

Ruch w centrach i galeriach handlowych

Jak zmienił się w 2024 w porównaniu z 2023?



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 **2024 r.** z odniesieniem do roku poprzedniego.

Zbadaliśmy zachowania użytkowników odwiedzających galerie i centra 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 1 478 644 unikalnych użytkowników.** Aby wejście użytkownika w geofence było zarejestrowane jako wizyta klienta w galerii, wizyta musiała trwać co najmniej 5 minut i nie więcej niż 6 godzin.

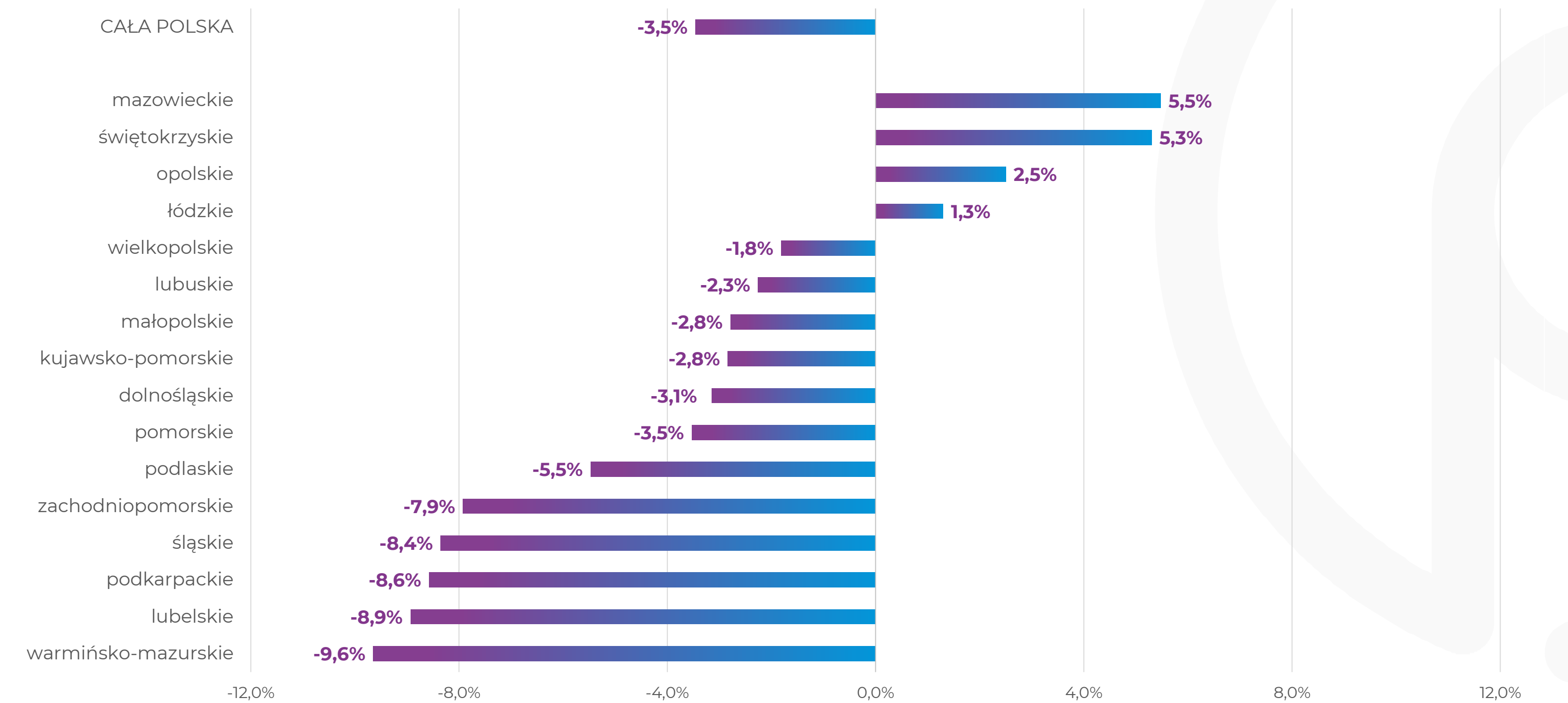
Zbadano ruch w ponad **710 placówkach**, których lokalizacje zostały pozyskane ze stron internetowych oraz z Google Maps.



