

Ruch w galeriach handlowych
Jak zmienił się w roku 2023 w porównaniu z rokiem
poprzednim?



METODOLOGIA

Dane zostały zgromadzone poprzez sieć aplikacji mobilnych wykorzystujących autorską technologię opartą o **geofencing** - metodę identyfikacji wejść i wyjść z wyznaczonych stref, wykorzystującą usługi lokalizacji urządzeń mobilnych.

Rozwiązanie **pozwała zbierać dane pasywnie oraz cechuje się dużą dokładnością** lokalizowania użytkownika (dokładność od 2 do 20 metrów - zależna od metody ustalania pozycji przez urządzenie mobilne). Technologia ta zapewnia pełną kontrolę nad dokładnością lokalizacji, a promień każdego geofencingu dostosowany jest do wielkości poszczególnych budynków. Ponadto, znany jest również czas przebywania użytkowników w danej lokalizacji, co stanowi **dodatkowy poziom ochrony przed zliczaniem okolicznego ruchu pieszego czy ruchu pracowników** badanych POS.

○ BADANIU

Badanie zostało przeprowadzone w oparciu o dane porównujące **cały rok 2023** z odniesieniem do roku poprzedniego.

Zbadaliśmy zachowania użytkowników odwiedzających galerie handlowe w badanych okresach z wykluczeniem świąt oraz niedziel niehandlowych.

Próbę badawczą stanowili użytkownicy, którzy mieli zainstalowaną jedną z aplikacji partnerskich, wyrazili zgodę na dostęp aplikacji do lokalizacji urządzenia, udostępniali dane lokalizacyjne oraz odwiedzali badane placówki w obu porównywanych okresach. **Wielkość próby wyniosła 185 125 unikalnych użytkowników.** Aby wejście użytkownika w geofence było zarejestrowane jako wizyta klienta w galerii, wizyta musiała trwać co najmniej 2 minuty i nie więcej niż 2 godziny.

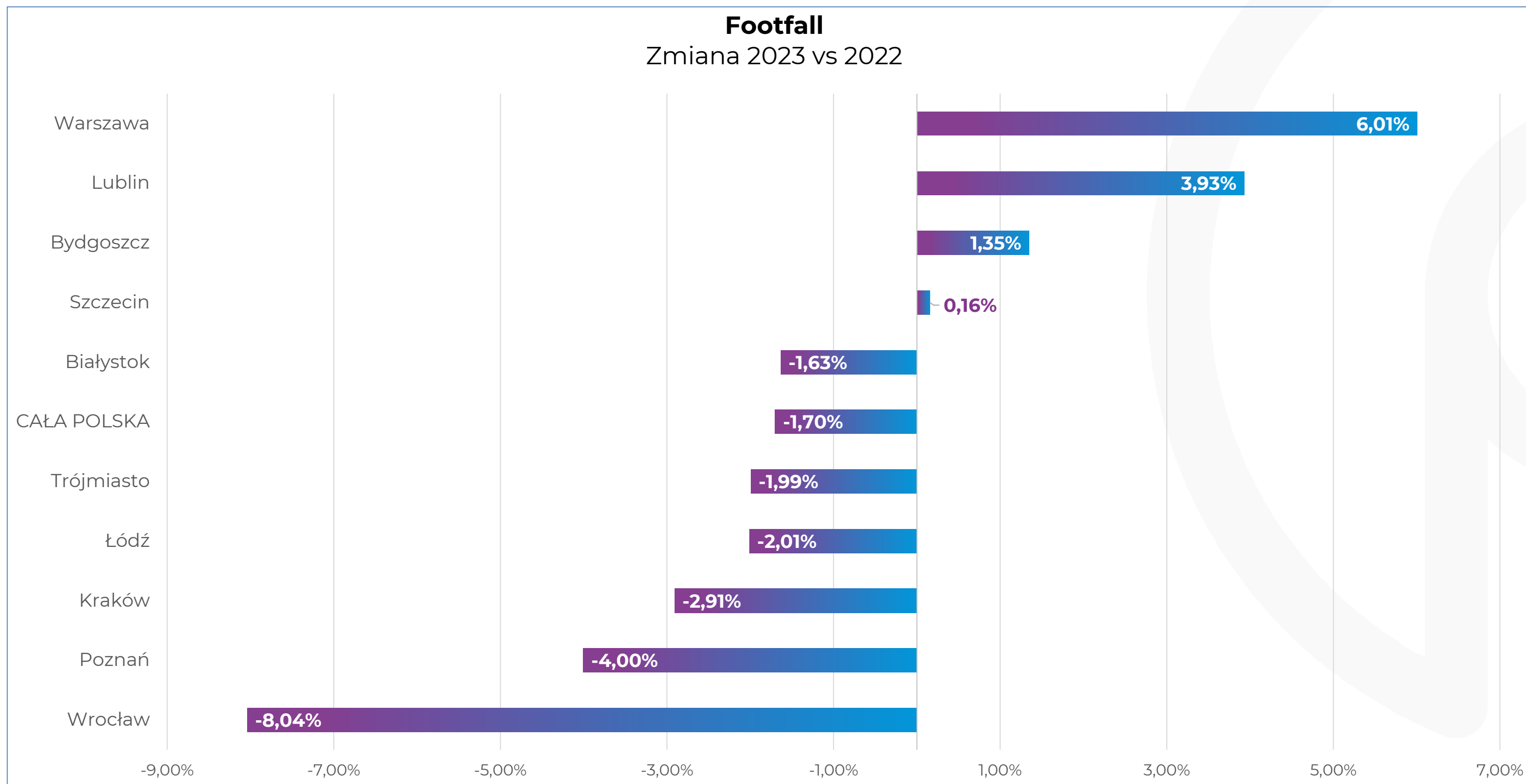
Zbadano ruch w ponad **710 placówek**, których lokalizacje zostały pozyskane ze stron internetowych oraz z Google Maps.



