

Innsamling



Kor lenge, kor mange, korleis?

Tal respondenter i databasen i dag: ca 5400

Start innsamling februar 2023:

Metode våren 2023:

Innsamling e-post til kunde

QR kode på små skilt i foajeen, og «NPU kort» til publikum på utvalde dagar

Metode hausten 2023, ca. 1. oktober

Innsamling e-post til kunde

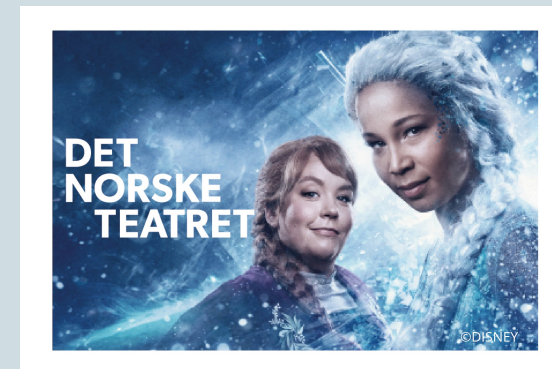
NPU kort alle dagar

Metode våren 2024 – pågår:

Innsamling e-post til kunde, ca januar pluss utdeling kort

Frå medio februar: Berre utdeling av kort

Nokre døme



Korleis gjekk det dag for dag?

Dato	Tot. antall besøkjande dagen før	Tal på svar	Antall nye svar	Tot. svar prosent	Stand -JA, NEI	Kvar	Førestilling	Mål	Kommentar
13.10.2023	753	2013	4	0,53	Nei				
14.10.2023	837	2620	7	0,84	Nei				
15.10.2023	926	2629	9	0,97	Nei				
16.10.2023	0	2640	11		Nei	Hovudscenen	FROST		
17.10.2023	0	2643	3		Nei	Hovudscenen	FROST		
18.10.2023	804	2661	18	2,24	Nei	Hovudscenen	FROST		
19.10.2023	686	2691	30	4,37	Nei	Hovudscenen	FROST		
20.10.2023	662	2718	27	4,08	Nei	Hovudscenen	FROST		
21.10.2023	1455	2748	30	2,06	Nei	Hovudscenen	FROST		Dobbel framsyning
22.10.2023	730	2804	56	7,67	Nei	Hovudscenen	FROST		
23.10.2023	847	2878	74	8,74	Nei	Hovudscenen	FROST og Tilgi meg		
24.10.2023	0	2902	24		Nei	Hovudscenen + Scene 2	FROST og Tilgi meg		
25.10.2023	839	2909	7	0,83	Nei	Hovudscenen + Scene 2	FROST og Tilgi meg		
26.10.2023	1022	2919	10	0,98	Nei	Hovudscenen + Scene 2	FROST og Tilgi meg		
27.10.2023	1016	2929	10	0,98	Nei	Hovudscenen + Scene 2	FROST og Tilgi meg		
28.10.2023	921	2952	23	2,50	Nei	Hovudscenen + Scene 2	FROST og Tilgi meg		
29.10.2023	608	2987	35	5,76	Nei	Hovudscenen + Scene 2	FROST og Tilgi meg		
30.10.2023	734	3043	56	7,63	Nei	Hovudscenen	FROST og Tid for glede		
31.10.2023	0	3070	27		Nei	Hovudscenen	FROST og Tid for glede		
01.11.2023	432	3086	16	3,70	Nei	Hovudscenen	FROST og Tid for glede		
02.11.2023	623	3125	39	6,26	Nei	Hovudscenen	FROST og Tid for glede		
03.11.2023	1167	3178	53	4,54	Nei	Hovudscenen	FROST og Tid for glede		
04.11.2023	824	3233	55	6,67	Nei				
05.11.2023	1763	3281	48	2,72	Nei				

Segmentert på ulike framsyningar:

Uke	Kva	Annet
40	ORESTEIA	
41	ALT	
42	FROST	Kommunikasjonsavdelinga: Stand 21.10 14:15
43	TILGI MEG og FROST	
44	TILGI MEG og FROST	
45	TID FOR GLEDE og FROST	
46	VI BETALER IKKJE	
47	HEIL VED	
48	HANS OG GRETE	
49	HEIL VED	

Metode:

E-post

NPU kort

Stand utvalde dagar

Jamnleg monitorering

Ukjent brukar 29.10.2023 14:50 Redigert

Kjapp og liten analyse av Frost respondentar så langt. 😊 Me får i hovudsak svar frå dei som har kjøpt billettane -96%. N=235

15% av respondentane er nye publikummarar på Frost. Dette talet i røynda er nok mykje høgare med tanke på barn og følgje. Normalen hos DNT er 5%.

