

# Màrqueting relacional i desenvolupament de públics en cultura

Ferran López i Andreu Garrido de tekneultura

**26/6**

Presentació metodologia pla desenvolupament audiències

Casos: Atrium Viladecans, Festival Grec

Experiències en primera persona: Equipaments municipals Vilafranca, Temporada Alta

Debat i contrast d'idees

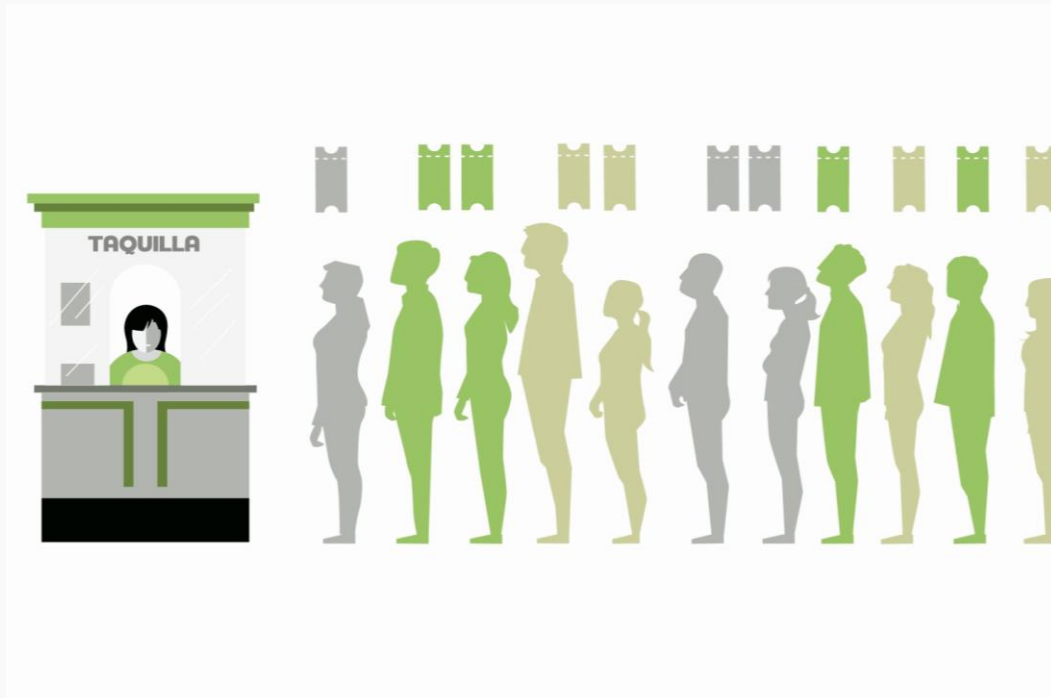
**28/6**

Taller pràctic:

Exercici en grup d'aplicació de la metodologia a un cas hipotètic

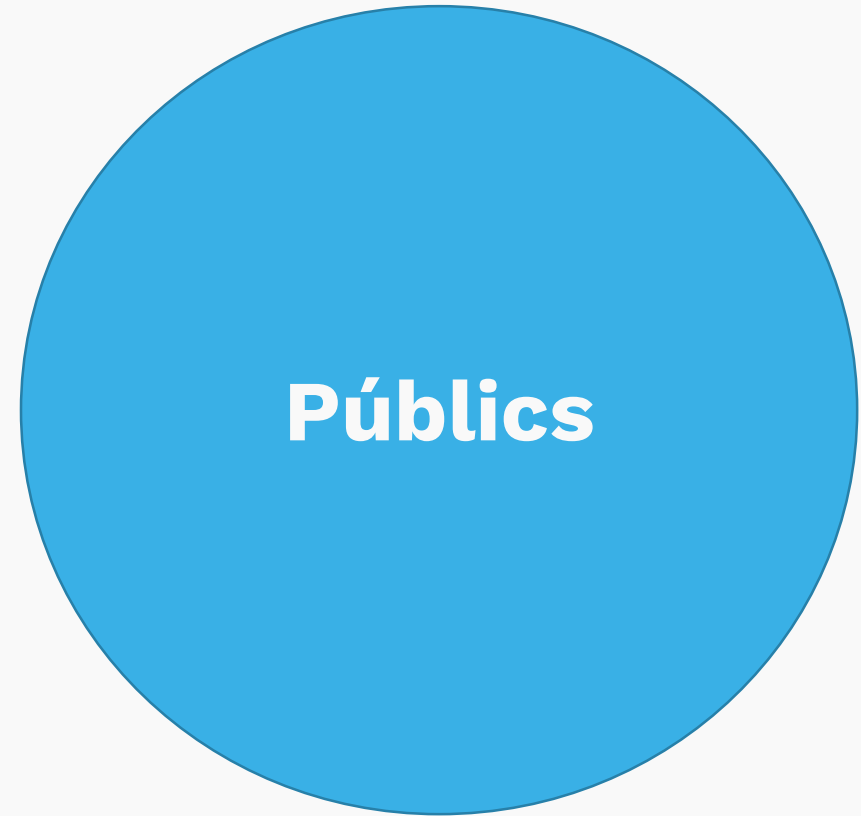
<b>Pla</b>	<b>Metodologia, forma de fer i avaluar</b>
<b>Desenvolupament</b>	<b>Fer créixer, millorar</b>
<b>Audiències</b>	<b>Qui ens escolta, per a qui som rellevants</b>

