

Cinépolis.

TALLER DE OPERACION





MISIÓN



Ser la mejor opción de entretenimiento fortaleciendo nuestro liderazgo en la industria cinematográfica a nivel internacional, ofreciendo diversión, innovación y un servicio estelar.



CERO
ERRORES



¿COMO?



BRINDANDO UN SERVICIO
ESTELAR



www.cinepolis.com



**CERO
ERRORES**

GRANDES

**¿SOMOS HOY UNA DE LAS MEJORES
EMPRESAS DE SERVICIOS?**

MARCAS



www.cinepolis.com

Interbrand

Creating and managing brand value™



BEST GLOBAL BRANDS

1



2



3



4



5



6



7



8



TOYOTA

9



10



Mercedes-Benz

500 EXPANSIÓN

LAS EMPRESAS MÁS IMPORTANTES DE MEXICO

1



2



3



4



5



6



7



8



9



10



FORTUNE



WORLD'S MOST ADMIRABLE COMPANIES

1



2



3



4

BERKSHIRE HATHAWAY

5



6



7



8



9



10



GRANDES MARCAS

1. Atraer y retener talento

2. Dirección



3. Responsabilidad social

4. Innovación

GRANDES MARCAS

5. Calidad de Productos y Servicios

6. Excelencia en Ejecución

7. Enfoque en el Cliente

8. Consistencia

**PIENSAN EN
EL CLIENTE**



Disney





amazon

CONSISTENCIA





**CERO
ERRORES**

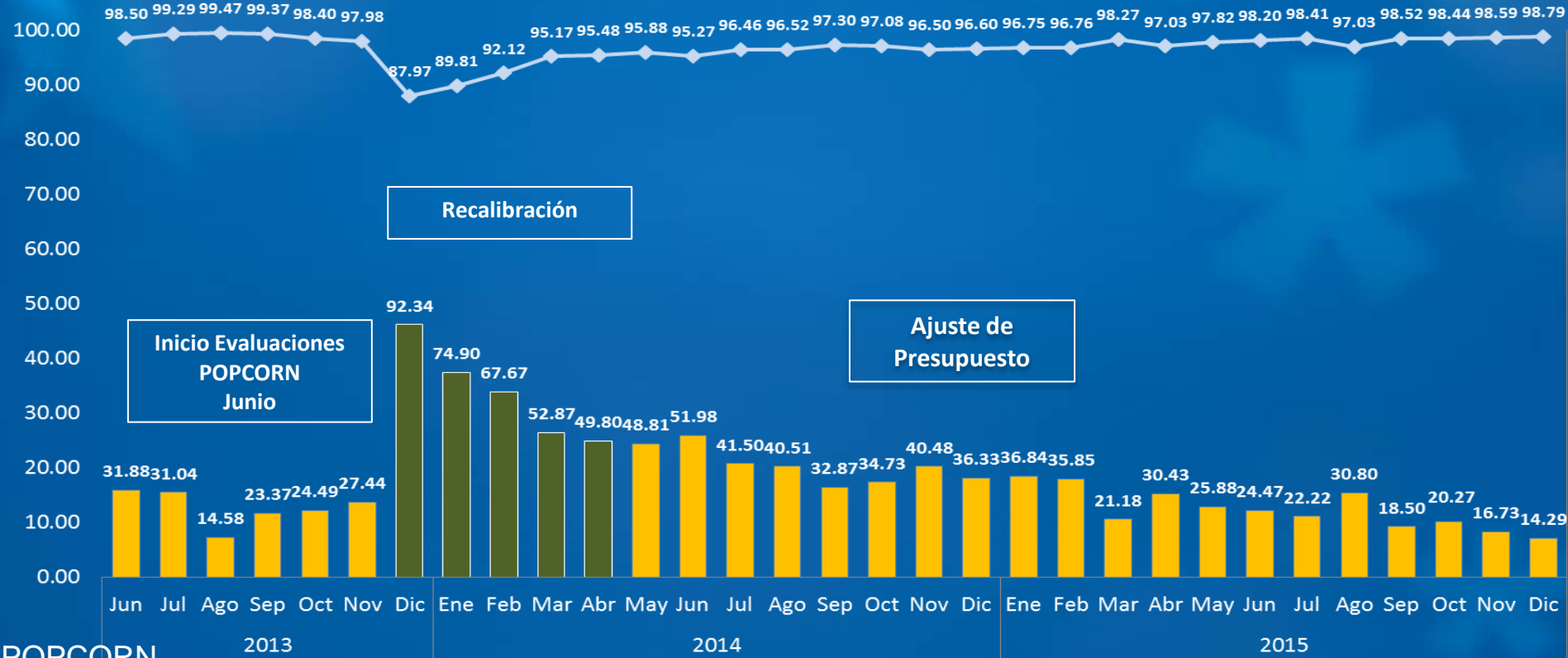




Iniciativa integral para alinear la visión de Cinépolis poniendo al cliente en el centro de toda nuestra actividad.



COMPARATIVO Mensual 2013 / 14 / 15



Calificaciones:

Ene – Dic 2014 → 47.63

Ene – Dic 2015 → 25.22

POPCORN Mystery Shopper

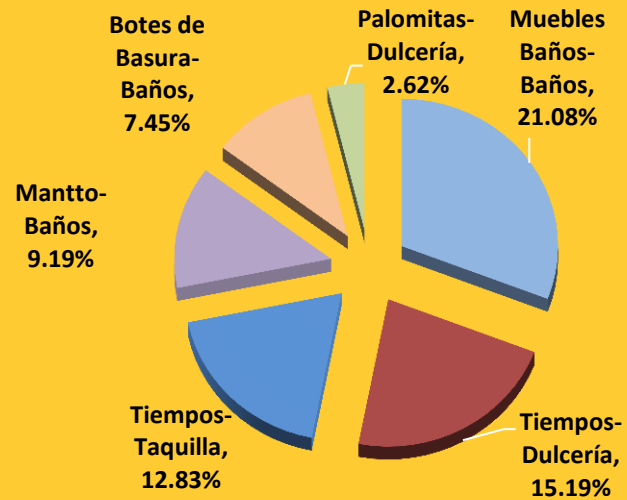
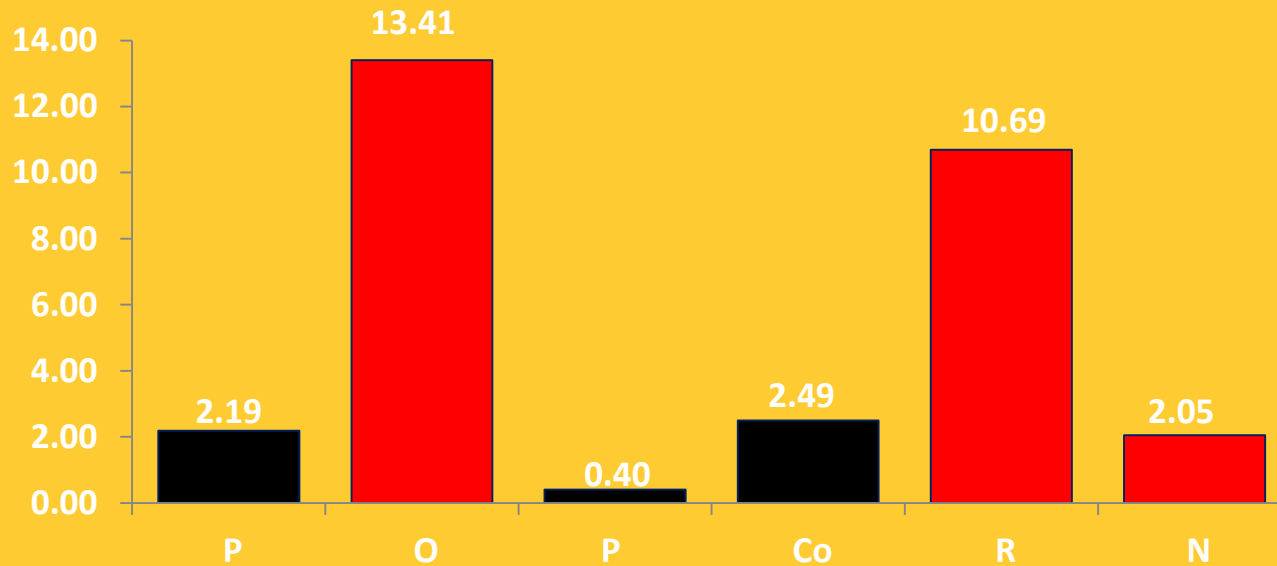


