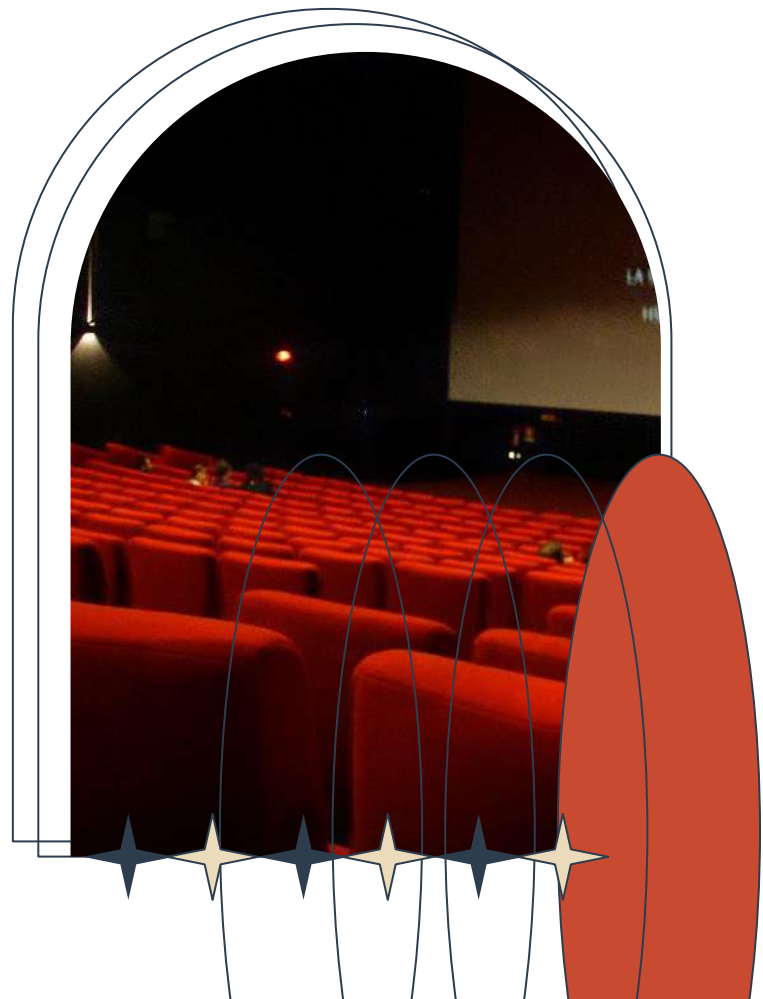




PROGETTO FINALE
DIGITAL MARKETING PER
“CINEMA DELLE PROVINCIE”

JAWAD KHAN





COME SUDDIVIDIAMO L'ANALISI?



PRIMA PARTE INSIGHT

1.1 CARATTERISTICHE BUSINESS
"CINEMA DELLE PROVINCE"

03

1.2 SCENARIO INTRODUTTIVO

04

1.3 ANALISI PRESENZA DIGITALE
"CINEMA DELLE PROVINCE"

07

1.4 ANALISI PRESENZA DIGITALE
CONCORRENTI

35

SECONDA PARTE STRATEGIA

2.1 OBIETTIVI & KPI

77

2.2 TARGET & BUYER PERSONAS

81

2.3 CANALI & CONTENUTI

93



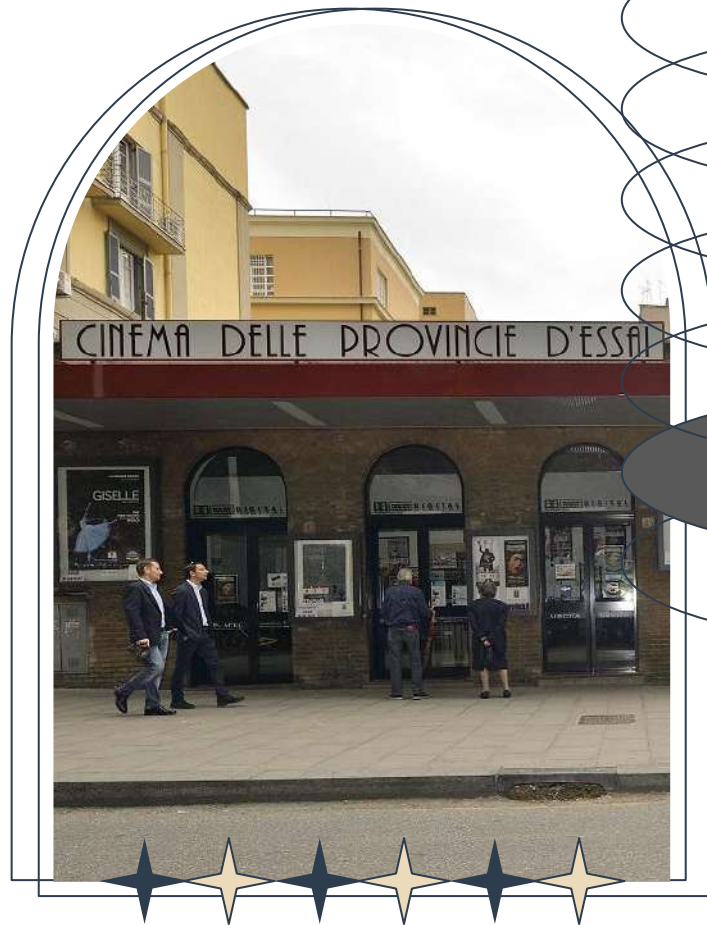
CARATTERISTICHE BUSINESS



Il Cinema delle Province è una **monosala storica** nata insieme alla Parrocchia di Sant'Ippolito nel 1934. Si tratta di un **Cinema d'Essai**, perciò la sua programmazione si basa sulla **qualità** artistica del film e propone film in **seconda visione** (film già usciti da settimane) ad un **basso prezzo**.

Si trova a Roma nel quartiere Bologna, adiacente all'Università "La Sapienza", ed è da decenni un punto di riferimento per gli appassionati di cinema di tutta la città.

Il quartiere ha subito molti cambiamenti, la presenza degli studenti anima le vie in tutte le ore del giorno. Ma nonostante questi cambiamenti, il cinema continua a svolgere il suo compito di **servizio culturale** e **luogo di aggregazione**, conosciuto in tutta la città.





SCENARIO INDUSTRIA



-53%

Di **spettatori** presenti nel periodo Maggio-Dicembre 2021 rispetto alla media del triennio 17-18-19*



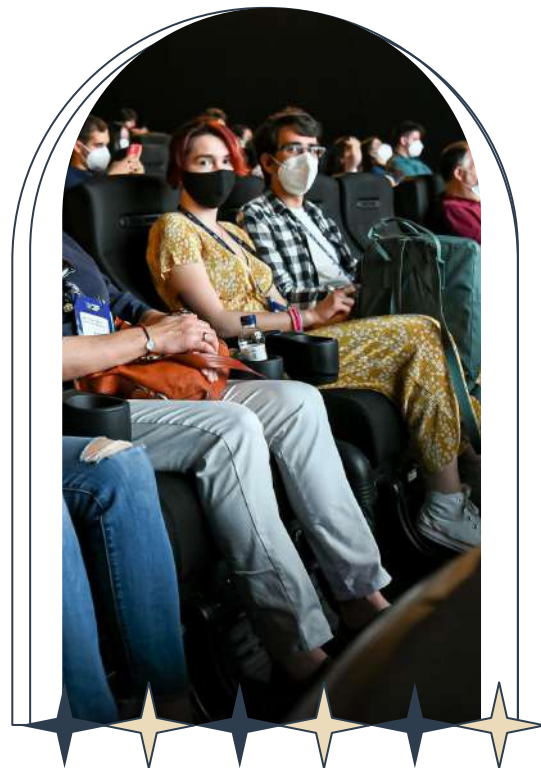
-62%

Di **spettatori** presenti nei primi 3 mesi del 2022, rispetto al 2019*



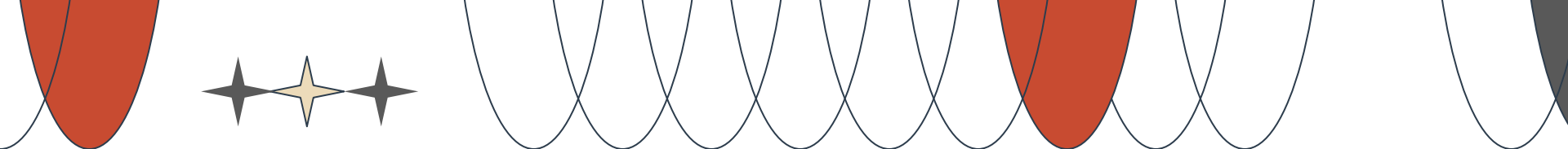
-73%

Di **incassi** annuali totali del 2021 rispetto al 2019



*Dati più accurati che considera i periodi in cui i cinema erano aperti

Fonte: Rapporto Dati Mercato Cinematografico di Cinetel, 2021



I consumatori che si sono abbonati di recente a Netflix, Amazon Prime Video o Disney+ sono più preparati a continuare i loro abbonamenti.

I cinema diventeranno un passatempo di nicchia di fronte ai servizi di streaming.


–Anjali Lai, Forrester

(Giornalista e Analista Senior di Forrester)

La “poesia” della sala, (ricordata anche da Sergio Mattarella), può bastare a noi figli dei *baby boomer* e ai nostri genitori, **ma non ai nostri figli e nipoti.**

–Lorenza Fruci, Insideart

(Giornalista, Scrittrice e Assessora alla crescita culturale di Roma Capitale)





SCENARIO DIGITALE



Con il cinema in crisi, gli “effetti collaterali” post-pandemia, la concorrenza dei servizi streaming e la sempre più distanza tra le sale e le nuove generazioni, **diventa praticamente obbligatoria la presenza digitale.**

Infatti:



84,3%

Della popolazione in **Italia utilizza internet**

Fonte: [We Are Social](#), 2022



84,9%

Degli utilizzatori di internet (sopra), **utilizzano i social media**

Fonte: [We Are Social](#), 2022



73,6%

Degli utilizzatori usano internet **per cercare informazioni**

Fonte: [We Are Social](#), 2022



60%

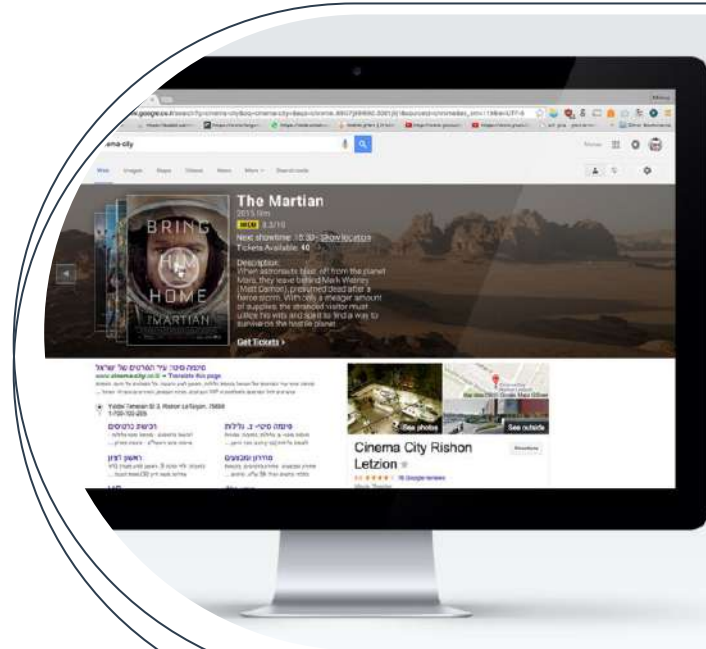
Degli intervistati della **Gen Z** hanno dichiarato che **seguire un marchio sui social media è un modo per connettersi più profondamente con i propri interessi**

Fonte: [Facebook IQ](#), 2022



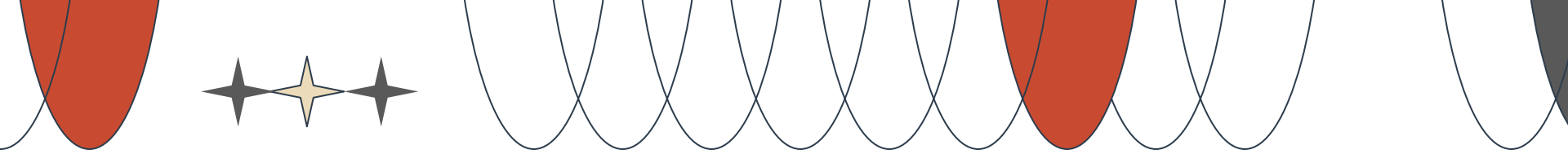
PRESENZA DIGITALE CINEMA DELLE PROVINCE

Presenza Web, Social e tanto altro



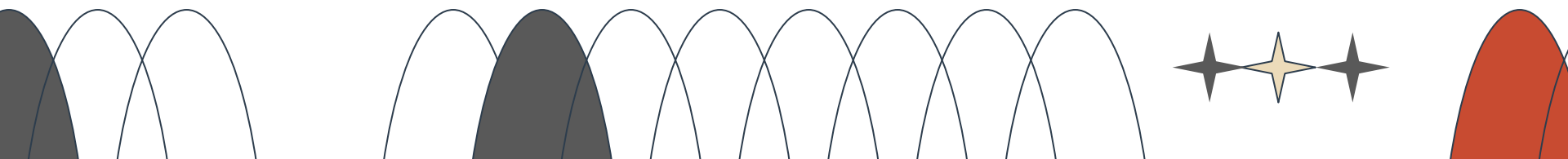
Google





INSIGHT

WEB & BLOG





PRESENZA WEB



Il **Domain Score**, punteggio che determina con quale probabilità il dominio si posizionerà nei risultati dei motori di ricerca, è **bassa**.

Le **recensioni** sono **buone ma migliorabili**.

<https://www.cinemadelleprovincie.it> ▾ **Traf/mo** (us): 0/0 - **Kw** (us): 0/0

Cinema delle Provincie

Sala d'essai, proiezione film di qualità ad un prezzo accessibile. Viale delle Provincie 41, Roma (Metro B, Bologna) - Tel. 06 4423 6021 - Programmazione ...

MOZ DA: 17/100 (+6%) Ref Dom: 58 Ref Links: 136 Spam Score: 3%

Fonte: Ubersuggest

Domain Score: **17** / 100

Traffico Organico Mensile: **2.228**

Recensioni: 4,3 / 5 (563)





INTERFACCIA SITO WEB



Motivi principali per cui le persone visitano il sito:

- Per vedere quali **film sono in programmazione**
- In quali **orari** sono disponibili e a quale **prezzo**
- Prenotare e **comprare online** i biglietti
- Altre info come l'**indirizzo**, **contatti**, **informazioni sale** ed eventuali **sconti e agevolazioni**





INTERFACCIA SITO WEB



Essendo il mobile ormai da anni il dispositivo principale utilizzato per le ricerche su Google, baserò la mia analisi partendo da questo tipo di navigazione.

Ecco i **maggiori problemi** riscontrati nella **HOME**:

- **Mancanza** di possibilità di **prenotazione**
- **Mancanza** dei **prezzi subito visibili**
- **Mancanza** di una chiamata all'azione (CTA o anche detto call to action) come "vieni a vedere il film" o "prendi i tuoi biglietti"
- **Immagini** non ottimizzate o tagliate
- **Mancanza** totale di **regole e gerarchie grafiche**, in generale **design inadatto alle moderne logiche di navigazione**
- **Collegamenti non sicuri**
- **Collegamenti non pertinenti e/o duplicati**
- Collegamenti a **pagine non aggiornate**
- **Menù a tendina fisso** e non mobile



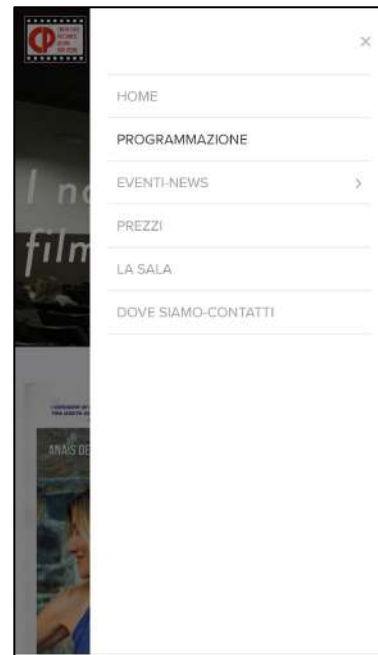


INTERFACCIA SITO WEB



Altri problemi FUORI dalla Home:

- Nome sezione **menù** confusionario (programmazione invece che prossimamente)
- **Pagine non aggiornate** ("Junior", "Visioni Aperte")
- **Pagine vuote** ("Chiesa")
- **Collegamenti esterni** non necessari
- **Informazioni non pertinenti** alla pagina
- **Assenza** collegamento a **Google Maps**
- **Contatti non cliccabili**
- **Collegamenti sbagliati** (icona mappa porta a "Prezzi")
- **Immagini** non ottimizzate o tagliate
- **Mancanza totale di regole e gerarchie grafiche**
- **Collegamenti non sicuri**
- **Collegamenti non pertinenti e/o duplicati**
- **Menù a tendina** fisso e non mobile





AUDIT SITO WEB



Un check Seo Audit serve per capire lo **stato di salute di un sito web**. Attraverso una scansione approfondita, possiamo analizzare il sito da un lato più tecnico e riparare gli eventuali errori.

Cominciamo dicendo che il dominio ha un certificato SSL ("https"), e ha una versione canonica del dominio dove viene sempre reindirizzata (<https://www.cinemadelleprovincie.it/>).

Non si registrano, dunque, problemi di sicurezza, **possiamo andare avanti**.





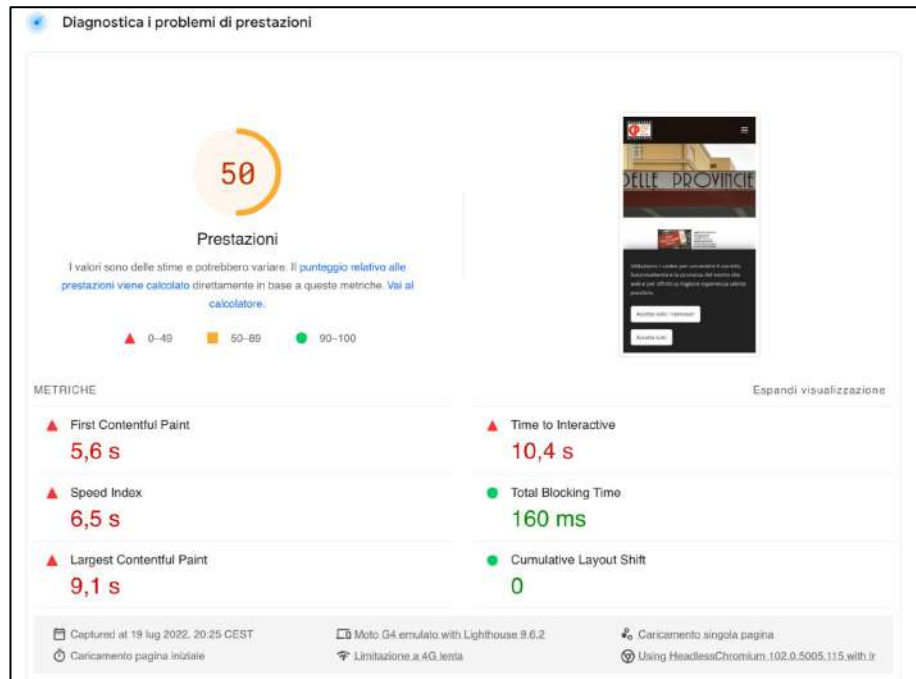
AUDIT SITO WEB- VELOCITA' MOBILE



La velocità sui dispositivi mobile è di **50** su 100, un punteggio **non sufficiente** ed assolutamente migliorabile.

