

Как построить МЕГА-планы: секреты хорошего менеджмента и лояльности клиентов

24 июля гостем пятничного прямого эфира выставки [MAPIC Russia](#) стала Айше Агекян, управляющая торговым центром МЕГА в Екатеринбурге. Эфир получился очень насыщенным. Мы подготовили для вас самые интересные инсайты.

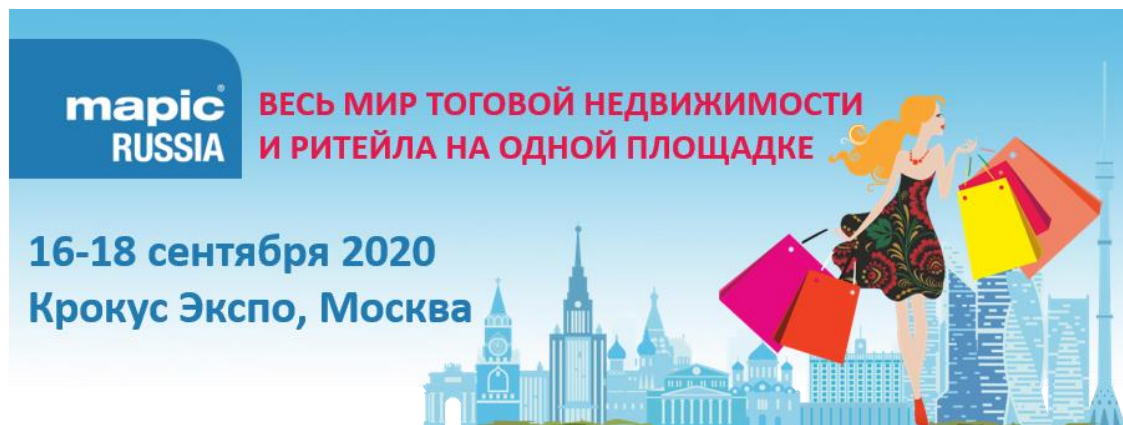
«Торговый центр в традиционном формате – вчерашний день. Мы приняли для себя решение создать пространство для встреч. Девиз компании Ingka Centres, который меня восхищает и вдохновляет – менять к лучшему жизнь других людей. В этом, на мой взгляд, и заключается секрет успеха бизнеса. Мы стараемся на уровне нашего рынка реализовывать эту идею», - воодушевленно начала эфир Айше Агекян. Управляющая торговым центром МЕГА Екатеринбург подчеркнула важность «отталкиваться» от гостей, их желаний и предпочтений, выстаивать на основе этого «гипотезу» и проверять ее с горожанами.



— Как удается сохранять лидирующие позиции?

— Первое, что я сделала, приступив к обязанностям – начала **изучать конкурентную среду**. Екатеринбург – самый компактный «миллионник»: по пути в МГУ вы минуете 5-6 торговых центров, город очень насыщен торговыми площадями. Если бы мы в такой среде предлагали то же самое, что и другие – мы бы ничем не выделялись на таком количестве квадратных метров торговой недвижимости на душу населения. Даже у магазинов формата «у дома» очень достойный набор арендаторов. Так как стратегия нашей компании – трансформировать торговые центры в пространства для встреч, мы смогли предложить посетителям нечто большее, в каком-то смысле даже опережать их пожелания. Ведь гости с каждым годом становятся все более требовательными, а мы должны соответствовать этим требованиям. **Необходимо соревноваться с тем, какой ты был вчера**, опережать тренды и всегда интересоваться, чего хотят гости.

Мы провели **исследование**: вышли к горожанам узнать, что является их главной потребностью, чего они ожидают от общественного пространства. В Екатеринбурге основной потребностью горожан оказалась необходимость восполнения энергии. Ничего удивительного – город промышленный, много фабрик и заводов, мало солнечных дней.



Людам необходимо восполнять затраченную энергию, ощущать хорошее отношение к себе, получать опыт и социализацию. Они хотят удивляться и получать нечто неожиданное. Поэтому мы с командой делаем все возможное, чтобы наши посетители могли получить все это на достойном уровне.

