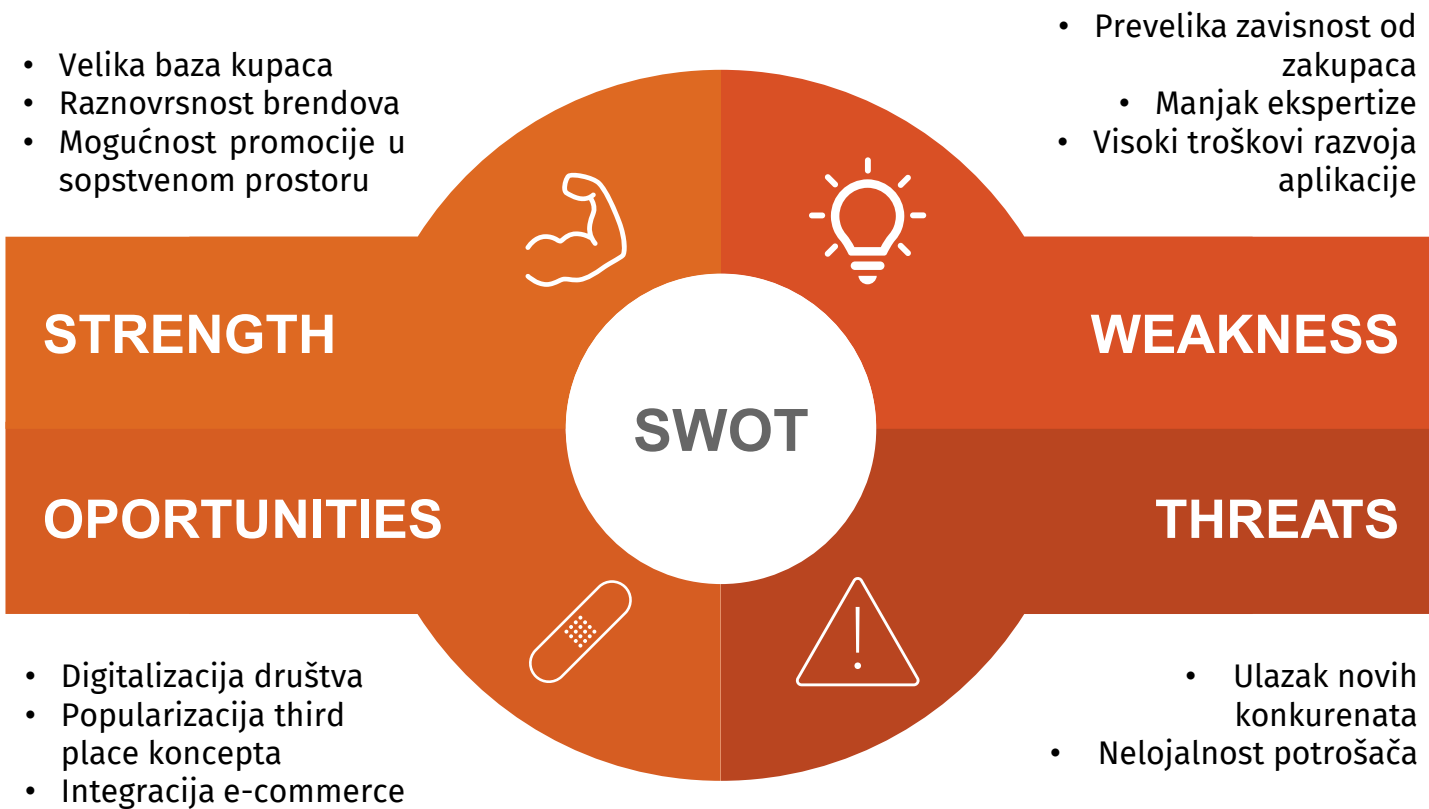


rénovation case study

“The Third Place is a key ingredient in creating a vibrant and healthy society, where people have opportunities for spontaneous interactions and social connections.”

- Lazar Gošić - FON
- Marko Marković - FON
- Nikola Stanojević - FON
- Aleksandar Stamenović - FON

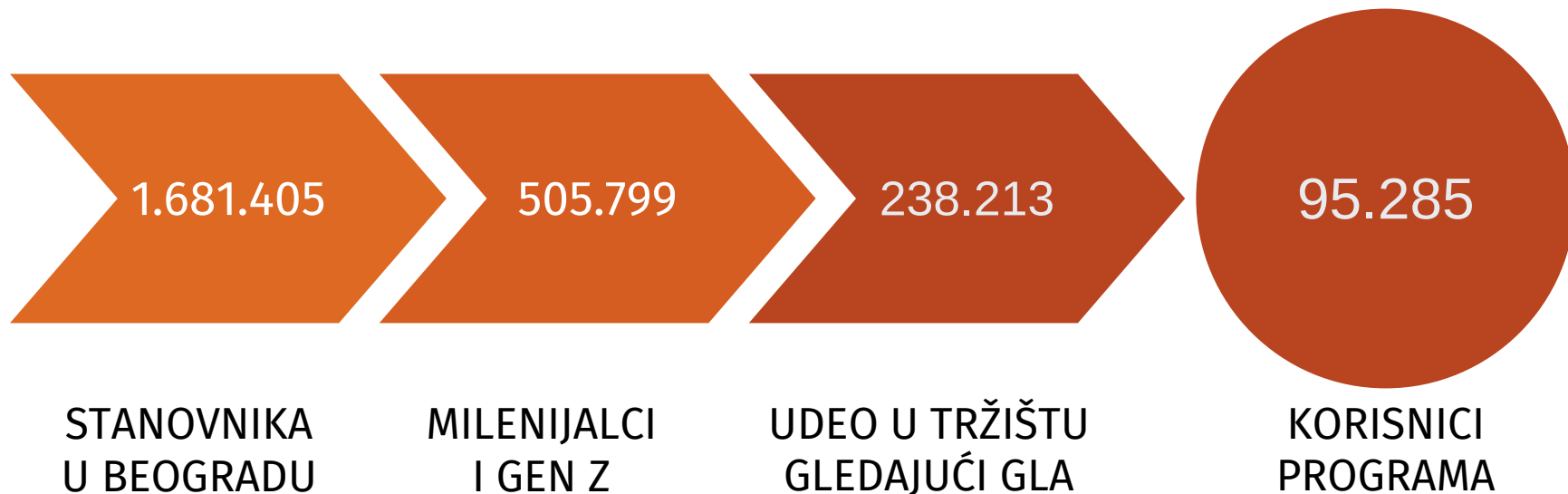
LOŠ LOYALTY



ANALIZA KONKURENCIJE

	Interface	Lakoća dobijanja poena	Parking	Jednostavnost kreiranja naloga	Atraktivnost ponude
Tvoj centar	★★★★☆	★★★★★	★☆☆☆☆	★★★★☆	★★★☆☆
Galerija	★★★★☆	★★★★☆	★★★★★	★★★★★	★★★★☆
Ada mall	★★★☆☆	★★★☆☆	★☆☆☆☆	★★★☆☆	★★★★★

ANALIZA POTROŠAČA



Source: **Popis** 2022, Republički zavod za statistiku, s.58

ZAKLJUČAK

THIRD PLACE	Imamo priliku da prvi zadovoljimo novoformirane potrebe kupaca	
NOVI BRENDovi	Neophodno je povećati atraktivnost ponude	
LAKOĆA KORIŠĆENJA	Jednostavna registracija i intuitivan interfejs	
PARKING	Implementacija parkinga u aplikaciju je jedan od uslova za uspeh	
NOVE GENERACIJE	Moguće je dostići broj od skoro 100 hiljada lojalnih kupaca	

CUSTOMER PERSONE



Milica ima **36 godina** i **majka** je dvoje dece. Radi na poziciji menadžera proizvodnje i do posla putuje **sat vremena**. Kako ima dvoje dece kupuje na **proverenim mestima** i ne koristi loyalty programe zbog **konfuznosti samih pravila**. Svuda putuje kolima jer ima dva mala deteta i slobodno vreme provodi sa decom.