**DONDE
ESTAN LAS
OPORTUNIDADES**



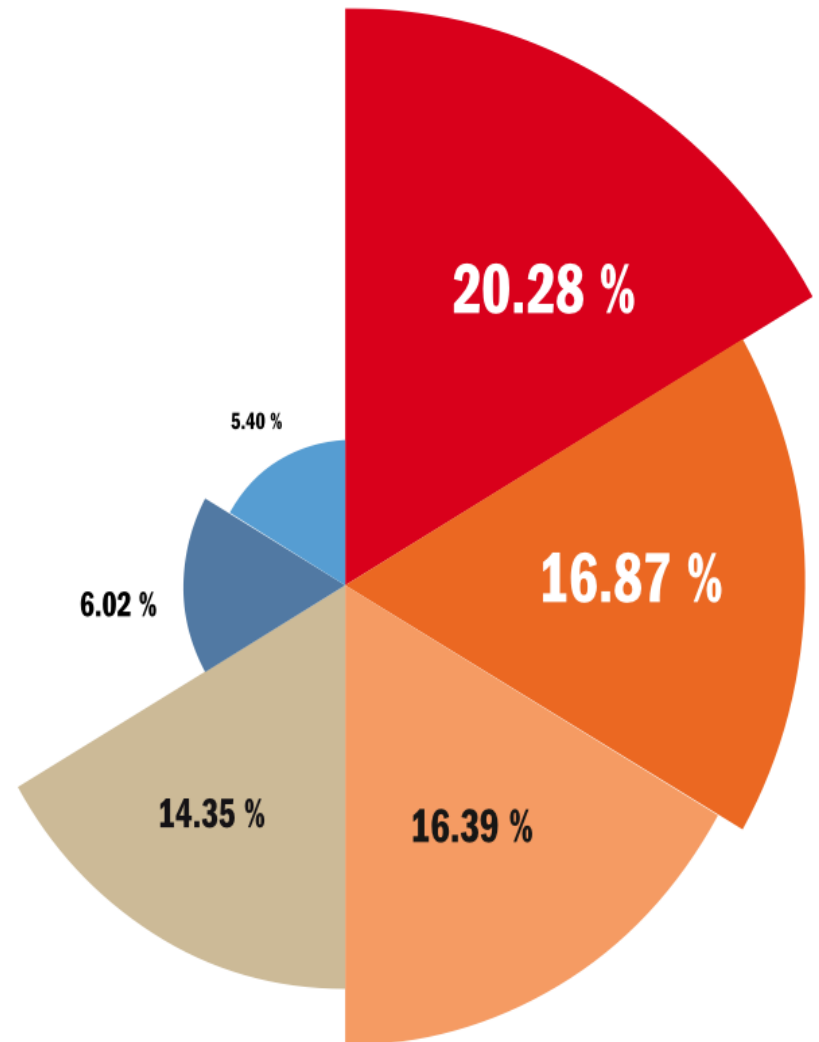


**HAY QUE
ACTUAR
EN TRES
LETRAS**



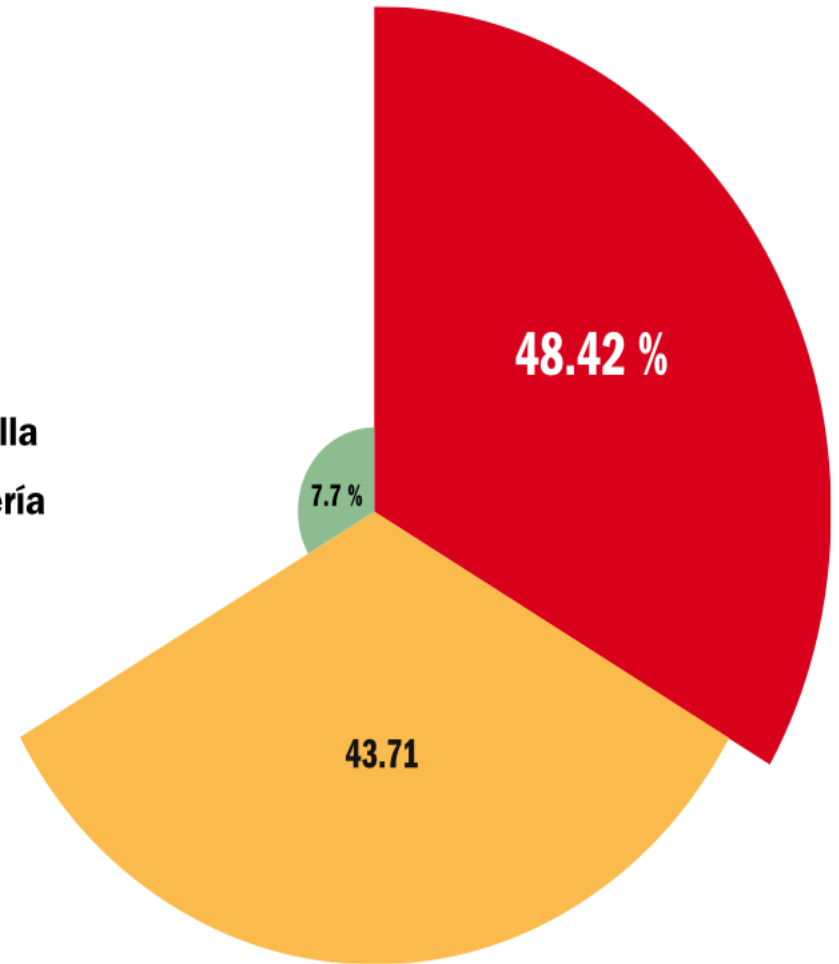
PENALIZACIONES ORDEN Y LIMPIEZA

- Que estuvieran limpios los baños
- El baño en buenas condiciones
- Basureros menos del rango establecido
- Mobiliario seco y sin manchas
- El baño tenía un olor agradable
- Mecanismos funcionando



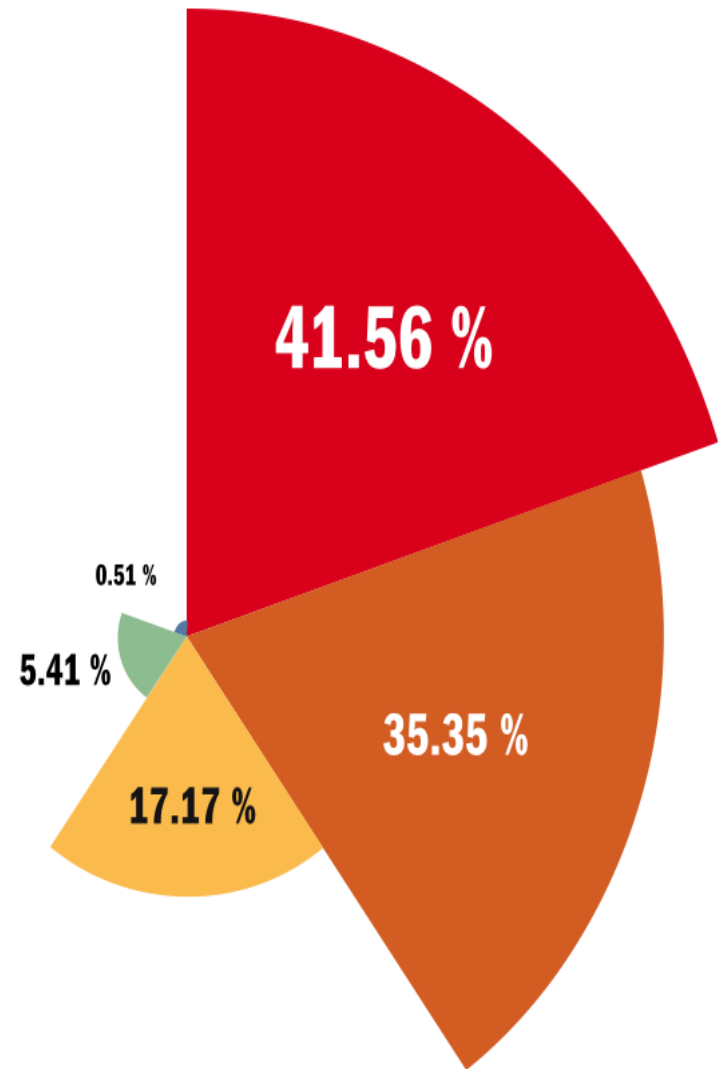
PENALIZACIONES NIVEL DE SERVICIO SORPRENDENTE

- Bienvenida/Despedida y Sonrisa – Taquilla
- Bienvenida/Despedida y Sonrisa – Dulcería
- Bienvenida/Despedida y Sonrisa – VIP



PENALIZACIONES RAPIDEZ

- **Tiempo atención en dulcería fila y mostrador**
- **Tiempo fila Taquilla y mostrador**
- **Tiempo entrega de orden RSB**
- **Tiempo de atención RSB**
- **Tiempo toma de orden RSB**



