Magazyn dla najemców CH Arkady Wrocławskie

Luty 2017

HALO ARKADY

Z życia Centrum

ARKADY
WROCŁAWSKIE

ROZDAJEMY BILETY DO KINA ZA PARAGONY

www.arkadywroclawskie.pl

SPRAWDŹ, JAK WIELE SIĘ DZIEJE W ARKADACH WROCŁAWSKICH!

LUTY – ZAPOWIEDZI:

- „Bilety do kina za paragony" – lutowa promocja
- „Polsko – nie zgrzytaj" – badania profilaktyczne
- „Energia miasta" – nowa wystawa w Arkadach Wrocławskich

STYCZEŃ 2017 – RELACJE:

- Twórczy Dzień Babci i Dziadka
- Się pomaga na zdrowie! IMFSA dla WOŚP
- Instytut Pielęgnacji Douglas

Więcej przeczytasz wewnątrz tego numeru „Halo Arkady". Zapraszamy do lektury.

ZAPOWIADAMY

CO OBEJRZYSZ, JAK MNIE ZŁAPIESZ

„Co obejrzysz, jak mnie złapiesz" – pod takim hasłem przez cały miesiąc promować będziemy wydarzenia w Arkadach Wrocławskich. Po raz ostatni nawiązujemy hasłem do filmowych hitów sprzed lat – tym razem kultowej polskiej komedii, popularyzując nim lutową promocję. W jej ramach przygotowaliśmy bony do kina w Arkadach Wrocławskich w zamian za paragony z zakupów zrobionych w Państwa sklepach.

Kreacja
By podkreślić klimat święta kina, na które zapraszamy naszych klientów, bohaterką lutowej kreacji uczyniliśmy modelkę z filmowym klapsem w dłoniach. Żywe, kontrastowe barwy (zielony oraz czerwony), motyw klapsa powtórzony w tle oraz kreatywne hasło są sugestywnym zaproszeniem do wzięcia udziału w promocji.

Bilety do kina za paragony na 200 zł
W ramach lutowej promocji przez cały miesiąc – lub do wyczerpania zapasów – rozdajemy wejściówki do kina w zamian za paragony z zakupów zrobionych w naszym Centrum. By wziąć udział w promocji, wystarczy od 1 do 28 lutego 2017 r. zrobić zakupy w Arkadach Wrocławskich za minimum 200 złotych, a następnie okazać paragony w Punkcie Obsługi Klienta. Liczba wejściówek do kina wynosi 1000 sztuk. Nasza promocja idealnie wpisuje się w Walentynki oraz ferie, czyli czas, kiedy nasi klienci częściej chodzą do kina.

Kampania reklamowa
Lutowa promocja nagłaśniana jest w ramach kampanii reklamowej oraz PR-owej. Do wrocławskich oraz dolnośląskich, a także branżowych redakcji wysłano informację prasową informującą o promocji. Kampanię towarzyszącą jej można zobaczyć na billboardach w centrum Wrocławia. Mieszkańcy naszego miasta i okolic mają również szansę usłyszeć spot radiowy w lokalnych rozgłośniach. W samych Arkadach Wrocławskich o promocji informują plakaty, zawieszki, ekrany LED, reklama w radiowęźle. Kampania jest też widoczna w Internecie, zarówno w mediach społecznościowych naszego Centrum, jak i na bannerach internetowych.

Regulamin promocji dostępny jest na stronie **www.arkadywroclawskie.pl** oraz w Punkcie Obsługi Klienta.

„BILETY DO KINA ZA PARAGONY" – LUTOWA PROMOCJA

W lutym dla naszych klientów przygotowaliśmy filmową promocję „Bilety do kina za paragony". Można w niej zdobyć jednoosobowy bilet do Multikina w Arkadach Wrocławskich na seanse 2D. Otrzymają je osoby, które od 1 do 28 lutego 2017 r. dokonają zakupów w naszym Centrum na minimalną kwotę 200 złotych, a paragony okażą w Punkcie Obsługi Klienta. Liczba biletów jest ograniczona i wynosi 1000 sztuk.

Uczestnik promocji „Bilety za paragony" ma jednocześnie prawo do odbioru Karty Bonus po uprzednim wypełnieniu formularza według zasad objętych regulaminem karty rabatowej „Karta Bonus Arkady Wrocławskie".

Więcej informacji na **www.arkadywroclawskie.pl** oraz w Punkcie Obsługi Klienta.

„ENERGIA MIASTA" – NOWA WYSTAWA NA POZIOMIE -1

Na nową wystawę składa się 5 akrylowych prac na płótnie autorstwa Rafała Dalka. Są one pełne kolorów

i niedopowiedzeń, co, jak podkreśla ich twórca, daje odbiorcom możliwość doszukiwania się własnych interpretacji. Dwa z prezentowanych obrazów pokazywane są szerokiej publiczności po raz pierwszy.

