

Ruch w centrach i galeriach handlowych podczas wyprzedaży zimowych

Jak zmienił się w 2025 w porównaniu z 2024?



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 **2025 r.** z odniesieniem do roku poprzedniego.

Zbadaliśmy zachowania użytkowników odwiedzających galerie i centra handlowe w badanych okresach z wykluczeniem świąt oraz niedziel niehandlowych. Za czas trwania wyprzedaży zimowych przyjęliśmy miesiące styczeń i luty.

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 1 346 944 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

Dla całej Polski

Zmiana rok do roku średniomiesięcznego ruchu w badanych placówkach

Liczba klientów rdr

Liczba wizyt rdr

Częstotliwość rdr

Czas wizyty rdr

-7%

-17%

-11%

-3%

Z podziałem na województwa

Zmiana rok do roku średniomiesięcznego ruchu w badanych placówkach

	Liczba klientów rdr	Liczba wizyt rdr	Częstotliwość rdr	Czas wizyty rdr
dolnośląskie	-8%	-16%	-9%	-2%
kujawsko-pomorskie	-9%	-20%	-12%	-4%
lubelskie	-8%	-17%	-9%	-5%
lubuskie	-6%	-10%	-5%	-4%
łódzkie	-6%	-16%	-10%	-1%
małopolskie	-8%	-18%	-11%	-5%
mazowieckie	-4%	-13%	-9%	-3%
opolskie	-9%	-17%	-9%	-3%

Z podziałem na województwa

Zmiana rok do roku średniomiesięcznego ruchu w badanych placówkach

	Liczba klientów rdr	Liczba wizyt rdr	Częstotliwość rdr	Czas wizyty rdr
podkarpackie	-12%	-26%	-15%	-3%
podlaskie	-11%	-21%	-11%	-4%
pomorskie	-5%	-15%	-10%	-3%
śląskie	-9%	-21%	-13%	-3%
świętokrzyskie	-12%	-27%	-18%	-1%
warmińsko-mazurskie	-10%	-18%	-9%	-3%
wielkopolskie	-4%	-12%	-8%	-4%
zachodniopomorskie	-7%	-16%	-10%	-5%

PODSUMOWANIE I WNIOSKI

PODSUMOWANIE I WNIOSKI

1. W okresie zimowych wyprzedaży w 2025 roku, w porównaniu do 2024 roku, odnotowano spadek liczby klientów, liczby wizyt, częstotliwości odwiedzin oraz czasu spędzanego w galeriach handlowych. Największy spadek dotyczył liczby wizyt (-17%). Znaczący spadek liczby klientów (-7%) oraz obniżona częstotliwość wizyt sugerują, że konsumenci rzadziej odwiedzali galerie handlowe. Natomiast czas spędzany na zakupach zmienił się w niewielkim stopniu – spadek wyniósł jedynie -3%, co wskazuje, że osoby, które pojawiały się w centrach handlowych, spędzały tam podobną ilość czasu jak rok wcześniej.
2. Pod względem liczby unikalnych klientów największe spadki odnotowano w województwach: **podkarpackim i świętokrzyskim (oba -12%)**, podlaskim (-11%) oraz warmińsko-mazurskim (-10%). Najmniejsze zmiany wystąpiły w województwach **wielkopolskim i mazowieckim (oba -4%)**, co może sugerować większą stabilność ruchu w tych regionach. Największe spadki ruchu (liczby wizyt) odnotowały natomiast województwa **świętokrzyskie (-27%) oraz podlaskie (-26%)**, co oznacza, że mieszkańcy tych regionów znacznie rzadziej odwiedzali galerie niż w poprzednim roku.

PODSUMOWANIE I WNIOSKI

3. Częstotliwość odwiedzania galerii handlowych również uległa zmianie. Największe spadki odnotowano w **województwach świętokrzyskim (-18%) oraz podkarpackim (-15%)**, co sugeruje, że mieszkańcy tych regionów rezygnowali z wielokrotnych wizyt w centrach handlowych. Z kolei najmniejsze zmiany wystąpiły w **województwach lubuskim (-5%) i wielkopolskim (-8%)**, co może oznaczać, że nawyki zakupowe w tych regionach pozostały bardziej stabilne. Jeśli chodzi o czas spędzany na zakupach, różnice były minimalne – największy spadek wyniósł **-5%** (lubelskie, małopolskie, zachodniopomorskie), co nie wskazuje na znaczącą zmianę w sposobie robienia zakupów.
4. Analizując wszystkie wskaźniki, można zauważyć, że ruch w galeriach handlowych w czasie zimowych wyprzedaży najbardziej zmniejszył się w **województwach świętokrzyskim, podkarpackim oraz podlaskim**. Natomiast najmniejsze spadki odnotowano w **wielkopolskim, mazowieckim, lubuskim oraz pomorskim**. Kluczowym czynnikiem odpowiadającym za tę tendencję wydaje się **mniejsza częstotliwość wizyt**. Nie można jednak jednoznacznie stwierdzić, że zainteresowanie wyprzedażami spadło – brak danych o wolumenach sprzedaży. Prawdopodobne jest, że część klientów skorzystała z promocji w kanale online. Jednocześnie osoby, które pojawiły się w galeriach, spędzały tam prawie tyle samo czasu, co w roku ubiegłym, co sugeruje utrzymanie podobnego modelu zakupowego wśród odwiedzających.

Poznaj nasze produkty reklamowe

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