

# POPCORN TIMES

№4

СУПЕР-ПОЛЕЗНЫЙ НОМЕР  
ЗАРЯЖЕН НА БОРЬБУ С ВЕСЕННИМ ИДЕЙНЫМ АВИТАМИНОЗОМ

МАРТ  
2017

## 5000 РУБЛЕЙ

МОЖЕТ СТОИТЬ ТОППЕР НА «ЧЕРНОМ» РЫНКЕ

«Продавать или не продавать игрушки-топперы к премьерам?» – до сих пор этим вопросом задаются отдельные кинотеатры. Они сомневаются в востребованности сувениров, говорят об ограниченной целевой аудитории, переживают из-за довольно высокой стоимости игрушек. Наше интервью с коллекционером топперов («пробок», если говорить профессиональным языком собирателей)

**Натальей Рязановой**

доказывает, что все сомнения не более, чем мифы.



МИФ 2

“  
Топперы к прошедшим премьерам никому не нужны

**Наталья:**  
Как я уже говорила, если серия была удачная, со временем эти топперы только набирают в цене. На фэйсбуке и ВКонтакте у нас есть специальные закрытые группы, где мы делимся своими коллекциями, вымениваем нужные топперы или покупаем. Это целый рынок, о котором мало кто знает! Каждую субботу последние лет пятнадцать в 11 утра на станции метро Маркса собираются коллекционеры пробок. Начиналось все с киндер-сюрпризов – они появились у нас раньше. А сейчас киндеров почти вытеснили пробочки. Вот где жизнь кипит! Мы хвастаемся, торгуемся, вымениваем – настоящая пробочная бараходка. Так что привозите больше пробок к фильмам – у них очень много поклонников!

МИФ 3

100 ИДЕЙ  
ДЛЯ КИНОБАРА  
Присоединяйтесь  
к мозговому штурму

МИФ 1



МИФ 1

“  
Топперы интересны только детям

**Наталья:**

Когда лет десять назад у меня появилась первая пробка, – Крысобел из «Ледникового периода» – я была уже далеко не ребенком. Это был подарок родственницы, который положил начало коллекции. Сейчас я уже сбилась со счета, но, думаю, у меня около тысячи пробок! И я не даю своему сыну играть с ними, потому что цена отдельных экземпляров на «черном рынке» довольно высока. К слову сказать, мнение, что топперы интересны только детям – мягко говоря, ограниченное. Вы не представляете, сколько в России (не говорят уже о мире) коллекционеров пробок, и все они – взрослые люди. Причем мы втягиваем в свое увлечение близких – им деваться некуда. Например, мужу пришлось сделать для меня специальные стеллажи под коллекцию, чтобы она красиво была представлена.



стр. 6

ЗАНИМАТЕЛЬНОЕ  
ЗРИТЕЛЕВЕДЕНИЕ  
Кому продаает?

стр. 7

ПРОВЕРЬ СВОЙ  
КИНОБАР  
Чек-лист

стр. 8

КОТЫ И МУЖЧИНЫ  
КИНОБИЗНЕСА  
Подарок  
к 8 марта

КОЛОНКА  
ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА

УВАЖАЕМЫЙ  
ЧИТАТЕЛЬ!

Считанный день остается до весны, солнца, больших кино-премьер, а значит и больших продаж. Ура!

У нас тоже есть свои скромные премьеры, например, Carnival, который запускает сладкую вату вверх, как ракету! Кстати, на нашем стенде № E2/1 на РАППА ЭКСПО со 2 по 4 марта можно увидеть и его, и многое другое. Кто 2-го марта еще в Москве – добро пожаловать на ВВЦ (ВДНХ), Павильон №75. О! В марте же еще очередной CINEMACON в Вегасе, и вы не поверите – у нас там тоже стенд: № 1018F в павильоне Форум в Caesar's Palace. Милости просим в Лас-Вегас!

Ну и поскольку «бог троицу любит», для тех кто читает эти строки в своем номере в отеле, напомню что есть один стенд гораздо ближе вышеописанных: прямо в «Славянской», и на нем супер новинка – Robosugar Auto 20! Милости просим.

В заключение разрешите поздравить прекрасную половину Киноиндустрии с Международным Женским Днем и пожелать любви и счастья.

Приятного вам прочтения очередного номера нашей газеты!