Ivan ima **24 godine** i tek kreće u svoju profesionalnu karijeru kao **backend developer**. Tržne centre obilazi samo kad ima potrebu za kupovinom i **ne zadržava** se mnogo. Loyalty programe ne koristi jer mu nisu **jasni** i **transparentni** i nema svest o njima. Još uvek putuje gradskim prevozom dok ne kupi svoj auto. Slobodno vreme provodi sa drugarima i često vole da pričaju uz **piće** i **hranu**.

CUSTOMER JOURNEY IVAN



PUSH NOTIFICATION

U petak uveče mu stiže
ponuda za 2+1 gratis
pivo u kafiću u BEO š.c.
Odmah poziva dva
druga iz kraja.



ANALIZA

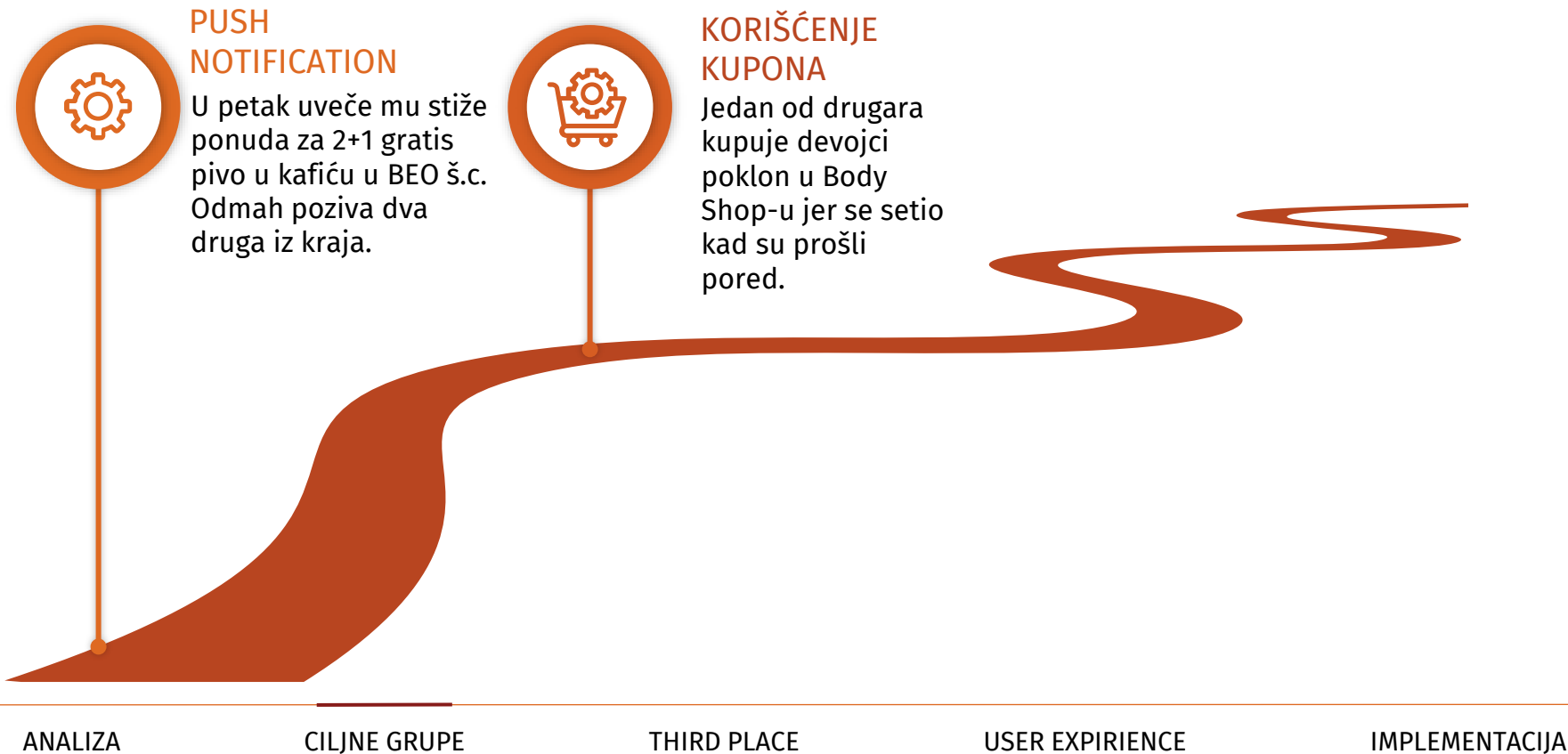
CILJNE GRUPE

THIRD PLACE

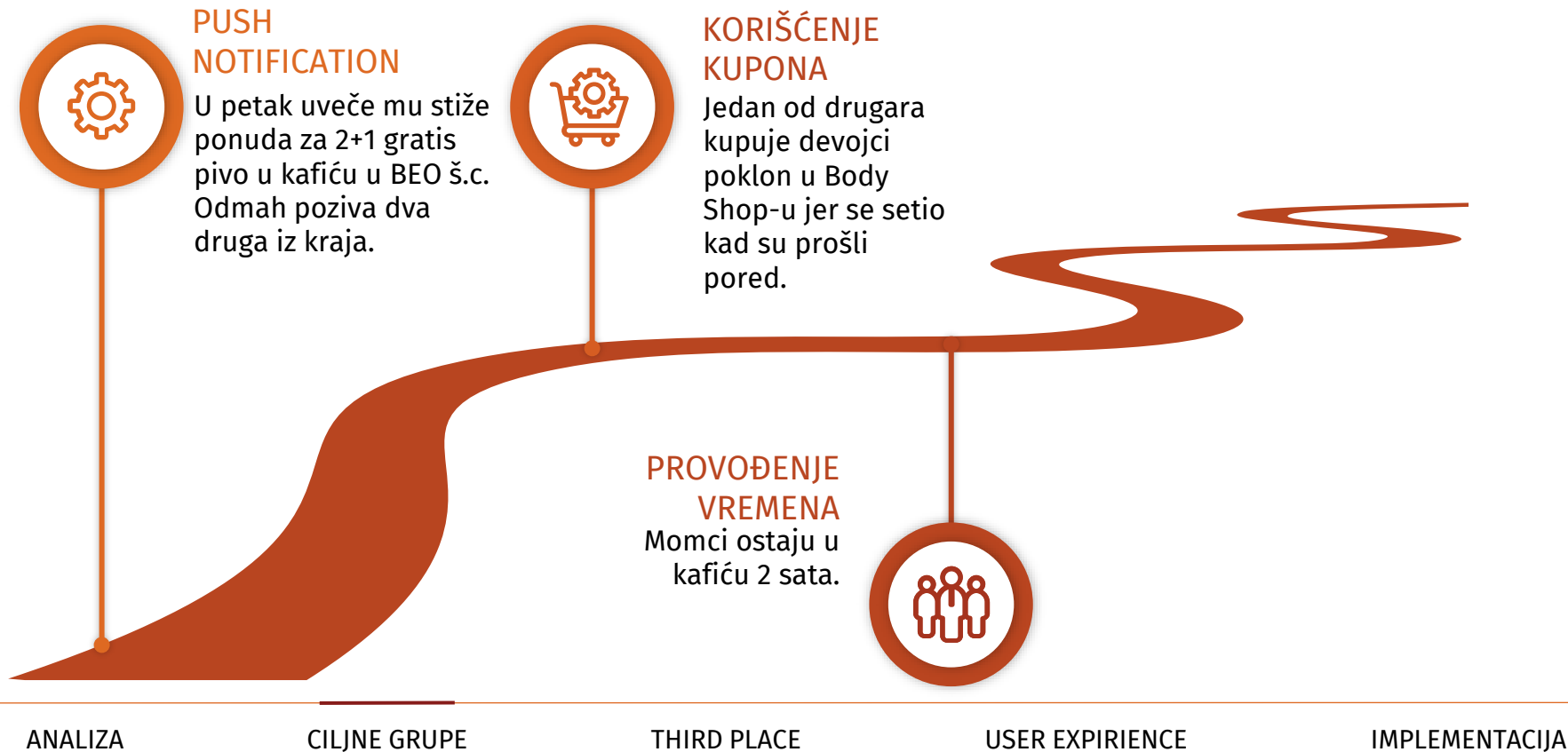
USER EXPERIENCE

IMPLEMENTACIJA

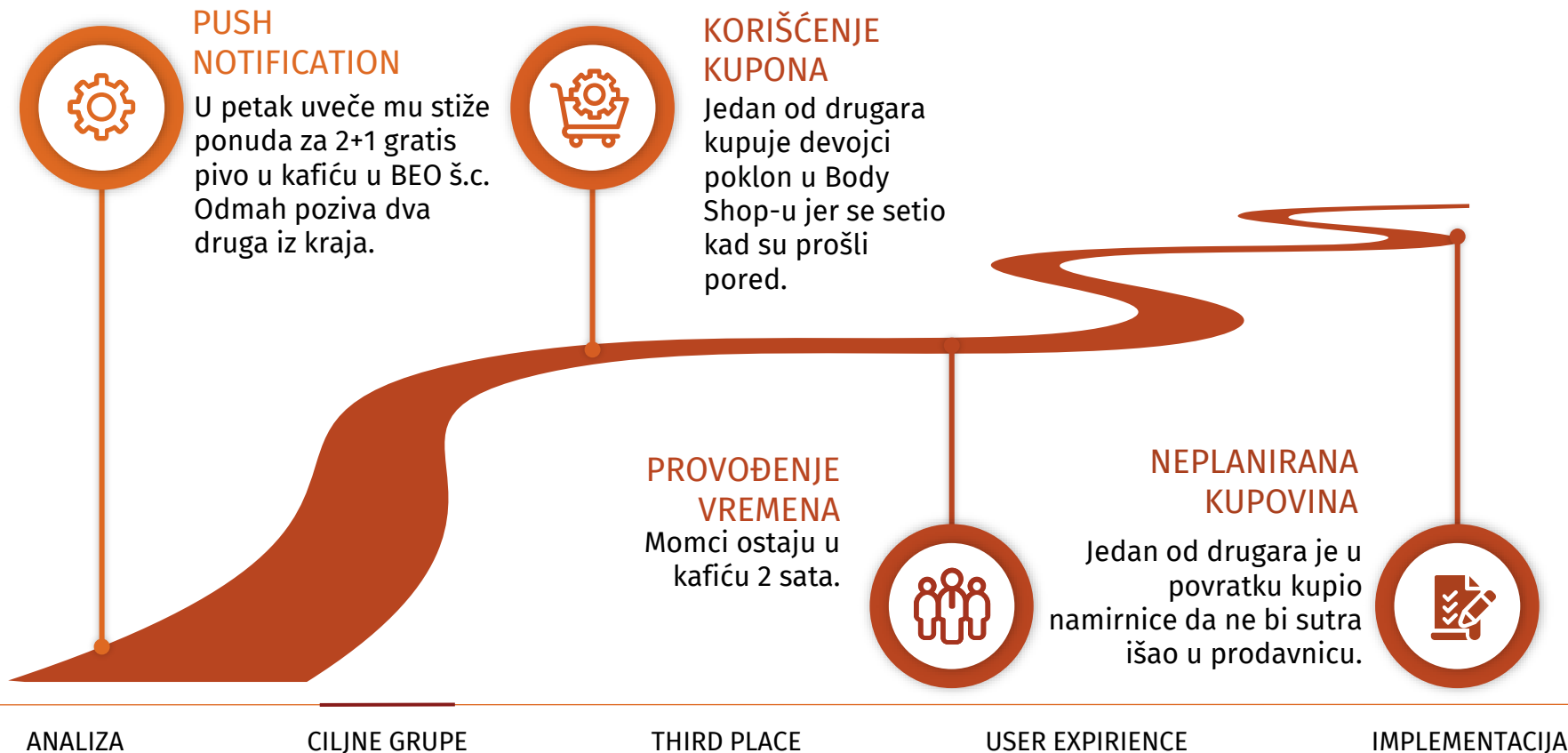
CUSTOMER JOURNEY IVAN



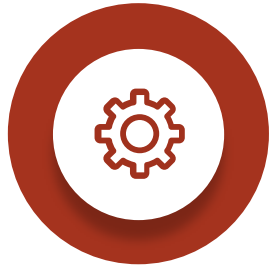
CUSTOMER JOURNEY IVAN



CUSTOMER JOURNEY IVAN



COSTUMER JOURNEY MILICA



PUSH NOTIFICATION

U subotu dobija obaveštenje o poklon kafi uz dva sata provedenih u igraonici za decu. Poziva drugaricu i planiraju druženje u nedelju popodne.