Ecco alcune **semplici soluzioni** per migliorare la velocità:

- **Cambio formato** delle **immagini** (formati WebP hanno una compressione migliore dei formati PNG o JPEG)
- **Riduzione** del **codice Javascript** inutilizzato
- **Eliminazione** delle **risorse di blocco** della visualizzazione
- **Ottimizzazione** delle dimensioni delle **immagini**
- **Riduzione** dei **contenuti CSS** inutilizzati (linguaggio che gestisce il design e la presentazione delle pagine web)



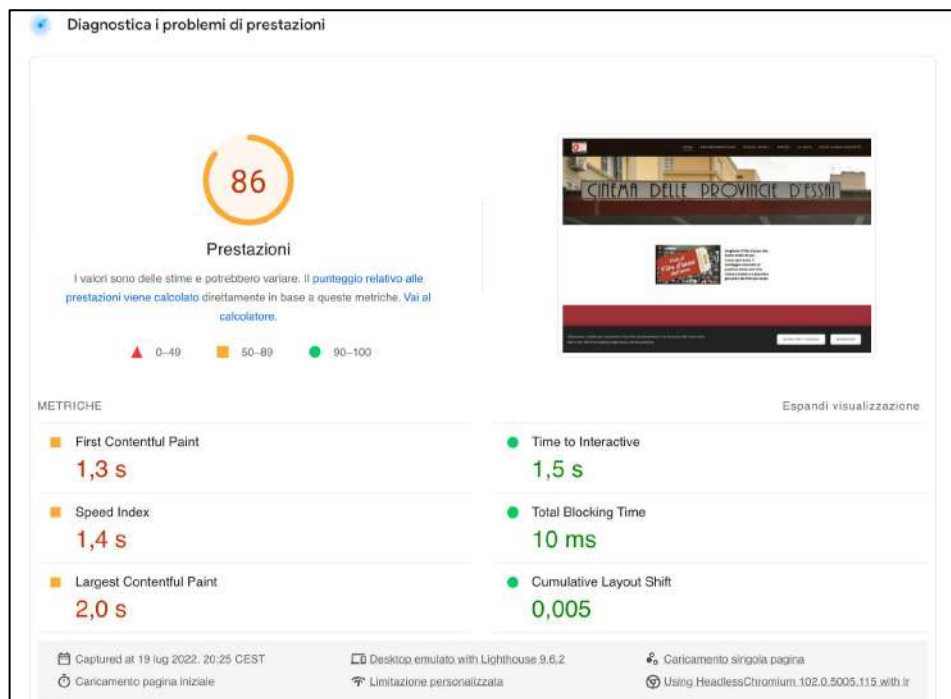


AUDIT SITO WEB - VELOCITA' WEB



La velocità sul desktop è di **86** su 100, un buon punteggio ma comunque migliorabile. Ecco alcune semplici **soluzioni** per migliorare la velocità:

- Riduzione del **codice Javascript inutilizzato**
- **Eliminazione delle risorse di blocco** della visualizzazione
- **Riduzione dei contenuti CSS** inutilizzati





AUDIT SITO WEB – ERRORI PRINCIPALI



ERRORI SEO TROVATI	DIFFICOLTÀ	IMPATTO SEO
10 pagine contengono poche parole Cos'è questo errore e come lo risolvo? Mostra dettagli →	Medio	Alto
2 pagine hanno meta description duplicate Cos'è questo errore e come lo risolvo? Mostra dettagli →	Medio	Alto
6 pagine hanno un tag <title> troppo lungo Cos'è questo errore e come lo risolvo? Mostra dettagli →	Facile	Medio
18 pagine hanno un tag <title> troppo corto Cos'è questo errore e come lo risolvo? Mostra dettagli →	Facile	Medio
2 pagine hanno un URL non ottimizzato per la SEO Cos'è questo errore e come lo risolvo? Mostra dettagli →	Facile	Medio

Fonte: Ubersuggest

Questi sono gli **errori Audit principali** secondo Ubersuggest (strumento per la scoperta di ricerche web degli utenti rilevanti per il Cinema delle Provincie). Andiamo ad analizzarli approfonditamente nelle slides successive.





AUDIT SITO WEB - TAG TITLE



I Tag Title sono i titoli delle nostre pagine web e appaiono nei risultati dei motori di ricerca, quindi sono importantissimi.

Un Tag Title ottimizzato deve:

- Essere **pertinente** al contenuto della pagina
- Essere **unico** (no duplicati)
- Essere **lungo circa 55 caratteri** (mai meno di 30)
- Essere strategicamente **ottimizzato** tramite parole chiave adatte

Nel nostro caso abbiamo **6 pagine con un tag title troppo lungo** e **18 con un tag title troppo corto**.

Ecco un esempio di trasformazione di un tag title da errato a ottimizzato:

“Cinema delle Provincie” X

“Film di qualità al Cinema delle Provincie d’Essai di Roma” ✓

6 pagine hanno un tag <title> troppo lungo

18 pagine hanno un tag <title> troppo corto



AUDIT SITO WEB - META DESCRIPTION



Le Meta Description sono un breve riepilogo che offre una presentazione pertinente al tema di una pagina specifica del sito, potenzialmente utile a convincere l'utente che il contenuto proposto è esattamente quello che cerca.

La Meta Description non viene contata nel ranking SEO (posizione classifica nei motori di ricerca) ma Google tronca una parte adattandola al dispositivo.

2 pagine hanno meta description duplicate

Una Meta D. ottimizzato deve:

- Essere **descrittivo, persuasivo, pertinente e utile**
- Essere **unico** (no duplicati)
- Essere lungo circa **145-160 caratteri**

Nel nostro caso abbiamo 2 pagine con meta duplicate e generaliste.

Bisogna cambiarle adattandole ai film della pagina oppure, come ho notato anche con tante pagine per il Tag Title, cancellarle visto che sono pagine vecchie con una struttura che non viene più utilizzata.



AUDIT SITO WEB - OTTIMIZZAZIONE URL



URL PAGINA	CONTROLLO CARATTERI	CONTROLLO DINAMICO	CONTROLLO KEYWORD
https://www.cinemadelleprovincie.it/venezia-75^a-mostra-del-cinema/	✘	✔	✔
https://www.cinemadelleprovincie.it/redroom-open-house/	✔	✔	✘

Come per Title e Meta, anche un URL (l'indirizzo della pagina web) ha una lunghezza massima (120) e **deve essere coerente** con il contenuto della pagina, i suoi Tag e le sue Meta Description stesse.

Inoltre **non si possono utilizzare i simboli**, caratteri estranei o underscore.

Infatti **il primo URL** nello screenshot **ha proprio questo problema vista la presenza della "a"**, **mentre il secondo URL è incoerente con il Tag Title.**



AUDIT SITO WEB – NUMERO DI PAROLE



10 pagine contengono poche parole.

Se una pagina non contiene abbastanza testo, Google avrà difficoltà a capire di che cosa trattano i contenuti.

Tutto ciò che non supera alcune centinaia di parole (300 di solito) sarà quasi impossibile da posizionare.

In generale, una pagina web che si posiziona nella prima pagina dei risultati di ricerca su Google contiene circa 2200 parole.

10 pagine contengono poche parole





AUDIT SITO WEB - BACKLINKS



Il Backlink è il collegamento che altri siti concedono verso il nostro.

La quantità dei Backlinks che riceviamo è importante ma è anche importante la qualità, la pertinenza e l'autorevolezza di essi.

Una buona gestione dei Backlinks aiuta anche a migliorare la Domain Score citata all'inizio (17/100).

Ci sono molti Backlinks che non sono di qualità e questo ha un effetto negativo sul dominio.

Citazione da canali spam, fonti non autorevoli o canali non pertinenti con l'attività devono essere etichettate con il "no follow" (richiesta non dare il peso al link ai fini del ranking).





AD & BLOG



Non ci sono campagne pubblicitarie attive su Google e non è presente nemmeno un vero e proprio blog.

Esiste una sezione news (non aggiornata in maniera costante), in cui principalmente vengono pubblicati comunicati ed eventi importanti riportati dal sito della "Sale della comunità ACEC" (associazione cattolica esercenti cinema).

Ci sono molti **vantaggi ad avere un blog attivo**, tra cui:

1. Avere più **visibilità**
2. Dare un **volto e un'immagine all'attività**
3. Dare un **vero valore aggiunto ai clienti**

Torneremo a parlare di pubblicità e del blog nelle slides dedicate alla strategia.



The image features a decorative border at the top and bottom. The border consists of a series of overlapping, downward-pointing arches. Some arches are filled with a solid color (red or dark grey), while others are just outlines. In the center of the border, there are three four-pointed stars: a dark grey one on the left, a light yellow one in the middle, and another dark grey one on the right. The word "SOCIAL" is centered in the middle of the page in a red, sans-serif font.

SOCIAL



PRESENZA SOCIAL



SOCIAL	FUNZIONE	FOLLOWER	INTERAZIONI*	FORMATI	FREQUENZA PUBBLICAZIONE
Instagram	Programmazione della settimana	1090	1% (bassa, media=5%)	Principalmente Immagini singole	Non segue un preciso piano editoriale. Pubblica circa ogni 2-3 giorni
Facebook	Programmazione, Trailer, Eventi	3384	Bassa	Immagine di Copertina per la programmazione & condivisione trailer video	Non segue un preciso piano editoriale. Pubblica circa ogni 3-4 giorni
TikTok	/	/	/	/	/
Whatsapp	/	/	/	/	/

*interazioni contenuti (like, commenti, condivisioni)



INSTAGRAM



Partiamo analizzando il profilo Instagram. Il **logo non è ottimale**, troppi elementi in quel poco spazio, infatti non è facilmente riconoscibile quando diventa ancora più piccolo (in basso a destra nel profilo o nei commenti).

La **bio** (didascalia di presentazione del profilo) **non è ottimizzata**. La bio è fondamentale:

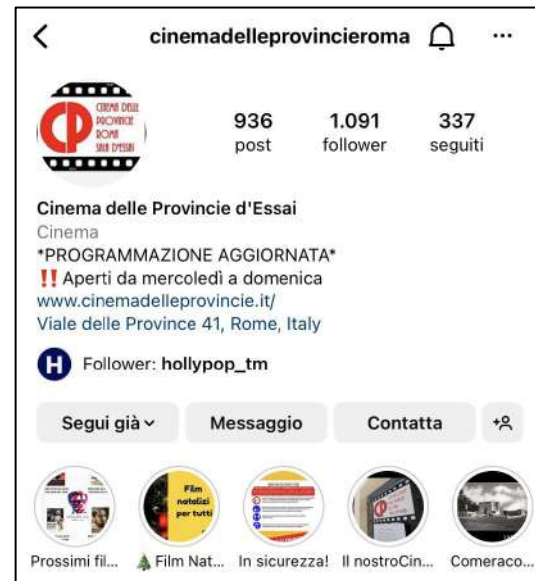
1. **Per far capire subito ai nuovi arrivati cosa facciamo**
2. **Per aiutare Instagram a categorizzare meglio il nostro profilo** attraverso le parole chiave, così da comparire alle persone giuste e nei suggeriti

Tramite questa bio è come se si desse per scontato che i nuovi arrivati ci conoscano già o sanno già cosa è un cinema d'essai.

È molto meglio una bio che esplicita i benefici (film qualità, prezzi stracciati..) riuscendo allo stesso tempo a presentare l'attività in poche parole, con una call to action finale.

Infine, anche le **storie in evidenza non sono ottimizzate ne aggiornate**.

Devono avere un senso per il pubblico (es. utilità, autorevolezza, riprova sociale, comunità...), i titoli devono essere descritti in poche lettere così che non vengano tagliate e devono avere copertine coerenti graficamente.





INSTAGRAM

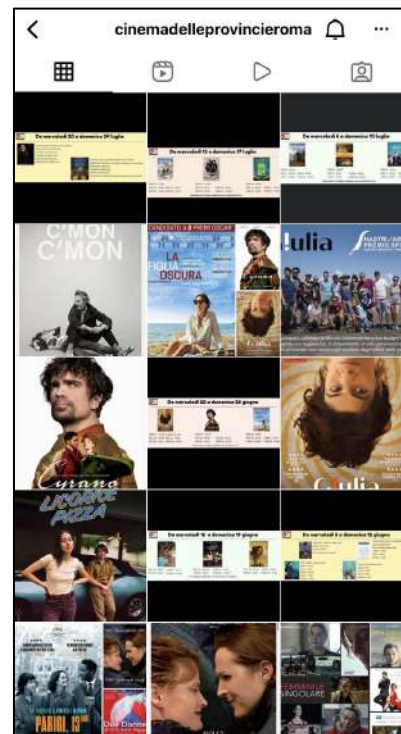


La **mancanza della coerenza grafica e cromatica** non vale solo per le storie in evidenza ma anche per tutto il profilo.

Spesso anche i **formati dei post sono sbagliati**. Il formato giusto di un post di Instagram è 1080x1080 o, ancora meglio, 1080x1350 e il contenuto deve essere adattato al formato (non come nello screenshot).

Tutto ciò è importante per far capire subito ai nuovi arrivati chi siamo e cosa proponiamo, senza che abbiano bisogno di cliccare su ogni singolo post.

Il processo di conversione da visitatore a follower è molto breve e distratta, perciò questi dettagli faranno la differenza.





INSTAGRAM



Andiamo a vedere nel dettaglio il post-tipo.

Spesso le **immagini non sono di qualità**. Siamo su Instagram, nata come piattaforma di foto, la qualità qui ha la sua importanza.

Come detto in precedenza, sembra più una comunicazione di servizio e **manca completamente un tone of voice accattivante** (tono di voce con cui si vuole impostare la comunicazione per far sì che venga delineata una personalità percepita dal pubblico).

Manca anche un buon **utilizzo di spazi, emoji, elenchi** per rendere la lettura più facile e una **chiamata all'azione** che invita a venire a vedere il film.

Ultimo ma non per importanza, **mancano in generale i fondamentali per crescere:**

- Mancanza di un **piano editoriale** preciso
- Utilizzo strategico dei **tag**
- Utilizzo strategico degli **hashtags**
- Utilizzo dei **tag di luogo**
- Utilizzo del **formato carosello** (per migliorare l'engagement)
- Utilizzo del **formato video "reels"** (al momento è il formato che fornisce più visibilità)













FACEBOOK



Le informazioni di base ci sono.
La didascalia va bene di lunghezza ma deve essere ottimizzata nel contenuto.
Le recensioni anche se non sono tantissime sono buone qualitativamente.
Manca il collegamento a Instagram.

In breve

Cinema d'Essai del quartiere, con una vasta programmazione di film per tutti i gusti.
FERIALI 4,00?

-  Pagina · Cinema
-  Viale delle Province, 41, Rome, Italy
-  06 4423 6021
-  info@cinemadelleprovince.it
-  cinemadelleprovince.it
-  Fascia di prezzo · €
-  Valutazione · 5,0 (130 recensioni) 



FACEBOOK



I contenuti non sono ottimizzati.

Scrivere tutta la trama nel post è forzato, distrae dal messaggio principale. Il discorso si rafforza ancora di più quando vengono condivisi trailer con didascalie e trame introdotte già dal post originale.

Non c'è nemmeno bisogno di inserire link dei trailer che portano le persone su Youtube.

Il nostro obiettivo è di fare venire le persone al cinema, quindi se dobbiamo far uscire le persone da facebook, **è meglio farli venire sul nostro sito** (che conterrà info, trama e trailer), luogo virtuale dove decideranno se prenotare o no i biglietti.

Per il resto **anche su Facebook ci sono molti errori** rilevati su Instagram tra i quali:

- Mancanza di un **piano editoriale** preciso
- **Logo e coerenza grafica**
- **Dimensioni sbagliate e qualità foto** scarsa
- Mancanza di un **tone of voice**
- Mancanza della **formattazione del testo**
- Mancata **diversificazione** tra i **formati** disponibili
- Copy identici per Facebook e Instagram senza alcun adattamento del testo al canale

Cinema delle Provincie d'Essai ha aggiornato la sua immagine di copertina. 6 g · 🌐

Vi aspettiamo per una nuova settimana con i questa titoli:

- UNA FEMMINA - Trailer <https://www.youtube.com/watch?v=uF5yJKwTzCQ>
- GLI STATI UNITI CONTRO BILLIE HOLIDAY - Trailer <https://www.youtube.com/watch?v=BcOSLZop1v0>

Da mercoledì 20 a domenica 24 luglio

<p>"Una femmina" di Francesco Costabile MERCOLEDÌ 20 ORE 19:30 GIOVEDÌ 21 ORE 21:00 VENERDÌ 22 ORE 19:30 SABATO 23 ORE 21:00 DOMENICA 24 ORE 19:30</p>	<p>"Gli Stati Uniti contro Billie Holiday" di Lee Daniels MERCOLEDÌ 20 ORE 21:00 in lingua originale con i sottotitoli GIOVEDÌ 21 ORE 19:30 VENERDÌ 22 ORE 21:00 SABATO 23 ORE 19:30 DOMENICA 24 ORE 21:00 in lingua originale con i sottotitoli</p>
--	--

Cinema delle Provincie d'Essai
29 giu · 🌐

C'MON C'MON di Mike Mills con J. Phoenix da venerdì 1 a domenica 3 luglio al Cinema delle Provincie.
Orari : 16:30 - 18:45 - 21:00
Per tutte e 3 gli spettacoli delle 21:00 la proiezione sarà in lingua originale con sottotitoli in italiano .

🎬Trama: Johnny si sposta di città in città per chiedere ai giovani americani come immaginano il loro futuro. Armato dell'attrezzatura professionale del fonico, sta lavorando a questo progetto itinerante quando, a un anno dalla morte della madre, sente il bisogno di chiamare sua sorella Viv. Viene così a sapere ch... Altro...

ThinkMovies · Segui
21 dic 2021 · 🌐

Dopo essere stato presentato alla Festa del Cinema di Roma, arriverà nelle sale italiane "C'mon C'mon", scritto e diretto da Mike Mills che, dopo un fi... Altro...



COMMUNITY



Facebook

Nessuna reaction, nessuna risposta al commento.



Messenger

E' passato 1 giorno ma nessuna risposta al mio messaggio.



Instagram

Nessuna risposta al commento.

Possiamo anche curare i canali digital e social in modo professionale, ma **se non curiamo l'assistenza e non interagiamo con le persone**, il social non solo perde la sua funzione di base, ma **rischiamo anche di danneggiare il rapporto con i clienti.**



CONSIDERAZIONI SOCIAL



Il Cinema delle Provincie su Facebook e Instagram non trasmette un preciso posizionamento. Si limita a fornire la propria programmazione alla propria community in modo impersonale e monodirezionale e non attua nessuna strategia di crescita.

