



**Правила размещения рекламы
в ТРЦ «Мармелад» Вологда**

Уважаемый Арендатор!

Для максимально комфортной и эффективной работы ТРЦ «Мармелад» стремится в своей деятельности к:

- стимулированию продаж Арендаторов за счет проведения маркетинговых мероприятий;
- разнообразному пулу арендаторов, рассчитанного на различную целевую аудиторию;
- созданию в ТРЦ атмосферы комфорта и чистоты за счет высококвалифицированного технического обеспечения, соблюдения санитарных норм и правил, уборки площадей, а также надежной системы внутренней безопасности (охраны),
- зонированию торговых площадей в целях обеспечения удобства и простоты совершения покупок и перемещения по ТРЦ.

Содержание:

1. Правила участия Арендаторов в маркетинговой деятельности ТРЦ «Мармелад».
2. Требования для магазинов:
 - 2.1. Требования к оформлению фриза магазина.
 - 2.2. Требование к витринам магазина на период строительно-монтажных работ Арендатора до открытия магазина.
 - 2.3. Требования к оформлению витрин и входной зоны магазина.
 - 2.4. Требование к оформлению режима работы магазина
 - 2.5. Требования к оформлению табличек закрытого магазина.
3. Требования к оформлению островной секции.
4. Требования к использованию названия и фирменного стиля ТРЦ «Мармелад».
5. Мы в интернете.
6. Участие в системе лояльности ТРЦ «Мармелад»
7. Контакты

1. Правила участия Арендаторов в маркетинговой деятельности ТРЦ «Мармелад».

1. На этапе проектирования магазина прислать менеджеру по рекламе (Кучерова Юлия, e-mail: kul@nordciti.ru тел.: (8172) 266-320; +7-931-508-88-06):

- технический проект вывески над входной зоной;
- оформление витринной группы;
- логотип (зарегистрированный товарный знак) для последующего использования в целях рекламы магазина на сайте и соц. сетях ТРЦ.

2. Не позднее 3 (Трех) рабочих дней до открытия выслать менеджеру по рекламе по указанным выше адресам маркетинговый план открытия магазина (наружная реклама, размещение в СМИ, интернет, программа открытия). Согласовать с менеджером по рекламе мероприятия, даты и размещение анонса (бесплатно для Арендатора) на интернет ресурсах ТРЦ.

3. Монтажи оформления в/на витрину, переодевания манекенов, размещение наклеек согласовываются с менеджером по рекламе и монтируются строго после 21:00 или до 10:00.

4. Любые маркетинговые активности вне стен магазина проводятся только после согласования с менеджером по рекламе.

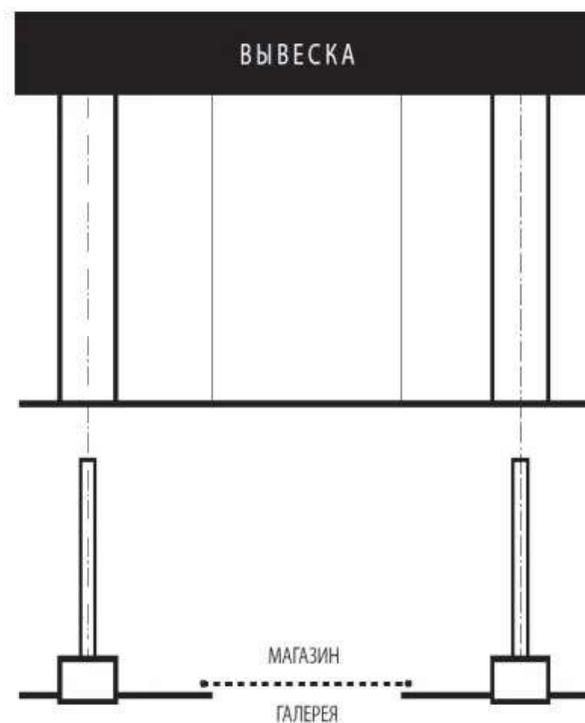
5. Все акции магазина отправлять менеджеру по рекламе для размещения на интернет ресурсах управляющей компании.