Snitt alderen er ned frå 57 år til 49, igjen er nok dette talet lågare, då ingen av barna er respondentar.

88% av respondentane er kvinner, mot normalen på 78%.

46% har hjemmeboende barn, mot normalen på 21%

69 er yrkesaktive, mot normalen på 54%

21 er pensjonistar, mot normalen på 38%

65% kom med barn under 17 år, mot normalen på 23%

Også Frost publikummet denne veka bur for det meste i Oslo+Akershus 74%

Vi vil vite meir....



**DET
NORSKE
TEATRET**

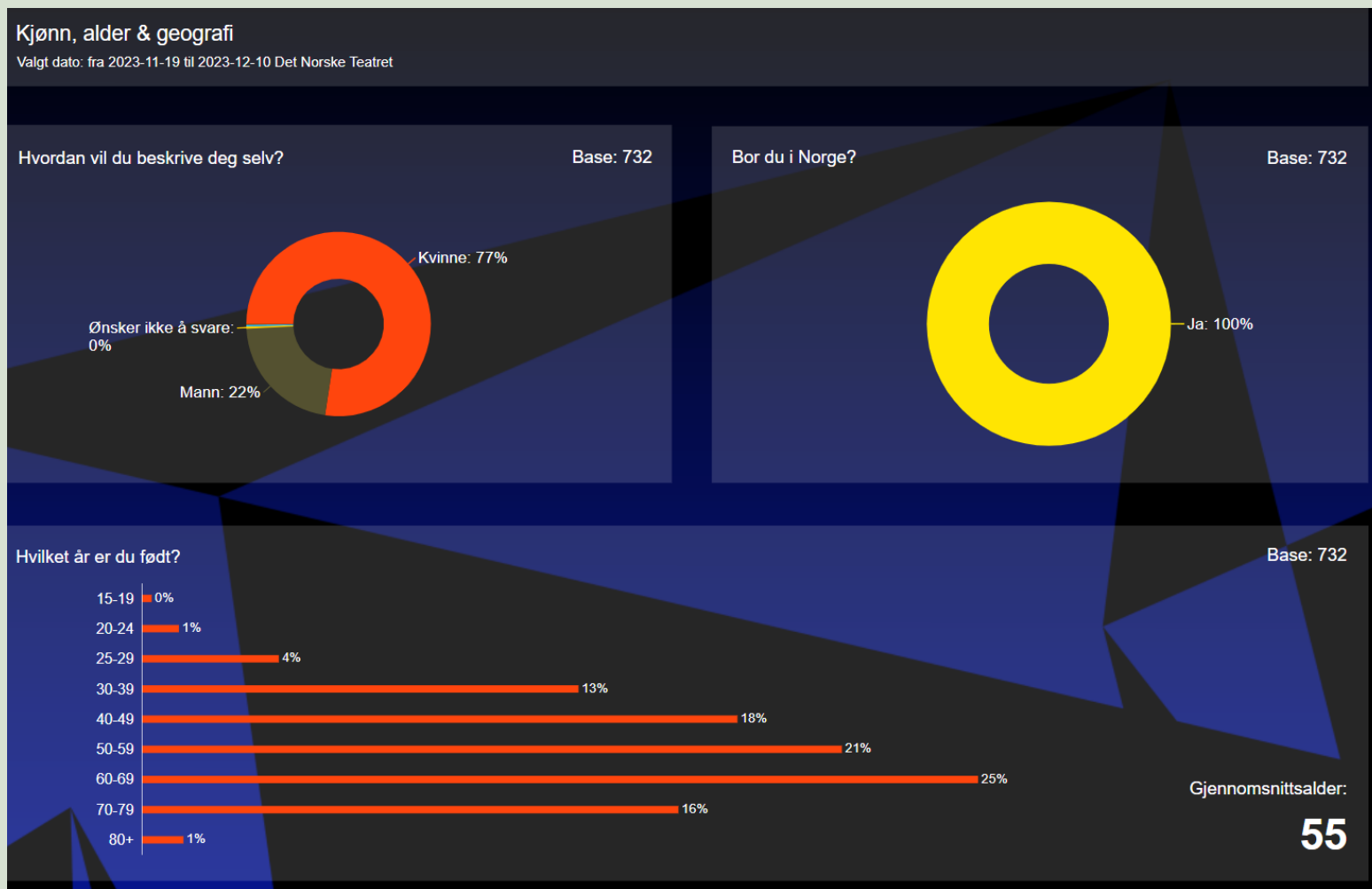
HEIL VED

MÅL:
FÅ FLEIR MENN I TEATRET!

