

ТЦ в эпоху сингулярности: Концепция, посетители, арендаторы

Блок 1: Концепция

1) Что ждет российские ТЦ и ТРК в перспективе до 2030 года?

- Прогнозы рынка с учетом глобальной ситуации и локальных трендов.
- Потенциальные риски: рост затрат, снижение доходов, изменение потребительских привычек.
- Практическая работа: анализ вашего ТЦ на устойчивость.

2) Трансформация ТЦ в общественные пространства

- Какие элементы общественных пространств работают лучше всего? (зеленые зоны, коворкинги, детские и спортивные площадки).
- Потенциальные риски для владельцев: затраты на управление, проблемы с монетизацией, конфликт интересов между арендаторами и посетителями.
- Разбор кейсов: успешные трансформации из России и зарубежья.

3) Расширение доли общепита, спорта и развлечений в ТЦ

- Почему эти сегменты растут? Эмоциональное потребление.
- Как грамотно внедрить эти форматы: пример зонального распределения.
- Выгоды для ТЦ: увеличение среднего чека, повышение лояльности.

4) Уставшие ТЦ: когда реконцепция необходима?

- Признаки "усталости" ТЦ (трафик, ротация арендаторов, дизайн и архитектура)
- Этапы принятия решения о реконцепции: оценка текущей рентабельности, проведение аудита, построение бизнес-плана для реконцепции.
- Разбор кейсов: успешные примеры реконцепции в российских условиях
- Разбор кейсов: ошибки реконцепции
- Чек-лист: «Готов ли ваш ТЦ к реконцепции?»

Блок 2: Посетители

5) Обесценивание роли ТЦ на фоне роста маркетплейсов

- Рост популярности онлайн-торговли и маркетплейсов. Причины и последствия для ТЦ.
- Неизбежность адаптации ТЦ к новым условиям.
- Практическая работа: список факторов, которые обесценивают ТЦ в глазах ЦА, и идеи для их нивелирования.

6) Можно ли отвоевать посетителей у маркетплейсов и как это сделать?

- Какие категории посетителей важны для ТЦ?
- Стратегии привлечения посетителей: УНИКЛОП, комьюнити и гибридная модель. Подробности каждой стратегии.
- Кейсы ТЦ, которым удалось адаптироваться.

7) Привлечение своей целевой аудитории (ЦА) и повышение трафика

- Анализ и сегментация вашей ЦА. Определение главных «триггеров» для разных ЦА.

- Примеры успешных маркетинговых кампаний (локальные события, персонализированные предложения и коллаборации с популярными брендами и блогерами)
- Как усилить связь с ЦА
- Практическая работа: Создание мини-стратегии маркетинга для ТЦ, ориентированного на конкретный сегмент ЦА.

8) Падение общего трафика

- Проблемы "пустого" трафика: причины и пути их решения
- Почему трафик перестает быть ключевым показателем?
- Метрики будущего (Конверсия, степень вовлеченности и др.)
- Практическая работа: учимся работать с новыми метриками ТЦ

Блок 3. Арендаторы

9) Коллапсирование форматов якорных арендаторов в ТЦ в 2025–2030 (Продукты, бытовая техника)

- Изменение роли якорных арендаторов, сокращение арендных площадей и замещение их форматами "дарксторы" и онлайн-доставки.
- Риски для ТЦ
- Новые тренды в формате якорей: зоны развлечений и спорта, гастрономические кластеры, коворкинги и выставочные залы.

10) Грозит ли вашему ТЦ уход якорного арендатора?

- Сигналы риска. Изменение ТО арендатора, уход конкурентов и сокращение маркетинговой активности.
- Раннее реагирование, мониторинг ключевых показателей арендаторов и действия на этапе появления первых признаков проблем.
- План действий в случае ухода. Временное использование освободившейся площади.
- Чек-лист: Мониторинг якорных арендаторов

11) Иностранные бренды в российских ТЦ в 2024 году

- Актуальное состояние рынка
- Узнаваемость брендов среди посетителей, средний чек, интерес со стороны ЦА
- Проблемы локальных операторов, заменивших международные бренды.

12) Падение выручки арендатора на 10–30–50%: что делать управляющему?

- Анализ внешних и внутренних факторов
- Инструменты поддержки
- Когда пора расставаться. Критерии принятия решения о прекращении договора.
- Поиск новых арендаторов с учетом текущих трендов.
- Практическая работа: варианты поддержки или замены арендатора с падающей выручкой

13) Практика учета онлайн-продаж арендатора при расчете арендной ставки

- Зачем учитывать онлайн-продажи?
- Модели и примеры схем учета онлайн-продаж в арендных договорах.
- Кейсы успешной реализации в российских и международных ТЦ.
- Риски и сложности, конфликты интересов
- Практическая работа: внедрение учета онлайн-продаж в ТЦ и список рекомендаций для арендаторов.