Table of Contents

[1. Introduction](#_Toc157960240)

[2. Đối tượng xem phim](#_Toc157960241)

[3. Tỉ lệ nam/nữ đi coi phim](#_Toc157960242)

[4. Tỉ lệ giữa số lượng khách mua vé và số vé được bán ra](#_Toc157960243)

[Có 3 người mua nhiều vé nhất](#_Toc157960244)

[5. Thể loại phim và phim phổ biến](#_Toc157960245)

[6. Xu hướng mua vé của khách hàng](#_Toc157960246)

[7. Số lượng vé được bán ra theo ngày trong tuần](#_Toc157960247)

[8. Số lượng vé được bán ra theo từng khung giờ trong ngày](#_Toc157960248)

[9. Giá bán của các loại vé](#_Toc157960249)

[10. Các loại đánh giá của phim](#_Toc157960250)

[11. Lượng mua bỏng ngô](#_Toc157960251)

[12. Vị trí ngồi được ưa thích](#_Toc157960252)

1. Introduction

Việc thưởng thức điện ảnh tại rạp không chỉ là một hình thức giải trí mà còn là một trải nghiệm bồi dưỡng văn hóa đầy ý nghĩa. Trong bài viết này, chúng tôi đã phân tích một số tác phẩm điện ảnh nổi bật, sử dụng dữ liệu từ nhiều nguồn đáng tin cậy như đánh giá, doanh thu, nội dung và thông điệp của các bộ phim.

Các biểu đồ được trình bày một cách rõ ràng, cung cấp những thông tin thú vị về nghệ thuật điện ảnh. Bằng cách này, độc giả có thể khám phá sâu hơn về những tác phẩm nổi bật, hiểu rõ hơn về sức ảnh hưởng và giá trị nghệ thuật mà những bộ phim này mang lại.

Ngoài việc tập trung vào thông số kỹ thuật, bài viết cũng có thể bao gồm những cảm nhận và phản hồi của cộng đồng về những tác phẩm nói trên, tạo ra một cái nhìn đa chiều và sâu sắc về ý nghĩa văn hóa của điện ảnh. Điều này không chỉ làm phong phú thêm thông tin mà còn kích thích sự tò mò và sự quan tâm từ phía độc giả về thế giới điện ảnh đang ngày càng đa dạng và phong phú.

1. Đối tượng xem phim

A graph of a bar

Description automatically generated with medium confidence

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Nhóm độ tuổi trẻ | | Nhóm độ tuổi lao động | |
| Học sinh | Thanh thiếu niên | Tri thức, thu nhập cao | Lao động phổ thông |
| Nhiều thời gian rảnh, lịch học học linh hoạt. | | Bị phụ thuộc nhiều vào thời gian làm việc, giờ hành chính. Bên cạnh đó họ có nhiều vấn đề cần phải bận tâm. | |
| Đây là nhóm đối tượng có nhu cầu vui chơi, giải trí cao.  => Nhóm độ tuổi trẻ là đối tượng bị thu hút bởi những bộ phim đang hot, phim hành động, phim hoạt hình… ( đây là những thể loại có đặc điểm chung là gây ấn tượng mạnh, nhân vật thú vị, độc đáo và thích nghi với mọi lứa tuổi) | | - Bên cạnh mục đích giải trí, nhóm đối tượng này có xu hướng xem những bộ phim sâu sắc.  - Họ cũng là nhóm đối tượng ít phải bận tâm đến vấn đề tiền bạc hơn  => Để tập trung vào nhóm đối tượng này nên chiếu những thể loại phim vừa mang tính chất vui vẻ những cũng chứa nội học thuật, khoa học và sâu sắc. | - Mục đích chính khi xem phim chỉ để giải trí đơn thuần, xả stress sau thời gian làm việc.  => Để tập trung vào nhóm đối tượng này nên chiếu những phim liên quan đến hài, đời sống … không quá khó hiểu cũng như thiên hướng học thuật. |

1. A graph of a bar chart

   Description automatically generated with medium confidenceTỉ lệ nam/nữ đi coi phim

Xu Hướng Chung:

Trên biểu đồ, chúng ta có thể thấy rằng phụ nữ chiếm đa số trong số lượng khách hàng xem phim. Lý do có thể là do các loại phim thường được sản xuất với mục đích hướng đến đối tượng nữ hơn, bao gồm các thể loại như gia đình, lãng mạn và kinh dị. Bên cạnh đó thì đối tượng nữ có xu hướng đi ra ngoài để giải trí nhiều hơn nam.

Yếu Tố Tác Động:

* Nội Dung Phim: Phim gia đình và lãng mạn thường có những yếu tố có thể liên quan mật thiết đến đối tượng khán giả nữ, và điều này có thể giải thích tại sao họ thường xuyên chọn những thể loại này.
* Sở Thích Cá Nhân: Một yếu tố quan trọng khác có thể là sở thích cá nhân. Nam giới thường có xu hướng yêu thích các phim hành động, trong khi phụ nữ có thể ưa thích các loại phim có nội dung tình cảm hoặc hài hước.

