

Strona ta wykorzystuje pliki cookie. Korzystając z niej wyrażasz zgodę na używanie ich zgodnie z ustawieniami Twojej przeglądarki. Więcej informacji możesz znaleźć w naszym [Regulaminie](#).



GALERIEHANDLOWE.PL
GALERIA WIEDZY O CENTRACH HANDLOWYCH

O nas Reklama Klienci Referencje Patronat Kontakt



WYDARZENIA
w centrach handlowych
z Twojego miasta



KATALOG
Centra Handlowe
w budowie 2012 - 2015



MIESIĘCZNIK
najlepsze źródło informacji
dla centrów i sieci handlowych

Wyszukiwanie treści

Słowo o kluczowe

Wyszukiwanie centrum

Wpisz nazwę miasta

Wyszukiwanie sklepu

Wpisz nazwę centrum

Wyszukiwanie produktu

Kategoria



dodaj centrum

dodaj sklep

odwiedź nas na:



Kalendarz wydarzeń

Kolekcje

Aktualności

Aktualności B2B

Wywiady

Filmy

Promocje w sklepach

Kupony rabatowe

Mapa Centrów Handlowych

Centra handlowe w Polsce

Powierzchnie do wynajęcia

Giełda pracy

Centra w budowie

Deweloperzy i zarządcy

Franchising

Katalog firm

Minione wydarzenia

Gazetki promocyjne

Produkty

TOP 100 Galerii

Dodaj wizytówkę

Aby otrzymywać informacje o promocjach i nowościach w centrach handlowych wpisz swój e-mail.

[dodaj / usuń](#)

Centrum tygodnia

Wywiady

wrót

Edyta Bystra, Bolesławiec City Center: Zależy nam na stałym feedbacku ze strony najemców

2013-03-20 09:25:49



Kiedy 3 miesiące temu w 40-tysięcznym mieście Bolesławiec została otwarta galeria Bolesławiec City Center nikt nie miał wątpliwości, że będzie ona ogromnym sukcesem. Potwierdzeniem tego faktu jest ciągle rosnąca frekwencja, która z końcem lutego br. wyniosła 568 734 tys. klientów. O zasięgu oddziaływania obiektu, multifunktionalności opowiedziała Edyta Bystra, kierownik projektu Antan Development Polska.

Galerię Bolesławiec City Center w okresie od 22.11.2012 do 28.02.2013 BCC odwiedziło 568 734 klientów. Ten wynik zdecydowanie przekracza nasze wcześniejsze założenia. Przypomnijmy, że podczas weekendu otwarcia frekwencja wyniosła 60 tys. odwiedzających. Proszę pamiętać, że Bolesławiec to niewielkie, 40-tysięczne miasto. Dlatego też uznajemy przytoczone liczby jako ewidentne potwierdzenie naszych założeń biznesowych. Poza tym odczuwamy satysfakcję, iż BCC zdobyło sobie w tak krótkim czasie tak dużą liczbę wiernych klientów.

Naszym targetem są przede wszystkim mieszkańcy Bolesławca, ale również mieszkańcy Gminy i Powiatu bolesławieckiego. Klientami BCC są mieszkańcy takich okolicznych miejscowości, jak Lwówek Śląski, Lubań i Złotoryja, Chojnów, Gromadka, Krzyżowa. Nie brakuje również gości, z zagranicy - turystów z Niemiec i Holandii, a także naszych Rodaków pracujących i mieszkających w Niemczech. Dzieje się tak za sprawą tego, iż BCC nie odbiega swoją ofertą i jakością oferowanych produktów modowych czy spożywczych od europejskich sklepów, gwarantując jednocześnie znacznie niższe, aniżeli w EUR-u u naszych sąsiadów.

W BCC udało nam się połączyć silne marki krajowe z ofertą lokalnych przedsiębiorców.