Oltre a sistemare gli attuali canali, verranno integrati 2 canali non presenti attualmente: TikTok e Whatsapp. **WhatsApp**, anche se nell'immaginario rimane solo un'app di messaggistica, è un vero e proprio social media e non solo! Infatti si tratta del social media più utilizzato in Italia e grazie alla sua funzione **business** può colmare il gap tra l'azienda e il cliente.

TikTok invece si posiziona sesto in questa classifica (terzo senza le app di messaggistica), è in continua espansione e fornisce molte opportunità, soprattutto con l'audience giovane.

Nella strategia presentata successivamente attueremo dei cambiamenti cercando di, da una parte raggiungere nuovi clienti, e dall'altra stimolare l'interazione per coinvolgere e fidelizzare gli attuali followers. Ne conseguirà anche un aumento della credibilità e della reputazione del brand.



AD & NEWSLETTER



Non sono presenti campagne pubblicitarie attive sui social.
Non esiste nemmeno una newsletter.

La mail ha funzione solo di contatto.

Anche questi punti verranno trattati nella strategia.

 **Cinema delle Provincie d'Essai**

[Inserzioni](#) Informazioni

0 risultati

Il tuo nome

Email

Messaggio

Invia

Cliccando su "Invia" avrai dato il consenso al trattamento dati:
per cortesia leggi la nostra [Privacy Policy](#).



ASCOLTO RETE



È un cinema di quartiere che proietta i film migliori che da poco sono usciti dalle sale. È così possibile ritrovare quelli che ci erano sfuggiti, o quelli che ci piace rivedere.
È diventato una specie di salotto molto gradevole e comodo dove ci si incontra ed all'uscita si commenta e magari si prende appuntamento per la prossima volta.
Il gestore, il simpatico e gentilissimo Tonino, cura con entusiasmo la programmazione con sempre nuove proposte. Da tutto il personale molta cortesia

Cinema accogliente, ampia sala con ottima disposizione rispetto allo schermo (ampio), pulitissimi, niente pubblicità ed intervalli! Vero cinema , ottima programmazione, di qualità ed a **prezzi** più che competitivi. Facilmente raggiungibile con bus e a due passi dalla stazione metro Bologna.
Assolutamente da non perdere.

Cinema carino e attento ad una programmazione seria e mai commerciale. Staff molto simpatico

Bellissima **programmazione** e personale molto gentile. Le poltrone non sono comodissime ma riportano ad un'atmosfera familiare

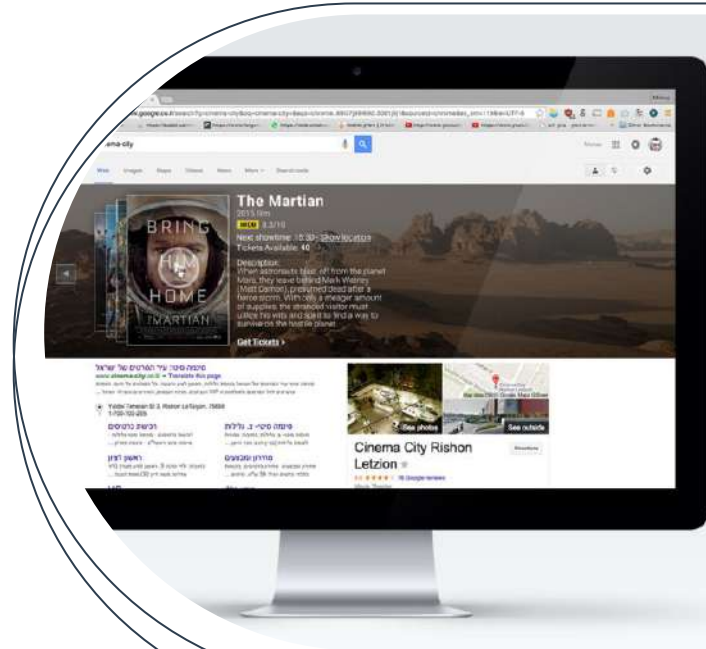
non è certo per l'arredo della sala o per gli impianti tecnologici qui siamo in una 'Sala Parrocchiale' come si potrebbe definire ma comunque è un cinema di quartiere come non ne esistono più !
Programmazione molto ben selezionata, adesso alternano anche i film a seconda degli orari. **Prezzi** accessibili...quando ha annunciato la chiusura un paio di anni fa c'è stata una 'sollevazione' popolare per tenerlo in vita...quindi andateci e teniamolo in vita !!!

Cinema storico del quartiere, un bel cinema abbastanza grande, è un'istituzione da preservare, proiettano i film usciti dalla grande distribuzione quindi anche il biglietto non caro è un buon incentivo per vedere tanti film a poco **prezzo!**

Queste analisi ci torneranno utili nelle fasi successive

PRESENZA DIGITALE CONCORRENTI

Presenza Web, Social e tanto altro





CLASSICO VS D'ESSAI



Un cinema d'essai fornisce un'esperienza diversa da quello classico.

Infatti se il film è uscito da poco si troverà nelle multisale e non al Cinema delle Provincie.

Al contrario, un film uscito da parecchi mesi è improbabile che si trovi nelle multisale, ma c'è la possibilità che venga proiettato al Cinema delle Provincie (dipenderà soprattutto dal film).

Le differenze principali la fanno la **tempistica**, il **prezzo** e la **"qualità"** del film.

Ma anche se sono esperienze diverse, sono strettamente correlate.

Vediamo nella prossima slide come potrebbero entrare in concorrenza tra loro:





COMPETITOR INDIRETTO



SCENARIO
DIPENDENTE DAL FILM



VOGLIO VEDERE UN PRECISO FILM
(d'autore) USCITO DA POCO

POSSO
ASPETTARE?

SI

**ANDRO' AL
CINEMA DELLE PROVINCE**
(pagando meno)

NO

VADO AL CINEMA CLASSICO

SCENARIO
DIPENDENTE
DALL'ESPERIENZA



HO VOGLIA DI ANDARE
AL CINEMA

CONTROLLO PROGRAMMAZIONE E
ALTRE INFO PER ME IMPORTANTI

VADO AL CINEMA CLASSICO

**VADO AL
CINEMA DELLE PROVINCE**



COMPETITOR



I **concorrenti diretti** del cinema delle provincie sono gli altri cinema, completamente o prevalentemente, **d'essai**.
Ma come detto in precedenza, **bisogna tenere in considerazione anche i cinema classici**.
Naturalmente essendo un luogo fisico, ha fondamentale importanza la sua posizione.

Fatte queste considerazioni, ho deciso di inserire **2 cinema, prevalentemente d'essai, di Roma**.

I **motivi** della scelta sono principalmente per la **scarsa offerta** dei:

1. **Cinema d'essai** a Roma (visto che sono molti in meno dei cinema classici)
2. **Film di nicchia** (molte persone sono disposte anche a fare un viaggio un po' più lungo per vederli)

Oltre ai 2 cinema d'essai, ho **tenuto in considerazione 1 cinema classico** per i motivi spiegati nella slide precedente. Però in questo caso **ho scelto il cinema più popolare e vicino fisicamente** perché essendo uno dei tanti cinema, la concorrenza è molto ampia ed entra in gioco la variabile posizione.

I COMPETITOR SONO:



DON BOSCO



NUOVO SACHER



MULTISALA LUX





COMPETITOR 1



CINEMA TEATRO DON BOSCO

Il **Cinema Teatro Don Bosco** proietta film al pubblico dal lontano 1963 (nasce nel '56).

Si trova a circa **20 min di distanza** d'auto (zona Cinecittà) dal Cinema Delle Provincie e come quest'ultimo proietta film d'essai.

Come si può notare dal nome, a differenza del Cinema delle Provincie, **presenta anche spettacoli teatrali**.

Dopo aver presentato anche gli altri competitor, analizzeremo tutte le caratteristiche.





COMPETITOR 2



CINEMA NUOVO SACHER

Il **Cinema Nuovo Sacher** è un edificio costruito nel 1938 ma acquistato e denominato così nel 1991 dalla casa di produzione cinematografica Sacher Film del regista (e non solo) Nanni Moretti e produttore Angelo Barbagallo. Ad oggi il cinema proietta sia all'esterno che all'interno.

Anche questo cinema si trova a circa **20 min di distanza** d'auto (quartiere Trastevere) dal Cinema Delle Provincie e proietta film d'autore.

Come si può notare il blasone è diverso e perciò anche il rapporto competitivo sarà diverso. Analizzeremo tutto successivamente.





COMPETITOR 3



MULTISALA LUX

Il **Lux** è una multisala di **10 schermi**, si trova a circa **8 min di distanza** d'auto dal Cinema Delle Provincie e, a differenza dei cinema nominati finora, proietta film a puro scopo commerciale (come la maggior parte dei cinema).

Ha delle dinamiche diverse dai cinema d'essai, ma come sottolineato nella [slide 35](#), hanno anche un rapporto di correlazione che analizzeremo tra poco.



The image features a decorative border at the top and bottom. The border consists of a series of overlapping, thin-lined arches. Some of these arches are filled with solid colors: red, dark grey, and light beige. Interspersed among the arches are three four-pointed stars. The central star in each group is light beige, while the two flanking stars are dark grey. The main text is centered in the white space between the borders.

ANALISI DIGITAL COMPETITOR



CINEMA TEATRO DON BOSCO



Cominciamo l'analisi della presenza digitale con il "Cinema Teatro Don Bosco".

Hanno un **punteggio migliore di dominio e anche più traffico**.

Il **punteggio delle recensioni è leggermente più basso** rispetto al Cinema delle Province, ma il **numero di recensioni è quasi il doppio**.

Naturalmente questi dati dipendono da vari fattori (come la posizione, teatro ecc..), ma sono spunti e opportunità di miglioramento, soprattutto in questo caso dove i numeri non si distaccano di tantissimo.

<http://donboscocineteatro.centroculturalesalesiano.it> ▾ **Traf/mo** (us): -/0 - **Kw** (us): -/0

Cinema Teatro Don Bosco Roma Cinecittà

Home; Programmazione. **Cinema** · **Teatro** · Dove siamo · Contatti · La nostra storia ·

Programmazione **Cinema** · I TUTTOFARE venerdì 29 Luglio 2022

MOZ DA: 24/100 (+0%) Ref Dom: 43 Ref Links: 641 Spam Score: 3%

Fonte: Ubersuggest

Domain **Score: 24 / 100** (vs **17** Cinema delle Province)

Traffico Organico Mensile: **2.455** (vs **2228** Cinema delle Province)

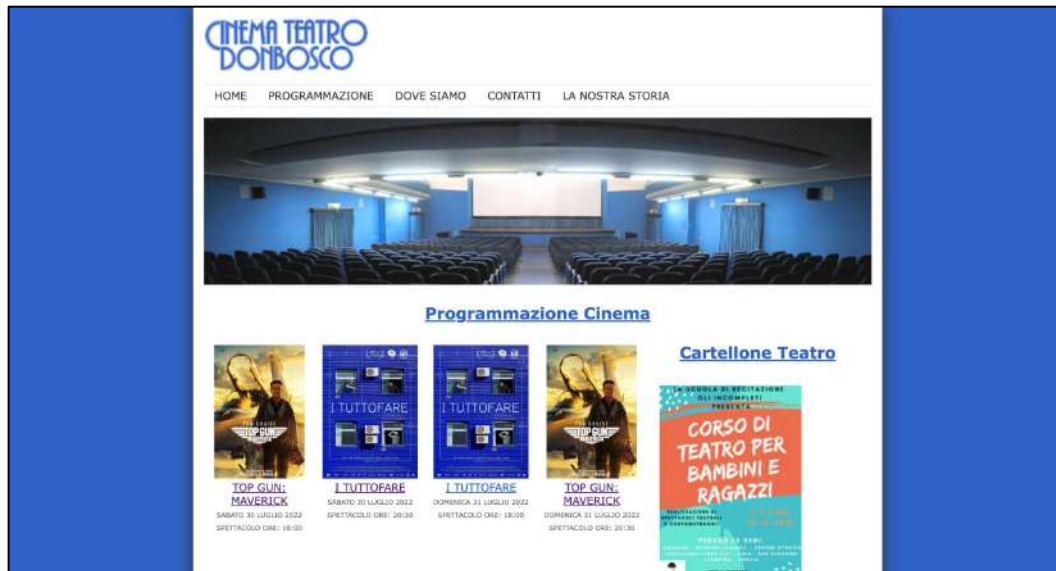
Recensioni: 4,2 / 5 di **1017** recensioni totali
(vs **4,3/5** di **563** Cinema delle Province)



SITO WEB



Home dal Mobile



Home dal Desktop



SITO WEB



Qui c'è molta opportunità. Prima di tutto **nemmeno loro hanno un'alta velocità** da mobile (59/ 100 vs 50 del Cinema delle Province). Inoltre **non hanno nemmeno il certificato di sicurezza SSL** (sito non sicuro).

Il **sito non è per niente ottimizzato per la versione mobile**, né in modo strutturale, né gerarchico e nemmeno nell'esperienza dell'utente.

Non si può prenotare online ma soprattutto **non ci sono i prezzi** accanto o nelle schede dei film!

Alcuni prezzi si possono trovare solo in una brochure pdf (per altro nemmeno presente nella Home), ma sono in netta minoranza.

Anche la programmazione non è ottimale visto che non è basata sul film ma sul giorno. Ad esempio non c'è una scheda di Top Gun: Maverick con gli orari e i giorni ma esistono più schede duplicate in cui cambia solo giorno e orario.

TOP GUN: MAVERICK

Programazione:
sabato 30 Luglio 2022

Inizio spettacolo ore:
18:00

Sala:
Cinema Teatro Don Bosco

SABATO 30 ore 18:00

Un sequel che fa valere altissimo lo spettatore

regia di Joseph Kosinski - con Tom Cruise,
Miles Teller, Jennifer Connelly, Jon Hamm, Glen
Powell - azione - USA, 2022 - durata 2h
11'

A sessant'anni Pete "Maverick" Mitchell è
ancora un "semplice" ufficiale al servizio

Pagina scheda film

▲ ...boscocineteatro.centroculturalesalesiano.it

CINEMA TEATRO DON BOSCO

HOME PROGRAMMAZIONE
DOVE SIAMO CONTATTI
LA NOSTRA STORIA

Programmazione Cinema

Scarica la programmazione di LUGLIO 2022 in
formato pdf

[brochure LUG 2022](#)

TITOLO / DATA / GRA	INFO
TOP GUN: MAVERICK	regia di Joseph Kosinski - con Tom Cruise, Miles Teller, Jennifer Connelly, Jon Hamm, Glen Powell - azione - USA, 2022 - durata 2h 11'
SABATO 30 LUGLIO 2022 ORE: 18:00	Regia di Neus Ballús

Pagina Programmazione



SITO WEB



L'unico tipo di assistenza presente è questo modulo.

Non sono presenti né CTA, né contatti principali, probabilmente perché danno per scontato che tutti vadano fino a piè di pagina, dove sono presenti in piccolo.

Altre note da segnare:

- Tono di voce impersonale
- Grafica debole
- Nessuna presenza di blog
- Non fanno pubblicità su Google
- E' presente una mailing list per ricevere la programmazione. Mi sono iscritto ma è passato 1 giorno e non ho ricevuto nemmeno la conferma dell'iscrizione

Contatti

Attraverso questo modulo è possibile richiedere informazioni o iscriversi alla nostra mailing-list per ricevere la programmazione cinematografica.

Il tuo nome (richiesto)

La tua email (richiesto)

Il tuo messaggio

VOGLIO ISCRIVERMI ALLA MAILING-LIST PER RICEVERE LA PROGRAMMAZIONE CINEMATOGRAFICA.

Inserisci il codice di verifica:
#C&3

Autorizzo il trattamento dei miei dati personali ai sensi del Dlgs 196/2003 e dell'art. 13 GDPR (Regolamento UE 2016/679).

Invia

Pagina contatti

[CENTRO CULTURALE SALESIANO](#) | [DON BOSCO CINE TEATRO](#) | [DON BOSCO MEDIA](#) | [RISORSE WEB](#)

© 2022 Cinema Teatro Don Bosco - Via Publio Valerio, 63 - Roma
Tel. 0671587612 - E-mail ccsroma-comunicazione@donbosco.it

Pagina contatti



SOCIAL



Si è conclusa mercoledì la sezione speciale del [#donboscodautore](#) 🎬

Un ringraziamento speciale ai registi che ci hanno accompagnato in queste quattro serate, presentando le loro opere al pubblico del Don Bosco.

Vi diamo l'appuntamento per settembre con allettanti iniziative.

[#CiroDeCaro](#) [#alessiorigoderighi](#) [#matteozoppis](#)
[#alessiodeleonardis](#) [#francescocostabile](#)



[Invia messaggio](#)

Ciao! Dicci come possiamo aiutarti.

Facebook

I TUTTOFARE
Uno sguardo affettuoso e divertito su un lavoro spesso oggetto di facili ironie: l'idraulico 🛠️

- 🕒 GIO 28 ore 20:30
- 🕒 VEN 29 ore 18:00
- 🕒 SAB 30 ore 20:30
- 🕒 DOM 31 ore 18:00

Regia di Neus Ballús – con Mohamed Mellali, Valero Escolar, Pep Sarrà, Paqui Becerra, Pere Codomiu – Commedia – Spagna, 2021 – durata 1h 25'

Vi aspettiamo al cinema!



[Invia messaggio](#)

Ciao! Dicci come possiamo aiutarti.

Facebook

CINEMATEATRO_DONBOSCO_ROMA [Segui](#)

post

STASERA
Ore 18.00

ALCARRÀS

Via Publico Valerio, 63
Giulio Agricola
06 71527612

[Invia messaggio](#)

Ciao! Dicci come possiamo aiutarti.

Instagram



SOCIAL



Il Cinema Teatro Don Bosco è presente in 2 social:

1. **Facebook:** 3207 followers (vs 3384 Cinema delle Provincie)
2. **Instagram** (non collegato a Facebook o al sito): 604 followers (vs 1090 Cinema delle Provincie)

Entrambi i social postano e comunicano le stesse cose e in modo simile, non curando le differenze dei social stessi (formati, tono, hashtags, tag..).

Principalmente vengono pubblicati 2 tipi di contenuti:

1. **Programmazione** (film singolo e/o aggregati di film)
2. **Foto di eventi** (come le visite dei registi)

Mentre per il primo format ci sono dei problemi simili a quello del Cinema delle Provincie (grafica, formattazione..), **il secondo format crea un bel senso di comunità** (anche evidenziate nelle stories su Instagram).

Sono anche più presenti a rispondere ai commenti e questi fattori (post community, commenti e dimensioni corrette) hanno portato anche ad avere un engagement più alto del Cinema delle Provincie.

Sono abbastanza presenti su entrambi i social (media 1 post / 1 giorno e mezzo) ma:

- **Non seguono nessun piano editoriale** bilanciato e costante
- **Non diversificano nei formati** (es. Reels assenti)





SOCIAL



Il tono è un po' più personale rispetto al sito e al Cinema delle Province, la CTA non porta al sito (non avendo nemmeno la possibilità di prenotare), ma almeno ricorda di venire in sala (su facebook).