## Visió transaccional



## Visió relacional

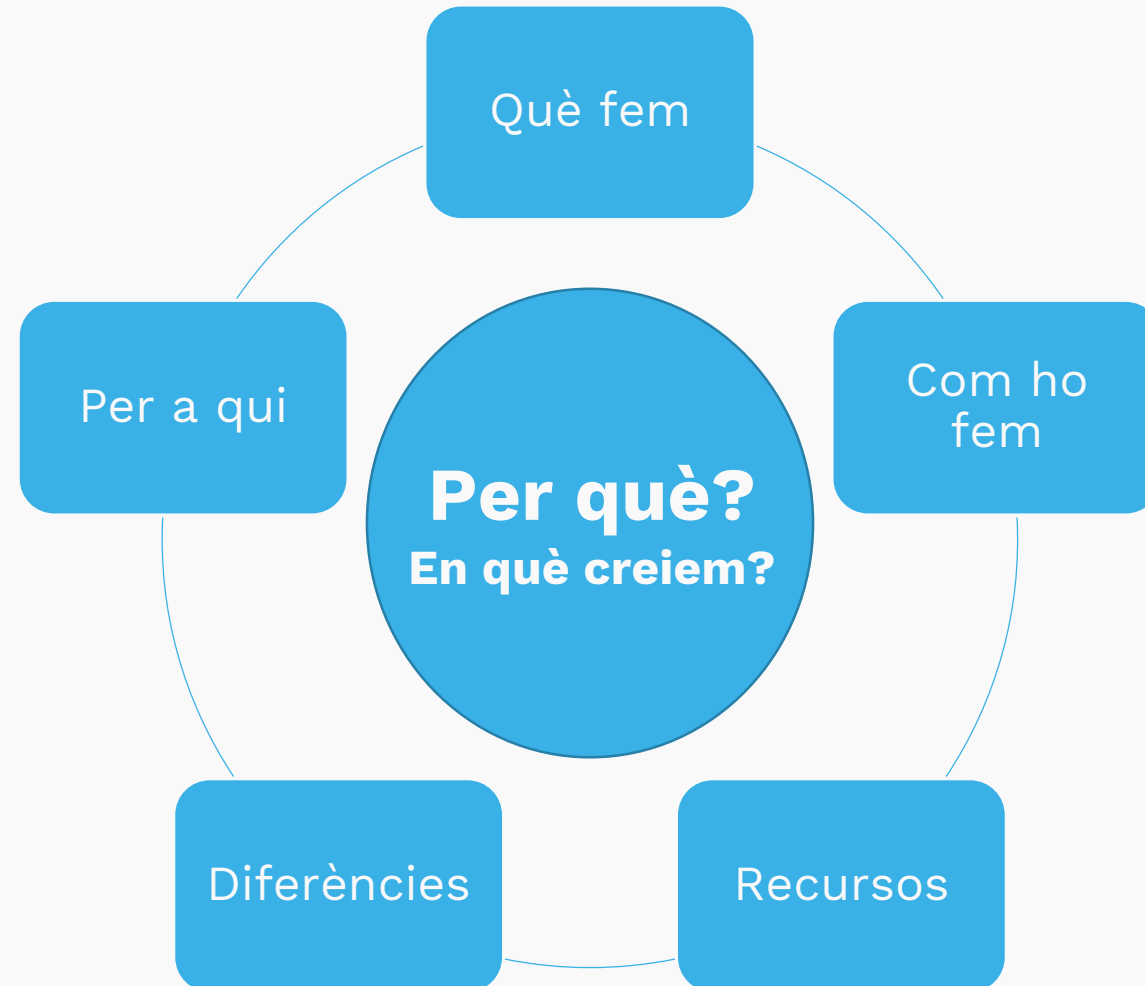




# missió i valors

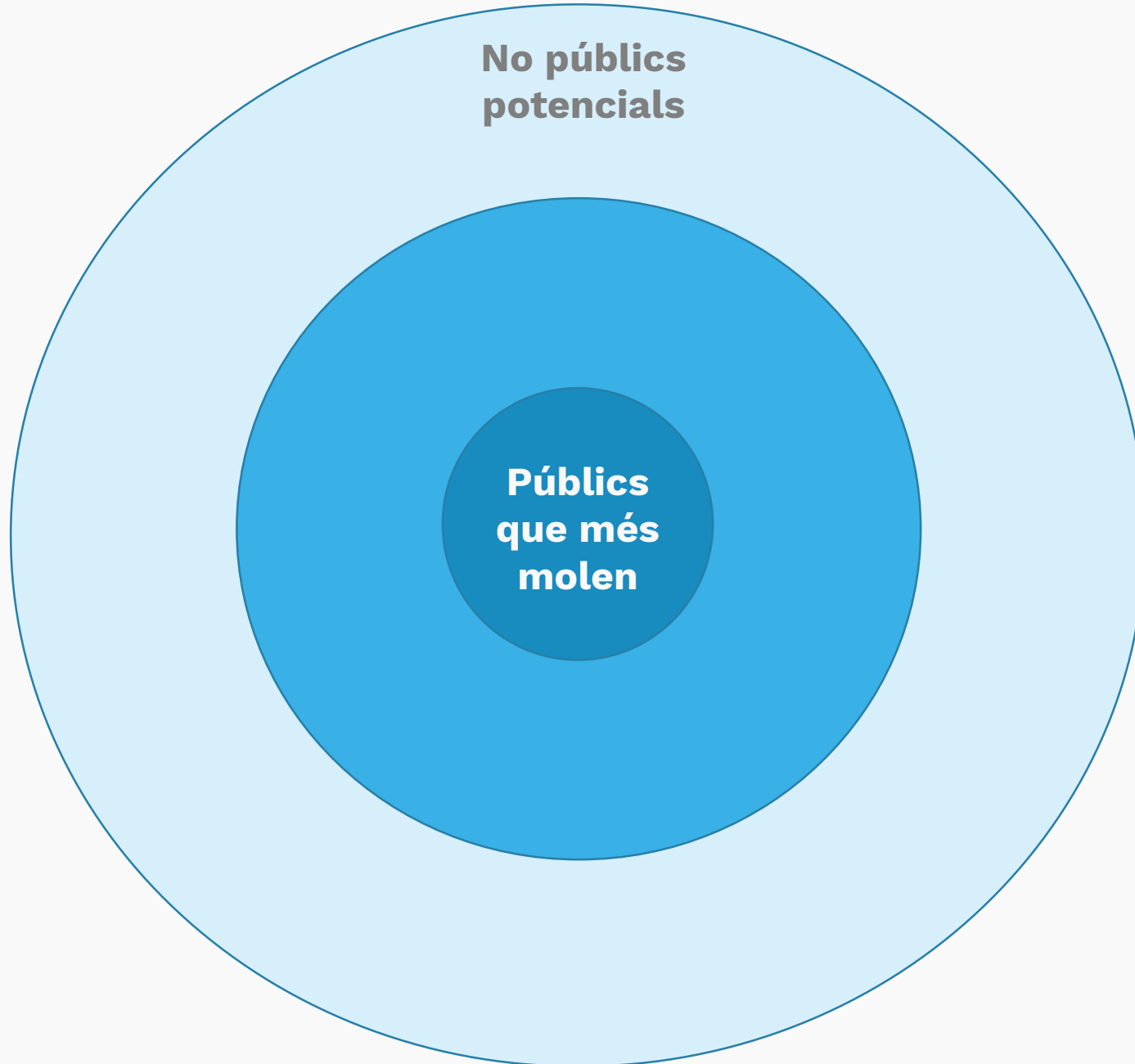
# continguts

# missió i valors



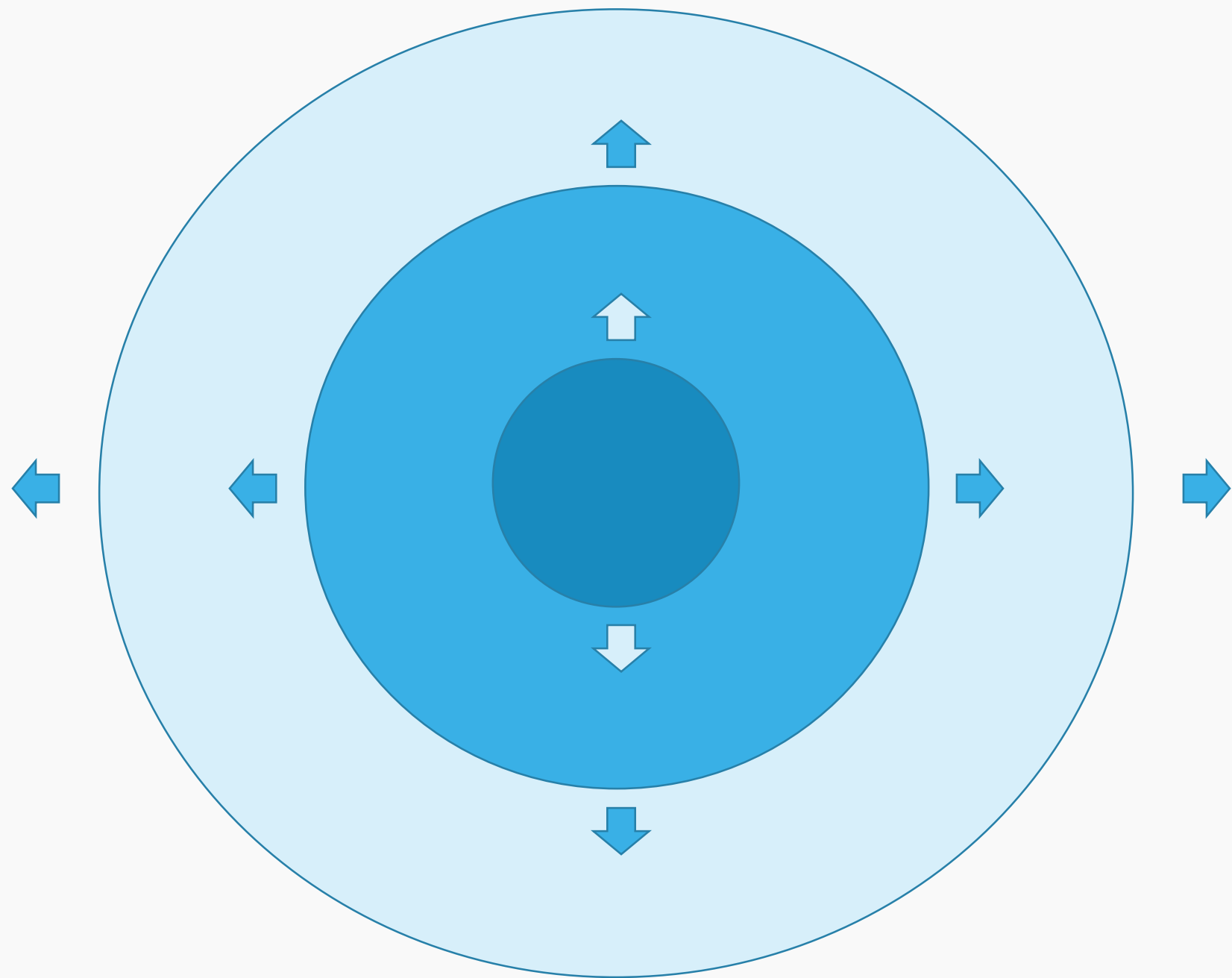
## Visió relacional

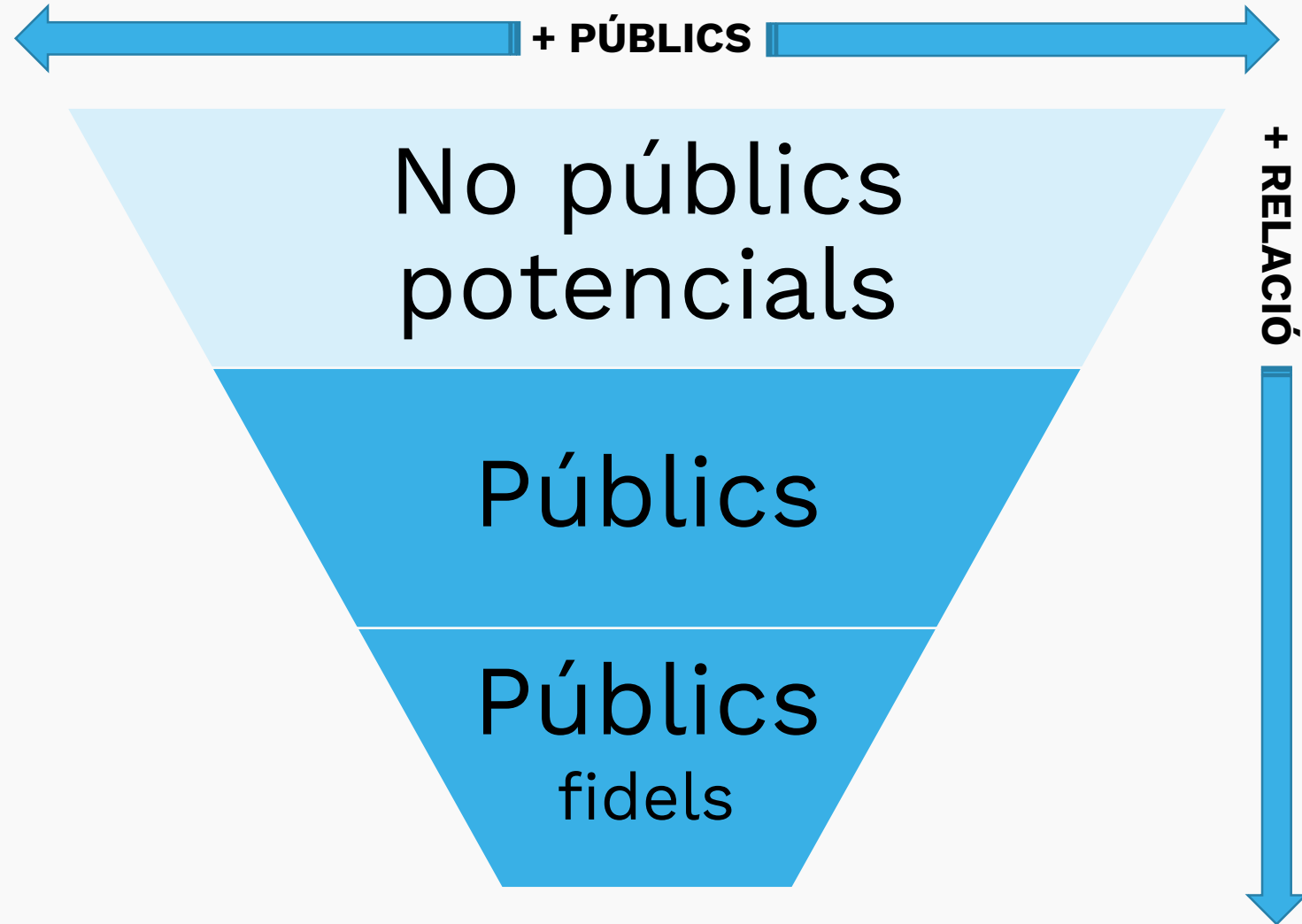
**No públics**





# Visió relacional





## Models de segmentació:



- Demogràfica
- Geogràfica
- Fidelitat. Model RFM
- Modalitats de subscripció
- Moments de compra
- Qualitativa unidimensional
- Qualitativa associació espectacles
- Qualitativa motivacional
- Qualitativa multidimensional
- ...
- Una combinació de totes elles