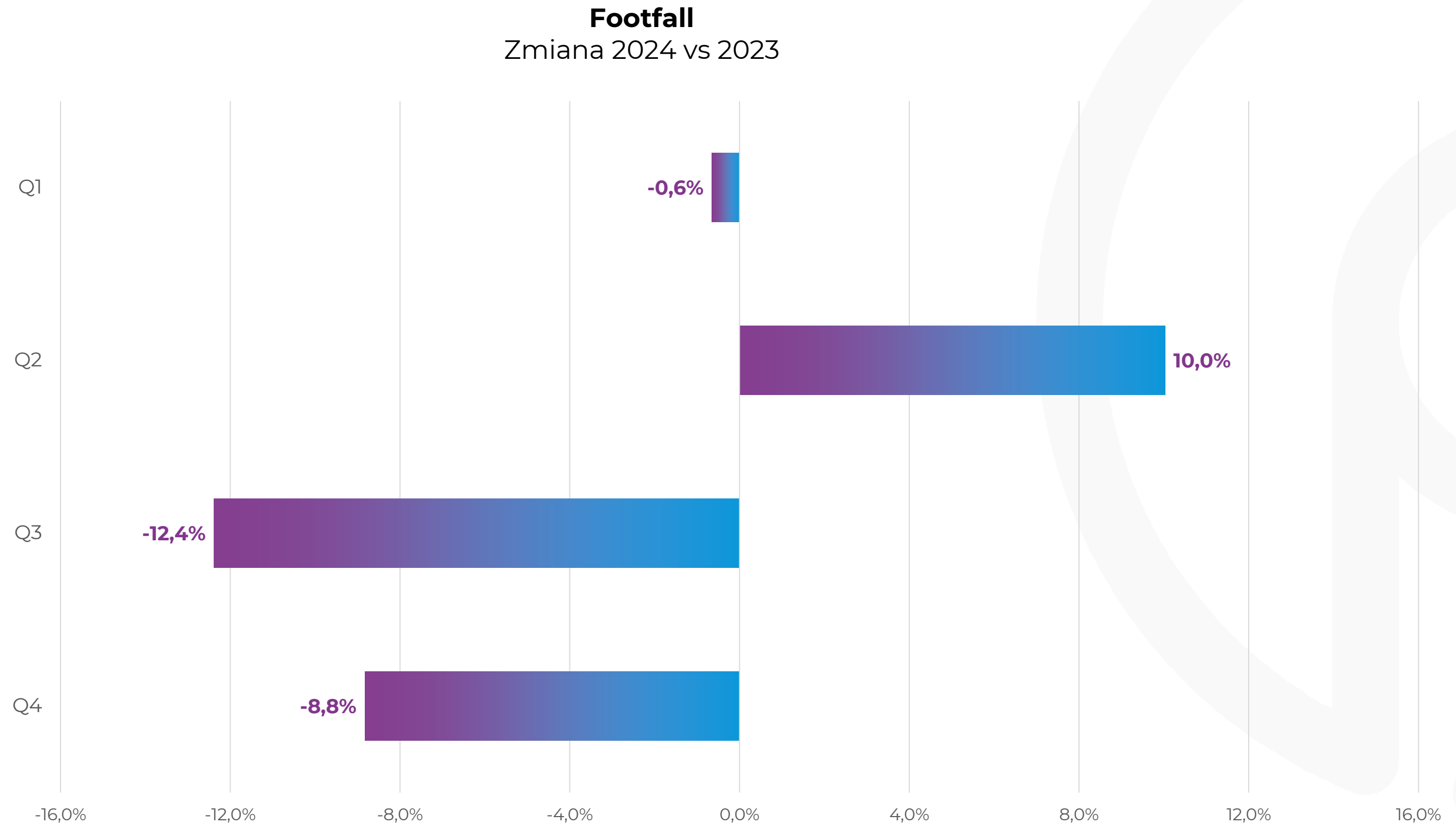
WYNIKI BADANIA

Zmiana rok do roku średniomiesięcznego ruchu w badanych placówkach względem miejsca zamieszkania konsumenta