ИСКАНДЕР  
АМИНОВ



Друзья, мы хотим, чтобы вам удобнее было планировать свою работу и активности в кинобаре, поэтому представляем вам полный пакет акций сезона весна-лето 2017. Делайте предзаказы у своих менеджеров!

АКЦИИ ВЕСНА-ЛЕТО 2017 ОТКРЫТ ПРЕДЗАКАЗ!

## К КАЖДОЙ АКЦИИ БУДУТ КОЛЛЕКЦИОННЫЕ ЖЕСТЯНЫЕ ВЕДРА С АРТОМ ИЗ ФИЛЬМА



В эти весенние деньги сотрудники компании «Деловая Русь» настроены самым активным образом и трудятся ради всеобщего блага не только на всем знакомом нам Кинорынке, но сразу еще на двух выставках в Москве. Если вам близка тема фаст- или стрит-фуда, если вы хотите познакомиться со всеми направлениями работы нашей компании или вы просто охотник до новых познаний в разных сферах, мы ждем вас на выставках IFFF и РАППА. Подробнее об этих выставках в наших пригласительных.

**XIX международная выставка  
АТТРАКЦОНЫ И РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ  
РАППА ЭКСПО - 2017**

Компания «ДЕЛОВАЯ РУСЬ» будет просвещать, удивлять и угощать! Вас ждут: премьера нового уникального аппарата сахарной ваты для создания шоу, новый карамелизатор для попкорна, ряд мастер-классов по стрит-фуду и напиткам в парках. Все для того, чтобы эффективно, правильно и прибыльно кормить людей в парках! Приходите и посмотрите все сами!

**с 2 по 4 марта  
стенд Е2/1**

**Адрес:**  
г. Москва,  
Проспект Мира,  
д. 119, ВДНХ,  
павильон 75, зал В

**02-03 марта (ЧТ-ПТ)  
с 10.00 до 18.00  
04 марта (СБ)  
с 10.00 до 16.00**

**ДЕЛОВАЯ РУСЬ НА ВЫСТАВКАХ IFFF И РАППА**

**САМАЯ ФАСТ-ФУДНАЯ ВЫСТАВКА ГОДА!**

ПРИГЛАШАЕМ ВСЕХ УВИДЕТЬ ВСИМИ ГЛАЗАМИ!

ДОРОГИЕ ДРУЗЬЯ, КОМПАНИЯ «ДЕЛОВАЯ РУСЬ» ПРИГЛАШАЕТ ВАС НА НАШ СТЕНД НОМЕР А209!

У НАС ВЫ СМОЖЕТЕ НАЙТИ ВСЕ: ТЕПЛОВОЕ И ХОЛОДИЛЬНОЕ, КОФЕЙНОЕ И ЭЛЕКТРОМЕХАНИЧЕСКОЕ ОБОРУДОВАНИЕ НА ЛЮБОЙ БЮДЖЕТ И ДЛЯ ЛЮБОГО ТИПА ЗАВЕДЕНИЯ, ИНВЕНТАРЬ И ОДНОРАЗОВУЮ ПОСУДУ, ТЕХНОЛОГИИ И СЕКРЕТЫ ПРИГОТОВЛЕНИЯ. И ДАЖЕ НАШУ ПРЕМЬЕРУ – ОТАЧИЙ ФУД-ТРАК!

ШЕФ-ПОВАР КОМПАНИИ ПРОВЕДЕТ СЕРИЮ МАСТЕР-КЛАССОВ ПО ФРИТЮРНОМУ МЕНЮ И РАСКРОЕТ СЕКРЕТ ЛУЧШЕГО БУРГЕРА. ТАКЖЕ ВАС ЖДЕТ ПРЕЗЕНТАЦИЯ ЛУЧШИХ МИКРОВОЛНОВЫХ ПЕЧЕЙ, ДЕМОНСТРАЦИЯ И ДЕГУСТАЦИЯ ЛУЧШИХ КОКТЕЙЛЕЙ И АЙМОНАДОВ ОТ НАШЕГО БРЕНД-АМБАССАДОРА.

**ЖДЕМ ВАС С 28 ФЕВРАЛЯ ПО 02 МАРТА 2017 ГОДА**

**ДЕЛОВАЯ РУСЬ®**  
инжиниринг и снабжение предприятий общественного питания

## GOLD MEDAL СТАЛА ДИЛЕРОМ КОМПАНИИ «ДЕЛОВАЯ РУСЬ»

30 ноября произошло знаковое событие для всей концессионной индустрии: компания Gold Medal, мировой лидер с 80-летней историей в области производства попкорн аппаратов и всего, что с этим связано, стала дилером компании «Деловая Русь».