ANALIZA

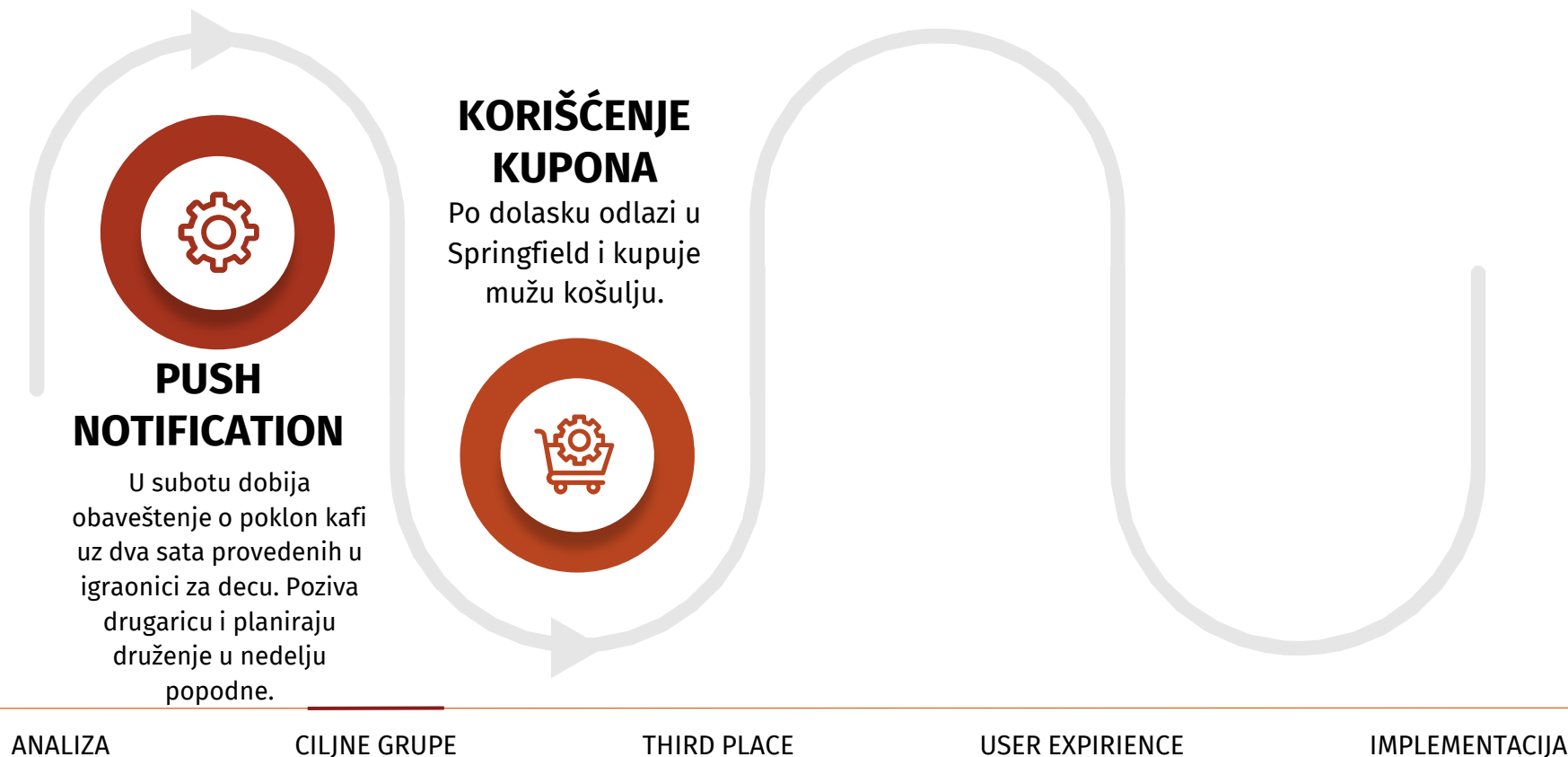
CILJNE GRUPE

THIRD PLACE

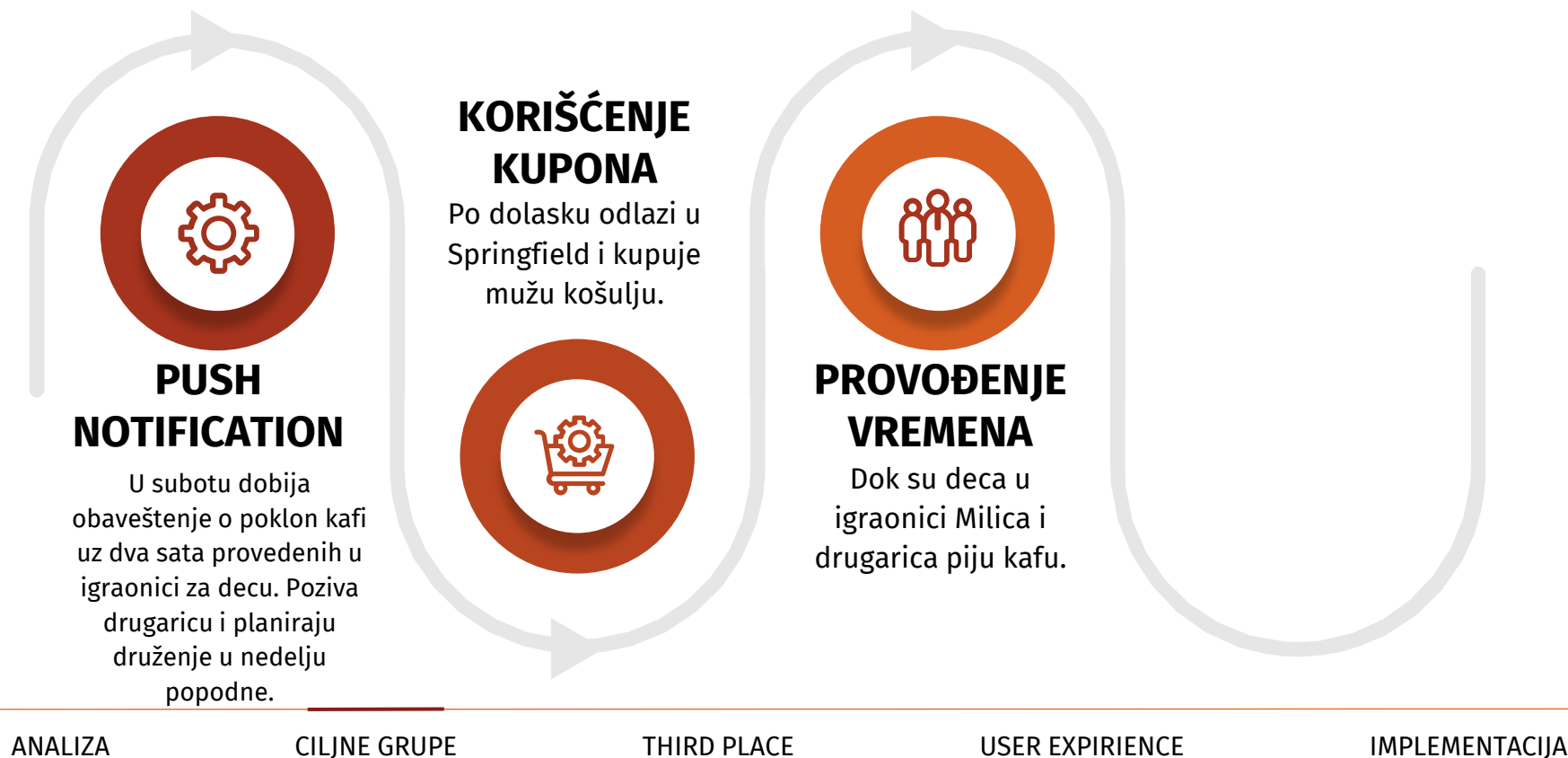
USER EXPERIENCE

IMPLEMENTACIJA

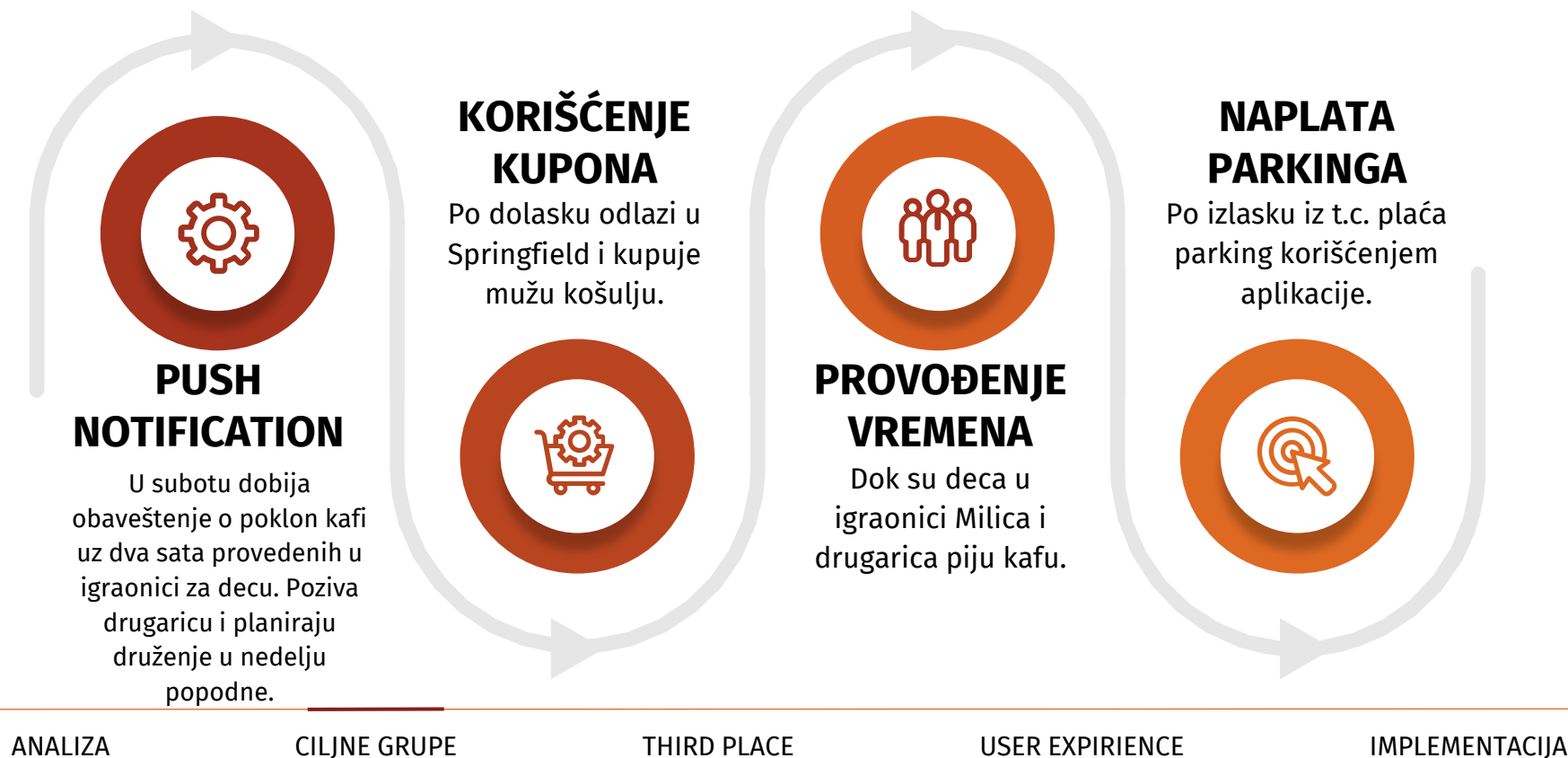
COSTUMER JOURNEY MILICA



COSTUMER JOURNEY MILICA



COSTUMER JOURNEY MILICA



THE THIRD PLACE

