



Yrittäjähdistys-malliin perustuva
markkinointiyhteistyö kauppakeskuksissa

Kauppakeskusmarkkinoinnin järjestämisen eri tavat

- **Yrittäjäyhdistys** (yleisin tällä hetkellä)*
- **Vaihtoehtoisena mallina markkinointiryhmä** (työryhmässä pohdittu uusi malli, muutamassa uudessa keskuksessa otettu jo käyttöön)*
- ”Villit ja vapaat” –mallit
- Yrittäjävetoinen – omistaja ”peesaa”
- Omistajavetoinen – yrittäjille vapaaehtoinen

Yrittäjäyhdistys-malliin perustuva markkinointiyhteistyö kauppakeskuksissa

- **Vuokrasopimus liitteineen lähtökohtana**
- vuokralaisella velvoite joko liittyä ja maksaa yhdistysmaksu yrittäjäyhdistykseen tai
- maksaa markkinointimaksu (vuokranantajalle), jos ei liity tai eroaa yhdistyksestä
- sopimuksessa tai sen liitteissä on markkinointiin/kaupalliseen toimintaan liittyviä muita ehtoja kuten
 - myyntien ilmoittaminen
 - aukioloajat
 - mainonta
 - paikoitus

Yrittäjäjyhdistys-malliin perustuva markkinointiyhteistyö kauppakeskuksissa

- Säännöt luovat puitteet YRY:n toiminnalle.
- YRY:n **tarkoituksena** on kehittää jäsentensä liiketoimintaa ja yhteistyötä sekä toimintaa yhtenäisenä kauppakeskuksena.
- **Toiminta** käsittää
 - yhteistilaisuuksia, koulutusta, kehittämisehdotuksia ja lausuntoja markkinoinnista, aukioloajoista jne.
- Äänimäärä/jäsenmaksu on sidottu pinta-alaan joko neliöjuurikaavalla tai pinta-alaluokittain siten, että suuret maksavat enemmän kuin pienet. Pienet maksavat kuitenkin neliötä kohden enemmän kuin suuret.
- Neliökohtaisen jäsenmaksun porrastuksella pyritään eliminoimaan 1-2 suuren liikkeen tai yhden toimialan ”diktatuuri”, mutta samalla varmistamaan kohtuullisen nopea ja helppo päätöksenteko yhdistyksessä.

Yrittäjähdistys-malliin perustuva markkinointiyhteistyö kauppakeskuksissa

Yhdistyksen kokoukset

Hallitus

- strategia
- toimintasuunnitelma ja budjetti
- toteutuksen seuranta

Hallituksen nimeämät toimielimet

- markk. valiokunta tai
- markk. työryhmä

Kauppakeskuksen
omistaja

Kauppakeskus-
johto

Markkinointipäällikkö

Yrittäjäyhdistys-malliin perustuva markkinointiyhteistyö kauppakeskuksissa

- Parhaimmillaan yrittäjäyhdistyksen jäsenet ovat sitoutuneita, markkinointiyhteistyö sujuu ja tieto kulkee, mutta:
- Toteutuuko omistajan intressissä oleva pitkäjänteinen kauppakeskuksen kilpailukykyä ja kiinteistön arvonnousua edistävä brändin kehittäminen?
- Hallinnollisesti raskasta? Minkä kokoinen keskus kantaa?
- Markkinointi lyhytjänteistä?
- Tingitäänkö markkinoinnin ja mainonnan laadusta, kustannuksia minimoiden?
- Onko omistaja etäällä ja sitoutuminen markkinointiin vähäistä?
- Ristiriitatilanteita:
 - suuret ”jyrää”,
 - eri toimialojen erilaiset tarpeet
 - kauppakeskusjohto lujilla
 - kustannusten jako-ongelmat

Yrittäjähdistys-malliin perustuva markkinointiyhteistyö kauppakeskuksissa

Vahvuudet <ul style="list-style-type: none">- kaikki mukana- periaatteessa kaikilla vaikuttamismahdollisuus- laaja osaaminen / näkemys- me-henki	Heikkoudet <ul style="list-style-type: none">- vastuu/työnjako- lyhytjänteisyys- linjamuutokset/henkilömuutokset- voimakkaat tahot ajavat omia etujaan- yritysten maksukyky- jäykkä hallinto- työläs- pieni osallistumisprosentti- huono sitoutumisaste- muutosherkkyys puuttuu
Mahdollisuudet <ul style="list-style-type: none">- paljon eri alojen osaajia- saa/voi muodostaa muitakin ryhmiä (osaamisen hyödyntäminen)- mahdollista luoda strategia	Uhat <ul style="list-style-type: none">- lyhytnäköisyys toiminnassa- intressiristiriidat- haetaan nopeita tuloksia- brändin tahraaminen, vesittäminen- tavoitteita ei saavuteta- asiakaslupauksen romuttaminen

Muita pelisääntöjä riippumatta markkinointijohtamisen mallista

- Kauppakeskuksen toimintaa voidaan ohjata myös:
 - järjestyssäännöillä, joista päättää kiinteistönomistaja, YRY/yhteismarkkinointitiimi voi tehdä kehittämis ehdotuksia
 - yhteistyösopimuksilla
 - kaupallisen ilmeen ohjeilla
 - omistajan ja YRY:n/yhteismarkkinointitiimin yhteisillä päätöksillä
 - käsikirjoilla, oppailla
- Elleivät pelisäännöt ole osa vuokrasopimusta tai perustu viranomais määräyksiin, voi sitoutuminen ja yhtenäisyys kärsiä