

# **КАК МАКСИМАЛЬНО ФОКУСНО ПРИВЛЕКАТЬ ЦЕЛЕВУЮ АУДИТОРИЮ, СОВМЕЩАЯ ОНЛАЙН И ОФЛАЙН?**

**BOSCO FAMILY**

BOSCO

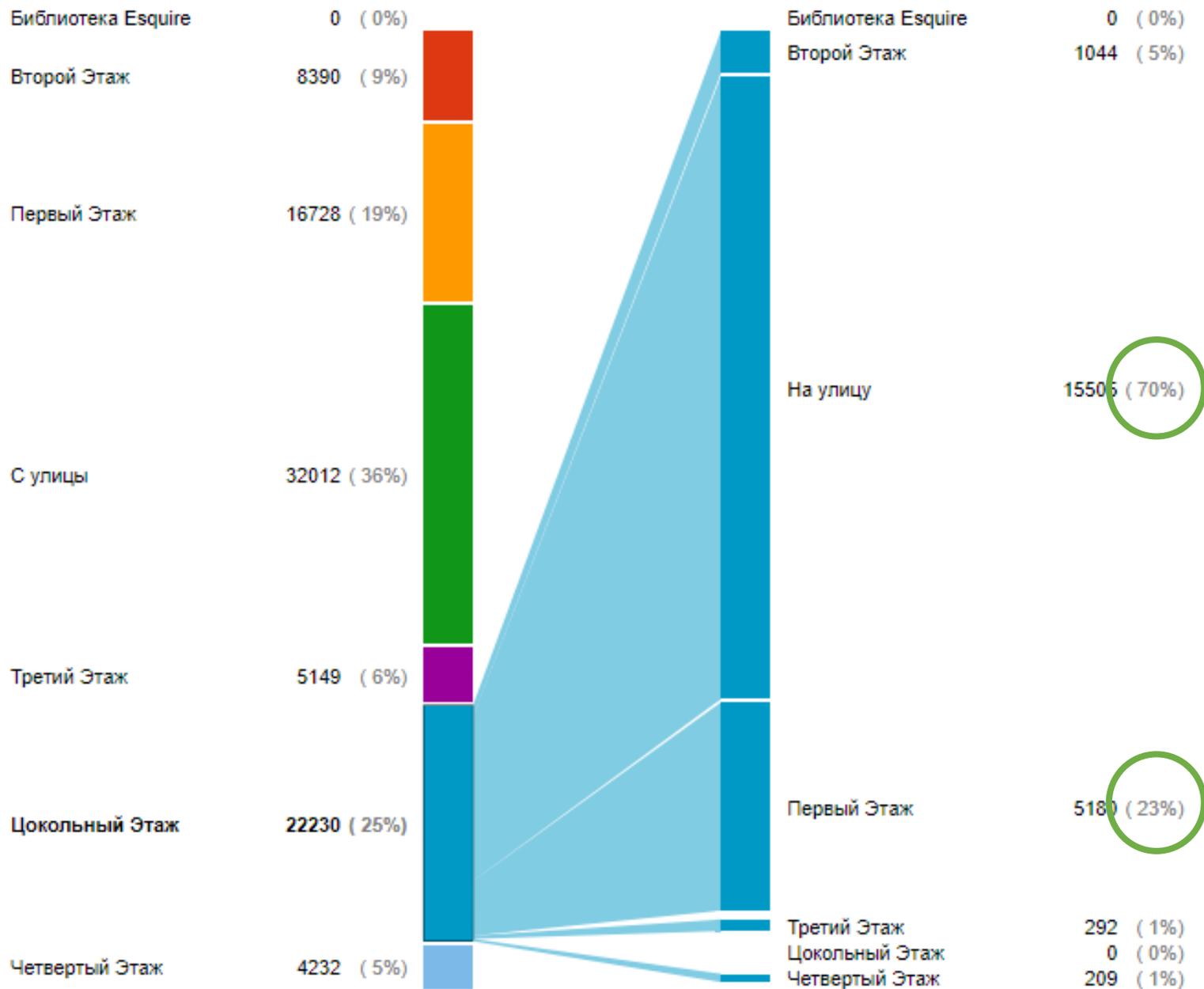
BOSCO

ARTICOLI  
by Bosco

CHANEL



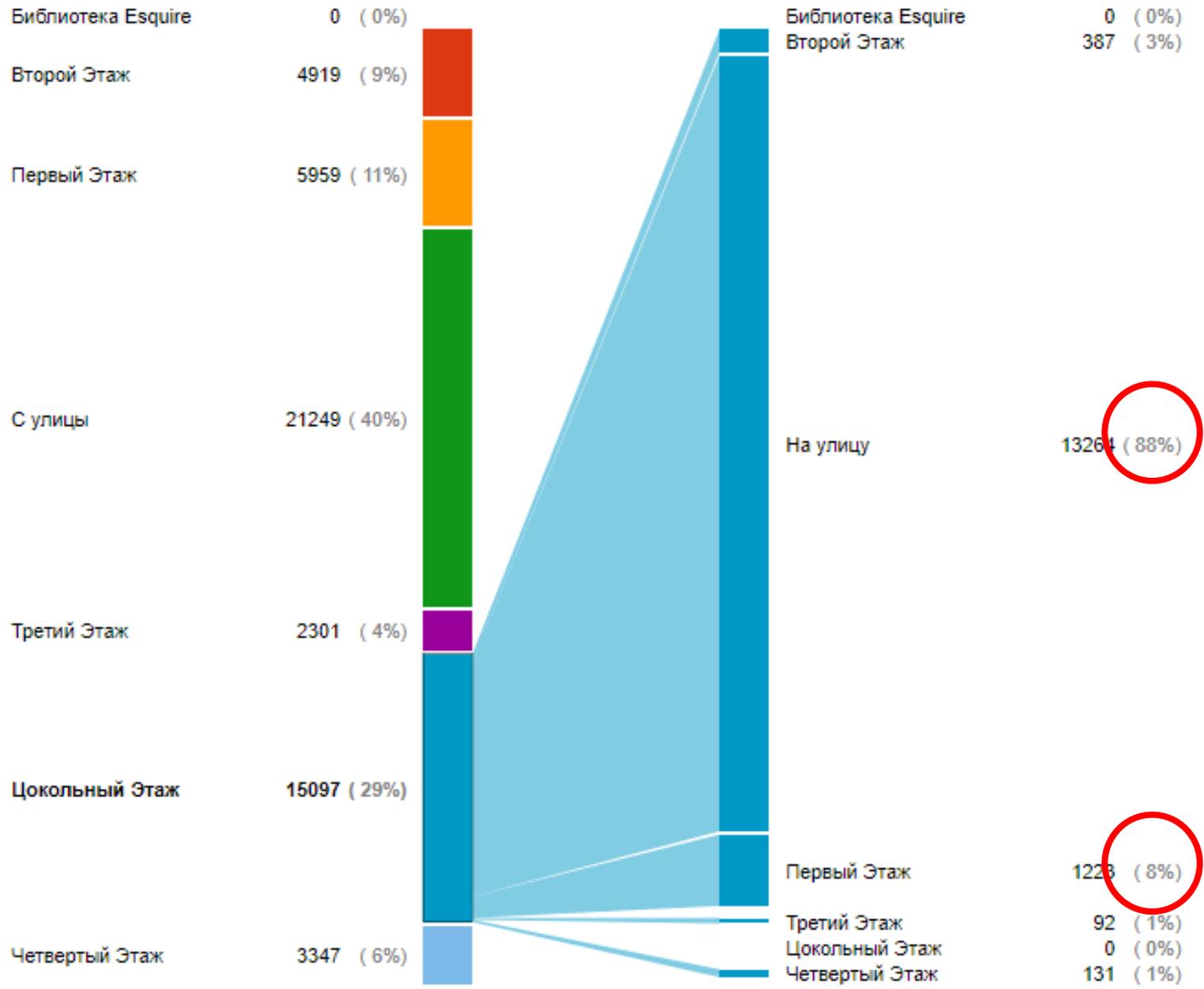
# Переходы из цоколя в остальную часть ТЦ – февраль 2016



Из Перекрёстка в остальной ТЦ переходило **30%** посетителей.

Из Перекрёстка на первый этаж переходило **23%** посетителей.

# Переходы из цоколя в остальную часть ТЦ – май 2017



Из Перекрёстка в остальной ТЦ переходило **только 12%** посетителей.