В этот день на ежегодной конференции дилеров Gold Medal, был презентован аппарат для изготовления попкорна под двойным именем Mini RoboPop – Gold Medal (который разработан и производится собственным опытно-конструкторским бюро и заводом «Деловой Руси»).

Компания Gold Medal получила эксклюзивное право продавать эти аппараты на территории США и Канады и ввести изделия данного производителя в свою линейку. В связи с их известностью, дилерской сетью и сетью филиалов на территории США, «Деловая Русь» рассчитывает на очень не плохие продажи в Северной Америке с одной стороны, а с другой стороны, за счет того, что они презентуют аппарат под именем «Robo», на интерес со всего мира. На самой конференции Gold Medal аппарат вызвал огромный ажиотаж и не поддельный интерес!

Это, действительно, успех!



## ВИТАМИННЫЙ ЗАРЯД В КИНОБАРЕ

Фруктовые чипсы прочно занимают места на полках кинобаров и в сердцах зрителей. Легкие, полезные и вкусные снеки становятся все популярнее, поэтому ловите момент!

Если в ассортименте вашего кинобара до сих пор нет чипсов из груш и сладких или кисло-сладких яблок, срочно меняйте ситуацию! Веганы и вегетарианцы от этих чипсов просто в восторге. А вам же нужно расширять целевую аудиторию кинобара? И не забудьте про яблочные сухарики – хрустеть ими отдельное удовольствие.

При покупке пяти коробок чипсов или сухарики мы подарим вам диспенсер, в котором снеки будут выглядеть еще аппетитнее и привлекательнее для гостей.



## ВСТРЕЧАЙТЕ НОВЫЙ ВКУС ГОТОВОГО ПОПКОРНА CORIN CORN

## А Я ТОМАТ!



Великолепная семерка – так теперь можно называть линейку готового попкорна Corin Corn. К знакомым вкусам Chocolate Caramel, Cheddar Cheese, Fruit Mix, Maple Caramel, Vanilla Caramel и Sea Salt добавился пикантный Spicy Tomato.



## ЮБИЛЕЙНАЯ ПРЕМИЯ «БЛОКБАСТЕР!»

6 февраля состоялась юбилейная двадцатая премия «Блокбастер», партнером которой компания «Деловая Русь» является уже много лет. «Блокбастер» по праву считается самой объективной наградой, потому как фильмы оцениваются, руководствуясь не личными предпочтениями, а исключительно согласно коммерческим сборам. Уже традиционно компания «Деловая Русь» вручила специальную премию «Золотой попкорн» за самый кассовый российский мультфильм, принесший наибольшую прибыль кинобарам страны.

В этом году Михаил Корин, президент компании «Деловая Русь», вручил ее Сергею Сельяннову, президенту компании «СТВ», за мультфильм «Иван Царевич и Серый Волк-3».



## РАСШИРЯЕМ ДЕСЕРТНУЮ КАРТУ

С новой сухой смесью Flurry приготовление коктейлей и десертов занимает у бармена буквально минуту. Новая смесь предназначена для приготовления густого коктейля без использования мороженого.

Насыщенная натуральными молочными белками и жирами, микроминералами и витаминами натурального коровьего молока и сливок, Flurry взбивается за одну минуту и превращается во вкусный и питательный десерт.



## ЛЮБИМЫЕ ВКУСЫ В НОВОЙ УПАКОВКЕ

Мы провели редизайн упаковки соусов для чипсов начос и немного изменили названия. Рады представить вам соусы такими, какими в скором времени они появятся в ваших кинобарах: Сырный, Сальса, Авокадо и Лайм, Деревенский и Барбекю.

Соусы, которые не нуждаются в подогреве – а это все, кроме сырного, – размещайте на специальной витрине, которая буквально представит товар лицом вашим покупателям!



## ПОПКОРНА МНОГО НЕ БЫВАЕТ

Ничто не дается кинотеатрам так дешево и не ценится так дорого, как попкорн! Используйте этот ресурс по максимуму, готовьте самый разнообразный попкорн, чтобы удовлетворить самые разные потребности своих зрителей.