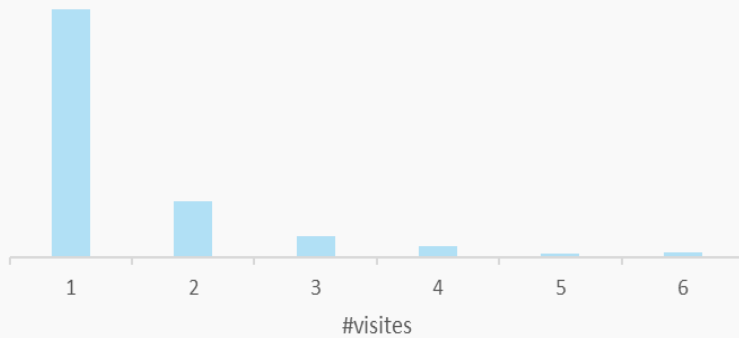
## Fuzzy màrqueting



## Proposta de segmentació:

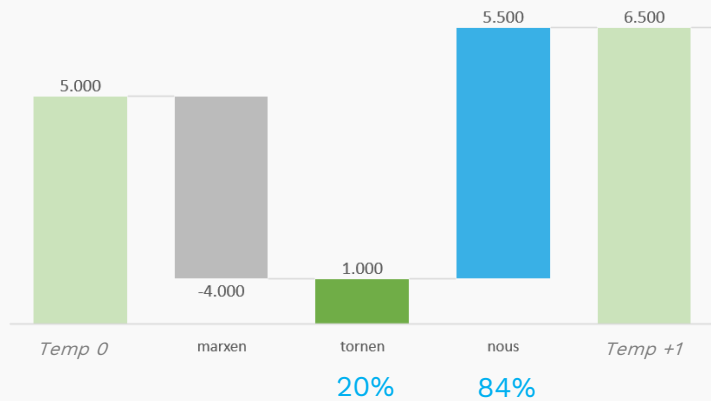
- **Segmentació per fidelitat**
  - + (en funció del projecte):
    - Modalitats de subscripció
    - Geogràfica
    - Qualitativa (motivacionals, associació)
    - Edats (situacions familiars)

## Distribució públics per freqüència



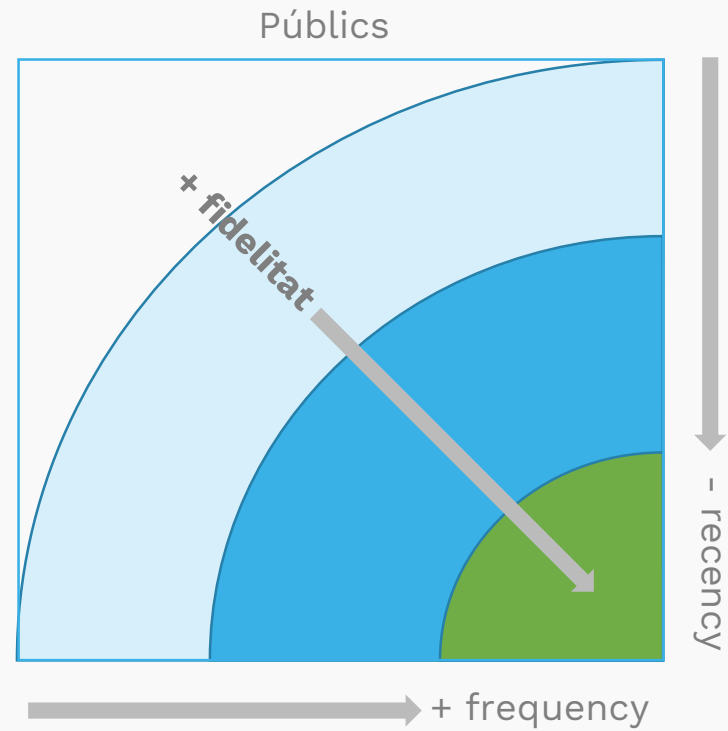
- ✓ La major part dels públics són poc freqüents
- ✓ Freqüència està correlacionada amb retorn

## Evolució de la comunitat



- ✓ La major part dels públics són nous cada any
- ✓ Frescor, que siguin nous o no, està relacionat amb retorn

La combinació dels dos factors és una potent i senzilla forma de segmentar clients en funció del seu **RF (M) model**





## Principiants



Han connectat amb nosaltres 1 sola vegada, probablement motivats pel producte  
Són menys sensibles al preu

10-20% retorn

## Actius



Han repetit experiència i els podem considerar connectats, “clients propis”

35-45% retorn

## Fidels



Connecten amb el relat, l’hi donen sentit. Fonamentals per la sostenibilitat a llarg termini  
Més sensibles al preu  
Més afectat per la proximitat  
Amb una corba d’edats desviada a major mitjana