— **Что посоветуете коллегам, которые хотят открыть торговый центр? На что следует обратить внимание?**

— Мне часто задают этот вопрос, и все ожидают получить супер-рецепты. А, на мой взгляд, это достаточно очевидные вещи:

Принцип №1: всегда следуйте за потребностями гостя. Узнайте, что ему нужно и чего он хочет. Мы в компании стали использовать практику выходить и говорить с посетителями. Делайте это чаще и наблюдайте – тогда все станет понятно.

Принцип №2: меняйтесь. Первый путь к краху - не меняться и быть статичным. В тот момент, когда мы становимся довольны собой, сразу начинаем стагнировать. Всегда работайте как в кризис, чтобы он вас не застал, и старайтесь смотреть на несколько шагов вперед.

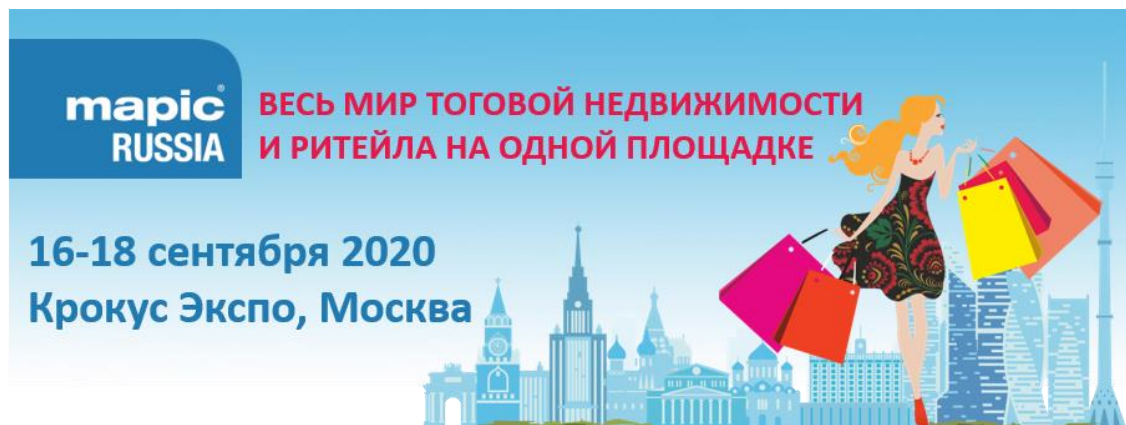
Например, мы открыли новый потрясающий парк международного уровня. Этот парк стал самой инстаграмной локацией прошлого года. Но мы на этом не остановились и вносим огромное количество дополнений: арт-объекты, мероприятия, элементы инклюзивности.

Принцип №3: будьте честными по отношению к себе. Один из ключевых элементов – знать свои сильные и слабые стороны. Если умело оперировать своими навыками и поработать над собственными потенциалами – успех гарантирован!

Принцип №4: используйте фишки! Очень важно показать ваше преимущество – почему среди прочих равных должны выбрать именно вас и чем вы удивите гостей. Мы внедряем по одному новому сервису в месяц по плану, который составлен минимум на 5 лет вперед. Важно отслеживать, какие тенденции есть в мире, какие начинает задавать Россия. Важно понимать свое УТП, которое четко считывается в вашей внутренней и внешней коммуникации. Гости тоже должны видеть ваши преимущества.

Принцип №5: ставки на лояльность. В основе бизнеса лежит желание удовлетворить потребности клиентов, реализовать их мечты, предоставить гостю комфорт и радостные эмоции. Если все эти составляющие гость получает – взамен он дарит лояльность. Именно от лояльности зависит, какими будут результаты работы центра.

