

PRESSEMELDING -Sektor Eiendomsutvikling – Norges nest største kjøpesenterforvalter

Reklamekanal nominert til den GYLDNE IDÉ-kjøpesenterbransjens egen pris

Reklamekanalen Huset som Medie ble utviklet Sektor Eiendomsutvikling for alle sine sentre gjennom året 2009. Siden da har selskapet kunnet tilby markedsflater og markeds plasser i kjøpesentrene til annonsering og promotering. Dette kan samkjøres til å gjelde så mange Sektor-sentre annonsørene ønsker.

-Vår gyldne idé den gang i 2009, var å øke omsetningen til våre leietakere, det var som kjent et år med mange nye utfordringer i kjøpesenterbransjen, som følge av finanskrisen. Vi så raskt at dette kunne utvikles og vi har hatt stor tro på produktet hele tiden, sier markedsdirektør Marianne Mazarino Håkonsen. Når vi nå er nominert til NCSC sin pris DEN GYLDNE IDÉ, tar vi det som en bekræftelse på at tok innovative grep i en utfordrende tid.

Juryens begrunnelse;

Profilering av leietakerne på et senter bør være en selvfølge, men Sektor Eiendomsutvikling har satt dette i system, og har meget god dokumentasjon på at det virker. Super måte å benytte seg av ledige flater i senteret som i utgangspunktet er død kapital. Man kan i tillegg øke inntektene til senteret, og ikke minst muligheter for lokale butikker å få ekstra synlighet i perioder i senteret.

Våre store leietakere som Lindex, Netcom og Dressmann, har flere ganger benyttet denne kanalen, har opplevd sterke resultater i løpet av kampanjeperiodene på to uker. Lindex nådde 50 % større salgsøkning av kampanjekategorien sammenlignet med året før. Cubus nådde hele 280 % salgsøkning av kampanjeproduktet, sammenlignet med andre Cubus-butikker.

-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.

– Det er like viktig for oss å følge omsetningen i de butikkene som omfattes av kampanjene i de aktuelle kjøpesentrene. 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 da Huset som Medie blir en kompletterende kanal. Kanalen treffer kundene mens de bokstavelig talt står på dørterskelen med lommeboka i hånda, sier Håkonsen.

For mer informasjon, vær vennlig og kontakt:

Markedsdirektør, Marianne Mazariono Håkonsen

Tlf. 95 14 30 05 - e-post: marianne.haakonsen@sektor.no

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.