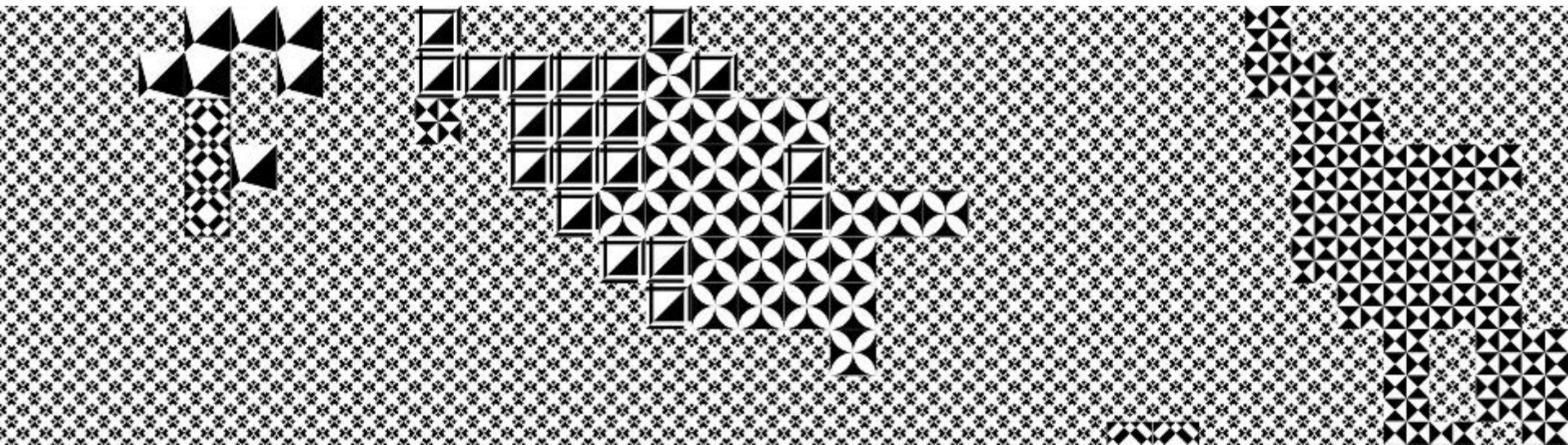


Strategisk publikumsutvikling

Ingrid E. Handeland





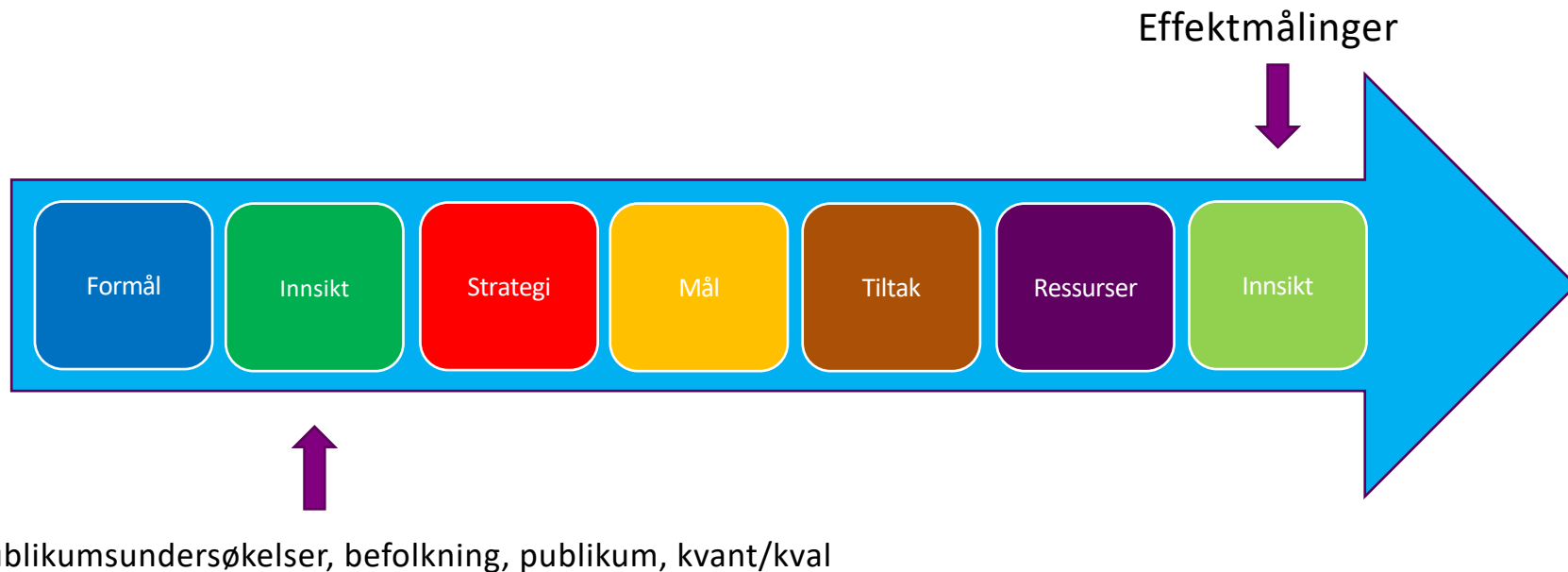
Det vi skal snakke om i dag...