USER EXPERIENCE

IMPLEMENTACIJA

MENJANJE SVESTI KUPACA



Kupci t.c. gledaju kao mesto isključivo za kupovinu, a može da bude mnogo više od toga.

NOVE POTREBE



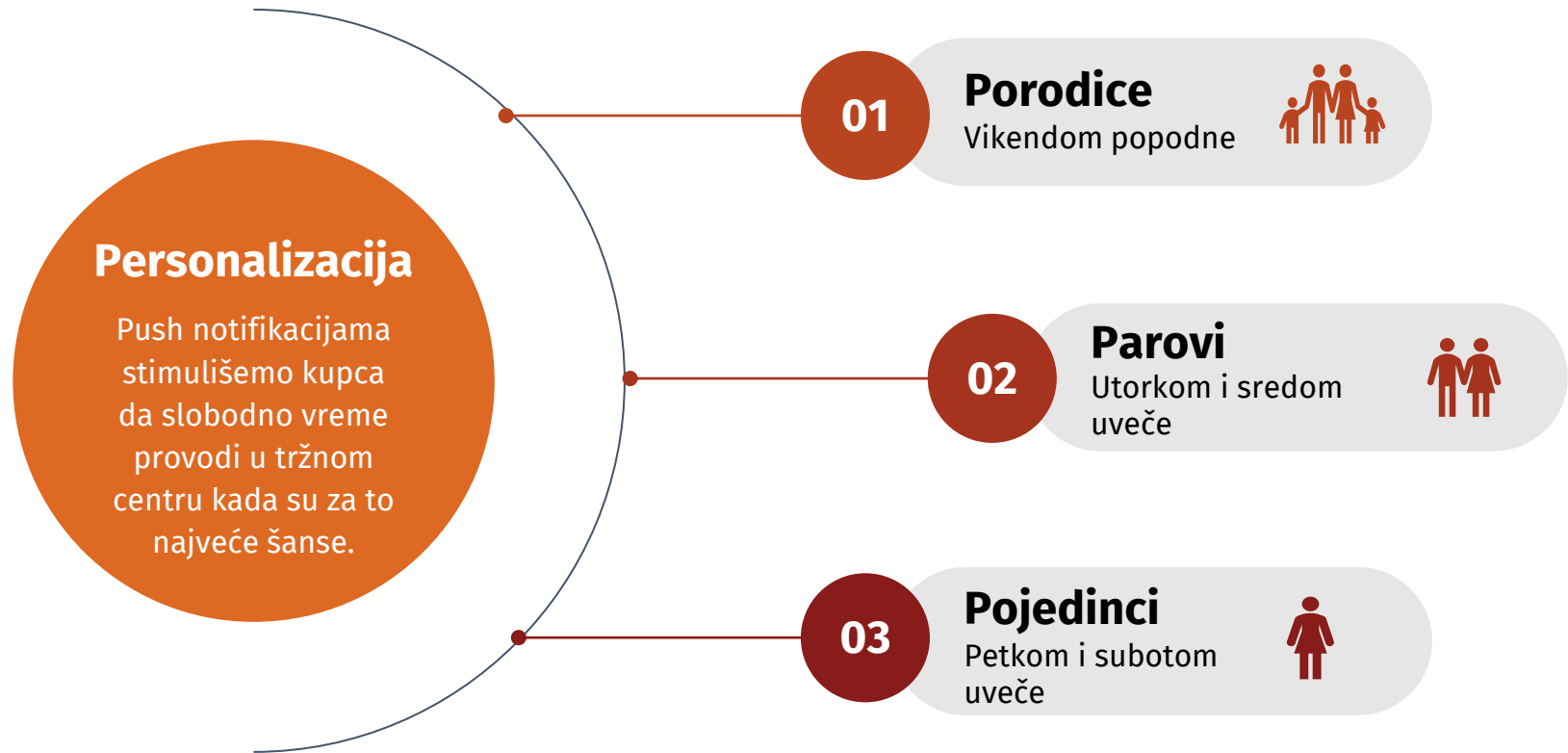
Sa popularizacijom rada od kuće, pojavila se potreba za neformalnim mestom za rad.