WYNIKI BADANIA



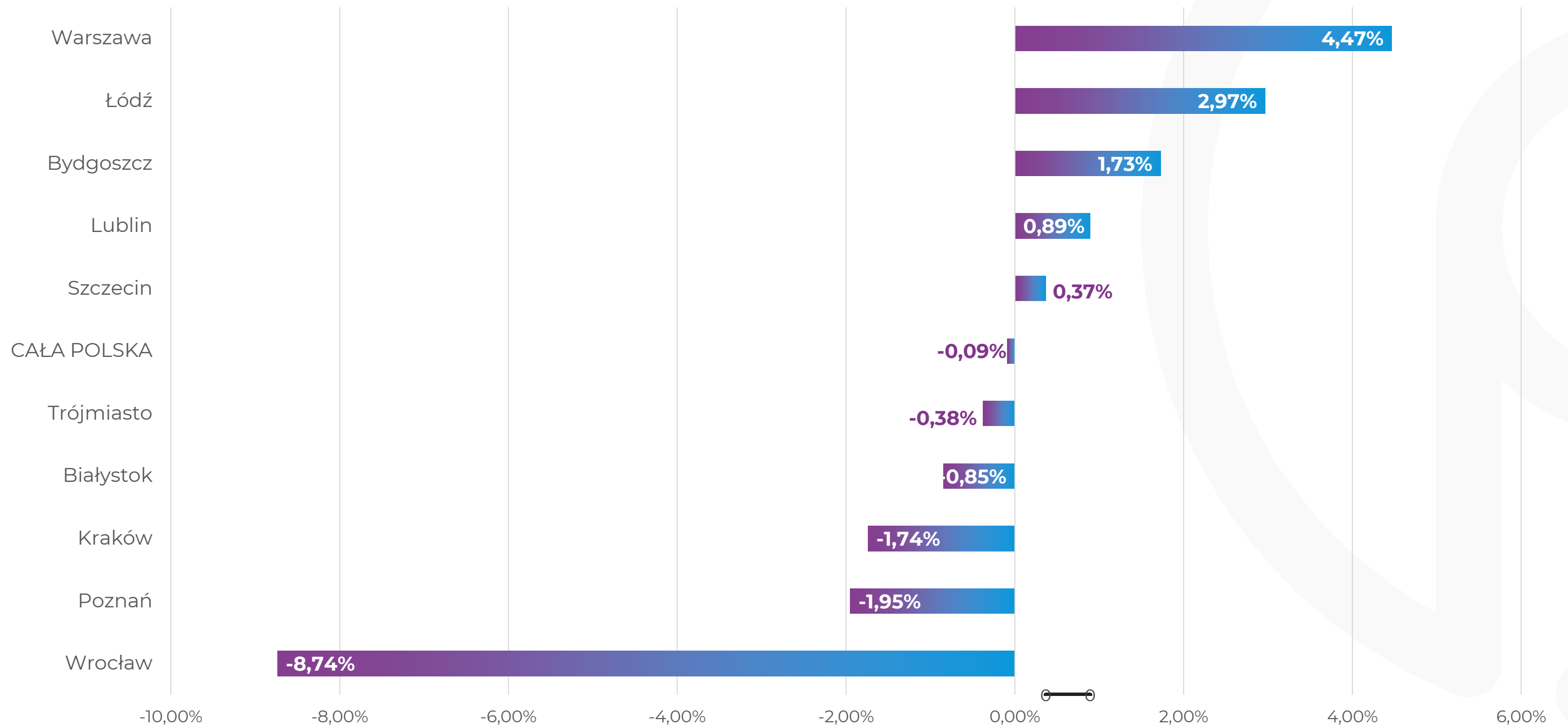
Zmiana rok do roku ruchu w badanych galeriach handlowych



