

Как мы вместе с кинотеатрами изучали российского зрителя, и что из этого получилось

*Ксения Леонтьева, ведущий аналитик
Невафильм Research*

Более 18 тысяч респондентов
335 городов



ПОРТРЕТ
ЗРИТЕЛЯ



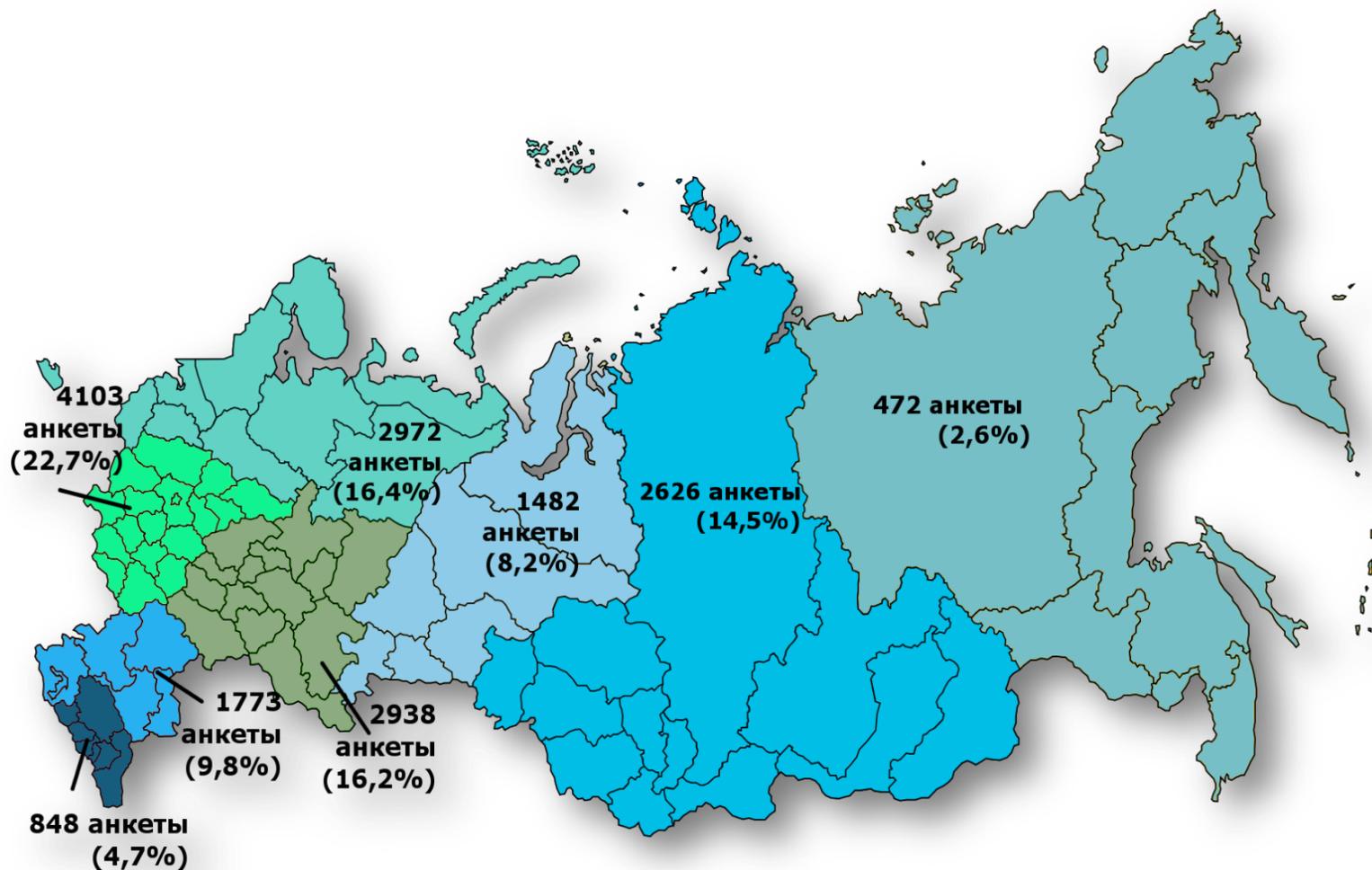
**НЕВАФИЛЬМ
RESEARCH**



Как это было

- *Кино Экспо 2011 – набор волонтеров для участия (77 кинотеатров)*
- *Март 2012 – все волонтеры получили отчет об исследовании (100 стр.) **бесплатно***

География опроса



Цели и вопросы

Цель - изучение особенностей кинопотребления российской аудитории и выявление возможностей привлечения новых зрителей в кинотеатры.