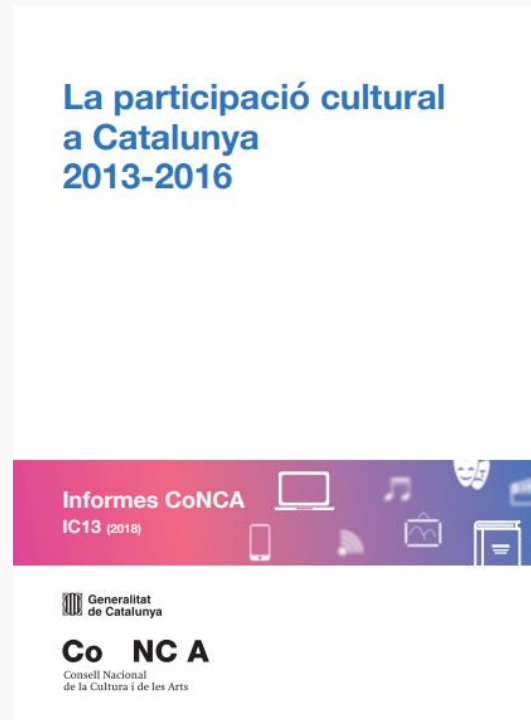
70-80% retorn



## Models de segmentació de no públics:

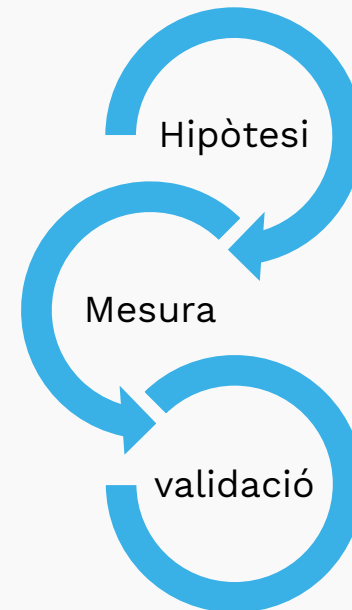


- Barreres accés
- Perfils demogràfics
- Perfils de consum cultural
- Estudis de mercat
- Similars a segments de públics existents
- Segments infra-representats entre els públics
- Col·lectius per fer “guerrilla”
- ...
- Combinacions de tots ells



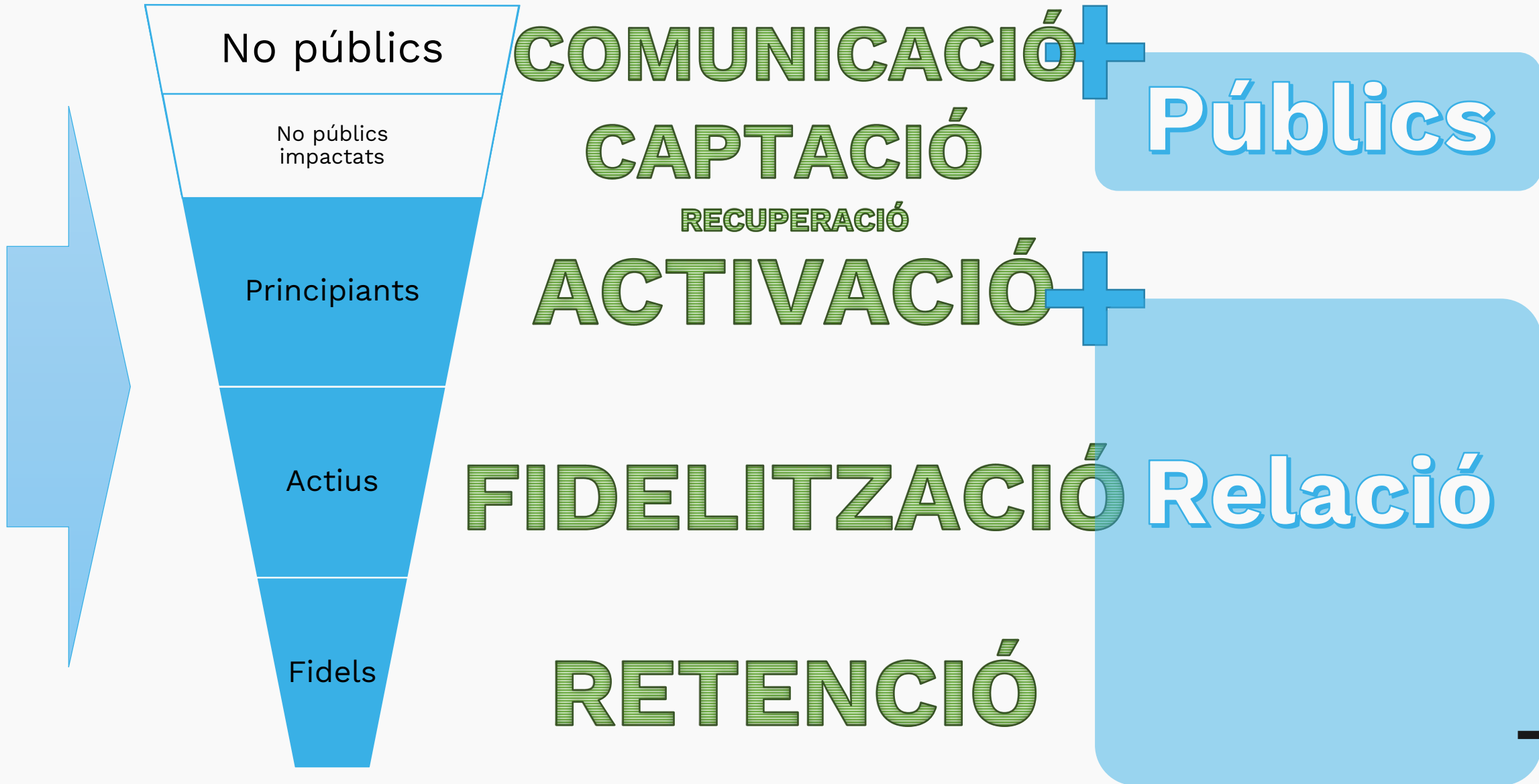
La participació cultural a Catalunya 2013-2016  
Informe CONCA 13 (2018)  
Antonio Ariño

[http://conca.gencat.cat/web/.content/arxius/publicacions/participacio\\_cultural\\_catalunya/IC13\\_Participacio\\_Cultural\\_CAT.pdf](http://conca.gencat.cat/web/.content/arxius/publicacions/participacio_cultural_catalunya/IC13_Participacio_Cultural_CAT.pdf)



