

Расширь границы бизнеса!

г. Хабаровск, ул. П.Л. Морозова, 84



ООО «НОВОСТРОЙ»

Концепция Торгового центра «ТРЭС КОД»

Содержание

1. Что такое «ТРЭС КОД»?
2. Описание Торгового центра
 - 2.1. Местоположение
 - 2.2. Эстетический облик торгового центра
3. Концептуальное решение . Пояснительная записка
4. Наполнение
5. Планы этажей
6. Управление объектом
7. Риски / Возможности

ТРЭС КОД

ВСЕ ДЛЯ:

Главное правило бренда ТЦ:

**Объединение всех брендов
партнеров/арендаторов в
одном предложении**

- **Туризма**
- **Рыбалки**
- **Экстрима**
- **Спорта**
- **Комплектации
автомобиля**
- **Охоты**
- **Дайвинга**

Местоположение

- Как известно самой перспективной по строительной активности городской магистралью является ул. Павла Леонтьевича Морозова (ранее Пионерская). По ул. Флегонтова, Краснореченская закончено строительство жилого микрорайон (от 3000 квартир), на берегу Амура идет строительство Спорт комплекса для хоккея с мячом. В сторону центральной части города на берегу реки запроектировано строительство нового жилого микрорайона - «Парус».
- Местоположение ТЦ **отличается высокой транспортной доступностью**, находится в зоне востребованной мужским населением города (широкая представленность автотоваров), которое составляет большую часть спроса на предлагаемые центром товары. Принятая концепция торгового центра предусматривает представленность авто-товаров.
- Через перекресток, на котором расположен ТЦ, проходит поток автомобилей от 5ти до 15 тысяч в сутки. Время в пути от центра города, ул. Ленина, до торгового центра 5-7 минут.

Для удобства подъезда к ТЦ предусмотрено:

- Полоса разгона;
- Установка светофора;
- Устройство автобусной остановки;
- Охраняемый паркинг (300 машиномест)



Близость торгового центра к спортивному комплексу, его нахождение в молодежном микрорайоне, отсутствие подобных комплексных предложений в Южном округе города и в городе в целом изначально диктует УСПЕХ данного проекта.

Эстетический облик торгового центра

- Торговый Центр представляет собой современное 4х этажное здание, оборудованное всеми необходимыми элементами внешней и внутренней инфраструктуры. Внешняя привлекательность центра очевидна!
- Здание построено на основе металлического каркаса, при отделке фасадов использованы современные отделочные композитные материалы. Стекланный фасад, являющийся архитектурной особенностью здания, не имеет аналогов на Дальнем Востоке и привлекает взгляды горожан, изнутри же открывает прекрасный вид на Амур, что изначально обеспечивает приятное времяпрепровождение посетителя в торговом центре.
- Прозрачность фасада может быть использована как бесплатный внешний носитель рекламы.
- Предусматривается единая стилистика оформления всего внутреннего пространства центра наряду с индивидуальным воплощением каждого торгового отдела

Концептуальное решение. Пояснительная записка.

В результате сравнительного анализа возможных вариантов (торгово-развлекательный, специализированный, Fashion центр) с учетом потребительского спроса, местоположения объекта, отсутствия конкурентных предложений за основу была принята концепция **специализированного Lifestyle (стиль жизни) торгового центра.**

Базовой стратегией торгового центра является «Стремление превратить Торговый центр в «единственный в своем роде» - за счет максимального сближения целей ТЦ с потребностью покупателей. Обслуживание большого количества потребителей специализированных товаров, и комплексное удовлетворение многочисленных потребностей профессионалов и любителей **ТРЭС КОДа**

