

Příloha III: Polostrukturovaný rozhovor - otázky

1. Jak dlouho před uvedením v kinech začala kampaň filmu? Na čem závisí načasování?
2. Můžete mi v bodech popsat celý proces/fáze propagace tohoto filmu před uvedením do kin?
3. Jak probíhá komunikace se studiem/producentem/filmaři?
4. Můžete mi v bodech shrnout jaké komunikační kanály a nástroje byli použity pro kampaň tohoto filmu, říct jak byly využity a proč? A jak byly časově naplánovány? (kampaň v kinech, vypuštění traileru, teaseru, online reklama, tv spot, rozhlasový spot, outdoor reklama, indoor reklama...)
5. Jak dlouho jste vytvářeli strategii pro tento film než se spustí samotná kampaň kampaň? V jaké fázy výroby filmu se zapojujete?
6. Co byl u tohoto filmu nejdůležitější nástroj propagace? Na co jste se nejvíce zaměřili? A proč?
7. Jaký komunikační nástroj byl v této kampani nejúčinnější? Proč? A jak byl využit?
8. Jaké byly celkové náklady na kampaň pro tento film? Na čem záleží velikost rozpočtu a kdo to platí? Je to nějaké procento z celkového rozpočtu? Počítá se s náklady na propagaci už na začátku tvorby rozpočtu?
9. Myslíte si, že diváci šli na tento film především kvůli značce Jurský park, či kvůli účinné propagaci?
10. V čem byl podle Vás úspěch filmu v kinech? Účinný marketing nebo zavedená značka úspěšné knižní předlohy?
11. Kolik lidí pracovala na marketingu tohoto filmu? Spolupracujete s externími firmami?
12. Jaká fáze propagace je pro film nejtěžnější a kdy je nejintenzivnější?
13. Co je podle Vás obecně nejúčinnější komunikační nástroj pro kampaň nového filmu do kin?
14. Do jaké míry máte volnou ruku při vytváření strategie a kreativy? Jak moc do toho zasahuje studio (český film vs zahraniční)?
15. Kdy začíná vaše práce při výrobě filmu? Slyšela jsem, že u zahraničních filmů bývá častokrát hotový trailer, dřív než samotný film. (český film vs zahraniční)
16. Je pravda, že u českých filmů se bere propagace filmu, jako spíš taková nutnost, zatímco u amerických se do toho investují desítky milionů. Mluvím hlavně o traileru, merchandising...
17. Získáváte podíl z prodaných lístků? Jak se rozdělují procenta z prodeje lístků?
18. Do jaké míry hrají dnes roli sociální sítě v propagaci filmu? Jak fungují vaše sociální sítě? Probíhají na nich i nějaké soutěže konkrétně k daným filmům?
19. Vnímáte nějaký rozdíl v propagaci filmu před 10 lety a teď? Jak se to změnilo, jaké jsou výhody/nevýhody dnes?
20. Premiéry filmů se přesouvají na VOD platformy, snažíte se propagovat film teď jiným směrem, aby lidé měli chuť jít do kina?
21. Jaké nejzásadnější rozdíly vnímáte při propagaci českého filmu a zahraničního filmu? Co se týče možností, komunikace s filmaři, propagačních kanálů, atd...?
22. Existují nějaká pravidla či postupy, které se při propagaci opakují? Nebo je vždy kampaň přizpůsobená filmu a například rozpočtu?

23. Jak se projevila postcovidová doba na návštěvnosti diváků a možných změn z hlediska marketingu filmu?