TRENDOVI U INOSTRANSTVU

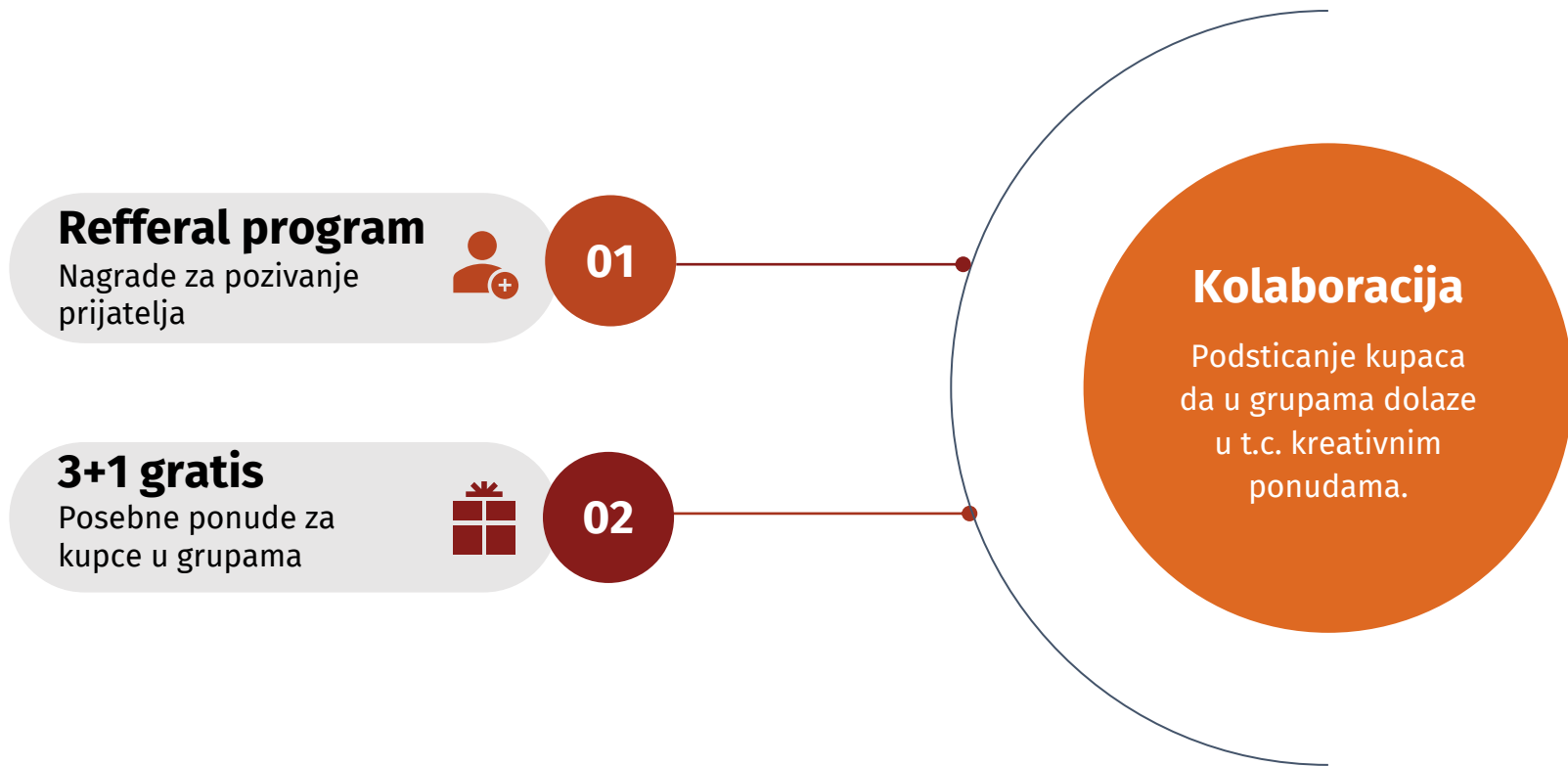


Istraživanjem stranih, razvijenijih, tržišta, došli smo do zaključka da tržišni centri postaju mesto za socijalizaciju, a ne samo kupovinu.

PRIMENA KONCEPTA



PRIMENA KONCEPTA

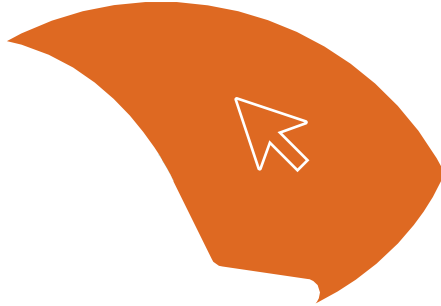


THE THIRD PLACE

USER EXPERIENCE

IMPLEMENTACIJA

USER EXPERIENCE



Jednostavan sign-up

Korisnik se nakon skidanja aplikacije lako demotiviše i odustane od kreiranja naloga.

USER EXPERIENCE



Jednostavan sign-up

Korisnik se nakon skidanja aplikacije lako demotiviše i odustane od kreiranja naloga.

Intuitivan interfejs

Aplikacija koja je teška za korišćenje lako će korisnika navesti da je više ne koristi.

USER EXPERIENCE



Jednostavan sign-up

Korisnik se nakon skidanja aplikacije lako demotiviše i odustane od kreiranja naloga.

Intuitivan interfejs

Aplikacija koja je teška za korišćenje lako će korisnika navesti da je više ne koristi.

Jednostavne ponude

Konfuzne ponude sa puno uslova, demotivisaće korisnika da ih ikada iskoristi.

USER EXPERIENCE



Jednostavan sign-up

Korisnik se nakon skidanja aplikacije lako demotiviše i odustane od kreiranja naloga.

Intuitivan interfejs

Aplikacija koja je teška za korišćenje lako će korisnika navesti da je više ne koristi.

Jednostavne ponude

Konfuzne ponude sa puno uslova, demotivisaće korisnika da ih ikada iskoristi.