Unique Shoppers 2023/2022

Zmiana rok do roku liczby klientów badanych galerii handlowych

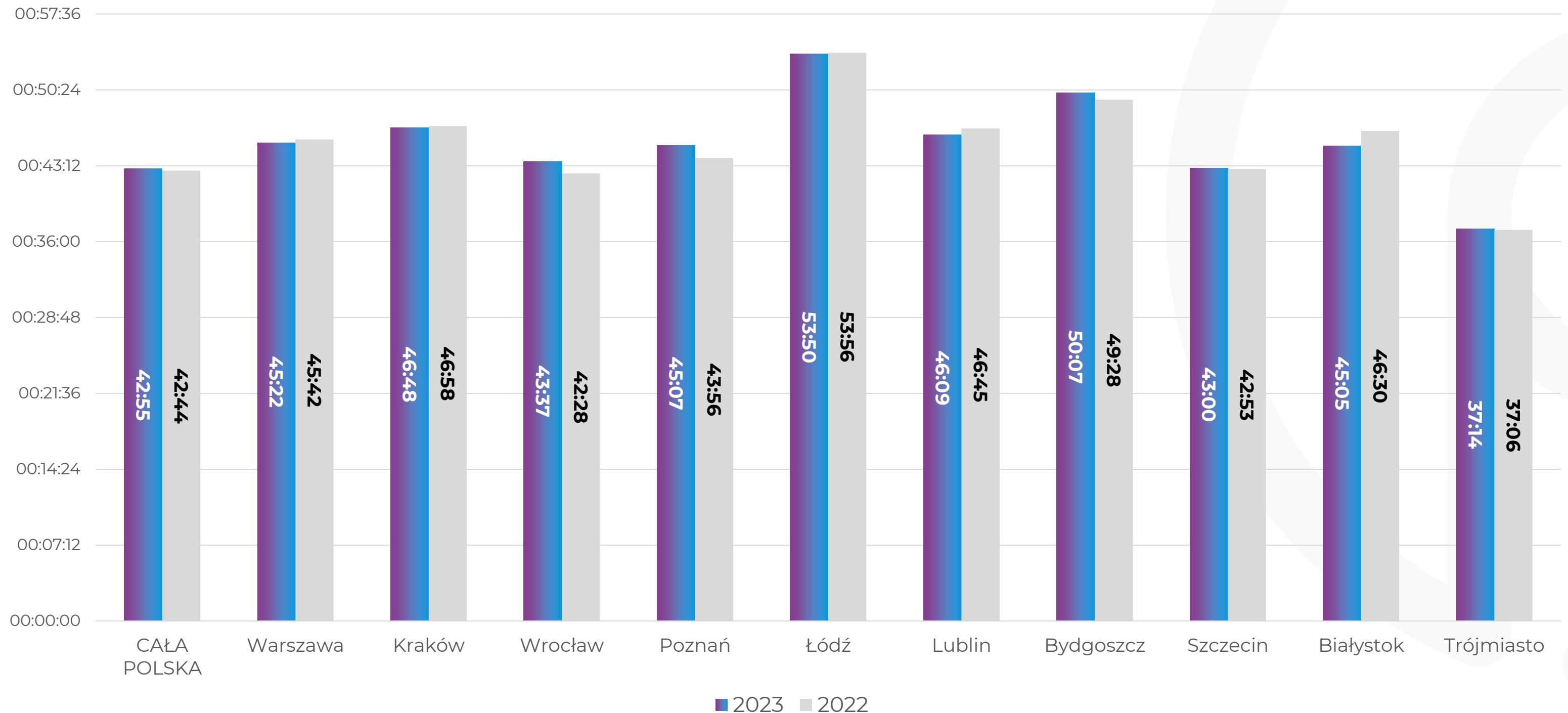
Unique Shoppers Zmiana 2023 vs 2022



Czas trwania zakupów 2023/2022

Śr. czas trwania wizyty w galerii handlowej (mm:ss)