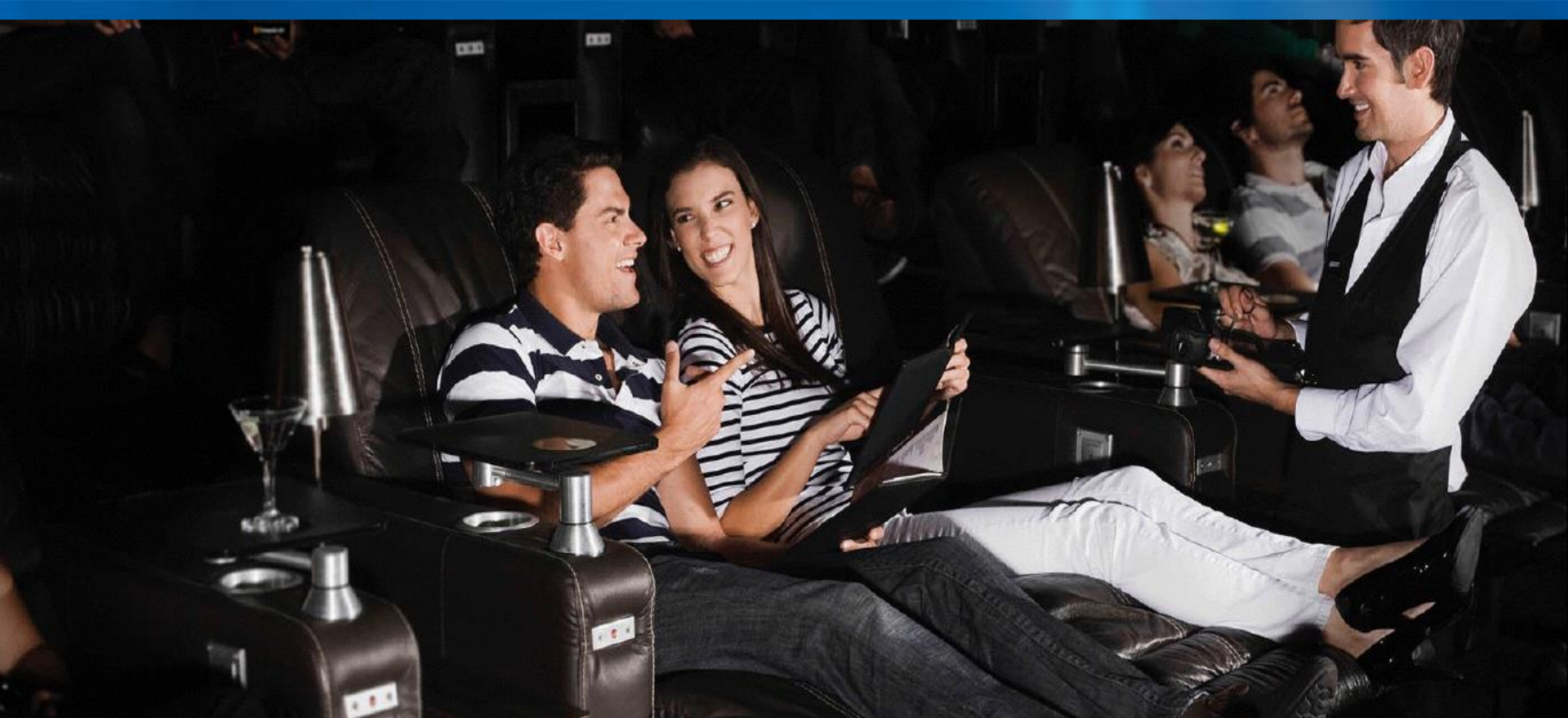


META



**Orden y Limpieza son elementos muy claros
y es un tema de mayor foco en la operación**





**El nivel de servicio sorprendente
lo estarán revisando con RH**



**LA RAPIDEZ
ES OTRA HISTORIA**



LOS
MEXICANOS
DESTINAMOS
NUESTRO
TIEMPO A



**HABLAR
POR
TELÉFONO**

180 DÍAS



BAÑARSE



117 DÍAS

730



VESTIRSE



177 DÍAS



531

AFETARSE

DEPILARSE

140



72 DÍAS

5000

HACER FILA

DÍAS






Nuestro objetivo principal es hacer eficiente la experiencia de nuestros clientes pero también podemos contribuir a que pasen más ratos felices.

EL TIEMPO



ES CLAVE

A green clock face with white hands and numbers, set against a blue background. The clock is centered in the upper half of the image. The hands are white and the numbers are also white. The background is a solid blue color.

**¿QUÉ PASA
CUANDO NOS
EXCEDEMOS EN
EL TIEMPO DE
ESPERA?**

**PAUSA. NO QUERRÁS
QUE ESTO LLEGUE A
PASAR
¿CIERTO?**

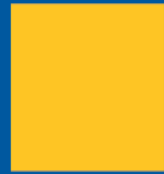


A green clock face with white hands and numbers, set against a blue background. The clock is centered in the upper half of the image. The hands are white and the numbers are also white. The background is a solid blue color.

El tiempo es muy importante para nuestro cliente y es un factor crítico en la experiencia en Cinépolis



TIEMPO DE FILA EN DULCERÍA



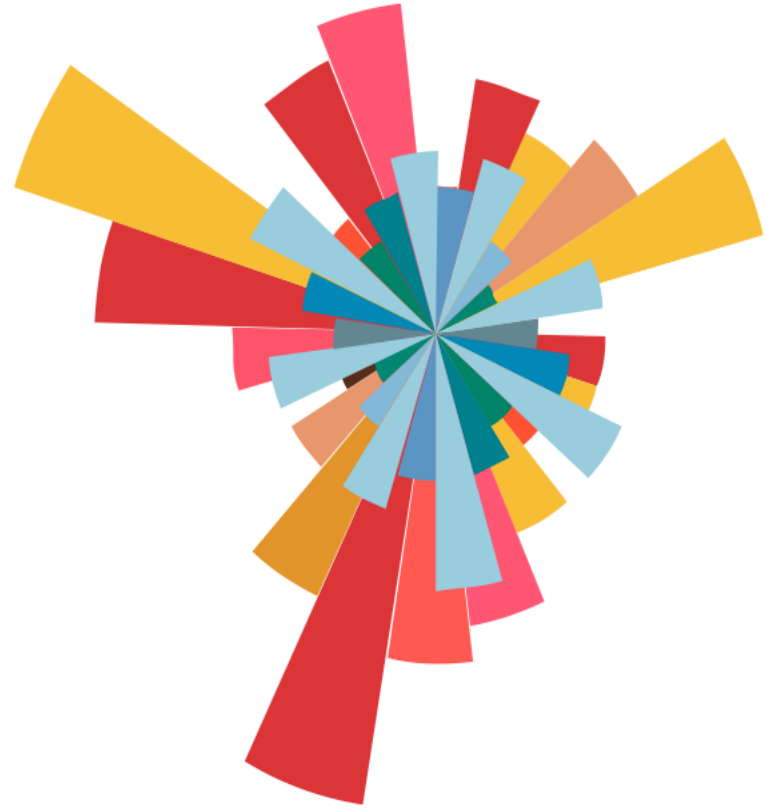
MODELOS UNIFILA VS. MULTIFILA

**Controla la variación
de tiempo que los clientes
esperan en fila.**



MODELOS UNIFILA VS. MULTIFILA

**Controla la ansiedad,
la espera injusta
parece más larga que
esperar justamente**



MODELOS

Elimina el “Jocking”





STAY IN QUEUE

MULTIFILA VS. UNIFILA

UNIFILA VENTAJAS



1. REDUCE EL TIEMPO DE ESPERA



UNIFILA VS. MULTIFILA



% UTILIZACION POS



BENCHMARK



ENTRETENIMIENTO



VENTAS



ESTADIOS





PILOTO UNIFELA

 **Cinépolis.**

**INCREMENTANDO LA SATISFACCIÓN
DEL CLIENTE**

PILOTO UNIFILA TRACKING

Var vs Año (Abr - Dic) Anterior 2014 - 2013

2^o Pabellón
Guadalajara **27.81 %**

1^o Galerías
Guadalajara **28.11 %**

3^o Galerías
Valle
Oriente **27.76 %**

PILOTO UNIFILA MISTERY SHOPPER

Var vs Año (Abr - Dic) Anterior 2014 - 2013

SAN LUIS
POTOSÍ

3^o

Plaza
San Luis

16.67 %

GUADALAJARA

1^o

Galerías
Valle
Oriente

50.00 %

2^o

Sendero
Villahermosa

38.89 %

VILLAHERMOSA

PILOTO UNIFILA POPCORN

Dif (Jun '13 - Mar '14) vs (Abr - Dic 14)

