



ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

ID: №2487

НОМИНАЦИЯ: До 1000 сотрудников

НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ/БРЕНДА	Nikoliers, Торгово-развлекательный комплекс ПИК
ГОРОД РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ НОМИНАНТА	Санкт-Петербург
ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ	https://tk-pik.ru/
НАЗВАНИЕ/ИМЯ НОМИНАНТА	Месяц заботы о петербургских нерпах Счастливый НерПик в ТРК ПИК
ИМИДЖ НОМИНАНТА	
Сопроводительный файл 1	Посмотреть загруженный файл »
Сопроводительный файл 2	Посмотреть загруженный файл »
Сопроводительный файл 3	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ
ССЫЛКА на Youtube	https://www.youtube.com/shorts/gK9LLN_G-Kg

ЭССЕ НОМИНАНТА

Описание организации (100 слов).

Nikoliers - ведущая российская консалтинговая компания полного цикла в сегменте коммерческой и жилой недвижимости. В управлении Nikoliers находится торгово-развлекательный комплекс «ПИК» (далее – ТРК «ПИК»), который принадлежит девелоперскому холдингу «Петро Мир» и расположен в исторической части города. ТРК «ПИК» один из первых торговых комплексов Санкт-Петербурга. Месторасположение обеспечило комплексу широкую известность, но и обусловило особый подход к развитию и обновлению. Команда Nikoliers провела масштабный процесс реконцепции объекта без закрытия. При этом не только визуально и технически обновила ТРК, а также расширила аудиторию, помогла отстроиться от конкурентов с учетом потребностей и запросов нового поколения потребителей.

Цель проекта (не более 1800 знаков с пробелами)

Целью проекта «Месяц заботы о Петербургских нерпах» стала помощь Фонду содействия сохранения морских млекопитающих «Фонд друзей балтийской нерпы» (далее – фонд) и привлечение жителей Санкт-Петербурга к экологическим проблемам региона.

В Финском заливе обитает обособленная субпопуляция нерпы, численность которой сейчас составляет 200 особей. Сорок лет назад в Финском заливе обитало несколько тысяч этих животных. Подвид, обитающий у берегов Петербурга, находится на грани исчезновения. Мы решили продемонстрировать, что ТРК «ПИК» сегодня – не просто место встречи, а добрый друг, который следит за трендами, изменяется, развивается вместе со своей аудиторией и готов стать надежным помощником и защитником самых милых обитателей города – Балтийских нерп.

При реализации проекта мы связали коммерческую и социальную составляющую: чтобы быть не просто коммерческим проектом, а центром притяжения для создания нового комьюнити социально ответственных потребителей, которые готовы заботиться об окружающей среде и поддерживать исторически сложившиеся ценности Санкт-Петербурга.

Также данный проект позволил решить и другие стратегические задачи: увеличение узнаваемости комплекса, фиксация нового позиционирования бренда, увеличение товарооборота арендаторов.

Суть проекта (не более 3600 знаков с пробелами)

ТРК «ПИК» стал частью экосистемы, направленной на знакомство жителей города с удивительными обитателями Финского залива. Начало акции приурочено ко Дню заботы об окружающей среде, период проведения с 5 июня по 5 июля 2022 г. Акция состояла из трех активностей:

1). Фотовыставка «Истории питерских нерп».

Фотовыставка установлена, чтобы привлечь внимание к проблеме исчезновения диких животных, которые практически стали символом города. На фотовыставке представлены фото нерп и тюленей, подопечных фонда с описанием историй их жизни и спасения. Описаны самые трогательные истории нерп, которых полюбил весь Санкт-Петербург: Крошика и Шлиссика, Звездочки, Гыр-Гыра, Братьев Тюленей. Помимо историй, были указаны рекомендации, что делать при виде нерпы. Эта информация важна для жителей Санкт-Петербурга, так как нерпы регулярно заплывают в реки и каналы исторической части города. Взрослые и дети с большим интересом читали истории приключений нерп и фотографировались с милейшими созданиями.

2). Конкурс рисунков «Приключения нерпят в Санкт-Петербурге».

Конкурс направлен на привлечение в ТРК семейной и молодежной аудитории. Для участия в конкурсе необходимо сделать рисунок, согласно теме «Приключения нерпят в Санкт-Петербурге», выложить рисунок в социальной сети Вконтакте ТРК «ПИК» в комментариях к посту конкурса, принести рисунок в ТРК «ПИК», чтобы обменять его на плюшевую игрушку-нерпу. Таким образом, мы увеличили охваты в социальных сетях и привлекли гостей офлайн в комплекс. Дети, занимаясь рисунком, знакомились не только с необычным видом животных, развивали творческие способности и учились заботиться об окружающей среде, но и погружались в историю и архитектуру родного города. Юные участники получали в подарок плюшевую нерпу и билет в музей-макет «Петровская Акватория».