Để tận dụng xu hướng và yếu tố tác động đã nêu, có một số giải pháp có thể được thực hiện để cải thiện trải nghiệm xem phim cho khán giả nữ và thu hút thêm đối tượng nam:

1. Đa dạng Hóa Nội Dung Phim:
   * Sản xuất thêm nhiều loại phim gia đình và lãng mạn, nhưng cũng đảm bảo sự đa dạng trong nội dung để thu hút đối tượng khán giả nữ.
   * Khuyến khích sự đa dạng về những câu chuyện và nhân vật, đồng thời không giới hạn phim chỉ vào một giới tính cụ thể.
2. Phát sóng Trực Tiếp Sự Kiện và Chương Trình TV Đặc Biệt:
   * Tổ chức các sự kiện trực tiếp hoặc chương trình TV đặc biệt có sự tham gia của các ngôi sao nữ để thu hút sự chú ý của đối tượng nữ.
   * Đặt nặng vào các chương trình thực tế có thể liên quan đến sở thích và quan tâm của đối tượng nữ.
3. Chiến Lược Tiếp Thị Được Đích Thị:
   * Tăng cường chiến lược tiếp thị được đích thị, tập trung vào quảng cáo và tiếp cận đối tượng nữ một cách chủ định hơn.
   * Sử dụng các nền tảng truyền thông xã hội và quảng cáo trực tuyến để kết nối với đối tượng nữ thông qua nội dung chia sẻ và thảo luận.
4. Tạo Ra Nội Dung Phù Hợp với Sở Thích Cá Nhân:
   * Phát triển nội dung phim dựa trên sở thích cá nhân của đối tượng nữ, không chỉ giới hạn ở các thể loại truyền thống.
   * Tích hợp các yếu tố hài hước, tình cảm, và phiêu lưu để tạo ra trải nghiệm hấp dẫn và đa chiều.
5. Thuận Tiện Cho Người Xem:
   * Cung cấp các dịch vụ streaming và tùy chọn xem phim trực tuyến, để người xem có thể thoải mái lựa chọn thời gian và địa điểm xem phim.
   * Cải thiện trải nghiệm xem phim bằng cách đảm bảo giao diện dễ sử dụng và đáp ứng được mong đợi của đối tượng nữ.

Bằng cách kết hợp những giải pháp trên, các nhà sản xuất và nhà phân phối phim có thể tối ưu hóa sự hấp dẫn đối với cả đối tượng nam và nữ, đồng thời mang lại trải nghiệm xem phim đa dạng và phong phú.

1. A graph of a number

   Description automatically generated with medium confidenceTỉ lệ giữa số lượng khách mua vé và số vé được bán ra

Biểu đồ cho thấy rằng khu vực Hoà Vang và Sơn Trà có số lượng vé được bán ra nhiều nhất nhưng lại có sự chênh lệch giữa số lượng vé và số lượng người xem khá cao vì:

* Khách hàng thích sự linh hoạt trong việc đổi giờ và địa điểm xem phim
* một nhóm người đi xem phim cùng nhau và có một người đại diện mua vé
* Khách hàng mua vé nhưng lại không thể tham dự
* Một số người mua toàn bộ vé của một suất chiếu để có buổi xem chung của nhóm bạn
* Phe vé mua vé với số lượng lớn để về bán giá chợ đen để kiếm lời
* Khách hàng làm mất vé
* Những chiến dịch quảng cáo cho vé mà một số người tham gia

Có những quận có số lượng khách nhiều nhưng mà lại có số lượng vé bán ra thấp tại vì: Dữ liệu khách hàng đã có từ trước, trong khi dữ liệu về vé chỉ từ tháng 5/2019 tại Hải Châu, Liên Chiểu, Thanh Khê...

Để giải quyết vấn đề chênh lệch giữa số lượng vé và số lượng người xem ở các khu vực như Hoà Vang và Sơn Trà, cũng như để cải thiện hiệu quả bán vé ở các quận khác, bạn có thể thực hiện các giải pháp sau:

1. Hệ Thống Đặt Vé Trực Tuyến và Ứng Dụng Di Động:
   * Phát triển hệ thống đặt vé trực tuyến và ứng dụng di động để khách hàng có thể dễ dàng mua vé, đặt giữ chỗ và quản lý vé của mình mọi nơi và mọi lúc.
2. Quản Lý Thông Tin Người Xem:
   * Tích hợp hệ thống quản lý thông tin khách hàng để theo dõi lịch sử mua vé và tham dự của họ, từ đó có thể dự đoán và quản lý số lượng vé một cách chặt chẽ hơn.
3. Điều Chỉnh Chính Sách Đổi Vé:
   * Cung cấp chính sách đổi vé linh hoạt để khách hàng có thể dễ dàng thay đổi giờ và địa điểm xem phim theo nhu cầu của họ mà không phải mất vé.
4. Hạn Chế Mua Sỉ và Bán Lẻ Vé:
   * Áp đặt giới hạn cho số lượng vé mỗi giao dịch, nhằm hạn chế khả năng mua sỉ và bán lẻ vé để tránh tình trạng bán chéo và giữ lại vé.
5. Chương Trình Ưu Đãi và Khuyến Mãi:
   * Tổ chức các chương trình khuyến mãi và ưu đãi cho nhóm đặt vé lớn nhằm khuyến khích việc mua vé cho nhiều người cùng một lúc.
6. Hệ Thống Quản Lý Quảng Cáo:
   * Đối với những chiến dịch quảng cáo cho vé, cần kiểm soát và theo dõi số lượng vé được bán để đảm bảo rằng quảng cáo phản ánh đúng nhu cầu thực tế.
7. Mạng Lưới Hợp Tác Với Đối Tác Địa Phương:
   * Hợp tác với các đối tác địa phương để thu thập dữ liệu khách hàng từ trước đó và kết hợp với dữ liệu về vé mới nhất để có cái nhìn toàn diện và chính xác về nhu cầu thị trường.
8. Mở Rộng Thời Gian Thu Thập Dữ Liệu:
   * Mở rộng thời gian thu thập dữ liệu về vé để bao gồm thêm thông tin từ Hải Châu, Liên Chiểu, Thanh Khê và các quận khác, để có cái nhìn đầy đủ và chính xác hơn về hành vi mua vé của khách hàng.

