

Om publikumsfordypningen - NPU Monitor

levert av Opinion

Bli kjent med dine besøkende – alle – ikke bare kundene

PUBLIKUM = alle dine besøkende.

Den som kjøper billetten er bare én del av bildet. NPU Monitor Publikum hjelper deg å forstå alle som faktisk besøker deg – hvem de er, hvorfor de kommer og hvordan de opplever besøket.

1. Hvorfor publikumsinnsikt?

Hele publikum – ikke bare billettgjøperen

NPU ser kulturbruk fra tre perspektiver:

BEFOLKNING – potensialet.

Hvem når dere – og hvem når dere ikke?

PUBLIKUM – alle dine besøkende.

Hvem kommer, hvorfor kommer de og hvordan opplever de besøket?

KUNDE – billettgjøperen.

Den som tar initiativet og gjennomfører kjøpet – og ofte tar med seg andre.

En kunde kan kjøpe flere billetter.

Kundedataene forteller om billettgjøperen.

Skal dere forstå **alle som faktisk kommer**, trenger dere publikumsinnsikt.

Forstå mer enn kjøpet

Publikumsundersøkelsen kan stille spørsmål som ikke finnes i billettsystemet:

Hvorfor kom du?

Hva motiverte besøket?

Hvordan opplevde du tilbudet?

Hvem kom du sammen med?

Hva var viktig for deg?

Hva kunne vært bedre?

Dermed får dere kunnskap om menneskene bak besøket – ikke bare selve transaksjonen.

Se hvem dere faktisk når

NPU-medlemskapet inkluderer kunnskap om virksomhetens **posisjon i befolkningen**.

Posisjon betyr hvilken plass dere faktisk har i befolkningen:

Hvem bruker dere? Hvem gjør det ikke? Hvordan oppfattes dere? Og hvordan står dette i forhold til dem dere ønsker å nå?

NPU Monitor Publikum viser hvem som **faktisk kommer**.

Fordi sentrale bakgrunnsvariabler går igjen i befolknings- og publikumsundersøkelsene, kan dere se forskjellen mellom:

potensialet – og det faktiske publikum.

Det gir et bedre grunnlag for å prioritere hvem dere ønsker å nå og hva dere vil endre.

Fra innsikt til strategi

Publikumsundersøkelsen blir særlig verdifull når den brukes som del av en arbeidsprosess:

**MÅLE POSISJON → FORSTÅ → PRIORITERE → HANDLE → MÅLE RESPONS
→ JUSTERE**

Først ser dere hvor virksomheten står i befolkningen.

Deretter prioriterer dere hva dere ønsker å endre.

Publikumsundersøkelsen brukes så til å følge hvordan publikum utvikler seg og responderer.

Målet er ikke bare å samle data. Målet er å bruke innsikten til handling og ny måling.

2. Hvordan får du innsikten?

Opinion hjelper deg i gang

NPU Monitor Publikum leveres av NPU i samarbeid med **Opinion**.

Når dere velger Publikum-fordypningen, blir dere tatt imot og onboardet av Opinion.

Dere får hjelp til å komme i gang med undersøkelsen, datainnsamlingen og dashboardet.

Du trenger altså ikke være analyseekspert for å delta.

Du blir fulgt opp fra start.

En felles publikumsundersøkelse

NPU Monitor Publikum bygger på et felles sett av spørsmål og bakgrunnsvariabler.

Det gjør to ting mulig samtidig:

Dere får **kunnskap om eget publikum**, og resultatene kan inngå i et **felles sammenligningsgrunnlag**.

Dermed kan egne resultater vurderes i en større sammenheng.

Et brukervennlig dashboard

Resultatene samles i et digitalt dashboard levert av Opinion.

Her kan dere blant annet:

- utforske hvem publikum er
- se motivasjoner og opplevelser
- følge resultater over tid
- filtrere ulike publikumsgrupper
- sammenligne dere med andre aktører og bransjen
- se egne resultater i sammenheng med det større kunnskapsgrunnlaget i NPU Monitor

Dashboardet er laget for å være tilgjengelig også for dem som ikke jobber med analyse til daglig.