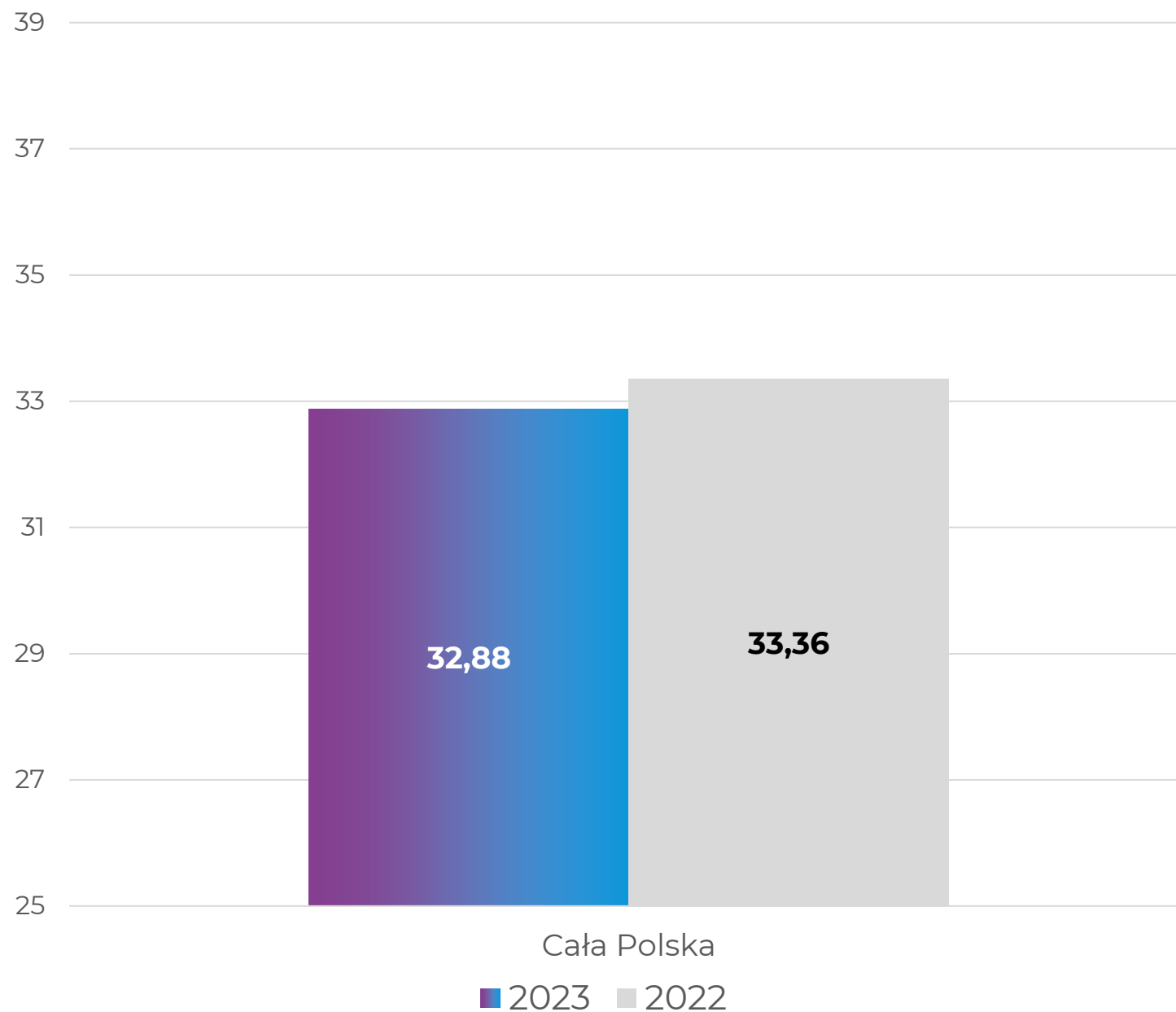
Czas przebywania w galerii 2023 vs 2022