- **Преимущество ТЦ** перед локальными магазинами состоит в создании синергетического эффекта, который основан на концентрации в одном торговом пространстве уже известных городу операторов в сфере торговли товарами для здорового активного образа жизни.
- Анализ рынка свидетельствует, что количество покупателей, которые желают выбрать и купить необходимые товары в специализированном торговом центре, значительно экономя при этом время, **более чем в 10ть раз превышает** число тех, кто готов посещать отдельные салоны-магазины.
- Собранные под одной крышей ритейлеры, помимо поддержания собственной высокой репутации, создадут условия для корпоративного брендинга. А корпоративный брендинг в свою очередь позволит капитализировать высокую деловую репутацию сразу многих отдельных бизнес-структур. **В итоге результат общих усилий, превышает итоговый показатель самостоятельной деятельности отдельно выделенного оператора.**

Наполнение

Концепцией торгового центра диктуется номенклатура предлагаемых товаров и услуг и поддерживается внутренняя конкуренция в ТЦ, что позволяет обеспечить для покупателей широкий выбор качественных и приемлемых по ценам товаров.

4й этаж – фитнес-центр.

- В настоящее время в Хабаровске наблюдается активность со стороны операторов данного вида бизнеса, но открытие новых фитнес-центров в основном по своей географии ориентировано на центральную часть города, тогда как жители Южного округа испытывают дефицит в данного вида услуге.

3й этаж – Ресторан, Спорт-бар, конференц-зал, бильярдная, выставочная галерея, туристическое агентство

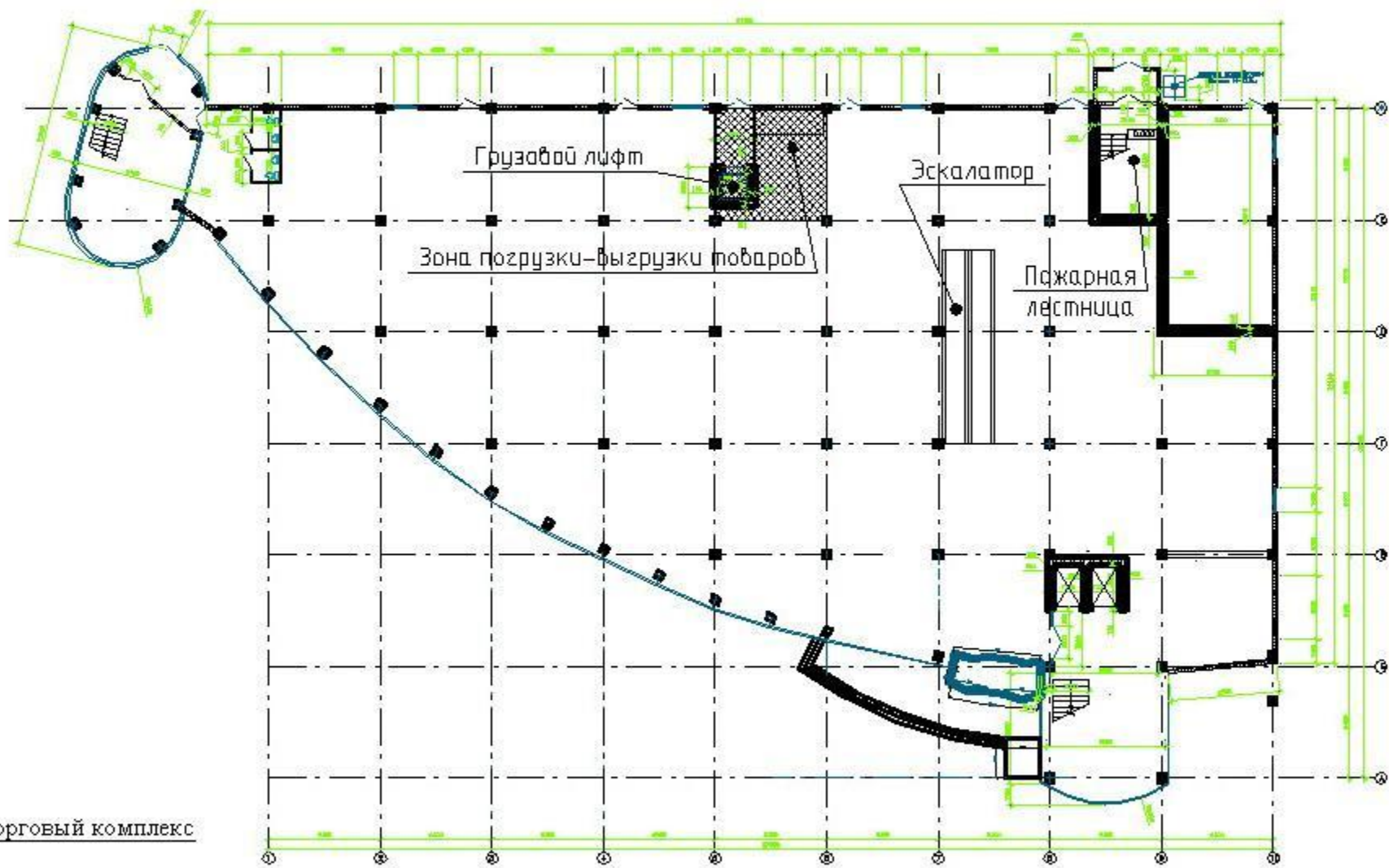
2й и 1й этажи – Магазины-салоны товаров для активного отдыха, спорта, туризма, рыбалки, охоты, дайвинга, экстремального спорта, товары для детского спорта, авто-товары, туристическое агентство «Активный отдых в России»,

