CBRE: Změny v zákaznickém chování Čechů proměňují obchodní centra i jejich strategie

**Praha –** **7. prosince 2021** – Pandemie koronaviru a s tím související rostoucí podíl e-commerce na maloobchodních tržbách urychlila dynamiku proměny zákaznického chování a přiměla vlastníky obchodních center, aby se zamysleli nad potřebou zavádění nových služeb a inovací. Z průzkumů CBRE z nedávné doby mj. vyplývá, že více než polovina obchodů v obchodních centrech funguje také jako odběrové místo e-shopů a 41 % zákazníků se během pandemie covidu-19 naučilo nakupovat některý sortiment online. To ve svém důsledku znamená, že až 30 % maloobchodníků plánuje změnit koncept svých provozoven tak, aby přilákal lidi zpět do obchodů a motivoval je k pravidelným návštěvám. Hlavním pomocníkem se jim v tomto směru stane efektivní marketing a orientace na budování zákaznického zážitku.

*„Zdá se až neuvěřitelné, že u řady obchodních center můžeme pozorovat stejný přístup k marketingu, jako jsme vídali před deseti či patnácti lety. Tímto stylem se ovšem spoléhají pouze na setrvačnost chování zákazníků a nereflektují současné změny na trhu. Jsme přesvědčeni, že takový postoj může v relativně krátkém čase vést k poklesu komerční výkonnosti centra a tím i jeho tržní hodnoty,“* uvádí **Tomáš Míček, vedoucí retail sektoru a oddělení správy obchodních center v CBRE**.

**Digitální transformace OC je nevyhnutelná. Důležité je nepromarnit příležitost**  
Online svět se neustále rozšiřuje a jsou v něm přítomni také zákazníci obchodních center, se kterými je potřeba komunikovat jinou formou, než bývalo zvykem. Klíčovým faktorem je unikátní zákaznický zážitek, který odlišuje retail od e-commerce a dává zákazníkovi důvod navštívit obchodní centrum a nakoupit v kamenném obchodě namísto v e-shopu. Je proto nutné věnovat mu větší pozornost a využívat možnosti, které moderní doba nabízí: ať už se jedná třeba o mobilní aplikace, IoT prvky nebo multimediální nosiče. A to vždy takovým způsobem, aby zvolené nástroje byly efektivní pro konkrétní obchodní centrum a zajímavé pro zákazníky. Pokud jde o jejich spokojenost, tak CBRE již několik let aplikuje na centra ve své správě vlastní nástroj „Smart CX“, který hodnotí dané centrum z pohledu zákazníka a identifikuje slabé stránky, kterým by se do budoucna měla věnovat větší pozornost.

*„Marketing vnímáme jako jednu z cest, která může reálně ovlivnit klíčové ukazatele výkonnosti (KPIs) obchodních center, zvyšovat jejich tržní hodnotu, či pomoci budovat dlouhodobé vztahy se zákazníky, obzvláště v postcovidové době. Proto jsme se také rozhodli, že trh oslovíme s novou, ryze marketingovou službou, která jim umí pomoci jak komplexně, tak i v rámci dílčích služeb. Osvědčený postup, který definuje efektivní a udržitelnou strategii budoucího směrování centra, je v první řadě hloubkový audit všech klíčových oblastí. Na základě výsledků identifikujeme slabé a silné stránky a připravíme akční plán se specifikací změn: od auditu zákaznické spokojenosti přes nastavení marketingové strategie až po proces rebrandingu či repositioningu,“* uvádí **Tomáš Míček** a dodává: „*Příkladem úspěšné implementace tohoto modelu jsou realizace, které proběhly pod naší taktovkou, jako třeba nedávná proměna OC Rokycanská v Plzni či vývoj vlastní zákaznické aplikace postavené na budování dlouhodobých vztahů se zákazníky pro OC Novo Plaza.“*

**OC Novo Plaza: od rekonstrukce až po spuštění věrnostní aplikace pro chytré telefony**

Obchodní centrum Novo Plaza ve vlastnictví společnosti Bluehouse Capital nabízí více než 80 obchodů a služeb. Jeho rekonstrukce a modernizace probíhala do konce letošního léta, přičemž v exteriéru byla realizována úprava fasády a venkovních prostor před centrem, instalace nového pylonu a vlajek nájemců. Dále pak došlo k revitalizaci vnitřních prostor, obměně dlažby a osvětlení. Otevřen byl také nový foodcourt. *„Z pohledu marketingové strategie lze jako zásadní hodnotit nově vyvinutou mobilní aplikaci pracující s inteligentní technologií skenování účtenek, jejíž řešení vzniklo ve spolupráci s externí vývojářskou firmou. Kromě věrnostní funkce poskytuje také kompletní informace o obchodním centru, jednotlivých obchodech a službách, plánovaných akcích a dalších novinkách. Tato aplikace umožňuje nejen pochopit nákupní chování zákazníků, ale také na základě personalizované nabídky a odměn budovat dlouhodobé vztahy se zákazníky. Novo Plaza je první centrum v tuzemsku, které takový systém zavedlo, nicméně je snadno přenosné i na ostatní. Aplikaci přizpůsobenou na míru můžeme nabídnout všem našim spolupracujícím centrům,“* komentuje **Pavel Urban, zástupce vedoucího správy obchodních center a vedoucí retail marketingu v CBRE**.Princip aplikace je jednoduchý:zákazník si na chytrý telefon vyfotí účtenky z obchodů a dle výše nákupu dostává body. Ty následně může proměnit za odměny dle vlastního výběru, například poukazy na další nákupy či konkrétní produkty.