Вопросы:

- *Где и как смотрят фильмы?*
- *Как часто смотрят фильмы в кино и дома?*
- *Знают ли о новых каналах распространения фильмов (Интернет, видео по запросу)?*
- *Как действительно смотрят фильмы (три последних)?*
- *Что мешает ходить в кинотеатры чаще?*
- *Каково отношение к российским фильмам?*
- *Суждения, определяющие практики кинопотребления.*

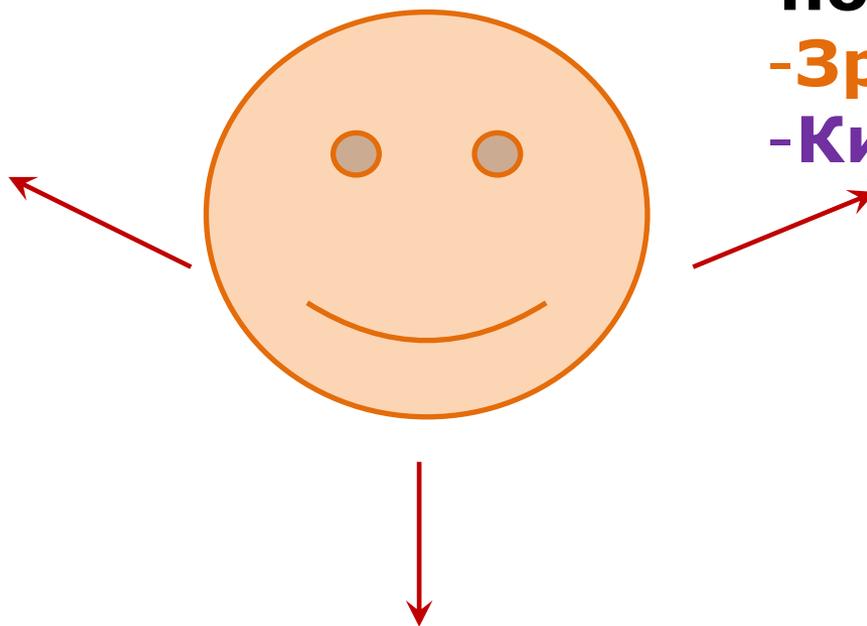
Методика исследования

Анкетный опрос:	в кинотеатрах	по телефону	в Интернете
<i>Когда</i>	7 ноября – 14 декабря 2011	25 ноября – 14 декабря 2011	9 ноября – 25 декабря 2011
<i>Где</i>	77 кинотеатров в 63 городах России и Казахстана: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Москва и Питер (19 к/т) ▪ 7 миллионников (12 к/т) ▪ 10 городов с 500 тыс. – 1 млн жит. (16 к/т) ▪ 17 городов с 250-500 тыс. жит. (18 к/т) ▪ 12 городов с 100-250 тыс. жит. (11 к/т) ▪ 15 городов с менее 100 тыс. жит. (15 к/т) 	78 городов России: <ul style="list-style-type: none"> ▪ городские телефоны ▪ мобильники 	297 городов мира: <ul style="list-style-type: none"> ▪ SurveyMonkey (реклама на Kinopoisk.ru и на странице Кинопоиска на Facebook.com) ▪ Соцопросы Вконтакте (реклама в киногруппах)
<i>Сколько</i>	13 642 анкет	2 636 интервью 2 071 анкет	1 827 анкет (15% собрано за пределами РФ)
<i>Зачем</i>	узнать, кто ходит в кинотеатры, как часто и где еще он смотрит фильмы	узнать, кто НЕ ходит в кинотеатры, почему, и как часто и где он смотрит фильмы	узнать, как любители кино-пользователи Рунета смотрят фильмы и как часто ходят в кино