ЕСТЬ ИДЕЯ!  
для пикантного попкорна

Отличный способ сделать приготовление пикантного попкорна быстрым и удобным – использовать специальные емкости для посыпных добавок с удобными крышками.

Мы предлагаем вам два варианта – СОЛОНКУ С ОТВЕРСТИЯМИ 2,5 ММ или ПРОЗРАЧНУЮ КРУЖКУ С КРЫШКОЙ-СИТОМ (диаметр отверстий 8 мм).

Если у вас есть подходящая кружка, достаточно приобрести крышку- сито. Очень удобно работать! Еще и эстетично, конечно.



## СОЛЕНЫЙ ПОПКОРН

## КАРАМЕЛИЗИРОВАННЫЙ ПОПКОРН

## БАБОЧКА

## МАШРУМ ШАРИК

## ПИКАНТНЫЙ ПОПКОРН

## КАРАМЕЛИЗИРОВАННЫЙ ПОПКОРН СО ВКУСОВЫМИ ДОБАВКАМИ

- СЫР
- БАРБЕКЮ
- БЕКОН СЫР
- СМЕТАНА
- ЛУК
- ГРИБЫ
- ТОМАТ

- КАРАМЕЛЬ
- МАЛИНА
- ВИШНЯ
- КЛУБНИКА
- ШОКОЛАД

- БАНАН
- ГОЛУБАЯ МАЛИНА
- АПЕЛЬСИН
- ВИШНЯ

**1**

## КОМБО-КАРТА

Транслируем успешный опыт кофеен в кинобары. Все мы пользуемся карточками лояльности, когда за каждый купленный стакан кофе нам ставят штампик, а при определенном количестве штампов мы получаем кофе в подарок. Мелочь, а приятно. Комбо-наборы с игрушками-топперами стоят дороже стакана кофе и продать их сложнее. Попробуйте завести такую комбо-карту. Просчитайте, сколько комбо-наборов должен купить гость, чтобы получить комбо в подарок. Пропишите подробно условия использования карты – дарить вы можете, например, не премьерный комбо, а комбо с игрушками к прошедшем премьерам.

Выдавайте карту при первой покупке комбо с игрушкой. Отмечайте каждую покупку комбо. Когда все ячейки будут заполнены штампами, порадуйте гостя и сделайте ему заслуженный подарок.

**2**

## ФОТО С ПОПКОРНОМ

Попкорн, наверное, самый фотогеничный продукт в кинобаре. Вы видели, сколько в сети фотографий счастливых зрителей с попкорном? А сколько их может быть сделано именно в вашем кинотеатре? Всего-то и нужно – объявить конкурс на фото с попкорном. Задайте конкретные условия: фото только с большим стаканом попкорна, фото на фоне кинобара или фото с готовым попкорном гурмэ – выберите, что именно вы хотите продвинуть в данный момент. Подводите итоги раз в неделю. Приз – билет в кино или все тот же попкорн.

**3**

## САХАРНАЯ ВАТА

Мы не устаем удивляться, отчего кинотеатры отказываются делать деньги из воздуха? Хорошо, из сладкого воздуха. Сахарная вата – одно из самых любимых детских лакомств, которое кинотеатру обходится в сущие копейки. А сам процесс приготовления ваты? Он завораживает даже взрослых, даже они редко могут удержаться и не купить где-нибудь в парке воздушное облако. Может быть, не ради вкуса, так ради фото в инстаграм. Используйте человеческие слабости себе и людям на пользу. Нет возможности поставить аппарат сахарной ваты – продавайте уже упакованную вату, в стаканах. А аппарат можно – как зайца из шляпы – доставать по особым дням, когда идут именно детские фильмы.

**4**

## БАРНАЯ СТОЙКА ИЗ ЛАЙТБОКСОВ

Так уж повелось, что лайтбоксы используются в кинотеатрах исключительно для рекламы кинопремьер, хотя диапазон их использования значительно шире. Мы предлагаем декорировать лайтбоксами барные стойки, лицевые стороны которых ничем не заняты, и размещать в них постеры с рекламой новинок кинобара, топовыми акциями и текущими конкурсами.