SAN LUIS
POTOSÍ

2^o

Plaza
San Luis

-30.00

3^o

Plaza
Telmex

-28.89

DF Y AM

PUEBLA

1^o

Angelópolis

-37.78

UNA CORRECTA IMPLEMENTACIÓN



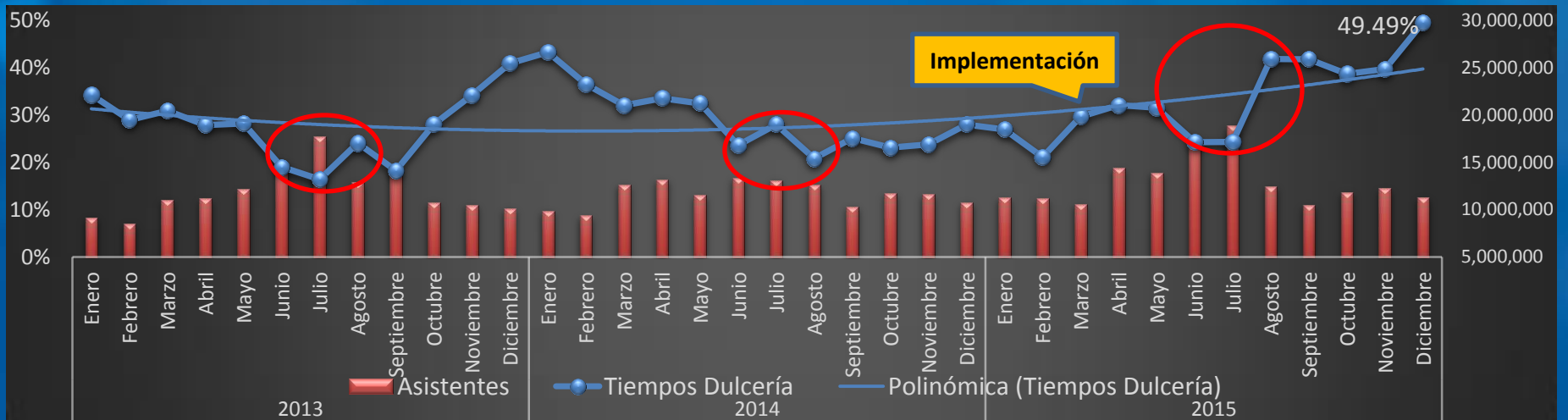
**EXCELENTE
RESULTADOS DE**

SATISFACCIÓN

Roll Out Nacional.

Roll Out Nacional.

- El 1ro de Abril se recabo información mediante Nexus donde se garantizó la **instalación al 100% en conjuntos Tradicional y Bajo Costo**



	Indicador de Servicio	2013	2014	2015	Vs 2014	Vs 2013
Con UNIFILA (Abr - Dic) '15	Asistentes	114,393,820	108,121,348	122,326,201	13.14%	6.93%
	Tracking Tiempo Dulcería	26.29%	26.47%	35.93%	9.47%	9.64%
	Satisfacción General	63.31%	58.77%	59.20%	0.43%	-4.11%
	POPCORN Tiempos	16.41%	16.40%	10.70%	5.70%	5.71%

	Indicador de Servicio	2013	2014	2015	Vs 2014	Vs 2013
Sin UNIFILA (Ene - Marzo) '15	Asistentes	28,710,393	31,861,488	33,007,755	3.60%	14.97%
	Tracking Tiempo Dulcería	31.33%	37.24%	25.89%	-11.36%	-5.44%
	Satisfacción General	64.75%	64.55%	55.85%	-8.70%	-8.90%
	POPCORN Tiempos		12.15%	7.55%	4.60%	



DIRECCIONADOR

ENTRADA

ESPERE
SU TURNO

POSTES
UNIFILA

DATOS
ADICIONALES

**UNA CORRECTA IMPLEMENTACIÓN NOS
PERMITIRA OBTENER EXCELENTES RESULTADOS
EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**

Kit de Unifila

1. Postes
 - Postes de barrera
2. Numeración
3. Sujetadores
4. Datos curiosos
5. Entrada & salida
6. Espere su turno
7. Direccionador & botoneras



Postes unifila



Adaptadores para señalamientos



Cartoncillo "Espere su turno" para postes unifila



Cartoncillo "Entrada" para postes unifila



Cartoncillo "Datos curiosos" para postes unifila



Cartoncillo "Salida" para postes unifila



Cartoncillo "Espere su turno" para direccionador



Direccionador



Señalización de números de POS

1. Postes Unifila

- I. Postes barrera a 1.7 m de la barra de POS.
- II. Colocación en S o en L
- III. Cubre toda la barra de POS



2. Numeración

- I. Colocarlos en un lugar visible
- II. De izquierda a derecha en forma ascendente



3. Sujetadores

- I. Son los adaptadores que sostienen los cartoncillos o letreros en los postes



4. Datos Curiosos

- I. Distractores que generan temas de discusión
- II. Hacen que la percepción del cliente del tiempo de espera en la Unifila sea menor.

¡Pst, pst!
sabias que...

Sandra Bullock
ganó el Oscar a la mejor actriz por *"The Blind Side"* y el premio Razzie a la peor actriz por *"All About Steve"* el mismo año (2010).

El nombre de
Indiana Jones
viene del perro de George Lucas (Director), Indiana.
En ese perro también se basó Lucas para el personaje de **Chewbacca**.

Quvenzhané Wallis
de 9 años, actriz de la película *"Una Niña Maravillosa"*
es la **más joven nominada** para Mejor Actriz en los premios Oscar de la historia.

 **Cinépolis.**

¡Pst, pst!
sabias que...

Antes de convertirse en un actor exitoso
Brad Pitt
trabajó disfrazado de un pollo gigante para la cadena de restaurantes *"El pollo Loco"*.

Los ojos de
Yoda,
maestro Jedi de *"La Guerra de las Galaxias"* están basados en los de Einstein, por su "humanidad universalmente reconocida".

El Festival Internacional de Cine de Morelia
(FICM), es uno de los más reconocidos a nivel internacional.

