

Apetyt na wizytę.

Audyt i propozycja pierwszych działań

Kinowa ma rozpoznawalne miejsce, atrakcyjne wizualnie jedzenie i gotową koncepcję strony pod adresem kinowakrasnik.pl. Kolejny krok to połączyć te elementy w prostą drogę: zobaczyć danie → sprawdzić aktualne menu → skontaktować się lub przyjść. Przed szerszą promocją trzeba potwierdzić ofertę i domknąć obsługę kontaktu.



Co już jest: strona z tekstową kartą dań, zdjęcia jedzenia i wnętrza, telefon, mapa, odnośniki do Facebooka i Instagrama. Wyróżnikiem jest lokalizacja w budynku kina Metalowiec, al. Niepodległości 44 w Kraśniku.

Co pozostaje koncepcją: witryna nadal wyświetla informację „to nie jest oficjalna strona Kinowej”, znak graficzny jest zastępczy, część godzin i promocji wymaga zatwierdzenia. Formularz imprez jest demonstracyjny i nie wysyła zgłoszeń. Nie przedstawiamy go jako działającej rezerwacji.

Strona: domknąć to, co już jest.

Działa i warto zachować:

Wyrazisty motyw kina, ciemne tło, duże fotografie i charakterystyczna typografia.

Czytelna tekstowa karta zamiast samego zdjęcia menu; możliwość aktualizacji bez tworzenia nowej grafiki.

Widoczny telefon i adres; odnośniki do mapy i kanałów lokalu.

Spójna prezentacja jedzenia oraz wnętrza.

Priorytet przed szerszą promocją:

1. Zatwierdzić aktualne dania, ceny, gramatury, godziny kuchni i warunki dowozu. Dane widoczne na stronie pochodzą z wcześniejszych materiałów publicznych; sam ich odczyt 21.10 nie potwierdza, że nadal obowiązują.

2. Ustalić jeden właściwy sposób zamówienia. Dziś główne „Zamów na dowóz” prowadzi do telefonu 530 399 128. Nie potwierdzono działającego systemu zamówień online przypisanego do Kinowej. Jeżeli lokal już korzysta z takiego systemu, po potwierdzeniu adresu warto go podłączyć.

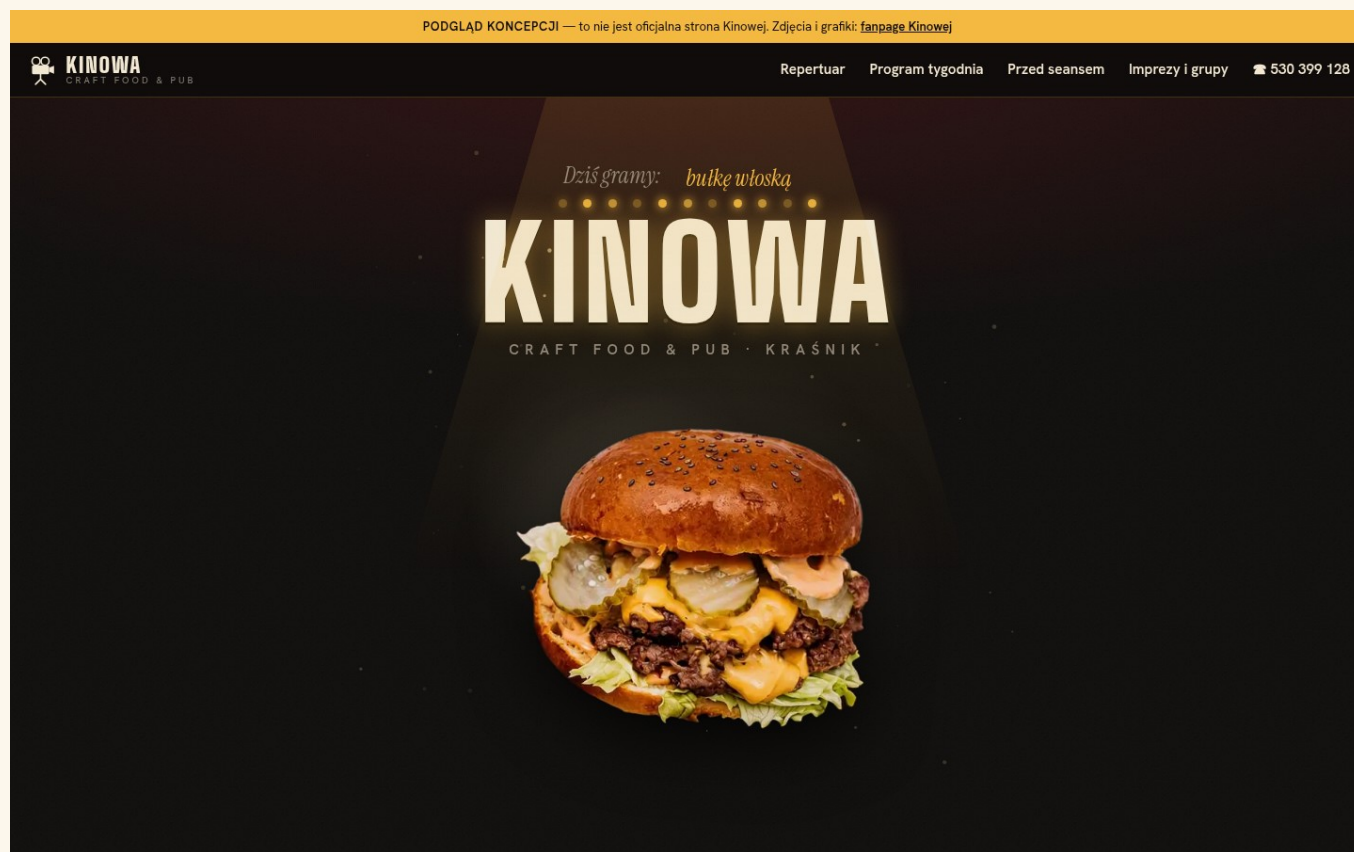
3. Zastąpić demonstracyjny formularz prostym, przetestowanym zapytaniem o imprezę albo pozostać przy telefonie. Ustalić odbiorcę, godziny odpowiedzi i treść potwierdzenia. Zapytanie nie powinno automatycznie obiecywać rezerwacji terminu.