Результаты: трехмерная модель зрителя

по месту опроса:

- Кинотеатр
- Телефон
- Интернет



по активности:

- Зрители
- Кинозрители

по возрасту

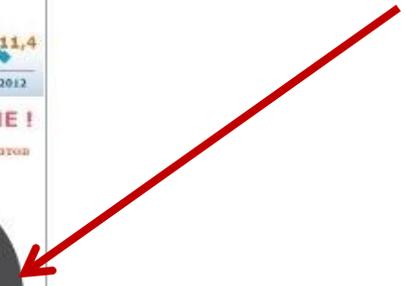
Подробности : НЕВАФИЛЬМ.РФ

The screenshot displays the NEVAFILM.RF website with the following sections:

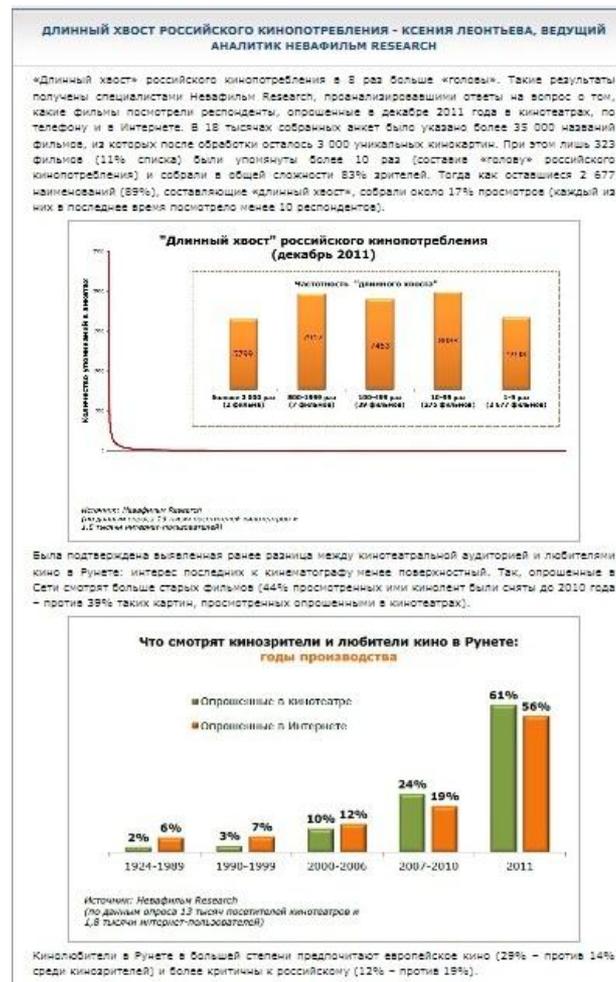
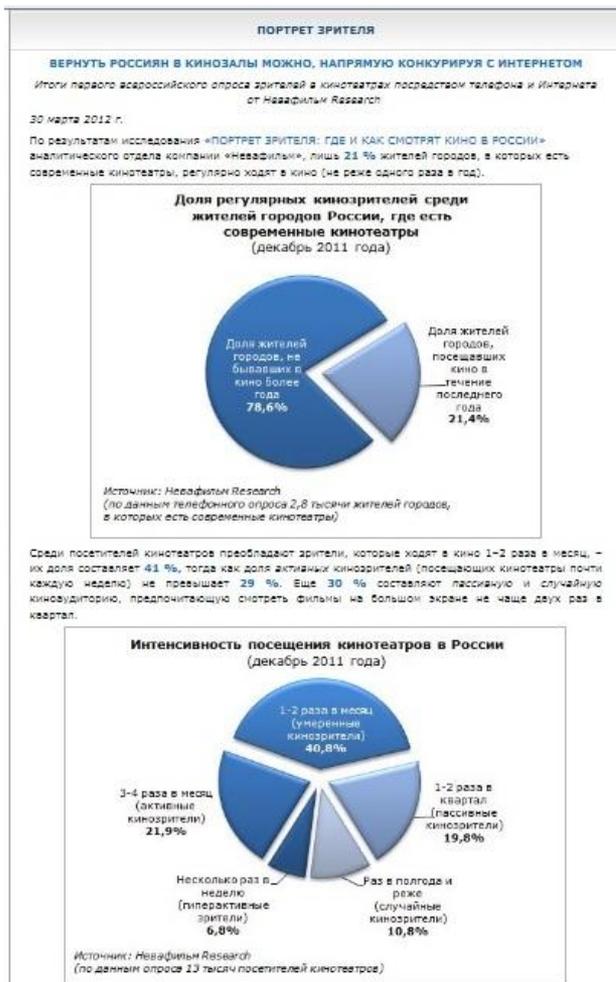
- NAVIGATION:** ТОНСТУДИЯ, ЦИФРОВАЯ КИНОЛАБОРАТОРИЯ, ОБОРУДОВАНИЕ КИНОТЕАТРОВ, ИССЛЕДОВАНИЕ КИНОТЕАТРОВ, АЛЬТЕРНАТИВНЫЙ КОНТЕНТ.
- NAVIGATION BAR:** НЕВАФИЛЬМ STUDIOS, НЕВАФИЛЬМ DIGITAL, НЕВАФИЛЬМ CINEMAS, НЕВАФИЛЬМ RESEARCH, НЕВАФИЛЬМ EMOTION.
- COMPANY INFO:** О компании, Новости, Пространства, Бизнес-план, Бизнес-модель, Фотогалерея, Контакты, Партнёры, Карта сайта, Вопросы - ответы.
- NEVAFILM SECTION:** ТРАВИАТА (Бюди) премьеры в кинотеатрах 02.10.2012. Includes a poster for the film "Травиата" and logos of partners like RAIN FORCE, SPIDER, and others.
- NEVAFILM RESEARCH SECTION:**
 - 2012-09-18: Вышел новый номер издания СИНАМАСКОП «Сбор российского рынка кинотеатров. Итоги полугодия-2012». Includes a line graph showing market trends.