## Có 3 người mua nhiều vé nhất

A graph of a number of people

Description automatically generated with medium confidenceA graph of a person with a beard

Description automatically generated with medium confidence

Ở 2 biểu đồ này ta có thể thấy được hiện tượng tích trữ vé rất lớn để bán ra bên ngoài với giá cao hơn để kiếm lời.

Điều này gây hệ quả rất lớn cho rạp chiếu phải kể đến như:

* Không thể kiểm soát được số lượng khách hàng.
* Dễ xảy ra các hiện tượng trống ghế, khiến những người thật sự muốn xem phim không thể đến xem.
* Làm xáo trộn giá vé xem phim trên thị trường.
* Gây mất uy tín của các rạp phim.

=> Cần giải quyết tình trạng này:

* Đưa những cá nhân có số vé mua bất thường vào danh sách theo dõi và kết hợp cùng lực lượng chức năng để điều tra và xử lý.
* Đẩy mạnh áp dụng hệ thống đặt vé trực tuyến và công nghệ trong việc buôn bán.
* Điều chỉnh giá vé hợp lý để tránh việc bán ra ngoài nhưng vẫn phù hợp để đa số khách hàng vẫn mua được.

1. Thể loại phim và phim phổ biến

A graph of a number of blue bars

Description automatically generated with medium confidence

Thể loại Kinh dị và Trinh thám được xem nhiều nhất vì:

Kinh dị:

* Phim kinh dị thường đưa người xem vào những trải nghiệm độc đáo nhờ những trạng thái cảm xúc mạnh mẽ như sợ hãi, lo lắng, rùng rợn và kích thích.
* Phim kinh dị thường chạm đến những nỗi sợ hồn tâm lý của con người, làm tăng cường trải nghiệm xem phim.
* Sự phát triển của hiệu ứng đặc biệt và kỹ thuật làm phim đã tạo ra hình ảnh và âm thanh ấn tượng, làm tăng cường sức hấp dẫn cũng như sự đáng sợ của thể loại này.
* Phần lớn phim kinh dị có cốt truyện phức tạp và bí mật, khuyến khích người xem nghiên cứu và giải mã những điều bí ẩn, làm tăng tính tò mò.
* Một số người thích phim kinh dị vì sự hấp dẫn của giai điệu đen tối và vẻ huyền bí mà thể loại này thường mang lại.

Trinh thám:

* Phim trinh thám thường đặt ra những bí ẩn phức tạp và hấp dẫn, kích thích sự tò mò của người xem và khuyến khích họ suy luận về những sự kiện chưa được giải mã.
* Phim mystery thường có cốt truyện phức tạp và không dễ dàng đoán trước được kết quả. Điều này giữ cho người xem luôn muốn tìm hiểu thêm và giải đố.
* Những nhân vật trong phim thường phải đối mặt với những thách thức tâm lý, và việc giải quyết bí ẩn có thể làm thay đổi cuộc sống của họ. Điều này tạo ra một liên kết mạnh mẽ giữa khán giả và nhân vật.
* Phim trinh thám thường đặt ra những câu hỏi về bản chất của con người, đạo đức và tâm lý tội phạm, tạo ra những thảo luận và suy nghĩ sâu sắc.
* Người xem thường thích sự bất ngờ và khả năng thay đổi góc nhìn đối với các sự kiện trong phim. Những kịch bản có khả năng làm cho người xem ngạc nhiên thường được đánh giá cao.

Thể loại Chính kịch và Tội phạm được xem ít nhất vì:

Chính kịch:

* Phim chính kịch thường tập trung vào sự phát triển phức tạp của nhân vật và cốt truyện, thay vì trải nghiệm hình ảnh và hiệu ứng đặc biệt. Điều này có thể làm cho phim ít hấp dẫn hơn đối với những người tìm kiếm trải nghiệm thị giác mạnh mẽ ở rạp.
* Phim chính kịch thường không chứa nhiều yếu tố hành động mạnh mẽ, điều này có thể làm mất đi sự hứng thú của khán giả muốn trải nghiệm cảm giác kịch tính và hành động mạnh mẽ khi ở rạp.
* Phim chính kịch thường thiên về việc truyền đạt cảm xúc, tâm lý và tâm trạng. Các yếu tố này thường không tương thích tốt với không khí sôi động và giải trí tại rạp.
* Rạp thường hướng đến đối tượng trẻ năng động và muốn trải nghiệm sự kịch tính và hấp dẫn. Chính kịch, đặc biệt là những câu chuyện tâm lý sâu sắc, có thể không thu hút đối tượng này.

Tội phạm:

* Phim crime thường tập trung vào việc phát triển cốt truyện và giải quyết bí ẩn hơn là trải nghiệm hình ảnh và hiệu ứng đặc biệt. Các thể loại khác như hành động và khoa học viễn tưởng thường hấp dẫn hơn đối với khán giả ở môi trường rạp.
* Phim crime thường không có nhiều yếu tố hành động mạnh mẽ, điều này có thể làm mất đi sự hứng thú của những người muốn trải nghiệm cảm giác kịch tính và hành động ở rạp.
* Phim crime thường xuyên mang đến nội dung nghiêm túc và đôi khi tập trung vào các vấn đề xã hội và tâm lý tội phạm. Điều này có thể khiến cho chúng không phù hợp với không khí giải trí và giải lao mà rạp thường mong đợi.
* Rạp thường hướng đến đối tượng trẻ năng động và muốn trải nghiệm sự kịch tính và hấp dẫn. Thể loại crime, đặc biệt là những câu chuyện phức tạp về điều tra, có thể không thu hút đối tượng này.

