

Klif

Klif to marka wyjątkowych centrów handlowych, obecnych w Polsce od połowy lat 90. Jej misją jest dostarczenie klientom produktów i usług najwyższej jakości, w szczególnej – bo kameralnej i eleganckiej – atmosferze. Kompleksowość, prestiż i dbałość o detale to słowa klucze idealnie oddające ducha marki od samego początku jej funkcjonowania na polskim rynku. Centra Handlowe Klif skupiają pod swoim dachem cenione marki premium.



Klif Gdynia



Klif Warszawa – wizualizacja fasady



Oferta i wartości

Marka Klif oferuje swoim klientom możliwość dokonywania zakupów w butikach znanych międzynarodowych i polskich marek modowych w komfortowej i kameralnej atmosferze. Dzięki starannie wyselekcjonowanej grupie najemców, w Centrach Handlowych Klif nawet najbardziej wymagający klient znajdzie wyjątkowe, często niespotykane nigdzie indziej produkty. Mając na uwadze wysublimowane gusta odwiedzających Klif klientów, marka dba o najwyższy poziom oferowanych produktów i usług, tak, aby spełniać ich oczekiwania.

Bardzo dobre i świetnie skomunikowane z miastem lokalizacje są kolejnym czynnikiem, który leży u podstaw sukcesu Centrów Handlowych Klif. Dzięki dobrej współpracy z najemcami, marce udało się stworzyć przyjazną i elegancką przestrzeń, nie tylko komercyjną, ale i publiczną, w której ludzie po prostu lubią przebywać.

Potwierzeniem tego, jak silną marką na polskim rynku jest Klif, są międzynarodowe, ekskluzywne brandy, które nam zaufały. Wśród nich warto wymienić firmy Pollini, Max Mara, Escada Sport, Furla, Guess, Liu Jo, Patrizia

Pepe oraz Gant, który otworzył pierwszy salon w Polsce w Klifie Warszawa, czy Karen Millen, która otworzyła swój pierwszy polski salon właśnie w Klifie Gdynia.

Innowacje i promocje

Utrzymywanie wysokiej jakości oferowanych produktów i usług możliwe jest dzięki nieustannej aktywności i ciągłemu rozwijaniu firmy. Marka Klif dbając zarówno o obecnych, jak i potencjalnych klientów, regularnie zmienia i uatrakcyjnienia swoją ofertę.

Sukces zapewniły i wciąż zapewniają jej m.in.: rozbudowa Klifu Gdynia, rekomercjalizacja i przebudowa Klifu Warszawa, regularne modernizacje i usprawnienia czy wprowadzanie wciąż nowych rozwiązań w zakresie aktywności marketingowych, które służą nie tylko zwiększaniu satysfakcji klientów, ale także najemców sklepów.

Latem 2012 planowane jest odświeżenie wizerunku Klifu Warszawa. Metamorfozę przejdzie zarówno elewacja budynku – nad projektem i realizacją czuwa grupa ekspertów z warszawskiej pracowni architektonicznej Grupa a5, jak

również wnętrze, którego przemianą zajmą się projektanci z firmy BOSE International. Efekty będzie można podziwiać od jesieni 2012 roku.

Centra Handlowe Klif to miejsca wyjątkowe. W odróżnieniu od innych centrów, charakteryzuje je chociażby kameralna atmosfera. Zarówno warszawski jak i gdyński Klif skupia najlepsze marki ze średniej i wysokiej półki.

Obecne tu butiki dbają o najwyższy standard obsługi, a zarządzający marką Klif regularnie wymyślają i wprowadzają w życie nowe, atrakcyjne aktywności dla klientów. Klif pracuje także nad jakością infrastruktury Centrów oraz stale udoskonala i rozwija programy lojalnościowe dla swoich klientów.

To, czego nie wiedziałeś

Nazwa Klif wyłoniona została w konkursie rozpisany jeszcze przed otwarciem gdyńskiego Klifu na łamach „Dziennika Bałtyckiego” i nawiązuje do skalistego brzegu morskiego, który znajduje się zaledwie 1 500 metrów od gdyńskiego Klifu. To jeden z najbardziej charakterystycznych krajobrazów Polski i Bałtyku.



Marka wykorzystuje liczne kanały komunikacji ze środowiskiem zewnętrznym, wśród nich są m.in.: kampanie zasięgowe ATL (internet, radio prasa), liczne, atrakcyjne eventy wspierające sprzedaż, np. nocne zakupy dla stałych klientów, redakcję wysokonakładowego ekskluzywnego „Magazynu Mody Klif” i artykuły modowe dostępne na stronie internetowej www.klif.pl. Centrum Handlowe Klif prowadzi także zintegrowane działania marketingowe oraz PR i ePR.