 **Cinépolis.**

5. Entrada y salida

- I. Delimitan la entrada y la o las salidas del recorrido
- II. Ayudan a que los clientes no pasen directamente a algún punto de venta en los extremos



 Cinépolis



 Cinépolis

6. Espere su turno

I. Existen dos:

I. Para los postes

II. El que va debajo del direccionador



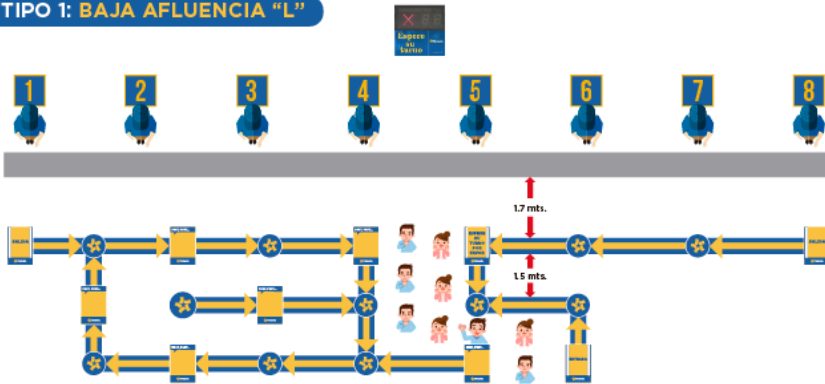
7. Direccionador y botoneras

- I. Colocar direccionador en el punto medio de todos lo puntos de venta
- II. En frente de donde desemboca la Unifila (hostess)



GUÍA VISUAL ACOMODO UNIFILAS

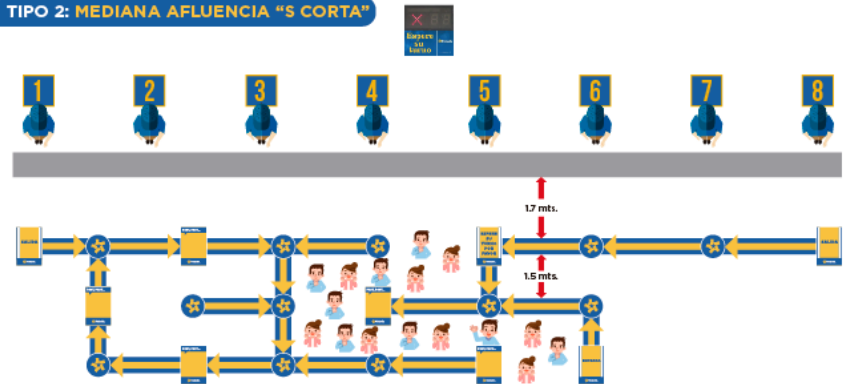
TIPO 1: BAJA AFLUENCIA "L"



CLIENTES EN LA UNIFILA EN ESPERA
 LAS FLECHAS INDICAN EL ORIGEN Y DIRECCIÓN DE LA CINTA

Se utiliza en horarios de **Baja** afluencia. Recuerda que los clientes en la Unifila no deben rebasar el letrero de Entrada; si observas que esto está por suceder, cambia al modelo de Media Afluencia.

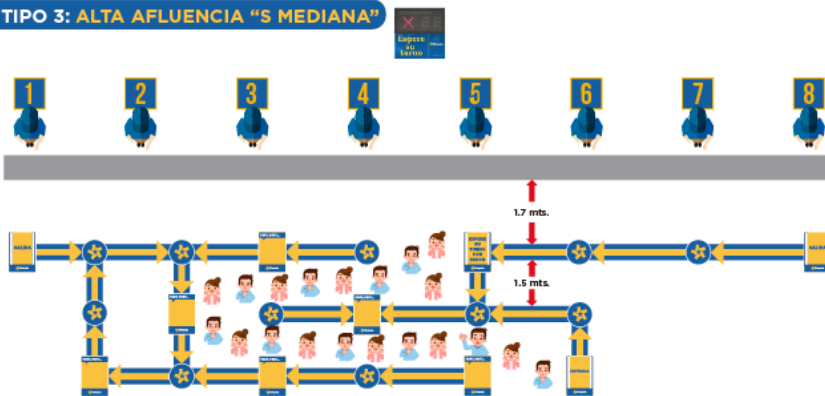
TIPO 2: MEDIANA AFLUENCIA "S CORTA"



CLIENTES EN LA UNIFILA EN ESPERA
 LAS FLECHAS INDICAN EL ORIGEN Y DIRECCIÓN DE LA CINTA

Se utiliza en horarios de **Media** afluencia. Recuerda que los clientes en la Unifila no deben rebasar el letrero de Entrada; si observas que esto está por suceder, cambia al modelo de Alta Afluencia.

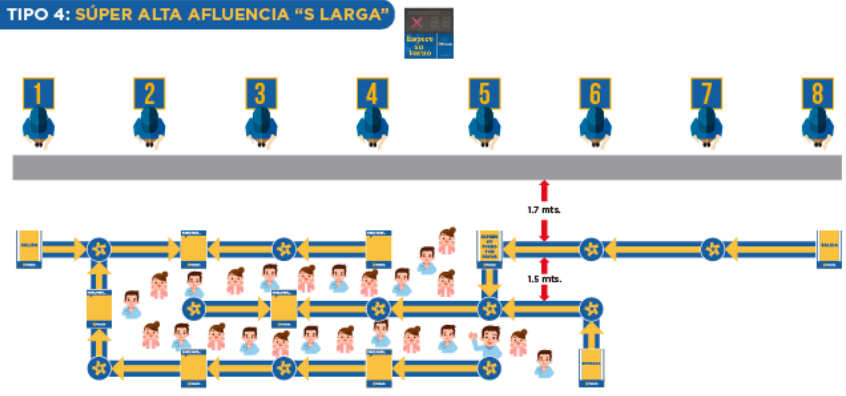
TIPO 3: ALTA AFLUENCIA "S MEDIANA"



CLIENTES EN LA UNIFILA EN ESPERA
 LAS FLECHAS INDICAN EL ORIGEN Y DIRECCIÓN DE LA CINTA

Se utiliza en horarios de **Alta** afluencia. Recuerda que los clientes en la Unifila no deben rebasar el letrero de Entrada; si observas que esto está por suceder, cambia al modelo de Súper Alta Afluencia.