Dựa trên những lý do được mô tả, để tăng cường sự hấp dẫn và thu hút đối tượng khán giả đa dạng, các rạp phim có thể xem xét một số giải pháp sau:

1. Tổ chức sự kiện và chương trình đặc biệt:
   * Tổ chức các sự kiện đặc biệt như buổi gặp gỡ với đạo diễn, diễn viên, hoặc các buổi thảo luận sau phim để nâng cao trải nghiệm xem phim và khuyến khích sự tò mò của khán giả.
2. Kết hợp thể loại:
   * Xem xét chiếu các phim kết hợp giữa kinh dị và trinh thám để thu hút khán giả muốn trải nghiệm cảm giác sợ hãi và tò mò.
3. Chương trình đa dạng hóa:
   * Đa dạng hóa danh sách phim để bao gồm các tác phẩm chính kịch và tội phạm có cốt truyện sâu sắc, đồng thời tập trung vào các phim mang tính giáo dục và tạo suy nghĩ.
4. Khuyến mãi và ưu đãi:
   * Tổ chức các chương trình khuyến mãi hoặc ưu đãi đặc biệt cho nhóm đối tượng nào đó, nhưng vẫn giữ được sự đa dạng trong danh sách phim.
5. Khám phá nghệ thuật:
   * Tổ chức các sự kiện liên quan đến nghệ thuật làm phim, với những bảo vệ và diễn giả để giúp khán giả hiểu rõ hơn về quá trình sáng tạo và phát triển của các tác phẩm.
6. Chương trình đặc biệt cho nhóm đối tượng:
   * Tạo các chương trình đặc biệt hoặc suất chiếu dành riêng cho nhóm đối tượng khác nhau, như người hâm mộ thể loại kinh dị hoặc trinh thám.
7. Thực hiện cuộc khảo sát:
   * Tổ chức cuộc khảo sát để hiểu rõ mong muốn của khán giả và điều chỉnh danh sách phim dựa trên thông tin thu được.

A graph of a bar graph

Description automatically generated with medium confidence

Mẹ Ma Than Khóc và Avengers: Hồi Kết được xem nhiều nhất vì:

Mẹ Ma Than Khóc:

* Cốt truyện của Mẹ ma La Llorona khá đơn giản, tuy nhiên nhờ sự kết hợp với các yếu tố ma mị của văn hóa Mexico và một vài tình huống hài hước được cài cắm khéo léo trong phim. Vậy nên bộ phim được đánh giá ở mức khá tốt, xứng danh là tác phẩm đứng trong vũ trụ The Conjuring
* Mẹ ma than khóc La Llorona có phần hình ảnh khá hấp dẫn với những màn jump scare dồn dập và liên tục, mặc dù thủ pháp này khá cũ nhưng lại tạo hiệu ứng dù dọa khá tốt khiến khán giả chưa kịp hoàn hồn thì lại tiếp tục bị dóa đến hú vía.
* Những lời thoại không quá khô cứng hay nhạt nhẽo và trong 1 vài tình huống thi thoảng được nhẹ nhàng đưa vào ít yếu tố hài hước vào bên trong để giảm lực lên khán giả.
* Ngoài ra những diễn viên cũng đã hoàn thành rất tốt vai trò của mình.
* Trailer hấp dẫn và marketing rất tốt.
* Được chiều vào trúng dịp lễ 30/4 – 1/5 => Nhiều người rảnh và đi xem phim.

Avenger: Hồi Kết

* **Đây là một bộ phim khép lại hơn một thập kỷ của vũ trụ Marvel thực sự trọn vẹn, nếu như so về những trận chiến đấu quy mô lớn thì Avengers vẫn chỉ đạt ở mức ổn so với các cái tên nổi tiếng khác như: Lord of the Rings, The Hobbit đều là những tượng đài của dòng phim chiến đấu quy mô lớn.**
* **Phần bối cảnh, kịch bản và diễn viên thì đây là một điểm mạnh của Avengers: End Game khi mỗi nhân vật đều có chiều sâu riêng, mạch phim không bị rời rạc, mở đầu, giữa phim và kết phim đều rất lôi cuốn và không có một khoảnh khách nào là thừa thãi đối với người xem.**
* **Bộ Phim** đã giải quyết vấn đề, các câu hỏi đặt ra từ các phần trước tương đối triệt để và là cái kết trọn vẹn sau 11 năm của MCU. Hơn hết, bộ phim đã mang đến cho các nhân vật quen thuộc của chúng ta một cái kết xứng đáng, nhưng thỏa mãn hay không lại là góc nhìn của mỗi người.
* Sự hài hước của phim rất dí dỏm và duyên dáng.
* Các diễn viên đã xuất xắc hoàn thành vai diễn.
* Nhờ sự thành công của những bộ phim trước nên được biết đến 1 cách rộng rãi.

Về những bộ phim ít được xem:

Lý do chung:

* Bộ phim bị chiếu cùng với những bộ phim bom tấn như Mẹ Ma Than Khóc, Avengers: Hồi Kết hay John Wick 3: Chuẩn Bị Chiến Tranh.
* Bô phim hướng đến những đối tượng trẻ em và trẻ vị thành niên, phần lớn những đối tượng này còn là học sinh nên bị phụ thuộc vào lịch học.