Footfall
Zmiana 2024 vs 2023



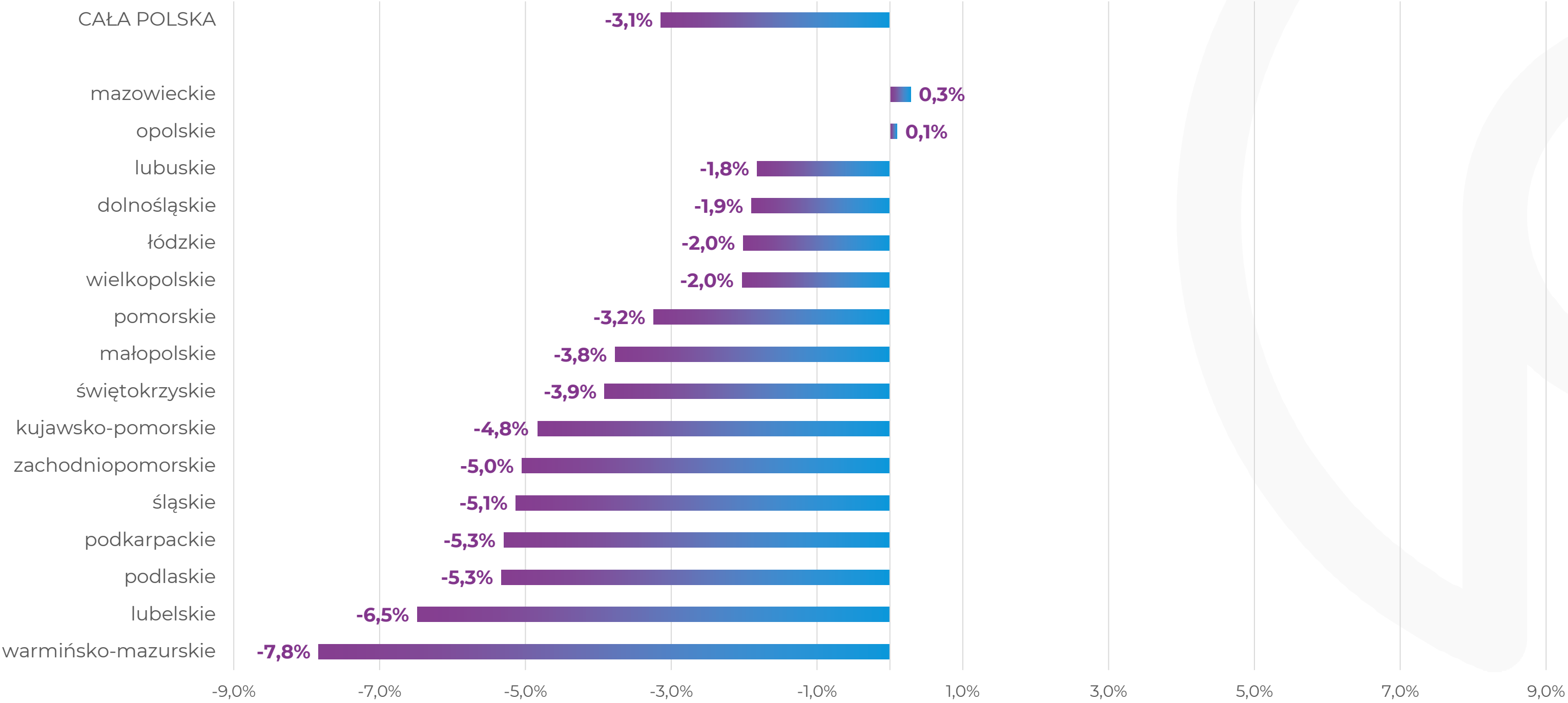
Zmiana rok do roku średniomiesięcznego ruchu w badanych placówkach względem miejsca zamieszkania konsumenta w poszczególnych kwartałach na poziomie całej Polski