**5**

## КОФЕ С МАРМЕЛАДКОЙ

Так уж мы устроены, что обожаем, когда нам что-то достается бесплатно. Подсознательно мы понимаем, что вряд ли это так уж бесплатно, скорее всего, стоимость подарка уже заложена в цену чего-то другого. Наверняка все просчитано и продумано, но... бесплатно! Как нас радуют крошечные печеньшки, которыми дополняют кофе в некоторых кафе! Некоторые и кофе-то покупают, потому что то, чем похрустеть, им и так дадут. Цена (низкая для кинобара) и ценность (высокая для покупателя) этой печенью – две абсолютно разные вещи. Формируйте у зрителя ценность похода именно в ваш кинотеатр. В том числе с помощью приятных комплиментов. Пусть это будет мармеладка или три зернышка дорогого попкорна. Пусть зритель попробует продукт в качестве комплимента и захочет купить весь стакан попкорна гурмэ или полную баночку мармелада Haribo.

**6**

## ВИТРИНА С ИГРУШКАМИ

Все кинотеатры хотят продавать больше комбо-наборов с игрушками-топперами. И при этом лишь в отдельных кинобарах игрушки представлены по всем законам мерчендайзинга и маркетинга – на уровне глаз покупателя, возле кассы, ярко и даже агрессивно. Чаще всего витрины с игрушками размещают на пристенном модуле барной стойки, или же витрина вообще отсутствует. Не удивительно, что комбо-наборы с игрушками плохо раскупаются. Проведите инспекцию своих витрин с игрушками. Как они расположены, красочно ли оформлены, есть ли подсветка? Исправьте все недочеты – и покупатели не заставят себя ждать!



**12 ИДЕЙ  
ДЛЯ КИНОТЕАТРА**

Которые  
реализуются  
прямо сейчас

Больше идей  
в нашем аккаунте  
по хештегу

#100ИДЕЙДЛЯКИНО

Подпишитесь  
на канал PROKINO



сияц назад  
стаграм @prokinobar  
о ИДЕЙ ДЛЯ КИНОБАРА.  
аем одну идею, которая  
кинобар, расширить  
е мышление. Наша цель –  
потенциал кинобаров и  
хотим, чтобы зритель был  
атмосферу, в которую он  
з условно, должен на этой  
зарабатывать!

## КОНТЕНТ НА ПЛАЗМАХ

Не во всех кинотеатрах есть видеостены, но практически во всех есть отдельные плазменные панели, на которых крутятся трейлеры ближайших премьер и рекламные ролики. Сделайте реверанс в сторону зрителей – разместите на экранах небольшой блок из фотографий гостей кинотеатра. Можете нанять фотографа для съемок, а можете сделать скриншоты фотографий из соц сетей. Любовь к кинотеатру зрителя, увидевшего себя или своего друга на экране, увеличится в разы! А вместе с ней неминуемо увеличится посещаемость и выручка кинобара. Вот такая не хитрая логическая цепочка.

7



## ТЕЛЕЖКА LAST MINUTE

Если зритель не идет в кинобар, кинобар идет – точнее, едет – к зрителю! Гениальная вещь, которая может настичь зрителя даже на парковке автомобиля, не говорят уже об укромных уголках фойе кинотеатра. Расширите зону кинобара с помощью использования тележки для попкорна и напитков Last Minute! Используйте каждый метр кинотеатра, чтобы продать еще больше попкорна.

8



## DIET POP

Счастливые обладатели попкорн аппаратов семейства Roborop почему-то забывают об одном из преимуществ своего попкорна, а именно о том, что при раскрытии зерна без масла калорийность попкорна уменьшается на 20%. Вы представляете, каким ресурсом вы владеете? В век вечно худеющих красоток и ЗОЖ низкокалорийный попкорн будет пользоваться невероятной популярностью. Просто не забудьте рассказать своим гостям об уникальности попкорна, не держите в себе!

9



## ПОДПИСЫВАЙТЕ ВКУСЫ ПОПКОРНА В ВИТРИНАХ

Если в вашем кинобаре установлены витрины для попкорна, а особенно если вы используете вставки в витрины для разделения вкусов, подписывайте – где какой попкорн. Зачастую зрительного разделения недостаточно, добавьте еще яркие надписи, которые будут видны издалека, и ваши зрители будут вам благодарны.

10



## ДЕГУСТАЦИЯ

Дегустация – отличный способ протестировать новый продукт на зрителях. Если вы не уверены в новинке, не отказывайтесь от продукта – ваш вкус скорее всего сильно отличается от вкусов ваших зрителей. Покупайте минимальный тестовый тираж и пусть зрители «снимут пробу». По тому, потянетесь ли очередь в кинобар, чтобы купить большую порцию только что попробованного продукта, вы сразу поймете – вводить товар в ассортимент кинобара на постоянной основе или нет.

