****

**О КОНФЕРЕНЦИИ**

Трансформация действующих торговых центров в культурно-развлекательные хабы, интегрирующие в себе самые разные форматы досуга, идет уже несколько лет. Если пять лет назад доля развлекательной составляющей в размере 10% в торговом объекте считалась безумной и нерентабельной, то сегодня отдать 40% полезной площади под кинотеатр, интерактивные развлекательные форматы и игровые зоны — значит иметь стабильный посетительский трафик

На примере успешных практических решений обсудим, как мотивировать людей с новыми потребительскими ценностями на покупки? Какие маркетинговые инструменты работают? Что делать прямо сегодня и как эффективно распорядиться бюджетом в текущих условиях?

**В ПРОГРАММЕ:**

* Новые потребности посетителей как драйвер трансформации торговых центров
* Маркетинговые стратегии и тактики выживания торговых центров сегодня: новые форматы и решения в области коммуникаций с посетителями и арендаторами
* Способы повышения доходности объекта за счет инструментов маркетинга
* Цифровые решения для взаимодействия с гостями торговых центров
* Коллаборации и партнерский маркетинг
* Как создать синергию рекламной активности ритейлеров и управляющей компании торгового центра
* Особенности маркетинга для нового поколения
* Как улучшить клиентский опыт быстро и не очень дорого.
* B2b маркетинг – кому и зачем он нужен?
* KPI и KVI – стоит ли визит в торговый центр потраченных усилий покупателей?
* Малобюджетные способы увеличения трафика
* Маркетинг впечатлений и центры создания событий. Как создать точку притяжения для посетителей своего округа?

**Регистрация на сайте** [**http://retail.expors.ru/marketing**](http://retail.expors.ru/marketing)

**Участие платное.**

**Организатор – ООО «РС ЭКСПО»**

**Контакты:  
Участие**: [retail@expors.ru](mailto:retail@expors.ru), +7(495) 225-2542 Наталья Прудникова,

**Спикеры:** [j.grishina@mail.ru](mailto:j.grishina@mail.ru), +7(903) 772-7425 Юлия Гришина