Inoltre sul profilo (e spesso anche nei post) su Facebook, è presente il bottone che porta a Messenger per qualsiasi tipo di assistenza.

Non è presente nessuna campagna a pagamento, nè su Facebook nè su Instagram.



The screenshot shows a Facebook post from the Cinema Teatro Don Bosco. The post text reads: "Vi aspettiamo in sala per scoprirlo insieme! 😊", "Stasera alle 21.00", "'Corro da te', un film di Riccardo Milani", "Con Pierfrancesco Favino e Miriam Leone". Below the text are the hashtags "#cinemaitaliano" and "#roma". The main image is a movie poster for "CORRO da TE" featuring Pierfrancesco Favino and Miriam Leone. A large blue banner at the bottom of the poster says "STASERA Ore 21.00". At the bottom of the post, there is a location pin for "Via Publio Vateria, 63", a phone icon with the number "06 71587612", and a "Si apre su Messenger" button. A blue "Invia messaggio" button is also present, along with a "Invia messaggio" button with a Messenger icon and a "Ciao! Dicci come possiamo aiutarvi." footer.



ASCOLTO RETE



Personale meraviglioso, specialmente mi ha colpito la signora dei pop corn, una veterana del cinema che ama il luogo dove lavora.

Il cinema in sé ha un clima diverso dai soliti, vista l'età e la voglia di essere conservatori, questo secondo me aggiunge qualcosa in più, discostandosi dalla solita "vendita all'ingrosso".

Per concludere una bella attività, clima familiare/retro, gestita da persone eleganti, fin troppo economica a mio avviso; adatta a chi, stanco del solito, ha voglia di spaziare e conoscere un'altra faccia della medaglia più nascosta ma profonda.

Buona giornata a tutti da Leonardo e Chiara, abbiamo visto "Una Famiglia Vincente" di Will Smith.

Andare al cinema don bosco è una esperienza da fare.....è un po' come vedere il film in casa insieme a parenti e amici .C'è molta confusione perché si commenta si mangiano patatine e pop corn si stappano lattine suonano telefonini e si risponde con grande naturalezza «si sono al cinema ci sentiamo dopo si ho comprato il latte ciao» Le porte non sono chiuse ma coperte per cui i signori alla cassa parlano e si sente tutta la conversazione. Insomma il don bosco è così e forse si ama proprio perché è così.

QUANDO VOGLIO VEDERE SERIAMENTE UN FILM VADO ALTROVE!!!!

Un bellissimo cinema comodo e con una proiezione video eccellente, si vede che ci tengono a tenerlo in ottimo stato cosa rara in altri locali

con alcune serate speciali con proiezioni/evento di lunedì. Sala spaziosa, schermo ampio, audio eccellente, sedute comode, pagamento anche con bancomat/carte di credito, punto ristoro all'interno+distributore automatico di bevande calde, angolo scambio libri, cuscini-alzatine per i più piccoli, nel weekend programmazione cineteatrale adatta ai ragazzi. Unici inconvenienti che causano talvolta notevole fastidio, il caos che inevitabilmente si crea con l'affollamento di famiglie (spesso

Buona l'organizzazione. Forse un po' troppo affollato.



CINEMA NUOVO SACHER



Il **Cinema Nuovo Sacher**, come previsto, guida questa classifica dei cinema d'essai.

Per la posizione, per la casa di produzione, per l'organizzazione che c'è dietro (a livello economico e non) e per le persone che lo rappresentano (**Nanni Moretti** su tutti), il Cinema Nuovo Sacher gode di un ottimo traffico, pubblicità e anche reputazione.

Infatti **è avanti in tutti i punteggi base** (dominio, traffico e recensioni).

Sarà di spunto per migliorare e differenziarci.

<https://www.sacherfilm.eu> ▾ Traf/mo (us): 0/0 - Kw (us): 0/3

Sacher Film

Sacher Film. OPEN MENU. Acquista il tuo biglietto · **Cinema Nuovo Sacher** · Sacher Film · Assaggi di Sacher · Libri Cd Dvd · Notizie.

MOZ DA: 45/100 (+2%) Ref Dom: 510 Ref Links: 2.94K Spam Score: 10%

Fonte: Ubersuggest

Domain **Score: 45** / 100 (vs 17 Cinema delle Provincie)

Traffico Organico Mensile: 5.236 (vs 2228 Cinema delle Provincie)

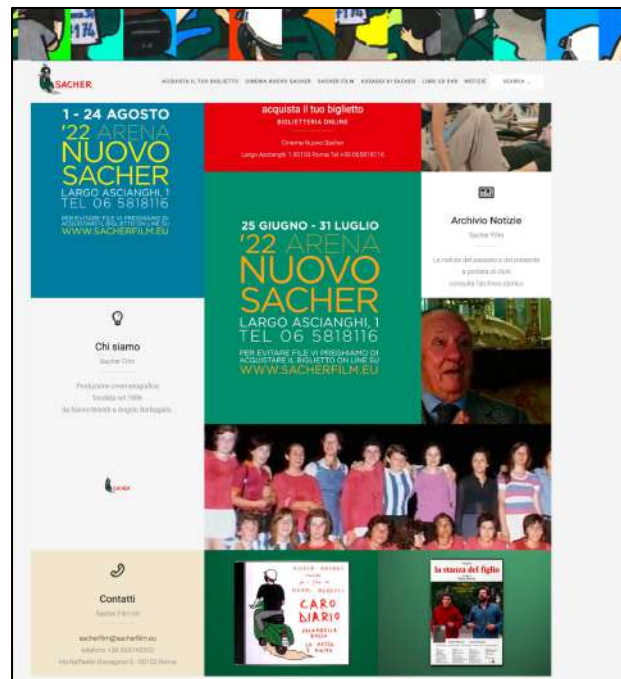
Recensioni: 4,5 / 5 di **775** recensioni totali (vs 4,3/5 di 563 Cinema delle Provincie)



SITO WEB



Home dal Mobile



Home dal Desktop





SITO WEB



Il sito non tratta solo del cinema ma anche dell'intera casa di produzione con tutti i loro prodotti e servizi. Perciò l'intero traffico non sarà destinato interamente per il cinema, anche se immagino che una buona parte lo sia.

Il sito non è perfetto. Alcune schede sono confusionarie, altre sono di troppo. **Ma ha comunque la Home più chiara tra i siti consultati fin'ora.**

Infatti, **le informazioni più importanti** (programmazione, possibilità di acquisto, prezzi e orari) **sono subito nella prima pagina o al massimo a 2 click di distanza.**

Anche il "chi siamo" e "contatti" sono subito disponibili (anche se li avrei aggiunti anche in una categoria menù).

Un **punto debole** del sito è sicuramente la **velocità**: 31/100 (50 Cinema delle Provincie) mobile e 60/100 desktop (86 Cinema delle Provincie).

FILM CON L'ASTRICO		
Amati 7 agosto ore 21.00 # AFTER LOVE (1997) con J. Scahill - N. Walford	Alvaro Altan	89
memoria 8 agosto ore 21.00 # LA SCELTA DI ANNE - L'EVENEMENT con A. Smitame - H. Pottel - H. Pottel	Audrey Diava	100
memoria 8 agosto ore 21.00 # ENNIO con E. Monticone	Giuseppe Tomassini	100
memoria 8 agosto ore 21.00 # L'ANDATO TUTTO BENE (1997) con S. Marceau - A. Quasthoff	Françoise Gonin	100
memoria 8 agosto ore 21.00 # ALCARRAS (1997) con A. Pagan - J. Dabot	Carlo Simoni	100
memoria 8 agosto ore 21.00 # MADRES PARALLELAS (1997) con F. Cruz - E. De Palma	Pietro Altomobro	100
memoria 8 agosto ore 21.00 # MADRES PARALLELAS (1997) con F. Cruz - E. De Palma	Pietro Altomobro	100
Amati 8 agosto ore 21.00 # SCOPRIAMENTO N. 8 (1997) con J. Bontly - S. Naeff	John Kasperman	100
memoria 8 agosto ore 21.00 # NOVEMBRE SPECIALE (1997) con J. Fiorini - E. Lambert	Uberto Paoletti	96
memoria 10 agosto ore 21.00 # FRESCO LOVE (1997) AUTOPROD.	Sara Deas	97
memoria 10 agosto ore 21.00 # CRY MACHO (1997) con S. Espinasse - E. Hénaff	Crist Eastwood	84
memoria 10 agosto ore 21.00 # CRY MACHO (1997) con S. Espinasse - E. Hénaff	Crist Eastwood	84
memoria 10 agosto ore 21.00 # BELFAST (1997) con J. Conroy - J. H. H.	Kenneth Branagh	80
memoria 10 agosto ore 21.00 # BELFAST (1997) con J. Conroy - J. H. H.	Kenneth Branagh	80
Amati 12 agosto ore 21.00 # SETTEMBRE con F. Bisticchi - G. Rocchi	Orlando Stagnerwall	100
memoria 12 agosto ore 21.00 # UN ACTO HONDO (1997) con V. Lindero - S. Hoberg	Stephane Drué	96
memoria 12 agosto ore 21.00 # WALL TIME - AL CENTRO PER CENTO (1997) con L. Galfrey	Eric Chevrel	87
memoria 12 agosto ore 21.00 # BABY, TUTTO IN UNA NOTTE (1997)	Catherine Conini	97
memoria 12 agosto ore 21.00 # TURBIDY CLUB (1997) AUTOPROD. con M. Richardson	Anteo Appello	100

Programmazione Agosto

webtic.it

Spettacoli in programmazione

Tutti Oggi

Lunana: Il Villaggio Alla Fine Del Mondo
2021
drammatico
31 lug 2022

(O.V.) After Love
2021
drammatico
01 ago 2022

(O.V.) La Scelta Di Anne - L'Evenement.
2021
drammatico
02 ago 2022

Ennio
2021
documentario
03 ago 2022

(O.V.) E' Andato Tutto Bene
2021
drammatico
04 ago 2022

(O.V.) Alccarras
2021
drammatico

Pagina per acquistare



SITO WEB



Come accennato prima, **ha tanti pro ma anche dei contro**. Sicuramente **avere un portale di prenotazione è un grosso vantaggio**, un must come strumento, se si può permettere.

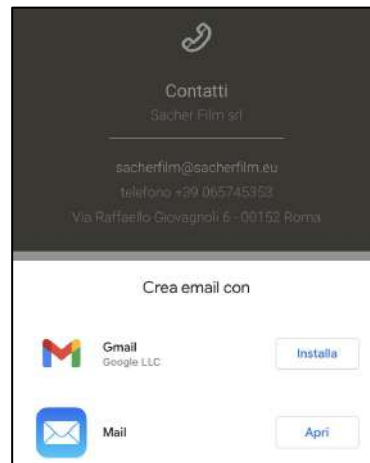
Ma andiamo a vedere i **punti negativi**: Il **tono di voce è impersonale**, è un punto su cui ci si può differenziare. **Il sito presenta alcuni problemi tecnici** (pagine lente, errori e categorie non ottimizzate).

Non hanno l'assistenza sul sito (ad es. un chatbot). **La sezione contatti** è disponibile solo sulla home e **non è ottimizzata**: infatti se clicchiamo all'intera sezione, magari con l'intenzione di chiamare al telefono, viene aperta la nostra email.

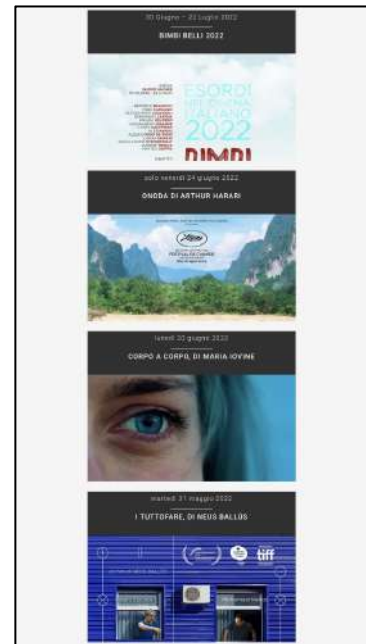
Non hanno un blog, hanno una sezione notizie dove però ci sono solo le programmazioni vecchie.

Hanno una newsletter (anche se nascosta), dove ci si può iscrivere per rimanere aggiornati su eventi e programmazione. **Mi ci sono iscritto, ho ricevuto subito la mail automatica di conferma ma poi niente**. Nemmeno una mail di benvenuto.

Infine, **non sono presenti campagne pubblicitarie attive**.



Sezione Contatti nella Home



Sezione Notizie



SOCIAL



Instagram

Nuovo Sacher
9 mar · 🌐

23 film in versione originale
In 11 giorni

11 GIORNI ORIGINALI
FILM IN VERSIONE ORIGINALE SOTTOTITOLATA

GIOVEDÌ 10 MARZO	16.00	PARIGI, TUTTO IN UNA NOTTE	Catherine Corsini
	18.00	IL DISCORSO PERFETTO	Laurent Tirard
	20.30	IL MALE NON ESISTE	Muhammad Rasouloff
VENERDÌ 11 MARZO	16.00	AFTER LOVE	Aleem Khan
	17.45	LA CROCIATA	Louis Garrel
	19.15	PETITE MAMAN	Cécile Sciamma
SABATO 12 MARZO	16.00	L'ACCUSA	Yvan Attal
	18.45	PARIGI, TUTTO IN UNA NOTTE	Catherine Corsini
	20.45	GAGARINE ANTEPRIMA	Fanny Leliand & Jeremy Trouilh
DOMENICA 13 MARZO	16.00	PARIGI, TUTTO IN UNA NOTTE	Catherine Corsini
	18.00	WEST SIDE STORY	Steven Spielberg
	21.00	SULL'ISOLA DI BERGHAN	Ma Harsan-Love
VENERDÌ 18 MARZO	16.00	È ANDATO TUTTO BENE	François Ozon
	18.15	LA PERSONA PIÙ GRANDE DEL MONDO	Joaquim Triet
	20.45	ILLUSIONI PERDUTE	Xavier Giannoli
SABATO 19 MARZO	16.00	UNA FAMIGLIA VINCENTE	Reinaldo Marrus Green
	18.45	IL DISCORSO PERFETTO	Laurent Tirard
	20.45	L'ACCUSA	Yvan Attal
DOMENICA 20 MARZO	16.00	ANNETTE	Leos Carax
	18.45	OPEN ARMS	Marcel Barrene
	21.00	AFTER LOVE	Aleem Khan
LUNEDÌ 28 MARZO	16.00	DRIVE MY CAR	Ryûsuke Hamaguchi
	18.15	AFTER LOVE	Aleem Khan
	21.00	BELFAST	Kenneth Branagh
MARTEDÌ 29 MARZO	16.00	BELFAST	Kenneth Branagh
	18.15	LICORICE PIZZA	Paul Thomas Anderson
	20.45	PARIGI, 13 ^{ème}	Jacques Audiard
MARTEDÌ 5 APRILE	16.00	PARIGI, 13 ^{ème}	Jacques Audiard
	18.00	LUMINA	Fawo Chyming Dorji
	20.30	SPENCER	Pablo Larrain
VENERDÌ 6 APRILE	16.00	SPENCER	Pablo Larrain
	18.15	OPEN ARMS	Marcel Barrene
	20.45	GLI AMORI DI ANAIS ANTEPRIMA	Charline Bourgeois-Tacquet

Facebook

Nuovo Sacher
7 apr · 🌐

Al Nuovo Sacher dal 7 aprile

TRA DUE MONDI
JULIETTE BINOCHÉ
HELENE LAMBERT - LEA CARNE - SHELVINE POWER
PATRISSE WIRSH - EMILY MADELEINE - RUSIER-KORTIN
UN FILM DI EMMANUEL CARRÈRE

Tra due mondi di Emmanuel Carrère
con Juliette Binoche
Hélène Lambert
Léa Carne
Emily Madelein

Cinema Nuovo Sacher - Largo Asciangi 1, Roma

da giovedì 7 aprile

orario spettacoli:
16.00 - 18.15 - 20.45

il giovedì e il venerdì a tutti gli spettacoli e il sabato alle 16.00 e alle 18.15 versione originale sottotitolata

32 Commenti: 7 Condivisioni: 3

Facebook





SOCIAL



Anche il nuovo Sacher è presente in 2 social:

1. **Facebook: 11555** followers (vs **3384** Cinema delle Provincie)
2. **Instagram** (ma di **Nanni Moretti**): 97 mila followers (vs **1090** Cinema delle Provincie)

Su **Facebook** pubblicano principalmente **eventi e programmazioni**.

Il pulsante principale dovrebbe collegare al sito ma non funziona.

Essendo anche una casa di produzione, pubblicano anche post relativi al dietro le quinte dei loro film (ottenendo delle buone reazioni).

L'engagement in generale è buono ma, forse per l'esistenza di un bel pubblico fidelizzato o forse per l'assenza di una persona dietro ai social, **il tono e la cura della community viene tralasciata**.

Infatti non rispondono a quasi nessun commento e tanti post non presentano nemmeno delle didascalie.

Anche la pubblicazione della programmazione settimanale non viene curata, lasciando degli screenshot del sito.

Non c'è una costanza nelle pubblicazioni e non hanno un piano editoriale.
Non ci sono campagne pubblicitarie a pagamento attive nemmeno sui social.





SOCIAL



Il profilo **Instagram** pubblicizzato sul sito, a differenza di Facebook, è il **profilo di Nanni Moretti**.

Infatti non hanno un profilo Instagram del cinema, il che può essere un punto a sfavore per loro per il discorso del posizionamento.

Dall'altra parte non si può non considerare l'esposizione dei post di fronte a 97 mila follower, è un grosso pubblico.

Sul profilo, Nanni Moretti pubblica foto di sé, del dietro le quinte (come su Facebook) e ogni tanto pubblicizza la programmazione del cinema.

Le persone che vivono a Roma e seguono Nanni Moretti, più verranno esposti a questi post e più avranno considerazione del cinema.

Inoltre, se sono persone che apprezzano particolarmente il personaggio, sarà più facile farli venire nel suo cinema.

Per il resto tutti i discorsi (pregi e difetti) fatti per Facebook, valgono anche per Instagram.





ASCOLTO RETE



Cinema storico di Roma e un posto irrinunciabile per chi ama il cinema d'autore. Programmazione sempre mirata che non delude mai. Un vero e proprio rifugio a Roma per chi vuol vedere film indipendenti al di fuori dei grandi circuiti. Il posto è davvero accogliente: sala e schermo grande e si vede bene da ogni posizione, e c'è anche la galleria come nei cinema di una volta. Il cinema è dotato di un bar e di una piccola libreria, questi due posti diventano un delizioso luogo di ritrovo prima della visione.

Purtroppo l'accoglienza alla biglietteria non è stata buona... poca gentilezza e fretta ingiustificata...no carta docente!

"Cinema di Moretti" che altro dire. Un luogo del cinema , uno spazio per condividere la passione per il cinema. Negli anni ci ha consentito di vedere capolavori emarginati dalle logiche di mercato e dalla distribuzione nelle sale. Grazie

Io ci parto da civitavecchia per venire in questa sala, che più di ogni altra mi fa sentire l'atmosfera del cinema inteso come tale. La programmazione è oculata e volge lo sguardo alla qualità. Voto 10. Ok sono Morettiano.

