

Zespół marketingu Galerii Katowickiej wśród najlepszych w Polsce

Dyrektor Marketingu i PR Galerii Katowickiej oraz jego team znaleźli się ścisłym finale prestiżowego konkursu Dyrektor Marketingu Roku 2015, który wyłania liderów polskiego marketingu, bez podziału na kategorie branżowe. Spośród wszystkich nominowanych Kapituła wybrała przedstawicieli Galerii do ścisłego finału aż w 3 kategoriach: Dyrektor Marketingu Roku 2015, Team Marketingowy Roku 2015 oraz Osobowość Marketingu: Thinking Outside the Box (nagroda specjalna).

Dawid Prymas to manager marketingu i PR z 14-letnim doświadczeniem i wyróżnieniami za zrealizowane projekty. Stanowisko Dyrektora Marketingu i PR Galerii Katowickiej zajmuje od lipca 2014 roku. W czerwcu zeszłego roku do jego zespołu dołączył Aleksander Poltier, koordynator marketingu Galerii, dziennikarz, event i PR manager z dużym doświadczeniem. Od tej pory, jako zespół, zrealizowali wiele innowacyjnych projektów i kampanii dzięki którym Galerię Katowicką odwiedziło w 2015 roku aż o 2,4 mln klientów więcej niż w roku poprzedzającym. W 2016 roku odwiedzalność Galerii Katowickiej utrzymuje się na poziomie zbliżonym do - rekordowego do niedawna - poziomu 1,2 mln Klientów miesięcznie, co przy utrzymaniu tego trendu powinno zagwarantować kolejny rekord na koniec tego roku. Zrealizowane projekty dały również znaczące wzrosty sprzedaży. Rok 2015 zakończył się wysokim, bo aż 23% wzrostem. W kolejnych miesiącach roku 2016 dynamika wzrostu sprzedaży nie zwalnia, sięgając w szczycie nawet + 24,5%.

Wszystko zaczęło się na ostatniej gali PRCH Retail Awards 2015, podczas której jeden z projektów, zrealizowany po 2 miesiącach pracy dla branży centrów handlowych, otrzymał wyróżnienie w kategorii Najlepsza kampania pro-sprzedażowa roku. Chwilę później inny projekt został dostrzeżony przez kapitułę prestiżowego konkursu Loyalty Awards 2015, która nominowała go aż w dwóch kategoriach: Innowacja Roku 2015 oraz Najlepszy Nowy Program Lojalnościowy Roku 2015. Rozwiązania Galerii Katowickiej prezentowane były również podczas Customer Loyalty Summit 2016 w kategorii najlepsze praktyki w retail / retail marketingu w ostatnim czasie.

Aktualnie, aż dwa projekty marketingowe Galerii Katowickiej znajdują się w wąskim gronie finalistów międzynarodowego konkursu ICSC 2016 Solal Global Marketing Awards. Nagrody określane mianem Oskarów branży zostaną rozdane już w przyszłym tygodniu w Berlinie podczas 2016 ICSC European Marketing Conference.

Galeria Katowicka jest pierwszym centrum handlowym wybranym przez Narodowe Centrum Kultury do wąskiego grona liderów kultury w Polsce a Projekt Wyższy Poziom Galerii Katowickiej – w ramach którego odbyło się ponad 250 unikalnych wydarzeń - uznany został za jeden z najlepszych projektów CSR w kraju i w Europie. Autorka jednego ze spektakli, stworzonego specjalnie na potrzeby sceny w Galerii Katowickiej, pierwszej w Europie sceny dużego teatru publicznego w galerii handlowej, wcześniej wyróżniona Paszportem Polityki, została nominowana do prestiżowej Nagrody Literackiej

Nike 2016. Spektakl uznano za jedno z 10 najważniejszych wydarzeń teatralnych w Polsce a inny, grany również tylko w Galerii Katowickiej, znalazł się w czołówce konkursu na najlepsze wykonanie polskiej sztuki współczesnej.

