# Пример



## ***Концепция торгового центра***

- это сбалансированный микс арендаторов и сервисов, направленный на удовлетворение потребностей целевой аудитории в совокупности с коммерческой идеей и объемно-планировочными решениями. Концепция должна определять, каким именно должен быть ТЦ в данной локации, чтобы быть востребованным у целевой аудитории и арендаторов, принося инвестору максимальный доход.

### ***Что необходимо учесть?***

При разработке концепции необходимо учитывать зону охвата, целевую аудиторию, конкурентное окружение, тренды рынка, спрос со стороны арендаторов и возможные изменения этих параметров в будущем. Современный торговый центр должен гибко приспосабливаться к изменениям среды и покупательских запросов, поэтому на этапе разработки концепции необходимо иметь долгосрочное видение/стратегию развития проекта.

## **Что включает концепция:**

Работа над концепцией включает несколько этапов:

### 1. Анализ основных характеристик и их возможных будущих изменений:

- Параметры участка
- Локация и транспортная/пешеходная доступность
- Рынок торговой недвижимости и конкурентное окружение
- Представленность ритейлеров
- Социально-демографические характеристики

### 2. Определение оптимальных параметров торгового центра

- предпосылки и варианты развития концепции
- зона охвата
- профили и характеристики целевой аудитории
- эффективная площадь и расположение торгового центра на участке
- объем арендопригодных площадей и пула арендаторов и сервисов
- уникальное торговое предложение будущего проекта

### 3. Тестирование спроса арендаторов

- спрос арендаторов основных профилей
- технические требования арендаторов
- возможные арендные ставки
- расчет общего арендного дохода

### 4. Формирование количественных параметров ТЦ и графических рекомендаций по объемно-планировочным решениям

- эскизная посадка здания на участке
- этажность, общая и арендуемая площадь, тип, емкость и расположение парковки
- распределение арендуемых площадей по форматам и профилям с учетом потенциальной синергии размещения арендаторов
- схема организации транспортных, пешеходных и сервисных потоков ТЦ
- расположение и характеристики мест общего пользования, сервисных и технических зон
- схема организации потоков посетителей внутри и снаружи ТЦ, размещение вертикальной и горизонтальной логистики

