

Ruller inn en helt ny reklamekanal på kjøpesentrene

Som første kjøpesenterkjede i Norge ruller Sektor Eiendomsutvikling ut egne spesialutviklede handlevogner på alle sine 26 sentre – og åpner samtidig opp en ny reklamekanal som på to uker kan nå to millioner handleklare kunder.

-Vognene er langt mindre enn de tradisjonelle handlevognene vi finner i dagligvarebutikkene, og dermed langt lettere å manøvrere i alt fra klesbutikker til helsekostforretninger og serveringsområder. På håndtaket har vi laget en reklameflate som vi kan tilby både eksisterende leietakere og andre, som dermed treffer en særlig attraktiv målgruppe – personer som allerede er ute for å handle, sier markedsdirektør Marianne Mazarino Håkonsen i Sektor Eiendomsutvikling.

Annonsører dobler omsetning

Den nye reklameflaten kompletterer kanalen **Huset som Medie** som Sektor Eiendomsutvikling utviklet for alle sine sentre i 2009. Huset som Medie tilbyr markedsflatene og markeds plassene i kjøpesenteret til annonsering og promotering, og kan samkjøres til å gjelde så mange Sektor-sentre annonsørene ønsker.

Store leietakere som Lindex, Netcom og Dressmann, som flere ganger har benyttet denne kanalen, har opplevd sterke resultater i løpet av kampanjeperiodene på to uker. Første kampanjeuke opplever annonsørene som regel moderat salgsøkning, mens kampanjeuke to ofte dobler omsetningen på kampanjevarene.

Vi har i samarbeid med Tns gallup kjørt effektmålinger som måler tre variabler, generell oppmerksomhet som i snitt ligger over 49 %, uhjulpen oppmerksomhet som ligger rundt 32 %, og hjulpen oppmerksomhet som ligger mellom 42 og 55 %. Dette er målinger vi er godt fornøyd med, som bekrefter at selve kanalen er attraktiv. Lindex nådde 50 % større salgsøkning av kampanjekategorien sammenlignet med året før. Cubus nådde hele 280 % salgsøkning av kampanjeproduktet, sammenlignet med andre Cubus butikker.

– Vi ser da også på omsetningen i de butikkene som omfattes av kampanjene i de aktuelle kjøpesentrene, at en økning også er vanlig i ukene etter at kampanjen er gjennomført. Vi har hatt både eksisterende leietakere og eksterne aktører blant de som har kjøpt annonseplass, og særlig bra er resultatene for de som leier butikklokaler hvor Huset som Medie blir en kompletterende kanal. Kanalen treffer kundene mens de bokstavelig talt står på dørterskelen med lommeboka i hånda, sier Håkonsen.

Tjener på forlenget oppholdstid

Det er Cart Media som har utviklet handlevognene sammen med Sektor Eiendomsutvikling, og som har fått i oppdrag å selge de nye reklameflatene. Gjennom sommeren er vognene blitt testet på Kuben senter i Hønefoss, Kremmertorget i Elverum og Trekanten i Asker med svært gode tilbakemeldinger fra kundene.

For sentrene vil handlevognene dessuten kunne forlenge kundenes oppholdstid som er vesentlig for omsetningen. Mens man i dag må avslutte handelen eller ta en tur ut i parkeringshuset når man har handlet så mye som man greier å bære, kan man nå bare trille videre, sier markedsdirektør Marianne Mazarino Håkonsen i Sektor Eiendomsutvikling.

For mer informasjon, vær vennlig og kontakt:

Marianne Mazariono Håkonsen, markedsdirektør

Tlf: 95 14 30 05

E-post: marianne.haakonsen@sektor.no

Om Sektor Eiendomsutvikling:

Sektor Eiendomsutvikling AS er ledende innen forvaltning, utvikling og markedsføring av kjøpesentre i Norge. I samarbeid med våre leietakere skaper vi gode handleopplevelser for våre kunder som igjen skaper merverdier for våre eiere og oppdragsgivere. Sektor Eiendomsutvikling AS har en portefølje på 26 kjøpesentre i Norge. Den samlede senteromsetningen for 2012 er budsjettert til kr 15,7 mrd.