^^ На первом этаже может быть размещен супермаркет продовольственных и непродовольственных товаров, с уклоном на здоровый образ жизни «Цена соответствует качеству»

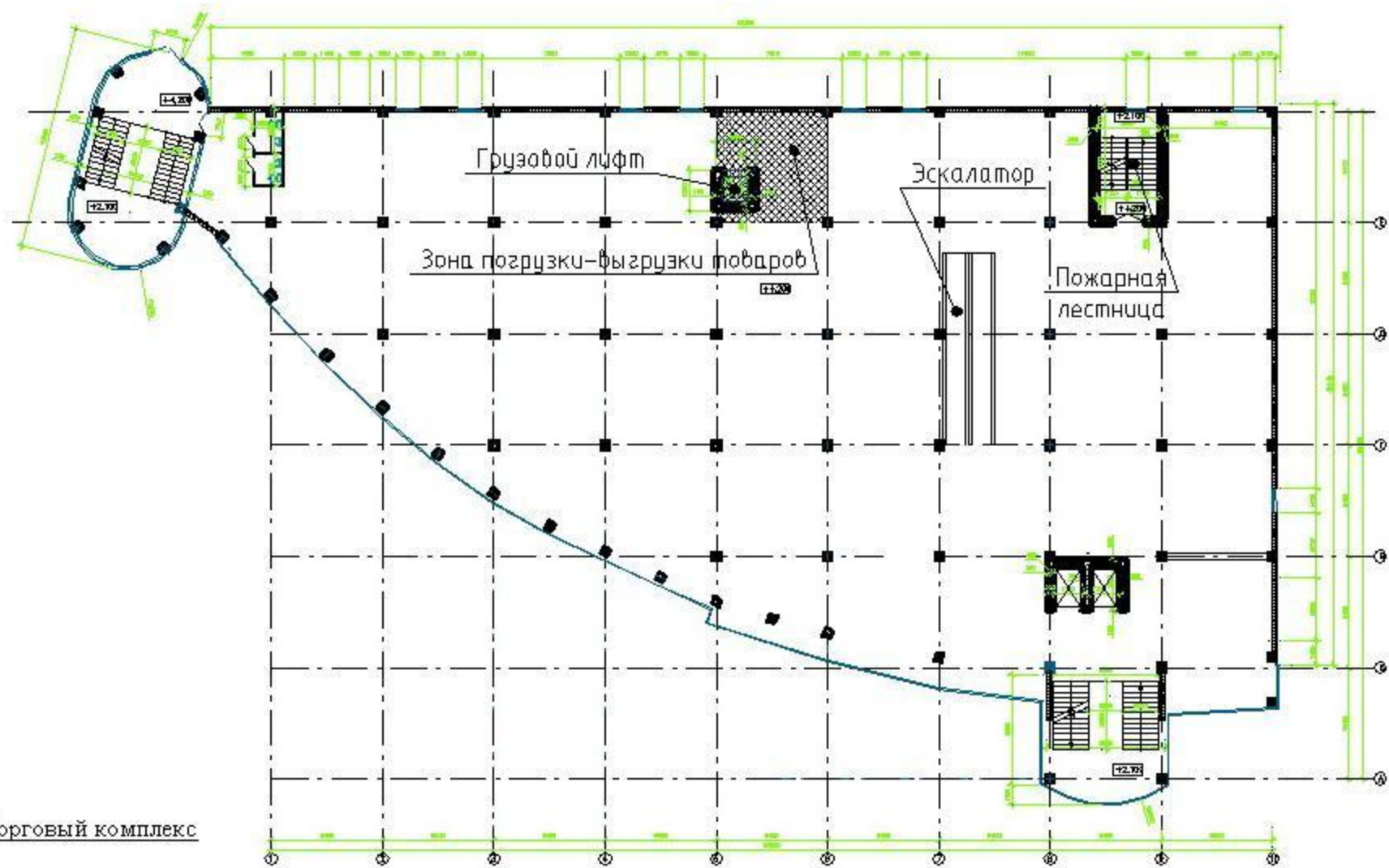
^^ Прилегающая к центру территория позволяет удовлетворить любые требования торговли по инфраструктуре (погрузка, хранение), а так же разместить бесплатную охраняемую парковку для автотранспорта персонала