— **Каким должен быть руководитель и что лежит в основе работы с людьми?**

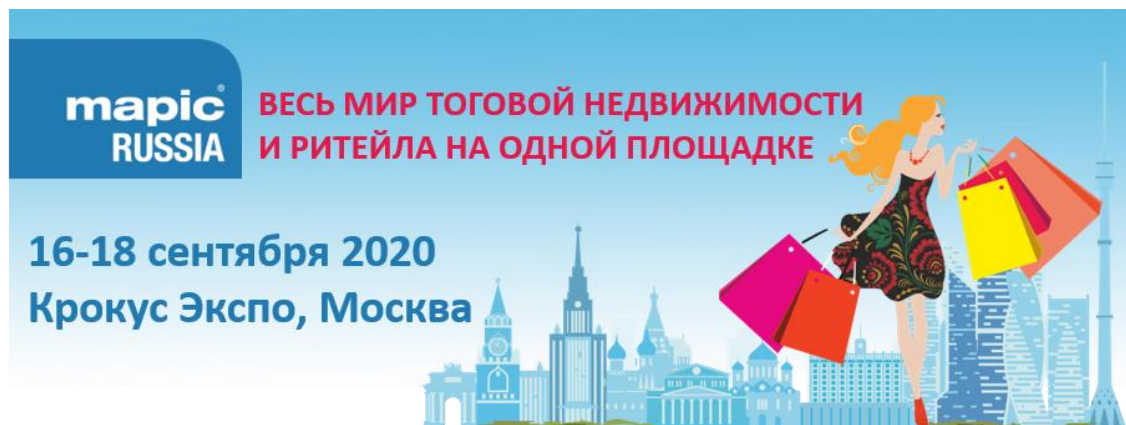


— Благодаря своим руководителям я научилась очень важному умению: определять, есть ли у тебя **доказанный успех**: проекты, которые нравятся, реализованные KPI, рост сотрудников. Никто из нас не рождается готовым руководителем. Я недавно написала пост в Instagram, в котором поблагодарила всех причастных к моему становлению как руководителя.



Я пробовала разные типы руководства: от тотального контроля до мягкого коучинга и пришла к балансу между этими стилями. **Важен индивидуальный подход к каждому человеку.** У нас в компании мы всех сотрудников делим на три категории: «новички», «опытные» и «старшие». «Новичкам» в последнюю очередь нужен коучинг, им нужны четкие директивы и человек, к которому он приставлен. Опытный сотрудник уже хорошо знает свои обязанности и вполне самостоятелен в принятии оперативных решений. Для «старших» забота должна быть минимальной, на этом этапе сотрудник уже сам является экспертом и может обучать других. Эти промежутки в каждом периоде у каждого сотрудника индивидуальны, и руководителю важно **обладать искусством вовремя подмечать эти этапы.**

Все уровни глубоко индивидуальны, и я уверена: с определенного этапа начинает работать свобода. Чем больше свободы у сотрудника, тем быстрее он может развиваться. Очень важно увидеть талант в сотруднике и сделать все возможное, чтобы этот талант прорвался наружу. Поставьте его на такой участок работы, который его максимально раскроет. Сам сотрудник может не видеть и не понимать свои возможности и преимущества. Мы в



компании постоянно беседуем по результатам работы и обязательно **проговариваем позитивные моменты**, отмечаем достижения и успехи.

Политика нашей компании – **talent approach**. Каждый человек талантлив, и мы создаем такую атмосферу, чтобы эти таланты блистали. Мне очень импонирует практика команд, созданных под реализацию конкретного проекта. Такие команды часто собираются из обычных сотрудников и здесь нет боссов. Будучи поставленными на один уровень, сотрудники принимают решения самостоятельно, договариваются и приходят к конкретным результатам. **Участие в проектной деятельности очень развивает людей.**