Все работы юных художников интегрированы в дизайн-макет и представлены на бессрочной выставке «Приключения нерпят в Санкт-Петербурге» в центральных лифтах ТРК «ПИК».

3). Стимулирующая акция «НерпоПаспорт».

Механика акции направлена на оказание целевой помощи фонду и рост товарооборота арендаторов. Были привлечен ряд партнеров-арендаторов, которые перечисляли денежные средства на счет фонда с каждой совершенной продажи согласованного ассортимента. Для фиксации совершенных покупок разработан «НерпоПаспорт». «НерпоПаспорт» — это карточка с информацией о проекте с одной стороны и местами для отметки о совершенных покупках с другой стороны:

-гость, совершает покупки у партнеров акции, за каждую покупку получает печать (мордочка нерпы). Собрав все печати, обменивает «НерпоПаспорт» на большую плюшевую игрушку нерпу;

-партнер акции: заранее выбирает позицию из меню, которую ему необходимо анонсировать/продвинуть и включает ее в список покупок, за которые гость получает печать в «Нерпопаспорт»

Чтобы стимулировать рост продаж и внести игровой элемент, к каждому «НерпоПаспорту» выдавались авторские наклейки-стикеры: милые изображения нерп. У каждого партнера акции – своя наклейка. Чтобы собрать всех, необходимо совершать разные покупки.

Партнер акции	Покупка	% оказываемой помощи с каждой покупки	стикер
Кофейня «Etlon Coffee»	Весь ассортимент	5 руб.	Деловая нерпа
Ресторан «Барашки»	Десерт Медовик	10%	Сытая нерпа
Диетическая кондитерская «Можно? Нужно!»	Кофейный напиток «Рафаэль»	5 руб.	Бодрая нерпа
Кофейня «Буше»	Кофе «Латте» любого объема	5 руб.	Влюбленная нерпа

Также стаканчики всех напитков, участвующих в акции – были украшены наклейками с изображением нерпы. Чтобы добавить узнаваемость проекту, а гости могли подчеркнуть свою причастность к доброду делу.

Вовлеченность сотрудников (не более 1800 знаков с пробелами)

Проект «Счастливый НерПик» был тепло встречен всеми сотрудниками Nikoliers. Для работы над проектом создана рабочая группа, в которую были приглашены сотрудники всех функциональных подразделений ТРК: 2 раза в неделю проводились мозговые штурмы, где каждый мог предложить идеи. Всего было предложено более 20 идей, 3 из них стали частью нового проекта. Затем внутри рабочей группы были распределены роли таким образом, чтобы каждый член команды почувствовал свою ценность в рамках реализации проекта: отдел аренды привлекал партнеров, эксплуатация курировала фотовыставку, брокеры общались с представителями фонда и т.д. Такая активность внутри команды также послужила старту распространения информации о проекте через сарафанное радио. Забота о малышах нерпятах так сильно откликнулась в сердцах наших коллег, что мы получали сообщения с желанием помочь из разных городов России присутствия офисов Nikoliers. Также была произведена корпоративная рассылка с информацией о проекте. На данный момент, каждый сотрудник офиса имеет на столе заслуженную игрушку нерпу, которую он получил, пройдя все конкурсные механики и совершив все необходимые покупки. Многие привлекали семьи и друзей. В офисе прошел внутренний конкурс, кто быстрее соберет «Нерпопаспорт».

Клиентоориентированность, способность слушать и слышать клиента (не более 1800 знаков с пробелами)

Генеральной задачей проекта было выстроить коммуникацию между бизнесом и клиентом таким образом, чтобы сформировать устойчивое лояльное к проекту коммьюнити жителей Санкт-Петербурга. Жителей, которым интересно не просто совершать привычные ежедневные покупки, а быть частью общей экологичной цели. По результатам маркетингового исследования реального и потенциального покупателя ТРК «ПИК» нашим гостям не хватало активностей внутри комплекса, они были готовы к новым концепциям и открыты к ярким социально ориентированным событиям. Мы изучили портрет целевой аудитории и благодаря проекту «Счастливый НерПик», смогли донести до гостей важный посыл. Мы слышим нашего гостя, ориентированы на то, чтобы сделать его пребывание в ТРК «ПИК» не просто ежедневной рутинной, а дать возможность стать частью нового, ответственного и концептуально направленного на сохранение и заботу об окружающей среде коммьюнити. Совершая покупки, наш гость легко может помочь фонду и почувствовать свою значимость в работе над ежедневным спасением уникальных животных. Немаловажно отметить, что значительная доля гостей имеет семьи и детей. И, как заботливым родителям, им важно привить с раннего возраста детям важные навыки, которые за счет проекта «Счастливый НерПик» мы с радостью демонстрируем через наши активности:

- 1). Забота о животных и экологии;
- 2). Расширение кругозора: знакомство с окружающей средой, изучение истории и архитектуры родного города;
- 3). Развитие творческих способностей;
- 4). Гармонизация и укрепление семейных отношений.

