

# NPU CID

– hva det er og ikke er

Innsikt, forståelse og riktig bruk  
av publikumsdata



# NPU CID - Customer Insight Dashboard

- Vi har koblet kundetransaksjoner fra billettsystemene til 27 medlemsinstitusjoner
- 👉 Hvilken innsikt gir dette på bransjenivå?
- Hva om vi kunne koble data fra alle som selger billetter i Norge?

# Ambisjon

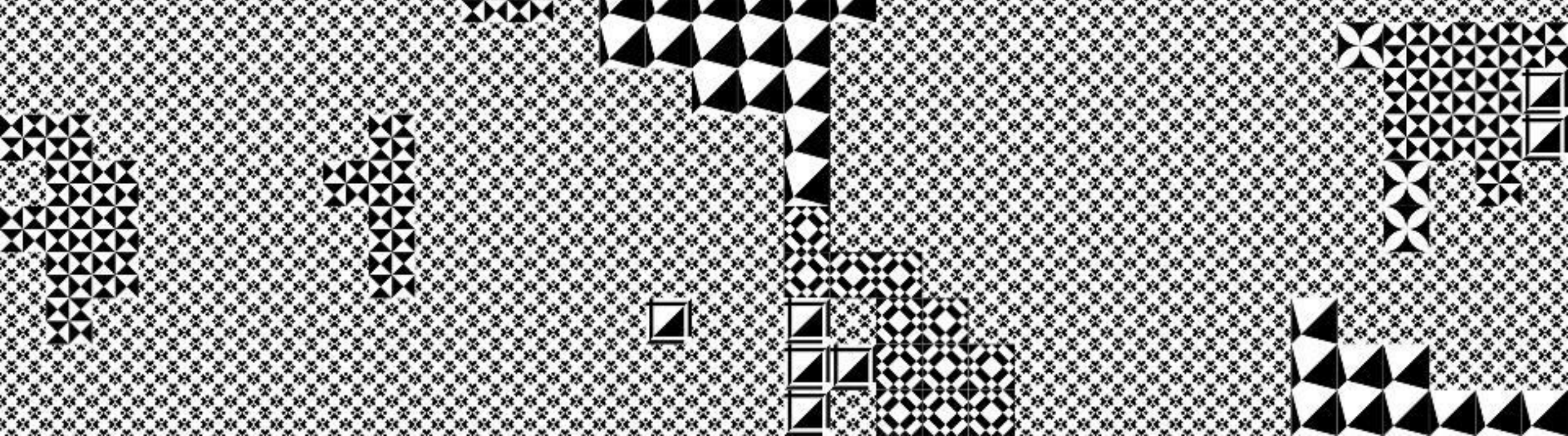
- Felles norsk kunnskapsgrunnlag for publikumsutvikling basert på kundetranakasjoner
- Bedre beslutninger på bransjenivå – sammen

# På kunstens premisser

- Kunstens samfunnsrolle under press
- Politisk krav til innsikt og legitimering øker
- Synliggjøre verdiskapning
- Oppdage trender i tide til å ta tak
  
- 🖱️ Hvordan bruker vi data – på kunstens premisser?

# Datetrygghet

- Anonymisering og aggregering
- Ingen tilgang til individdata
- GDPR-kompatibelt



**Hva kan det brukes til?**

# Fra usikker til sikker viten – styring og framsnakking

- Kulturbruk både over-rapporteres og under-rapporteres
- Aktørene rapporterer antall solgte billetter som unike kunder – uriktig bilde
- Vi har ikke samlet kunnskap om verdiskapningen i kroner og øre i feltet
- Vi har ikke samlet bilde av rekrutteringen av nye kunder i feltet
  
- 🖱️ NPU CID → faktisk kjøpsadferd sammenliknet med andre i feltet

# Hva CID kan bli

- En unik, sektorstyrt kulturdata infrastruktur i Norge – bottom up-styrt
- Bedre analyse og innsikt
- Benchmarking – mer innsikt i å sammenlikne seg med andre i samme bransje
- Felles kunnskapsgrunnlag for å utvikle bransjen
  
- 👉 Vi deler innsikt – ikke kunder

# Kunnskapsproduksjon og kompetanse

- **Kunnskapsproduksjon**
- NPU Trend Report
- Sektoranalyser på tvers av kunstformer
- Dokumenterte case-studier
  
- **Kompetanse og utvikling**
- Workshops og seminarer
- Lederdialoger basert på data
- Strategisk sparring og kapasitetsbygging
- Digitale og fysiske samlinger

