

Что мы узнали о наших зрителях и о себе?*

The IMAX logo is rendered in large, white, three-dimensional block letters. It is centered against a dark blue background featuring a stylized, glowing globe composed of intricate, swirling patterns of light and dots, resembling a digital or scientific visualization. A registered trademark symbol (®) is positioned to the upper right of the 'X'.

Исследование «Ценность бренда IMAX», июнь 2014

Основы исследования



КТО

- Главный опрос – Обычные зрители
 - Города: Москва, Санкт-Петербург, Нижний Новгород, Новосибирск, Саратов, Воронеж, Екатеринбург, Волгоград, Сургут, Челябинск, Тюмень, Калининград, Сочи
 - Возраст: 18-54 в зависимости от состава населения
 - Пол – в зависимости от состава населения
 - Смотрели хотя бы один фильм в кинотеатре за последние 12 месяцев
- Дополнительный опрос – ЗРИТЕЛИ IMAX
 - Пол – в зависимости от состава населения
 - Возраст: 18-54
 - Смотрели хотя бы один фильм в IMAX за последний год

ЧТО

Основные показатели здоровья бренда, ценность бренда и имидж бренда среди сетей кинотеатров и аудиторий

КОГДА

23.06 - 30.06.

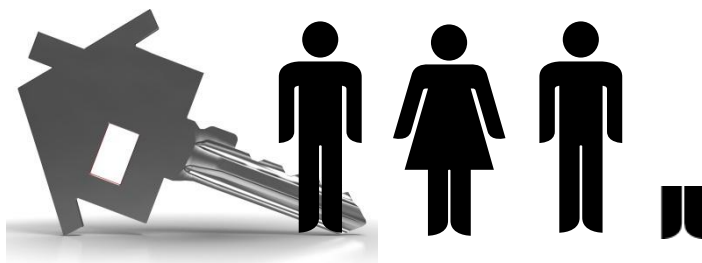
ВСЕ ЗРИТЕЛИ

Демографические показатели



СОСТАВ СЕМЬИ

Средний показатель **3,2 человека**



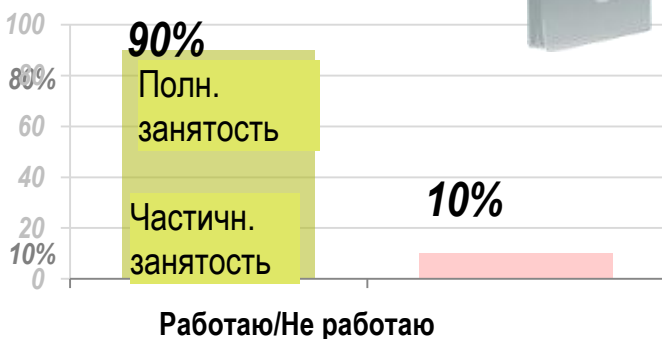
ДОХОД



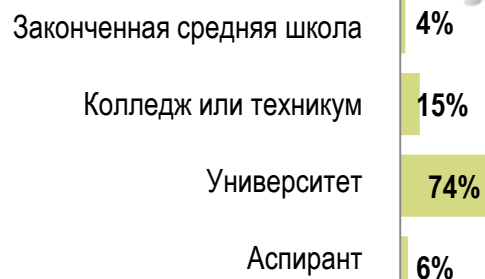
Средний показатель:

29800
рублей

ЗАНЯТОСТЬ



ОБРАЗОВАНИЕ



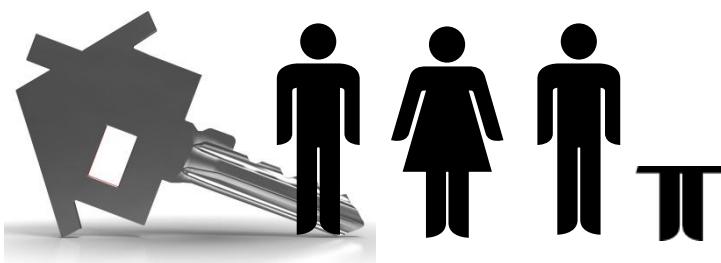
СЕМЕЙНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ





СОСТАВ СЕМЬИ

Средний показатель **3,3 чел.**

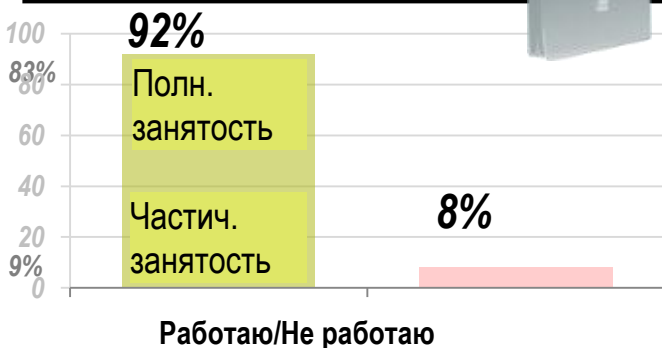


ДОХОД

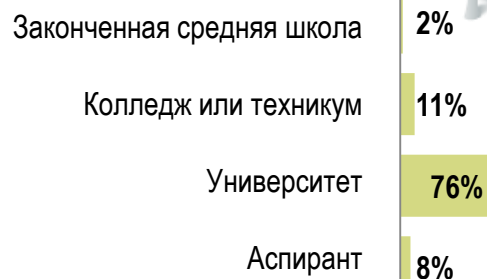


Средний показатель **36600**
рублей

ЗАНЯТОСТЬ



ОБРАЗОВАНИЕ



СЕМЕЙНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ



Потребности категории

Когда вы выбираете посмотреть фильм в кино, какие три вещи важны для вас в кинотеатре?



ВСЕ ЗРИТЕЛИ

ЗРИТЕЛИ IMAX

АТМОСФЕРА/ОБСТАНОВКА (NET)

Тихо/не слишком громко

11

7

10

6

КИНО (NET)

Хороший фильм

22

12

23

13

Расписание/выбор сеансов

4

4

ЦЕНА (NET)

15

12

УДОБСТВО КРЕСЕЛ (NET)

Удобные/можно расслабиться

29

17

28

14

Хорошие/комфортные сидения

10

13

АССОРТИМЕНТ В КИНОБАРАХ (NET)

41

39

ХАРАКТЕРИСТИКИ КИНОТЕАТРА (NET)

28

31

3D

5

9

Большой/широкий экран

5

4

Хороший качественный звук

13

13

Ассортимент в кинобарах, затем характеристики кинотеатра и удобные сидения имеют главное значение для потребителей при выборе кинотеатра. Россия – единственная страна, где snacks важнее удобных кресел и характеристик кинотеатра.