Personalizovane ponude

Formiranje profila afiniteta korisnika praćenjem aktivnosti u aplikaciji.

USER EXPERIENCE



Jednostavan sign-up

Korisnik se nakon skidanja aplikacije lako demotiviše i odustane od kreiranja naloga.

Intuitivan interfejs

Aplikacija koja je teška za korišćenje lako će korisnika navesti da je više ne koristi.

Jednostavne ponude

Konfuzne ponude sa puno uslova, demotivisaće korisnika da ih ikada iskoristi.

Personalizovane ponude

Formiranje profila afiniteta korisnika praćenjem aktivnosti u aplikaciji.

Proximity obaveštenja

Praćenjem lokacije korisnik se push notifikacijama motiviše da poseti t.c.

INTEGRACIJA PARKINGA

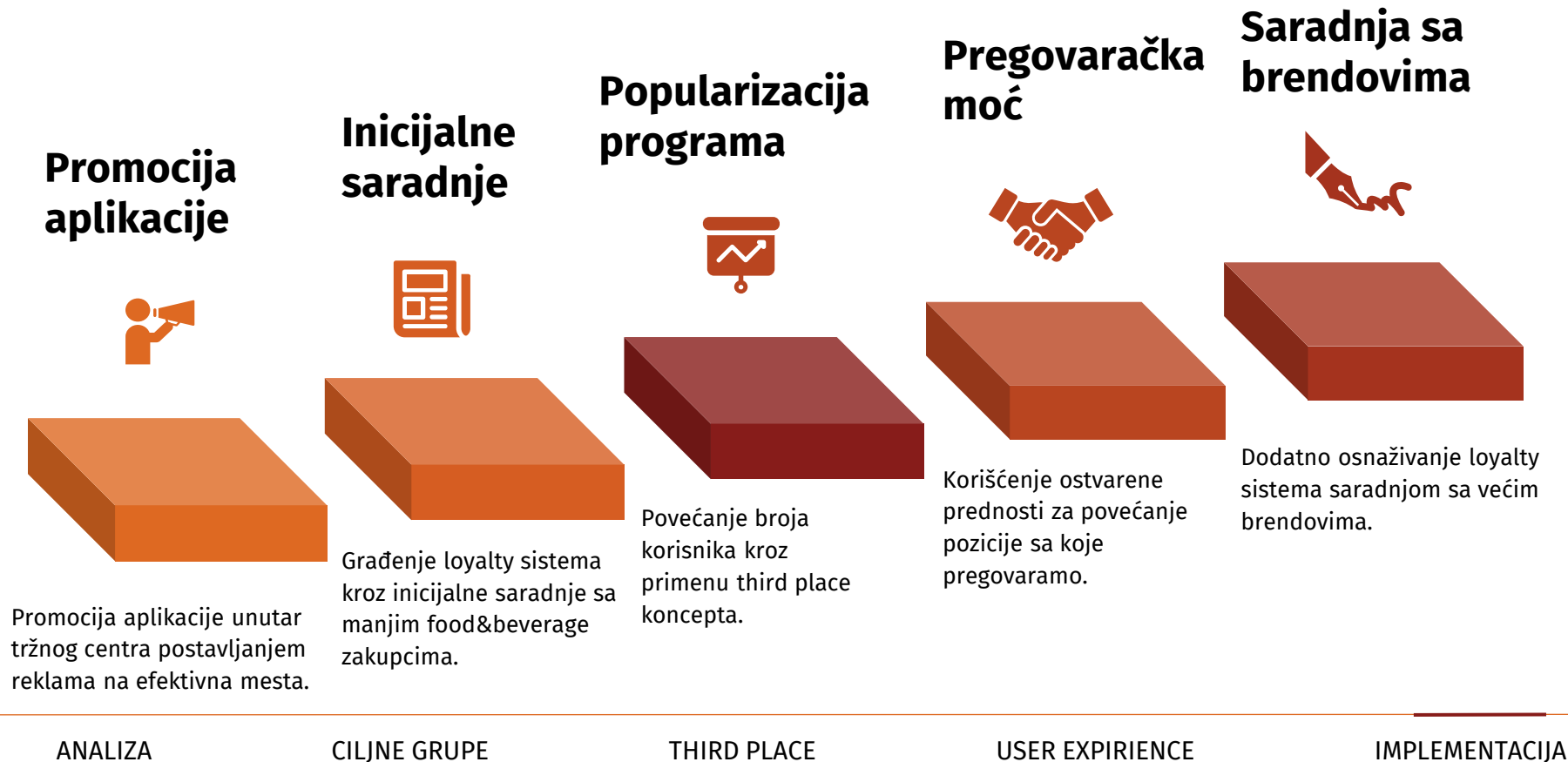


THE THIRD PLACE

USER EXPERIENCE

IMPLEMENTACIJA

IZGRADNJA LOYALTY SISTEMA



INICIJALNE SARADNJE

Ključni partneri



Polazna tačka u implementaciji third place koncepta.

Lakša saradnja



Osetljiviji biznis model od fashion industrije

Zajednički cilj



Imamo interes da tržišni centar postane više od mesta za kupovinu.

KASNIJE SARADNJE



Brand exposure

Prisustvo na aplikaciji sa velikim brojem lojalnih korisnika.

Customer insight

Uvid u aktivnosti i obrasce ponašanja kupaca.



Sistem rangiranja

Merićemo broj potrošenih poena kod pojedinačnog zakupca.