- Å sette brukerne i sentrum: Hvem de **er**, hvem de **kunne** være, **konseptuelle** målgrupper, **effektmålinger**
- I del 1 Hva menes med «strategisk publikumsutvikling» – fikk du lyst til å jobbe mer med det?
- I del 2 Digital publikumsutvikling under pandemien – Case og funn på tvers

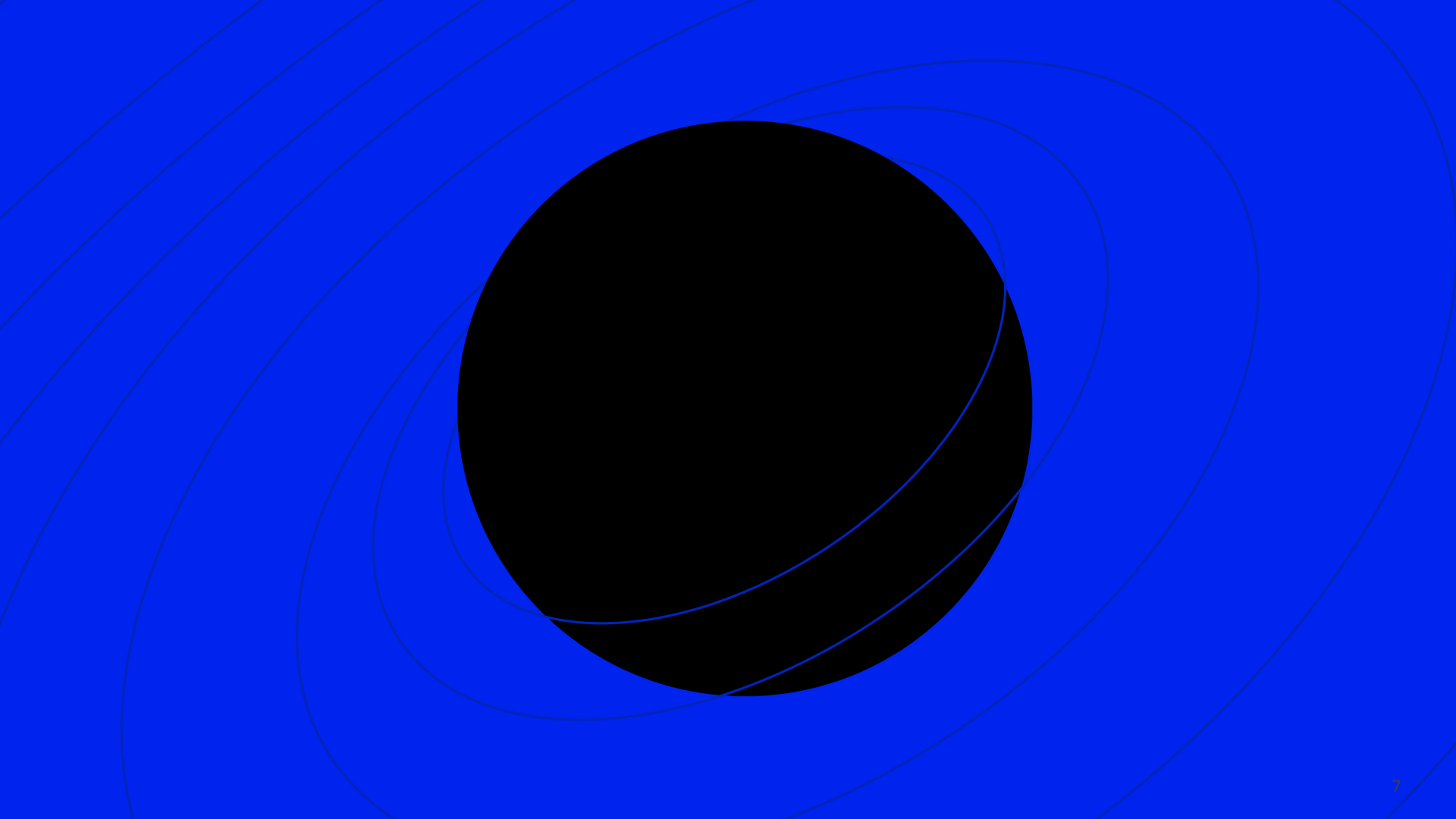
Strategisk publikumsutvikling

innsikt + strategi + handling = ENDRING

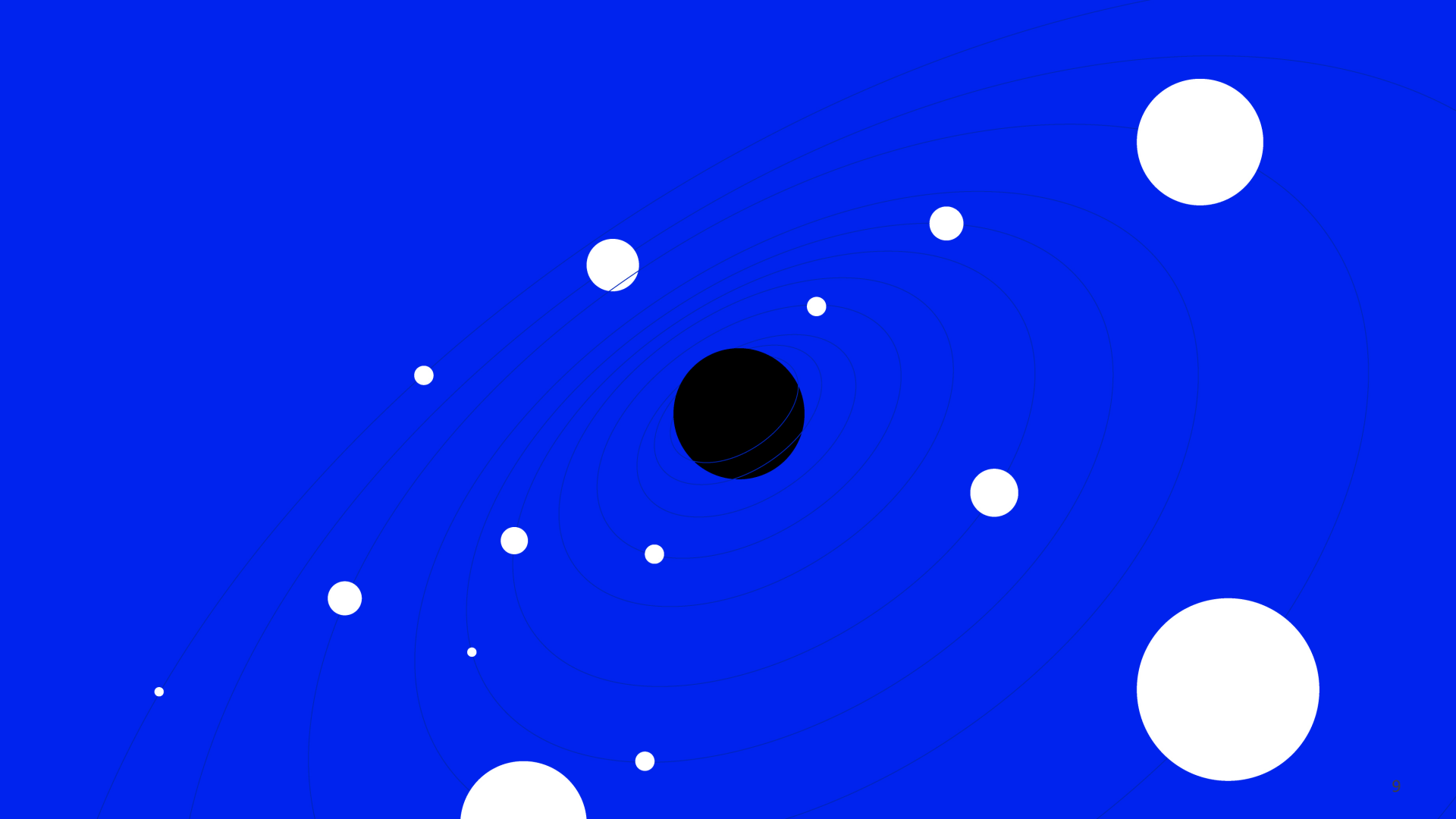
Strategisk publikumsutvikling som prosess