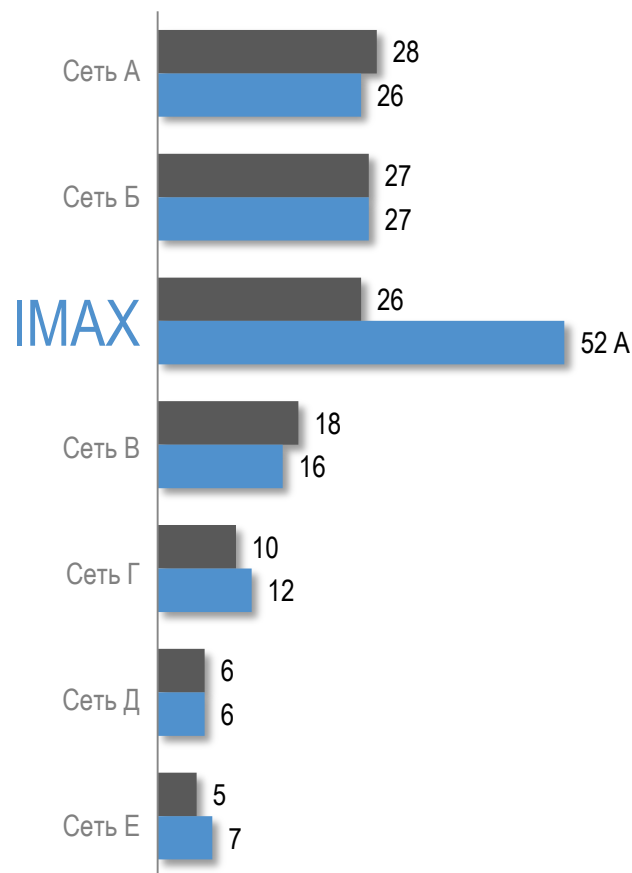
Осведомленность о бренде

Когда вы думаете о кинотеатре, какой первый бренд приходит вам в голову?



ВСЕ ЗРИТЕЛИ % А

ЗРИТЕЛИ IMAX % В



Среди всех зрителей Сеть А, Сеть Б и IMAX имеют одинаковый уровень узнаваемости бренда. Не удивительно, что осведомленность об IMAX значительно выше среди его зрителей.

Главные факторы при выборе кинотеатра



Важность	ВСЕ ЗРИТЕЛИ	ЗРИТЕЛИ IMAX
Предлагают приятную атмосферу	1	1
Делают поход в кино особенным событием	2	2
Делают поход в кино приятным времяпрепровождением	3	3
Предлагают фильмы в премиум-формате	7	4
Удобно/близко расположены	5	5
Предлагают покупку билетов онлайн и с мобильного телефона	10	6
Имеют удобный веб-сайт с легкой навигацией	6	7
Предлагают разнообразное расписание показов	4	8
Ценят своих клиентов	8	9
Предлагают много разных фильмов	9	10
Легко купить билеты в кинотеатре, включая покупку в киосках	11	11
Проводят специальные мероприятия и промо-акции с эксклюзивными призами и подарками	14	12
Продают еду и безалкогольные напитки	12	13
Предлагают групповые скидки	15	14
Предлагают программу лояльности	13	15
Продают алкогольные напитки	16	16

Главные факторы при выборе (приятное времяпрепровождение в отличной атмосфере, когда поход в кино становится особым событием) похожи среди всех зрителей и зрителей IMAX. Менее важны обеим категориям групповые скидки, программы лояльности и алкоголь.

Все зрители

Главные факторы при выборе кинотеатра

К р и т е р и и	США	Велико- британия	Канада	Мексика	Германия	Россия	Япония	Южная Корея	Китай Т1	Китай Т2
Предлагают приятную атмосферу	1	2	9	8	2	3	6	7	2	2
Делают поход в кино особенным событием	2	1	1	1	1	5	1	1	1	1
Делают поход в кино приятным временпрепровождением	3	4	8	13	4	1	3	10	5	7
Предлагают фильмы в премиум-формате	4	13	7	2	7	9	8	3	14	14
Удобно/близко расположены	5	8	3	3	6	4	5	5	13	11
Предлагают покупку билетов онлайн и с мобильного телефона	6	5	5	4	3	11	4	6	8	3
Имеют удобный веб-сайт с легкой навигацией	7	10	2	6	14	13	15	8	4	5
Предлагают разнообразное расписание показов	8	3	6	5	5	6	7	2	7	9
Ценят своих клиентов	9	6	13	14	8	2	13	11	12	10
Предлагают много разных фильмов	10	11	12	9	10	8	11	14	3	8
Легко купить билеты в кинотеатре, включая покупку в киосках	11	7	4	7	9	10	2	4	10	4
Проводят специальные мероприятия и промо-акции с эксклюзивными призами и подарками	12	9	11	11	11	7	9	9	6	13
Продают еду и безалкогольные напитки	13	15	14	10	13	12	10	13	15	15
Предлагают групповые скидки	14	12	10	12	12	14	12	12	11	12
Предлагают программу лояльности	15	16	16	16	16	16	14	16	16	16
Продают алкогольные напитки	16	14	15	15	15	15	16	15	9	6