Det videreutvikles også med **KI-støtte som skal gjøre det enklere å stille spørsmål til dataene og finne relevante mønstre**.

Målet er ikke bare at dere skal ha data. Dere skal kunne forstå og bruke dem.

Opinion leverer løsningen – NPU setter innsikten i sammenheng

Arbeidsdelingen er enkel:

Opinion leverer publikumsundersøkelsen, onboarding, dashboardet og den tekniske analyseløsningen.

NPU organiserer det felles kunnskapsgrunnlaget, sammenligningene, medlemsnettverket og arbeidet med å bruke innsikten strategisk.

Gjennom NPU får dere derfor ikke bare et måleverktøy.

Dere blir del av et faglig fellesskap hvor kulturaktører kan diskutere funn, dele erfaringer og lære av hverandre.

Sammenlign med andre

En publikumsprofil blir langt mer interessant når dere kan spørre:

Er dette spesielt for oss – eller gjelder det også andre?

Har vi en annen aldersprofil?

Andre motivasjoner?

Andre Culture Segments?

Høyere eller lavere tilfredshet?

Utvikler vi oss i samme retning som andre?

Det felles undersøkelsesdesignet gjør slike sammenligninger mulig.

Sammenlign publikum med befolkningen

Dette er en særlig viktig del av NPUs modell.

Sentrale bakgrunnsvariabler brukes både i **Befolkning** og **Publikum**.

Dermed kan dere undersøke:

Hvem finnes i potensialet – og hvem når vi faktisk?

Det gir et bedre grunnlag for å vurdere rekkevidde, representasjon og publikumsutvikling enn publikumsdata alene.

Hvordan bør dere samle inn svar?

Det avhenger av hva dere ønsker å vite.

Sender dere undersøkelsen bare til registrerte billettkjøpere, får dere kunnskap om en viktig del av publikum – men ikke nødvendigvis om hele publikum.

Vil dere forstå hele salen, bør dere vurdere datainnsamling blant de faktiske besøkende, for eksempel onsite i strategisk valgte perioder.

Det betyr ikke at dere må samle svar kontinuerlig.

For mange kan en **god, representativ måling i utvalgte perioder** være mer verdifull enn å samle svar hele året.

Opinion og NPU kan hjelpe dere å vurdere hvordan undersøkelsen bør gjennomføres ut fra hva dere ønsker å lære.

3. Vanlige spørsmål

Hva er forskjellen på Publikum og Kunde?

PUBLIKUM = alle dine besøkende.

KUNDE = billettgjøreren – den som tar initiativet og gjennomfører kjøpet, og ofte tar med seg andre.

Hvis én person kjøper fire billetter, kan dere ha én registrert kunde og fire publikummere.

PUBLIKUM / NPU Monitor undersøker alle de besøkende.

KUNDER / NPU CID analyserer billettgjøreren og kjøpsrelasjonen over tid.

Hvorfor trenger vi en publikumsundersøkelse når vi allerede har kundedata?

Fordi kundedata og publikumsdata forteller forskjellige ting.

Kundedata kan vise hva billettgjøreren faktisk gjør:

Hva kjøper personen? Hvor ofte? Kommer vedkommende tilbake?

Publikumsundersøkelsen kan fortelle:

Hvem er alle de besøkende? Hvorfor kommer de? Hvordan opplever de besøket?

Kundedata forteller om kjøpsrelasjonen.

Publikumsdata forteller om menneskene, motivasjonene og opplevelsen.

Vi sender allerede publikumsundersøkelsen på e-post. Er ikke det godt nok?

Det kommer an på hva dere ønsker å vite.

Sender dere undersøkelsen til registrerte billettgjørere, får dere svar fra en viktig del av publikum.

