

NPU-medlemskap 2027 – produktark

NPU-medlemskapet kombinerer data, sammenligning, kompetanse og oppfølging.

Målet er at dere både skal få et bedre kunnskapsgrunnlag og bli bedre i stand til å bruke det.

Gjennom konferanse, strategiprogram og nettverksmøter blir dere også del av et faglig fellesskap som lærer og utvikler seg sammen.

1. Kulturmonitor – hvordan står dere i befolkningen?

NPU gjennomfører en nasjonal befolkningsundersøkelse om kulturbruk gjennom Norstats panel.

Som medlem har dere automatisk reservert plass i undersøkelsen. Da kan dere blant annet se:

- hvilke deler av befolkningen dere når
- hvilke grupper dere når i mindre grad
- interesse for ulike kulturtilbud
- barrierer for deltakelse
- hvordan resultatene utvikler seg over tid
- hvordan dere ligger an sammenlignet med andre relevante aktører

Fra 2027 gjennomføres Kulturmonitor annethvert år:

2022 → 2025 → 2027 → 2029

Dermed kan dere følge utviklingen over tid og bruke resultatene i blant annet publikumsutvikling, strategi, rapportering, søknader og dialog med eiere og myndigheter.

Medlemskapet inkluderer måling av ett besøkssted (én destinasjon), for eksempel Museum Stavanger – ikke alle besøkssteder under samme organisatoriske paraply. Det kan kjøpes tilgang til ekstra destinasjon. Det kan også kjøpes tilgang til resultater fra flere enn ett befolkningsutvalg, for eksempel dersom Henie Onstad Kunstsenter ønsker svar fra både Oslo og Akershus.

2. Dataene samlet i et dashboard

Resultatene kvalitetssikres og gjøres tilgjengelige i et digitalt dashboard av Opinion.

Dashboardet har også KI-funksjonalitet som gjør det enklere å stille spørsmål til dataene. Dere trenger ikke egen analysekompetanse for å komme i gang.

3. Fra data til handling

Fra 2027 inngår strategiprogrammet Fra data til handling i medlemskapet.

Programmet hjelper dere med å bruke egne data til å:

- **Forstå** – Hva forteller dataene?
- **Prioritere** – Hvor ligger vårt viktigste utviklingspotensial?
- **Handle** – Hva vil vi gjøre annerledes?
- **Følge opp** – Hvordan finner vi ut om tiltakene virker?

Programmet går over fire måneder og består av:

- én fysisk heldag
- tre digitale oppfølgingssamlinger
- inntil tre deltakere fra virksomheten

Mellom samlingene arbeider dere med egne problemstillinger.

4. Konferanse og nettverksmøter

NPU-konferansen arrangeres annethvert år i forbindelse med ny måling i Kulturmonitor. Konferansen samler feltet rundt ny kunnskap, aktuelle problemstillinger og gode eksempler på publikumsutvikling.

Vi deler ut **NPU-prisen** annethvert år under konferansen og legger til rette for kunnskapsdeling mellom de nominerte og resten av feltet.

Digitale nettverksmøter gjennomføres løpende og gir medlemmer anledning til å dele erfaringer, diskutere funn og lære av hverandre.

5. Oppfølging

Som medlem får dere hjelp til å komme i gang og finne fram i dataene.

Det inngår også inntil to timer individuell rådgivning eller presentasjon av egne resultater.

Mer omfattende hjelp til å sammenstille og analysere data eller bistand i egne strategiprosesser kan avtales separat.

6. Mulighet for fordypning

Dere velger selv om dere bare trenger det som inngår i medlemskapet, eller ønsker mer detaljert kunnskap om egne besøkende og kunder. Vi tilbyr to fordypninger.

6.1 Fordypning Publikum

En felles publikumsundersøkelse i samarbeid med Opinion som blant annet gir svar på:

- Hvem besøker dere fra dag til dag?
- Hvorfor kommer de?
- Hvordan opplever de besøket?
- Hva motiverer dem?
- Hvilke barrierer møter de?
- Hvor lojale og fornøyde er de?
- Hvordan skiller deres publikum seg fra befolkningen og fra andre aktørers publikum?

Resultatene samles i dashboard og kan følges over tid, og svarene kan sammenlignes med andre som bruker undersøkelsen.

6.2 Fordypning Kunder

Bli kjent med egne kunder – og sammenlign dere med resten av feltet

Som NPU-medlem får dere tilgang til et eget kundedashboard i MarketHype med beriket innsikt i egne kunder, samt 15 % rabatt på MarketHypes kampanjeverktøy. Gjennom NPU CID får dere i tillegg mulighet til å sammenligne kundemønstre med andre kulturaktører.

Kundefordypningen gjør at dere kan:

- se hvem kundene deres er
- se hvor ofte og hvor mye de kjøper
- følge hvordan kundemønstrene utvikler seg
- benchmarke mot andre aktører
- se bruk og kryssbruk mellom kulturaktører

Jo flere relevante aktører som deltar, desto bedre blir sammenligningsgrunnlaget.

Culture Segments-lisens

Culture Segments er en internasjonal segmenteringsmodell for kultursektoren. Modellen inngår allerede i Kulturmonitor Befolkning.

Gjennom NPU får medlemmer rabatterert tilgang til lisensen for å profilere egne besøkende i Publikum eller tagge egne kundekort i MarketHype – og se hvilke av de åtte kultursegmentene de tilhører.

Hva kreves av dere?

Kulturmonitor – NPU organiserer den nasjonale datainnsamlingen. Dere trenger ikke selv gjennomføre befolkningsundersøkelsen.

Publikum – Dere bidrar til å samle inn svar fra egne besøkende. NPU og Opinion sørger for undersøkelsen, dashboardet og nødvendig oppsett.

NPU CID – Kundedata må kunne inngå i det felles, anonymiserte datagrunnlaget.

Hva får dere samlet?

MEDLEMSKAP

Markedet og utviklingen – Hvem når dere, og hvor ligger potensialet?

+ PUBLIKUM

De besøkende – Hvem kommer, og hvorfor?

+ NPU CID

Kundene i et større marked – Hvordan ser kundemønstrene deres ut sammenlignet med andre?

+ CULTURE SEGMENTS

Segmentprofil – Hvilke kultursegmenter tilhører egne besøkende eller kunder?

Fra måling til utvikling

NPU-medlemskapet er bygget rundt én sammenhengende arbeidsmåte:

MÅLE → FORSTÅ → PRIORITERE → HANDLE → MÅLE IGJEN

Se også «NPUs toårsprogram 2027–2028» for en enkel oversikt over Kulturmonitor, konferanse, strategiprogram og nettverksmøter gjennom perioden.