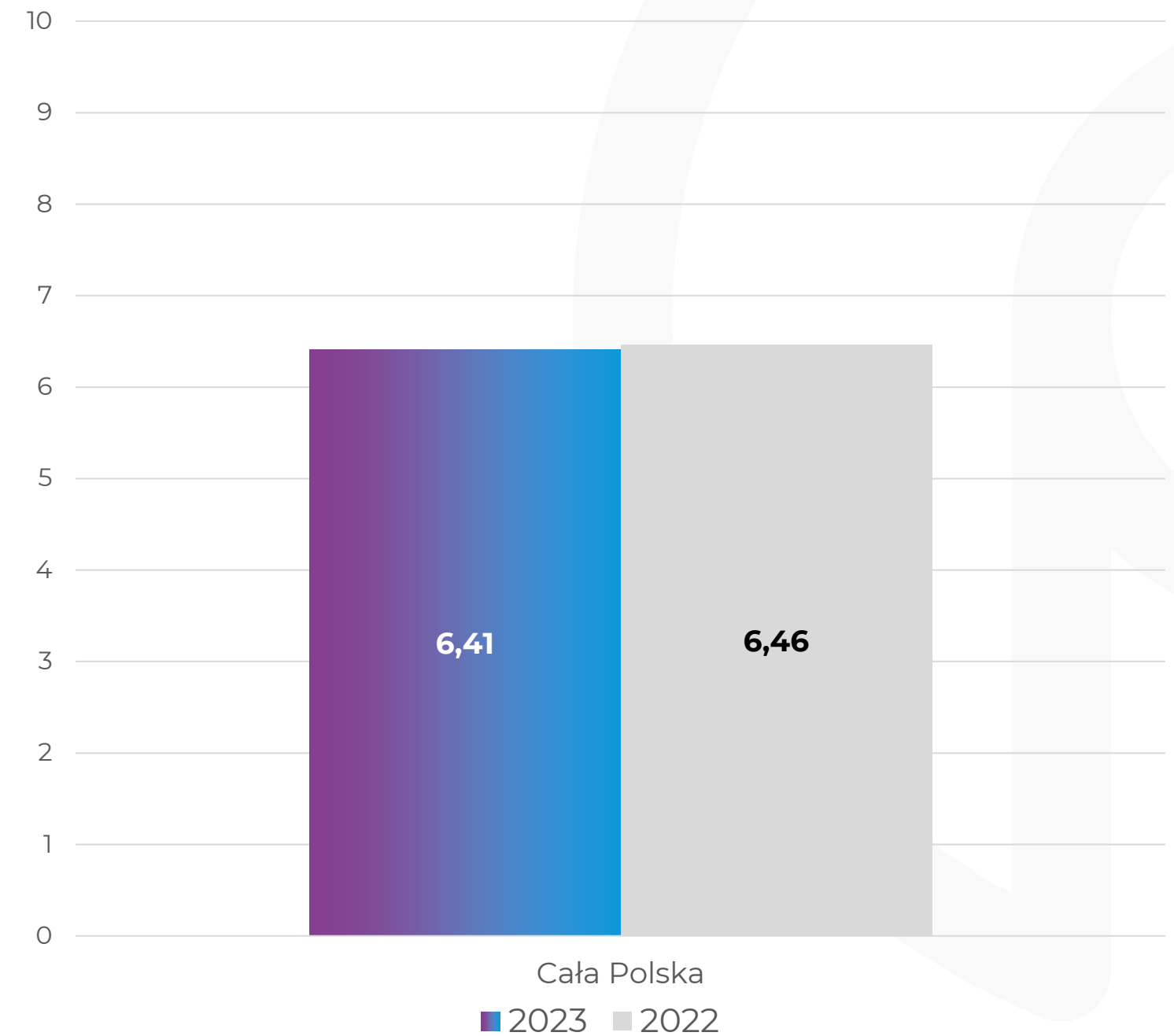
Częstotliwość zakupów i liczba odwiedzonych galerii 2023/2022