Uno dei migliori cinema di Roma per quanto concerne la programmazione. Un cinema che rispetta lo spettatore appassionato. In un'ottima posizione. Consiglio anche l'arena nel periodo estivo.



MULTISALA LUX



Il multisala Lux è l'unico **cinema NON d'essai** presente in questa presentazione.

Cominciamo col dire subito che le info e la programmazione sono presenti sul dominio del "cinemadiroma" e perciò il traffico organico mensile (che si riferisce all'intero dominio) non è preciso.

Però, se si clicca su un orario disponibile di un qualsiasi film, si apre una nuova pagina con il dominio del lux (<https://lux.cdr.18tickets.it/>), presente per prenotare i biglietti.

Questo dominio ad esempio, secondo seozoom (un altro strumento SEO), presenta un traffico mensile di 3500, già più realistico.

Per quanto riguarda le **recensioni, sono molte ma non ha un punteggio totale eccezionale.**

<https://www.cinemadiroma.it> · programmazione-multis... ▾ **Traf/mo** (us): 6/6 - **Kw** (us): 1/

Programmazione Multisala Lux | CINEMA ROMA

Genere: Biografico, Musicale - Durata: 160 min. Lingua: Italiano. Programmazione.
Clicca sull'orario per procedere con l'acquisto del biglietto. 31-07-2022: ...

In sala · **Prossimamente** · **Jurassic world: il dominio** · **Top gun: maverick**

Hai visitato questa pagina 5 volte. Ultima visita: 06/12/21

MOZ DA: 41/100 (+0%) Ref Dom: 373 Ref Links: 136.99K Spam Score: 5%



Fonte: Übersuggest

Domain **Score: 41** / 100 (vs **17** Cinema delle Provincie)

Traffico Organico Mensile: 18.975 (vs **2228** Cinema delle Provincie)

Recensioni: 4,1 / 5 di **3.056** recensioni totali (vs **4,3/5** di **563** Cinema delle Provincie)

lux.cdr.18tickets.it [Condividi metriche](#) [Quick Audit](#)

 Keyword Posizionate 271 (+2)	 Traffico mensile 3.498 ↑	 Valore Traffico € 487	 Zoom Authority 37
---	---	--	--

Fonte: Seozoom



SITO WEB - MOBILE



cinemadiroma.it

BATMAN V SUPERMAN: DAWN OF JUSTICE



 Scheda film

Genere: Avventura, Azione, Fantasy - Durata: 151 min.
Lingua: Italiano

PROMO 6€

Programmazione

Clicca sull'orario per procedere con l'acquisto del biglietto

31-07-2022:


21:30

Dominio "Cinema di Roma"

lux.cdr.18tickets.it

Lux

- DIGITAL CINEMA -



LEAGUE - FINAL
JUSTICE LEAGUE
IL MA

UAGE

AMOR DI CINEMA REGALATI LA GRANDE EMOCIONE. ASSUMI 10 INGRESSI

+ Tutte Le Date

31 Luglio Domenica

01 Agosto Lunedì

IL CINEMA È

Dominio Lux Tickets

lux



V.O.

THOR
LOVE AND THUNDER

Regista: Taika Waititi

Con: Chris Hemsworth, Christian Bale, Tessa Thompson, Jaimie Alexander, Taika Waititi, Russell Crowe, Natalie Portman, Chris Pratt, Dave Bautista, Karen Gillan, P...

Lingua: Inglese con sottotitoli in Italiano

Multisala Lux 31/07/2022

21:00 SALA 5

Dominio Lux Tickets



SITO WEB - DESKTOP



PROGRAMMAZIONE MULTISALA LUX

lux
STUDIO CINEMA
MULTISALA

BATMAN V SUPERMAN: DAWN OF JUSTICE


Generi: Avventura, Azioni, Fantasy - Durata: 151 min.
Lingua: Italiano

PROMO DE

Programmazione

Clicca sull'orario per procedere con l'acquisto del biglietto

31-07-2022:
18.00

 Scheda film

BATMAN V SUPERMAN: DAWN OF JUSTICE - ORIGINAL LANGUAGE


Generi: Avventura, Azioni, Fantasy - Durata: 151 min.
Lingua: Inglese con sottotitoli in Italiano

PROMO DE V.O. SOTT.

Programmazione

Clicca sull'orario per procedere con l'acquisto del biglietto

31-07-2022:
18.00

 Scheda film

Dominio "Cinema di Roma"

lux Studio Cinema Multisala

Home | Biglietti | Ticketbox | Programmazione | Premi | Alleanze | Promozioni

NAUSICAA DELLA VALLE DEL VENTO | ELVIS - ORIGINAL LANGUAGE | ELVIS | BATMAN V SUPERMAN: DAWN OF JUSTICE | LIGHTYEAR - LA VERA STORIA DI BIZZ | PETER VA SULLA LUNA | ROSANERO

AMOR DI CINEMA REGALATI LA GRANDE EMOZIONE. ABBONAMENTI a 55,00 € 10 INGRESSI!

31 Luglio domenica | 01 Agosto lunedì | 02 Agosto martedì | 03 Agosto mercoledì | 04 Agosto giovedì | 05 Agosto venerdì

IL CINEMA È CONTRO LA GUERRA
SOLIDARIETÀ ALL'UCRAINA

SECRET LOVE
Regista: Eva Huson
Cast: Chelsea Wang, Josh Dugan, Saba Ghazi, Miley Cyrus, Emma Darcy, Clémence Bellefleur, Orlan Aïme, Colin Ford, Mathias Brevin, Samuël Barthe, Dexter Suggitt...
Lingua: Italiano

31/07/2022
20.45 SALA A | 22.00 SALA B

0 Multisala Lux
01/08/2022
20.45 SALA A | 22.00 SALA B
20.45 SALA A | 22.00 SALA B

LUNEDÌ 1. TRAILER | PROGRAMMAZIONE SPONSOR

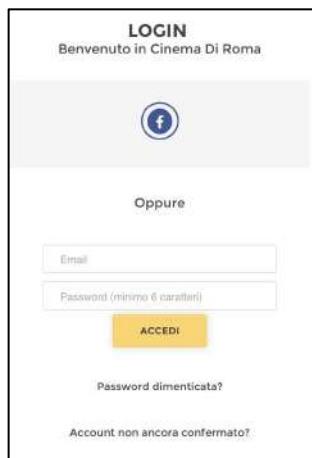
Dominio Lux Tickets



PERCORSO PER PRENOTAZIONE

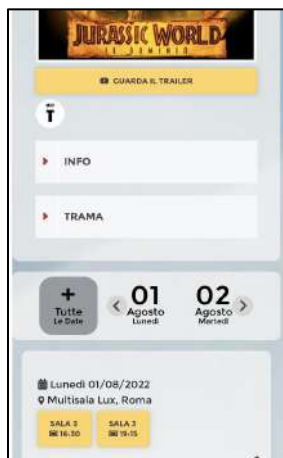


Vedo la **programmazione su cinemadiroma.it** e seleziono l'orario



Vengo collegato al dominio per la prenotazione in cui compare subito un popup perché per prenotare **bisogna accedere/registrarsi**.

Potrei anche saltare questo passaggio per un primo momento ma tornerebbe obbligatorio nel momento dell'acquisto.



Una volta che siamo dentro (con o senza accesso), **bisogna selezionare di nuovo l'orario** (un passaggio in più dettata dalla situazione dividersi tra 2 domini).



Ora selezioniamo il posto in sala.



Il momento del **checkout** con tutte le informazioni necessarie, compreso il **prezzo (mostrato per la prima volta)**.



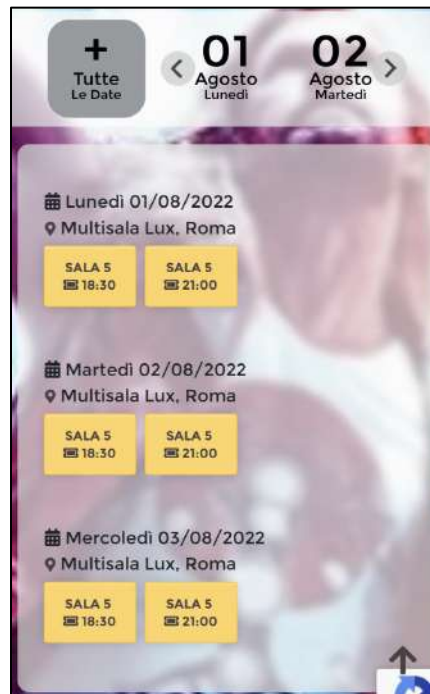
SITO WEB



Non è tutto perfetto.

- La **situazione tra 2 domini non è il massimo** dell'esperienza utente
- La **versione mobile potrebbe essere** maggiormente **ottimizzata**
- **Tante informazioni** come il prezzo (presente solo al checkout) o informazioni sulla sala (totalmente assenti), **potrebbero essere presentate prima**
- La **registrazione stessa potrebbe essere chiesta dopo** per permettere agli utenti prima di informarsi e poi prenotare

Ma questi dettagli a parte, nel generale l'esperienza di prenotazione funziona.





SITO WEB

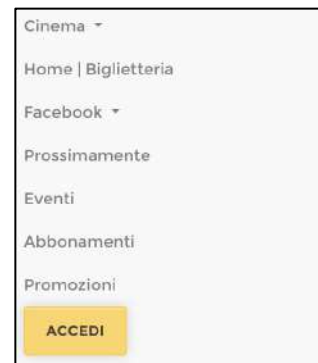


Altre note:

- Non forniscono un'assistenza live (es. chatbot)
- Il telefono è assente su Google
- La sezione contatti c'è (anche se un po' nascosta) ma è sul dominio di cinemadiroma e contiene solo una mappa e un form
- Sul dominio per i biglietti non esistono informazioni sul luogo se non delle piccole icone, che collegano al telefono e alla mail, al piè di pagina
- Il tono è istituzionale
- Esiste una newsletter che fornisce programmazione, eventi e promo. Si attiva automaticamente durante la registrazione
- Non hanno un blog
- Non fanno pubblicità su Google



Scheda Google



Menù a tendina del sito



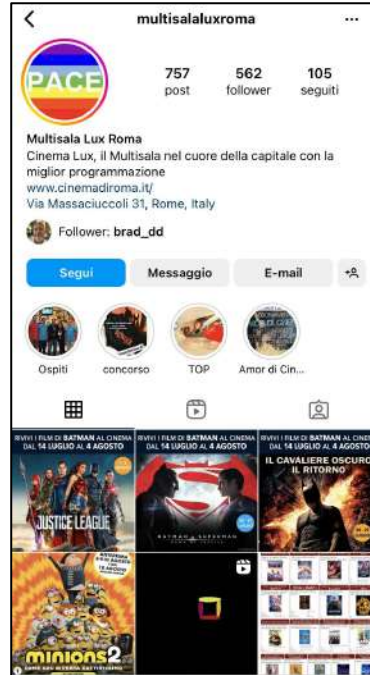
Newsletter



SOCIAL



Post Instagram



Profilo Instagram



Post Facebook





SOCIAL



C'è da partire con una premessa. I **posizionamenti social sono un po' confusi** dettata da divisione tra cinema di roma e i cinema che possiede (compreso il lux). Infatti su Instagram e Facebook esistono i profili del Multisala Lux, mentre su TikTok e Twitter si presenta come il portale generico Cinema di Roma (avendo scarsi risultati in termini di follower e engagement).

Per discorso di posizionamento e per dei dati più precisi, analizzerò:

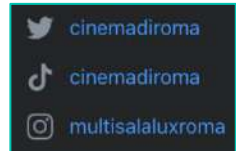
1. **Facebook: 3319 followers** (vs 3384 Cinema delle Provincie)
2. **Instagram: 562 followers** (vs 1090 Cinema delle Provincie)

Postano gli stessi contenuti (film in programmazione o disponibili prossimamente) **su entrambi social**, copiando e incollando anche le didascalie, **non rispettando la differenza dei 2 social** nei formati, dimensioni e metodi di crescita.

Non utilizzano nemmeno le CTA, dopo la didascalia e hashtag, lasciano solo il link della Home di Cinema di Roma.

Anche le stories vengono utilizzate principalmente per pubblicare le stesse informazioni dei post, **nemmeno le storie in evidenza su Instagram sono aggiornate e curate.**

Per questi motivi anche **l'engagement è basso** su entrambi i social (media di 2 like negli ultimi 10 post su Instagram, addirittura 2 like totali su 10 post su Facebook).



Altri social

Reposting nelle stories





SOCIAL



Altri problemi:

- Dimensioni foto non rispettate
- Formati poco diversificati (solo foto singole e trailer)
- Mono tema (solo programmazione)
- Hashtag e tag utilizzati male
- Qualità immagini non sempre buone
- Tone of voice non curato
- Testo non formattato

Infine **non hanno campagne pubblicitarie all'attivo sui social.**





ASCOLTO RETE



Pessimo...cambiano gli orari delle proiezioni a loro piacimento ed all ultimo momento senza preoccuparsi di aggiornare la pagina sul sito ...non è la prima volta...e la scusa che propinano in biglietteria ,a spiegazioni richieste , è sempre la stessa...gli orari dei film vanno verificati entrando nel sito specifico del cinema lux e non attraverso google...bah...mi sa tanto di supercazzola con

Cinema con sale molto piccole, caro e sempre affollato, siamo entrati in sala dopo aver pagato il prezzo intero e lo abbiamo pieno di pop corn sparsi. Non lo consiglio

Ottimo e storico cinema di Roma si trova vicino a viale Libia a una sua traversa nel quartiere africano di Roma così noto per i nomi delle vie. Ha molte sale ed è a tre piani. Offre film in lingua originale ed è sempre presente un film per la fascia più adulta come ad esempio un film horror come i grandi blockbuster e i cartoni. Prezzi nella media. Sale piccoline ma raramente piene poi dipende dal periodo e dal film.

Ottimo cinema anche se personalmente trovo generalmente i prezzi degli spettacoli un po' troppo alti vista la qualità audio e video

Comodissimo per chi si muove con i mezzi pubblici, vista la vicinanza di metro e fermate degli autobus. Sale piccole e programmazione varia, comprendente anche film in lingua originale. **Poltrone** comode dotate di contenitore per bevande o pop corn. In questo periodo di prevenzione contro il Covid-19, alla



ANALISI COMPETITIVA



CARATTERISTICHE	CINEMA DELLE PROVINCE	DON BOSCO	NUOVO SACHER	MULTISALA LUX
Monosala vs Multisala	Monosala	Monosala	Monosala	Multisala
Fascia prezzo	2-5	5-6	5-7	4.5-8.5
Vicina alla metro?	Si	Si	No	Si
Target base	Amanti del cinema di qualità in zona Piazza Bologna e non	Amanti del cinema di qualità in zona Cinecittà e non	Amanti del cinema di qualità in zona Trastevere e non	Amanti del cinema (non per forza di qualità) in zone vicine (Sant'Agnese, Libia, Piazza Bologna..)
Min Ritardo di proiezioni	3 mesi	2 mesi	2 mesi	In contemporanea
Recensioni	4,3 / 5 (567)	4,2 / 5 (1017)	4,5 / 5 (775)	4,1 / 5 (3.056)



ANALISI COMPETITIVA



CARATTERISTICHE	CINEMA DELLE PROVINCE	DON BOSCO	NUOVO SACHER	MULTISALA LUX
Programmazione	Di qualità	Di qualità (con eccezioni)	Di qualità (percepiti come leader)	Commerciale
Sala	Non comodissima ma non rumorosa	Comoda ma rumorosa	Comoda e non rumorosa	Piccola e rumorosa ma comoda
Staff/Personale	Buono	Discreto	Discreto	Non buono
Pubblicità / Intervallo	No	No	No	Si
Proietta film in lingua originale?	Si	No	Si	Si
Bar	No	Si	Si	Si
Unique Value Proposition	Prezzo più economico, l'unico cinema d'essai nella propria zona, atmosfera accogliente	L'unico cinema d'essai nella propria zona, ritardo programmazione minima, cinema-teatro	Percepito come leader dei cinema d'essai, ritardo programmazione minima, proiezioni al chiuso e all'aperto, autorità	Multisala più vicina alla zona, prezzi non altissimi, film commerciali anche in lingua originale



ANALISI COMPETITIVA SITO



CARATTERISTICHE	CINEMA DELLE PROVINCE	DON BOSCO	NUOVO SACHER	MULTISALA LUX
Esperienza utente	Non buona	Non buona	Sufficiente	Sufficiente
Assistenza	Assente	Assente	Assente	Assente
Prenotazione online	No	No	Si	Si
SEO	Non ottimizzato	Non ottimizzato	Non ottimizzato	Non ottimizzato
Tono	Impersonale	Impersonale	Impersonale	Impersonale
Newsletter	No	Non funziona	Non ottimizzata	Si
Blog	No	No	No	No
Ads	No	No	No	No



ANALISI COMPETITIVA SOCIAL



CARATTERISTICHE	CINEMA DELLE PROVINCE	DON BOSCO	NUOVO SACHER	MULTISALA LUX
Follower Facebook	3384	3207	11.555	3319
Follower Instagram	1090	604	97.000	562
Engagement	Non buono	Decente	Buono	Non buono
Community	Poco attiva e poco curata	Presente	Presente ma non curata	Assente
Tono	Istituzionale	Leggermente definito	Assente	Non definito
Piano editoriale	Non presente	Non presente	Non presente	Non presente
Ads	/	/	/	/



BRAND POSITIONING



Con il termine “**brand positioning**” si intende **la posizione che una marca o un’azienda occupa nella mente del consumatore** rispetto ai concorrenti. **Il vero gioco è nella testa dei consumatori.**

Attualmente il Cinema delle Provincie non è particolarmente posizionato bene nella testa dei consumatori. Sicuramente diventa difficile posizionarlo tra i cinema di roma, essendo la concorrenza molto ampia.

Dobbiamo sfruttare la sua peculiarità di essere un cinema d’essai, punto forte di differenziazione dalle classiche multisale. Ma anche così non basta. Bisogna indagare a fondo.

