



ZAKUPY DOBRZE ZROBIONE

Lata 90. to nie tylko walkmany i Spice Girls, ale też otwarcie pierwszego w Polsce Centrum Handlowego należącego do METRO Group. Późniejsza działalność firmy zaowocowała stworzeniem sieci dziewięciu Centrów Handlowych M1, które zlokalizowane są niemal w całej Polsce. Marka M1 to także niezawodność i nowatorskie podejście do klientów, czego przykładem jest systematyczne wsłuchiwanie się w ich potrzeby i aktywne rozwijanie obszarów, których dotyczą.



Kontekst rynkowy

Gdy w latach 90. wprowadzano sieć do Polski, długo zastanawiano się nad jej nazwą. Obecna prezes zarządu METRO PROPERTIES, Renata Kinde-Czyż, zaproponowała wówczas, aby nazwa centrów nawiązywała do sloganu „number one”, z uwagi na to, że będzie to pierwsza w kraju sieć centrów handlowych. Takie były początki marki M1 – „M” jak METRO Group, „1” jak pierwsza sieć w Polsce. Obecnie rynek centrów handlowych, na którym działa marka M1, wciąż dynamicznie się rozwija. W 2019 roku, zgodnie z danymi PRCH, w Polsce działało blisko 550 obiektów handlowych o powierzchni powyżej 5000 metrów kwadratowych.

Jednym z najsilniejszych graczy na tym rynku jest METRO PROPERTIES, spółka zarządzająca nieruchomościami należącymi do koncernu METRO w obrębie 30 państw. METRO PROPERTIES oferuje wszystkie

usługi z zakresu planowania, budowy i zarządzania obiektami handlowymi, usługowymi i biurowymi. METRO PROPERTIES zarządza obecnie czterema parkami handlowymi, jednym budynkiem biurowym oraz dziewięcioma centrami M1, zlokalizowanymi w miastach liczących powyżej 200 tys. mieszkańców.

Oferta

Centra Handlowe M1 to placówki skupiające pod jednym dachem zarówno sklepy wielkopowierzchniowe, jak i detaliczne oraz punkty usługowe. Centra są systematycznie modernizowane i rozbudowywane, m.in. wyposażone w udogodnienia dla osób z niepełnosprawnością, kobiet karmiących i rodziców z małymi dziećmi. W większości centrów handlowych M1 znajdują się strefy, nazywane Krainą Dzieci, zaaranżowane z myślą o najmłodszych. To specjalnie przygotowane miejsca, w których dostępne są takie atrakcje, jak: baseny

z kulkami, konsole do gier, ścianki wspinaczkowe. Rodzice mają możliwość organizacji dla swoich pociech urodzin lub innych imprez okazjonalnych. Kraina Dzieci to bezpłatne „przedszkole”, w którym na czas zakupów rodzice mogą bezpiecznie zostawić swoje pociechy pod fachową opieką.

Osiągnięcia

W roku 2015 M1 otrzymało Nagrodę Exceptional Growth Story, przyznaną przez Warsaw Business Journal, która podkreśla wyjątkowe tempo rozwoju działalności oraz Nagrodę Premium Brand – Markę Wysokiej Reputacji. W tym samym roku podczas gali PRCH otrzymaliśmy wyróżnienie za organizację dwóch sezonów ESL – ogólnopolskiej ligi sportów komputerowych dzieci i młodzieży. Nagrodę „Dobra Marka, Jakość, Zaufanie, Renoma” w kategorii Centra Handlowe marka M1 zdobyła w 2017. Ten sam rok przynosi także



TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

M1 wspiera życzliwość. W grudniu 2019 roku z inicjatywy M1 rozpoczęto ogólnopolską akcję #bądźżyczliwy. Założeniem tego projektu jest pokazywanie różnych form życzliwości oraz dzielenie się nimi z innymi.

360 775

Tyle osób odwiedziło M1 w 2019 podczas eventów z serii #BitwaTiktokerów.

ISC Solal Marketing Awards – „silver winner” w kategorii „Brand Awareness & (Re)positioning” za cykl akcji „Dance Battle” oraz wyróżnienie w kategorii Wydarzenie Roku w Centrum Handlowym za organizację akcji „M1 Dance Battle” w konkursie zorganizowanym przez Polską Radę Centrów Handlowych. W roku 2019 marka odnawia certyfikat BREEAM In-Use – w zakresie oceny stanu nieruchomości, czyli kategorii Asset Rating cała sieć M1 podniosła swoją ocenę do „Excellent”. W zakresie sposobu zarządzania – wszystkie centra handlowe M1 uzyskały najwyższą możliwą ocenę: „Outstanding”. Jedynie 3 proc. audytowanych budynków osiągnęło tak wysokie wyniki, jest to rekord na skalę europejską. M1 czterokrotnie zostało wyróżnione Laurem Konsumenta oraz dwukrotnie Grand Prix Laur Klienta, wielokrotnie – od roku 2013 – otrzymywało tytuł Superbrands. W 2019 Prezydent Miasta Krakowa wręcza M1 Kraków nagrodę „Miejsce przyjazne rodzinom z dziećmi”, firma otrzymuje PRCH Retail Awards w kategorii „Wydarzenie roku w Centrum Handlowym” PRCH.