Проектом так же предусмотрена эксплуатация кровли, на которой может быть размещен открытый каток, детская игровая площадка, площадка для проведения семейных соревнований на кубок ТЦ, площадка для мини гольфа, студия естественного загара и другое.

План 1 этажа на отм. 0.000



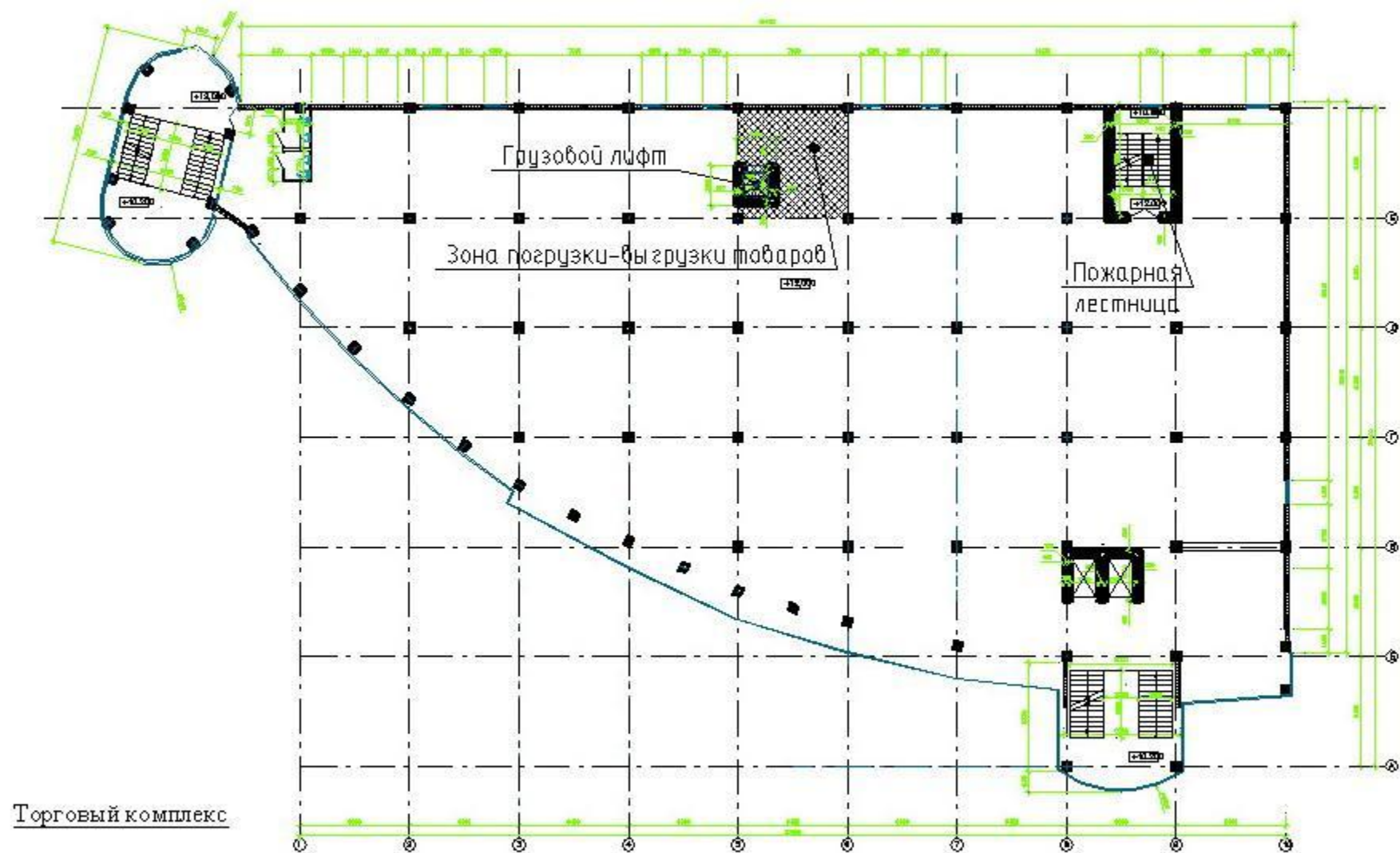
План 2 этажа на отм. 4.200



План 3 этажа на отм. 8.400



План 4 этажа на отм. 12.000



Управление объектом

Мы создадим для своих партнеров условия для успешного ведения бизнеса!

Имиджевая реклама комплекса в региональных и городских СМИ, а так же на внешних рекламных носителях (в т.ч. реклама на стеклянном фасаде), позволит привлечь максимально возможное количество посетителей с первых дней открытия ТЦ.

- организация совместных маркетинговых акций
- проведение конкурсов и соревнований
- организация встреч любителей и профессионалов ТРЭС КОДа (кафе, ресторан в ТЦ)
- размещение рекламы в СМИ,
- создание веб-сайта ТЦ
- участие в мероприятиях социальной направленности
- предоставление конференц-зала для проведения презентаций, конференций, обучения
- видео и аудио реклама внутри ТЦ
- единая справочная служба

ВСЕ, что обеспечит реализацию главной задачи:



– т.е. совершение покупок в ТЦ «ТРЭС КОД»

Риски / Возможности


- **Риски.**

Риски будут, но не у нас!

Как известно основным риском для успешного регионального, бизнеса является расширение границ присутствия федеральных сетей. В условиях кризиса экспансия со стороны продавцов в центральной части страны в неосвоенные регионы в других направлениях торговли, приостановлена. Реализуя наш проект, мы создадим пороги входа для конкурентов в будущем!

- **Возможности.**

При правильном подходе, организации высокого уровня продвижения и объединения, а так же при наличии желания **ТРЭС КОД** может стать региональным брендом!



**Активного отдыха
любителям, спортсменам,
экстрималам, рыбакам, детям
и их родителям: ТРЭС КОД -
оденет, обует, на лыжи
поставит, в поход снарядит,
на рыбалку отправит!**

Спасибо за внимание!

**По всем вопросам обращаться:
Джан-Ша Ольга
Директор по развитию ООО «Новострой»**

тел. 450-855

Email: djansha@nowostroy.ru

ООО «НОВОСТРОЙ»