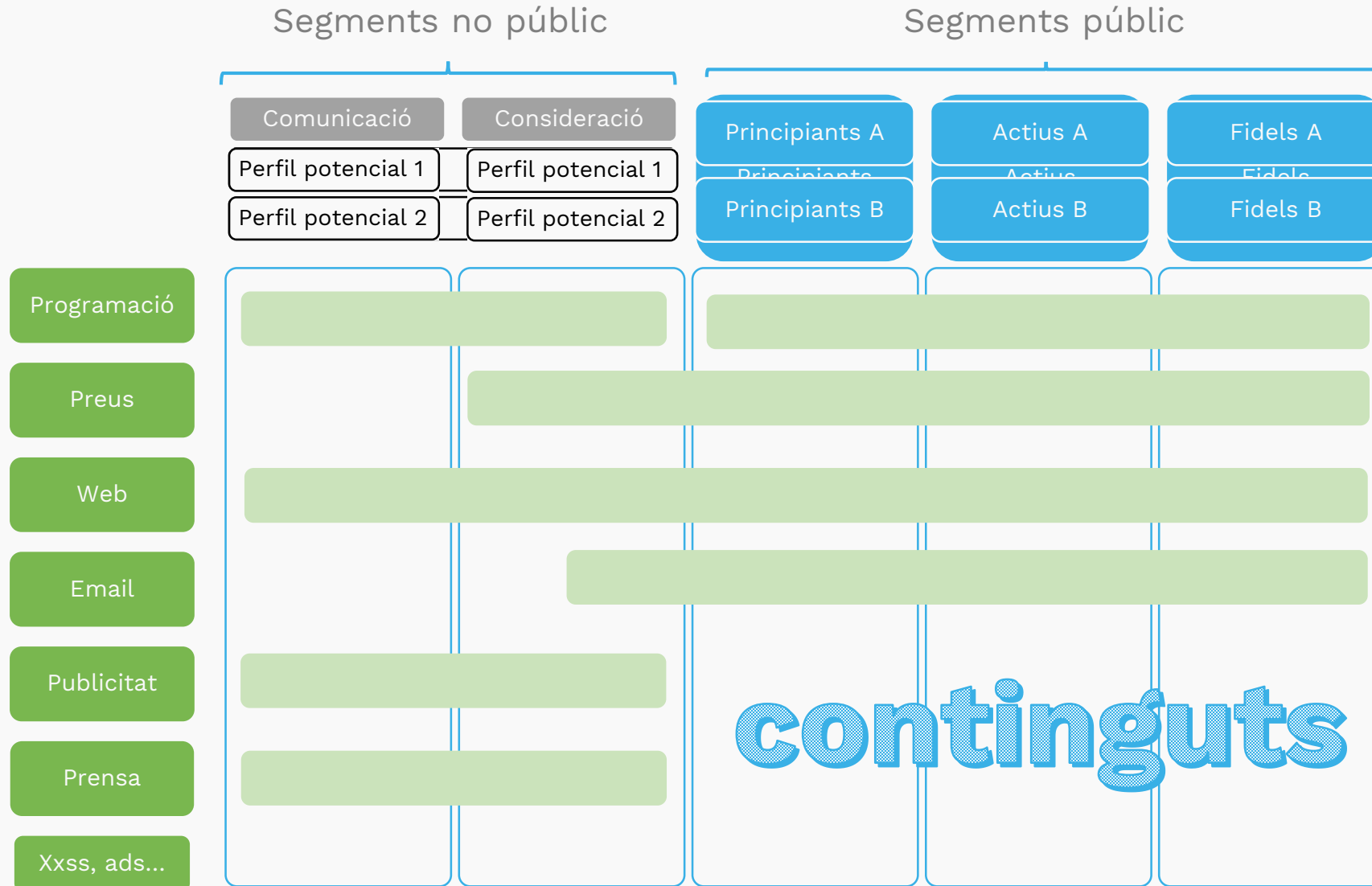
<https://mhminsight.com/es/culture-segments>

Anàlisi de dades

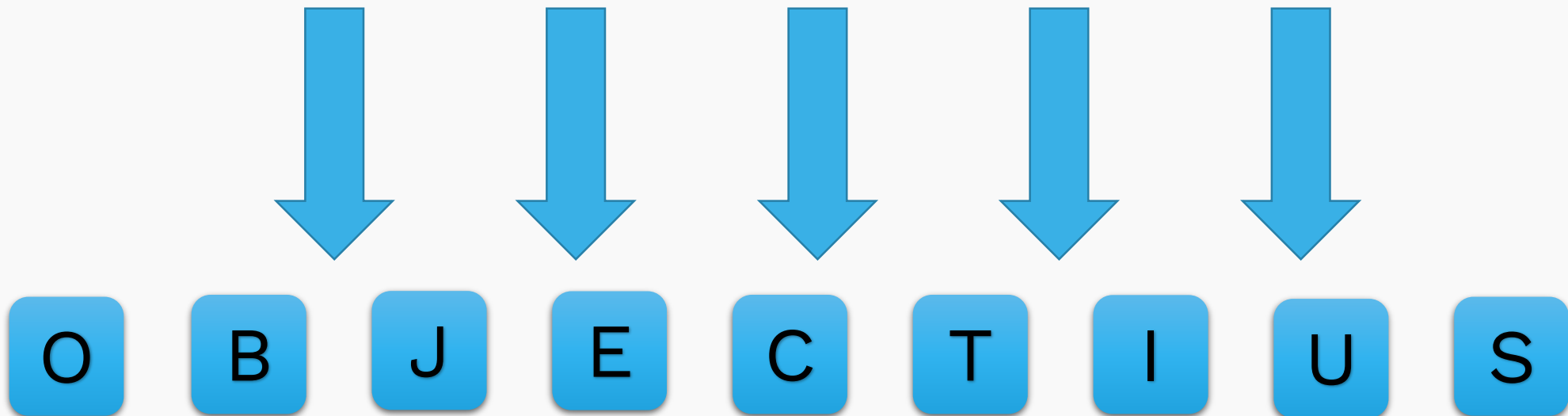


# Matriu de continguts

Tipus continguts



# continguts



# continguts

S

M

A

R

T

O

E S U R A B L E S



Retenir el 90 % dels clients fidels



Millorar la taxa de penetració a la ciutat



% la taxa de captació



Millorar un 5 % la taxa de retenció



Incrementar un 10 % la despesa per entrada dels nous clients

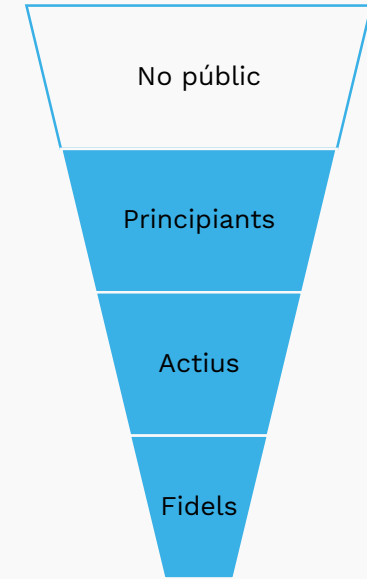
B J E C T I U S

## Métriques clau



Evaluació

Anàlisi de dades per a conèixer els públics



Pla d'accions:

- ✓ Acció
- ✓ Segment
- ✓ Calendari
- ✓ Responsable
- ✓ Objectius
- ✓ Indicators
- ✓ Resultats

Implementació

Pla desenvolupament audiències

Estratègies continguts per a la captació, retenció, fidelització...