2. Требования для магазинов

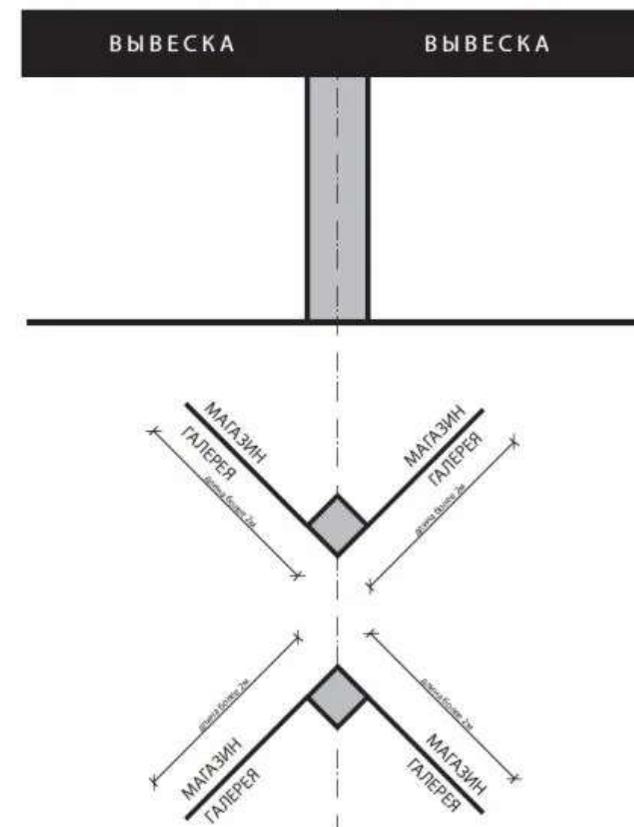
2.1. Требования к оформлению фриза магазина.

Вывеска арендатора

Размещение	Фриз над стеклянной перегородкой
Конструктив вывески	Объемные буквы
Использование подложки (при необходимости)	На всю длину фасада отдела арендатора в габаритах вывески
Габариты вывески: нижняя отметка	3 000 мм от чистого пола
Габариты вывески: верхняя отметка	3 500 мм от чистого пола
Габариты вывески: длина	Не более длины фасада отдела арендатора
Габариты вывески: толщина	Подложка до 50 мм Буквы до 100 мм



Обязательное требование
Если длина прямого фасада меньше, чем 16м, возможно размещение только 1 вывески.
Если длина фасада больше 16м – 2 основные вывески.

