

NPU CID - DASHBOARD

<https://insights.markethype.io/public/dashboard/2e8114c6-e155-4e75-922e-052df177d7ef>

About: NPU Customer Insights Dashboard

NPU Customer Insights Dashboard (CID) er laget for å gi norske arrangører i event- og kulturbransjen et samlet, datadrevet beslutningsgrunnlag om sin publikum og marked – ved å kombinere hva publikum faktisk gjør (billett- og kundetransaksjoner per event) og demografisk berikede publikumsmønstre fra **offentlige registre, datapartnere og ML/AI-basert klassifisering og aggregering**.

Dashboardet er tilgjengelig for organisasjoner som er medlem av NPU-nettverket og bruker dataplattformen NPU CID.

Personvern og designprinsipper

- Dashboardet viser **kun anonymiserte, aggregerte data**.
- Det finnes **ingen PI-data** i dashboardet, og vi kobler **ikke samme person på tvers av eventer**.
- Alle billettkjøp som er gjort av samme person **per event** slås sammen og telles som **1 unik Buyer for det eventet**, men samme person kan telle som ny Buyer hvis de har kjøpt billetter til et annet event i Norge.
- Plattformen gjør datadrevet publikutvikling **trygt, enkelt og strategisk tilgjengelig** for norske arrangører uten at innsikten blir konkurransesensitiv.

Slik fungerer datamodellen

Hver databox og graf visualiserer en KPI eller en publikums- og bransjevariabel som hjelper norske arrangører med 3 hovedbehov:

1. **Forstå publikumssammensetning i Norge**
2. **Analysere kjøp- og besøksmønstre per event i Norge**

3. Oppdage trender og sammenligne seg mot aggregert bransjesnitt i Norge

Tab 1: Audience Demography (Publikum og bransjebenchmark i Norge)

Buyers

Totalt antall **unike billettkjøpere per event i Norge**, der:

- Alle kjøp fra samme person **for samme event** slås sammen til én Buyer-rad
- Ingen matching skjer mellom eventer
- Samme person kan derfor telles flere ganger hvis de har kjøpt til ulike eventer i Norge

 **Formålet:** Vise faktisk rekkevidde og antall "husholdninger eller individer representert per arrangement", uten å spore identitet.

Beregning:

```
GroupBy(person_id + event_id) → Count(distinct person_id per event)
```

Number of events

Totalt antall events i Norge som er inkludert i det analyserte datasettet.

 **Formålet:** Vise hvor bredt datagrunnlaget er, og hvor mye empirical innsikt som totalpubliums- og bransjeanalysen bygger på.

Number of organizations

Antall norske arrangørorganisasjoner som inngår i den **anonymiserte, aggregerte analysen**.

 **Formålet:** Vise at benchmark- og publikumssnitt ikke er basert på én organisasjon, men er **cluster-data fra et større norsk bransjenettverk**.

Age and gender — Age/Gender Distribution

Denne grafen viser hvordan buyers event-for-event i Norge fordeler seg basert på:

- 9 aldersgrupper (0–17, 18–24, 25–34, 35–44, 45–54, 55–64, 65–74, 75+)
- Kjønn i 3 buckets: **Mann, Kvinne, Ukjent**
- «Unknown age» som egen kategori

 **Formålet:** Hjelp arrangører i Norge å se:

- Hvilke publikumsgrupper som faktisk kjøper/i dag er representert per norske arrangementer
- Hvor det finnes **segmentmuligheter eller underrepresenterte målgrupper i Norge**

 **Beregning:**

GroupBy(event_id + person_id) → assign age bucket + gender tag → aggregate Count()

Alder og kjønnsmatch kommer fra enrichment-kilder og knyttes til event-kjøp, ikke til individ på tvers av events.

Male buyers

Totalt antall **unike eventkjøpere som er bucket-tagget som «Mann» i Norge.**

 **Formålet:** Hurtig KPI for kjønnsfordeling i Norge.

Female buyers

Totalt antall **unike eventkjøpere som er bucket-tagget som «Kvinne» i Norge.**

 **Formålet:** Hurtig KPI for kjønnsfordeling i Norge.

Young buyers (under 25)

Antall unike kjøpere i Norge som er under 25 år **per eventkjøp-aggregat.**

 **Formålet:** Indikere hvor sterkt norske arrangører i dag når yngre målgrupper i Norge og hvilke muligheter det finnes for publikumsvekst.

Socioeconomic Factors

Purchasing Power

Kjøpekraft-nivå for Buy-rader i Norge, med 4 kategorier:

- **Low** → lav kjøpekraft i Norge
- **Medium** → middels (norsk bransjegjennomsnitt)
- **High** → høy kjøpekraft i Norge
- **Unknown** → ikke match-grunnlag

📌 **Formålet:** Vise om en arrangørs publikum i Norge har:

- **Høyere eller lavere betalingsrom enn norsk bransjesnitt**

Dette gir støtte til:

- prisjustering
- tilbudspakking (premium vs standard)
- rabattstrategi i Norge

🧠 **Tolkning:** Brukes for strategi, ikke for individuell vurdering.