Unique Shoppers

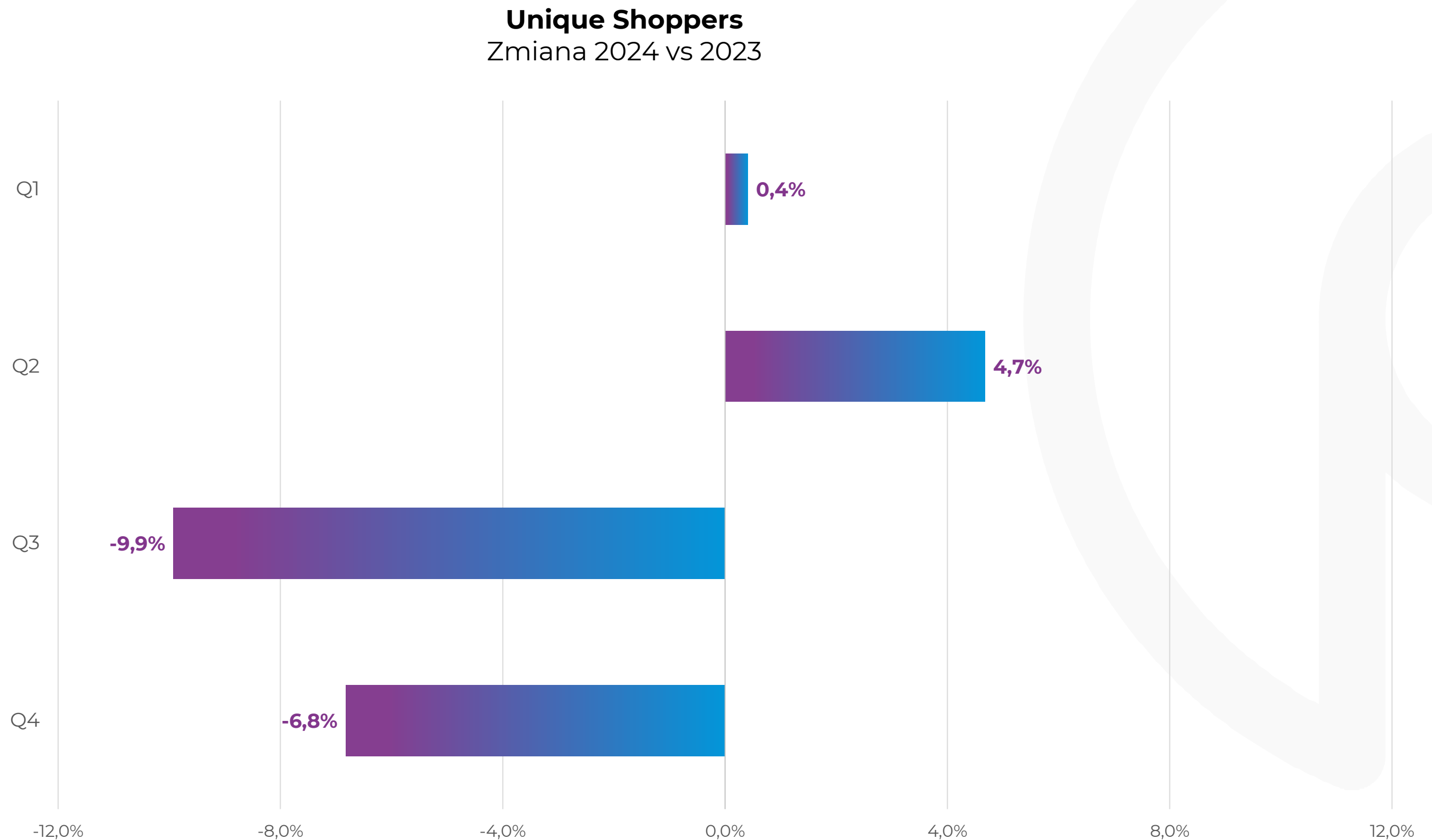
Zmiana rok do roku średniomiesięcznej liczby klientów badanych placówek względem miejsca zamieszkania konsumenta