Wystawę „Energia miasta" można oglądać od 23 stycznia do 22 kwietnia 2017 r., na poziomie -1 Arkad Wrocławskich. Stanowi ona część akcji, w ramach której w naszym Centrum prezentowane jest malarstwo lokalnych artystów.

Rafał Dalek ukończył Akademię Sztuk Pięknych we Wrocławiu. Zajmuje się malarstwem, projektowaniem wnętrz i mebli. Jego prace budzą zainteresowanie zarówno w kraju, jak i za granicą.

fot. 1. „Energia miasta" – wystawa R. Dalka

„POLSKO – NIE ZGRZYTAJ", 25 LUTEGO

25 lutego w Arkadach Wrocławskich zorganizowana zostanie ogólnopolska akcja „Polsko – nie zgrzytaj" związana z profilaktyką zaburzeń w stawie skroniowo-żuchwowym. Przy specjalnie przygotowanych stanowiskach studenci stomatologii wykonywać będą bezpłatne badania oraz udzielać porad z zakresu zaburzeń układu stomatognatycznego. Dodatkowo w trakcie akcji zbierane będą anonimowe ankiety, które zostaną wykorzystane do przeprowadzenia profesjonalnych badań statystycznych. Ich wyniki opublikowane zostaną w międzynarodowych pismach naukowo-dydaktycznych. Każda osoba, która weźmie udział w badaniach otrzyma drobny upominek.

Akcja „Polsko – nie zgrzytaj" zorganizowana zostanie na poziomie 0 Arkad Wrocławskich w godzinach od 10:00 do 18:00. Jej inicjatorem jest Polskie Towarzystwo Studentów Stomatologii.

W STYCZNIU W ARKADACH

„SIĘ POMAGA NA ZDROWIE!" IMFSA DLA WOŚP, 15 STYCZNIA

Dużym zainteresowaniem cieszyła się akcja „Się pomaga na zdrowie!" w Arkadach Wrocławskich. Dzięki niej wielu chętnych skorzystało z bezpłatnych badań i konsultacji. Na 9 stanowiskach można było między innymi: zbadać poziom cukru we krwi i ciśnienia tętniczego, zbadać stan swojego uzębienia oraz nauczyć się podstaw pierwszej pomocy. Na miejscu można było także zapisać się do bazy potencjalnych dawców komórek macierzystych z Fundacją DKMS, a w Szpitalu Pluszowego Misia poznać pracę lekarzy „od kuchni".

fot. 2. „Się pomaga na zdrowie!"

„Się pomaga na zdrowie!" było także znakomitą okazją, by wesprzeć 25. finał Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy. Przez cały dzień harcerze kwestowali z orkiestrowymi puszkami, które z godziny na godzinę zapełniały się kolejnymi datkami.

Zebrane w ten sposób pieniądze zasiliły konto tegorocznego finału Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy. Wzorem poprzednich lat fundusze przeznaczone zostaną na ratowanie zdrowia i życia dzieci na oddziałach pediatrycznych oraz na zapewnienie seniorom godnej opieki medycznej.

Współorganizatorem prozdrowotnej akcji w Arkadach Wrocławskich było IFMSA Poland Międzynarodowe Stowarzyszenie Studentów Medycyny, Polskie Towarzystwo Studentów Stomatologii oraz Fundacja DKMS.

TWÓRCZY DZIEŃ BABCI I DZIADKA, 21 STYCZNIA

21 stycznia, z okazji Dnia Babci i Dziadka, w Arkadach Wrocławskich Seniorzy mieli okazję, by wziąć udział w bezpłatnych warsztatach artystycznych. W trakcie zajęć samodzielnie projektowali i wykonywali biżuterię oraz malowali ceramikę. Zapoznawali się także ze sztuką grafiki i scrapbookingu, tj. tworzenia i ozdabiania, np.: okolicznościowych kartek.

fot. 3. Twórczy Dzień Babci i Dziadka

Dodatkowo podczas warsztatów salon Top Shop zorganizował degustację zdrowych koktajli oraz pokaz sprzętu NutriBullet, który z żywności wydobywa głęboko ukryte składniki odżywcze.

Twórcze warsztaty z okazji Dnia Babci i Dziadka zorganizowane zostały na poziomie 0 Arkad Wrocławskich, a poprowadzili je wykładowcy i sympatycy Akademii Sztuki Trzeciego Wieku działającej przy ALA Autorskich Liceach Artystycznych i Akademickich. Zajęcia rozpoczęły się o godzinie 12:00 i trwały do godziny 18:00.