Men den som kjøpte fire billetter er registrert. De tre andre kan være usynlige.

Hvis målet er å forstå **hele publikum**, bør dere også vurdere å samle svar blant de faktiske besøkende.

Må vi gjennomføre undersøkelsen hele året?

Nei, ikke nødvendigvis.

Det viktigste er å få et godt datagrunnlag som svarer på spørsmålene dere faktisk har.

For noen kan strategisk valgte måleperioder være mer hensiktsmessige enn kontinuerlig datainnsamling.

Opinion og NPU kan hjelpe dere med å vurdere hva som er riktig opplegg.

Må vi kunne mye om analyse?

Nei.

Opinion onboarder dere i løsningen og gir dere tilgang til et brukervennlig dashboard.

Dashboardet er laget for at resultatene skal kunne utforskes uten at dere trenger å være dataanalytikere.

KI-støtte skal også gjøre det enklere å finne fram til relevante mønstre og spørsmål.

NPU følger opp med nettverk og strategisk arbeid slik at innsikten kan tas videre fra analyse til handling.

Kan vi bruke publikumsundersøkelsen til å måle effekten av tiltak?

Den kan brukes til å følge **respons og utvikling** etter tiltak.

Hvis dere ønsker å dokumentere at et bestemt tiltak faktisk forårsaket en bestemt endring, kreves et måledesign som gjør en slik konklusjon mulig.

NPU bruker derfor normalt formuleringen **måle respons og utvikling**.

Kan vi sammenligne oss med andre?

Ja.

Det felles undersøkelsesdesignet gjør sammenligning til en sentral del av NPU Monitor.

Dere kan sammenligne egen publikumsprofil og sentrale resultater med andre aktører og bransjen innenfor det datagrunnlaget og de sammenligningene løsningen gir adgang til.

Kan vi sammenligne publikum med befolkningen?

Ja.

Dette er en av de viktigste verdiene i NPUs samlede kunnskapsmodell.

Sentrale bakgrunnsvariabler brukes både i befolknings- og publikumsundersøkelsene.

Dermed kan dere undersøke:

Hvem finnes i potensialet – og hvem når vi faktisk?

Hva med Culture Segments?

Culture Segments brukes for å forstå ulike behov, motivasjoner og forhold til kultur.

I endelig produktinformasjon bør vi beskrive helt presist hvilke Culture Segments-data som inngår i Publikum-fordypningen fra 2027, og hva som eventuelt krever separat lisens.

Hvem leverer løsningen?

Opinion leverer publikumsundersøkelsen, onboardingen og dashboardet.

NPU organiserer det felles kunnskapsgrunnlaget, sammenligningene, nettverket og arbeidet med å bruke innsikten strategisk.

Du får altså både en teknisk og analytisk leverandør som hjelper deg inn i løsningen – og et faglig fellesskap rundt bruken av dataene.

Hva koster PUBLIKUM / NPU Monitor?

15 000 kroner per år i tillegg til NPU-medlemskapet.

Velger dere både:

PUBLIKUM / NPU Monitor

og

KUNDER / NPU CID

er samlet pris for begge fordypningene **20 000 kroner per år.**

Dette får du

Med **PUBLIKUM / NPU Monitor** får du:

- tilgang til NPUs felles publikumsundersøkelse
- onboarding og oppfølging fra Opinion
- eget, brukervennlig dashboard
- KI-støtte i analysearbeidet

- innsikt i eget publikum
- utvikling over tid
- sammenligning med andre kulturaktører og bransjen
- mulighet til å se publikumsprofilen i sammenheng med befolkningen
- NPU's faglige nettverk og hjelp til å bruke innsikten strategisk

PUBLIKUM / NPU Monitor: 15 000 kr per år i tillegg til NPU-medlemskapet.

Kort sagt: Forstå hvem som faktisk kommer, hvorfor de kommer og hvordan de opplever besøket – og bruk innsikten til å utvikle publikum videre.