Unique Shoppers
Zmiana 2024 vs 2023



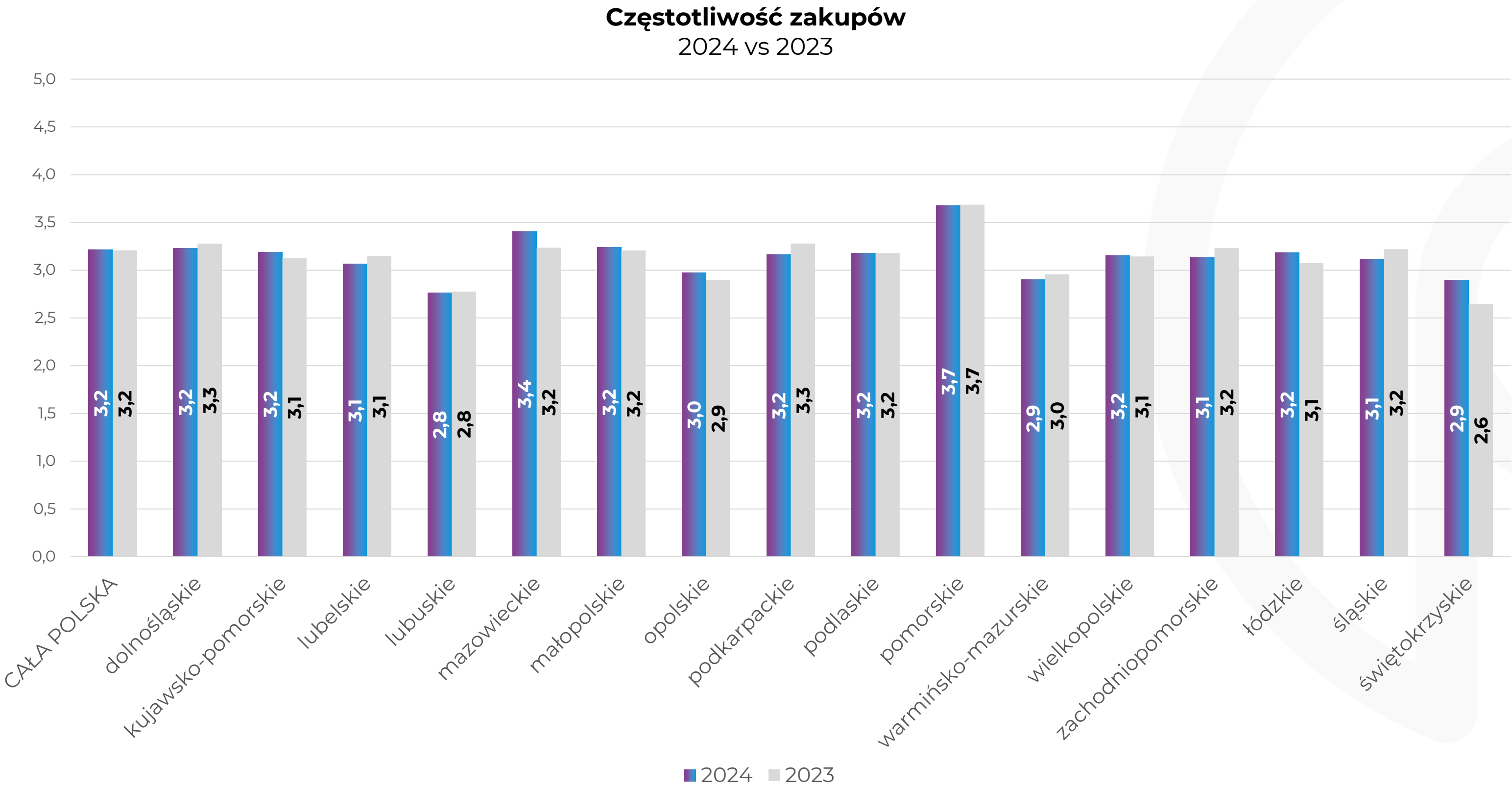
Unique Shoppers

Zmiana rok do roku średniomiesięcznej liczby klientów badanych placówek względem miejsca zamieszkania konsumenta w poszczególnych kwartałach na poziomie całej Polski