24.04.2024



Veke 46-49, Alt er gratis*, Heil ved



Målgruppe “Menn”

Opptelling i **kundedatabasen**:

Resultat fordeling billettkjøparar

Summert for framsyningar	Kvinne %	Mann %
HEIL VED	60 %	40 %
SPORV OG ENGEL	84 %	16 %
TID FOR GLEDE	75 %	25 %

- Vi gjorde ei oppteljing i **salen** på utvalde framsyningar på Heil ved for å sjå om det var ein større overvekt av menn i salen enn det ein såg ved billettkjøpstala.

Det var det: vi kom fram til ei fordeling kvinne/mann på ca. 50/50.

- Når vi ser på data i NPU Kulturmonitor er om lag 75% av dei som svarar kvinner og 25% menn.

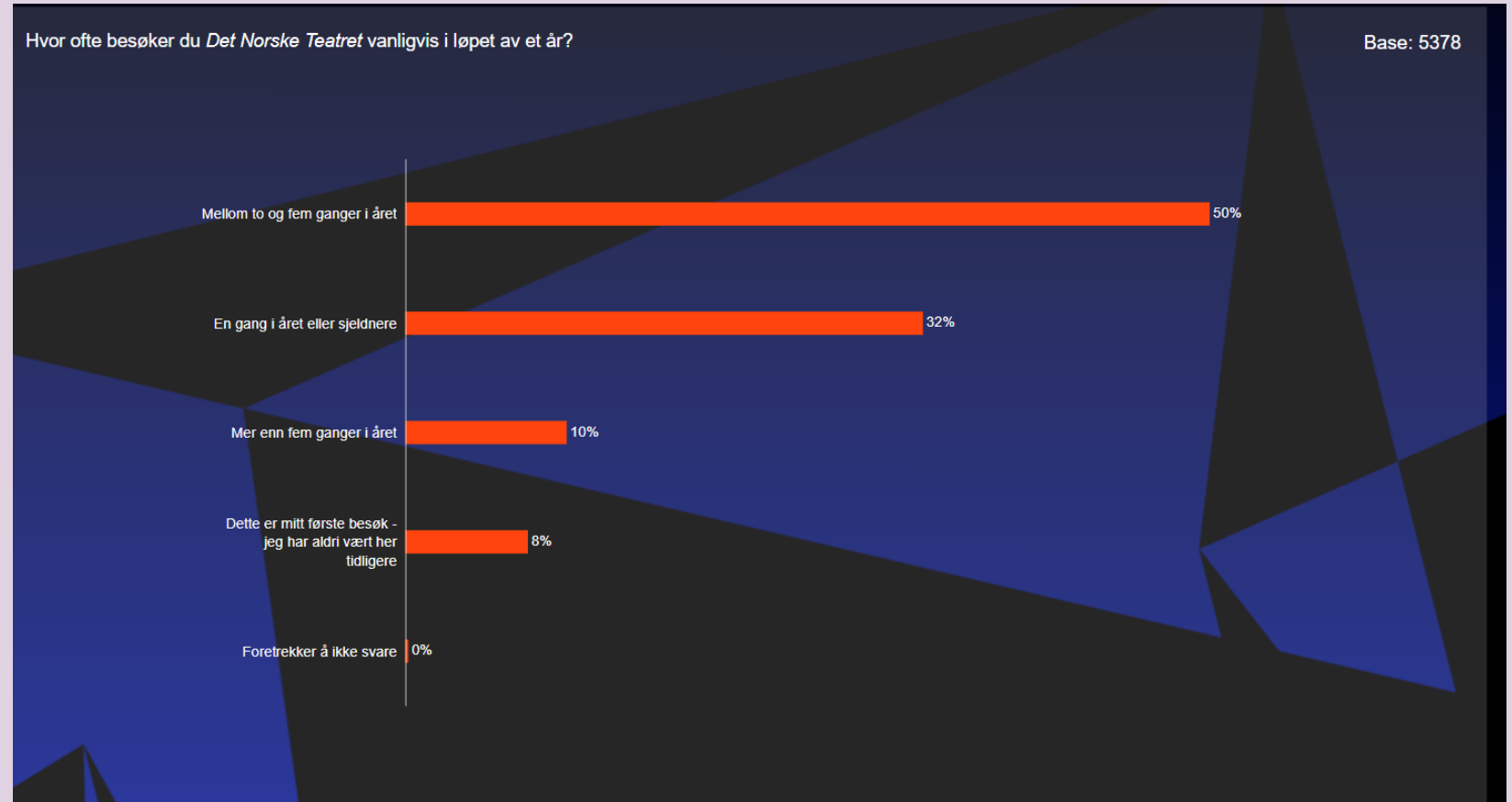
Det reflekterer nok databasen ganske godt, men den yngre målgruppen er noko underrepresentert som respondenter, og der er fordelinga i kjønn meir lik, så truleg er det meir rett at det er 70/30 som er ei gjennomsnittleg fordeling mellom kvinner og menn.