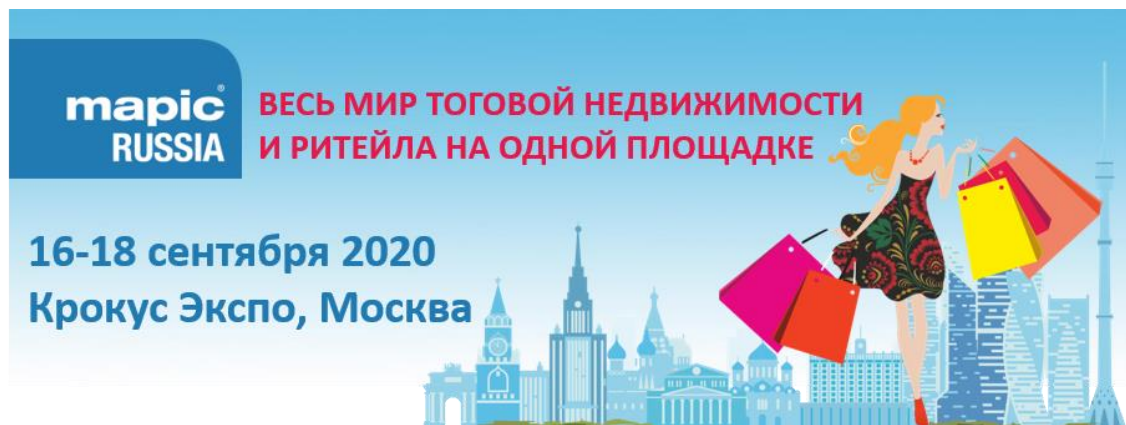
Если говорить о недавнем времени «удалёнки», очень важно каждому сотруднику определить свой участок работы и постоянно быть на связи. Люди должны чувствовать, что их помнят, о них знают и интересуются, как у них дела. Во время таких звонков каждый рассказывает, что он делает. Это помогает предотвратить информационный вакуум. Ведь отсутствие коммуникации – главная проблема. А в режиме удаленной работы это вдвойне важно. Руководителю необходимо транслировать настрой и вдохновлять свою команду. Только от нас зависит, раскроем мы человека или нет. **Самая большая ответственность перед твоей командой - какой она станет.**

— **Как сейчас складывается коммуникация с вашими арендаторами? Как взаимодействуете с другими ТРЦ и органами власти?**

— Как я уже выше подчеркивала, как в кризис нужно работать всегда. Мы выстраиваем отношения с арендаторами на постоянной основе: всегда с ними на связи, проводим регулярные встречи и, что очень важно – поддерживаем. Никогда проблема арендатора не будет только его проблемой. Я очень горжусь своей компанией, что мы смогли освободить наших арендаторов от арендных платежей в этот непростой период. Кризис – это неясность, непонимание, что будет завтра, страх. Наша задача в такой ситуации – транслировать спокойствие и оптимизм. На встречи с арендаторами мы всегда приглашаем спикеров, которые делятся опытом, мечтами и планами. Очень важно говорить о будущем. Мы и до пандемии регулярно общались с нашими арендаторами, но, как мне кажется, этот сложный период сделал нас ближе.

Я сторонник дружеских отношений с конкурентами, и это не только торговые центры. Так как мы позиционируем себя как пространство для встреч, то смотрим на другие общественные пространства: Ельцин Центр, выставочные пространства, объекты просветительно-культурной деятельности. Мы открыты к коллаборациям и кросс-промо. В этой непростой ситуации **объединились все ТЦ – это большое преимущество нашего времени.**

— **Какие у МЕГИ планы на будущее?**



— В первую очередь, это **развитие социально-ответственного бизнеса**. Как мы знаем, есть три большие силы: власть, сообщества и бизнес. У всех этих сил есть точка соприкосновения – сделать город лучше. Но очень сложно посадить их за один стол и договориться, поэтому мы взяли на себя эту роль. Начали с сообществ города; сюда входят самые неравнодушные горожане, которые хотят изменить город к лучшему. Часто им не хватает поддержки и возможности быть услышанными. Мы даем сообществам площадку и ту самую возможность быть услышанными, предоставляем аудиторию и делимся компетенциями.

Мы уже имеем репутацию социально-ответственного бизнеса, следующим шагом для нас станет **организация комьюнити-центра для местных сообществ**. Здесь будут располагаться коворкинги, студии звукозаписи и пространства для проведения различных мастер-классов. Все пространство будет инклюзивным – все наши мероприятия направлены на то, чтобы инклюзии не боялись.