Śr. liczba wizyt w galeriach i średnia liczba odwiedzonych galerii na 1 shoppa

Częstotliwość zakupów 2023 vs 2022



Średnia liczba odwiedzonych galerii 2023 vs 2022



PODSUMOWANIE I WNIOSKI



PODSUMOWANIE I WNIOSKI

1. W roku 2023 roku w porównaniu z rokiem poprzednim nastąpił minimalny spadek ruchu w galeriach handlowych w skali całego rynku – jedynie o 1,52% rdr. Spadła również liczba klientów, ale tylko o marginalne 0,09% rdr. Trudno uznać to za istotne i zmiany można uznać, że rynek cechuje względna stabilność, choć należy mieć na uwadze fakt, że w ostatnim kwartale mieliśmy do czynienia z tendencją spadkową, co może sugerować, że przynajmniej w pierwszej części 2024 roku również mogą się pojawić spadki.

Dynamika ruchu w galeriach handlowych bardzo różni się w zależności od miasta. W Warszawie nastąpiły największe wzrosty (ruch: +6,01% rdr, liczba klientów: +4,47% rdr), dodatnie wartości zanotowano też w Lublinie, Bydgoszczy i Szczecinie. W Łodzi spadła liczba wizyt (-2,01% rdr), ale za to wzrosła liczba klientów (+2,97% rdr), a w Trójmieście, Białymstoku, Krakowie, Poznaniu i Wrocławiu oba te wskaźniki przyjęły wartości ujemne. We Wrocławiu spadki były najistotniejsze – liczba odwiedzin spadła o 8,04% rdr, a liczba klientów o 8,74% rdr.

2. Zmiany na poziomie całej Polski są niewielkie, w skali całego roku nie nastąpiły żadne istotne tąpnięcia. W ostatnich miesiącach notowane były jednak spadki, co może być rezultatem z jednej strony koniunktury gospodarczej oraz rozwojem sektora e-commerce. Jeśli ta hipoteza jest trafna i trendy się utrzymają, w 2024 roku można również spodziewać się spadków.

Dynamika na poziomie miast wynika potencjalnie nie tylko z różnic pomiędzy lokalnymi rynkami, ale też z okresowych fizycznych utrudnień, np. remontu samej galerii lub okolicznej infrastruktury.

PODSUMOWANIE I WNIOSKI

- Średni czas trwania wizyty nie uległ istotnej zmianie zarówno na poziomie całej Polski, jak i na poziomie pojedynczych miast. Można więc uznać, że w badanym okresie rynek galerii handlowych charakteryzował się pod tym względem stabilnością, choć nie można wykluczyć, że w krótszych, np. miesięcznych przedziałach czasowych mogły zdarzyć się większe wahnięcia.
- Średnia liczba odwiedzonych galerii oraz średnia łączna liczba odwiedzin również nie uległy większym zmianom w skali całego roku. Podobnie jak w przypadku średniego czasu trwania wizyty mogły potencjalnie występować lokalne lub krótkotrwałe wahnięcia, ale bez dużego przełożenia na całość.

W 2024 roku możemy hipotetycznie spodziewać się albo utrzymania statystyk na ruchu na podobnym poziomie, albo spadków w zależności od popularności handlu w Internecie oraz zakupów online z odbiorem w placówce stacjonarnej. Lokalnie mogą też pojawić się zakłócenia wynikające z planowanych prac remontowych.

**Chcesz poszerzyć swoją wiedzę
o galeriach handlowych**

Skontaktuj się z nami!



Sylwia Kaska
Head of Sales

+48 601 187 124

sylwia.kaska@proxicloud.com



Działdowska 11/12, 01-184
Warszawa, Polska

contact@proxi.cloud | www.proxi.cloud