

PROJETO DE
MARKETING

CINEMARK MARKETING



SETOR DE **ATUAÇÃO**



-Setor de atuação do cinemark é o entretenimento, exibindo filmes oferecendo salas de filmes, 3D e XD, também vendendo itens como: pipoca, combos alimentícios e brindes de cada filme.

MERCADO AUDIOVISUAL

R\$1,41

**BILHOES DE
VENDAS DE
INGRESSOS**

10%

**DE QUEDA DE
VENDAS EM
RELAÇÃO AO ANO
ANTERIOS**

-O setor atingiu um recorde histórico de infraestrutura (com cerca de 3.554 salas em operação) e um recorde de R\$ 1,41 bilhão em investimentos públicos, mas o público total nas salas retraiu cerca de 10% em relação ao ano anterior, totalizando aproximadamente 112 milhões de ingressos vendidos



DEFINIÇÃO DOS OBJETIVOS

QUALIDADE

-Oferecer entretenimento de qualidade por meio de filmes exibidos no telão, poltrona de qualidade, sistema de som e tecnologia ao público.

AMPLIAÇÃO

Além disso, a Cinemark procura ampliar sua participação no mercado, aumentar a venda de ingressos e produtos da bomboniere, fortalecer sua marca e acompanhar as tendências do setor de entretenimento, investindo constantemente em inovação e melhorias na experiência do consumidor.



MERCADO **CONCORRÊNCIA**

ANÁLISE DE MERCADO

Entretenimento com experiências diferentes com telas gigantes, som de qualidade e conforto, utilizando como forma de lazer e diversão.

CONCORRENTES DIRETOS

Concorrência: Cinépolis, Kinoplex, UCI cinemas.

CONCORRENTES INDIRETOS

Netflix, Disney e HBO.

SEGMENTAÇÃO PÚBLICO ALVO

A Cinemark tem como público-alvo principalmente jovens, famílias e adultos que gostam de entretenimento e lazer. A empresa busca atrair pessoas que procuram uma boa experiência no cinema, com conforto, tecnologia e filmes populares.



IDENTIFICAÇÃO PERSONAS

A Cinemark possui como principais personas os jovens e crianças que geralmente buscam assistir ao lançamento de filmes com um conforto e uma experiência diferente, poltronas de qualidade, som e telão para os filmes.

A empresa também busca atrair pessoas apaixonadas por filmes, que frequentam o cinema com frequência e aproveitam promoções e programas de fidelidade.



ANÁLISE DE POSICIONAMENTO



A Cinemark se posiciona como uma empresa de entretenimento moderna e confortável, que busca oferecer uma experiência diferenciada para o público.



CANAIS

8 PS

PRODUTO

Exibição de filmes, sessões especiais (como IMAX ou 4DX), snacks, combos, eventos temáticos.

PREÇO

Preço do ingresso (meia-entrada, inteira), combos de pipoca e refrigerante, promoções de quarta-feira ou cartões fidelidade.

PRAÇA

Salas de cinema localizadas em shoppings, venda online de ingressos pelo site/app, caixas de venda presencial.



CANAIS

8 PS

PROMOÇÃO

Campanhas de marketing nas redes sociais, email marketing, trailers no cinema, publicidade em outdoors, descontos para estudantes.

PESSOAS

Atendentes de bilheteria, funcionários de limpeza, equipe de snacks, gerentes de cinema, público que frequenta as salas.

PROCESSOS

Compra de ingresso online, retirada de ingresso no totens, venda de combos, controle de lotação da sala, projeção e som dos filmes.



CANAIS

8 PS

POSICIONAMENTO

Posicionar-se como cinema moderno, com tecnologia avançada (IMAX/4DX), conforto, diversidade de filmes e atendimento de qualidade.

PERFORMANCE

Número de ingressos vendidos, faturamento de snacks, engajamento em redes sociais, satisfação do cliente (pesquisas e reviews).

DEFINIÇÃO MARKETING

O **marketing digital da CineMark** é o conjunto de estratégias e ações realizadas online para **atrair, engajar e fidelizar clientes**, promovendo a experiência de ir ao cinema, aumentando a venda de ingressos e produtos, e fortalecendo a marca. Ele se concentra em canais digitais para alcançar o público onde ele passa a maior parte do tempo, como redes sociais, aplicativos, sites e plataformas de email.



DEFINIÇÃO

INBOUND

O Inbound Marketing da Cinemark é uma estratégia de marketing digital focada em atrair, engajar e converter clientes de forma não invasiva, oferecendo conteúdo relevante e personalizado em vez de “empurrar” anúncios, criando conteúdos, informações e experiências que interessam ao público, fazendo com que ele se aproxime da marca por vontade própria.



DEFINIÇÃO DAS REDES SOCIAIS

Para nós, as redes sociais é mais que importante para o marketing da nossa empresa, é um meio de se conectar, conversar e demonstrar todas as nossas qualidades para os nosso público alvo, isso aumenta a nossa visibilidade, diminuindo os concorrentes e deixando a nossa marca imparável.



LEADING PAGE

já o nosso landing page, é focada em perguntas ou serviços mais especializados ou serviços adicionais, como plano de doces ou "sala unica" aonde apenas você e sua família pode aproveitar a sessão, tornando uma sessão particular, com um plano básico de 500 reais e em lojas específicas

<https://www.cinemark.com.br>



PLANO BÁSICO DE SERVIÇOS

já um dos nossos planos são a opção de mensalidades nas nossas lojas, é possível pagar 200 por mês e ter o privilégio de ver todos os nossos filmes em cartaz, junto com até 3 pessoas, juntando a família em um ambiente alegre e descontraído, a um plano alimentar também, com mais 100 reais, é possível ganhar uma pipoca e refrigerante médio da sua escolha.

AJUSTES FINAIS

Os ajustes finais do plano de marketing da Cinemark envolvem revisar campanhas publicitárias, definir orçamento e organizar o cronograma das ações. A empresa escolhe canais como Instagram, TikTok, YouTube e aplicativos próprios para alcançar mais clientes. Também cria promoções e descontos para atrair público em dias mais fracos, melhora o programa de fidelidade e treina funcionários para oferecer um atendimento melhor. Além disso, analisa campanhas anteriores para identificar melhorias e tornar o marketing mais eficiente.



PLANO E FEEDBACK

A apresentação do plano de marketing da Cinemark acontece em reuniões com gestores e funcionários, onde são mostrados os objetivos, estratégias, promoções e resultados esperados. A equipe utiliza slides, gráficos e relatórios para explicar as ações e os canais de divulgação, como redes sociais e aplicativos. Depois, ocorre o momento de feedback, em que colaboradores podem sugerir melhorias nas campanhas, promoções e atendimento. Esse processo ajuda a corrigir falhas e tornar o plano de marketing mais eficiente antes de sua execução.

OBJETIVOS SMART

O objetivo SMART da Cinemark poderia ser apresentado da seguinte forma:

O objetivo SMART da Cinemark é aumentar em 20% a venda de ingressos nos finais de semana no prazo de 6 meses. Para alcançar essa meta, a empresa pretende investir em campanhas nas redes sociais, promoções com descontos e benefícios para clientes do programa de fidelidade. Esse objetivo é considerado SMART porque é específico ao definir claramente o aumento nas vendas, mensurável por meio dos resultados obtidos.



MUITO OBRIGADO !

GUSTAVO BENEDICTO
VINICIUS LEONEL
GUILHERME MONTEIRO
PEDRO HENRIQUE
GUSTAVO VERDANI