# Реконцепция

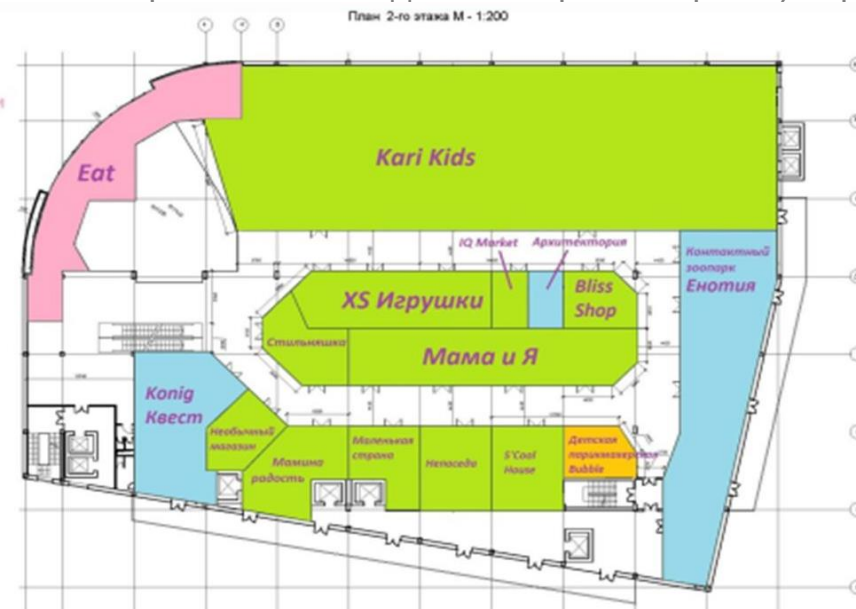
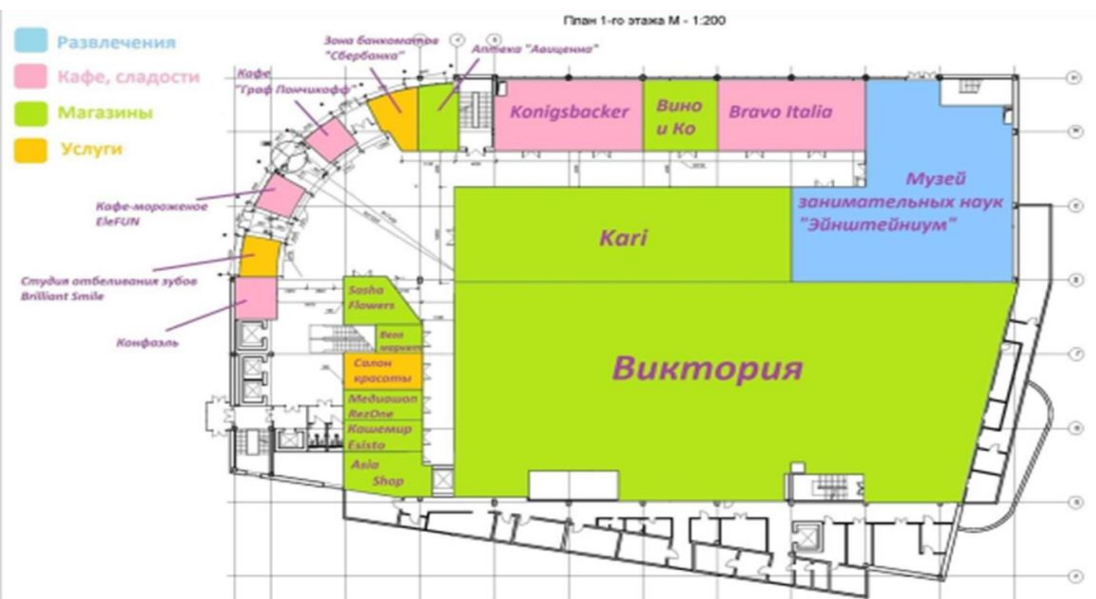
Профессионально разработанная концепция – основа для будущего успеха и востребованности проекта на рынке. Именно наличие продуманной концепции отличает современные торговые центры от тех, которые были введены на рынок 5-7 лет назад и более. Поэтому в борьбе за покупателя побеждают новые проекты, несмотря на сформировавшиеся привычки посетителей к старым хорошо знакомым ТЦ. В последнее время среди построенных ранее проектов существует большой спрос на реконцепцию – то есть формирование новой концепции и нового взгляда на проект для того, чтобы вновь завоевать доверие арендаторов и покупателей. На рынке существует много примеров, когда ТЦ после реконцепции сумел существенно сократить долю вакантных площадей и улучшить основные показатели – посещаемость, конверсию и, наконец, доходность.

Одним из **примеров реконцепции** является создание уникального торгового предложения в формате тематических кластеров в ТЦ Мега в Калининграде: Мега Дети, Мега Дом, Мега Центр.

## Мега Дети

**17 магазинов:** товары для матерей и новорожденных, детская и подростковая одежда, игрушки и развивающие игры.

**Развлечения и услуги:** контактный зоопарк, музеи занимательных наук, комната развлечений и детская парикмахерская, кафе с детским меню



# Мега Дом

*11 000 кв.м. товаров для дома, интерьера и мебели  
Уникальная зона экспозиции в современном формате*



***Итоги реконцепции:***

***+10 рост чистого операционного дохода***

***С 19% до 5% сокращение вакансии***

***Более 25 новых арендаторов***

**SRV**  
LAATUKORU

**ГУД**

РОССИЙСКАЯ ГИЛЬДИЯ  
УПРАВЛЯЮЩИХ И ДЕВЕЛОПЕРОВ

**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**

22 сентября 2020