11



## ПРО АССОРТИМЕНТ КИНОБАРА В СОЦ СЕТЯХ

Интересную тенденцию заметили мы в аккаунтах кинотеатров в социальных сетях. 99% постов – про фильмы, актеров, героев. И лишь 1% – про ассортимент кинобара, и то в основном про попкорн и комбо-наборы. Друзья, а вы же помните, что выручка кинобара может доходить до 100% от выручки проданных билетов? Значит, хорошо было бы потенциальным зрителям заранее рассказывать о том, что вкусного есть в вашем кинобаре. Формируйте интерес зрителя к еде и напиткам заранее, до того, как он пришел в кинотеатр. Рассказывайте в своих соц сетях о новых вкусах чипсов начос и соусах, показывайте, какие вкусные молочные коктейли у вас есть, снимайте видео, как виртуозно их готовит ваш бармен. Покажите, что у зрителей есть выбор!

12

**ИДЕТ В КИНО:** потому что дети попросили  
**КОГДА ВОДИТСЯ:** выходные, Новый год, 8 марта и другие праздники  
**В БАРЕ БЕРЕТ:** детям – попкорн, маме – воду без газа, папе – пиво  
(если мама не успела запретить) или колу  
**АКТИВАТОР ПРОДАЖ:** ребенку – игрушку в стакан попкорна,  
папе – пиво в стакан из-под лимонада

**СЕМЬИ,  
КОТОРЫЕ ПЛАНИРУЮТ  
ПОХОД В КИНО  
НА ВЫХОДНЫЕ**



**ИДЕТ В КИНО:** чтобы скрасить досуг  
**КОГДА ВОДИТСЯ:** всегда  
**В БАРЕ БЕРЕТ:** попкорн + напиток + начос и слаш  
(если была стипендия или зарплата)  
**АКТИВАТОР ПРОДАЖ:** отложенная продажа – оплати сейчас, получишь завтра

**типа зрителя  
СТАНДАРТ**

**САМАЯ  
БОЛЬШАЯ  
ГРУППА,  
ОБЫЧНЫЙ  
ЗРИТЕЛЬ  
ОТ 14  
ДО 21 ЛЕТ**

**ИДЕТ В КИНО:** потому что странно, страшно, скучно – нужно подчеркнуть  
**КОГДА ВОДИТСЯ:** когда стартуют «На 50 оттенков темнее»  
**АКТИВАТОР ПРОДАЖ:** предлагать больше пить для отпугивания дурных мыслей

**типа зрителя  
ОДИНОКИЙ**

**ЗРИТЕЛЬ,  
ПРИШЕДШИЙ  
В КИНО  
ОДИН**

**ЗРИТЕЛЬ,  
СТРОЯЩИЙ  
ИЗ СЕБЯ  
ГЛАВНОГО**

**типа зрителя  
НАЧАЛЬНИК**

**ИДЕТ В КИНО:** потому что все посмотрели, а он еще нет!  
Или потому что все тут были, а он еще нет!

**КОГДА ВОДИТСЯ:** после работы

**В БАРЕ БЕРЕТ:** что подороже и побольше – он может себе это позволить.  
Вынос мозга бармену по поводу цены, качества и объема порции входит в обязательную программу.

**АКТИВАТОР ПРОДАЖ:** комбо-набор «Директор» – попкорн в перемешку с начос + зеленый чай + отчет «по ситуации» в кинотеатре

Типология зрителей зависит от места расположения кинотеатра, времени сеанса, платежеспособности зрителей, их социального положения, настроения и эмоций

**занимательное  
зрительевидение**

Наш эксперт в области продаж в кинобарах, тренинг-менеджер Алексей Ильин уверен, что если бармен мало продает, то это из-за того, что он плохо понимает, кому какой товар нужно предлагать. Продать ведь и снег зимой можно, главное понимать – кому его предложить. Специально для сотрудников кинобара Алексей составил психологические портреты зрителей – потенциальных покупателей, и даже прописал возможные активаторы продаж. Берите на вооружение! А самые смелые и не обделенные иронией, могут запускать активаторы в работу!