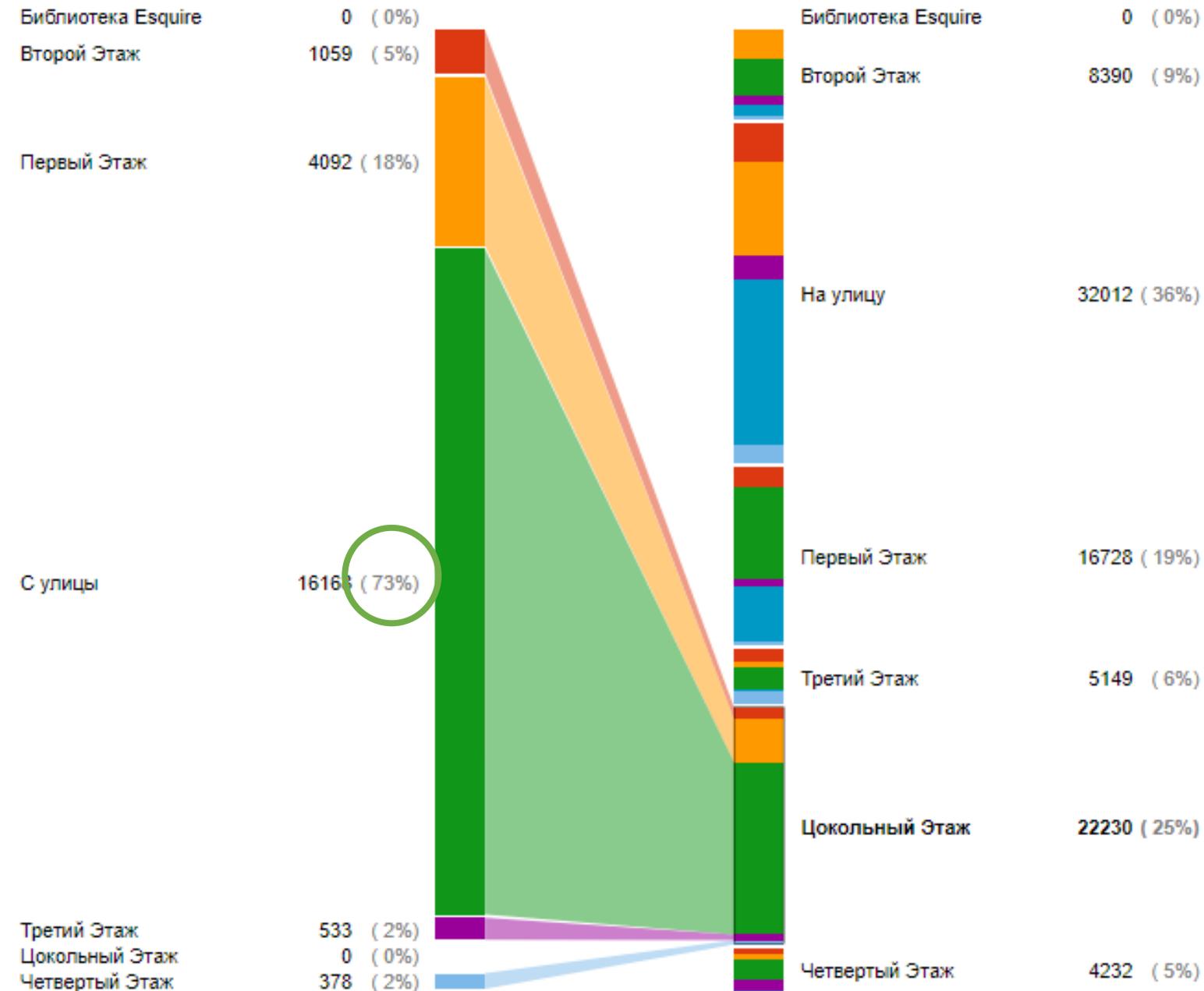
Из Перекрёстка на первый этаж переходило **только 8%** посетителей.

# Основной вывод (неприятный)

Аудитория посетителей Перекрёстка, **скорее всего, сильно изменилась:** их стало меньше интересовать посещение остальных магазинов ТЦ, которые по уровню цен/товаров/качества находятся в другой, качественно более высокой нише.