Polecamy



Wiedza z pierwszej ręki na VII Kongresie Facility Management

Stadion Narodowy, zintegrowane centra komunikacyjne PKP, pierwszy polski biurowy ...

- o [Wiedza z pierwszej ręki na VII Kongresie Facility Management](#)
- o [7.11. odbędzie się V Kongres Wyposażenia Wnetrz](#)
- o [Magazyn Galerii Handlowe - październik 2013](#)
- o [5. Kongres Mody już 10 października](#)
- o [Rusza 42. edycja akcji „Zadbaj o swoje serce”](#)
- o [CENTRA HANDLOWE W](#)



Dom Handlowy Renoma



**PROMOCJE
DLA
KAŻDEGO!!!
i raty 40x0%**



Przypomnijmy, że oprócz takich sklepów, jak Reserved, Mohito, House, Pepco, POLOmarket, CCC czy Rossmann, znajdziemy również butiki takie jak: Victoriy - dynamicznie rozwijającą się sieć oferującą bieliznę, sklep z biżuterią WIKO, lokalną cukiernię FURTAk, salony odzieżowe Joy Fashion, RG-512, Avalon, sklep z butami dla dzieci Mała Myszka, a także sklep z e-papierosami, salon prasowy Kolportera czy też placówkę Banku BNP Paribas. W Galerii funkcjonuje również apteka. Ostatnio umowę podpisała Firma Słomiński.

Naszym celem było zróżnicowanie oferty centrum, którą zaadresowaliśmy do różnych grup docelowych. Poza zakupami w naszych sklepach z odzieżą, obuwiem, kosmetykami, artykułami spożywczymi itd., klienci mogą w przyjemnej atmosferze spędzić czas przy dobrej kawie i ciastku w cukierni, mogą uczestniczyć w eventach organizowanych okazjnie przez naszą agencję marketingową, mogą skorzystać z umieszczonego na pasażu przy wejściu głównym punktu informacji (interaktywnego infokiosku) o mieście Bolesławiec oraz z darmowego WiFi. Na parterze zlokalizowane są również bankomat i wplatomat sieci Euronet oraz oddział banku BNP Paribas. Od kwietnia 2013 r. klienci BCC będą mogli również zjeść ciepły posiłek w części gastronomicznej sklepu mięsnego Firmy Słomiński.

3. pierwsze miesiące działalności BCC obfitowały w wydarzenia z udziałem gwiazd - koncerty B1By i Ani Kłys - gwiazd X-Factora, występ Zespołu Bayer Full, a także eventy okolicznościowe związane z Mikołajkami, Walentynkami, czy też szybkie akcje promocyjne np. z okazji Trzeciego Czwartku, które rozpropagowaliśmy jedynie w internecie. Zależy nam na tym, aby oferta centrum, jak również akcje promocyjne były planowane zgodnie z zasadą "dla każdego coś milego" - dlatego też w najbliższym czasie organizujemy weekend zdrowia, weekend dla rodzin z dziećmi, konkurs na twarz galerii...

Mamy nadzieję, że nasze hasło promocyjne BCC to "Serce Miasta - Centrum wydarzeń" odzwierciedla charakter naszej działalności i jego najmocniejsze strony. Na dzień dzisiejszy jesteśmy jedynym centrum handlowym w okolicy, którego oferta oraz estetyka nie odbiega od najlepszych wzorców obiektów handlowych zlokalizowanych w większych miastach.