# Samarbeide og møter på tvers

- **Samarbeide på tvers av bransjer og regioner**
- Identifisering av beste praksis-aktører
- Kobling mellom institusjoner som jobber med lignende utfordringer eller har høy kryssbruk
- Felles læringsarenaer
- Utveksling av erfaring og praksis
  
- **Konferanse og møteplasser**
- Audience Data Cafés – digitale møteplasser
- Norske og nordiske møteplasser ( MarketHype har brukere over hele Norden)

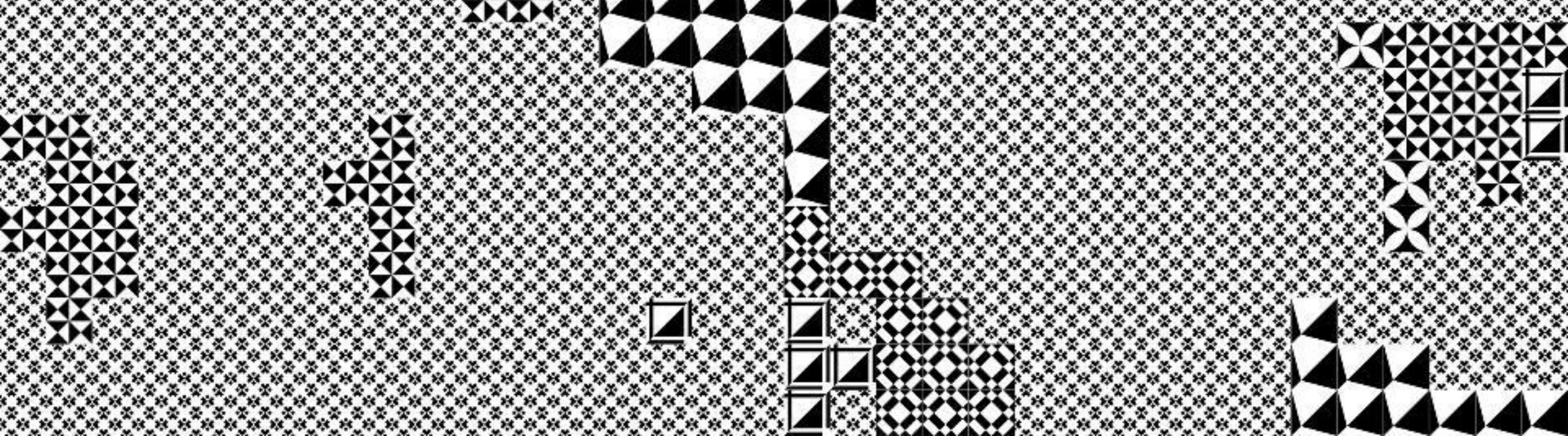
# Fra innsikt til handling

Når du har lastet inn kundedataene dine i MarketHype, kan du – om du ønsker – oppgradere til en MarketHype-lisens med NPU-rabatt.

Da får du mulighet til å kommunisere direkte med utvalgte publikumsgrupper, basert på kjøpsmønstre, programpreferanser, demografi, geografi og Culture Segments (dersom du bruker vårt tag-verktøy).

 **NPU + MarketHype gir deg:**

- Innsikt i egne kunder
- Sammenligning med aktører i samme bransje og region
- Oversikt over overlappende publikum
- Mulighet til å handle på innsikten – direkte fra dashboardet, ved å sende målrettede tilbud og informasjon



# FAQ

# Hva med GDPR – er dette trygt juridisk?

- MarketHype henter inn transaksjonsdata fra ulike billettsystem og er ansvarlig databehandler.
- De deler ikke den enkelte aktørs persondata med noen tredjeparter.
- Dataene anonymiseres og aggregeres før de brukes.
- Ingen aktører får tilgang til andres kundedata.
- Dette er fullt GDPR-kompatibelt

# Skal vi konkurrere om samme publikum?

- Nei – dette er eksplisitt ikke et markedsførings samarbeid.
- Ingen aktører får tilgang til andres kunder.
- Ingen markedsføring på tvers.
- Anonymisert data kan brukes til vise hvor stort overlapp det er mellom kundene i ulike institusjoner.
- Dette brukes kun til å forstå utvikling – ikke til å kontakte hverandres kunder.