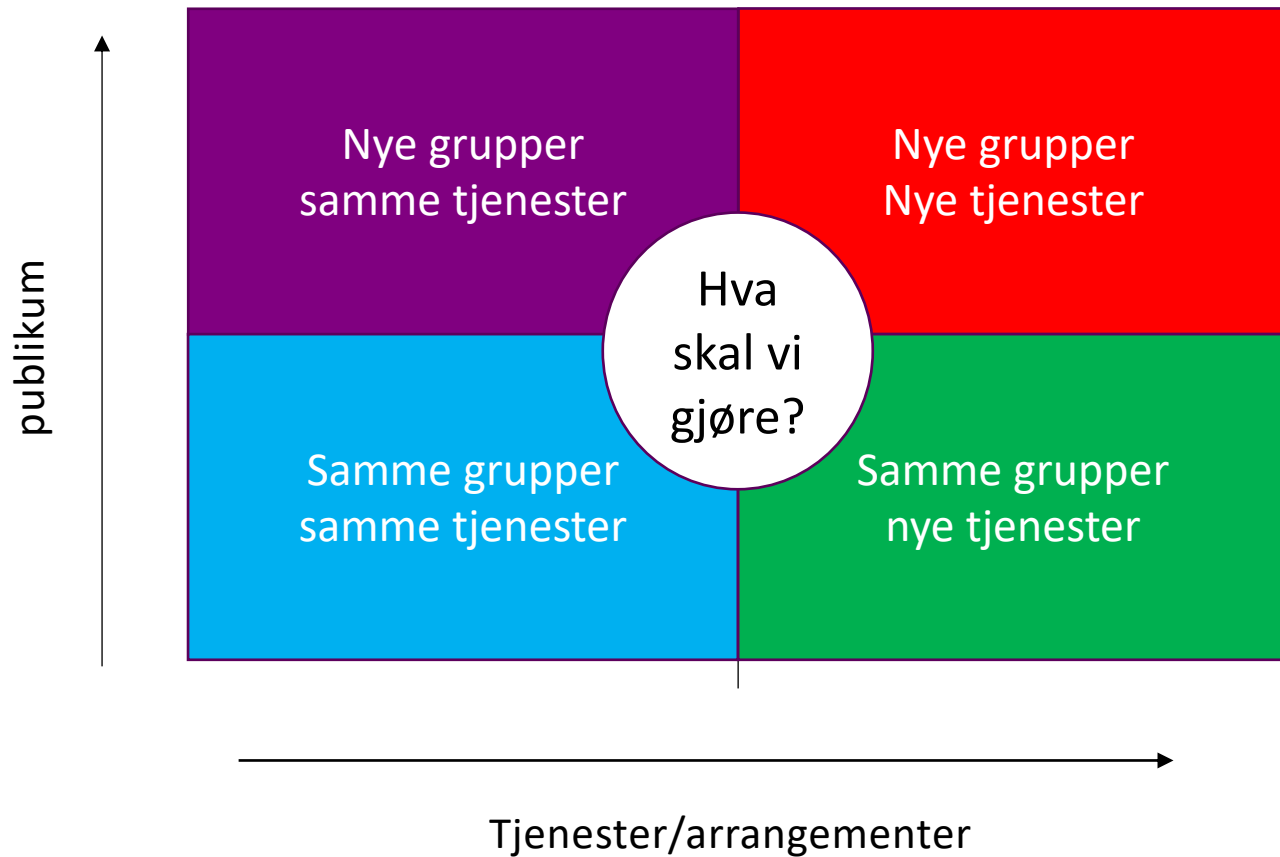
å være **noe**



å være til for noen

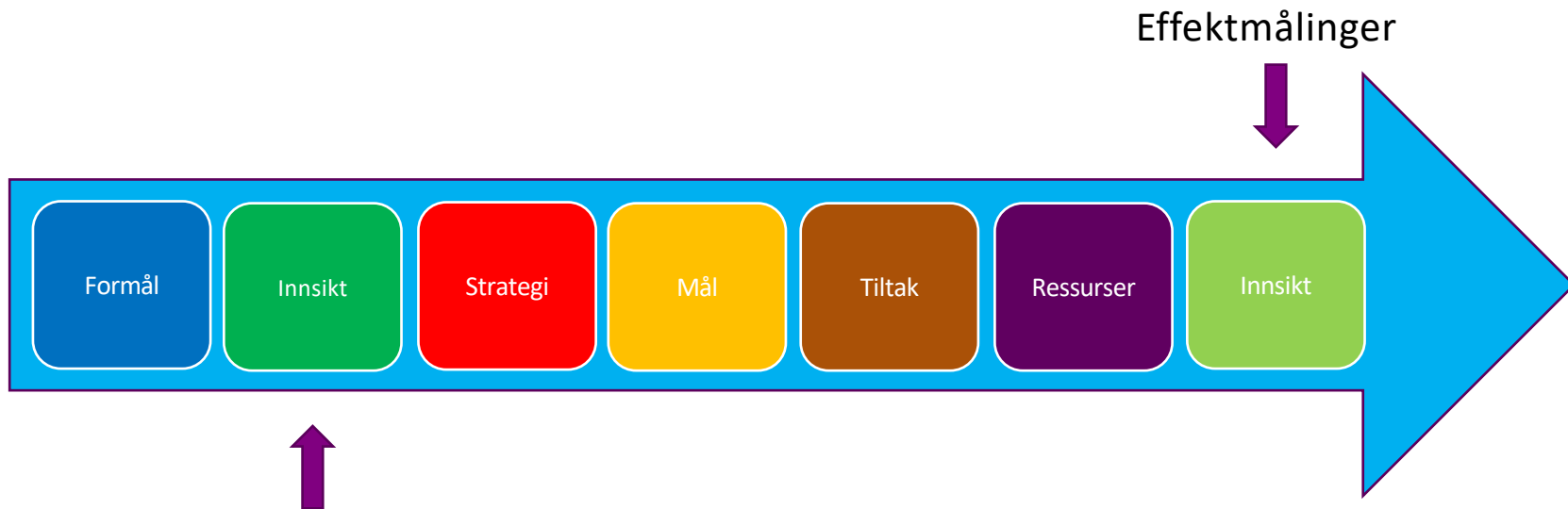


å være til for noen med noe



Publikumsutvikling er...

- Som prosess: å sette brukerne i fokus
 - Spør: hva har/kan vi som er viktig og relevant for disse menneskene i deres livssituasjoner?
 - Arbeider Innsiktsbasert (kjenner målgruppens behov)
 - Arbeider SMART (spesifikt, målbart, avtalt, realistisk og tidsbestemt)
- Som resultat: ...



Publikumsundersøkelser, befolkning, publikum, kvant/kval

en målbar endring i publikumsgrunnlaget

antall og/eller sammensetning

Endringer som kan ønskes/måles

- Økning (Increasing)
- Fordyping/forsterking (deepening)
- Diversering (diversifying)