Alt er gratis*

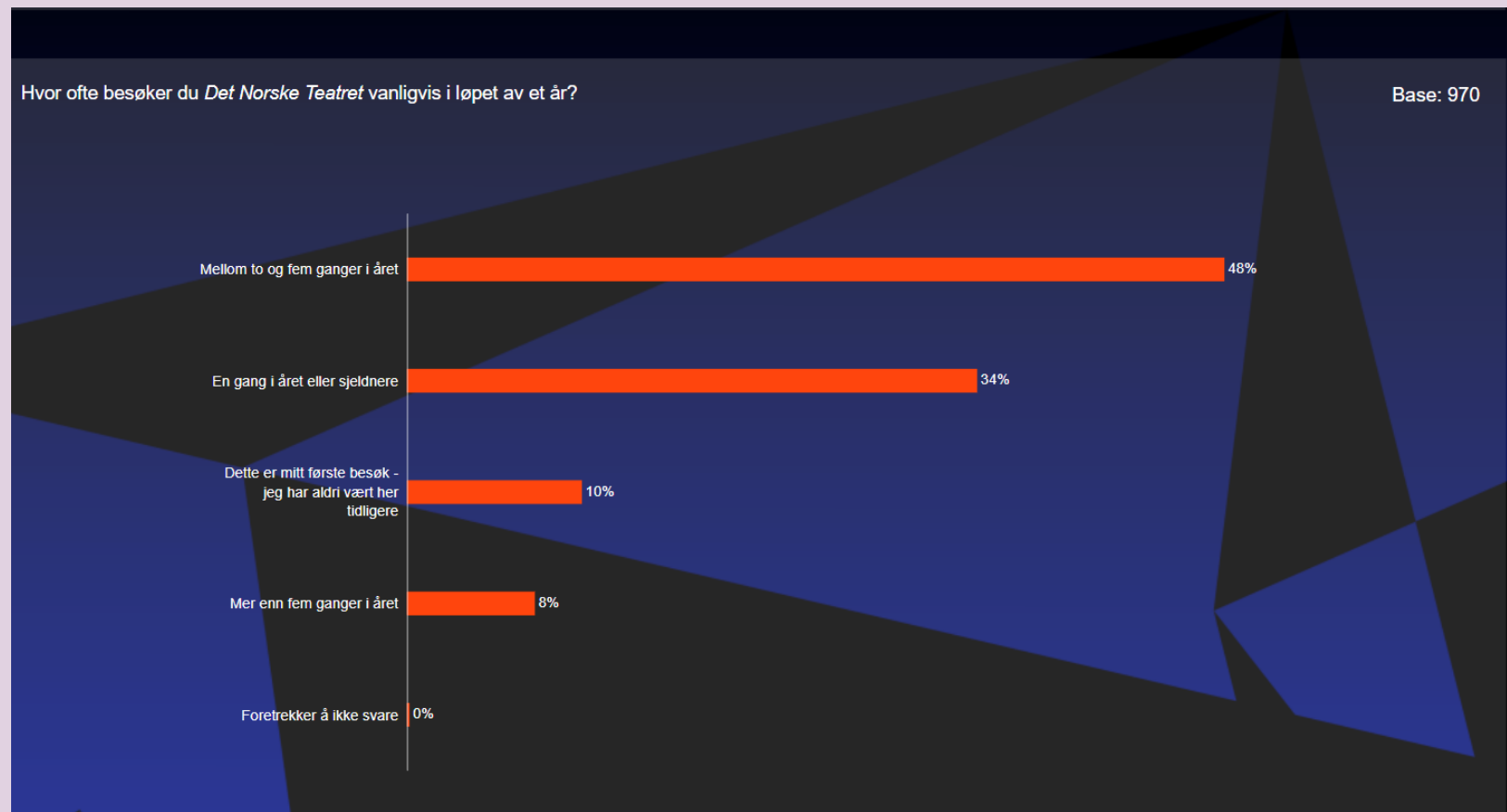
Mål:
Få inn nye kundar i teateret



Frekvens, alle



I perioden



Korleis gjekk det?