M1 działa również na polu dobroczynności: organizuje zbiórki artykułów dla potrzebujących, darmowe konsultacje medyczne, wymianę glukometrów dla chorych na cukrzycę, zbiórki pieniężne przy współpracy z wieloma fundacjami. Przez 3 lata wspólnie z Fundacją Dziecięca Fantazja organizowało największą trasę koncertową w historii branży, pod hasłem „Marzenia z gwiazdami i... z fantazją”. Koncerty odbywały się na terenie centrów handlowych M1 w całej Polsce. Akcja pozwoliła na spełnienie ponad 500 marzeń nieuleczalnie chorych dzieci – podopiecznych Fundacji.

Promocja marki

Jako prekursor na rynku polskich centrów handlowych M1 nieustannie wzbogaca swoją ofertę oraz staje się jeszcze bliższe klientom poprzez pogłębioną analizę ich preferencji i inwestycje, które poprawiają postrzeganie marki. Tzw. „customer experience” to dziedzina, na którą stawiają Centra M1. W ostatnim czasie pobyt w centrum handlowym to już nie tylko zakupy. Klienci oczekują dostarczenia im pewnych wrażeń, które oferują miejsca do spędzenia czasu i zjedzenia posiłku, wydarzenia zorganizowane zarówno dla rodzin z dziećmi, jak i osób zainteresowanych bardzo konkretną tematyką, czy też dostęp do niecodziennych nowości technologicznych. W ostatnim czasie zainicjowano szereg projektów sprawiających, że M1 to także centrum interaktywnej rozrywki, w którym duży nacisk kładzie się na wzbogacanie wizyt o kontakt z najnowszymi osiągnięciami z dziedziny AR i VR. Augmented Reality pozwala na poznawanie otaczającego świata na nowo dzięki dodawaniu do niego interaktywnych elementów widocznych na ekranach smartfonów i tabletów. Przykładem może być ciesząca się ogromną popularnością aplikacja M1 FUN, która doczekała się aż 5 edycji. Dzięki niej gracze mogli wspólnie z głównym bohaterem – Misiem Pierwszym – poznawać świat. Dodatkowo od roku 2018 w M1 można odkrywać technologię Virtual Reality, która polega na dostarczeniu rozrywki w 360 stopniach dzięki specjalnym okularom VR. W roku 2019 na terenie Centrów M1 otwarto dwie przestrzenie zaprojektowane, by cieszyć się tą technologią. W Markach powstało VR City, czyli multimedialne centrum rozrywki, a w Poznaniu klienci mogą poczuć nutę rywalizacji w wirtualnym Escape Roomie – Fun Cube.

HISTORIA MARKI

1997 Zostaje otwarte pierwsze M1 w Czeladzi.

1998 Koncern otwiera M1 Bytom, M1 Poznań oraz M1 Radom.

1999 Do sieci centrów M1 dołączają M1 Marki, M1 Częstochowa, M1 Łódź oraz M1 Zabrze.

2001 Firma otwiera M1 Kraków.

2012 M1 startuje z pierwszą w historii centrów handlowych w Polsce kampanią promocyjną w tele-

wizji ogólnopolskiej; przyjęta wówczas przez M1 strategia wykorzystania telewizji jako kanału komunikacji jest kontynuowana do dziś.

2014 M1 angażuje się w produkcję telewizyjnego programu rozrywkowego „Shopping Queen”.

2015 M1 tworzy pierwszą w Polsce ligę taneczną „M1DanceBattle”.

2018 Unikatowe wydarzenie – M1 Talent Show – jest organizowane we wszystkich Centrach M1;

M1 nie zapomina jednak o innych, bardzo ważnych wartościach, jakimi są działania na rzecz lokalnych społeczności. Przykładem może być pilotażowy projekt Warsztatowo, czyli inicjatywa, dzięki której każdy może nauczyć się, jak majsterkować, dać nowe życie starym meblom, czy uszyć własną eko-torbę. Kolejnym, bardzo ważnym obszarem działań jest wspieranie i wyławianie talentów z różnych dziedzin. #M1TalentShow już kolejny rok daje możliwość pokazania się szerokiej publiczności oraz szansę na wygranie nagrody pieniężnej, a zgłoszenia do kolejnych edycji wysyłane są z całej Polski.

www.zakupyw1.pl



sieć tworzy i rozbudowuje aplikację M1 FUN, zapewniającą rozrywkę klientom centrów.

2018 Rozpoczyna się seria wydarzeń edukacyjno-rozrywkowych: #BitwaTiktokerów i Lekcja Internetu.

2019 Marka kontynuuje i rozwija #M1TalentShow, wdraża w Centrach strefy wirtualnej rozrywki.