Częstotliwość zakupów

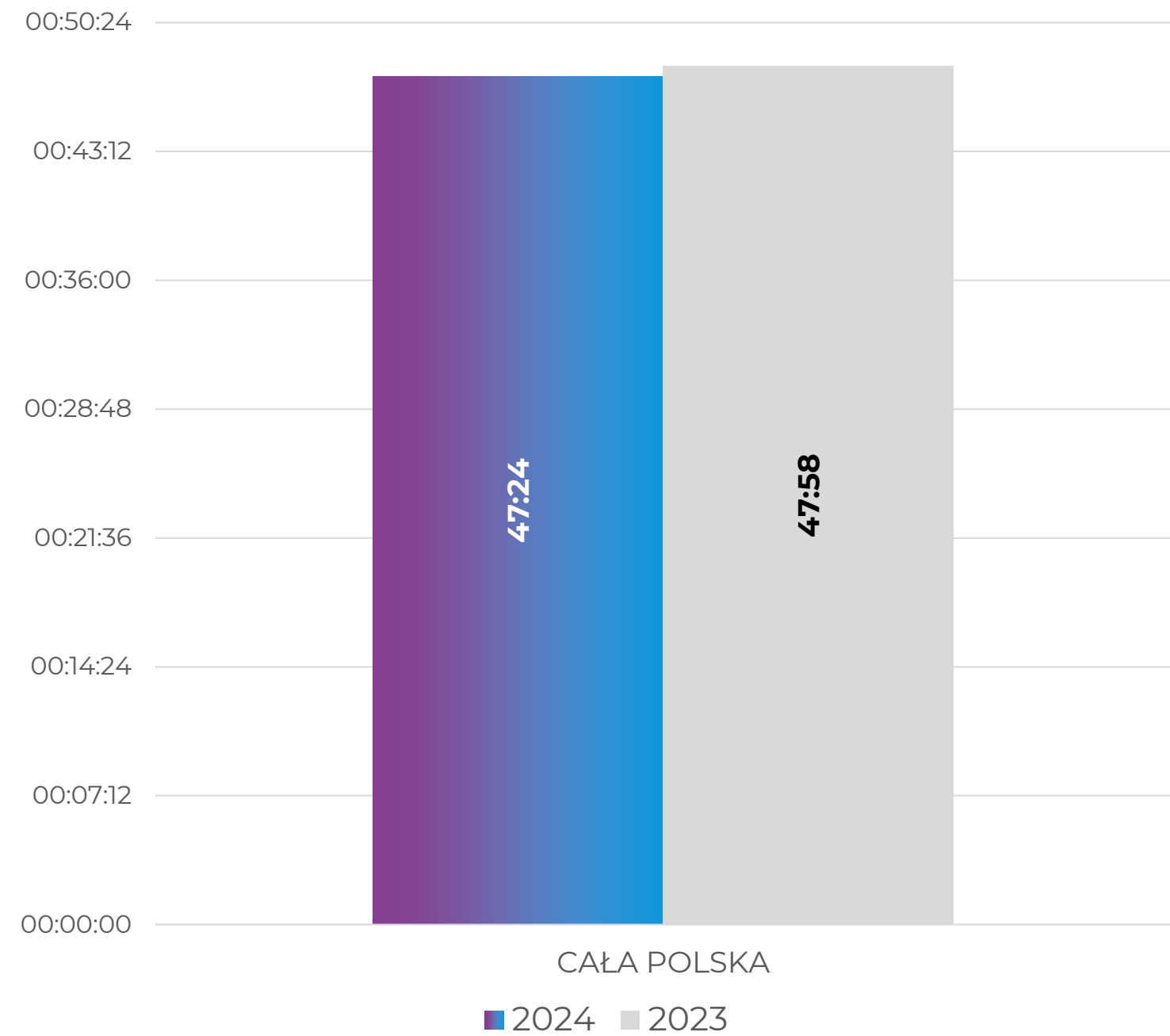
Średniomiesięczna średnia liczba wizyt w galeriach na 1 konsumenta względem miejsca zamieszkania konsumenta