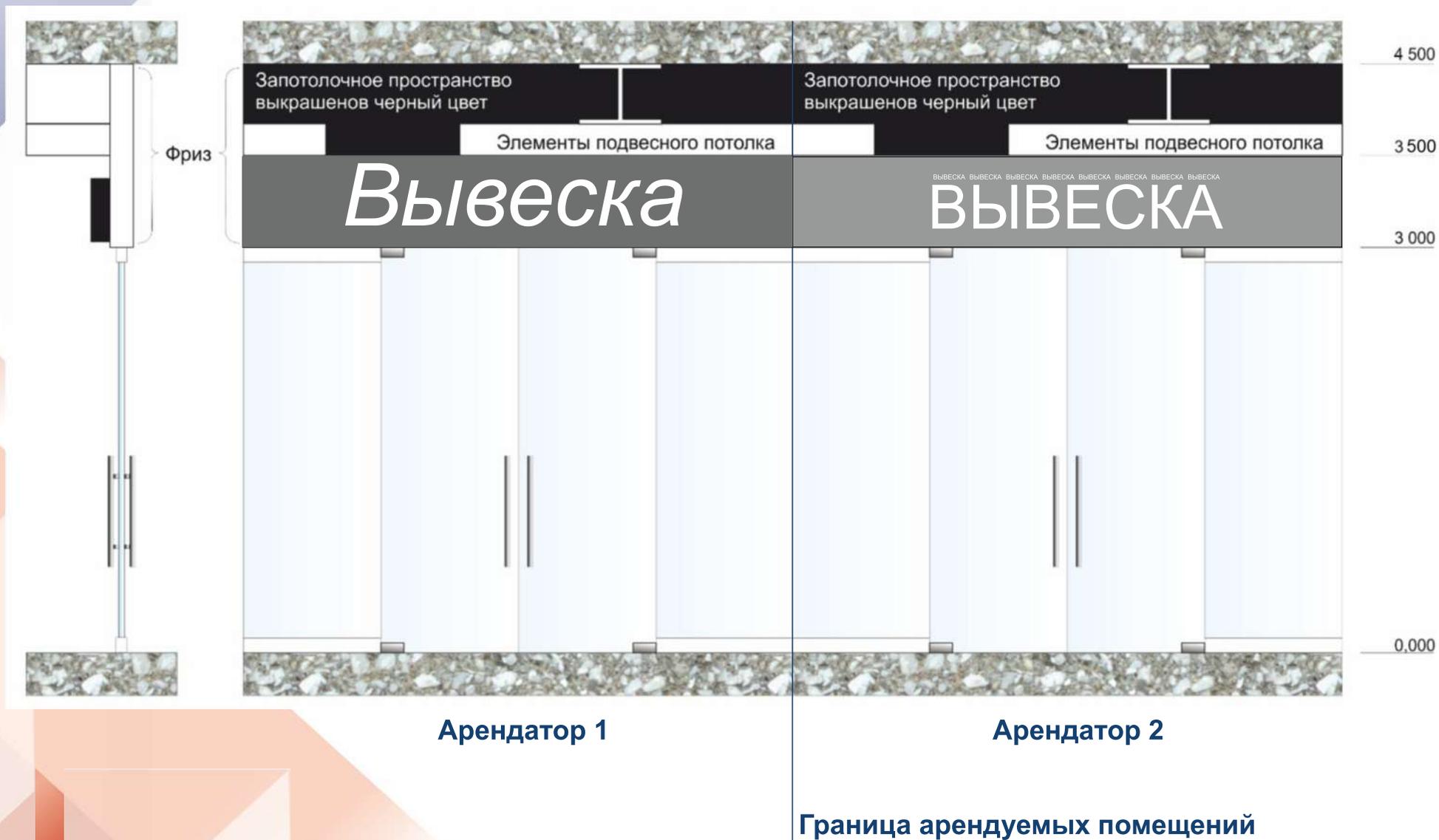


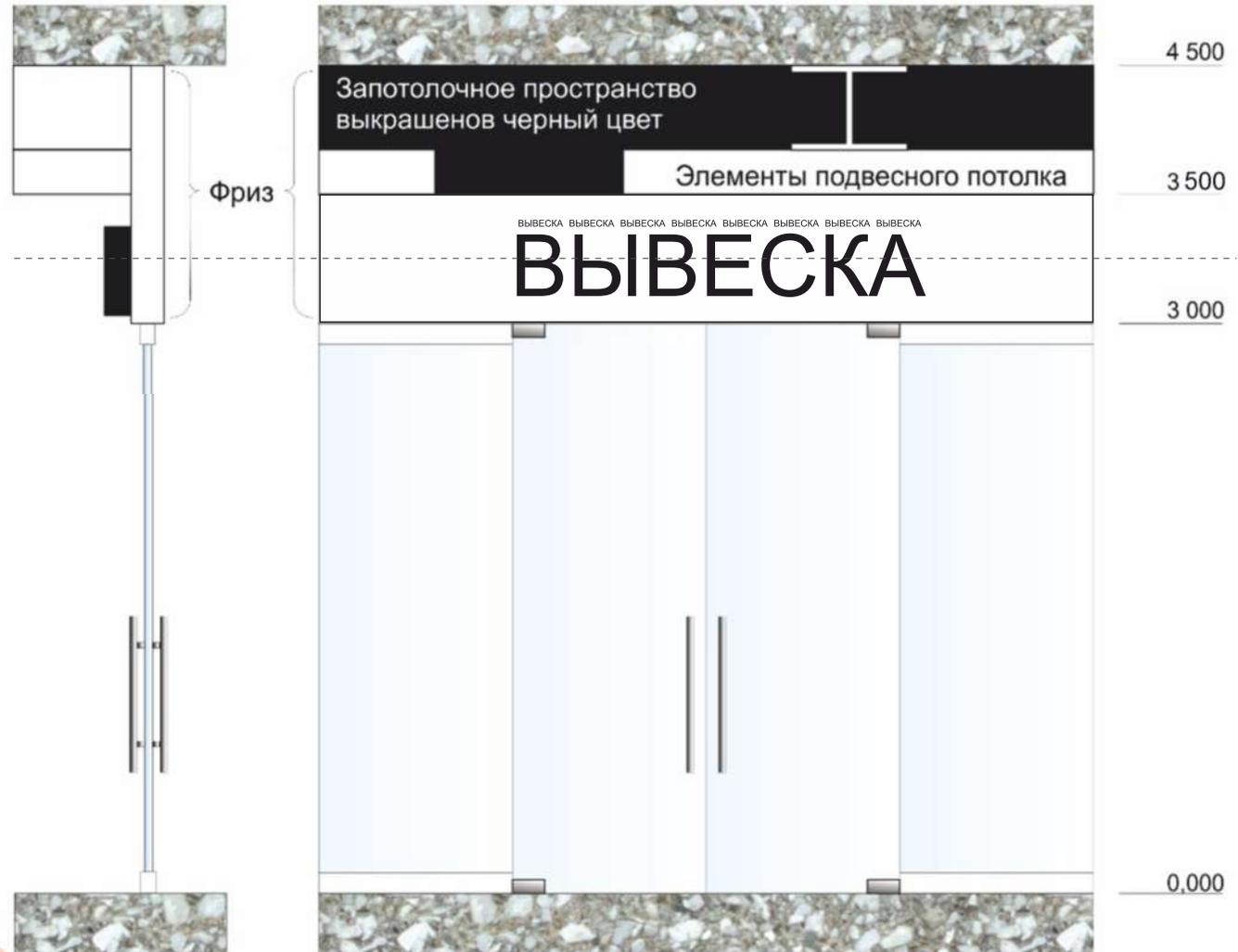
Обязательное требование
Если длина стороны углового фасада составляет более 2м, возможно размещение второй вывески (т.о. по 1 вывеске на каждой из сторон).

