



dodaj do ulubionych

Koncepcja wprowadzenia do Polski sieci centrów handlowych zainicjowana została przez koncern METRO Group w latach 90. XX w. Utworzone wówczas M1 było pierwszą taką siecią na polskim rynku. Przez ponad 20 lat działalności M1 ewoluowało, dostosowując swoją ofertę do potrzeb klientów. Wielokrotnie wyznaczało również kierunek działań dla innych podmiotów na rynku. Dziś M1 to marka dynamicznie rozwijających się centrów handlowych, słynących z wielu akcji promocyjnych.



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.

Osiągnięcia

- Międzynarodowa nagroda Solal Marketing Awards 2009, za przeprowadzoną przy współpracy z Fundacją Dziecięca Fantazja kampanię na rzecz nieuleczalnie chorych dzieci.
- Nagroda PRCH Awards 2010 w kategorii Kampania Prosprzedażowa za akcję „Zimowa Loteria w centrach handlowych M1”.
- Certyfikat BREEAM In-Use odnowiony w 2015 roku – w zakresie oceny stanu nieruchomości (Asset Rating), cała sieć M1 podniosła swoją ocenę do poziomu „Excellent”. W zakresie sposobu zarządzania M1 Kraków i M1 Poznań uzyskały najwyższą możliwą ocenę – „Outstanding”.

Pozostałe natomiast utrzymały notę „Excellent”. Jedynie 3% audytowanych budynków osiągnęło tak wysokie wyniki – jest to rekord na skalę europejską.

- Nagroda Premium Brand – Marka Wysokiej Reputacji 2015.
 - Nagroda Exceptional Growth Story 2015 przyznawana przez „Warsaw Business Journal”, która podkreśla wyjątkowe tempo rozwoju.
 - Superbrands Created in Poland 2013/2014, 2014/2015 oraz 2015/2016.
 - Superbrands 2016/2017.
 - Nagroda Top Marka – Laur Konsumenta 2015.
 - Najwyższe wyróżnienie w Polsce dla marketerów centrów handlowych, czyli nagroda PRCH za Kampanię Wizerunkową roku dla programu „Shopping Queen” emitowanego na antenie Polsat i Polsat Cafe.
 - Wyróżnienie podczas tej samej gali PRCH za organizację dwóch sezonów ligi ESL – ogólnopolskiej ligi sportów komputerowych.
- M1 angażuje się również w działalność dobroczynną. Organizuje zbiórki artykułów dla potrzebujących, karmy dla psów w schroniskach, darmowe konsul-

tacje medyczne, wymianę glukometrów dla chorych na cukrzycę, zbiórki pieniężne przy współpracy z wieloma fundacjami. Przez 3 lata wspólnie z Fundacją Dziecięca Fantazja zorganizowano 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.

Oferta

Centra Handlowe M1 to placówki obejmujące zarówno sklepy wielkopowierzchniowe, jak i detaliczne oraz punkty usługowe. W większości M1 znajdują się strefy nazywane Krainą Dzieci, w których na czas zakupów rodzice mogą bezpiecznie zostawić swoje pociechy pod fachową opieką.

Promocja Marki

Marka M1 jest pionierem na rynku centrów handlowych w kwestii wprowadzania innowacyjnych rozwiązań promocyjnych:



OD ZIMY DO WIOSNY

OKAZJE PRZEZ CAŁY ROK

- Od 2001 roku w sieci M1 dwa razy do roku przeprowadzane są akcje promocyjne pod nazwą „Loteria”. Podczas wielkiego finału wyłaniani są laureaci, którzy otrzymują nagrodę główną w postaci wysokiej klasy samochodu osobowego (w każdym centrum handlowym M1 do wygrania jest jeden samochód). Do końca 2016 roku M1 rozdało swoim klientom łącznie 199 samochodów!
- W 2009 roku w ramach przygotowywania strategii komunikacyjnej dla sieci M1 po raz pierwszy na rynku centrów handlowych zastosowane zostały badania biometryczne.
- W latach 2009-2013 centra handlowe M1 wydawały co kwartał dedykowany klientom „Poradnik M1”, w którym

znalazły się praktyczne porady, przepisy kulinarne, najciekawsze stylizacje oraz informacje o zniżkach i rabatach.