Главные факторы при выборе кинотеатра с премиальным форматом



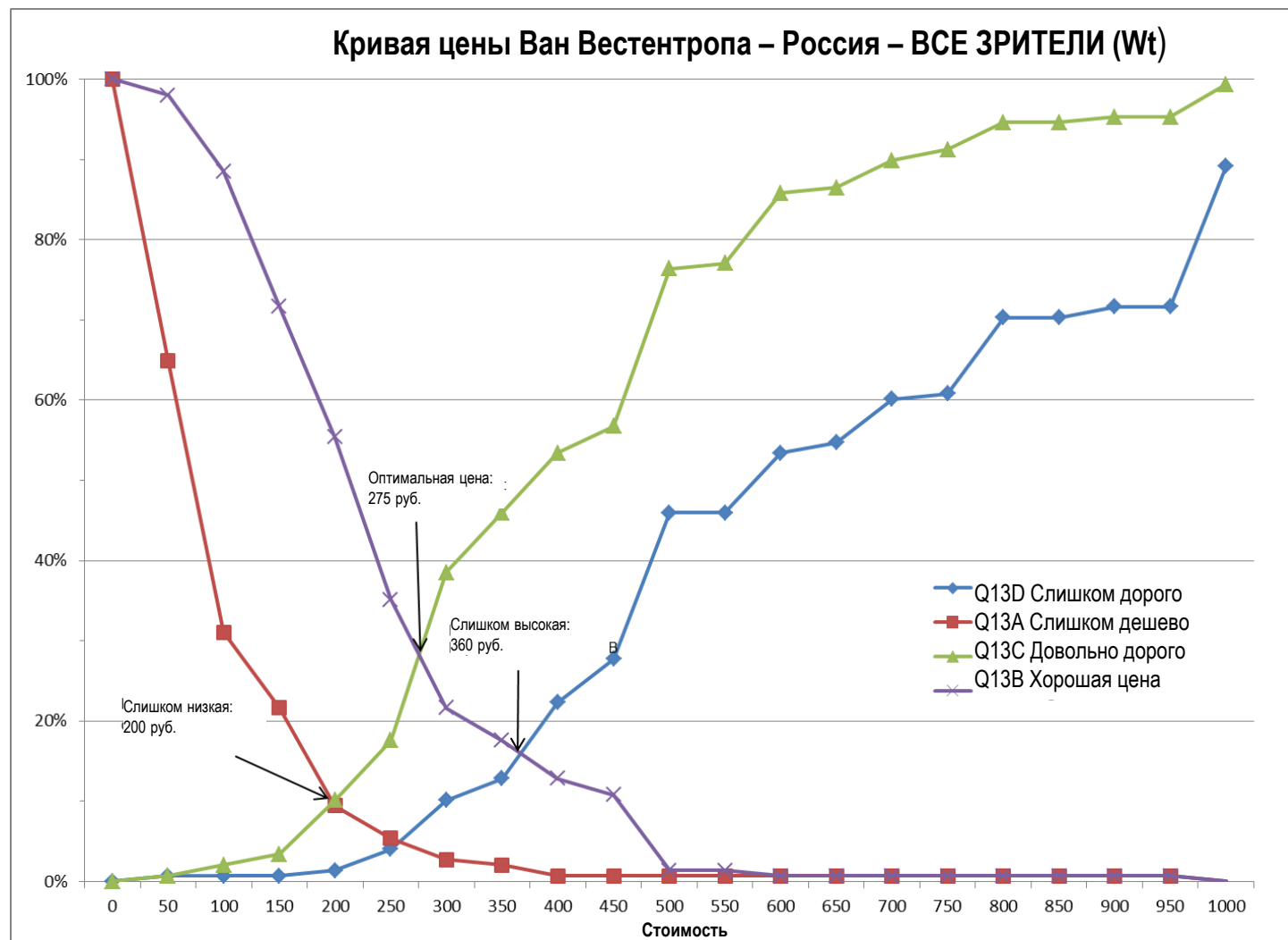
Важность	Все зрители	Зрители IMAX
Рекомендуются другими	2	1
Предлагают приятную атмосферу	1	2
Предлагают хороший угол обзора	5	3
Предлагают хорошие впечатления от просмотра	3	4
Предлагают роскошные кресла, включая откидывающиеся	6	5
Просто классные	4	6
Это места, где нужно смотреть блокбастеры	7	7
Предлагают увеличенный размер экрана	9	8
Предлагают бронирование мест	8	9
Предлагают развлечения перед просмотром	13	10
Предлагают эксклюзивные розыгрыши и промо-подарки	15	11
Предлагают высококлассный звук	10	12
Предлагают разнообразное расписание	11	13
Предлагают полный сервис питания (гости обслуживаются персоналом, пока наслаждаются фильмом)	14	14
Доступны по цене	12	15
Предлагают пространство, свободное от рекламы (никакой рекламы перед показом)	16	16