 - 2012-09-10: Подведены итоги конкурса для журналистов «Рассказы об авторах в кинотеатре». Победителями стали Татьяна Тельнова (Минитетраки), Анна Сперандияева (Новосибирск) и Вера Кулаковская (Ульяновск).
 - 2012-08-20: Фильм «Шаллингтурн» получил главный приз фестиваля «Окно в Европу».
 - 2012-07-25: Вторые ежегодные Школы Кинопредпринимателей с 16 по 18 сентября 2012г. в рамках «Кино Экспо-2012».
- NEVAFILM EMOTION SECTION:** 2012-09-10: Подведены итоги конкурса для журналистов «Рассказы об авторах в кинотеатре».
- NEVAFILM STUDIOS SECTION:** 2012-08-20: Фильм «Шаллингтурн» получил главный приз фестиваля «Окно в Европу».
- NEWS SECTION:** 2012-07-25: Вторые ежегодные Школы Кинопредпринимателей с 16 по 18 сентября 2012г. в рамках «Кино Экспо-2012».

REGISTRATION AND STATISTICS:

- РЕГИСТРАЦИЯ ПОСЕТИТЕЛЕЙ:** Login and Password fields, buttons for Войти, Регистрация, and События компании.
- ИНДЕКС ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО НАСТРОЕНИЯ В СФЕРЕ КИНОПОКАЗА:** Line graph showing values for 11.2011 (57,4), 02.2012 (39,6), 05.2012 (59,9), and 08.2012 (11,4).
- ТЕПЕРЬ ДЕШЕВЛЕ !** Более 18 тысяч рецензентов 355 городов.
- Где и как смотрят кино в России:** ПОРТРЕТ ЗРИТЕЛЯ (with NEVAFILM DIGITAL logo).