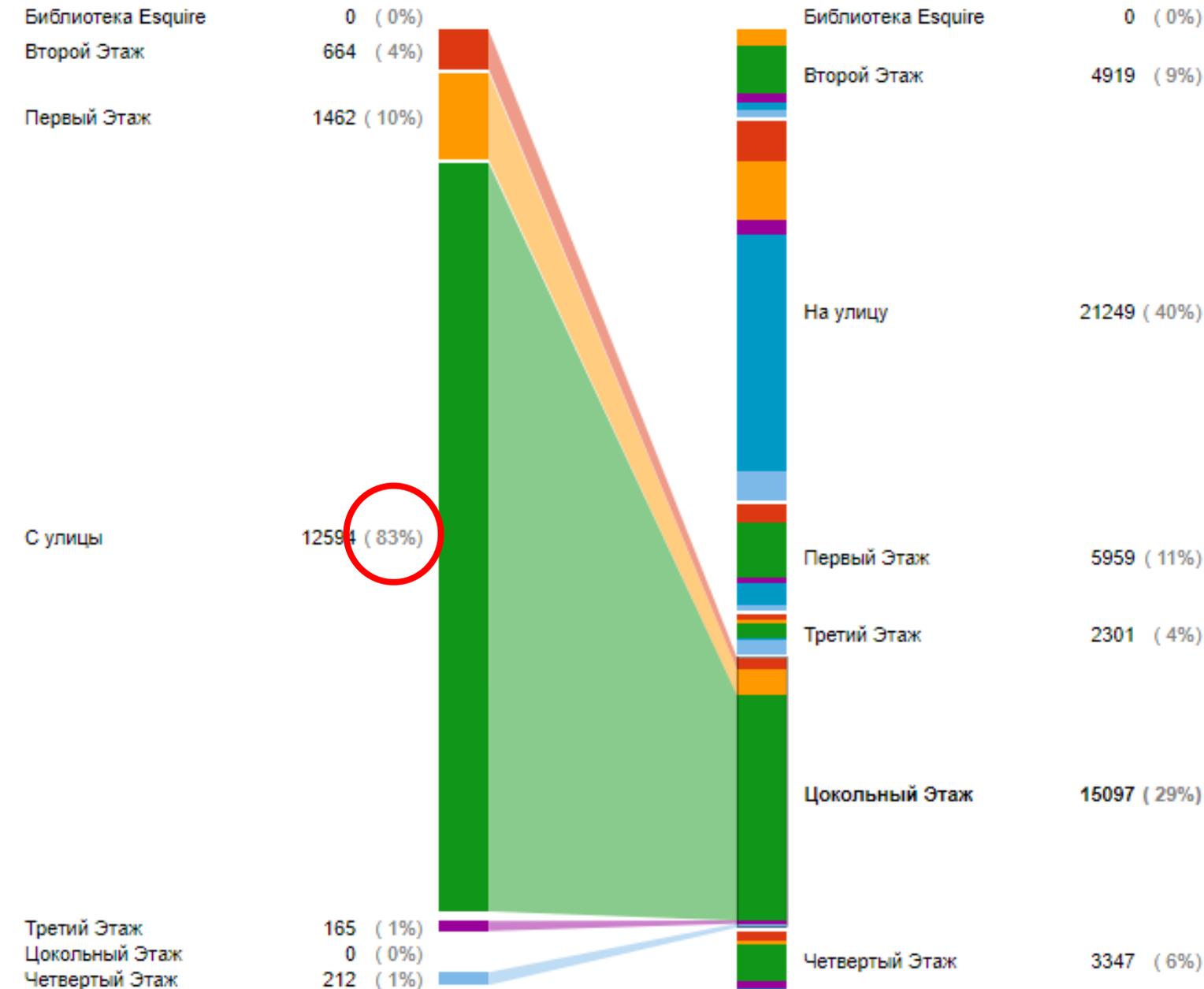
Возможно, мы незаслуженно обидели Перекрёсток?...  
Посмотрим, откуда в эти же периоды люди входили в Перекрёсток.

# Переходы в цоколь из остальной части ТЦ – февраль 2016



В Перекрёсток **73%** посетителей приходило с улицы.

# Переходы в цоколь из остальной части ТЦ – май 2017



В Перекрёсток **83%** посетителей приходило с улицы.

Сильно изменилась доля посетителей магазинов ТЦ, которые *после* посещения магазинов идут в Перекрёсток.

# Основной вывод (всё же неприятный)

Аудитория посетителей Перекрёстка сильно изменилась: стало намного больше тех, кто **приезжает в ТЦ только ради Перекрёстка.**

К чему ещё это привело?...

# Среднее количество этажей (зон) за визит – последние 17 месяцев



**Очевидное падение** среднего количества зон (этажей), посещаемых за визит.

# Среднее время пребывания – последние 17 месяцев



Средняя продолжительность визита ощутимо упала в 1 полугодии 2016, затем осталась без изменений.

# Выводы

- Отсутствие синергии Перекрёстка с остальными арендаторами
- Тревожная тенденция в среднем количестве зон (этажей) за визит
- Время пребывания в ТЦ точно реалистично увеличить хотя бы на четверть, что должно привести к увеличению продаж арендаторов

# Как связать офлайн и онлайн?



Длительность РК: 9 дней  
Охват: ~410,000  
Показы: ~2,3М

Название	Стоимость привлечения. руб	Дошедшие	Бюджет по сегменту
Аудитория ТРЦ Смоленский пассаж	29	283	8 105
Аудитория постоянных посетителей премиальных ТРЦ	183	233	42 578
Аудитория элитных фитнес клубов	431	13	5 607
Аудитория посетителей "автодеревень"	590	51	30 068
LAL 99% на аудиторию элитных фитнес клубов	4 909	8	39 268
LAL 99% на аудиторию ТРЦ Смоленский пассаж	5 291	5	26 457

СПАСИБО!