Lý do riêng:

* Doraemon: Nobita Và Mặt Trăng Phiêu Lưu Ký (PĐ):

Vì những đối tượng đi xem là những người nhỏ tuổi nên thường sẽ ưa chuộng lồng tiến hơn là phụ đề bởi vì tốc độ đọc chữ của đối tượng này không được nhanh nên sẽ bỏ lỡ những chi tiết khi vừa xem hình vừa đọc chữ.

* Corgi: Những Chú Chó Hoàng Gia:

Nội dung của bộ phim đi theo hướng quá quen thuộc và bị đi lệch so với tên của chúng làm chúng không nhận được sự đánh giá tích cực từ nhà phê bình và khán giả.

Để kích thích người xem xem những bộ phim ít được chú ý hơn, các rạp phim có thể thực hiện các giải pháp sau:

1. Chương trình ưu đãi và khuyến mãi:
   * Tổ chức các chương trình ưu đãi giá vé hoặc gói combo cho những bộ phim ít được xem, làm tăng sự hấp dẫn về mặt giá trị cho khán giả.
2. Chiếu đặc biệt và sự kiện:
   * Tổ chức các buổi chiếu đặc biệt hoặc sự kiện lễ ra mắt cho những bộ phim này, với cơ hội gặp gỡ đạo diễn, diễn viên, hoặc thảo luận sau phim để tạo thêm giá trị cho trải nghiệm xem phim.
3. Chương trình thảo luận và hỏi đáp:
   * Tổ chức các buổi thảo luận và hỏi đáp sau các buổi chiếu để khán giả có cơ hội chia sẻ ý kiến và tạo ra cộng đồng yêu thích xem phim.
4. Quảng bá sáng tạo:
   * Sử dụng chiến lược quảng bá sáng tạo để tạo sự tò mò và thu hút sự chú ý của khán giả. Có thể sử dụng các video teaser, poster độc đáo hoặc chiến dịch truyền thông sáng tạo.
5. Hợp tác với cộng đồng và trường học:
   * Hợp tác với các tổ chức cộng đồng, trường học để tổ chức các sự kiện giáo dục và giao lưu liên quan đến nội dung của bộ phim.
6. Chương trình đa dạng hóa nội dung:
   * Đảm bảo danh sách phim đa dạng về thể loại và đối tượng, không chỉ giữa các bom tấn mà còn có những bộ phim độc lập, nghệ thuật và thể loại mới.
7. Tăng cường quảng bá trực tuyến:
   * Sử dụng mạng xã hội và các nền tảng trực tuyến để tăng cường quảng bá và tạo sự lan tỏa thông tin về các bộ phim đang chiếu.
8. Đối tác với các trang web và blog phim:
   * Hợp tác với các trang web và blog phim để có bài đánh giá và phản hồi tích cực, tạo ra động lực cho người xem quan tâm đến những bộ phim này.
9. Sự hỗ trợ từ đội ngũ nhân viên rạp:
   * Huấn luyện đội ngũ nhân viên rạp để họ có khả năng giới thiệu và tư vấn về các bộ phim ít được biết đến, tạo sự quan tâm từ phía khán giả.
10. Xu hướng mua vé của khách hàng

A graph of blue bars

Description automatically generated

Biểu đồ cho thấy rằng lượng khách hàng mua vé qua website (chỉ 96 vé). Từ đó suy ra việc đầu tư,vào kinh doanh, bán vé online chưa thực sự được chú trọng.

=> Rạp nên phát triển, tập trung vào việc bán vé online nhiều hơn.

Thông qua một số phương pháp :

1. Cải thiện website:
   * Thiết kế web và nội dung
   * Tối ưu trải nghiệm người dùng.
   * Nâng cao tốc độ phản hồi của web.
   * Nâng cao tính bảo mật.
   * Đưa ra những chính sách bảo vệ khách hàng như: Đổi, trả, bảo hành.
   * Tích hợp ngân hàng thanh toán trực tuyến.
2. Marketing:

* Tăng cường giao tiếp với khách hàng: hỗ trợ qua những hình thức như email, zalo, điện thoại
* Tạo chương trình khuyến mãi, giảm giá.  
  Chạy các chiến dịch tiếp thị và quảng cáo để đưa đúng sản phẩm đến khách hàng tiềm năng. Ví dụ, chương trình giảm giá cho cặp đôi khi xem phim tình cảm vào ngày valentine, khi đi theo gia đình vào ngày noen sẽ được tặng bắp nước…

Một số lợi ích khi đặt vé xem phim online:

1. Đối với rạp chiếu phim:

* Giúp quảng bá thương hiệu đến nhiều đối tượng khách hàng hơn.
* Dễ quảng bá hình ảnh các bộ phim và dịch vụ mà rạp mang lại.
* Tiết kiệm chi phí hơn so với việc bán vé truyền thống.
* Tăng doanh thu, lợi nhuận, lượng truy cập và mở rộng tệp khách hàng

1. Đối với khách hàng:

* Không phải tối thời gian chờ đợi, xêps hàng, đi lại so với việc đặt vé tại quầy
* Tiết kiệm chi phí thông qua những chương trình ưu đãi
* Tối ưu hóa trải nghiệm của bản thân, đa dạng sự lựa chọn.
* Có thể đặt vé bất cứ đâu bất cứ nơi nào

Dựa vào số liệu trên dễ dàng để nhận thấy có 3 nhóm nhân viên:

* Nhóm 1: Những nhân viên có số lượng vé bán ra nhiều. (emp011, emp006, emp012, emp014)
* Nhóm 2: Những nhân viên có số lượng vé bán ra trung bình. (emp005, emp008, emp002, emp010, emp007, emp004)
* Nhóm 3: Những nhân viên có số lượng vé bán ra ít hoặc rất ít. (emp009, emp003, emp001, emp015, emp013)