Contenidos	Público potencial		Segmento A	Segmento B	Segmento C
	Público potencial 1	Público potencial 2			
Programación	Accesible		Cualitativa / Motivaciones / Fidelidad		
Precios			Mayor sensibilidad		
Web					
Email					
Publicidad					
Prensa					

Filosofia Lean StartUp  
Metodologies Agile

Gran projecte

Accions petites

Evolució ràpida



## Métriques clau



Espectadors  
Rati penetració  
Cobertura de l'oferta

Comunitat digital  
% comunitat digital amb interacció

% clients freqüència 1  
Increment de clients nous  
Taxa de retorn  
Taxa de retorn dels clients nous  
Taxa activació  
Taxa recuperació

% clients de cada segment fidelitat  
% aportació de cada segment fidelitat

I mètriques avaluació continguts

## Ticketing

- Adaptat a necessitats (que cal tenir definides)
- Amb facilitat per exportar dades (idealment via API)

## Base de dades

- O al ticketing o a alguna altra solució o pròpia

## Eines d'anàlisi i segmentació

- Excel
- Software CRM
- Bussines Intelligence
- Google Analytics
- Monitorització xarxes socials

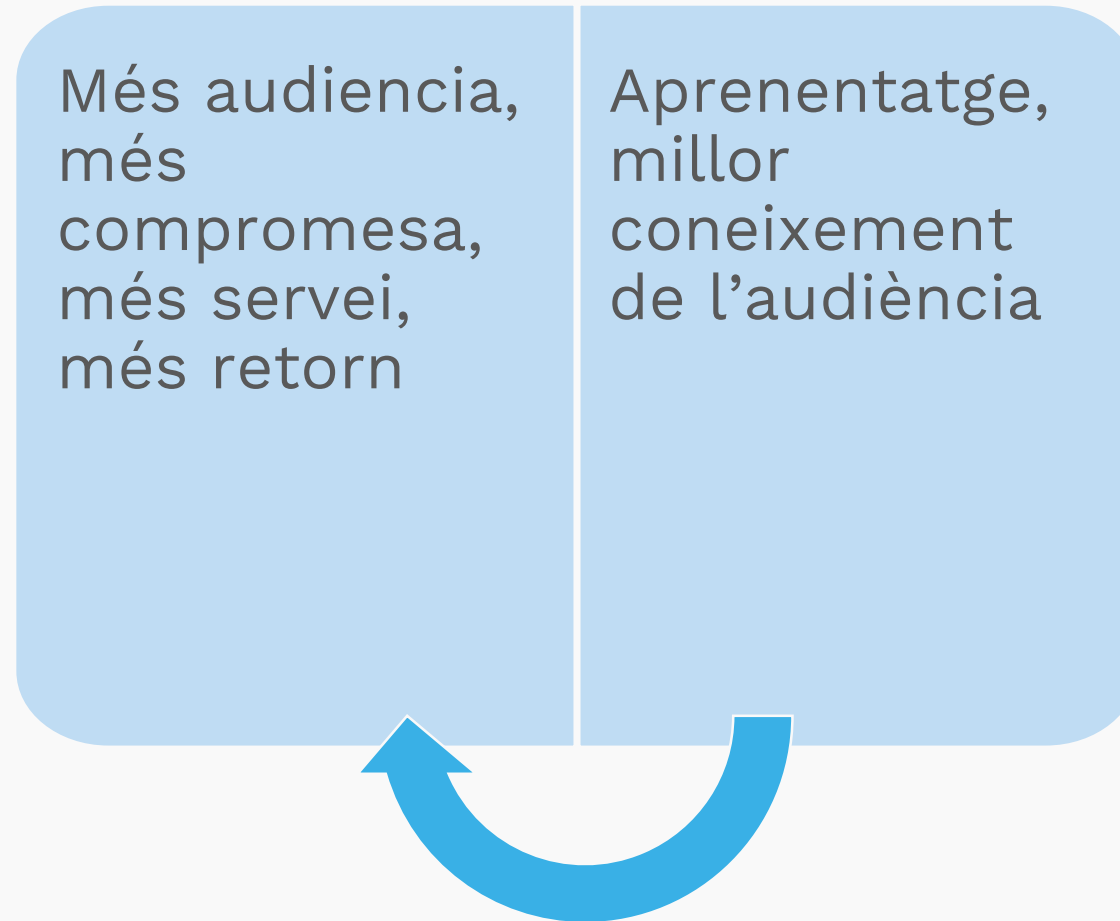
## Eines de planificació

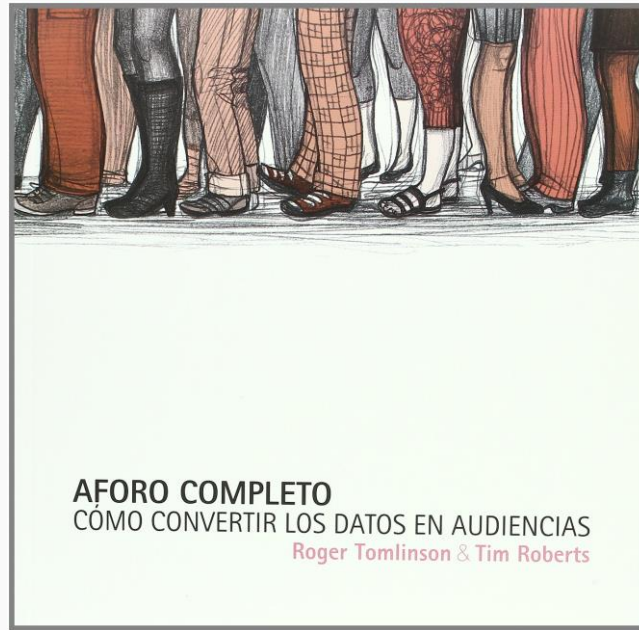
- Excel, Outlook, calendar, llibreta
- Trello, asana, jira

## Eines implementació continguts

- Plataforma email mkt
- Web dinàmica
- Ads
- Planificació xxss
- ...