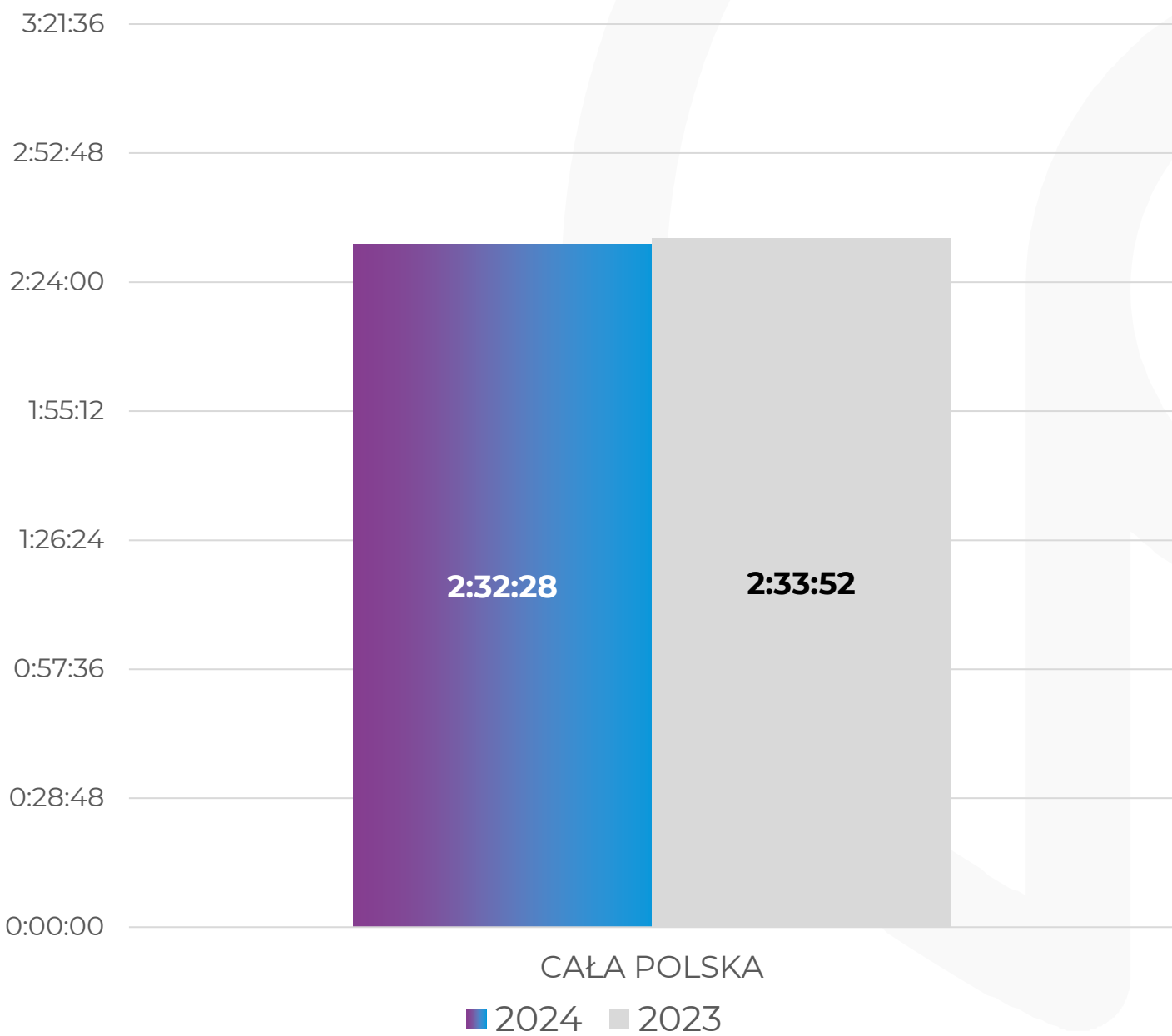
Średni i łączny czas spędzony w placówkach

Średniomiesięczny średni czas trwania wizyty w badanych placówkach (mm:ss) i średni łączny czas trwania wizyt (hh:mm:ss)