=> Rạp cần tăng số lượng nhóm 1, giảm đến mức tối thiểu số lượng nhóm 3 và cải thiện nhóm 2. Sau đây là một số phương pháp:

* Đưa ra bảng đánh giá, những nguyên nhân mà nhân viên vì sao bán ra số lượng vé đạt/ không đạt chỉ tiêu.->Tìm hiểu và khắc phục nguyên nhân khiến nhân viên không đạt được chỉ tiêu KPI.
* Đặt ra mức thưởng phạt nếu nhân viên đạt/ không đạt chỉ tiêu.
* Phát huy và phát triển những nhân viên có thành tích suất sắc
* Kiểm tra, đào tạo lại kỹ năng bán hàng của nhân viên.
* Đào thải những nhân viên không đạt chỉ tiêu.
* Tuyển dụng thêm những nhân viên có năng lực

1. Số lượng vé được bán ra theo ngày trong tuần

A graph with numbers and a line

Description automatically generated

Biểu đồ cho thấy sự biến đổi trong số lượng vé được bán ra trong suốt tuần.

1. Chủ nhật : Rõ ràng đây là ngày có số lượng vé xem cao nhất trong tuần.

* Một số lý do phải để đến như:
  + Chủ nhật chính là ngày nghỉ chung.
  + Mọi người có nhu cầu giải trí cũng như xả stress nhiều.
* Để phát huy cũng như cải thiện thêm doanh thu cso thể áo dụng một số cách:
  + - Xác định rõ từng đối tượng khách hàng để quảng bá
    - Giữ được chất lượng phục vụ. Đây là khoảng thời gian khác hàng tăng cao đột biến nên rất dễ xảy ra những lỗi không đáng có trong quá trình phục vụ kể cả khách quan lẫn chủ quan.

1. Thứ Năm : Đây là một ngày có số lượng người xem tăng cao rõ rệt.

* Một số nguyên do:
* Tại Đà Nẵng phần đa các trường THCS trường thường được cho học sinh học rất ít ở thứ Năm (Chỉ học 2-3 tiết vào buổi sáng hoặc chiều), thi thoảng sẽ không học vào thứ Năm, để cho học sinh có thời gian tham gia các hoạt động và nhà trường tổ chức những sự kiện hoặc chỉ đơn giản đây là một ngày nghỉ để giúp học sinh không quá căng thẳng trong một khoảng thời gian dài.

A table of information with text

Description automatically generated with medium confidence*Thời khóa biểu của THPT Trần Phú*

A table of information with text

Description automatically generated

*Thời khóa biểu của THCS Trần Quý Cáp*

A table with yellow and black text

Description automatically generated

A table with yellow and black text

Description automatically generated

* Đây là một thời điểm tốt để tập trung khai thác và tăng doanh thu. Nhưng bên cạnh đó cũng cần phải chú ý một số điều:

Xác định rõ tệp khách hàng: Với những data có được tại các rạp chiếu phim cũng như lịch học từ các trường cấp 3 -> đối tượng chính là học sinh.

Chọn thể loại phim phù hợp để công chiếu cũng như quảng bá -> tăng hiệu quả thu hút

Bán, trang trí bằng những vật dụng đang trend -> tăng doanh thu, có chỗ để giới trẻ check-in.

Tạo ra sự kiện với tính chất độc nhất -> tạo tâm thế bị bỏ lỡ

1. Thứ Bảy : đây là ngày có số lượng vé ở mức trung bình, là một phần của cuối tuần, nhưng do học sinh bận rộn với việc học nên số lượng vé bán ra không cao như mong đợi. Không quá cao cũng không quá thấp -> Thời gian rất tiềm năng để đẩy mạnh việc thu hút người xem

- Khó khăn:

Đây là một ngày có sự cạnh tranh lớn với những phương thức giải trí khác.

Khó khăn trong việc đảm bảo dịch vụ. Khi đẩy mạnh việc thu hút lượng khách hàng sẽ phải đối mặt với những vấn đề như quá tải, không đủ mặt bằng…

Lịch trình bận rộn của khách hàng: mặc dù đây là một ngày nghỉ trong tuần nhưng khách hàng thường sẽ bận rộn với những lịch trình cùng gia đình, các hoạt động xã hội cũng như cá nhân.

=> Những vấn đề trên có thể dễ cải thiện

- Thuận lợi:

Đây là thời gian rảnh rỗi trong tuần.

Nhu cầu giải trí cao. Sau khoảng thời gian làm việc căng thẳng phần đa mọi người sẽ muốn nghỉ xả hơi, giải trí để giải tỏa áp lực mệt mỏi, tăng sự kết nối đối với người thân.

=> Đây là những lý do quan trọng quyết định đến số lượng khách hàng và tăng doan thu

1. Ngày đầu tuần - thứ Hai đến thứ Tư - chứng kiến mức độ bán vé thấp-> Đây là khoảng thời gian làm việc, học tập cố định của phần đa mọi người

=> Để cải thiện được lượng người xem phim vào những ngày này rạp có thể áp dụng một số cách như sau:

Kết hợp với nhà trường, tổ chức giáo dục cho học sinh trải nghiệm hoạt động ngoại hóa với một mức giá ưu đãi hơn. Có thế chiếu những bộ phim liên quan đến bài học của học sinh -> điều này giúp cho đối tượng chủ chốt của rạp chiếu phim ( học sinh) cảm thấy bớt nhàm chán trogn các buổi học, bên cạnh đó tạo sự kết nối, nhân diện thương hiệu của rạp đến với tệp khách hàng là học sinh

Tổ chức các sự kiện đặc biệt: Để thu hút khách hàng, bạn có thể tổ chức các sự kiện đặc biệt như buổi chiếu phim trước khi ra mắt, buổi gặp gỡ với diễn viên hoặc những chương trình giảm giá.