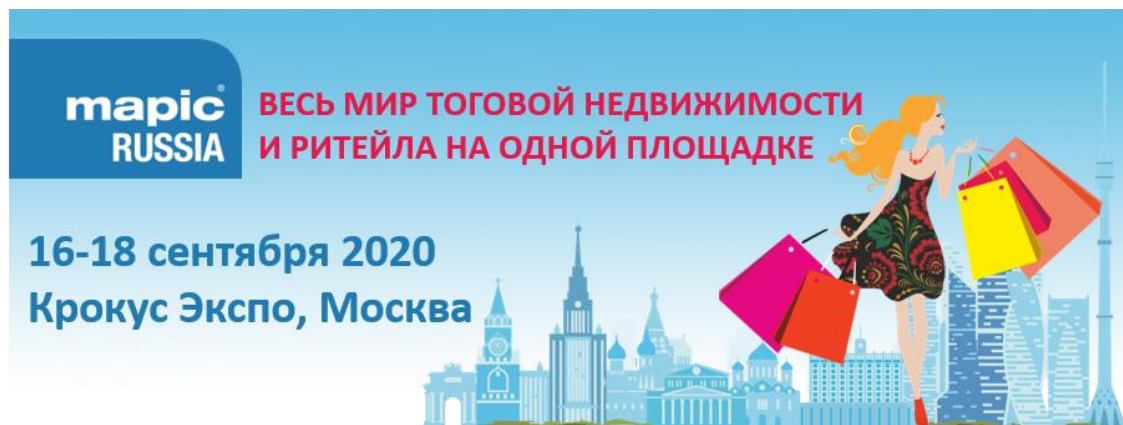
К слову, о расширении своей аудитории: скоро завершится строительство **скейтпарка** для молодежи, это потрясающий проект! Мой пост про его открытие побил все рекорды. **Ребята показывают, как важно, что их услышали**. Сейчас мы на постоянной основе взаимодействуем с молодежью.

Также мы хотим построить беспрецедентный проект – **экологический центр** общероссийского уровня. Это будет выставочный и образовательный центр, а также расширенный пункт приема вторсырья. Мы не ставим себе задачу быть единственной такой локацией. Мы хотим показать пример, что это возможно, и поделиться опытом. Наша задача – задавать прогрессивные тренды, чтобы другие их подхватывали и реализовывали.

Важно помнить: как бы ты ни был хорош, всегда есть следующий шаг, чтобы реализовать себя и стать лучше!

Узнать, какие вопросы интересовали слушателей и ответы на них, вы можете в [Instagram-аккаунте выставки MAPIC Russia](#). А уже 16-18 сентября лидеры индустрии будут ждать вас на выставке и форуме [MAPIC Russia](#), чтобы обсудить и выработать актуальные стратегии развития.

Будущее индустрии – в наших руках! Сделайте первый шаг уже сейчас – пройдите онлайн-регистрацию и [получите бейдж посетителя](#).



До встречи 16-18 сентября в Крокус Экспо!

СПРАВКА



MAPIC Russia – главное событие для профессионалов рынка торговой недвижимости в России и СНГ. Выставка проводится ежегодно в апреле. В рамках мероприятия также организована Конференция по торговой недвижимости и ритейлу, традиционно собирающая специалистов отрасли со всего мира. В 2018 году выставка официально сменила название на MAPIC Russia, тем самым завершая процесс присоединения к мероприятиям бренда MAPIC.

<https://www.mapic-russia.ru/>

Организатор:

Reed Exhibitions – ведущая международная компания в сфере организации мероприятий. Проекты компании сочетают преимущества личных встреч и цифровые продукты, благодаря которым клиенты держат руку на пульсе изменений рынков, находят выгодные предложения по закупкам продукции, и взаимодействуют друг с другом на более 500 мероприятиях в 30 странах и 43 секторах экономики, где собираются более 7 миллионов участников.

Наши мероприятия, организованные 35 международными офисами, развивают отраслевую экспертизу, технологии и способы использования данных, чтобы наши клиенты могли конвертировать свои бизнес-возможности в миллиарды долларов выручки, развивая локальные и национальные экономики по всему миру.

Reed Exhibitions является частью **RELX** – ведущего поставщика информации и аналитики для профессиональных и бизнес-сообществ самых разных отраслей.

Контакт для прессы:

Вероника Кныш

Менеджер по маркетингу

veronika.knysh@reedexpo.ru

+7 495 937 6861 доб. 102 | +7 926 525 8891