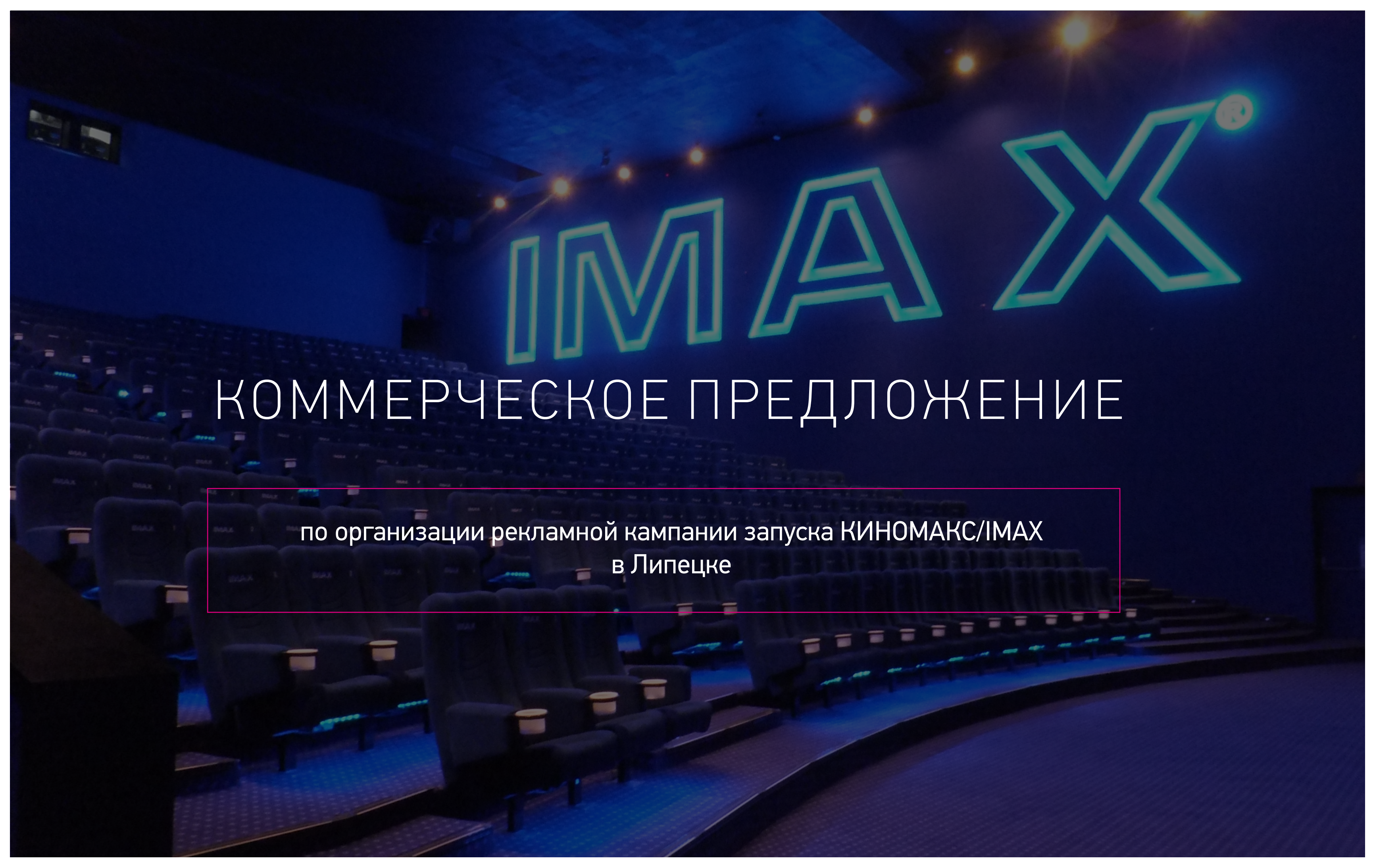


The background image shows the interior of a cinema. The seats are dark blue and arranged in rows, facing a large screen. The screen displays the IMAX logo in a bright, glowing blue color. The ceiling is dark with several spotlights. The overall atmosphere is dim and cinematic.

IMAX

КОММЕРЧЕСКОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

по организации рекламной кампании запуска КИНОМАКС/IMAX
в Липецке

2010 ГОД

«
Один российский зритель проехал 700 километров ради того, чтобы посмотреть «Аватар». И ему так понравилось, что он посмотрел его дважды. Конечно, для нас это очень много значит, но нам не нужны такие жертвы...»



из интервью с Джулианом Стэнфордом

2016 ГОД

Залы IMAX открыты более чем в 30 российских городах.

ДЕКАБРЬ 2016 ГОДА

Федеральная сеть кинотеатров «Киномакс» запускает IMAX в Липецке



ПОРТРЕТ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ —

ЗРИТЕЛЬ IMAХ В ЛИПЕЦКЕ



Возраст – 25-55 лет



Гендерное преобладание: мужчина, чаще принимающий решение о походе в кино на основе эмоционального посыла женщины.



Психотип: преимущественно визуалы



Социальное положение: средний доход/месяц от 50 000. Наличие автомобиля.



Поведенческие реакции:

- ▶ следит за новыми технологиями, считает, что они облегчают жизнь, делают ее насыщенной и интересной, как следствие восприимчив ко всем доступным инновациям.

- ▶ предпочитает качественный отдых и ищет его новые виды, с определенной периодичностью тратит на это деньги

- ▶ путешествует

- ▶ ценит хороший сервис, удобство, восприимчив в качестве услуг

- ▶ предпочитает совершать покупки в крупных торговых центрах, лоялен к расположению кинотеатра на площадке ТРЦ



Предпочтения в разрезе темы: следит за премьерами фильмов, предпочитает смотреть зрелищное кино в кинотеатре, предпочитает поход в кино другим видам досуга в Липецке

ПОТЕНЦИАЛЬНАЯ АУДИТОРИЯ



50 000 человек,
проживающих в Липецке и в пределах 30 км от него.



Каждый **10-ый житель** города –
потенциальный **зритель IMAX**.