Le **caratteristiche che distinguono di più il Cinema delle Provincie anche dagli altri cinema d’essai** sono:

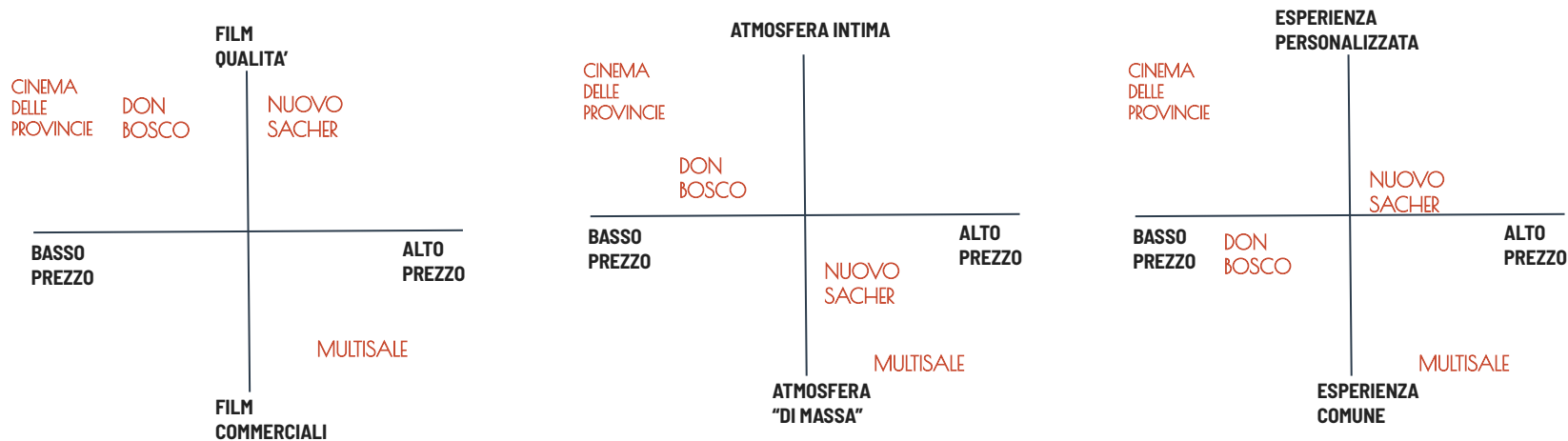
- **prezzo** (il più economico)
- solo programmazione di **qualità** (a differenza del don bosco)
- **non rumorosa** (a differenza del don bosco)
- **staff** e **atmosfera.**

Poi ci sono altre **caratteristiche** che le considero **neutrali**: possono sembrare uno svantaggio, ma possiamo farle sembrare un vantaggio a livello percettivo, **cambiando il contesto**: l’**assenza di intervalli** (che trasformiamo in **assenza di pubblicità**), la presenza di film in **lingua originale** (contro per alcuni, pro per altri), l’**assenza del bar** (che trasformiamo in **assenza di disturbi** durante il film ed è anche un punto di distinzione rispetto al cinema Sacher), **piccola** (famigliare).

Proprio in un periodo dove i cinema sono in crisi e le persone hanno bisogno di esperienze nuove e personalizzate, possiamo differenziarci grazie al posizionamento basato sull’esperienza.



BRAND POSITIONING



Il Cinema delle Provincie è una piccola e intima sala d'essai che si trova in Piazza Bologna, a Roma.

Si impegna ogni settimana a promuovere solo **film di qualità**, curando accuratamente la propria programmazione.

Il cinema viene incontro all'esigenza degli appassionati. Infatti proietta film in **lingua originale, non introduce cibi o bevande e non trasmette alcun tipo di pubblicità.**

Tutto questo per permettere il pieno godimento della visione e della magia della sala, in **silenzio** e in **tranquillità**, lontano dal caos, e a **prezzi stracciati**, uno dei più bassi della capitale.

Benvenuto al Cinema delle Provincie, **il tuo piccolo cinema di quartiere, per veri cinefili.**



SWOT



STRENGTHS (PUNTI DI FORZA)

- Prezzi
- Programmazione
- Atmosfera
- Storia
- Zona
- Staff

WEAKNESSES (PUNTI DI DEBOLEZZA)

- Poltrone
- Ritardo proiezioni
- Assistenza
- Definizione Brand
- Recensioni (migliorabile)
- Sito Web (Esperienza & Seo)
- Social (presenza, engagement, community,...)
- Assenza di newsletter e/o blog
- Nessuna possibilità di prenotazione

- Bassa competitività in zona
- Espansione in nuovi target
- Web Marketing
- Cambiamenti di abitudine degli utenti del settore
- Nuove tendenze e canali social (es. Video e tiktok)

OPPORTUNITIES (OPPORTUNITA')

- Settore in crisi
- Concorrenza streaming

THREATS (MINACCE)

L'analisi **SWOT** è uno **strumento di pianificazione strategica utilizzato a supporto delle decisioni strategiche del vertice aziendale per il raggiungimento degli obiettivi prefissati.**

L'acronimo di SWOT è **Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats.**

L'analisi ha come obiettivo quello di mettere in evidenza punti di forza e di debolezza di un'impresa o di un progetto e far emergere opportunità e minacce che derivano dal contesto esterno di riferimento.



SECONDA PARTE
STRATEGIA





OBIE TTIVI & KPI





FUNNEL



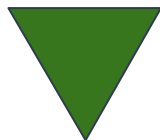
CONSAPEVOLEZZA - Brand Awareness e Notorietà



CONSIDERAZIONE - Interazione, Traffico, Lead Generation



AZIONE - Conversione



MANTENIMENTO - Fidelizzazione

Un **funnel di vendita** è un percorso a step attraverso cui decidiamo di guidare l'utente (in questo caso dall'online all'offline) e che ha come obiettivo finale la fidelizzazione e la cura della relazione con il cliente nel tempo.

Nella **prima fase** (consapevolezza), il Cinema delle Provincie punterà a **farsi vedere e notare** anche da un potenziale pubblico interessato online.

Nella **seconda fase** si punterà più al **coinvolgimento** degli utenti.

La **terza fase** si occupa di **spingere l'utente a compiere un'azione**.

L'**ultima fase** si basa sulla **fidelizzazione e instaurazione di una relazione con gli utenti nel tempo**. Non puntiamo a vendere un biglietto una volta. Puntiamo a costruire un rapporto duraturo con i clienti.



PANORAMICA CANALI



Facebook, Instagram e TikTok aiuteranno ad **aumentare la notorietà** e a raggiungere nuovi potenziali clienti, soprattutto i più giovani. Soprattutto le prime 2 saranno di aiuto anche per **coltivare la community e a promuovere la programmazione**. TikTok avrà più una funzione di intercettare target differenti.

Anche il **Sito Web** avrà la sua parte di **notorietà e considerazione** attraverso:

- **Ottimizzazione** in chiave **SEO** per il ranking Google
- **Ottimizzazione** in chiave **"esperienza utente"** per gli utenti
- **Apertura** di un **blog** per portare traffico sul sito stesso

Queste ottimizzazioni aiuteranno a **costruire e ad aumentare la visibilità del brand**.

Whatsapp Business verrà utilizzato **per assistenza, programmazione e per prenotare** il proprio posto in sala (in attesa del portale di prenotazione online).

La **newsletter** verrà utilizzata principalmente per la parte di **fidellizzazione** e rapporto con i clienti più fedeli.

Verranno effettuate anche delle **campagne pubblicitarie** che supporteranno a 360° l'intera strategia.

Tutti questi passaggi verranno esplicitati meglio nelle slides appositamente dedicate.

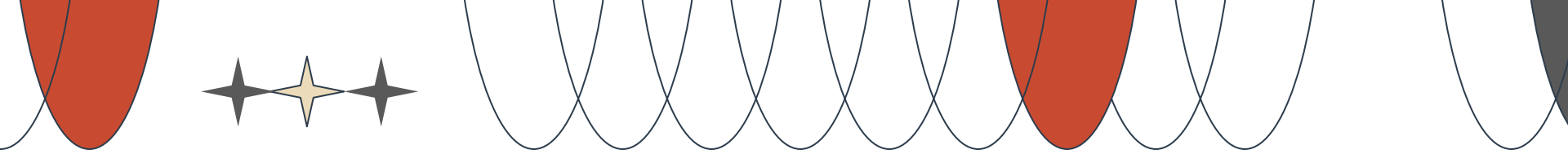


KPI

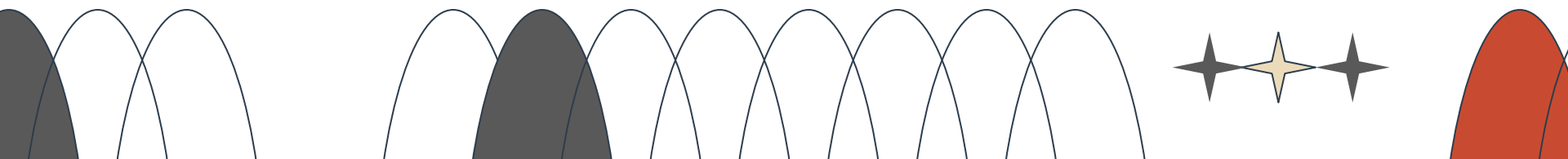


Il **KPI** (Key Performance Indicators), o indicatore chiave di prestazione, **è un valore misurabile che dimostra l'efficacia** con cui un'azienda sta raggiungendo gli obiettivi aziendali principali. I KPI sono differenti e specifici e sono distinti tra i diversi canali e le diverse fasi del funnel.

CANALE	CONSAPEVOLEZZA	CONSIDERAZIONE	AZIONE & MANTENIMENTO
Facebook	Follower, Copertura, Impression	Interazioni	CTR, Recensioni
Instagram	Follower, Copertura, Impression	Interazioni	CTR
TikTok	Follower, Visualizzazioni Video	Interazioni	CTR
Whatsapp	/	Messaggi Ricevuti	Prenotazioni, Nuovi Clienti
Sito Web	Visitatori totali, Visitatori Unici	Tempo trascorso sul Sito, Bounce Rate, Seo Ranking	CTR, Conversion Rate
Newsletter	/	Numero iscritti	Open Rate, CTR, Unsubscribe Rate
Ads	CPM	CTR, CPL	Conversion Rate, ROI, ROAS



TARGET





AUDIENCE INSIGHTS



Ci rivolgiamo al nostro mercato **B2C**, a tutti le persone di Roma interessate al cinema. Su Audience Insights ho inserito gli interessi "Cinema", "Film", "Cinema d'essai" e "Cinema" (inteso come luogo), localizzando Roma come città.

I risultati mostrano un **pubblico abbastanza omogeneo**, con una piccola maggioranza femminile (53,7% vs 46,3%).

Le fasce d'età del pubblico **femminile** sono composte così:

1. **45-54** (13,2%)
2. **35-44** (11,6%)
3. **55-64** (10,7%)
4. **25-34** (9,1%)

Mentre la maggioranza tra le fasce d'età **maschile** sono "più giovani":

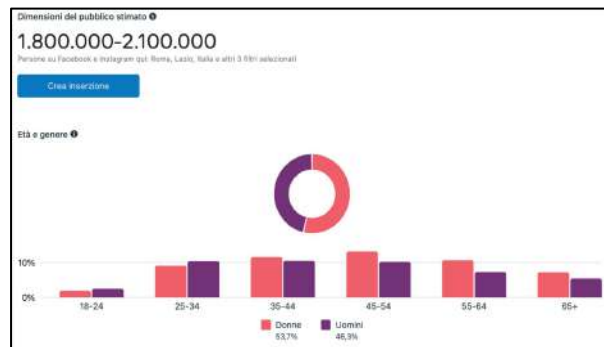
1. **35-44** (10,5%)
2. **25-34** (10,4%)
3. **45-54** (10,2%)
4. **55-64** (7,3%)

Luogo
Roma, Lazio, Italia

Età
18 - 65+

Genere
Tutti

Interessi
Cinema d'essai
Cinema
Film
Cinema (luogo)





RICERCA WEB - GOOGLE



Per capire cosa cercano e di cosa hanno bisogno gli utenti, **ho fatto delle ricerche a cascata partendo dal termine "cinema d'essai" su Google.**

Ho raccolto i **termini più popolari, le ricerche correlate a questi e le domande più pertinenti.**

Possiamo già notare in un primo sguardo che il **termine "cinema d'essai" non è così noto** come si potrebbe pensare. Spesso il suo sinonimo "cinema d'autore" è più utilizzato.

Inoltre **possiamo già notare diversi bisogni degli utenti come le liste film d'essai/autore, i film vecchi al cinema o il disagio dei costi elevati.**

Ovviamente più il pubblico sarà segmentato bene e meglio capiremo i bisogni divisi per gruppi di personalità.

✕ | 🔊 | 🔍

Ricerche correlate

-
-
-
-
-
-
-
-

Le persone hanno chiesto anche

- Perché si dice cinema d'essai? ▾
- Dove vedere film d'autore? ▾
- Cosa vedere al cinema? ▾

Parola chiave iniziale: Cinema d'essai				
Ricerca Correlata 1 Cinema d'essai Roma	Ricerca Correlata 2 Cinema d'essai pronuncia	Ricerca Correlata 3 Cinema d'essai cos'è	Ricerca Correlata 4 Cinema d'essai esempio	Ricerca Correlata 5 Cinema d'essai Roma programmazione
Domanda 1	Domanda 2	Domanda 3	Domanda 4	Domanda 5
Perché si dice cinema d'essai?	Dove vedere film d'autore?	Cosa vedere al cinema?	/	/
Parola chiave iniziale: Cinema d'essai Roma				
Ricerca Correlata 1 Cinema d'essai programmazione	Ricerca Correlata 2 Cinema d'essai significato	Ricerca Correlata 3 Cinema d'autore Roma	Ricerca Correlata 4	Ricerca Correlata 5
Domanda 1	Domanda 2	Domanda 3	Domanda 4	Domanda 5
Cosa si intende per Cinema d'essai?	Dove vedere film vecchi a Roma?	Quanto costa il biglietto del cinema a Roma?	Qual è il giorno in cui si paga di meno al cinema?	/
Parola chiave iniziale: Cinema d'essai cos'è				
Ricerca Correlata 1 Cinema d'essai lista film	Ricerca Correlata 2 Cinema d'autore	Ricerca Correlata 3 Film d'essai più belli	Ricerca Correlata 4 Film d'essai italiani	Ricerca Correlata 5 Film d'essai 2022
Domanda 1	Domanda 2	Domanda 3	Domanda 4	Domanda 5
/	/	/	/	/



RICERCA WEB - A.T.P.



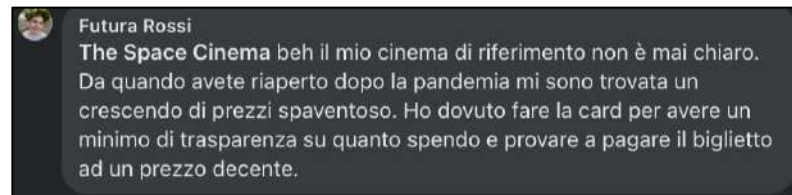
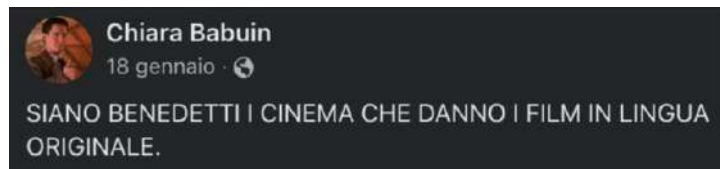
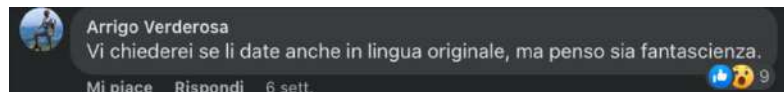
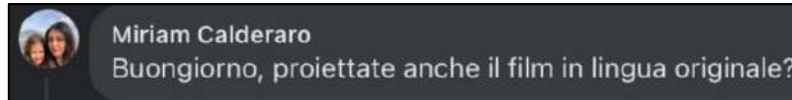
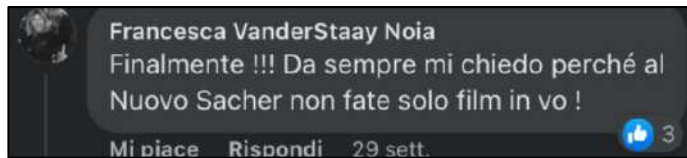
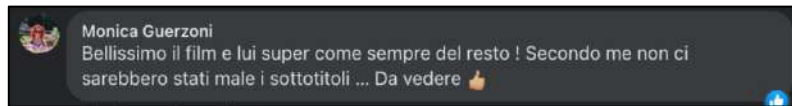
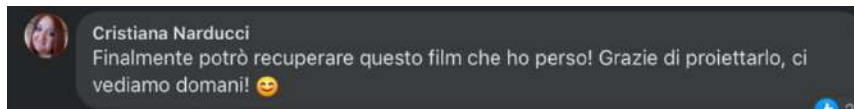
Ho effettuato delle ricerche per le parole chiave raccolte su Answer the Public (strumento per comprendere l'intento di ricerca).

Questa analisi oltre che capire ancora meglio i dubbi e bisogni degli utenti, ci servirà anche per creare successivamente i contenuti per il blog e per i social.

<p>chi</p> <p>Image Hide</p> <ul style="list-style-type: none">chi cinema cineworldchi cinema new parkchi cinemashang chi cinemashang chi cinema romashang chi cinema milanoshang chi cinema uciuci cinema chi ha incontrato babbo natale	<p>come</p> <p>Image Hide</p> <ul style="list-style-type: none">come cinemacinema come funzionacinema come un gatto in tangenziale 2come andare al cinemamio cinema come funzionacome andare al cinema covidcome aprire un cinemacome lavorare nel cinema dietro le quinte
<p>dove</p> <p>Image Hide</p> <ul style="list-style-type: none">dove cinemadove studiare cinema in italiadove vedere cinema premiumdove vedere premium cinema dal 10 gennaiodove vedere nuovo cinema paradisodove nasce il cinemabangla cinema dovebhuter cinema dove	<p>perché</p> <p>Image Hide</p> <ul style="list-style-type: none">perché cinema settimana arteperché cinema mutoperché cinemaperché cinema di genereperché cinema dei telefoni bianchiperché il cinema è importanteperché al cinema si mangiano pop cornperché i cinema sono ancora chiusi



ASCOLTO RETE - FACEBOOK





ASCOLTO RETE - YOUTUBE



Gio Nocio 10 mesi fa

Video emozionante. Peccato che in molti in sala non spengono il telefonino, e con i fari dei loro schermi accesi feriscono le nostre pupille adattate al buio della sala, mentre tengono sotto controllo le loro interazioni sui social network, o, peggio, rispondano al telefono come se nulla fosse, sovrapponendo le proprie conversazioni ai dialoghi del film. Bisognerebbe schermare le sale cinematografiche, o assicurarsi che tutti spengano il proprio cellulare entrando in sala. Chi non ha tempo di lasciare le interazioni telefoniche per la durata di una pellicola, dovrebbe semplicemente rimandare la visione del film e lasciare che gli altri se lo possano godere con la stessa intensità raccontata in questo spot.

La cosa che mi dà fastidio è che i film rimangano in sala per davvero poco tempo e molti sono mal distribuiti. Oltretutto sarebbe bello se molte più sale prendessero l'iniziativa di proiettare anche film datati, quest'ultima cosa mi fa un po' "soffrire" in quanto spettatore giovane.

vabbè svevo, direi che l'analisi sul cinema è un pezzo del "problema" che vedo anche su me stesso.

io da anni ho praticamente smesso di andare al cinema, (negli ultimi anni mi viene in mente solo Dune e qualche cartone animato per mio figlio) di contro sono anni che con la mia compagna ci siamo fatti l'abbonamento a teatro.

I motivi di questo sono molteplici, dal fatto che le pellicole non rispecchiano le aspettative della società al fatto che le piattaforme ti danno l'illusione di poter recuperare la visione del film quando vuoi: a teatro se perdi la settimana di programmazione devi sperare in una replica l'anno dopo, al cinema puoi "rimandare la visione" aspettando che il film esca sulle piattaforme (e poi puntualmente non recuperi nulla...)

Lokeren ITA 1 mese fa (modificato)

I motivi per cui ho smesso di andare al cinema:

- sale vicine scadenti.
- sale belle lontane (almeno 35 km).
- gente fastidiosa (parlano, cellulari ecc)
- addetti maleducati.
- prezzi alti.
- film non interessanti.
- film che mi interessano non vengono proiettati.