- M1 znane jest również z cyklicznych akcji, których głównym celem jest urozmaicenie i uatrakcyjnienie klientom czasu spędzonego na zakupach. Od 8 lat w M1 regularnie organizowane są tzw. „pchle targi”, gdzie klienci mogą znaleźć dzieła sztuki, militaria, antyki, a nawet stare płyty winylowe. Od 10 lat odbywają się także jarmarki dla miłośników tradycyjnego, regionalnego, ekologicznego i „slow-foodowego” jedzenia.

- We wszystkich centrach M1 organizowane są również cykliczne akcje promocyjne dedykowane dzieciom. Są to m.in.: targi edukacyjne, spotkania ze znanymi postaciami z bajek np. Atomówki, Scooby-Doo, LEGO Star Wars, Angry Birds czy wystawy samochodów bajkowych i filmowych.

- W 2012 roku M1 przeprowadziło akcję promocyjną „Milionada”, której zwycięzca otrzymał najwyższą w historii centrów handlowych w Polsce nagrodę pieniężną w wysokości 1 000 000 zł.

- Marka M1, jako pierwsza sieć centrów handlowych w Polsce, zdecydowała się w 2012 roku na wzmocnienie komunikacji marketingowej poprzez wykorzystanie ogólnopolskiej telewizji.

- Rok 2014 był dla reklamy Centrów Handlowych M1 jednym z ważniejszych w historii. Zorganizowano wówczas niestandardowe, jak na tego typu przestrzenie komercyjne, wydarzenia promocyjne. Wśród nich „Mistrzostwa Polski w grach komputerowych”. Blisko 500 000 osób obejrzało w specjalnym kanale telewizyjnym ESL.tv transmisję na żywo z rozgrywek odbywających się w M1.

- Przy współudziale i pod patronatem największych autorytetów w dziedzinie zapachu – specjalnie na potrzeby M1 powstała interaktywna wystawa odkrywająca tajemnice perfumiarstwa. Wydarzeniu towarzyszyła prezentacja zapachowej instalacji artystycznej światowej sławy naukowca i artystki Sisel Tolaas.

TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

- M1 to prawdziwy pionier na polu ekologii. Centra, dbając o bioróżnorodność, wysiewają na swoich terenach zielonych łąki kwietne, dobierają rośliny ozdobne pod okiem specjalistów, aby były uzupełnieniem lokalnej flory, a także montują budki dla ptaków, nietoperzy oraz bezkręgowców!

- Zespół Cool Kids of Death sesję zdjęciową dla swojej płyty urządził w... toaletach M1 Łódź, Zespół De Mono kręcił jeden ze swoich teledysków w... korytarzu M1 Marki (ze względu na atrakcyjne murale na jego ścianach), a Paktofonika zagrała w czeladzkim M1 swój pierwszy publiczny koncert.



- M1 jako pierwsze w historii branży zaangażowało się w 2014 roku w produkcję programu telewizyjnego „Shopping Queen”, emitowanego na antenie Polsat i Polsat Cafe. Od czasu premiery pierwszego odcinka „Shopping Queen” oglądany był ponad 10 milionów razy!
- W 2014 roku, na zaproszenie jednego z największych najemców w M1 Marki, do centrum handlowego przyjechał raper 50 Cent – laureat nagrody Grammy, którego albumy od ponad dekady rozchodzą się w wielomilionowych nakładach na całym świecie.
- Od września 2015 do maja 2016 roku odbywała się autorska liga taneczna „M1DanceBattle”, której marka M1 była sponsorem głównym. Pula nagród całej ligi to 125 000 zł. Średnio 43% klientów odwiedza centra M1 ze względu na organizowane akcje.

www.zakupyw1.pl

HISTORIA MARKI

- 1997** Otwarcie M1 Czeladź.
- 1998** Otwarcie M1 Bytom, M1 Poznań oraz M1 Radom.
- 1999** Otwarcie M1 Marki, M1 Częstochowa, M1 Łódź oraz M1 Zabrze.
- 2001** Otwarcie M1 Kraków.

- 2008** Ukończenie rozbudowy M1 Czeladź.
- 2011** Ukończenie rozbudowy M1 Kraków, zakończenie rozbudowy M1 Zabrze.
- 2012** M1 wystartowało z pierwszą w historii centrów handlowych w Polsce kampanią promocyjną w telewizji ogólnopolskiej; przyjęta wówczas

przez M1 strategia wykorzystania telewizji jako kanału komunikacji jest kontynuowana.

- 2014** M1 angażuje się w produkcję telewizyjnego programu rozrywkowego „Shopping Queen”.
- 2015** M1 tworzy pierwszą w Polsce ligę taneczną „M1DanceBattle”.