



2D, 3D, 4D, 5D ...

В последнее время поставщики интерактивных кинотеатров спекулируют на количестве измерений, которые есть в их продукции, и каждый дополнительный эффект (будь то ветер, мыльные пузыри или «крысиные хвостики») - это еще плюс одно измерение. Но так ли они неправы? Отнюдь, – короткая аббревиатура говорит об уровне комплексности услуги.

Развитие парков отдыха также обусловлено именно комплексностью услуг. Ведь все мы хотим «все и сразу» и при этом в одном месте. В связи с этим и развиваются быстрее те развлекательные объекты, которые предлагают комплексные услуги для своих клиентов.

Какие же услуги наиболее совместимы с 3D-кинотеатром? Казалось бы, это самобытная услуга, обособленная, и полноценно ее можно вписать либо в развлекательный комплекс с широким спектром услуг, либо работать исключительно автономно. Но это не так.

Всегда найдется клиент, который: хочет получить больше; который еще не созрел; который не понял, что это такое. Для первых нужно предоставить услуги, которые можно разместить в непосредственной близости от коробки 3D-кинотеатра, а других надо подтянуть ближе более знакомой, более доступной услугой и задержать. Это позволит клиенту «созреть» и захотеть попробовать.

Из всего разнообразия услуг, которые дополняют 3D-кинотеатр развлечениями, подходят только аттракционы малых форм: видеоаттракционы гонок, стрелялок, аэрохоккей, детские качалки. Только это оборудование занимает минимум места, не требует постоянного внимания, имеет те же

принципы работы, что и кинотеатр (т.е. не требуется дополнительный персонал).



Принцип прост: поиграть/посмотреть на таком аттракционе дешевле. Аттракционы эти понятнее и, более то-



го, издали видно, как на них играют другие посетители. Визуальная фиксация сработала, клиент - притянут. Далее, пока идет игра на аттракционах,

в кинотеатр входят, а затем выходят другие посетители. Человеческие потребности неудовлетворимы в принципе, а у ребенка - особенно. Хочется больше. Клиент ознакомился с основной услугой и хочет ее попробовать. Вот последовательность событий у нового клиента. Представьте себе какая она будет без дополнительной услуги.

Что касается клиента, который уже знаком с услугой кинотеатра, то он получает дополнительный комплекс услуги и заряд положительных эмоций.

Не будем забывать и про прайм-тайм – а это, как правило, выходные дни и праздники, когда кинотеатр заполнен почти постоянно. Что будет делать клиент, когда кинотеатр занят? Возможно будет ждать, а возможно пойдет еще куда-то с мыслью «зайду на обратном пути» или «позже» и может так и не вернуться. Аттракционы задержат его от правильного решения.

Объем? Для реализации такой завлекалки достаточно 3-5 аттракционов (что займет порядка 3-5 кв.м), которые могут быть установлены вдоль кинотеатра.

Цена вопроса? В зависимости от аппетита, такой комплект может стоить вплоть до 2 миллионов рублей. Но это верхняя граница, реально же такое количество оборудования можно приобрести за 200 000 рублей.

А можно и еще сократить свои расходы а также риски (ведь любой бизнес это риск) – взять оборудование в аренду, что освобождает от головной боли. Особенно если сам кинотеатр находится в аренде, или нет уверенности в долгосрочной аренде места, где установлен кинотеатр.

Компания SHININ готова предложить подходящие варианты оборудования и всего комплекса услуг с ним, в том числе и аренду аттракционов малых форм. ■

Краткая информация о компании SHININ (Москва): Компания начала свою деятельность в 1993 году как оператор небольшого зала развлекательных аппаратов. Впоследствии развилась в поставщика развлекательного оборудования, крупного сете-

вого оператора, а также сервисный центр. В настоящий момент под управлением группы находится более 150 объектов. Дополнительную информацию и материалы Вы можете найти на сайте www.SHININ.ru.