INSTYTUT PIELĘGNACJI DOUGLAS, 26-28 STYCZNIA

Od 26 do 28 stycznia w Arkadach Wrocławskich działał Instytut Pielęgnacji Douglas. Przez trzy dni klientki miały okazję przebadać skórę i włosy, a także porozmawiać z ekspertem ds. pielęgnacji. W trakcie spotkania udzielane były indywidualne porady wraz z zaleceniami dotyczącymi dbania o określony typ skóry i włosów, biorąc pod uwagę ich kondycję. Na miejscu rozdawane były także próbki produktów firm partnerskich, które przyłączyły się do akcji. Z kolei „kropką nad i" styczniowego wydarzenia był profesjonalny makijaż robiony każdej chętnej uczestniczce Instytutu Pielęgnacji.

Warunkiem uczestnictwa w akcji było dokonanie w dniach 26-28 stycznia zakupu przynajmniej 1 produktu marki partnerskiej Douglas oraz umówienie się na spotkanie ze specjalistą osobiście w perfumerii Douglas w Arkadach Wrocławskich lub telefonicznie.

MIEDIAPOL Z PRESTIŻOWYM WYRÓŻNIENIEM – WSPÓŁPRACUJEMY Z NAJLEPSZYM

Miło nam poinformować, że w najnowszym rankingu domów mediowych, opublikowanym przez redakcję Media&Marketing Polska,

fot. 4. Instytut Pielęgnacji Douglas

dom mediowy Mediapol, z którym współpracują Arkady Wrocławskie, zdobył pierwsze miejsca aż w 3 kategoriach. Najbardziej doceniono działania Mediapolu w takich kategoriach jak: zadowolenie z obsługi Klienta, przestrzeganie zasad etyki zawodowej oraz polecenie domu mediowego swojemu przyjacielowi (1. miejsce). Jednak to nie wszystko. Swoją dobrą formę potwierdził również w kategoriach: zadowolenie ze współpracy z domem mediowym (2. miejsce), jak i zadowolenie z planowania kampanii (3. miejsce).

Badanie przeprowadzone zostało przez Instytut Millward Brown od 10.02 do 18.03.2016 r.

mediapol.
reach the target

Mediapol z Arkadami Wrocławskimi ściśle współpracuje już ponad 3 lata, optymalizując wydatki na kampanie reklamowe. Zajmuje się m.in.: opracowaniem strategii komunikacyjnej i mediowej oraz przygotowaniem mediaplanów. Na tej podstawie, po konsultacji z nami, zakupuje dla naszego Centrum reklamy w najbardziej popularnych wrocławskich radiostacjach, prasie i w Internecie, a także miejsca reklamowe na billboardy i citylighty w popularnych miejscach Wrocławia.

EKSPERT RADZI

PROMOCJA CENTRÓW HANDLOWYCH

Promocja centrów handlowych to szeroko zakrojone działania oparte na badaniach rynku, mediów oraz zapotrzebowań klientów. Co bierze się pod uwagę wybierając rodzaj i formę kampanii? O tym między innymi opowiada Agnieszka Komorniczak, Dyrektor Działu Obsługi Klienta w domu mediowym Mediapol.

Co jest ważne w wyborze mediów w przypadku centrów handlowych?

Generalnie wybór mediów i co za tym idzie wybór nośników jest uzależniony od wielu czynników. Jednym z tych ważniejszych jest rodzaj kampanii przeprowadzanej dla danego centrum handlowego. Jeżeli jest to kampania wizerunkowa, to dobieramy tak media i ich nośniki, żeby zbudować jak największy zasięg w grupie docelowej. Dbamy wtedy o to, żeby formy reklamowe były duże, dobrze widoczne, a dobór mediów i nośników odpowiednio zróżnicowany. W przypadku kampanii sprzedażowej ważne jest, aby komunikat powtarzać tak często, żeby zbudować frekwencję na odpowiednim poziomie. Pomocne są też media kontaktowe, które umożliwią bliski kontakt z grupą docelową, pozwalając zapoznać się z ofertą sprzedażową czy promocyjną. Należy też zwrócić uwagę na to, że obecnie centrum handlowe to nie tylko miejsce gdzie udajemy się coś kupić, bo jest taka potrzeba, ale również, by dodatkowo miło spędzić czas. Za tym idą różne stopnie zaangażowania, od niskiego do wysokiego. A to powoduje, że w planowaniu możemy wykorzystać wszystkie media.

Co więc decyduje o ostatecznym wyborze?

Żeby wybrać umiejętnie i efektywnie, należy przeprowadzić badania mediów w grupach docelowych centrów handlowych, przeprowadzić analizę działań reklamowych konkurencji, uwzględnić budżet, okres działań reklamowych, dorzucić doświadczenie i gotowe!

Jaka powinna być reklama radiowa? Co decyduje o jej emisji w konkretnym radiu?