Размещение детских рисунков на фотовыставке стало важным элементом выстраивания доверительного отношения между ТРК и клиентом. Гостям приятно увидеть рисунки своих детей на самом видном месте и чувствовать свою причастность к заботе об окружающей среде.

ИТОГИ: какие были результаты? (не более 3600 знаков с пробелами)

- Открыта выставка «Приключения нерпят в Санкт-Петербурге», которая включает 250 рисунков. Выставка размещена в лифтах и пользуется популярностью у гостей, украшая их поездку до нужного этажа. Таким образом, проект «Счастливый НерПик» бессрочно пролонгирован, а мы на постоянной основе привлекаем внимание к проблеме исчезновения нерп.
- Количество участников акции превысило KPI в 2,5 раза. Проект оказался на столько успешным, что сработало «сарафанное радио»: учителя писали в родительские чаты сообщения с призывом участвовать. 30% участников привлечены через «сарафанное радио».
- Посещаемость ТРК «ПИК» увеличилась на 22%.
- Частота повторных визитов в ТРК «ПИК» увеличена до 2 раз в месяц у 54% гостей.
- Охват аудитории в социальной сети Вконтакте составил более 300 тыс. человек, что на 67% больше, чем ежемесячный средний охват и прирост.
- Активность аудитории в социальных сетях выросла на 44,8%
- Таргетированная реклама по тас-адресам охватила 275 тыс. человек и более 1 млн. показов. В основном переходы были от аудитории из сегмента «семьи с детьми», что составило 65% от общей доли аудитории.
- Результаты арендаторов-партнеров акции:

- PR:

-Кофейня Coffe Etlon «оттянула» часть трафика у своих прямых конкурентов: аудитория шла к ним, чтобы купить напиток и поучаствовать в акции. Гости выкладывали фото в соц. сети и призывали друзей к участию;

-Благодаря акции, посетители собирали печати в «НерпоПаспорте» и искали ресторан «Барашки», о котором не знали ранее. Тем самым увеличили товарооборот ресторана, покупая к десерту перекрестные товары, некоторые гости стали постоянными клиентами;

-Кондитерская «Можно?-Нужно!» анонсировала новый напиток «Рафаэль», который введен к старту акции. Все продажи нового напитка напрямую связаны с акцией;

-Кофейны «Буше» в период акции продала 1623 Латте. Это больше, чем в мае несмотря на то, что в июне была жаркая погода и большим спросом пользовались холодные напитки.

- Администрация города выразила благодарность ТРК «ПИК» за проделанную работу и помощь фонду;

- В конце проекта на пресс-мероприятии торжественно выпущен в Финский залив нерпенек, которого жители города называли Аптекарь, так как его нашли на Аптекарском острове. Почетными гостями для выпуска нерпенка были приглашены сотрудники ТРК «ПИК»;

- Более 50 информационных ресурсов разместили информацию об акции;

- Более 100 положительных отзывов от участников акции в интернете.

Инновации и креативность (не более 1800 знаков с пробелами)

«Счастливый НерПик» стал важным проектом для города в 2022 г. Год был сложный, бизнес мало поддерживал социальные проекты. ТРК «ПИК» взял на себя ответственность поддержать символ города и привлечь внимание к проблеме исчезновения нерп. Не стабильная ситуация на рынке не остановила нас, а придавала уверенности, что мы должны стать связующим звеном между бизнесом, фондом и жителями города. И мы выстроили взаимовыгодную коммуникацию для всех сторон:

1) Гости почувствовали себя причастными к спасению нерп, сформировано устойчивое и лояльное сообщество к активностям ТРК «ПИК», готовое не просто совершать покупки, а делать это осознанно.

2) Деятельность фонда получила широкую огласку, нас поддержала администрация города. Собраны финансовые средства и направлены на помощь подопечным фонда.

3) Арендаторы улучшили узнаваемость, привлекли внимание к новым позициям в меню.

4) Выставка детских рисунков «Приключение нерпят в Санкт-Петербурге» - бессрочна. Мы на постоянной основе знакомим гостей с деятельностью фонда. Также выставка является связующим звеном между ТРК и его местоположением - все нерпята представлены, гуляющими между памятников архитектуры Санкт-Петербурга.

ТРК «ПИК» совершил большой шаг на пути к построению осознанного потребления и привлечения гостей к проблемам окружающей среды, сохраняя при этом коммерческую составляющую.

«Счастливый НерПик» - проект, который стал стартовым событием в реализации новой стратегии развития ТРК «ПИК», направленной на укрепление имиджа объекта как социально ответственного, а также на формирование лояльного сообщества неравнодушных, близких по принципам и

ценностям людей.

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА:

ФАМИЛИЯ	Карнаухова
ИМЯ ОТЧЕСТВО	Екатерина
ДОЛЖНОСТЬ	Руководитель отдела маркетинга ТРК "ПИК"