Возможные варианты размещения вывески:



Возможные варианты размещения вывески:









mebel **via**

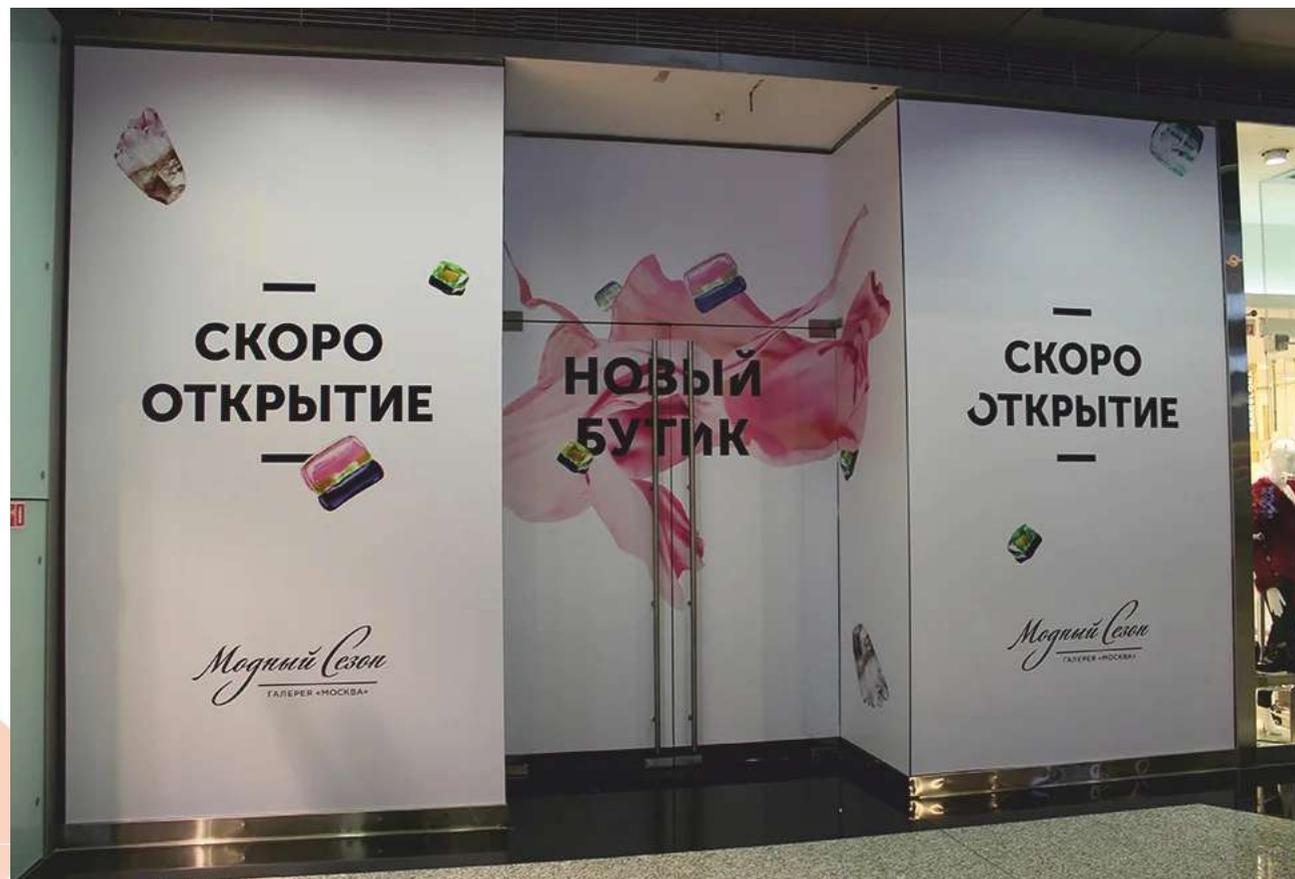
КУХОННАЯ СТУДИЯ

mebel **via**



2.1. Требование к витринам магазина на период строительно-монтажных работ Арендатора до открытия магазина.

Витрины магазина арендатора закрываются плёнкой ремувбл, макет брендирования плёнки обязательно согласовывается с менеджером по рекламе до нанесения плёнки на остекление. Начало строительно-монтажных работ до закрытия остекления плёнкой не допускается.



