

EPERIA Shopping Mall – NOVÁ MÓDNA ADRESA

NÁZOV PRÁCE

PRIHLASOVATEĽ

Dynamic Relations 2000 s.r.o.

ZADÁVATEĽ

J&T REAL ESTATE, a.s.

KATEGÓRIA

Business to Consumer

KONTAKTNÁ OSOBA ZA PRIHLASOVATEĽA **Karol Wolf** / wolf@dynamic.sk / +421 905 834 872

KONTAKTNÁ OSOBA ZA KLIENTA **Mgr. Daniela Stričková** / strickova@jtre.sk / +421 905 354 534

I ZHRNUTIE

J&T REAL ESTATE začala v júni 2016 výstavbu nákupného centra EPERIA Shopping Mall v Prešove.

Tretiemu najväčšiemu mestu u nás dosiaľ chýbal moderný shopping, aký poznáme z iných regionálnych miest či Bratislavy. Klient stál pred viacerými výzvami. Bol to preňho prvý projekt tohto druhu, navyše, na špecifickej regionálnej pôde. Po dlhých rokoch stagnácie to bol projekt, ktorý sa začal v meste reálne stavať a je pod drobnohľadom. Cieľom komunikácie bolo, aby sa projekt nestretol so žiadnym kritickým momentom a aby sa Prešovčania tešili na EPERIU už v čase výstavby, čo sa nám podarilo.

I VÝZVA A CIELE

Klient svojím projektom vstúpil na „neznámu pôdu“. Aj keď moderné nákupné centrá sú u nás „bežné“, v Prešove dosiaľ všetky priebežne predstavované projekty stroskotali.

Prešovčania majú k týmto projektom indiferentný postoj a na nákupy využívajú blízke Košice, Budapešť, Poľsko, či Bratislavu. Výzvou bolo nadchnúť Prešovčanov pre nový koncept EPERIA a rovnako tak uchrániť reputáciu klienta, keďže na úvod rozvíril hladinu stojatých vôd u konkurentov a do regiónu prišiel ako „žralok z Bratislavy“. Cieľom bolo pozitívne sa zapísať u Prešovčanov ako jeden z domácich obyvateľov.

I STRATÉGIA A PLÁN

Komunikačnú stratégiu do istej miery predurčil výborný názov centra. EPERIA vychádza z pôvodne maďarského názvu mesta Eperjes.

EPERIA je de facto už svojím názvom prešovská. Byť niekým miestnym je pre dobré vzťahy v regióne dôležité. Na východe zvlášť. Chceli sme sa stať súčasťou prešovskej komunity - už v momente výstavby - a rozširovať počty aj našej komunity, ktorá sa okolo nás začala budovať. EPERIA začala s Prešovčanmi komunikovať hlavne na FB. A to tak, ako keby už stála a bola fashion poradkyňou; kamoškou, ktorá vie, čo sa v meste deje; kamoškou, ktorá zabaví, obdaruje i pomôže.

I REALIZÁCIA

- V úvodnej fáze (jeseň 2016) sme sa sústredili na to, aby lokálne médiá mali o projekte čo najviac informácií a aby okolo projektu nevznikli žiadne pochybnosti. Stratégia bola a je vyberať do tlačových materiálov okrem aktualizáčnych momentov aj informácie, ktoré sú lokálne zaujímavé: zamestnanosť, lokálni podnikatelia s prevádzkami v EPERII, lokálne firmy na stavbe, prvá ekologická stavba v meste a pod.
- Od začatia výstavby intenzívne budujeme komunitu fanúšikov na sociálnej sieti Facebook. Tá je už v tomto momente unikátna: EPERIA sa otvorí v novembri a už teraz má viac ako 9 200 followerov.
- Keďže EPERIA znamená v preklade jahody, tak ich priniesla v tomto roku do mesta ako prvá a obdarovala nimi Prešovčanov.
- EPERIA ešte nestojí, no striedanie sezónnych módných trendov v rámci svojich značiek dopriala Prešovčanom už teraz – módnou šou v centre mesta.
- Otvorenie EPERIE ozvláštnia jej vlastné šaty, ktoré na motívy jahôd tvorí módnny návrhár Boris Hanečka. Šaty budú mať aj lokálny prvok – aplikáciu vychádzajúcu zo solnobanskej čipky, ktorú vytvorila prešovská čipkárka Jana Frajkorová.
- EPERIA sa pravidelne zapája aj do CSR a charitatívnych akcií v meste.

I VÝSLEDKY

EPERIA má v súčasnosti na svojej sociálnej sieti FB počet followerov, ktorý majú niektoré nákupné centrá po niekoľkoročnom fungovaní.

Komunita okolo nej je veľmi živá, interaktívna a pozitívne naladená. Doteraz sme nezaznamenali žiaden hejt, žiadnu sťažnosť, či osočujúcu diskusiu. Obdobne je tomu tak aj v mediálnej komunikácii – žiadne nekalé boje konkurencie, žiadni aktivisti. EPERIA je dnes v Prešove značkou, ktorú obyvatelia mesta poznajú a začali jej dôverovať. PR komunikáciu centra pozitívne vyzdvihol aj „partner z fachu“, spoločnosť CBRE, ktorá je novým správcom centra.