

PODREČZNIK KINOPLANNERA 2022

KINADS



KINA W POLSCE



337
KIN

13,5 MLN
WIDZÓW ROCZNIE

100%
KINA CYFROWE

POLSKI WIDZ KINOWY 10 OBSERWACJI

1. Kina wybieramy na podstawie repertuaru
2. Do kina chodzimy najczęściej w weekendy (pt.-nd.)
3. Filmy najczęściej oglądamy w towarzystwie
4. Za bilety częściej płacą mężczyźni
5. Podczas seansów lubimy jeść przekąski
6. Najchętniej siadamy w ostatnich rzędach
7. Seanse z najwyższą frekwencją rozpoczynają się po godzinie 18:00
8. Lubimy przychodzić do kina z zapasem czasu; spędzamy go w holu kinowym
9. Ceniśmy wysoką jakość projekcji – obraz i dźwięk na najwyższym poziomie
10. Zwracamy uwagę na cenę biletu i długość bloku reklamowego przy wyborze kina



KINADS W PIGUŁCE

254

**KINA W MIASTACH
BEZ KONKURENCJI**

303

**MIEJSCOWOŚCI
W CAŁEJ POLSCE**

168

**KIN W MIASTACH
100 TYS. + SATELITY**



**PRAWIE
25%
UDZIAŁU
W RYNKU**



**NASZE KINA
SĄ OTWARTE
W NIEDZIELE
NIEHANDLOWE**

**ATRAKCYJNA
I ZAMOŻNA
GRUPA WIDZÓW**

**FURTKA
WYJŚCIA
REZYGNACJA
ZE ZLECENIA
W DOWOLNYM
MOMENCIE,
BEZ PONOSZENIA
KOSZTÓW**

LICZBA KIN KINADS W PODZIALE NA WOJEWÓDZTWA



BRAK SPOTU?

ZLEĆ GO NAM!

Zadbamy o każdy etap produkcji spotu aktorskiego lub animowanego z gotową licencją kinową w ramach kompleksowej kampanii from start to finish.



KINADS A KONKURENCJA



337
KIN

297
MIAST



44
KINA

37
MIAST



35
KIN

20
MIAST



52
KINA

44
MIASTA

**DLACZEGO
JESTEŚMY
WYJĄTKOWI?**



**Nowoczesne
kina niezależne**
duże, średnie
i małe miasta



**Niski koszt
dotarcia do widza**
dzięki dopasowanej
do potrzeb ofercie



**Największy
zasięg terytorialny**
największa liczba
miast oraz kin



**Krótkie bloki
reklamowe do 5min.**
brak efektu spóźnienia
i zapamiętywalność



**Atrakcyjna
grupa widzów**
oraz możliwość precy-
zyjnego targetowania

KAMPANIA Z KINADS KROK PO KROKU



BLOK REKLAMOWY KINADS

5 MINUT
ŚREDNI CZAS
TRWANIA BLOKU
(bez zwiastunów)

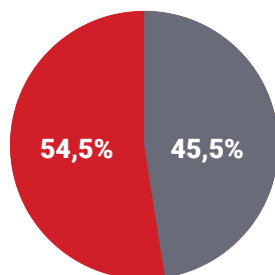


Blok Premierowy



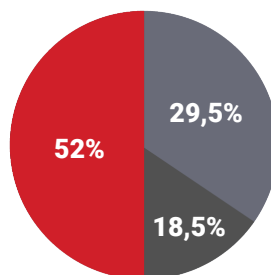
PROFIL WIDZA KINADS

PŁEĆ



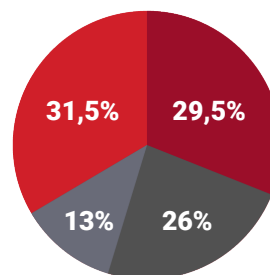
● Kobiety
● Mężczyźni

WIEK



● 15 - 24
● 25 - 44
● 45+

WYKSZTAŁCENIE



● Podstawowe
● Średnie
● Wyższe
● Zawodowe

JAK KUPOWAĆ KINO?

Kampanie kinowe można targetować ze względu na:



Wybrane obszary:
regiony, województwa,
miasta



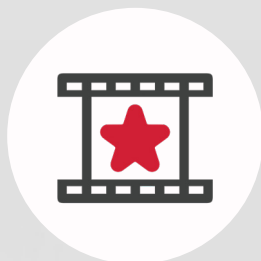
Wielkość miejscowości:
np. miasta od
100.000 mieszkańców



Godzinę startu seansu:
istotna przede wszystkim
dla branży alkoholowej



Płeć i wiek widzów: poprzez ograniczenie kampanii do wybranych gatunków filmowych (filmy dziecięce, filmy akcji, komedie romantyczne itd.) lub wykluczenie danej grupy filmów (np. filmów familijnych przy TG +25).
- nazwa oferty KinAds: **Kampanie tematyczne**



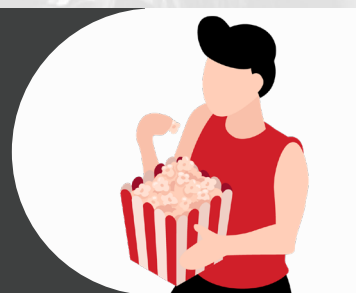
Konkretne tytuły (follow the movie - FTM): emisja spotu i sampling odbywają się tylko przy wybranym tytule. Opcja polecana szczególnie przy największych hitach roku i kampaniach kontekstowych (reklamowany produkt lub usługa w jasny sposób nawiązuje do filmu)
- nazwa oferty KinAds: **W Pogoni za Hitem**

KOSZT CPC JEST ZALEŻNY OD:

- (1)
Długości spotu
- (2)
Pozycjonowania
w bloku reklamowym
- (3)
Targetowania
(dopłata przy
wyborze filmów)

KILKA FAKTÓW:

1. Tydzień w kinie trwa od piątku do czwartku.
2. Weekend to ok. 70% tygodniowej widowni i najmniejsza jednostka czasowa.
3. Kina nie kupujemy na liczbę emisji - to nie telewizja. ;)
4. Kampanię rozlicza się poprzez koszt dotarcia do jednego widza (CPC - cost per client).
5. W kampanii zakładana widownia jest estymacją, widownia w kinach jest w 100% policzalna i gwarantowana.



RAPORTOWANIE

1. Realizacja widowni jest monitorowana tygodniowo
2. Kampania schodzi z końcem tygodnia, w którym widownia osiągnęła zamierzony wynik
3. Za wszelkie nadwyżki w zrealizowanej widowni Klient nie dopłaca
4. W przypadku niezrealizowania widowni, termin kampanii zostaje wydłużony do czasu realizacji lub ostateczny koszt kampanii zostaje pomniejszony o wartość CPC brakujących widzów



DODATKOWE MOŻLIWOŚCI REKLAMOWE



Barek kinowy

Kampanię można połączyć z wprowadzeniem produktu do sprzedaży w barkach kinowych lub obrandowaniem kubłów na popcorn.



Off-screen

Hall kinowy to idealne miejsce na reklamę ambientową. Emisję spotu można wzmocnić ekspozycją plakatu, roll-upu, fotostanduu, sponsoringiem sali czy brandingiem foteli.



Reklama online

Promocja online dotyczy reklamy na stronie powitalnej darmowych sieci wi-fi kin, a także banerów na stronach internetowych i profilach społecznościowych.



Plazmy

Telewizory w hallach kinowych, na których wyświetlane są zwiastuny zawsze przyciągają wzrok widzów czekających na seans.