4. Odświeżyć część kinową. Obecnie pokazuje stan z 18.10 oraz dni, które już minęły. Do czasu zapewnienia aktualizacji lepszy będzie sam odnośnik do bieżącego repertuaru kina.

5. Po zatwierdzeniu treści i oryginalnego logo uzgodnić odbiór strony oraz zmianę oznaczenia koncepcji.

Ułatwić drogę do menu.

Dopracowanie wygody: nazwać odnośnik do jedzenia „Menu” lub „Karta dań”. Obecne „Repertuar” jest pomysłowe, ale może być mylone z repertuarem kina. Skrócić drogę od pierwszego ekranu do menu; na komputerze duża scena otwierająca przesuwą działanie poniżej pierwszego ekranu. Na telefonie utrzymać duże, łatwe do naciśnięcia przyciski i czytelne ceny.



Aktualny podgląd witryny · 21.10.2026

Nazwy, pierwszy ekran i przyciski mają pomagać gościowi znaleźć jedzenie.

Widoczność lokalna i pomiar.

Sprawdzone 21.10: główna domena odpowiada poprawnie, wersja www przekierowuje na właściwy adres, dostępne są robots.txt i sitemap.xml. Główna strona dopuszcza indeksowanie; techniczna blokada noindex jest usunięta. Osobna wersja demonstracyjna pozostaje wyłączona z indeksowania. To nie jest dowód obecności ani pozycji w wynikach Google.

Tytuł i opis strony nadal nazywają ją podglądem koncepcji. Po akceptacji powinny jasno przedstawiać lokal, ofertę i Kraśnik. W odczytanym dokumencie nie ma danych strukturalnych JSON-LD; warto dodać poprawne dane restauracji dopiero po potwierdzeniu nazwy, adresu, telefonu i godzin. Nie jest to obietnica lepszej pozycji.

Kolejność: potwierdzone dane → zgodność strony i profilu Google → sprawdzenie indeksacji w Search Console → pomiar wejść do menu i kontaktu. Nie uzyskano w tej sesji odczytu prywatnego Search Console, statystyk reklam, sprzedaży ani raportu połączeń. Nie podajemy fikcyjnych wskaźników rentowności lub liczby klientów.

Frazy robocze do weryfikacji: „Kinowa Kraśnik menu”, „burger Kraśnik”, „pizza Kraśnik”, „kebab Kraśnik”, „restauracja przy kinie Kraśnik”, „imprezy okolicznościowe Kraśnik”. To propozycje zgodne z ofertą, a nie ranking popularności wyszukiwań. Nie posiadamy potwierdzonych wolumenów Google.