**типа зрителя  
ГОП-  
КОМПАШКА**

**НЕ ОБРЕМЕНЕННЫЕ  
МОЗГАМИ,  
МАНЕРАМИ  
И ДЕНЬГАМИ  
МОЛОДЫЕ ЛЮДИ  
И ДЕВУШКИ**



**ИДЕТ В КИНО:** чтобы согреться в плохую погоду  
**КОГДА ВОДИТСЯ:** день, вечер, вместо учебы  
**В БАРЕ БЕРЕТ:** дешевое пиво – на попкорн и билет в кино денег не всегда хватает  
**АКТИВАТОР ПРОДАЖ:** продажа пива только при наличии билета в кино

**ЗРИТЕЛЬ,  
ДЕЛАЮЩИЙ  
СПОРТИВНЫЙ  
ВИД**

**ФИТНЕСС  
типа зрителя**

**ИДЕТ В КИНО:** потому что надо  
**КОГДА ВОДИТСЯ:** когда закончится абонемент в спортзал  
**В БАРЕ БЕРЕТ:** попкорн и начос (в последний раз!) и только потому, что нет протеиновых коктейлей в баре  
**АКТИВАТОР ПРОДАЖ:** Поставить в зрительном зале беговые дорожки и подпитывать чипсами начос без соуса, чтобы пить больше хотелось

**ИДЕТ В КИНО:** потому что – амурррр  
**КОГДА ВОДИТСЯ:** вечер, ночь  
**В БАРЕ БЕРЕТ:** классический набор – попкорн + напиток для создания романтической атмосферы  
**АКТИВАТОР ПРОДАЖ:** вместе с билетами выдавать розовые очки

**типа зрителя  
М+Ж  
М+М  
(ВСЕ ЧАЩЕ)  
Ж+Ж  
(СРЕДКО)**



**ИДЕТ В КИНО:** чтобы тусить  
**КОГДА ВОДИТСЯ:**

вечер – после работы или учебы, как вариант – вместо работы и учебы  
**В БАРЕ БЕРЕТ:** в зависимости от того, кто платит. Если «спонсор», то берут все подряд. Если «в складчину» – по возможностям, но попкорн обязательно.

**АКТИВАТОР ПРОДАЖ:** Комбо-набор «Туса» (огромное ведро попкорна + канистра колы + набор метровых трубочек)

**типа зрителя  
ОБЪЕМНЫЙ**

**КОМПАШКИ  
БОЛЕЕ ТРЕХ  
ЧЕЛОВЕК**



## ЧЕК-ЛИСТ



## ПРОВЕРЬ СВОЙ КИНОБАР

Говорят, что идеальных кинобаров не бывает. Но мы все к ним стремимся. При этом о чем-то забываем, на что-то не хватает денег, а на что-то – и сил. Мы хотим помочь вам и немного облегчить жизнь. Перед вами весь кинобар в одной

инфографике. Возьмите в руки ручку и пройдитесь по своему кинобару. Отмечайте галочкой оборудование и товар, которые у вас есть. После инспекции вы сможете понять, чего вам не хватает для того, чтобы приблизиться к идеалу.

В подсобном помещении удобно разместить попкорн аппарат RoboPop и карамелизатор RoboSugar, чтобы готовить попкорн быстро, в большом количестве, со стабильным качеством и экономить на масле

Начос – лучшая альтернатива попкорну, разнообразные вкусы и соусы, каждый найдет что-то для себя

Льдогенератор для готовых напитков и приготовленных вами коктейлей

Холодильный и морозильный стол, чтобы хранить все свежим и под рукой

Чтобы сэкономить время бармена и показать стаканы – витрина с подогревом для попкорна, а сверху POS-материалы по акциям, например подставку с напитком и попкорном

Попкорн аппарат в зале должен быть для аромата и возбуждения аппетита. Но все хорошо в меру и избавиться от лишнего запаха поможет вытяжка

Холодильник с напитками – это даже не нужно комментировать

Делайте деньги из воздуха – поставьте аппарат для сахарной ваты



На первую линию выставляем самое яркое и привлекательное – наша витрина Sweetbox с порционными орешками и мармеладом – именно этот случай

Топперы, прежде всего, покупают детям. Поставьте их поближе к маленьким зрителям, чтобы они могли выбрать то, что им нравится. Так поступают все ведущие сети фаст-фуда, продающие много игрушек

Мониторы – очень удобная и функциональная идея: клиент всегда может видеть, что и за какую цену оформляет ему кассир, а кроме того – это отличное место для размещения рекламы и нужной информации

Встроенная тепловая витрина для попкорна – попкорн остается свежим и вкусным, место экономится, его легко и быстро сервировать. Да это и попросту красиво!

