

**RAMOWY ZAKRES OBOWIĄZKÓW KANDYDATA NA DYREKTORA DS. ZARZĄDZANIA I
ROZWOJU HALI TARGOWEJ WE WROCŁAWIU**

Zakres obowiązków:

1. Zarządzanie strategiczne i operacyjne

- 1) realizacja programu rozwoju Hali w oparciu o scenariusz rozwoju 2B, opisany w wielowariantowej koncepcji Hali Targowej przy ulicy Piaskowej, umieszczonej na stronie internetowej www.wroclaw.pl.
- 2) przygotowanie planów biznesowych i nadzór nad budżetem przychodowo-kosztowym nieruchomości.
- 3) zarządzanie podległym zespołem oraz koordynacja pracy służb technicznych i sprzątających.
- 4) odpowiedzialność za codzienną działalność operacyjną Hali Targowej, nadzór nad utrzymaniem budynku (kwestie techniczne, sprawność instalacji, utrzymanie bezpieczeństwa, ochrony, czystości i estetyki obiektu).
- 5) koordynacja remontów i inwestycji we współpracy z zespołem technicznym spółki oraz konserwatorem zabytków.
- 6) realizacja postawionych celów w zakresie funkcjonowania i wizerunku obiektu, przygotowywanie raportów i analiz w tym zakresie.

2. Rozwój oferty i współpraca z kupcami (najemcami)

- 1) budowanie społeczności najemców Hali Targowej.
- 2) stały kontakt z najemcami w zakresie prowadzonych przez nich działalności oraz włączenie ich w proces rozwijania oferty Hali.
- 3) tworzenie przyjaznej polityki najmu. Standaryzacja i uporządkowanie zasad najmu, dbanie o przestrzeganie warunków umów i procedur.
- 4) stworzenie i wdrożenie koncepcji adaptacji niewykorzystanych przestrzeni obiektu (piwnice, hostel, antresola).
- 5) komercjalizacja przestrzeni: pozyskanie nowych najemców Hali wpisujących się w założenia scenariusza 2B. opisany w wielowariantowej koncepcji Hali Targowej przy ulicy Piaskowej.

- 6) zapewnienie najemców z branż lokalnych (m.in. żywność, produkty regionalne, gastronomia, rzemiosło), wprowadzenie usług atrakcyjnych dla mieszkańców i turystów.
- 7) osiągnięcie i monitorowanie założonych wskaźników, m.in. obłożenie stoisk, liczba odwiedzających, liczba wydarzeń, przychody, rentowność.

3. Promocja

- 1) Budowanie rozpoznawalnej marki Hali Targowej.
- 2) Nadzór nad:
 - opracowaniem systemu identyfikacji wizualnej i strategii promocji;
 - prowadzeniem mediów społecznościowych i strony internetowej;
 - organizacją wydarzeń promocyjnych.

4. Oferta społeczno-kulturalna

- 1) Przygotowanie i realizacja harmonogramu wydarzeń dla obiektu w celu jego ożywienia również po godzinach funkcjonowania handlu (wydarzenia cykliczne i okazjonalne, oparte m.in. na gastronomii i produktach regionalnych),
- 2) Kreowanie ogólnodostępnej przestrzeni spotkań i integracji, działalności publicznej (szkoły, uczelnie, organizacje społeczne),
- 3) Włączenie Hali w miejskie szlaki i programy: społeczne, kulinarne, turystyczne, edukacyjne – w tym edukacji ekologicznej.