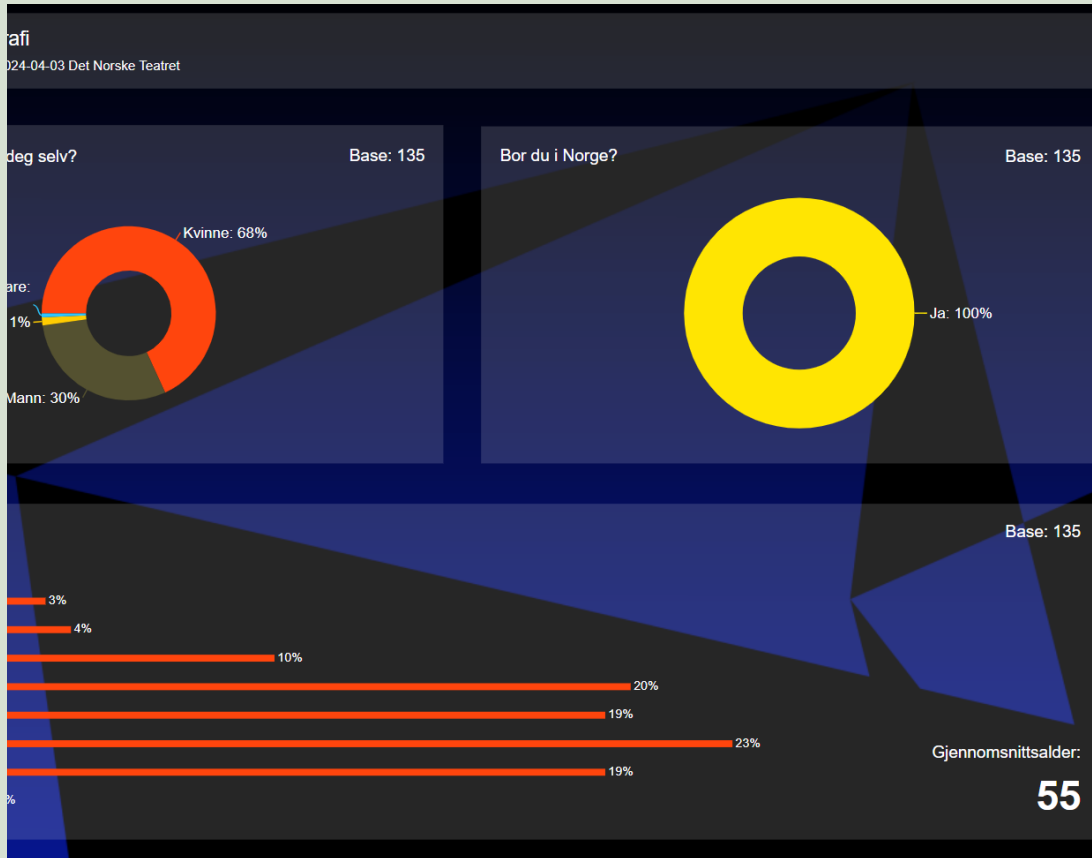


«*Gratisteater på sitt aller beste*, skreiv Aftenpostens Per Christian Selmer-Andersen. Han var ikkje aleine om å meine det. Responsen var udiskutabel og ikkje til å ta feil av. Det blei regelrett kamp om billettane. I løpet av få minutt blei framsyning etter framsyning fulle.

Folk møtte opp, den såkalla «no show»-effekten av gratisbillettar var merkbar redusert og analysar viser at opp mot 30 prosent av dei som kom var nye publikummarar. Det var ikkje spor etter dei i billettsystemet vårt frå tidlegare.

(frå Ytring på nettsida)

Berre kort, ikkje e-post



- Sidan midten av februar har vi berre delt ut NPU kort på framsyningane

Det endrar seg litt no

Utfordring... Løysing?

Svar frå dei unge

Svar frå dei som er nye

Svar frå dei «som er med»

Framover

Forskjellige metodar for innsamling?

Samkøying med andre analyseverktøy?