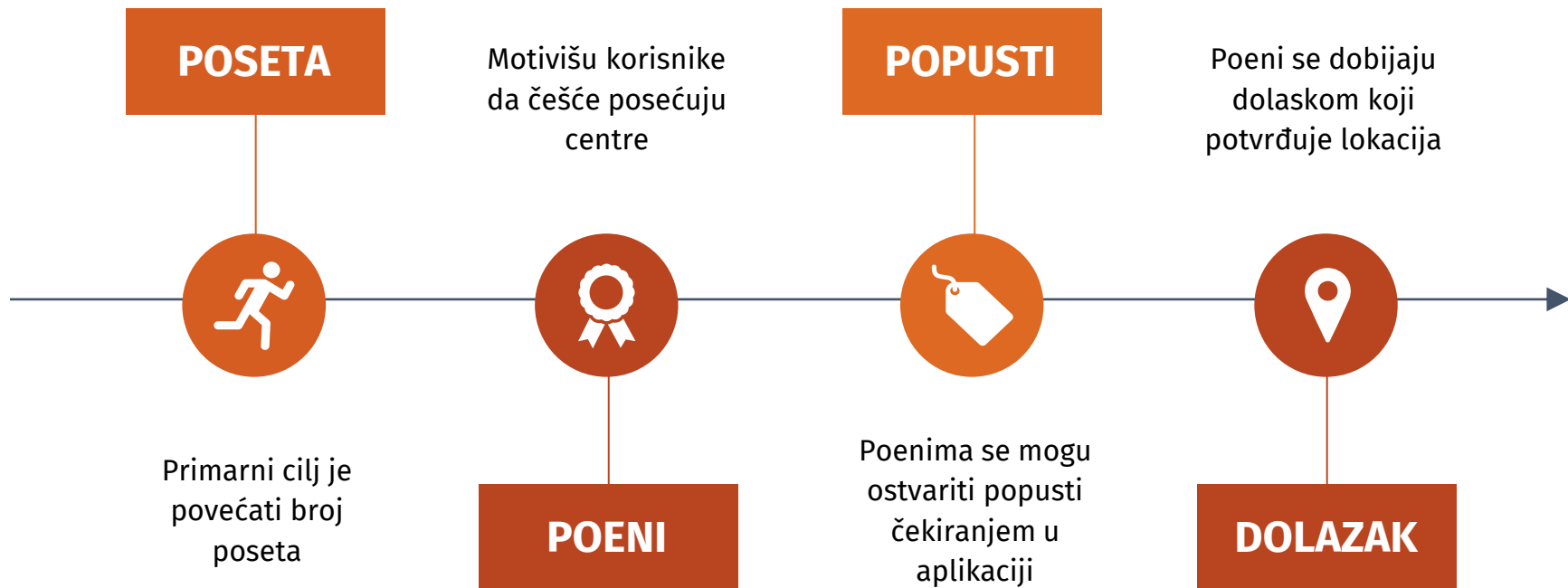


Promocija

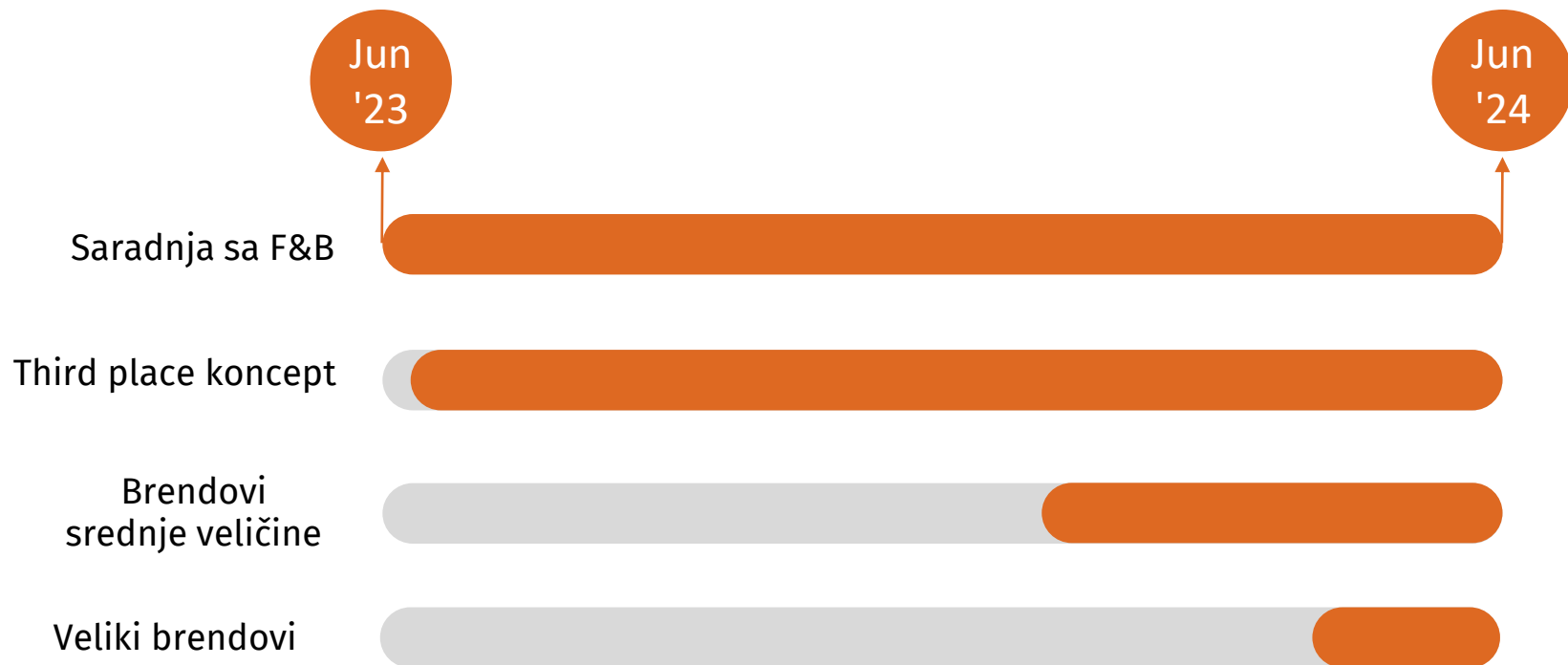
Online i offline promocija na našim marketing kanalima.



SISTEM NAGRAĐIVANJA



TIMELINE



ANALIZA

CILJNE GRUPE

THIRD PLACE

USER EXPERIENCE

IMPLEMENTACIJA

KPI

Broj poseta

Broj poseta po čoveku mesečno

Broj deinstalacija

Koliko je ljudi nezadovoljno uslugom na bilo koji način

Broj preuzimanja

Koliko je ljudi zainteresovano da proba aplikaciju

Broj iskorišćenih poena

Pratimo angažman korisnika pomoću iskorišćenih poena

Broj referral-a

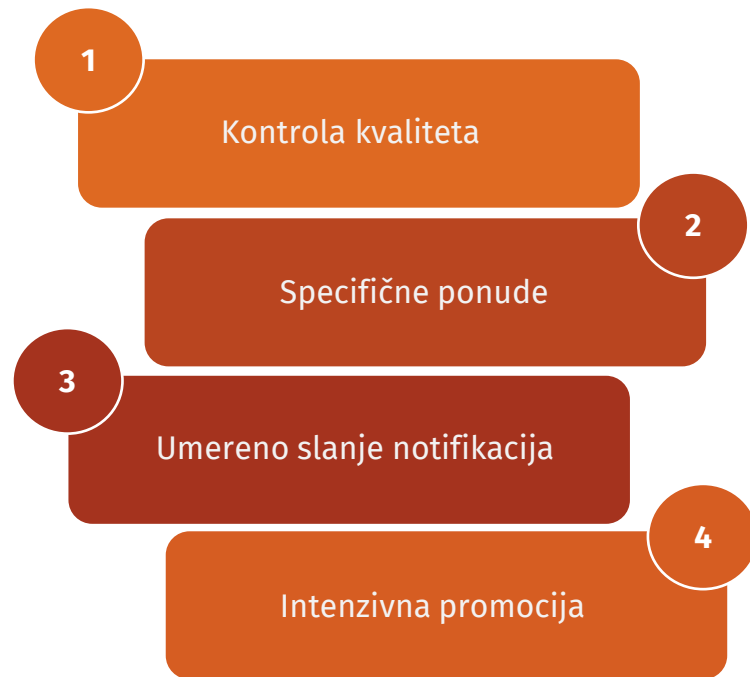
Broj pozvanih prijatelja u aplikaciju

Broj zakupaca u programu

Koliko je zakupaca prepoznalo loyalty i pristalo na ponudu



RISK MANAGEMENT



HVALA NA PAŽNJI!