Đẩy mạnh việc bán vé online và truyền thông trên các mạng xã hội.

1. Số lượng vé được bán ra theo từng khung giờ trong ngày

A graph with numbers and lines

Description automatically generated

Biểu đồ trong hình ảnh minh họa sự biến đổi trong việc bán vé xem phim tại các giờ khác nhau trong ngày:

* Từ 18h đến 21h: có một sự tăng mạnh trong việc bán vé khi đã kết thúc giờ làm việc và nhiều người có thời gian để thưởng thức một bộ phim.
* Từ 15h đến 17h: cũng có một sự tăng trong việc bán vé khi học sinh và thanh thiếu niên, sau khi kết thúc các lớp học, thường chọn thời gian này để xem phim với bạn bè.
* Từ 8h đến 14h: việc bán vé tương đối thấp vì hầu hết mọi người đang bận rộn với công việc hoặc học tập.

Để giải quyết vấn đề giảm lượng bán vé xem phim trong khoảng thời gian từ 8h đến 14h, có thể áp dụng các giải pháp sau:

1. Thực hiện suất chiếu đặc biệt:
   * Tổ chức các suất chiếu đặc biệt, ví dụ như "Suất chiếu trưa" với giá vé giảm hoặc các ưu đãi đặc biệt vào những khung giờ này.
2. Chương trình chiếu phim ngắn thời gian:
   * Đa dạng hóa chương trình chiếu bằng cách đưa vào lịch các bộ phim ngắn thời gian, phù hợp với những người có ít thời gian như giờ trưa.
3. Giá bán của các loại vé

A graph with numbers and a blue bar

Description automatically generated with medium confidence

Vé 45k và 75k là vé đơn.

Vé 90k và 160k là vé đôi.

Vé 45k được mua nhiều hơn tại vì nó hợp túi tiền với mọi người.

Vé đôi đang không hấp dẫn người đi xem phim

=> Cần đưa ra các ưu đãi đặc biệc vào các dịp lễ để kích thích các cặp đôi đi xem phim

* Chương trình khuyến mãi: Tạo ra các chương trình khuyến mãi đặc biệt cho vé đôi như giảm giá, tặng quà kèm theo, hoặc chương trình tích điểm.
* Marketing và quảng cáo: Tăng cường hoạt động marketing và quảng cáo để thu hút khách hàng. Có thể sử dụng các kênh truyền thông xã hội, email marketing, hoặc quảng cáo trực tuyến.
* Tối ưu hóa trải nghiệm khách hàng: Cải thiện trải nghiệm khách hàng từ quá trình mua vé đến khi xem phim. Điều này có thể bao gồm việc cải thiện giao diện website, tăng cường chất lượng dịch vụ, hoặc cung cấp thêm các tiện ích.
* Hợp tác với các đối tác: Hợp tác với các đối tác như nhà hàng, khách sạn, hoặc các dịch vụ giải trí khác để tạo ra các gói combo hấp dẫn.
* Tạo sự kiện đặc biệt: Tổ chức các sự kiện đặc biệt như buổi chiếu sớm, buổi chiếu đặc biệt cho các nhóm khách hàng nhất định (như học sinh, sinh viên, cặp đôi) có thể thu hút thêm khách hàng.

1. Các loại đánh giá của phim

A graph with blue bars

Description automatically generated

Trong ngữ cảnh ngày càng phát triển và đa dạng của ngành công nghiệp giải trí, việc xây dựng một chiến lược chọn rating phim phù hợp là quan trọng không chỉ với góc độ kinh doanh mà còn với góc độ đáp ứng đa dạng đối tượng người xem. Bản báo cáo này đặt ra câu hỏi cụ thể về việc làm thế nào chiến lược này có thể tạo ra sự hấp dẫn và giữ chân một cách hiệu quả nhất.

Rating của một bộ phim không chỉ là một con số, mà là một biểu tượng của sự cam kết đối với khán giả. Nó không chỉ làm ảnh hưởng đến doanh thu mà còn ảnh hưởng đến cách mà người xem đánh giá chất lượng của một sản phẩm điện ảnh.

Có ba hệ thống xếp hạng phim phổ biến hiện nay:

* Rating TV-PG: Phù hợp cho trẻ em từ 9 tuổi trở lên, với nội dung có thể chứa một số cảnh bạo lực nhẹ hoặc ngôn ngữ không phù hợp.
* Rating TV-G: Dành cho mọi lứa tuổi, với nội dung an toàn và phù hợp cho cả gia đình cùng thưởng thức.
* Rating PG: Phù hợp cho mọi lứa tuổi nhưng cần sự hướng dẫn từ phụ huynh, với nội dung có thể chứa một số cảnh bạo lực, ngôn ngữ hoặc hình ảnh không phù hợp với trẻ em.

Mỗi hệ thống xếp hạng phim đều mang đến những ưu điểm riêng biệt. Rating TV-PG tạo môi trường xem phim an toàn cho học sinh mà không cần giám sát quá chặt chẽ. Rating TV-G mở rộng đối tượng người xem, tạo sự thoải mái cho cả gia đình cùng thưởng thức. Rating PG giữ chân được cả khán giả trẻ và lớn tuổi, đồng thời giúp phụ huynh kiểm soát nội dung mà con em mình tiếp cận.