Giovanni Guardi 1 mese fa

ciao Svevo, ti voglio bene. Molto interessanti le tue riflessioni e siamo tutti d'accordo che film italiani belli non li vediamo da un po'. Ma ci tengo a dire una cosa contro le sale cinematografiche a Roma, che sono vecchie, brutte, sporche e care. Da anni fanno sempre la stessa cosa, quattro spettacoli dello stesso film con l'ultimo alle 22:30. Mai un guizzo, un'iniziativa, un tentativo di fidelizzare... Per vedere il film in lingua originale mi devo attraversare la città (e oggi con la tecnologia all'esercente basta un click mica serve più la pellicola sottotitolata) e parliamo di una capitale europea dove vivono chissà quanti stranieri. Qualche tempo fa sono andato all'Adriano per un film opera prima italiana. Spettacolo pomeridiano, eravamo in 5. Sala minuscola ma il prezzo del biglietto identico alla sala gigantesca. A un certo punto a metà film, su una scena di tensione si accendono le luci e appare la scritta Massimo Ferrero Cinemas Intervallo. Ma come? Ma Massimo Ferrero non è stato arrestato per malaffare? ci devono pure ricordare che i soldi li abbiamo dati a lui? Per cinque minuti non è successo niente e poi il film è ripartito dove era stato interrotto. E perché? Perché secondo la maschera a cui ho chiesto spiegazioni a fine film, doveva salire il ragazzo a vendere i gelati e i pop corn, ma si vede che era impegnato e l'intervallo ce lo hanno imposto lo stesso. E in tutto questo nel cinema c'è il bar, quindi prima dello spettacolo avevamo già comprato tutto. Insomma questo è il rispetto e l'amore per lo spettatore. Pensate che rimetterò piede all'Adriano? Insomma anche gli esercenti se pensano di avere un atteggiamento verso lo spettatore come fossero gli anni '70 si scavano la fossa da soli. Oggi non è più come allora che per vedere un film o andavi al cinema o aspettavi anni per vederlo in tv, oggi lo scarichi, lo vedi sulla piattaforma, insomma le possibilità sono tante. I cinema belli a Roma ci sono e gli esercenti illuminati pure, ma sono pochi e quando cerco un film, lo cerco in quelle sale, anche se devo attraversarmi la città. Perché i miei soldini mi va di darli a chi stimo e non a chi penso debba cambiare mestiere.



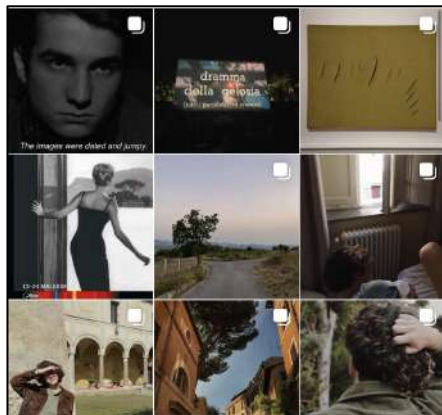
ASCOLTO RETE - INSTAGRAM



FEED

UTENTE

TIPO



Motivo: Ospiti

TAG



Motivo:
Momenti da ricordare in sala



TENSIONI CULTURALI



Premessa:

La pandemia di mezzo e l'aumento delle offerte, non solo streaming ma anche di intrattenimento, ha cambiato le abitudini delle persone, il cinema sta diventando sempre di più un luogo di nicchia.

Tensioni:

- Gli appassionati **non si ritrovano più in un luogo di comunità con valori condivisi** e la commercializzazione ha sicuramente le sue colpe, **non solo per le pubblicità**. Infatti negli anni sono stati distribuiti sempre più voucher e sconti per incentivare chiunque a entrare al cinema. Facendo ciò però **le sale hanno trascurato la fidelizzazione con i veri appassionati**, che si sono ritrovati in sala con persone con valori completamente diversi, che hanno portato diversi disagi (ad es. Il cellulare acceso durante gli spettacoli)
- Ci sono **bisogni** di questo pubblico di nicchia **che non vengono esauditi** dai multisala, come la **proiezioni dei vecchi film** o soprattutto la **proiezione dei film in lingua originale con sottotitoli** (un aspetto fondamentale per loro per apprezzare la pellicola al 100%)
- **Disagio e discordanza tra stile di vita del pubblico e le proposte della sala**, come la programmazione con **orari poco flessibili** o i **prezzi eccessivamente alti**



PROPOSIZIONI DI VALORE DEL BRAND



PROPOSIZIONI DI VALORE DEL BRAND CORRISPONDENTI:

- Il Cinema delle Provincie è il **punto di ritrovo con persone che rispettano e condividono i tuoi stessi valori**, garantendo l'esperienza in sala che desideravi
- Al Cinema delle Provincie **potrai goderti il film al 100%**, apprezzandone i **dialoghi in lingua originale** e la bravura degli attori
- Il Cinema delle Provincie ti dà l'opportunità di **recuperare tutti quei film che avevi perso per colpa della programmazione breve** e poco flessibile dei multisala **a un basso prezzo**



BUYER PERSONA 1



Il Buyer Persona è semplicemente la rappresentazione di un acquirente-tipo. Ecco il primo esempio:

Carlo

Carlo ha **25 anni**, è single e **studia alla magistrale di Cinema & televisione** al DAMS di Roma Tre (20 min da Piazza Bologna).

Il suo sogno e **obiettivo è quello di laurearsi e di trovare lavorare nel mondo del Cinema**, nel frattempo lavora part-time da barista.

È una persona socievole con chi conosce ma allo stesso tempo timida con gli estranei. Le sue giornate passano tra **studio, calcetto, uscite in quartiere con amici, e visione dei film**.

Spesso nei film ricerca l'originalità e la bellezza registica.

I suoi registi preferiti sono Truffaut (in generale la nouvelle vague) ma anche Scorsese e Cronenberg.

Possiede l'abbonamento a Mubi e Prime Video, utilizza Letterboxd e **non disdegna ogni tanto di andare al cinema, ma solo quando ci sono film particolari e a basso prezzo**.

Infatti la programmazione e i prezzi delle multisale non soddisfano i suoi bisogni e esigenze.





BUYER PERSONA 2



Silvia

Silvia ha 35 anni, è una giornalista e critica cinematografica, si è sposata da poco.

Scrive per diverse redazioni online direttamente da casa, dove ha ben 2 gatti. Il suo lavoro da una parte le permette di gestire il suo tempo, ma dall'altra porta parecchio stress e perciò durante la settimana sente il bisogno di uscire per staccare dalla routine.

E' una persona curiosa, introversa e ambiziosa. **Grazie al suo lavoro, riesce a vedere molte anteprime, ma proprio per questo perde altri film che avrebbe voluto invece vedere da amante del cinema.**

Adora il lato psicologico nei film. I suoi registi preferiti sono Lynch, Hitchcock e Aronofsky. Possiede l'abbonamento a Netflix e Prime Video, ma nel tempo libero ama anche leggere libri e andare alle mostre d'arte.





BUYER PERSONA 3



Elisabetta

Elisabetta ha 50 anni, è sposata, ha 2 figli e fa la psicologa.

E' una persona estroversa, solare ed indipendente. Ama la sua famiglia e i suoi figli ma sa bene che è importante anche il benessere personale. Ama la musica e il cinema e ogni settimana si concede del tempo per continuare a coltivare queste passioni.

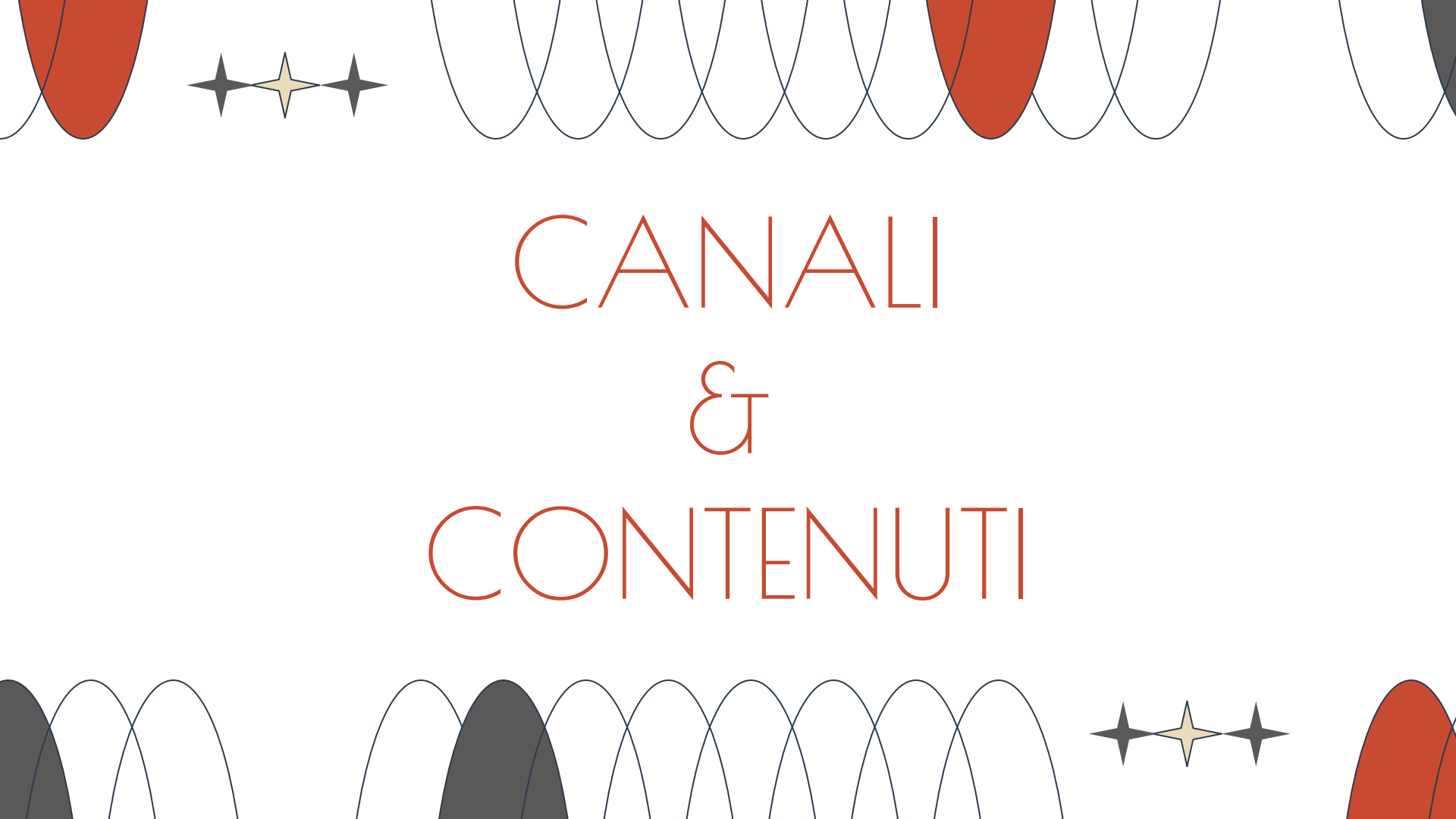
Non riesce a stare completamente dietro alla velocità delle case di produzione cinematografica e perciò **non ha una priorità tempistica ma ha comunque una priorità sulla qualità del film.**

Infatti o va al cinema con i figli per vedere qualcosa di leggero per loro o ci va (da sola o con il marito) per vedere un film di qualità.

A casa invece hanno Netflix per tutti.

I suoi registi preferiti sono Dario Argento e Tarantino ma i suoi film preferiti sono quelli in bianco e nero di attori come Audrey Hepburn o Gregory Peck.



The image features a decorative border at the top and bottom. The top border consists of a series of overlapping arches. The first arch on the left is filled with a solid red color. The subsequent arches are outlined in a thin grey line. The second arch from the left contains three four-pointed stars: a dark grey one on the left, a light tan one in the center, and another dark grey one on the right. The bottom border is similar, with arches in dark grey and red, and a central set of three stars (dark grey, light tan, dark grey).

CANALI & CONTENUTI



CANALI



Carlo, 25 anni



Silvia, 35 anni



Elisabetta, 50 anni



CANALI UTILIZZATI	MOTIVAZIONI
	<p>Il target più giovanile è quello più attivo online. È presente sulla maggior parte dei social, principalmente per tenersi a contatto con gli amici (Instagram, Whatsapp), per tenersi aggiornato (Instagram, Blog) e per il proprio bisogno di intrattenimento (TikTok, Instagram). In un brand cercano identificazione, autenticità ed un rapporto bilaterale.</p>
	<p>Il target “medio” sono tutte quelle persone che fanno parte della generazione dei Millennials, ma hanno delle sotto-caratteristiche differenti. Hanno tante similarità con il target sopra, come la familiarità con il digitale, ma tendono a passare più tempo sul web, blog e email, andando spesso a cercare conferma in recensioni e commenti. Inoltre hanno potere economico maggiore ma meno tempo a causa del lavoro.</p>
	<p>Con questo target (Gen. X) è fondamentale creare un rapporto di fiducia basato sulla reputazione. Possiedono meno abilità nel digitale, non riescono a stare dietro ai trend ma sono quelli che hanno più potere economico. Tendono ad avere sfiducia nelle autorità e media ma allo stesso tempo sono attratti dall'informazione, e danno un forte valore al passaparola. Utilizzano Facebook e Whatsapp per informarsi e tenersi a contatto con amici e famigliari.</p>



TUTTI I CANALI



**Sito
&
Blog**



Instagram



Whatsapp



Facebook



TikTok



Newsletter



**Publicità su
Google e Facebook**



CANALE: BLOG



L'apertura di un blog ci può portare diversi benefici tra cui un miglior posizionamento sui motori di ricerca, più visibilità e fidelizzazione del pubblico. Tutto questo tramite la pubblicazione di articoli informativi utili per l'utente.

Obiettivi:

- 1. Informare il pubblico meno consapevole e suscitare interesse verso il cinema d'autore**
- 2. Aiutare, tramite liste, i bisogni del pubblico più appassionato**

I contenuti verranno ottimizzati seguendo le regole SEO, per posizionarsi meglio sui motori di ricerca:

- Ricerca delle **parole chiave pertinenti**, tenendo in considerazione volume e difficoltà di posizionamento
- Divisione del testo in **paragrafi**, utilizzo di **spazi** e del **grassetto** per un'esperienza utente migliore
- Creazione dei titoli H1, H2, H3 in base al livello di importanza
- **Un'introduzione che fa da guida** su cosa troverà all'interno dell'articolo e gli argomenti trattati
- I **link interni** al nostro sito e esterni a siti rilevanti con il collegamento ipertestuale
- **Alternare il testo con le immagini** in modo gerarchico e un ordine visivo preciso. Il testo così risulterà più scorrevole e più facile da leggere per l'utente
- **Inserimento di una CTA** per invitare l'utente a compiere un'azione (es. Iscriverti alla nostra newsletter)

FREQUENZA DI PUBBLICAZIONE: Il blog sarà aggiornato con una media di **2 articoli al mese**. Il tono sarà diretto, rassicurante e semplice.



BLOG: ESEMPIO DI CONTENUTI



Le Ricerche correlate e i dati di Answer the Public delle slides precedenti ci aiutano a capire cosa cercano e di cosa hanno bisogno gli utenti su Google.

Grazie a Ubersuggest, ho eseguito una ricerca delle parole chiave per gli argomenti pertinenti, bilanciando volumi di ricerca, difficoltà di posizionamento e keyword con coda lunga (più parole insieme).

Qui ci sono **2 esempi di articoli**, coerenti con i 2 obiettivi dichiarati.



14 agosto 2022

Cinema d'autore vs Cinema di genere: perché si chiamano così e quali sono le differenze

Pillola Rossa o Pillola Blu?
Cinema d'autore o Cinema di genere? Prima di scegliere, andiamo a scoprire le differenze

LEGGI DI PIÙ →

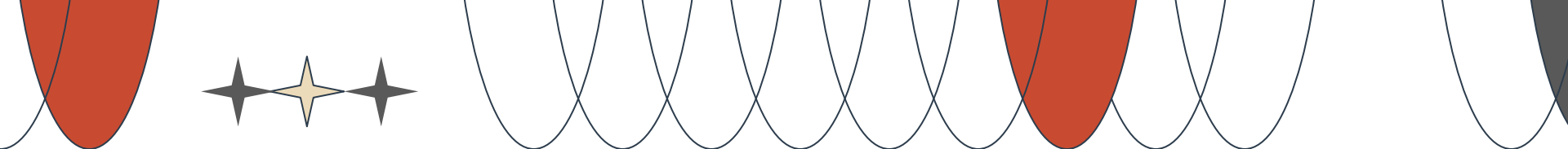


30 agosto 2022

Cinema d'autore: I 10 film d'essai più belli del 2021

Tra tutti i blockbuster usciti nel 2021, andiamo invece a scoprire quali sono stati i migliori film d'autore usciti l'anno scorso

LEGGI DI PIÙ →



Il 60% degli intervistati della Gen Z hanno dichiarato che seguire un marchio sui social media è un modo per connettersi più profondamente con i propri interessi

—FACEBOOK IQ





CANALE: INSTAGRAM



Useremo **Instagram per catturare l'attenzione del pubblico più giovane**, infatti il **tono sarà semplice e leggero**. Verranno **utilizzate emoji ma non abusate**, per mantenere il tono coerente di un cinema che si distingue dai soliti cinema con film e toni commerciali. Questo canale sarà dedicato sia alla **crescita che all'interazione e alla creazione di una community**.

PRINCIPALMENTE utilizzeremo 2 tipi di formati:

1. **Reels** per awareness e crescita
2. **Carosello** per l'interazione interna (il carosello ha un x2 di visibilità nel feed rispetto all'immagine singola)

Bisognerà testare i temi per capire cosa funziona meglio e successivamente "spingere" su quelli.

Partiremo con questi contenuti:

1. **Programmazione** (carosello)
2. **Foto eventi** (carosello)
3. **Foto attori / registi** (carosello)
4. **Dietro le quinte** (carosello)
5. **Liste film da vedere** (reels & carosello)
6. **Interviste attori / registi** (reels)

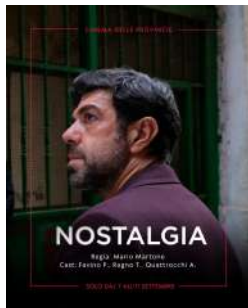
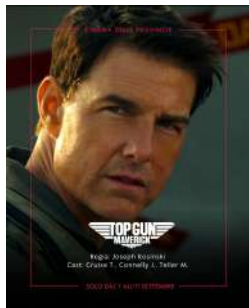
Le **stories** invece verranno utilizzate per:

1. Mostrare il "**dietro le quinte**" dell'azienda, il "lato umano" del brand
2. Per **interagire con il pubblico** tramite sondaggi e box domanda, per capire meglio i loro gusti e bisogni

FREQUENZA DI PUBBLICAZIONE: 4 post alla settimana.