**OC Rokycanská: zásadní proměna s důrazem na větší komfort, přehlednost i vizuální dojem**

Proces modernizace OC Rokycanská (dříve OC Plzeň) ve vlastnictví fondu Trigea a ve správě CBRE byl zahájen letos v létě. *„Na první pohled výrazné úpravy dokládají proměnu formátu z hypermarketu Tesco s nákupní pasáží na moderní obchodní centrum s pronajímatelnou plochou téměř 30 000 m2 a nabídkou bezmála 60 obchodů a služeb, která se v souvislosti s modernizací ještě více rozšířila. Počátkem října byla dokončena rekonstrukce exteriéru, která trvala tři měsíce. Stavební práce zahrnovaly revitalizaci vnějších prostor, nové opláštění a instalaci moderních prvků: navigačního systému, digitálních panelů s aktualitami z centra a nového loga, které zrcadlí letošní rebranding,“* říká **Pavel Urban**. V současnosti objekt aspiruje na označení zábavní či společenské centrum, kde se konají různé spotřebitelské soutěže a akce pro jednotlivce i rodiny s dětmi. V budoucnu ještě proběhne vylepšení interiérů, které bude rozděleno do několika etap tak, aby nebyl narušen provoz centra a pohyb návštěvníků.

O retailovém oddělení CBRE

CBRE je expertem na správu maloobchodních ploch v České republice: aktuálně má ve správě 25 retailových nemovitostí s cca 500 000 m2 maloobchodních ploch. Poskytuje rozsáhlé a komplexní poradenství v oblasti nákupu a prodeje maloobchodních aktiv, pronájmu maloobchodních prostor, zastupování nájemců při vstupu na český trh nebo optimalizaci sítě prodejen, a dále správu, marketing a koncept design nákupních center a retail parků. V neposlední řadě je lídrem v průzkumu maloobchodního trhu a chování zákazníků. Každoročně mj. sestavuje Shopping Centre Index, který sleduje výkonnost OC z pohledu návštěvnosti, obratů, obsazenosti a dalších klíčových ukazatelů trhu.

Kontakty:  
Crest Communications, a.s.

Denisa Kolaříková Kamila Čadková

Account Manager Account Director

T: +420 731 613 606 T: +420 731 613 609

e-mail: [denisa.kolarikova@crestcom.cz](mailto:denisa.kolarikova@crestcom.cz) e- mail: [kamila.cadkova@crestcom.cz](mailto:kamila.cadkova@crestcom.cz)

[www.crestcom.cz](http://www.crestcom.cz)

CBRE

Renata Mrázová, Senior Communication Specialist, +420 604 308 765, [renata.mrazova@cbre.com](mailto:renata.mrazova@cbre.com)

CBRE Česká republika [Facebook](https://www.facebook.com/pages/CBRE-News/626929170775263?ref=ts&fref=ts), [Linkedin](https://www.linkedin.com/company/3585825?trk=tyah&trkInfo=clickedVertical%253Acompany%252Cidx%253A1-1-1%252CtarId%253A1431360641868%252Ctas%253Acbre%2520czech" \t "_blank), [Instagram](https://www.instagram.com/cbre_cz/)

O CBRE:

CBRE Group, společnost figurující na žebříčku Fortune 500 a indexu S&P 500 se sídlem v Dallasu, je světovou vedoucí společností v oblasti realitních služeb a investic (z hlediska výnosů za rok 2020). S více než 100 000 zaměstnanci poskytuje služby majitelům nemovitostí, investorům a nájemníkům ve více než 100 zemích světa. Společnost CBRE poskytuje širokou škálu integrovaných služeb od správy a údržby nemovitostí, obchodních transakcí, projektového managementu, investičního managementu přes oceňování nemovitostí, pronájmu a prodeje nemovitostí, strategického poradenství až po hypoteční a developerské služby. S téměř 350 zaměstnanci CBRE v České republice spravuje téměř 75 objektů komerčních budov o celkové rozloze téměř 1,2 mil. m2. Pro více informací navštivte internetové stránky společnosti na [www.cbre.cz](http://www.cbre.cz).