Radio to teatr wyobraźni. Ale w przypadku centrów handlowych dobry spot radiowy to taki, który wyróżnia się spośród innych. Zwraca na siebie uwagę i przyciąga, dostarczając jednocześnie oczekiwanych przez grupę docelową informacji co, gdzie i jak. We Wrocławiu możemy słuchać ponad 20 radiostacji. Wybór nie jest łatwy i musi uwzględnić wiele aspektów, w tym te najważniejsze, czyli grupę docelową, cel kampanii, profil radiostacji i budżet, który jest do rozdysponowania.

Jeżeli chodzi o reklamę w Internecie, to jakie formy reklamy są najbardziej efektywne w przypadku centrów handlowych?

Najskuteczniejsze kampanie reklamowe w przypadku centrów handlowych cechuje regionalność oraz odpowiednio dobrany profil internauty, do którego chcemy dotrzeć z komunikatem. Regionalny charakter kampanii to konieczność w przypadku centrów handlowych podyktowany ich lokalizacją. W przypadku doboru grupy internautów ważny jest fakt, iż postrzegają oni

fot. 5. Billboard Arkad Wrocławskich

wizytę w centrum handlowym nie tylko jako zakupy, ale również sposób na spędzanie wolnego czasu. Efektywna kampania musi więc być kierowana na odpowiednie profile zainteresowań internautów, a nie tylko na wybrane witryny. Całość efektywnych działań dopełnia remarketing w Internecie, czyli kierowanie reklam do internautów, którzy odwiedzili stronę kampanii.

Czy te wszystkie wytyczne są w ostatnim czasie stałe czy co jakiś czas zmienia się kierunek promocji i reklamy centrów handlowych?

Rynek mediów jest dynamiczny i mocno związany z potrzebami i zainteresowaniami konsumentów. Media podążają za nimi tak, jak podążają producenci, usługodawcy, a więc i centra handlowe. Kierunek promocji i reklamy nie jest też wolny od mody. Musimy wiedzieć, jakie medium i jego nośnik jest akurat w danej chwili na topie. Nie jest łatwo dokonywać wyboru, balansując między psychologią a danymi analitycznymi.

REKLAMA

ZAREKLAMUJ SIĘ W „HALO ARKADY"

Zachęcamy do zaprezentowania swojego sklepu bądź usługi w newsletterze „Halo Arkady. Z życia Centrum". Nasz magazyn co miesiąc dociera do wszystkich najemców w wersji elektronicznej i papierowej. W każdym numerze informujemy o najważniejszych wydarzeniach minionych tygodni oraz zapowiadamy, co istotnego wydarzy się w najbliższym czasie. W każdym wydaniu umieszczamy maksymalnie 4 poziome banery reklamowe. O kolejności ich publikacji decyduje kolejność zgłoszeń. Na Państwa propozycje czekamy do 15 dnia każdego miesiąca.

REKLAMA

Kasia na początku tego roku dowiedziała się, że choruje na ostrą białaczkę szpikową. Przed nią ciężka chemioterapia, która ma zahamować rozwój komórek nowotworowych. Jednak gwarancję całkowitego wyzdrowienia daje przeszczep szpiku od jej "bliźniaka genetycznego". Kto wie? Może właśnie Ty nim jesteś! Jak to sprawdzić? Wystarczy zamówić pakiet rejestracyjny na stronie **www.dkms.pl**. Po odesłaniu wymazu z ust zostanie ustalona zgodność genetyczna. Pamiętaj! To nic nie boli i nie kosztuje, a możesz komuś uratować zdrowie i życie!

OFERTY PRACY NA www.arkadywroclawskie.pl

Szukasz pracownika do sklepu w Arkadach Wrocławskich? Prześlij zgłoszenie z dokładną informacją o wakacie i warunkach zatrudnienia, a my zamieścimy je na naszej stronie **www.arkadywroclawskie.pl**. Gotowe zgłoszenia prosimy przesyłać za pośrednictwem maila na adres **marketing@arkadywroclawskie.pl** lub **pr@arkadywroclawskie.pl**. Będą one widoczne na podstronie „O Centrum" – w zakładce „Praca". Serdecznie zachęcamy do bieżącego przesyłania poszczególnych ofert pracy z określeniem daty obowiązywania ogłoszenia.

KONTAKT:

ARKADY WROCŁAWSKIE SA
DZIAŁ MARKETINGU

Dorota Żmiejko
Manager ds. Marketingu
dorota.zmiejko@arkadywroclawskie.pl
tel. 71 738 31 44

BRANDERA
AGENCJA REKLAMOWA

Ewa Kalińska
Account Manager
e.kalinska@brandera.pl
tel. 663 548 778

Monika Dubec
PR Manager
pr@arkadywroclawskie.pl
tel. 728 877 055

ARKADY
WROCŁAWSKIE