Założenia dotyczące odwiedzalności i obrotów zostały przekroczone. Dane, które obserwujemy zaprzeczają tendencjom ogólnopolskim i wydaje się, że przynajmniej do tej pory obserwowany kryzys i spadki indeksu footfall omijają Bolesławiec. Sprzedaż na poziomie powyżej 1.000-2.000 zł/mkw. sięgające w szczycie nawet 3.000 zł/mkw. to wyniki, które zdecydowanie przekraczają średnie wartości dla centrów handlowych w Polsce. Mimo to, iż nasze centrum jest 3-poziomowe, to obroty osiągnięte na każdym z pięter są podobne. BCC w pozytywnym sensie odróżnia się od innych obiektów tego typu, w których najemcy zlokalizowani na innych aniżeli parter kondygnacjach osiągają gorsze wyniki sprzedaży. I jeszcze jedna bardzo istotna informacja: ze względu na silne zapotrzebowanie na miejsca noclegowe w najbliższym czasie zaskoczymy mieszkańców Bolesławca nową koncepcją w naszym centrum - niewielkim hotelem, w dobrym standardzie. Nasz obiekt powstał na miejscu hotelu PIAST, który funkcjonował kilkadziesiąt lat i jest duży nacisk na przywrócenie tego typu usług właśnie w tym miejscu.

Zależy nam na stałym feedbacku ze strony najemców. W 90% opinie są pozytywne. Raz w miesiącu przeprowadzane są spotkania z każdym z Najemców, podczas których przekazują nam swoje opinie i uwagi. Pierwsze miesiące funkcjonowania oceniane są jako bardzo zadowolające: obroty na wysokim poziomie, brak zastrzeżeń co do lokalizacji sklepów, no i oczywiście świetne dane dotyczące frekwencji, która cały czas utrzymuje się na bardzo wysokim poziomie dzięki świetnej lokalizacji BCC w ścisłym centrum Bolesławca, ale również dzięki wyjątkowej ofercie i skutecznej promocji.

Więcej komentarzy:



[Artur Ligęska, Soho Body Spirit: Każda galeria powinna mieć obiekt sportowy](#)

Klub Soho Body Spirit, rozwijany przez firmę Twój Fitness funkcjonuje od stycznia 2013 r. Sportowo-rekreacyjny kompleks, usytuowany w Brwinowie jest ...



[Marek Bazan, Tescoma: Zainteresowanie produktami w wyposażeniu w netrz do kuchni rośnie](#)

Tescoma to marka sprzedająca szeroki wybór w wyposażeniu kuchennego. Od



[Ewelina Bogacz, Cload: Konkurencja na rynku modowym jest bardzo duża i stawia wysoko poprzeczkę](#)

Z końcem maja br., w Gliwicach pojawił się pierwszy salon marki Cload na

[POLSCIE - Wynajem powierzchni handlowych - edycja II](#)

- o [Rusza SMS-owa akcja "Powrót do szkoły" SOS Wioska Dziecięcych](#)
- o [PRCH Retail Awards już 17 października](#)

Produkty



[Magdalena Szczukiewicz, North Food: Konsumenci coraz bardziej przekonują się do jedzenia ryb](#)

North Fish to jedyna sieciowa restauracja, której podstawą menu są ryby. Prężnie



[Anna Jaśkiewicz, Marilyn: Dzięki współpracy z Patrizią Gucci stworzyliśmy coś nowego](#)

Od dawna wiele sieci handlowych w swoich działaniach współpracuje ze



[Alina Jaracz-Paterek, Fitness Academy: Zainteresowanie aktywnością fizyczną rośnie](#)

Fitness Academy to założona w 2008 roku sieć klubów fitness, których misją jest



[Katarzyna Perzowicz, Lofhome: Stawiamy na oryginalność](#)

Marka Lofhome, oferująca klientom dodatki i akcesoria do aranżacji wnętrza, istnieje na polskim rynku od 2011 roku. Asortyment Lofhome jest szeroki, w ...



[Marcin Rosati, Saturn Connect to specjalistyczny format](#)

18 września marka Saturn wprowadziła w Polsce nowy koncept sklepów. Saturn Connect dedykowany jest technologiom mobilnym i akcesoriom. O nowym



[Paweł Niedzwiedz, Samsung Brand Store: Poprawiamy życie globalnej społeczności](#)

Od momentu założenia firmy, jako niewielkiego przedsiębiorstwa eksportowego w