Meet the segments



ESSENCE
Discerning
Confident
Independent
Arts-essential



EXPRESSION
Community
Nurturing
Generous
Committed



STIMULATION
Active
Experimental
Ideas
Social



AFFIRMATION
Self-identity
Considered
Diligent
Time well spent



ENRICHMENT
Tradition
History and heritage
Nostalgic
Learning



PERSPECTIVE
Settled
Self-sufficient
Focused
Contented



RELEASE
Busy
Prioritising
Ambitious
Escape



ENTERTAINMENT
Mainstream
Popularist
Leisure
Fun

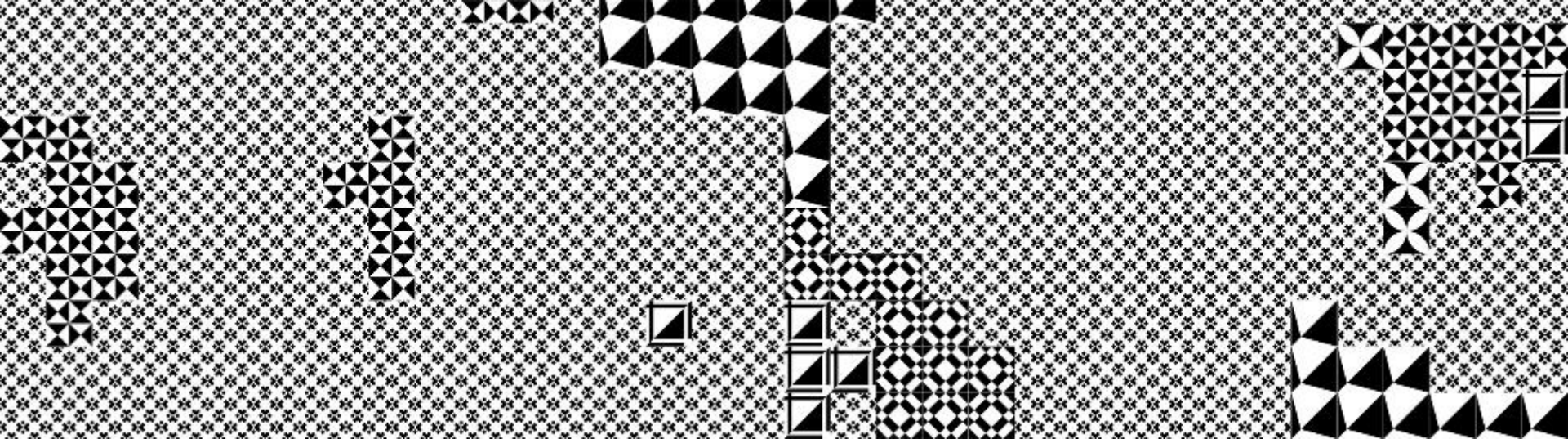
Det er mange måter å segmentere på – dette er en veldig effektiv måte!

Konseptuelle målgrupper

- **Sosiodemografi** : alder, kjønn, utdanning, inntekt, geografi, innvandringsbakgrunn osv.
- **Psykografi** :kulturelle behov, kulturvaner og smak, for eksempel *Culture Segments*
- **Interesser**: kulturhistorie, teater, film, fotball, gaming, romaner, fiske, strikking, elektronisk musikk
- **Konseptuelle målgrupper**: bilder av personer med en bestemt sosiodemografi, kulturelle vaner og interesser, samt hvilke emosjonelle /intellektuelle/funksjonelle fordeler de har av å delta

Dogmer

1. Du må tenke og handle segmentert (dele opp publikumsdyret)
2. Du kan ikke kun «kommunisere» deg til nytt publikum - Du må tilpasse på innholdssiden/utvikle nytt innhold
3. Du må skape helhetlige opplevelser på målgruppas premisser
4. Du må skaffe deg kunnskap om behovene til dine konseptuelle målgrupper



Digital publikumsutvikling

KURS OG LÆRING

Digital språkkafé

Er du hjemme og får ikke øvd på norsk? Bli med på digital språkkafé!



Deichman bibliotek

- Deichman har i tråd med den nasjonale bibliotekstrategien «[Rom for demokrati og dannelse](#)» som primært mål å tilby fysiske rom hvor mennesker kan møtes for å utvikle seg som opplyste samfunnsborgere.
- I tråd med denne har de utviklet en betydelig arrangementsportefølje.
- I forbindelse med byggingen av det nye hovedbiblioteket og gjenoppbyggingen av flere av filialene i Oslo Øst (Tøyen, Furuset og Stovner) lagt til grunn at biblioteket skal fungere som «[et tredje rom](#)» mellom hjem og jobb/skole for befolkningen, ikke kun som en utlånstjeneste og et depot.
- Samtidig tilbyr de et vidt spekter av digitale tjenester og hjelpemidler via deichman.no.