Google — ustalenia i braki.

Uzupełnienie na podstawie odczytu 21.10.2026. Publiczna wizytówka „KINOWA CRAFT FOOD & PUB” wskazywała al. Niepodległości 44 w Kraśniku i telefon 530 399 128, zgodnie z danymi lokalu w zebranych źródłach.

Witryna w wizytówce: widniało pole „Dodaj witrynę”. W tym odczycie nie było widocznego podpięcia domeny kinowakrasnik.pl. Należy sprawdzić pole witryny w panelu właściciela i po zatwierdzeniu strony uzupełnić właściwy adres. Sam widok publiczny nie potwierdza ustawień ani uprawnień konta.

Godziny wymagają wyjaśnienia: Google pokazywał otwarcie o 11:00, a odczytany post Facebooka podawał na środę 12:00–21:00. Google osobno wskazywał dowóz 12:00–20:30. Mogą to być różne godziny lokalu, kuchni i dostawy; nie rozstrzygamy tego bez potwierdzenia właściciela. Po ustaleniu trzeba ujednolicić właściwe informacje na stronie i w kanałach lokalu.

Czego jeszcze nie potwierdzono: indeksacji i pozycji strony w Google, lokalnych pozycji w Mapach, wolumenów wyszukiwań oraz danych Search Console i statystyk wizytówki: kliknięć witryny, połączeń i wyznaczeń trasy. Nie wykonano pełnej analizy opinii ani odpowiedzi właściciela. Cytaty opinii na stronie bez autorów, dat i bezpośrednich odnośników nie są w tym audycie zweryfikowanymi rekomendacjami.

Następny krok: potwierdzić zarządcę profilu, właściwe godziny i adres witryny; następnie sprawdzić indeksację oraz zapisać punkt startowy pomiaru. Uzupełnienie opisuje stan zaobserwowany 21.10, nie nowy pomiar wykonany podczas redakcji dokumentu.

Źródła uzupełnienia: publiczny profil Google wyszukany po nazwie i adresie oraz konkretny post Facebooka Kinowej odczytane 21.10.2026; odnośniki na stronie uzupełnienia w PDF. Rejestr źródeł zachowany w dokumentacji audytu.

[Google: profil po nazwie i adresie](#)

[Facebook: odczytany post](#)

Treści, które mają jasny cel.

Analiza aktualnych przykładów gastronomicznych wskazuje użyteczne mechanizmy: jedzenie widoczne od pierwszej sekundy, prosty kontekst, krótka przemiana lub puenta, jeden następny krok. Nie ma jednego potwierdzonego przepisu gwarantującego viral.

01 — Tak powstaje apetyt. Prawdziwe zbliżenie jedzenia, przygotowanie i gotowa porcja. Krótkie napisy, rytm montażu, produkt jako główny bohater. Cel: zainteresowanie ofertą. Następny krok: „Zobacz menu”.

02 — Gdzie dziś siadamy? Wnętrze lokalu i jedzenie pokazane jako pomysł na wspólne wyjście. Cel: skojarzyć danie z konkretnym miejscem. Następny krok: „Podeślij znajomej osobie”. Bez obietnic niepotwierdzonego wydarzenia, promocji ani dostępności stolika.

03 — Zdjęcie czy pierwszy kęs? Zbliżenie produktu i prosty dylemat z krótkim zatrzymaniem kadru. Cel: reakcje i rozmowa. Następny krok: jedno pytanie do widza. To odrębny pomysł, a nie powtórzenie rolki procesowej.

Przykłady na spotkanie są propozycjami kierunku na bazie dostępnych materiałów Kinowej. Przed publikacją należy zatwierdzić zgodność dania z obecną ofertą oraz prawa do materiałów. Ujęcia i oznaczenia konkurencji nie są materiałem reklamowym Kinowej.

Inspiracje sprawdzamy w czasie.

Sprawdzenie 21.10 rano objęło bieżące i wcześniejsze odczyty publicznych liczników. Oba potwierdzone sygnały wzrostu pochodzą z konta Mieszany: skecz przy stole opublikowany 20.10 i prezentacja bułki z 19.10. W pierwszym nadal obserwowano wzrost w ostatnim oknie; drugi mocno zwolnił. To sygnały z konkretnych publikacji, a nie pomiar całego polskiego rynku ani dowód lokalnego popytu w Kraśniku.