Ключевые факторы при выборе по большей части совпадают среди всех зрителей и зрителей IMAX. Они включают рекомендации других людей, отличную атмосферу, хороший угол обзора и впечатления от просмотра.

Кривая цены Ван Вестендорпа - ВСЕ ЗРИТЕЛИ

Общее количество зрителей считают, что оптимальная цена за просмотр фильма в кинотеатре – 275 рублей.

Когда цена достигает 360 рублей, она определяется как слишком высокая для потребителей (при этом крайний предел – "выше 500 рублей – это слишком дорого").



ВСЕ ЗРИТЕЛИ

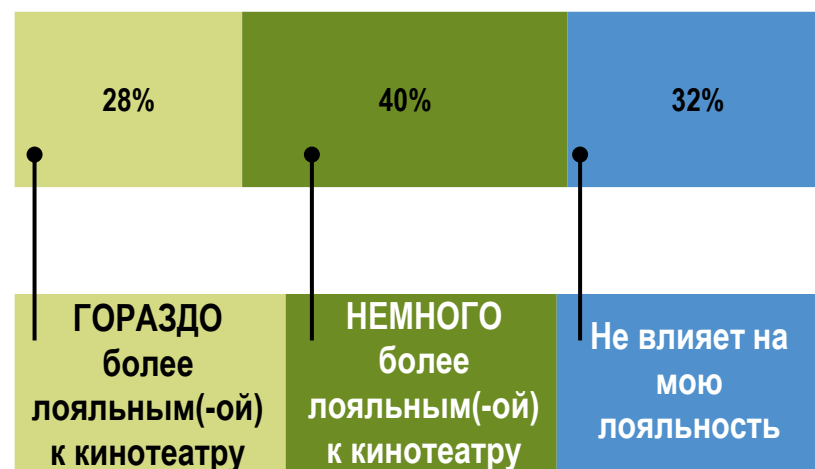
Влияние призов



ВЛИЯНИЕ ПРИЗОВ И ПОДАРКОВ



ВЛИЯНИЕ ПРИЗОВ НА ЛОЯЛЬНОСТЬ



Подарки и призы положительно действуют на большинство покупателей, что может принести кинотеатру дополнительную лояльность..

Что мы узнали о себе?

По параметрам зрительного зала IMAX – это бренд, который занимает лидирующую позицию среди общего числа зрителей кинотеатров и зрителей IMAX.

Подарки и призы положительно действуют на большинство покупателей, что может принести кинотеатру дополнительную лояльность. Это влияние даже сильнее среди тех, кто уже стал зрителем IMAX.

Среди общего числа посетителей кинотеатров IMAX является бесспорным лидером в категории "рекомендации от знакомых", и это наиболее важный фактор при выборе кинотеатра. Также имеется пространство для улучшения других важных факторов, включая более приятную атмосферу, что также не удалось полностью осуществить ни одному бренду.

IMAX назывался как в числе брендов в категории «кинотеатр», так и в числе брендов «премиальный формат» и «широкоформатный кинотеатр». Во второй и третьей категориях IMAX – лидер.

Спасибо!

РОССИЯ

The IMAX logo, rendered in large, white, three-dimensional block letters. The letters are set against a dark background with a glowing blue, ethereal globe-like structure composed of particle trails. A registered trademark symbol (®) is located to the upper right of the 'X'.