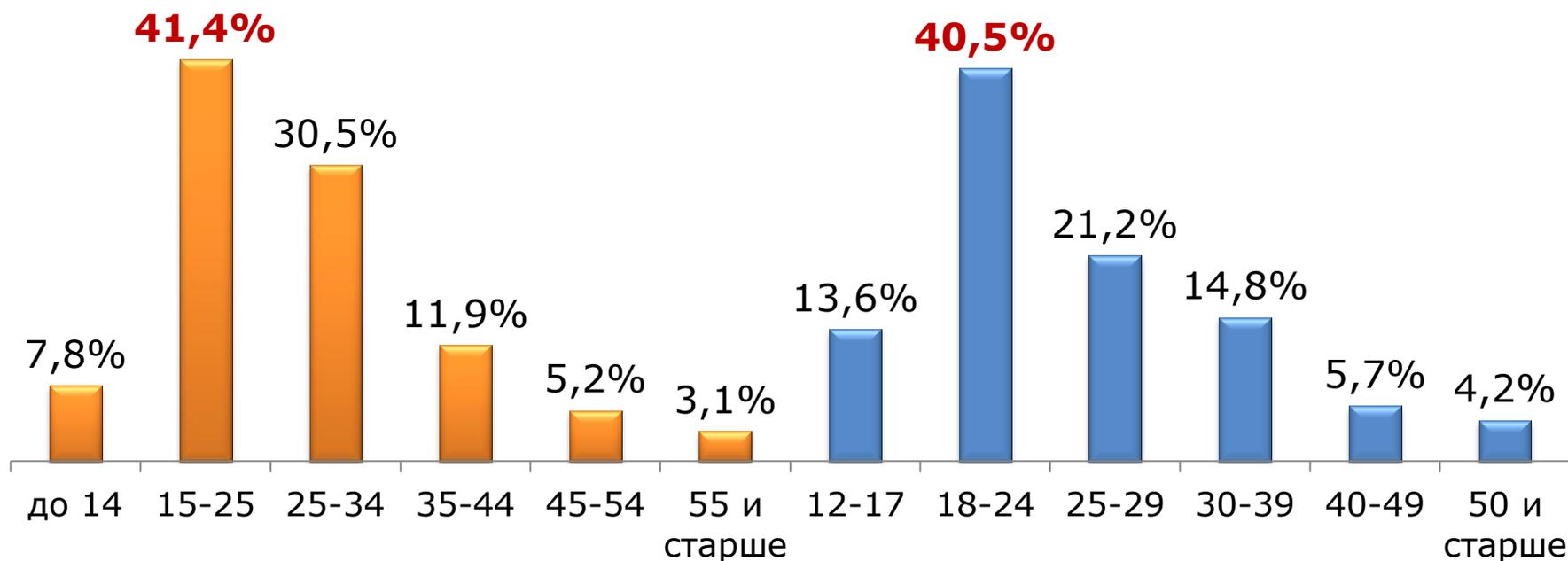


Подробности: НЕВАФИЛЬМ.РФ



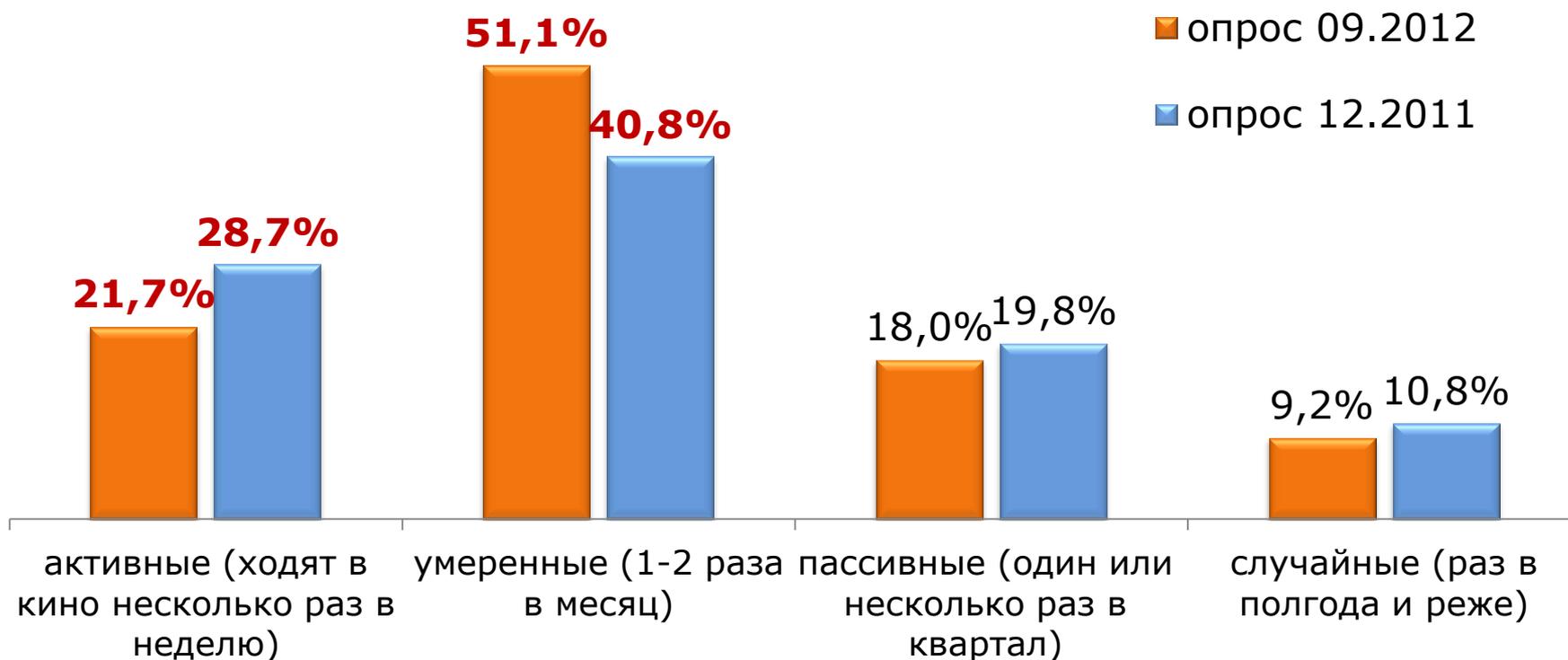
Актуальность результатов

Сравнение возраста респондентов опроса
09.2012 и 12.2011



Актуальность результатов

Сравнение кинотеатральной активности респондентов опроса
09.2012 и 12.2011





Рекомендации

	Стратегия 1 (многозальные сетевые кинотеатры)	Стратегия 2 (малозальные районные кинотеатры)	Стратегия 3 (центральные кинотеатры)
ЦЕНОВЫЕ МЕТОДЫ	Абонементы Карты лояльности Скидки и акции	Скидки на утренние и дневные сеансы Льготные показы в последний день проката	-
РЕПЕРТУАРНЫЕ МЕТОДЫ	Зрители всем довольны: фильмы со спецэффектами, 3D	Возможно обращение к отечественным, архивным фильмам	Фестивали, фильмы на языке оригинала, киноклассика, альтернативный контент
СПЕЦИАЛЬНЫЕ МЕТОДЫ	-	Строительство кинотеатров «у дома»	Повышение качества обслуживания

Причины выбора кинотеатра (09/12)

Почему Вы пришли сегодня именно в наш кинотеатр?



Методологические выводы

- Важен реальный опыт респондентов
- Интересны фильмы, которые они смотрят
- Важен мониторинг Интернета как главного конкурента кинотеатров

Объявляется новый набор волонтеров!

- Опрос в течение всего года
- Ежемесячные мини-отчеты в свободном доступе
- Полные отчеты только для участников бесплатно
- Рекомендации по привлечению зрителей



Цель - мониторинг практик кинопотребления россиян

Объявляется новый набор волонтеров!

- **RESEARCH@NEVAFILM.RU**
- **Внимание: количество мест для участников-волонтеров строго ограничено условиями репрезентативности выборки!**