TIPO 4: SÚPER ALTA AFLUENCIA "S LARGA"



CLIENTES EN LA UNIFILA EN ESPERA
 LAS FLECHAS INDICAN EL ORIGEN Y DIRECCIÓN DE LA CINTA

Se utiliza en horarios de **Súper Alta** afluencia. Debes de tener todos los puntos de venta abiertos.

Ejercicio 1





- Colocación del direccionador
- Utilizar el modelo de baja afluencia para que el cliente no haga un recorrido completo o “S” y causar insatisfacción
- Extender la barrera de postes

Ejercicio 2





Falta de Postes para hacer más extensa la Unifila

Ejercicio 3

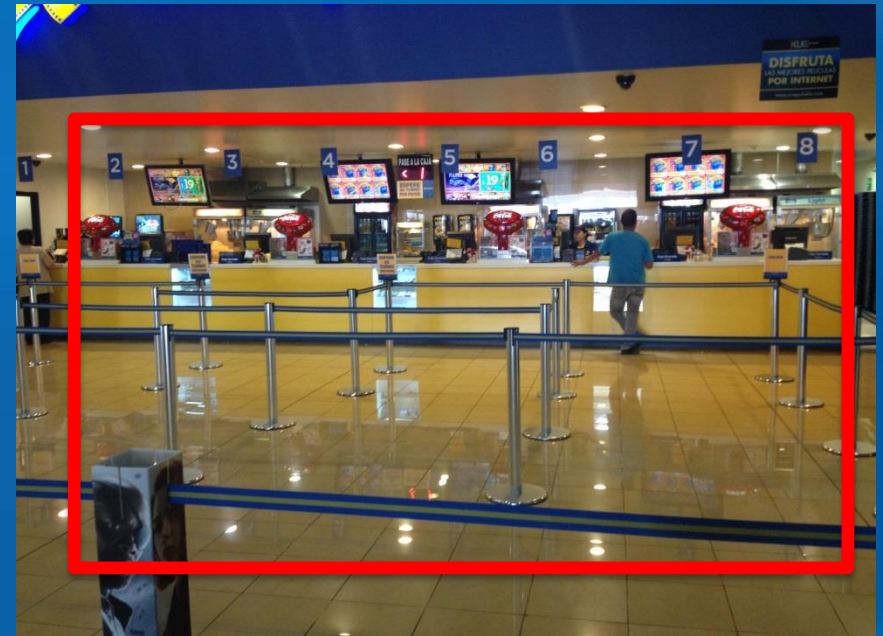
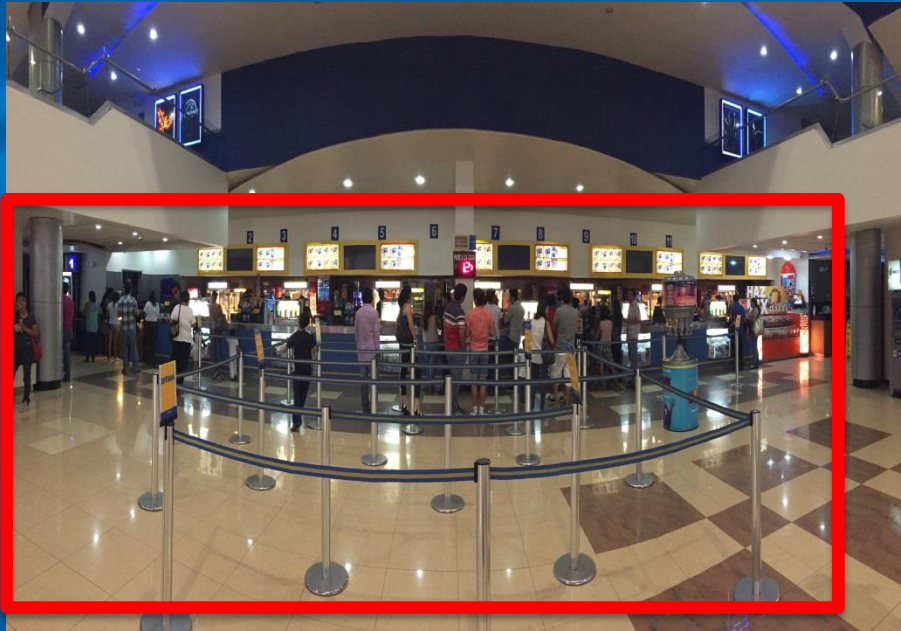




- **Obstruir el paso del cliente en la salida**
- **Direccionador a la mitad de las cajas**
- **Utilizar el modelo de baja afluencia para que el cliente no haga un recorrido completo o “S” y causar insatisfacción**