* Hệ thống xếp hạng phim mang lại nhiều lợi ích cho các đối tượng khác nhau:
* Đối với nhà sản xuất phim: Hệ thống xếp hạng phim giúp họ xác định đối tượng mục tiêu cho bộ phim của mình, từ đó xây dựng chiến lược marketing phù hợp và thu hút lượng người xem tiềm năng.
* Đối với người xem: Hệ thống xếp hạng phim giúp người xem lựa chọn nội dung phù hợp với lứa tuổi và sở thích, tiết kiệm thời gian và công sức tìm kiếm phim.
* Đối với phụ huynh: Hệ thống xếp hạng phim giúp phụ huynh kiểm soát nội dung mà con em mình tiếp cận, bảo vệ trẻ em khỏi những nội dung không phù hợp với lứa tuổi.
* Để hệ thống xếp hạng phim phát huy hiệu quả tối ưu, cần có sự hợp tác chặt chẽ giữa các bên liên quan:
* Nhà sản xuất phim: Cần cam kết tuân thủ hệ thống xếp hạng phim, đảm bảo nội dung phim phù hợp với rating đã chọn.
* Cơ quan quản lý: Cần có những quy định và biện pháp để đảm bảo hệ thống xếp hạng phim được thực thi nghiêm túc.
* Phụ huynh: Cần nâng cao nhận thức về hệ thống xếp hạng phim và sử dụng nó như một công cụ hữu ích để lựa chọn phim phù hợp cho con em mình.

Chiến lược chọn rating không chỉ là một bước quan trọng trong kinh doanh mà còn là một tuyên bố về cam kết với sự đa dạng và tích cực. Qua chiến lược này, chúng tôi mong muốn không chỉ tạo ra một không gian thoải mái mà còn mở rộng cơ hội cho mọi gia đình để thưởng thức những bộ phim độc đáo và đa dạng.

1. Lượng mua bỏng ngô

A graph of a bar chart

Description automatically generated with medium confidence

Bỏng ngô thường được bán độc lập, không kèm theo vé, làm hạn chế khả năng thu thập dữ liệu từ khách hàng. Thực tế, đối tượng chính tiêu thụ bỏng ngô tại rạp phim là học sinh và thanh thiếu niên. Có lẽ điều này là do họ thường xuyên tham gia các buổi xem phim và có sở thích đặc biệt đối với sản phẩm này.

Một chiến lược hiệu quả để tăng doanh số bán ra của bỏng ngô là tận dụng sự yêu thích của học sinh và thanh thiếu niên đối với việc đi xem phim. Việc tặng kèm ly hoặc túi đựng bỏng ngô khi mua theo combo có thể là một cách hấp dẫn để kích thích giới trẻ mua nhiều hơn. Điều này không chỉ làm tăng giá trị sản phẩm mà còn tạo ra trải nghiệm mua sắm tích cực và độc đáo.

Ngoài ra, để thu hút sự chú ý của khách hàng, có thể cân nhắc đưa vào chương trình khuyến mãi như giảm giá hoặc quà tặng miễn phí cho những đợt chiếu phim đặc biệt. Việc hợp tác với rạp phim để tổ chức các sự kiện hoặc chương trình giải đố với phần thưởng là sản phẩm của mình cũng có thể làm tăng sự tương tác và nhận thức thương hiệu.

Hơn nữa, việc nghiên cứu thị trường để hiểu rõ hơn về mong muốn và xu hướng của đối tượng mục tiêu có thể giúp phát triển các chiến lược quảng cáo hiệu quả. Bằng cách này, doanh nghiệp có thể tối ưu hóa kích thước sản phẩm, bảng giá và chiến dịch quảng bá để nắm bắt một cách hiệu quả nhất nhu cầu của khách hàng.

1. Vị trí ngồi được ưa thích

A graph of a graph

Description automatically generated with medium confidence

Ghế G, F, E, H, được sắp xếp ở các vị trí 10, 9, 8, 7 và 6 đang thu hút sự ưa chuộng đặc biệt từ khán giả. Lý do chủ yếu là vì chúng tọa lạc ở trung tâm rạp, mang lại một loạt các lợi ích khi xem phim.

Đầu tiên, với vị trí trung tâm, những ghế này cung cấp cái nhìn tốt nhất để thưởng thức bộ phim, đảm bảo không có cảm giác bị méo hiển thị hay bất kỳ góc nào không lý tưởng. Điều này giúp khán giả không bỏ lỡ bất kỳ chi tiết quan trọng nào của câu chuyện.

Thứ hai, sự đặt ghế ở vị trí trung tâm cũng giúp đảm bảo không có cảm giác cách ly khi xem phim. Không có góc nhìn bị hạn chế, người xem có thể hoàn toàn đắ immersed vào trải nghiệm phim mà không bị phân tâm bởi sự cách biệt vị trí.

Để cải thiện thêm trải nghiệm xem phim, rạp có thể xem xét việc cải thiện hệ thống âm thanh và ánh sáng xung quanh những ghế này. Sử dụng công nghệ âm thanh vòm và chiếu sáng môi trường phù hợp có thể làm tăng thêm không khí và đưa ra trải nghiệm độc đáo cho khán giả.

Ngoài ra, tạo các ưu đãi đặc biệt như giảm giá cho những người chọn những ghế này hoặc tích hợp chúng vào các gói combo giá trị cũng có thể kích thích sự quan tâm từ phía khán giả.