🧮 **Beregning (der det finnes):**

Kjøpekraft estimeres fra eksterne norske consumption- & income-profiler og knyttes til event-buyers via område-match.

Education Level

Aggregert utdannings-index på område-/Buyer-aggregat i Norge med 3–4 categories:

- **Basic**
- **Middle**
- **High**
- **Unknown**

📌 **Formålet:** Identifisere **kultur- og kjøpsmønstre i publikumssegmenter** i Norge. Dette kan støtte:

- målrettet kampanjemelding
- kanalbruk
- forståelse av publikumsprefereanser

 **Tolkning:** Brukes som en **segmentforståelses-variabel**, ikke som en verdi-score på publikum.

 **Beregning:** Basert på område-indexer fra enrichment-kilder i Norge.



Living Environment

Area Type (Hvor buyers i Norge bor)

Buckets:

- **Large city or capital** → f.eks. i og rundt Oslo
- **City** → større norske byer
- **Town** → mindre tettsteder i Norge
- **Rural** → landsbygdområder i Norge
- **Unknown** → mangler match i Norge

 **Formålet:** Forstå **geografisk tyngde og spredning** i publikummet for norske eventer, og støtte beslutninger om:

- regional marketing
- target geos i Norge

Dette kan hjelpe arrangører med å se:

- Om publikummet deres er for sterkt *lokalt* eller *nasjonalt* orientert i Norge
-

Home Type (Bo-profil i Norge)

Buckets:

- Single-family house
- Row house
- Apartment
- Other
- Unknown

 **Formålet:** Brukes som en støttevariabel for å forstå **husholds-/livsstadium-mønstre i Norge**, ofte i kombinasjon med:

- alder

- kjøpekraft



Tab 2: Analyzed Events (beteendemønstre og bransjetrender per norske eventer)

Event Attendance – Monthly Trend

Tidslinje som viser **billettkjøp-aktivitet per måned i Norge**, cluster-aggregert for de analyserte events, med mål om å vise:

- høysesong
 - momentum
 - effekter av markedskampanje-timing
- i norsk event-industri



Brukes til å svare på:



“Når har vi mest publikum i Norge?”



Beregning:

Count(unique Buyers per event) aggregated by Month(event_purchase_timestamp)

Day of Week

Viser hvilke ukedager i Norge som har flest transaksjon-/publikumskjøp knyttet til ett event.

Brukes som kampanje-timinginnsikt for norske arrangører.



Brukes til å svare på:



“Når i uken er publikummet i Norge mest aktivt?”



Beregning:

Extract Weekday(person_event_purchase_timestamp) → aggregate Count (unique Buyers per event)

Hour of Day

Viser hvilke klockslag i Norge som har **høyest transaksjonsaktivitet per Buyer-aggregat for ett event.**

Formålet:

- identifisere «prime hours» for engagement i Norge
- støtte SMS- & campaign scheduling-strategier i Norge

Beregning:

Extract Hour(person_event_purchase_timestamp) → aggregate Count(unique Buyers per event)

Organization and Location

Organization Type

Viser hvilke labels og bransjekategorier events i Norge er klassifisert under, f.eks:

- Music
- Sports
- Theatres & Performing Arts
- Film / screening
- Festivals
- osv.

Formålet:

- støtte filtrering
- cluster analyse
- benchmarking per bransjekategori i Norge

Fylke (Region)

Viser hvilke norske regioner publikummets Buyer-aggregat per event og eventkett tilhører, eksempel:

- Vestland
- Trøndelag
- Møre og Romsdal
- Oslo
- osv.

Formålet:

Forstå **regional publikums- & eventstyrke**, slik at norske arrangører kan vurdere:

- geos
 - ressursprioritering
 - lokal vs nasjonal performance i Norge
-

Type of Event (AI-assistert eventklassifisering)

Event Type

ML-predictet label på analysede eventer i Norge, f.eks:

- Screening
- Concert
- Play
- Festival
- Sports event
- osv.

Toningen:

Dette er et **work-in-progress AI-lag** som stadig forbedres ved feedback.

Event Category (Genre/Theme)

AI-predictede genres i Norge. **Event Category** er underkategorier av **Event Types** f.eks:

- Drama
- Comedy
- Documentary
- Film
- Music
- Sports
- osv.

Formålet:

Hjelpe norske arrangører med å se:

- Hvilke genres claramente driver publikumsetterspørsel i Norge
 - Hvordan **publikums- og kjøpsmønstre varierer per genre/types i Norge**
-

Hovedverdi for norske arrangører i Norge

CID gjør at medlemmene i NPU-nettverket i Norge kan:

- ✓ Se **hvem publikummet deres er – per event i Norge**
 - ✓ Forstå **hva publikummet faktisk kjøper og gjør i Norge**
 - ✓ Optimere kampanje-timing i Norge (uke/dag/tid)
 - ✓ Vurdere pris og tilbud ut fra **publikummets kjøpekraft i Norge**
 - ✓ Oppdage **nasjonale og regionale trender i Norge**
 - ✓ Sammenligne seg trygt med **anonyme, aggregerte bransje-KPI:er i Norge**
 - ✓ Bygge bedre målgrupper og strategi med datastøtte for **Audience Development i Norge**
-