INSTAGRAM: ESEMPIO DI CONTENUTI



Questi sono i **principali 2 format**:

- **A sinistra un carousel con la programmazione**, con l'obiettivo di tenere aggiornata la community e cercare di portare le persone al cinema
- **A destra un reel utile** (5 sec) adatto sia alla community ma soprattutto rivolta al pubblico che non ci segue, essendo il reel un format che porta maggiormente visibilità all'esterno. I singoli riquadri di scena saranno di 5 secondi e il video sarà accompagnato con una musica ad hoc scelta sulla piattaforma stessa

Ovviamente tutti i post avranno un proprio obiettivo, verranno successivamente misurati i dati e saranno pubblicati con tag e hashtag pertinenti.



Il grande cinema a soli 4 euro, ovviamente in lingua originale.
Prenota ora il tuo biglietto cliccando sul link in bio 🍿

Caption (Didascalia)

Bella ma soprattutto brava.
Eccovi 6 bellissimi film di Lèa Seydoux ✨
Questa settimana proietteremo uno di questi, riuscireste ad indovinare quale?
La risposta è nel nostro ultimo carousel 🍿



CANALE: FACEBOOK



Facebook sarà utile sia per la pubblicità, ma anche per **pubblicare i nostri contenuti ad un target differente**. Infatti su Facebook tendenzialmente sono presenti sia il target giovane (con meno impegno e attenzione rispetto a Instagram), ma soprattutto il nostro target "più maturo" (interagisce di più).

Differenze con Instagram:

- Non avendo lo scorrimento facile come nel carosello di Instagram, **su Facebook sono molto più impattanti le immagini singole**, perciò adatteremo i nostri contenuti al social
- **Non verranno utilizzati gli hashtag come su Instagram**. Facebook non ha una sezione dedicata e ne consegue una minor ricerca per hashtag. Verrà solo fatto qualche test con pochi hashtag per analizzare le performance

Partiremo con questi contenuti:

1. **Programmazione** (immagine singola)
2. **Aggiornamenti di stato** per interagire con il pubblico
3. **Foto attori/registi** (immagine singola)
4. **Interviste & Scene** (video singolo e/o reels)
5. **Foto eventi** (collage o raccolta)
6. **Condivisione dei blogpost** (Facebook è il social che fornisce più traffico ai siti)

Le **stories** invece verranno utilizzate per:

1. Mostrare il "**dietro le quinte**" dell'azienda
2. Per **interagire** con il pubblico

FREQUENZA DI PUBBLICAZIONE: 4 post alla settimana.



FACEBOOK: ESEMPIO DI CONTENUTI



7-11 SETTEMBRE
PROGRAMMAZIONE

ARTHUR RAMBO
Regia: Laurent Cantont
Cast: Oufella R., Reinartz A., Khammes S.

TOP GUN MAVERICK
Regia: Joseph Kosinski
Cast: Cruise T., Connelly J., Teller M.

NOSTALGIA
Regia: Mario Martone
Cast: Favino F., Ragno T., Quattrocchi A.

PROGRAMMAZIONE (IMMAGINE SINGOLA)

 **Cinema delle Provincie d'Essai**
1g · e

Qual è il primo regista che vi ha fatto innamorare del Cinema? ❤️

[Mi piace](#) · [Commenta](#) · [Condividi](#)

AGGIORNAMENTO DI STATO (INTERAZIONE)

Caption:
Il grande cinema a soli 4 euro, ovviamente in lingua originale.
Prenota ora il tuo biglietto 🍿



CANALE: TIKTOK



TikTok non è più il social dei balli e non è nemmeno più il social solo per i giovanissimi. È vero che è presente una maggioranza di pubblico giovane, ma è anche vero che ormai è utilizzato da diversi gruppi di persone con età differenti.

Useremo TikTok incrociato con i reels di Instagram per aumentare la notorietà anche su questa piattaforma.

Alcune cose come **tono, gancio, parole chiave o hashtag** dovranno essere cambiate a volte, o **meglio adattate, alla piattaforma.**

TikTok, ancora più degli altri social, segue, anzi, **crea i trend**. Bisognerà sperimentare tanto tra nuovi trend, format, effetti, suoni, duetti e stitch.

Oltre che pubblicare i contenuti già messi su Instagram, TikTok sarà un vero e proprio **campo d' esperimento** visto che si tratta di una piattaforma molto veloce e mobile.

I contenuti principali (eccetto i trend) su TikTok saranno:

- 1. Liste film da vedere**
- 2. Interviste attori / registi (puntando sul divismo)**

FREQUENZA DI PUBBLICAZIONE: 1-2 post alla settimana



TIKTOK: ESEMPIO DI CONTENUTO



Il video avrà **il gancio** per la curiosità, con **parole chiave** direttamente nel video (come nell'immagine). Ci saranno i sottotitoli messi direttamente nella piattaforma per la fruizione col silenzioso.

La **Didascalia** spinge ancora di più sulla curiosità: "Sembriamo due tenori"

Il **Commento** incentrato alla notorietà e alla vendita per i più interessati e in target:

"Questa settimana proietteremo Nostalgia con Favino a soli 2 euro con la Lazio Youth Card 🍿 "

Esempi di come seguire un **trend del momento** (in questo caso un effetto+musica), adattandoli al nostro contesto.





CANALE: NEWSLETTER



La **newsletter** gioca un **ruolo importante nella fidelizzazione** di coloro che hanno dimostrato un interesse verso il Cinema delle Provincie e hanno lasciato la loro email.

La newsletter dovrà:

1. Fornire la **programmazione settimanale**
2. Aggiornare il pubblico con **blogpost** di qualità (opzione facoltativa durante l'iscrizione)
- 3. Priorità a promozioni limitate**
4. Dare la **priorità di prenotazione** (e la possibilità di invitare un amico che si iscrive alla newsletter) **per ogni evento speciale**, come la presenza di un regista o di un/a attore/attrice

Gli ultimi 2 punti sono motivi fondamentali per iscriversi alla newsletter. Forniscono un valore, danno importanza ai clienti più fidelizzati e tramite l'invito aiutano ad aumentare le iscrizioni e la notorietà del brand.

Considerando i 2 blogpost mensili, la programmazione che cambia ogni settimana e gli eventuali promozioni ed eventi, la **frequenza di pubblicazione della newsletter sarà di 4-8 mail al mese**, dipendentemente dalle scelte del cliente e da eventi e promozioni.

Bisognerà comunicare in modo personalizzato e diretto e sarà importante trasmettere la personalità dell'azienda, attraverso il testo e la grafica.



NEWSLETTER: ESEMPIO DI CONTENUTI



settembre 2022 Cinema delle Provincie

CINEMA DELLE PROVINCE

CIAO MARCO

Eccoti la nostra programmazione
dal 23 al 25 settembre

RITORNA UN CLASSICO

Ritorna al cinema un classico del cinema western e della commedia italiana:

LO CHIAMAVANO TRINITÀ.
Diretto da E.B. Clucher, con protagonista la mitica coppia Bud Spencer e Terence Hill.

23 18:00

24 19:10

25 20:00



LO SAPEVI CHE?

Le location di Lo chiamavano Trinità sono quasi tutte nel Lazio! La scena della cascata è alle cascate di Monte Gelato, nel parco della Valle del Treja, tra Roma e Viterbo. Alcune riprese sono state fatte a Campo Imperatore, altre nel Parco Naturale dei Monti Simbruini, tra Abruzzo e Lazio.



settembre 2022 Cinema delle Provincie



LA DONNA DEL FIUME (V.O)

La donna del fiume è un film diretto da Lou Ye che racconta una storia tragica d'amore in una Shanghai contemporanea, serbatoio di sporcizia, caos e povertà. Il film è interpretato da Zhou Xun, nel doppio ruolo di due differenti donne, e Jia Hongsheng, nella parte di un uomo ossessionato dalla ricerca di una donna del suo passato.

23 19:10

24 20:00

I TUTTOFFARE

La settimana di prova di Moha, giovane idraulico di origine marocchina, parte sotto i peggiori auspici: Valero, il capo idraulico, lo prende subito in antipatia ed è determinato a dargli filo da torcere. Ma giorno dopo giorno attraverso una serie di episodi buffi e piccoli disastri, i due impareranno a superare diffidenze e pregiudizi. Diretto da Neus Ballús con Mohamed Mellali, Valero Escobar e Pep Sarra.

23 20:30

25 18:00



PASSI DA NOI QUESTA SETTIMANA?
SE SÌ, TI CONSIGLIAMO DI PRENOTARE IL TUO POSTO SU WHATSAPP, SENZA NESSUN IMPEGNO 📱

Noi ci sentiamo alla prossima!
Provat, del Cinema delle Provincie, il tuo piccolo cinema di quartiere, per veri cinefili.



CANALE: WHATSAPP BUSINESS



In assenza di un portale di prenotazione e con un'assistenza poco curata, ecco che viene in nostro aiuto Whatsapp Business.

Con Whatsapp Business si potrà entrare facilmente in contatto con i clienti, sciogliere i loro dubbi e fidelizzare.

Infatti Whatsapp Business dà possibilità di:

- Avere un **profilo Business con le informazioni dell'attività** (orario, sito indirizzo ecc.)
- Impostare **messaggi automatici** (es. Di benvenuto o attesa)
- Impostare le **risposte rapide** per le domande frequenti dei clienti
- **Consultare le statistiche** riguardo ai messaggi inviati, consegnati, ricevuti e letti
- **Utilizzare i Tag per segmentare i clienti** (es. Clienti nuovi)

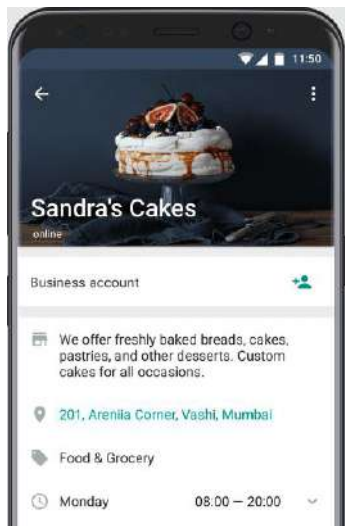
Whatsapp Business verrà utilizzato per:

- **Prenotare il proprio posto**, come nei ristoranti
- **Fornire la programmazione settimanale** (in modo molto veloce grazie alle risposte rapide)
- Fornire **assistenza**

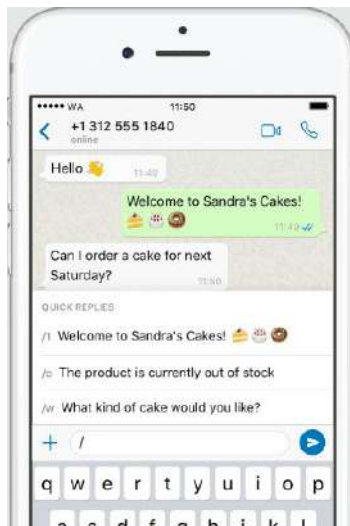
Inoltre, nei messaggi di coda, verranno sempre rilasciati i collegamenti social e la possibilità di iscriversi alla newsletter.



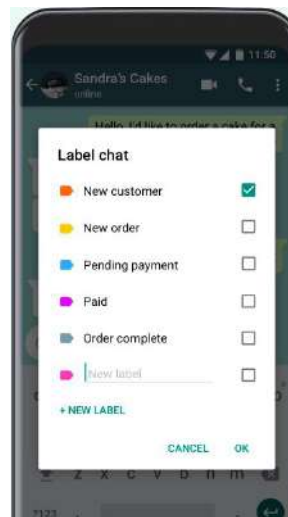
WHATSAPP BUSINESS



Profilo Business



Messaggi Automatici e
Risposte Rapide



Tag per segmentare



FACEBOOK ADS: LOCAL AD



Visto che si tratta di un luogo fisico e di una categoria conosciuta, per l'advertising online imposteremo una strategia di Local Advertising (per comunicare alle persone vicine) a 2 step, con frequenza alta.

L'obiettivo sarà quello di aumentare le iscrizioni alla newsletter tramite un modulo interattivo direttamente dentro Facebook.

Nella prima fase imposteremo l'obiettivo contatti (considerazione) → moduli interattivi.

Imposteremo gli interessi "**Cinema**" e "**Cinema (luogo)**", per mantenere il pubblico abbastanza ampio.

Il raggio d'azione sarà di **10 km** dall'attività.

Divideremo il pubblico in base all'**età**:

- **18-29** (comunicazione incentrata sul prezzo 2 euro con la Lazio Youth card)
- **30-65** (comunicazione incentrata sul prezzo 4 euro)

Nella **seconda fase** (retargeting), punteremo alle persone che hanno **interagito nella prima fase ma non si sono iscritti**, tramite un **carosello con le locandine dei film che usciranno prossimamente** (punteremo sulla paura di perdere l'opportunità).

I film saranno divisi ad hoc per i diversi target.

Il budget per la campagna sarà di **350 euro, con un 70% impostato sulla prima fase.**

Per comprendere meglio, nella prossima slide ho messo un esempio di contenuto della prima fase.



FACEBOOK ADS: ESEMPI CONTENUTO



Questo esempio si riferisce alla prima fase e al target 18-29.
Ho cercato di tenermi sulla semplicità, mostrando subito il principale beneficio sia nell'immagine che nel copy.
L'inizio del copy serve per catturare l'attenzione tramite l'identificazione (essendo tutti under 30 e di Roma).

Cinema delle Provincie Sponsored Like Page

Se sei un under 30 e vivi a Roma, per te, con il Lazio Youth Card, il nostro Cinema costerà solo 2€

Iscriviti gratis alla nostra newsletter per non perdere nessun film e per ottenere la priorità sulle promozioni e inviti ad eventi.



Ricevi la Programmazione + Priorità su eventi e promozioni
ISCRIVITI SUBITO ALLA NEWSLETTER

YOUR CAPTION HERE Sign Up

20 50 Comments 20 Shares

Like Comment Share



GOOGLE ADS: LOCAL AD



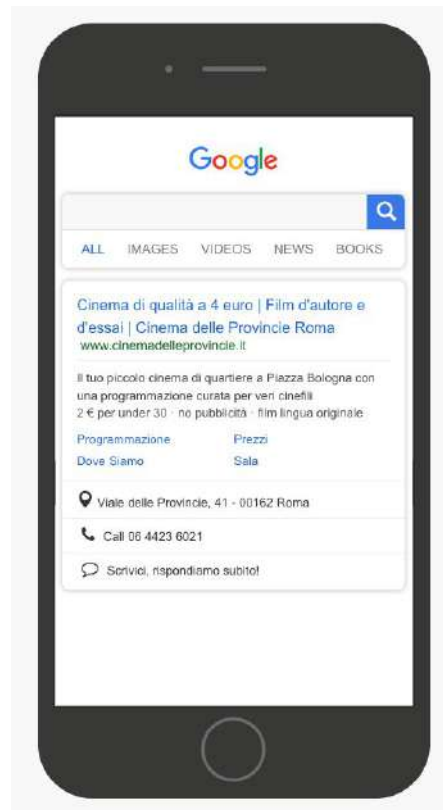
Utilizziamo Google Ads per creare una forte presenza sul web e per attirare nuovi acquirenti.

Obiettivo di marketing: **Traffico web** (consente di far conoscere l'azienda a un numero maggiore di clienti)

Gli annunci della campagna verranno mostrati ai potenziali clienti in località geografiche vicine al cinema, quindi nei limiti di una determinata area.

Analizzando le ricerche degli utenti tramite UberSuggest, estrapoliamo parole chiave a coda lunga, con una concorrenza minore e con CPC (costo per ogni click) più basso, così anche da attirare clienti più interessati a noi.

Inoltre sfruttiamo anche le varie estensioni disponibili per rendere più facile il contatto (telefono, indirizzo ecc.).








Esempio di contenuto



PIANO EDITORIALE



Con il piano editoriale organizziamo la pianificazione di contenuti da pubblicare online. Ho diviso i contenuti per temi, formati e fasi del funnel.

SOCIAL	FREQUENZA DI PUBBLICAZIONE	TEMA FORMATO FASE FUNNEL	BLOG & NEWSLETTER	FREQUENZA DI PUBBLICAZIONE	FASE - TEMA	
	4 contenuti alla settimana	<ul style="list-style-type: none">• Programmazione Immagine Singola Conversion• Domanda sul primo regista Aggiornamento di stato Engagement• Intervista Favino Reel Awareness• Blog post Awareness		1 articolo ogni 2 settimane = 2 articoli al mese	<ul style="list-style-type: none">• Cinema d'autore vs Cinema di genere• I 10 film d'essai più belli del 2021	
	4 contenuti alla settimana	<ul style="list-style-type: none">• Programmazione Carosello Conversion• Lista film Léa S. Reel Awareness-Engagement• Intervista Favino Reel Awareness• Dietro le quinte Top Gun Carosello Engagement		6 mail al mese + eventuali eventi/promo	<ul style="list-style-type: none">• Programmazione (1 mail / settimana)• Blogpost (2 mail al mese)	
	2 contenuti a settimana	<ul style="list-style-type: none">• Lista film Léa Seydoux Awareness-Engagement• Intervista Favino Awareness	ADVERTISING	FACEBOOK ADS	GOOGLE ADS	OBBIETTIVO
						Iscrizione Newsletter
						Traffico Web



CALENDARIO EDITORIALE



Siamo arrivati alla fine.
Ho creato il calendario editoriale con Google Calendar.

Ho preso il mese di ottobre ma è solo un esempio.

Ho diviso i canali con colori diversi così da avere una visione complessiva ottimale.

I dettagli e il visual saranno dentro gli eventi mentre, come si vede dal calendario, la prima settimana ha anche il formato e la tematica esplicitata.

Questo perché **bisogna anticipare ed organizzare i contenuti e il calendario editoriale per bene, ma è anche giusto lasciare il calendario flessibile per sfruttare gli eventi e novità del settore.**

Gli orari per la pubblicazione dei contenuti saranno da definire sulla base dei dati interni delle piattaforme.

3	4	5	6	7
NEWSLETTER Programm	FACEBOOK post Program IG post Programmazione	FACEBOOK post aggiorn IG reel Lea S TikTok lista film Lea	FACEBOOK reel intervista IG reel intervista TikTok intervista favino	Blog post FACEBOOK blogpost altri 2
10	11	12	13	14
NEWSLETTER Programm	FACEBOOK post Program IG post Programmazione	FACEBOOK post IG post TikTok post	FACEBOOK post IG post TikTok post	FACEBOOK post IG post
17	18	19	20	21
NEWSLETTER Programm	FACEBOOK post Program IG post Programmazione	FACEBOOK post IG post TikTok post	FACEBOOK post IG post TikTok post	Blog post FACEBOOK post altri 2
24	25	26	27	28
NEWSLETTER Programm	FACEBOOK post Program IG post Programmazione	FACEBOOK post IG post TikTok post	FACEBOOK post IG post TikTok post	FACEBOOK post IG post

Blog post
FACEBOOK blogpost
IG carosello Top Gun
NEWSLETTER Blogpos

Blog post
FACEBOOK post
IG post
NEWSLETTER Blogpos



MOTIVAZIONE



Il cinema mi ha tenuto compagnia sin da bambino, nei momenti belli e in quelli meno belli.

Ora che sono qui, al termine del mio percorso di studi, non ci ho pensato 2 volte a "dedicare" il mio progetto finale a ciò che ho sempre amato.

Di certo non posso sconfiggere da solo la crisi delle sale in Italia, ma nel mio piccolo posso almeno dare una mano alla sala del mio quartiere.



GRAZIE!



Jawad Provat Khan

provatkmail@gmail.com

[Portfolio Start2impact](#)