2.2. Требования к оформлению витрин и входной зоны магазина.

ТРЦ «Мармелад» предъявляет следующие требования к оформлению витрины и входной группы в магазины:

1. Рекламная информация, расположенная в витринах, занимает не более 20% площади.
2. За элементами входных групп, вывесками осуществляется уход. Не допустимы грязные вывески, детали и следы удаленных элементов. Необходим своевременный ремонт или замена поврежденных элементов входной группы.
3. Все рекламные элементы витрины расположены и наносятся со стороны магазина.
4. Витрины должны быть полностью освещены в течение всего рабочего дня ТРЦ.

Запрещается:

1. Монтаж рекламных материалов и переоформление витрины в течение рабочего дня ТРЦ. Время монтажа до 09:00, либо после 21:00.
2. Монтаж любых материалов на остеклении снаружи магазина.
3. Использование мигающих и ярких ламп, создающих неудобства для посетителей ТРЦ или других Арендаторов.
4. Использование в витрине написанных от руки плакатов, объявлений и любой другой информации.
5. Размещение любых рекламных материалов Арендатора на территории ТРЦ без согласования с Администрацией. Заявки на проведение Арендатором рекламных акций, презентаций и других подобных мероприятий передаются на рассмотрение Арендодателя не позднее, чем за 5 рабочих дней до намеченного времени их проведения

2.3. Требование к оформлению режима работы магазина

На каждом магазине должна быть наклейка с указанием организационно-правовой формы и наименованием арендатора, режимом работы и адресом магазина.

Наклейка «Режим работы» располагается с левой стороны входа, согласно заданным размерам на чертеже. В случае, если не удастся разместить слева, наклейка может быть расположена с правой стороны.

Размер наклейки 300х400 мм, фон прозрачный, надписи- контурная резка белого цвета. Размещение наклейки: от пола до верхнего края наклейки «режим работы» 1700 мм, отступ сбоку от дверного проема 100 мм .

2.4. Требования к оформлению табличек закрытого магазина.

В соответствии с договором аренды Арендатор обязуется в рамках времени работы торгового центра, определенного Правилами организации и осуществления хозяйственной деятельности в торговом центре, не закрывать Арендуемые помещения для доступа посетителей Торгового центра.

Использовать Арендуемые помещения ежедневно (без выходных) без перерыва на обед, исключительно в период времени, определенного Правилами организации и осуществления хозяйственной деятельности в Торговом центре.

Если произошла непредвиденная ситуация, то во избежание недоразумений рекомендуем Вам изготовить и использовать **таблички единого образца**, если сотрудник временно покидает рабочее место в часы работы ТРЦ.

Конструкция состоит из пластикового корпуса, часовых стрелок, лески и силиконового крючка для крепления к стеклу (макет запросить у менеджера по рекламе).

Внешний вид таблички «Перерыв до» (0,3*0,3 м).



Внимание! Данная конструкция изготавливается арендатором за свой счет. Макет и контакты возможного подрядчика находятся у менеджера по рекламе.

Если магазин закрыт на целый день, то должна быть вывешена табличка «Закрето».

Вид таблички «Закрето по техническим причинам» (0,35* 0,12 м). Макет запросите у менеджера по рекламе.



О размещении таблички «Закрето по техническим причинам» на витрине необходимо уведомить Администрацию ТРЦ не менее чем за 1 час.

3. Требования к оформлению островной секции.