Wniosek dla Kinowej: testować mechanikę pierwszego kadru i prostego pomysłu, następnie porównać wyniki własnego profilu. Wielki licznik u innego lokalu nie dowodzi, że identyczny film przyniesie zamówienia tutaj. Nie kopiujemy cudzych filmów ani nie zakładamy praw do popularnej muzyki.

Zakres analizy referencji: pełne pliki źródłowe, istniejące polskie napisy i kontaktówki obejmujące filmy co sekundę. Nie przeprowadzono ciągłego oglądania ani odsłuchu referencji; wnioski dotyczą treści i konstrukcji obrazu. Nie potwierdzono organiczności ruchu, lokalizacji odbiorców ani pełnego rankingu trendujących dźwięków.

**Testujemy pomysł.
Wynik mierzymy w Kinowej.**

Duży licznik innego lokalu nie jest obietnicą zamówień.

Pierwsze 30 dni — propozycja.

Propozycja do ustalenia, nie zobowiązanie umowne.

Dni 1–7: potwierdzenie menu, godzin, kontaktu i zasad obsługi zgłoszeń; wybór głównego produktu; odbiór kierunku strony i treści; zapis punktu startowego pomiaru.

Dni 8–14: pierwsze zatwierdzone publikacje z jasnym przejściem do menu; krótkie nagrania w lokalu; sprawdzenie, czy wszystkie odnośniki prowadzą we właściwe miejsce.

Dni 15–21: porównanie oglądalności, reakcji oraz przejść do menu i kontaktu, o ile kanały udostępniają te pomiary; poprawienie otwarcia i tematu kolejnych materiałów.

Dni 22–30: powtórzenie najlepszego kierunku, zebranie informacji od obsługi, ustalenie następnego miesiąca na podstawie wyników.

Nie utożsamiamy wyświetlenia z wizytą ani kliknięcia telefonu z odebraniem zamówieniem. Dostępne metryki i sposób ich zbierania ustalamy przed startem. Proste pytanie obsługi „Skąd o nas wiesz?” może uzupełnić dane, ale nie jest pełnym pomiarem sprzedaży.

Zakres, rytm i dostępne pomiary ustalamy przed startem.

Co ustalamy na spotkaniu?

1. Co ma być pierwszym celem: więcej wizyt, zamówień czy zapytań o imprezy?
2. Który produkt pokazujemy i jaka jest dziś zatwierdzona karta, cena oraz dostępność?
3. Jakie są godziny lokalu i kuchni oraz zasady dowozu?
4. Czy istnieje system zamówień Kinowej? Jaki dokładnie adres i kto go obsługuje?
5. Kto odbiera telefon i zgłoszenia o imprezy? Jak potwierdza termin?
6. Kto zatwierdza zdjęcia, muzykę, logo i publikacje oraz może zapewnić nowe krótkie nagrania?
7. Kto zarządza profilem Google, Facebookiem i Instagramem? Dostępny przekazujemy rolami, bez wysyłania haseł w wiadomości.
8. Jaki zakres pilotażu i budżet ustalamy? W tym materiale nie wyceniono usługi i nie przyjęto zobowiązania publikacji.

Źródła i granice sprawdzenia.

Strona Kinowej

HTTP, treść i oględziny na komputerze oraz telefonie: 21.10.2026. Migawki zachowane w dokumentacji audytu.

Pliki indeksowania

sitemap.xml

robots.txt i sitemap.xml: odczyt 21.10.2026.

Wersja demonstracyjna

Nagłówek indeksowania sprawdzony 21.10.2026.

Facebook Kinowej

Kanał wskazany na witrynie. Archiwalne materiały rozpoznania 14–20.10; dawne liczniki nie są stanem dzisiejszym.

Instagram Kinowej

Kanał wskazany na witrynie; zakres dat jak wyżej.

Kino Metalowiec

Link widoczny na stronie; w tym audycie nie potwierdzamy dzisiejszych godzin seansów.

Mieszany — szkic przy stole

Publikacja 20.10, świeży odczyt 21.10.

Mieszany — prezentacja produktu

Publikacja 19.10, świeży odczyt 21.10.

Brunoo — inspiracja sytuacyjna

Lokalna inspiracja. Nie opisujemy jej jako aktualnego wiralu.

Audyt obejmuje publiczną stronę, dostępne materiały i określoną próbę treści społecznościowych. Nie jest audytem finansowym, prawnym, prywatnych kont reklamowych ani pełnym testem bezpieczeństwa. Nie publikowano zmian ani materiałów.