Блендеры значительно расширяют ваше меню: лимонады, смуси, коктейли, каждый клиент найдет что-то на свой вкус

Для adeptов здорового образа жизни разместите подставку с фруктовыми чипсами. Пусть больше не говорят, что в кинобаре нет ничего полезного!

Несколько обычных тейбл-тентов со сменной информацией – самый бюджетный, простой и понятный способ рассказать об акциях и новинках, не стоит забывать об этом

Разноцветный СЛАШ вращается и просто гипнотизирует покупателей! Украсит любой кинобар, станет настоящей фишкой



# ГАМ САТМАН

Впереди 8 марта и нам очень хочется сделать подарок прекрасной половине кинобизнеса.  
Мы долго спорили – что женщины любят больше всего?

И остановились на котах и мужчинах – конкуренцию с ними не выдерживаю ни сумочки Chanel, ни колечки Tiffany. Мы позволили себе пофантастизировать и нашли альтер-кото-эго нашим кинорыночным мужчинам.

Эх, соединить бы их в реальности, получили бы новый вид супергероев. CatMan`ы затмили бы Мстителей и Лигу Справедливости вместе взятых!



«Любить, кормить и никогда не бросать!»

– вот что должен делать хозяин кота, по мнению, Гарфилда. Собственно, Алексея Ворожцова тоже хочется любить, кормить и никогда не бросать.  
Тот случай, когда борода решает!



А я все чаще замечаяю, что...

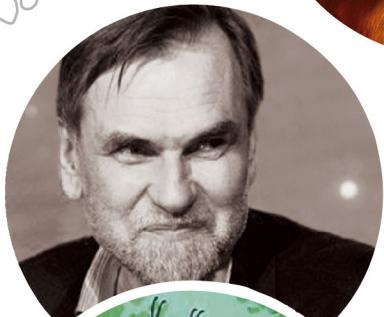
На привокзальную сегодня я пойду...

С песней и друзьями по жизни – таков негласный девиз и Кота Матроскина и Вадима Аглямова. А все потому, что «совместный труд (пение, веселье и т.д.) – он объединяет».



Мгновенная смена эмоций – характерная черта для Кота в сапогах из «Шрека» и главного танцора

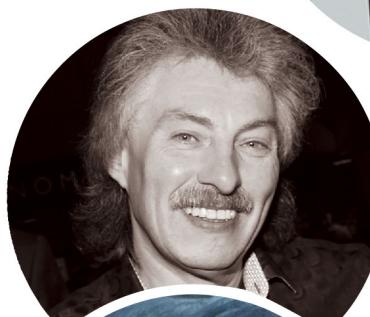
Кинорынков Данилра Айсаула. Их мимика настолько подвижна, что достаточно секунды, чтобы улыбка в 33 зуба сменилась глазами, молящими о понимании и прощении.



Это было бы идеальное сочетание добрейшей души человека и самого незлобивого из котов (а для котов это все же редкость). Так и видим, как Сергей Михайлович Сельянов, поправляя бант на шее, добрым голосом рассказывает сказки про кинематограф и призывает дистрибуторов и кинотеатры жить дружно.



Взгляд с хитрецой, удивленно приподнятая бровь и постоянная готовность на любой кипиш, кроме голодовки. Роман Лямин – совсем как знаменитый Том – всегда бодр, весел и обаятелен.



Улыбчивы, мурлыбчивы, со многими на ты И дружески отзывчивы чеширские коты, – И у других улыбка, но – такая, да не та! Ну так чешите за ухом Чеширского Кота.



Владимир Высоцкий великолепно описал Чеширского Кота из «Алисы». Мы уверены, он нашел бы похожие слова для Олега Березина – мужчины с самой обаятельной улыбкой в кинобизнесе!



ВНИМАНИЕ, КОНКУРС!  
Угадайте, какой известный кот и не менее известный мужчина объединены в этой картинке?  
Знаете ответ? Тогда вперед на стенд «Деловой Руси»!  
Покажите сотруднику компании эту газету, назовите зашифрованных в фотожабе персонажей и получите приз:)