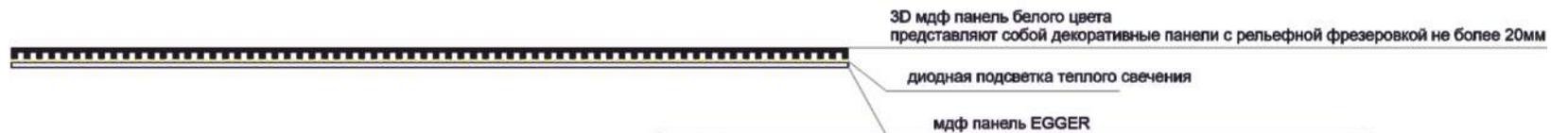
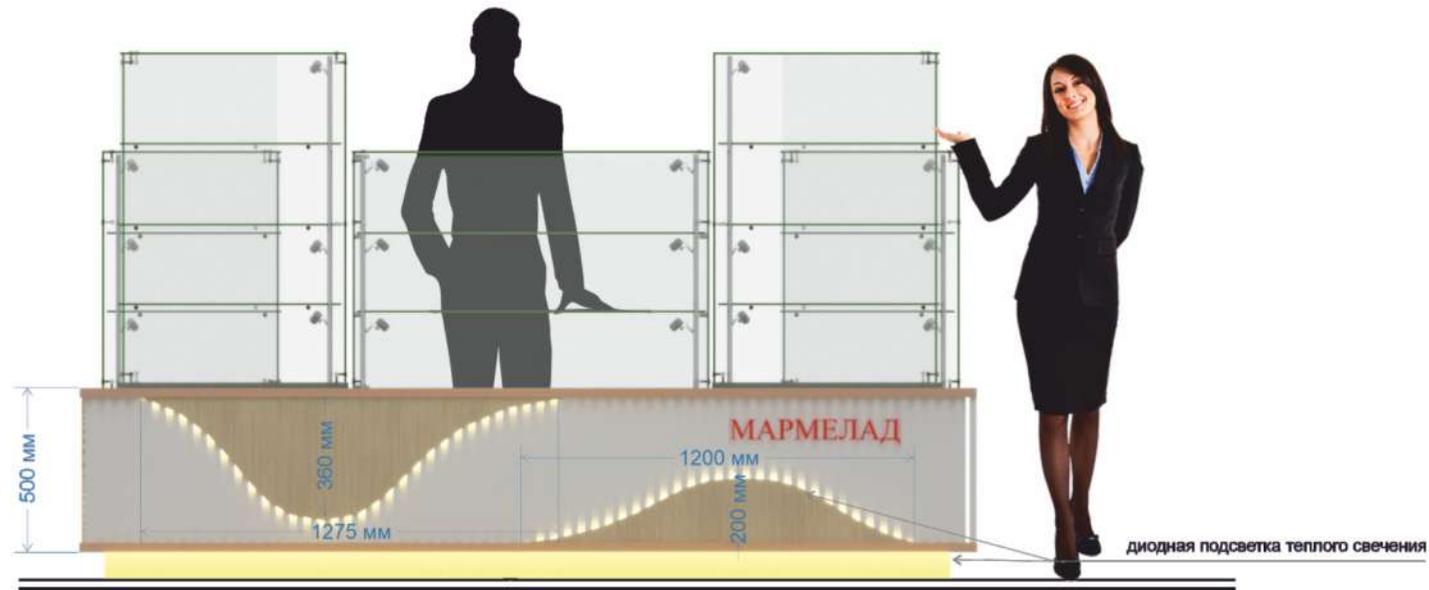
Общие требования:

- Конструкция островной секции максимально прозрачна, включает внутреннюю светодиодную и контражурную подсветку.
- Высота конструкции островной секции не должна превышать: 1,2 м – непрозрачные конструкции; 1,4 м – прозрачные конструкции (включая товар на ней).
- Внутри секции есть накопители: места для хранения упаковки, складирования товара и презентационных материалов, хранения одежды продавца. Все предметы, не подлежащие продаже, скрыты от глаз покупателя и запираются на ключ.
- Продавцы-консультанты находятся внутри секции с бейджем (фото, имя, логотип секции). Продавец может отсутствовать в секции только при условии выставления таблички «Перерыв» (часики, см. пункт 2.5.) и не более чем, на 5 минут в час.
- Витрина и внутренняя зона секции чистые, свободные от посторонних предметов, упаковки, одежды и др.
- Любые дополнительные элементы в витрине должны согласовываться с отделом маркетинга ТРЦ «Мармелад».

Требования к дизайну островной секции:

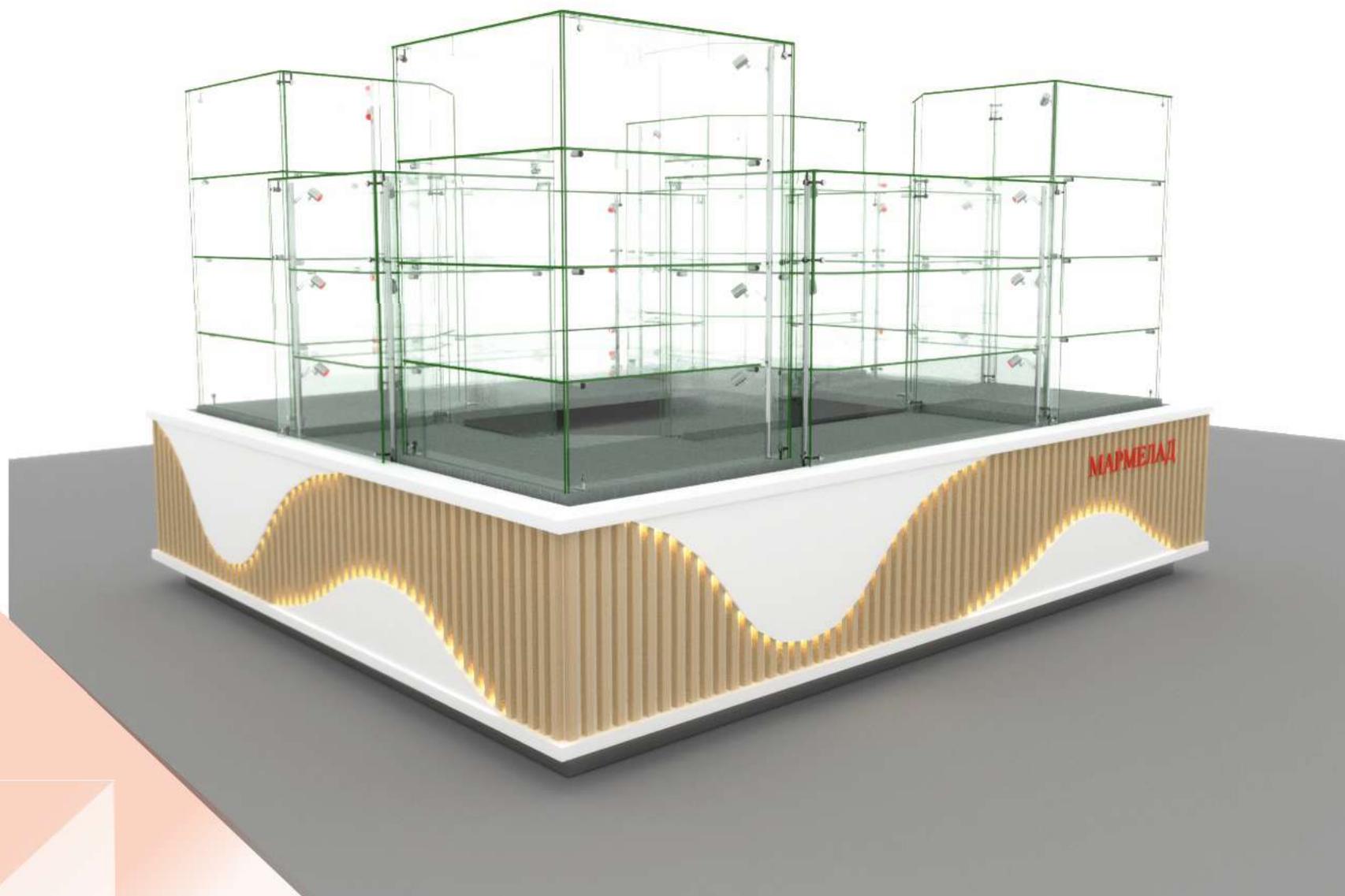


Оформление островных секций
(типовое решение)



Примечание:
1. Возможны изменения размеров в зависимости от типологии острова и размещения витрин





Название «Мармелад» на острове может быть заменено логотипом Арендатора.

4. Требования к использованию названия и фирменного стиля ТРЦ «Мармелад».

1. Арендатор обязан письменно согласовывать с Администрацией ТРЦ рекламу, связанную с распространением, в любой форме, информации о ТРЦ.

2. Арендатор обязан упоминать Торгово-Развлекательный Центр «Мармелад» в своих рекламных материалах, информационных брошюрах или маркетинговых исследованиях только с соблюдением правил, установленных Администрацией ТРЦ:

А) Название: ТРЦ «Мармелад» либо Торгово-развлекательный центр «Мармелад»;

Б) аудио роликах о магазине необходимо использовать аббревиатуру ТРЦ «Мармелад», либо полностью произносить Торгово-развлекательный центр «Мармелад».

В) Логотип:



5. ТРЦ «Мармелад» в интернете.

Предлагаем Вам разместить информацию о магазине, акциях и событиях на ресурсах ТРЦ «Мармелад».

Онлайн-сообщества стали неотъемлемой частью современного общества. ТРЦ «Мармелад» активно использует этот рекламный инструмент и представлен в социальных сетях и интернете

В социальных сетях и на сайте ТРЦ «Мармелад» идет активное информирование целевой аудитории о спец. предложениях и акциях магазинов торгового центра – анонсируются скидки, акции, мероприятия, поступления новых коллекций, открытие магазинов. Также в соц. сетях размещаются посты для стимулирования аудитории на импульсные покупки. По вопросам размещения на интернет - ресурсах ТРЦ "Мармелад" прислать информацию диджитал - маркетологу (Лытаева Светлана, e-mail: lsa@nordciti.ru, тел.: (8172) 266-320; 8-906-298-61-66

ТРЦ «Мармелад» г. Вологда имеет на данный момент:

- официальный сайт - trc-marmelad.ru
- официальную группу в «ВКонтакте» - vk.com/trc_marmelad
- официальную страницу в Инстаграме - instagram.com/marmeladvologda

Внимание!!! Это бесплатный рекламный ресурс для арендаторов.