Średni czas trwania wizyty
2024 vs 2023



Średni łączny czas trwania wizyt
2024 vs 2023



PODSUMOWANIE I WNIOSKI

PODSUMOWANIE I WNIOSKI

1. 2024 rok charakteryzował się spadkami wszystkich badanych metryk poza częstotliwością wizyt. W skali kraju zanotowano spadek zasięgu na poziomie 3,1% oraz spadek ruchu na poziomie 3,5%. Spadki zanotował również czas trwania wizyt (-1,2%). Delikatny wzrost odnotowała częstotliwość wizyt (0,3%). Jednym z potencjalnych powodów spadków tych metryk może być spowolnienie gospodarcze w Polsce oraz idące za tym rozsądniejsze zarządzanie pieniędzmi przez gospodarstwa domowe. Niemniej jednak część tego trendu wyjaśniać może również rosnąca popularność usług e-commerce, przez co mniej konsumentów wybiera się do galerii handlowych.
2. Dynamiki ruchu jak i zasięgu są silnie zróżnicowane w zależności od badanego województwa. Wzrost ruchu wystąpił w czterech województwach, najwyższy w województwie mazowieckim (5,5%). W pozostałych województwach zanotowano spadki ruchu, największy w województwie warmińsko-mazurskim (-9,6%). Zasięg z kolei wzrósł delikatnie w dwóch województwach, najwyżej w województwie mazowieckim (0,3%). Największy spadek zasięgu odnotowało ponownie województwo warmińsko-mazurskie (-7,8%). Przyczyn takiej sytuacji można dopatrywać się głównie w zróżnicowanej sytuacji społeczno-gospodarczej regionów. Drugim potencjalnym powodem, mającym wpływ na tak znaczne różnice, mogą być odbywające się remonty niektórych galerii. Potwierdzenie tych hipotez wymaga jednak przeprowadzenia dodatkowych badań.

PODSUMOWANIE I WNIOSKI

3. Dynamika częstotliwość odwiedzin na poziomie województw jest również silnie zróżnicowana. Wzrosty częstotliwości zaobserwowano w siedmiu województwach, w tym największy w województwie świętokrzyskim (9,5%). W pozostałych województwach zanotowano spadki częstotliwości wizyt, niemniej jednak są one w większości nieznaczne. Największy spadek odnotowano w województwie podkarpackim (-3,5%). W ujęciu bezwzględnym Polacy, którzy odwiedzają galerie, w dalszym ciągu pojawiają się tam około 3 razy w miesiącu, co jest potwierdzeniem niezmienności nawyków tej części społeczeństwa. Podobnie jest w przypadku średniej długości wizyty, która rok do roku w skali kraju skróciła się o 56 sekund (-1,2%).
4. Podsumowując, zaobserwowane spadki zasięgu oraz ruchu w skali kraju mogą być zwiastunem spowolnienia gospodarczego w Polsce lub zmianą przyzwyczajeń zakupowych wśród części społeczeństwa, czego przyczyną może być wzrost popularności usług e-commerce. Niemniej jednak wśród osób w dalszym ciągu odwiedzających galerie handlowe nie zauważono istotnych różnic w średniej częstotliwości odwiedzin, czy też czasu trwania przeciętnej wizyty.

Czym jeszcze, poza badaniami, zajmujemy się na co dzień



Proxi.target

Kampanie drive-to-store
z pomiarem ruchu w POS
wygenerowanego przez
reklamę



Proxi.reach

Precyzyjne kampanie
mobile z unikalnymi
możliwościami
targetowania



OOH.retargeting

Retargeting odbiorców
Twojej reklamy OOH
nawet kilka godzin
po kontakcie
z nośnikiem



OOH.measure

Badanie rzeczywistego
dotarcia i skuteczności
Twoich kampanii OOH

**Masz pytania o ruch klientów
w konkretnych galeriach?**

**Bądź szukasz precyzyjnie
targetowanych kampanii?**

Napisz do nas!

✉ **sales@proxi.cloud**

☎ **+48 570 950 595**



Działdowska 11/12, 01-184
Warszawa, Polska

contact@proxi.cloud | www.proxi.cloud