

TISKOVÁ ZPRÁVA

VÝZNAMNÉ OCENĚNÍ ZA ZÁKAZNICKÝ KOMFORT, KONTROLA BEZPEČNOSTI A PŘÍPRAVY NA REDESIGN. ŠANTOVKA LETOS PROŠLA HODNOCENÍM KVALITY SLUŽEB.



30.12.2021

Spokojenost a bezpečnost návštěvníků vždy na prvním místě! To je motto obchodního centra Galerie Šantovka v Olomouci. I přes své postavení na olomouckém retailovém trhu má obchodní dům ambice své služby stále zlepšovat a naslouchat zpětné vazbě od svých zákazníků. V letošním roce proto zadala dvě výzkumná šetření realizovaná univerzitními vědci a jeden audit od společnosti CBRE. Cílem bylo vyhodnotit kvalitu nabízených služeb a péče o zákazníka. Součástí byly také přípravy na redesign vnitřních prostor centra včetně analýzy bezpečnostních opatření nákupního centra proti šíření nákazy viru Covid-19. Jaké závěry z šetření vzešly?

Audit CBRE: Nadstandardní komfort při nakupování

Na konci léta letošního roku proběhl v Galerii Šantovka **audit od společnosti CBRE**, který prostřednictvím nástroje Smart CX (customer experience) hodnotil obchodní centrum na všech místech, se kterými přijde zákazník běžně do styku. Jde o nástroj, který CBRE vyvinulo a průběžně optimalizuje, aby mohlo srovnávat a vyhodnocovat obchodní centra nejen v ČR podle zákaznického zážitku a aktuálních trendů.

Auditor vyhodnotil stěžejní místa prostřednictvím stovek otázek kvantitativního i kvalitativního charakteru. Zkoumáno bylo nejen bezprostřední okolí centra, parkoviště, pasáže a toalety, ale např. také marketingová komunikace se zákazníkem. **„Na základě výsledků auditu Galerie Šantovka prokázala vysoký standard péče o zákazníky centra a obdržela nejvyšší možnou úroveň certifikace – Platinum.** Zákazníci Šantovky tedy mají nadstandardní komfort při nakupování. V České republice je jen několik obchodních center, která snesou ta

nejpřísnější měřítko v oblasti tzv. customer experience a Galerie Šantovka je jednou z nich,“ říká vedoucí retail marketingu Pavel Urban ze společnosti CBRE.

Pocitové mapy: Příprava na redesign

V době chystaného redesignu vnitřních prostor obchodního domu se Galerie Šantovka rozhodla získat i další zpětnou vazbu od návštěvníků a zaměstnanců. Cílem bylo zjistit vnímání prostorů obchodního centra. Pro toto zjištění byla vybrána metoda tzv. pocitových map. **Ty přináší možnost aktivně zapojit občany do procesu revitalizace prostor.**

A co výsledky odhalily pro budoucí redesign? „Určitě jsou pro nás cenné informace týkající se **foodcourtu, který budeme chtít na základě podnětů z výzkumu rozšířit a dodat mu více zeleně.** Plánujeme také posílit a zpestřit nabídku včetně vybudování fresh marketu s čerstvým ovocem a zeleninou. **Budeme se snažit také reagovat na počet relaxačních zón,** na jejichž nedostatek poukazovali nejvíce muži, kteří čekají na své partnerky během nákupů. **Významnou změnou designu projde také druhé zábavní patro, kde se nachází restaurace, divadlo, kino a bowling.** Právě to by se mělo na konci příštího roku významně proměnit a umocnit tak špičkovou nabídku zdejších provozoven. Výsledky výzkumu nyní pečlivě zpracováváme do návrhu redesignu,“ říká mluvčí Galerie Šantovka Petr Hlávka.

Cílovými skupinami výzkumu realizovaného letos v červenci a září byli teenageři od 12 do 17 let a ženy a muži od 24 do 60 let. Výzkumu se zúčastnili také zaměstnanci Galerie Šantovka. „S respondenty jsme společně procházeli prostory centra. Na úvod od nás obdrželi mapu, kde byla vyobrazena všechna patra celé Šantovky. Jejich úkolem bylo do ní skrže barvy zaznamenávat své pocity (zelená barva pozitivní, oranžová neutrální, červená negativní) a tím vyjádřit svůj názor na jednotlivé lokace. Následně byli respondenti výzkumníkem dotázáni na to, proč danou barvu zvolili a jak se na daném místě cítili,“ říká jeden z řešitelů výzkumu sociolog Petr Špůrek.

„Utváření pocitových map může být velmi užitečným marketingovým nástrojem při rozvíjení nebo rekonstrukci komplexního prostoru včetně kulturního a obchodního centra typu Šantovka. Je třeba ocenit hodnotu zjištěných výsledků, ale i použité metodologie šetření,“ říká emeritní profesor Dušan Šimek působící na katedře sociologie, andragogiky a kulturní antropologie na Univerzitě Palackého.

Výzkum i audit potvrzují: Šantovka je bezpečným místem

Jeden z hlavních výzkumů letošního roku se týkal bezpečnosti v období pandemie. V únoru se v Šantovce realizoval výzkum pod vedením renomovaných brněnských vědců v čele s profesorem Omarem Šerým, který měl za cíl zjistit přítomnost viru Covid-19 v prostorách nákupního centra. **Analyzovány byly desítky stěrů na frekventovaných dotykových místech i výskyt viru ve vzduchu. Výzkum ve 100 % případů potvrdil nepřítomnost tohoto viru.** Výsledky auditu konstatovaly, že Galerie Šantovka naplňuje nejen v plné míře opatření vlády ČR, ale nad jejich rámec realizuje také řadu dalších opatření přispívajících k ochraně zdraví zákazníků. **Audit na základě potvrzené kvality a účinnosti opatření zařadil Šantovku mezi šest nejlepších zařízení v České republice.**

Mgr. Petr Hlávka

Tiskový mluvčí

Tel: +420 723 178 795

Mail: hlavka@gspm.cz