Требования к фото/видео контенту для интернет-ресурсов ТРЦ Мармелад:

- соответствие законодательству РФ / Закону о рекламе
- высокое качество (четкость, яркость)
- распространенный формат (читается как с мобильных устройств, так и с компьютера)

Пост ВКонтакте/инстаграм

Используется для публикации проморолика, имиджевого фото/видео.

Технические требования:

- требуемый формат видео - горизонтальное видео (16:9 – Вконтакте, 1:1 – Инстаграм), остальные форматы допустимы, но могут появиться черные поля;
- формат фото — квадратные/горизонтальные/вертикальные изображения.

Видео-истории публикуются на страницах ТРЦ путем репоста (через отметку страницы ТРЦ в социальной сети).

Публикация на сайте - открытие магазина/события/акции/новости.

До открытия магазина необходимо отправить информацию по магазину (3-5 предложений), логотип и фото, менеджеру на электронную почту.

Технические требования:

- логотип – формат изображения 2*1(10 МБ, разрешённые типы файлов: png gif jpg jpeg)
- формат фото в тексте – размер изображения 640*640 (допускается 3 и более фотографий)
- Превью для новости - горизонтальное изображение, формат фото 3:2 (900*600)

Размещение аудио-ролика на внутреннем радио

Требования к аудиороликам:

Формат файла: .mp3

Кодек: MPEG Audio

Кодек/профиль: Layer 3

Частота дискретизации: 44.1 KHz

Каналов: 2 channels

Битрейт: 320 Kbps

Битрейт/тип: Constant

*При необходимости можем предоставить контакты подрядчиков, которые оказывают услуги по изготовлению аудиороликов.

Размещение видеоролика на экранах ТРЦ «Мармелад».

Ролик до 20 сек, воспроизводится до 66 раз в день. Видеоролик Арендатор записывает самостоятельно.

Требования к видеороликам:

Фасад

1. Формат AVI, MP4
2. Разрешение не более 624*456
3. Частота кадров 25 кадров/сек
4. Кодек видеосжатия – Xvid, не новее 4-й версии
5. Размер не более 100 Мб
6. Ротация видеороликов без звука.
7. Соотношение сторон в видео 4:3

Внутри ТРЦ

Требования к видеороликам:

Формат AVI, MP4, mpeg Разрешение: 1920*1080 Ротация видеороликов без звука Соотношение сторон 16*9

*При необходимости можем предоставить контакты подрядчиков, которые оказывают услуги по изготовлению видеороликов.

6. Участие в системе лояльности ТРЦ «Мармелад».

В ТРЦ действует система лояльности в форме подарочных сертификатов ТРЦ, которые можно отоварить в большинстве магазинов Торгового центра.

Если Вы желаете присоединиться к системе лояльности и иметь возможность принимать оплату товара подарочным сертификатом ТРЦ «Мармелад», просьба обратиться к менеджеру по рекламе.

7. Контакты

Уважаемый Арендатор!

В случае возникновения вопросов по договору аренды Вы можете обратиться к следующим сотрудникам:

№ п/п	Отдел / специалист	Контактные данные	Перечень вопросов
1	Юридический отдел Юристконсульт Милавина Анна	Тел. 8-911-503-93-18, e-mail: manv@nordciti.ru	Вопросы о порядке и сроках погашения задолженности
2	Бухгалтерия	Тел. 8(8172) 266-301	Вопросы сверки расчетов, производимых начислений
3	Диспетчер ТРЦ	Тел. 8(8172) 719-330	Вопросы технического обслуживания и аварийных ситуаций
4	Менеджер по рекламе Кучерова Юлия	Тел. 8(8172) 266-320, e-mail: kul@nordciti.ru	Вопросы рекламы
5	Диджитал-маркетолог Лытаева Светлана	Тел. 8-906-298-61-66, e-mail: lsa@nordciti.ru	Вопросы рекламы
6	Управляющий ТРЦ Вылегжанин Андрей Сергеевич	Тел. 8-931-508-05-09	Управляющий ТРЦ
7	Отдел аренды	Тел. 8(8172) 266-320, e-mail: аренда@nordciti.ru	Вопросы заключения, изменения и прекращения договоров аренды
8	Отдел аренды Специалист по арендным отношениям Монина Дарья	Тел. 8(8172) 266-320, e-mail: mda@nordciti.ru	Вопросы о порядке направления / получения счетов и закрывающих документов к ним