

www.cinebank.com

Una página para sentirse como en el cine

Esta cadena de videocajeros lleva años apostando por Internet, y su última actualización data del año 2004. En palabras de Judith Borrás, directora de 'Marketing' de la enseña, "es un canal muy interesante para nuestro sector, ya que es fundamental estar siempre en constante evolución para adaptarse a lo que nuestros más de dos millones y medio de clientes nos demandan".

Aunque la puesta en marcha de esta web se encargó a una empresa especializada, "todo lo referente a la actualización y contenidos lo hacemos a través de nuestro departamento propio de multimedia, ya que se trata de un proyecto cuya clave radica en tenerla actualizada semanalmente para presentar los últimos estrenos del momento".

Además, la importancia que conceden a esta herramienta se observa en el hecho de que "estamos destinando entre un 30% y un 40% del presupuesto publicitario a mantener el dominio".

AL DÍA

A la hora de definir la página, Judith Borrás considera que es "sencilla en apariencia, muy completa y con el diferencial de que está siempre actualizada". Incluso, recalca que "su alta calidad en todos los aspectos es lo que nos distingue de los competidores".

A esta web suelen entrar internautas "cuyo perfil coincide con el tipo de público que al-

quila en Cinebank, quienes visitan sobre todo la sección de últimas novedades".

Y de cara a sus franquiciados, la directora de Marketing cree que el sitio de Internet "les aporta valor añadido y muy buena imagen, puesto que es un canal de fidelización muy potente".

Por último, los objetivos que le han reservado a cinebank.com pasan por "mejorar su diseño y potenciar aquellas secciones que mejor están funcionando, con el fin de continuar siendo el referente como portal del cine en casa". @

Judith Borrás,
directora de 'Marketing'

"El dominio aporta valor añadido y muy buena imagen a nuestros franquiciados, al tratarse de una herramienta de fidelización muy potente"