Korona- digitale erstatninger - utfordringer

- Formål: *å opprettholde kontakten med publikum og gi sårbare grupper som bruker biblioteket et alternativt tilbud.*
- Utfordring: å gjenskape det sosiale aspektet i et digitalt format.
- De stilte seg helt grunnleggende spørsmål:
 - **Hva er et digitalt bibliotek?**
 - **Hvilke behov har våre mest sårbare publikumsgrupper?**
 - **Hvilke innholdstyper bør vi satse på, med hvem?**

Har oppdaget et mulighetsrom de ikke vil utnytte - foreløpig

- Svaret ble blant annet en serie digitale bok-cafeer, språk-kafeer, verksted, og fortellerstunder for barn, noe i samarbeid med eksterne aktører, andre utviklet av og med Deichmans faste formidlere.
- De tar med seg et utvidet digitalt tilbud inn i fremtiden etter pandemien, men understreker at de fortsatt oppfatter bibliotekbyggene og de fysiske rommene som er utviklet med tanke på inkludering og deltakelse, også fra sårbare grupper, som mer demokratibyggende rom enn de digitale supplementene.
- Deichman har oppdaget et større geografisk mulighetsrom med de digitale arrangementene men har ikke et strategisk mål om å nå ut forbi Oslo per i dag. Det primære samfunnsoppdraget er å gi rom for opplysning og dannelses til et representativt utvalg av Oslo-befolkningen. Lokalt mangfold er foreløpig viktigere for Deichman enn nasjonal og internasjonal publikumsutvikling.

Stiklestad Nasjonale Kultursenter

Holdning: «dette kan vi ikke, så det må vi prøve!»

Ressurser: Kun basert på interne krefter, ingen innkjøpsbudsjetter eller eksisterende utstyr

Evaluerings: kjempesuksess, stor rekkevidde og de har blitt mye bedre formidlere

Fremtid: har søkt og fått tilskudd til å utvikle digitalt DKS-tilbud

Kjerneteam

- Teknisk sjef med interesse for filming og klipping, og privat drone
- En sosiale medier-ansvarlig (bygget videre på et etablert konsept som het «månedens gjenstand», hvor hun presenterte gjenstander og bygninger i form av stillfoto og tekst på Facebook og Instagram).
- Formidlingsansvarlig Gunhild Rikstad. «Inspisietrolle»



Dagens 10.30 8. april 2020. Ildens magi



Kopier link...



Vi savner våre mange besøkende og starter derfor opp et digitalt formidlingstilbud vi kaller "Dagens 1030". Her vil vi tre dager i uken, på mandag, onsdag og fredag, klokken 10.30 ha en livesending på Facebook. Her vil dere møte oss ansatte som deler historier som spenner over tusen år – knyttet til både Olav og til stedet Stiklestad. Etter direktesendingen legger vi den digitale fortellingen her.

BIENES HISTORIE

etter Maja Lundes roman. Dramatisert av Ingrid Weme Nilsen, songtekstar av Ola E. Bø og med musikk av Nils Bech.

Kjøp billett

Tilgjengelig som strømming

Du kan sjå framsyninga i di eiga stove uansett kor i landet du er! Strøyminga startar samtidig som framsyninga på scenen og du kan ikkje sjå ho i opptak.



Hybride formater

- I etterdønningene av lockdown, med redusert kapasitet vil flere ta i bruk hybride løsninger
- Vil først skje blant de som er avhengige av egeninntekter
- Men burde også være et tilbud fra gratis-tjenester som bibliotek
- Bør arrangementene være hybrider?
- Kommer an på kompetanse, tid og penger. Men sannsynligvis lurt....

Hvordan påvirker koronakrisen
publikumsgrunnlaget til institusjonene?

COVID-19 MONITOR



DIGITALT SOM INKLUDERING

Åpne svar på spørsmål om hva som gjorde mest inntrykk på personer som har deltatt hjemmefra via skjerm viser at digitale tilbud kan bety mye for personer som er interessert i utgangspunktet, men som ikke kan delta på grunn av fysiske avstander, helsemessig risiko, funksjonshemming og psykiske plager.

- * Avviserne
- * Tvilerne
- * De sosiale hjemmesitterne
- * De ekskluderte hjemmesitterne

* De ekskluderte hjemmesitterne

Opplevelsen av å være ekskludert fra et kulturtilbud kan bunne i geografiske, fysiske, psykiske, sosiale eller fortolkningsmessige barrierer. Under pandemien kan det bunne i helsemessige utfordringer som normalt ikke forhindrer deltakelse. Tilbakemeldingene fra publikum viser at digital programmering kan brukes til å senke tersklene for deltakelse for personer som opplever svært ulike typer barrierer for deltakelse.

DOGMER

Den digitale møteplassen er potensielt global

Du må segmentere publikum/tjenestene digitalt som analogt (noe for noen)

Digitalt inkluderer flere

De sosiale trenger det sosialt også på nett