# Vi har allerede data – hva tilfører dette?

- NPU Monitor tilbyr surveydata – holdninger og selvrapportert adferd.
- Den enkelte har ofte data om egne kunder i eget billettsystem
- CID viser faktisk kundeadferd over tid – og sammenlignbarhet på tvers av bransjer og regioner
- Verdien oppstår i kombinasjonen av datapunkter fra ulike aktører og bransjer

# Hva med de som ikke har kjøpt billetten selv?

- Publikumsundersøkelser forsøker å fange både kunden, og de kunden har med seg
- Erfaring fra Norge/NPU Monitor viser at selv organisasjoner som jobber aktivt med å rekruttere representativt i liten grad lykkes med å få andre enn de som har tatt initiativet til å besvare.
- *Hvor mange* kunden har med seg ser vi i transaksjonen
- *Hvem* kunden har med seg må vi spørre kunden om (Survey-tools tilgjengelig i plattformen)

# Hvorfor skal vi legge all kundedata fra kulturlivet hendene på en kommersiell aktør som MarketHype?

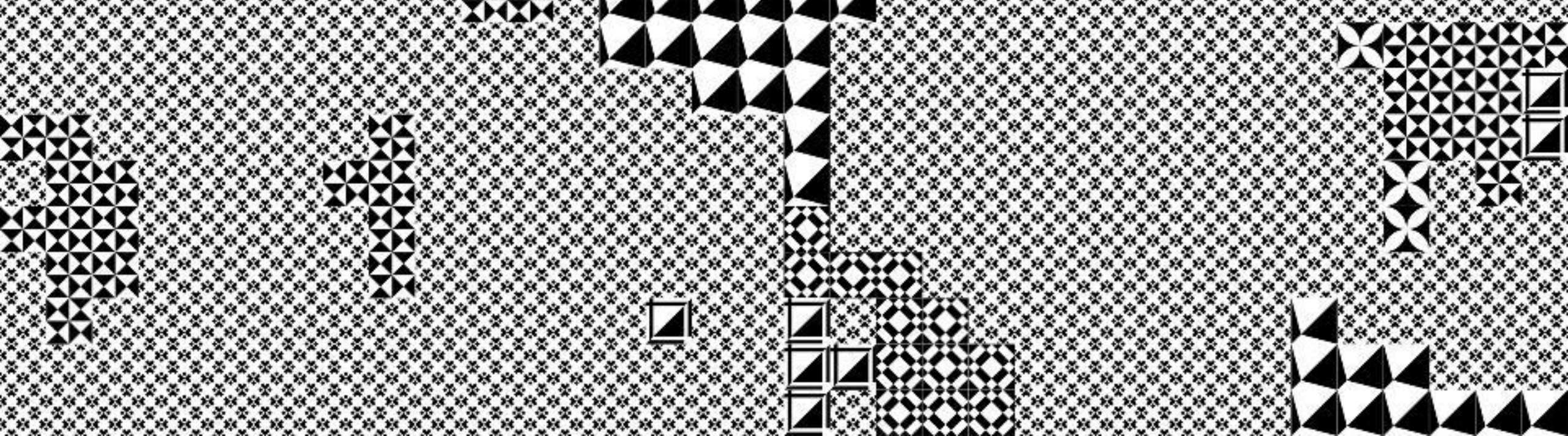
- Det skal vi ikke. Vi skal bygge en plattform sammen – bransjeorganisasjonene
- NPU CID er skapt av med og for aktørene - skal bygges etter sektorens behov og ønsker.
- Vi har dialog med NTO om CID.
- MarketHype er en teknologipartner – men har ikke eierskap alene og har styrerepresentant men ikke ledende styringsrolle.
- Governance bør ligge hos institusjonene selv – gjennom NPU eller bransjeorganisasjoner som NTO
- Dette er avgjørende å ha kontroll på data og kommunikasjon av det dashboardet viser

# Hva med de som ikke selger billetter online?

- Denne dataplattformen baserer seg på online billettsalg
- Vi starter derfor med de som selger billetter online
- Vi starter med de som selger billetter online gjennom billettsystem det er mulig å hente data fra

# Kan dere vise kryssbruk i en region?

- Ja, transaksjonsbasert analyse av kundene i feltet tillater at vi kan måle kryssbruk mellom aktørene i en region
- NPU CID kan utvikles slik brukerne ønsker det – hvilke datapunkter som er mest relevant for ulike brukere skal avdekkes i piloten



**Hva krever det av oss å være med? Er det mye arbeid?**

# Dette må du gjøre

- Ta kontakt med billettleverandør
- Be om oppkobling via MarketHype API
- 🖱️ Ingen endring i egne systemer
- 🖱️ Ingen ekstra drift

# Hva NPU medlemmer får

- Freemium utgave av MarketHype-dashboardet - Ferdige dashboard
- Sammenlignbar innsikt - CID
- Tilgang til felles kunnskapsgrunnlag - CID
- Rabatt på MarketHype salgsverktøy