Ejercicio 3

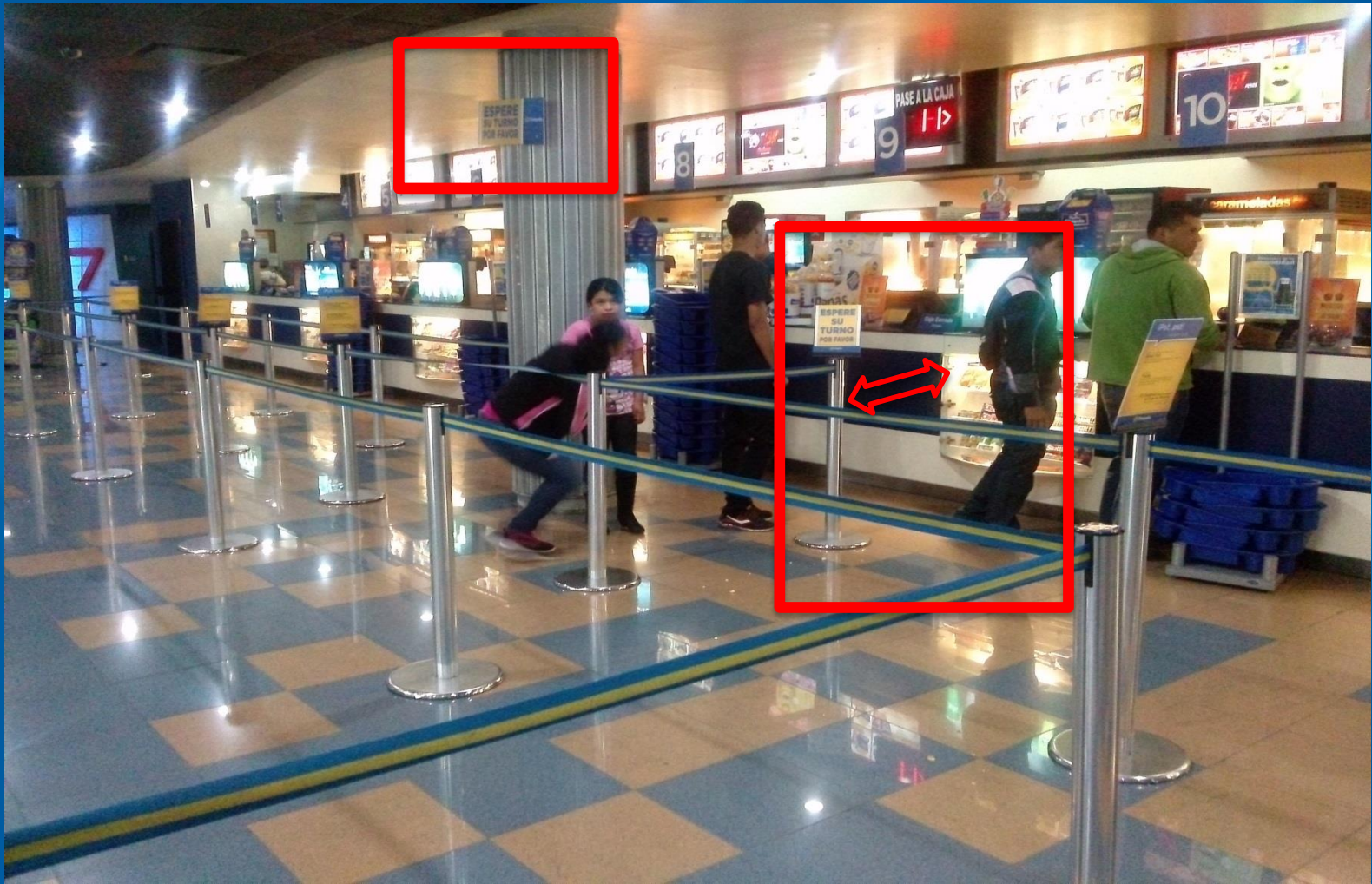




Utilizar el modelo de baja afluencia para que el cliente no haga un recorrido completo o “S” y causar insatisfacción

Ejercicio 4

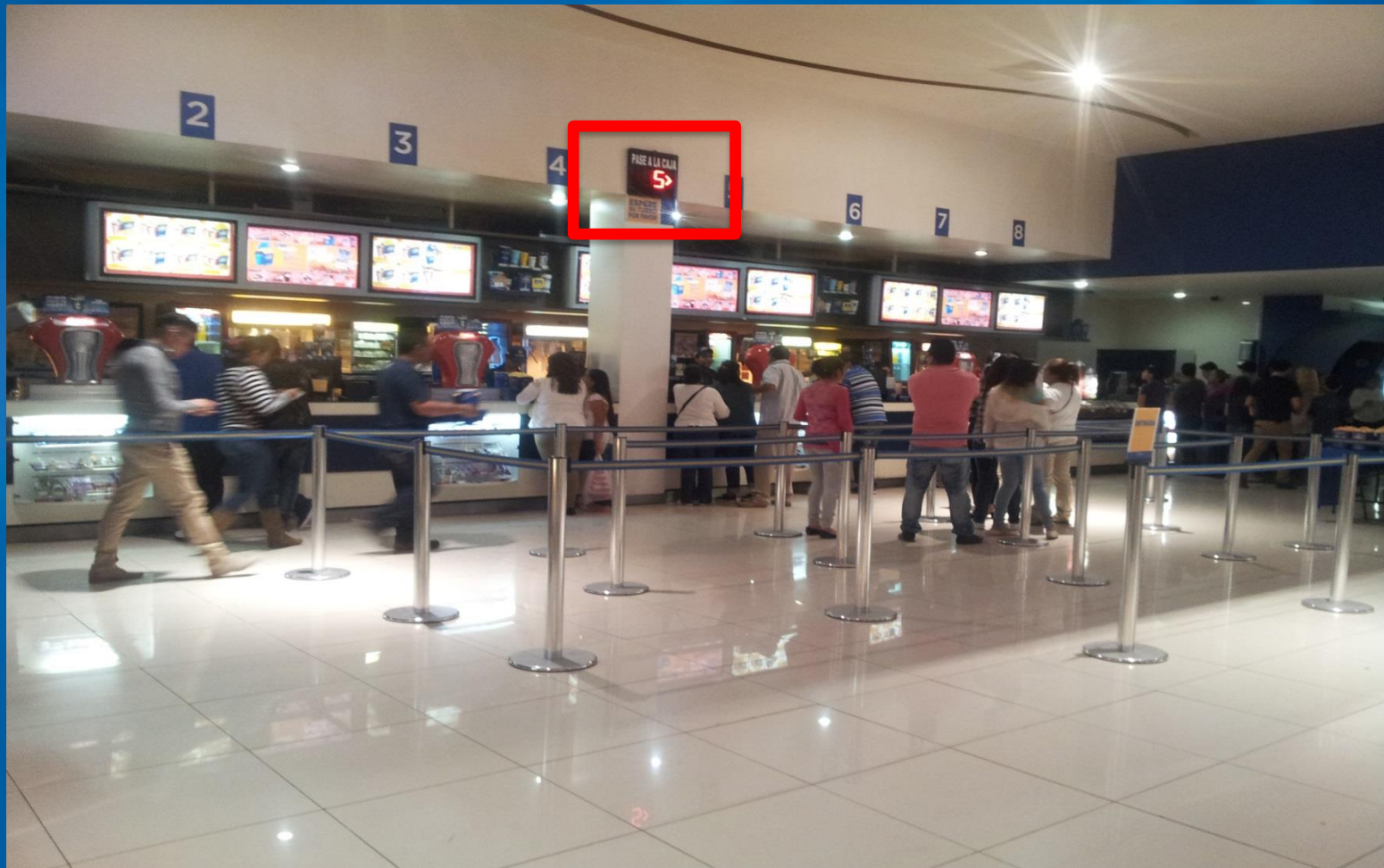




- No dar el espacio necesario entre la Unifila y el mostrador de dulcería
- Cartoncillo de 'Espere su turno' para direccionador
- Utilizar el modelo de baja afluencia para que el cliente no haga un recorrido completo o "S" y causar insatisfacción

Ejercicio 5





- La colocación del direccionador y de los letreros de POS, deben estar a una altura razonable para la visión del cliente
- Colocación de Datos Curiosos
- Utilizar el modelo de baja afluencia para que el cliente no haga un recorrido completo o “S” y causar insatisfacción

¡GRACIAS!