
Чек-лист для мероприятия в ТЦ

1. Какова цель мероприятия (повысить трафик, поднять продажи, повысить узнаваемость ТЦ в городе/регионе и пр.)
2. На какую ЦА рассчитано мероприятие (студенты, молодые семьи, молодые семьи с детьми, люди старшего возраста и пр.)
3. Критерии достижения цели (по каким параметрам мы поймем, что цель достигнута):
 - На сколько человек или % должен возрасти трафик?
 - на какой % должны подняться продажи у арендаторов ТЦ
 - как изменится индекс цитируемости в СМИ после проведения мероприятия?
4. Источник и размер бюджета на мероприятие
 - Собственные средства УК
 - 100% средства арендаторов
 - Частичная компенсация мероприятия за счет арендаторов
5. Кто проводит мероприятие
 - Самостоятельно
 - С привлечением подрядчика (выбор на условиях закрытого/открытого тендера с учетом опыта, репутации и стоимости услуг)
6. Утверждение программы мероприятия (целей, бюджета, сроков, исполнителя/подрядчика)
7. Работа с арендаторами
 - Согласование с каждым арендатором условий участия и параметров, которые будут оцениваться по результатам мероприятия(трафик, продажи, средний чек)
 - Запрос и фиксация с арендаторами параметров в обычные дни (будни и выходные)
 - Проверка готовности арендаторов к мероприятию (количество персонала, упаковка товаров, открытие дополнительных касс при необходимости)
8. Работа с посетителями
 - Проверка наличия удобной и понятной навигации на период проведения мероприятия(что, где, когда будет происходить)
 - Создание комфортных условий для посетителей (особое внимание уделить зонам: паркинга, гардероба, кафе, туалетам)
 - Проведение опросов, розыгрышей, викторин и пр. (Кто, как и с какой целью будет собирать информацию)

9. Информационная стойка (ресепшн) на период проведения мероприятия
 - Подготовка ответов на часто возникающие вопросы
 - Регламент поведения сотрудников в случаях возникновения спорных/конфликтных ситуаций
10. Выбор основных каналов продвижения мероприятия (сайт ТЦ, соц. сети, наружная реклама/билборды, СМИ)
11. Распределение ответственных за каждый сектор (работа с посетителями, работа с арендаторами, продвижение мероприятия и пр.)
12. Фото и видео съемка мероприятия (сценарий, точки съемки)
13. Проведение мероприятия по утвержденному сценарию
14. Сбор информации по результатам мероприятия:
 - Внутренние службы (показатели трафика- данные счетчиков(если есть))
 - Данные по арендаторам (трафик, выручка, средний чек)
 - Посетители (оценка удовлетворенности ожиданий)
 - Перечень возникших проблем
 - Что удалось, что не удалось сделать
15. Оценка полученных результатов
 - По критериям достижения цели (план/факт)
 - По полученным отзывам от арендаторов и посетителей
 - Мониторинг независимых площадок с отзывами в сети интернет
16. Формирование итогового отчета по мероприятию
 - Рассылка пресс-релиза в СМИ
 - Размещение на сайте и в соц.сетях фото и видео о мероприятии
17. Выводы
 - Что получилось
 - Что не получилось
 - Что можно было сделать лучше
 - Оценка эффективности мероприятия в целом (затраченные средства/ полученный результат).