Galeria Katowicka powołała również do życia projekt Katowice Fashion Week - największe modowo-shoppingowe cykliczne wydarzenie na Śląsku, którego marka rośnie w siłę. Zwycięzcy jednego z castingów w zaledwie 3 miesiące od opuszczenia wybiegu w Galerii Katowickiej podpisała kontrakt ze znaną agencją modelek, opublikowała dwie sesje zdjęciowe w Magazynie Glamour oraz wyjechała do Miami w USA zrealizować pierwszą w swoim życiu kampanię dla znanej, międzynarodowej marki. Ostatnia edycja Katowice Fashion Week przyciągnęła aż 100 000 odwiedzających.

Jak informują organizatorzy, Kapituła Konkursu Dyrektor Marketingu Roku 2015 wybrała już zwycięzców tegorocznej edycji plebiscytu. Ich nazwiska zostaną ogłoszone podczas uroczystej Gali Finałowej, która odbędzie się podczas spotkania liderów marketingu i sprzedaży Marketing Summit 2016 w Krakowie, rozszerzonej formuły byłego Kongresu Dyrektorów Marketingu. Wydarzenie odbędzie się w dniach 6-7 czerwca w ICE Kraków i jest połączone z 1. Europejskim Spotkaniem Liderów Marketingu. Galę zaplanowano na 7 czerwca na godzinę 19:00.

###

Dodatkowych informacji udziela:

Dawid Prymas

Marketing and PR Manager Galerii Katowickiej

dprymas@apsysgroup.pl

(+48) 786 840 280

Galeria Katowicka mieści się w ścisłym centrum Katowic i jest unikalnym kompleksem komunikacyjno - komercyjnym.

Powierzchnia GLA obiektu wynosi 47 tys. m², na której znajduje się ponad 250 lokali i punktów handlowych.

Galerię Katowicką odwiedza miesięcznie ponad milion Klientów. Do ich dyspozycji został oddany dwupoziomowy podziemny parking dla 1 200 samochodów. Galeria Katowicka jest połączona bezpośrednio z dworcem kolejowym i podziemnym terminalem autobusowym komunikacji miejskiej. Posiada także 10 salowe Multikino z salą Xtreme – najnowocześniejszą w Polsce, wyposażoną w system dźwiękowy Dolby Atmos. Galeria Katowicka została otwarta 18 września 2013 r.

Właścicielem Galerii Katowickiej jest firma Meyer Bergman, za zarządzanie Galerią Katowicką, codzienne funkcjonowanie obiektu oraz kwestie związane z wynajmem powierzchni handlowej odpowiada spółka Apsys Polska.

Zapraszamy na stronę www.galeriakatowicka.eu

Informacje o Meyer Bergman

MEYER BERGMAN jest prywatną firmą z siedzibą w Londynie, zajmującą się zarządzaniem inwestycjami

w branży nieruchomości.

Firma została założona w 2004 r. poprzez wyodrębnienie głównego obszaru inwestycyjnego spółki MAB Group, która posiadała ponad 3 mln mkw. powierzchni o łącznej wartości przekraczającej 7,5 mld euro. W imieniu globalnych inwestorów (m.in. wiodącego funduszu emerytalnego i państwowych funduszy majątkowych), Meyer Bergman zarządza trzema zamkniętymi funduszami nieruchomości, których aktywa warte są łącznie ok. 4 mld EUR.

Obecnie firma skupia swoje działania na nabywaniu nieruchomości handlowych o niskim ryzyku inwestycyjnym, znajdujących się w atrakcyjnych europejskich lokalizacjach – w Wielkiej Brytanii, Niemczech, Francji, Skandynawii, Polsce i Czechach. Wartość transakcji waha się od 25 do 200 mln EUR. Meyer Bergman nabywa również niewykorzystane lub nieodpowiednio zarządzane obiekty handlowe i usprawnia ich funkcjonowanie w sposób zapewniający znaczące zyski inwestorom.

Więcej informacji: www.meyerbergman.com