Od kwietnia 2012 roku Magazyn Mody Klif dostępny jest dla użytkowników iPadów i tabletek z systemem Android.

reklamy i branding, a w ostatniej edycji także przez konsumentów. Centra Handlowe Klif są jedynymi centrami handlowymi w historii, które otrzymały tę nagrodę.

Klif Warszawa został wyróżniony także nagrodą Grand Prix w rankingu Shopping Center Forum & Awards 2009, jako najlepsze centrum handlowe w Polsce. Jury doceniło wyjątkowy, selektywny dobór najemców, nowoczesny i ekskluzywny design, wysoką funkcjonalność Centrów, ich innowacyjność, lokalizację oraz działania z zakresu marketingu i PR-u.

Klif Gdynia w 2012 roku zdobył wyróżnienie w konkursie Polskiej Rady Centrów Handlowych za jedną z najlepszych wizerunkowych kampanii marketingowych roku.

Kolejnym wyróżnieniem, którym może poszczycić się marka są Srebrne Szpalty 2010 dla „Magazynu Mody Klif”.

Wszystkie wyróżnienia, jakie marka otrzymała ze strony najemców, wyrażone m.in. poprzez wysoką pozycję Klifu w rankingu stworzonym przez Pentor Research International na zlecenie Forum Najemców, to rezultaty wieloletniej pracy. Marka Klif zajmuje czołowe miejsce w pierwszym rankingu polskich centrów handlowych realizowanym na zlecenie wspomnianego Forum Najemców.

Ambicją marki Klif jest dalsze umacnianie pozycji lidera wśród centrów handlowych w Polsce, ulepszenie unikalnej oferty oraz zwiększanie jakości obsługi i komfortu zakupów.

To, czego nie wiedziałeś

Gdyński Klif miał również swoje „drugie” otwarcie, które odbyło się prawie dwa tygodnie po inauguracji dla klientów. W dniu 16 października 1996 roku uroczystość przecięcia wstęgi uświetniła swoją obecnością Królowa Norwegii Sonia wraz z licznymi damami dworu.

Osiągnięcia i perspektywy

Najcenniejszymi nagrodami, którymi dwukrotnie wyróżniono markę Klif, jako jeden z najsilniejszych polskich brandów, są Superbrands Polska, przyznawane przez ekspertów marketingu,



Klif Gdynia

Historia marki

► **Październik 1996:** otwarcie Centrum Handlowego Klif Gdynia, jednego z pierwszych centrów handlowych w Polsce

► **Marzec 1999:** Centrum Handlowe Klif Warszawa przywitało swoich Klientów, jako jedna z pierwszych galerii handlowych w stolicy

► **25 lutego 2008:** ruszyła rozbudowa gdyńskiego Klifu. Nadzrędnym celem inwestycji było poszerzenie oferty o nowe prestiżowe marki wraz z unowocześnieniem architektury i wystroju wnętrz, przy zachowaniu dotychczasowej atmosfery centrum handlowego

► **Kwiecień 2012:** lifestyle’owy, ekskluzywny „Magazyn Mody Klif” jest dostępny dla użytkowników iPadów i tabletek z systemem Android

Powody do dumy

Centrum Handlowe Klif Gdynia, świętujące niedawno 15-lecie swojego istnienia, zdobyło wyróżnienie w konkursie Polskiej Rady Centrów Handlowych, za jedną z najlepszych wizerunkowych kampanii marketingowych roku.

Kampanie Klifu to przede wszystkim sesje modowe i zdjęcia wykonane przez najlepszych polskich fotografów i stylistów mody. Dla marki Klif fotografowali m.in. Krzysztof Opaliński oraz Iza Grzybowska.

Aby dotrzeć do jak najszerszej grupy docelowej, kampanie Centrów Handlowych Klif opierają się głównie na mediach zewnętrznych. Uzupełnieniem tego kanału komunikacji są czołowe polskie magazyny life style’owe, o liczącej się pozycji na rynku, takie jak: „Twój Styl”, „Elle” i „Pani”, a także sygnowany przez markę „Magazyn Mody Klif”. Firmie udało się stworzyć spójny wizerunek marki Klif jako kreatora trendów. Kampanie umacniają także silny, modowy charakter brandu.

► www.klif.pl