The screenshot shows the website interface for tekneultura. At the top, there's a 'Newest Articles' section with a background image of hands holding a wooden object. Below it, a navigation menu includes 'All', 'Case Study', 'Digital Snapshot', 'Opinion', 'The Learning Diaries', 'Top Tips', and 'More'. The main content area features a 'blog' section with a sub-header 'veure tots els articles del blog >'. Below this, there are several article thumbnails, including one titled 'utiliza tus datos'. At the bottom of the screenshot, a dark banner reads 'Públics culturals. Connectant comunitats'. Below that, a white box contains the text 'Arxiu Agenda Maig 2019' and a search bar with the text 'Cerca ...' and a magnifying glass icon.

<https://www.colleendilen.com/new/>

<https://www.trgarts.com/TRGInsights.aspx>

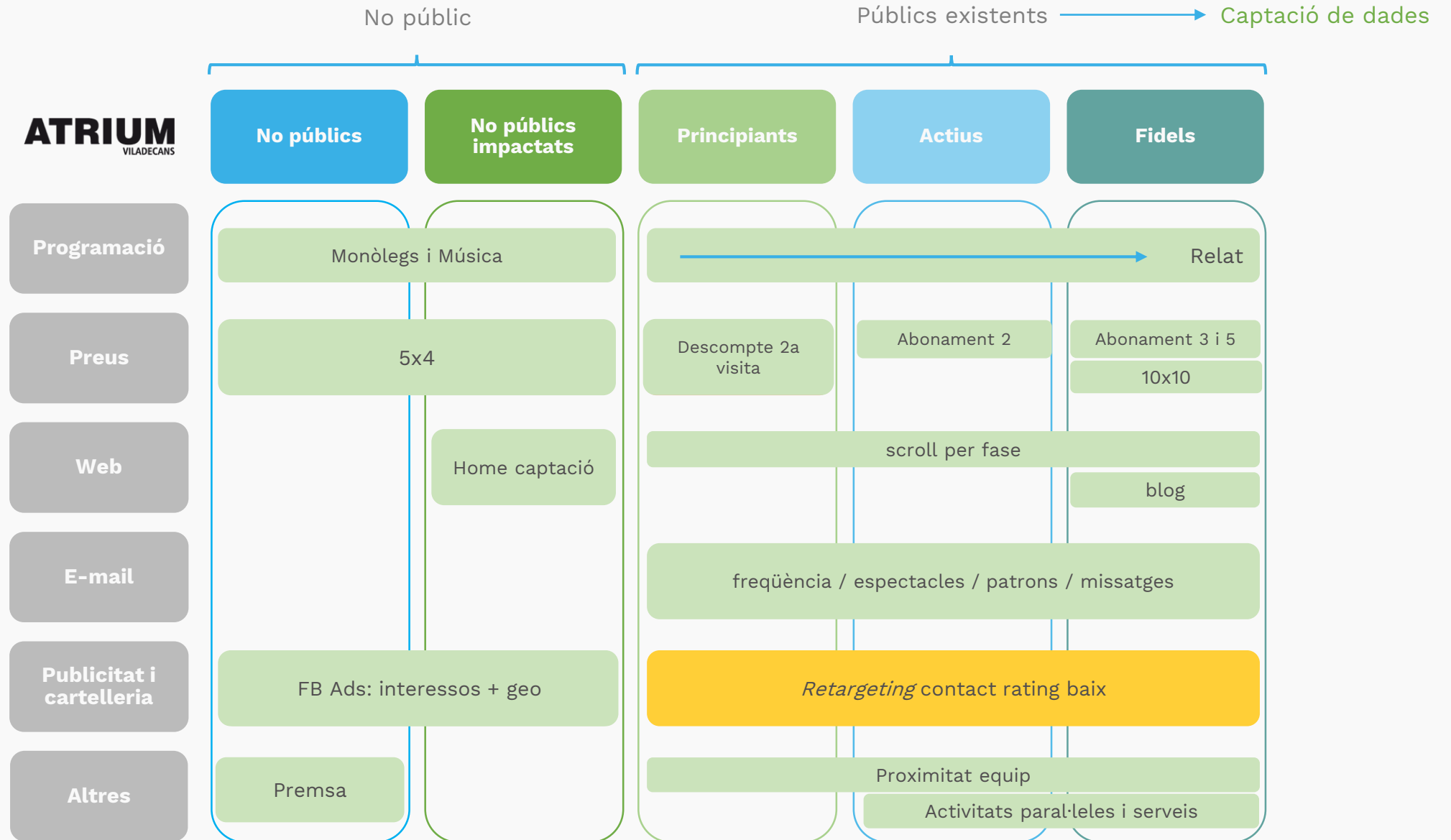
<https://www.theaudienceagency.org/blog>

<https://tekneultura.com/ca/#blog>

<https://publicsculturals.blog.gencat.cat/>

**ATRIUM**  
VILADECANS

**GR&C** | Festival  
de Barcelona



## La segmentació per fidelitat aplicada a l'e-mail màrqueting: **el cas del Festival Grec**






Han connectat amb el festival una sola vegada, atrets per un espectacle concret. Són més clients de l'espectacle que els ha motivat que del relat del Festival. **Connecten, es relacionen i són comunitat, en primer terme, del que hi ha a l'escenari.**






Han confirmat el seu interès pel festival més. En la majoria de casos, atrets per "l'Experiència Grec", molt remarcable pel seu marc Incomparable. **Els podem començar a considerar comunitat del projecte**



Esperen amb impaciència la publicació de qualsevol avançament de programació. Interessats en les propostes úniques que ofereix el Grec: estrenes i produccions internacionals. **Connecten amb el relat de forma intensa.**

	objectius	freqüència	missatge	preus
	segona visita	baixa	rellevància directe gràfic espectacle serveis	sense descomptes
	retenció	mitjana	teatre grec experiència gràfic amfiteatre complements	ofertes
	2 espectacles	alta	relat bloc recomanacions referències	abonaments

50 campanyes → 201.380 enviaments

	obertures	clics	conversió	retenció	
	30%	6%	3%	<b>9% -&gt; 13%</b>	
<p><b>ROI</b></p> <p>↓</p> <p><b>directe</b></p> <p>500%</p> <p>↓</p> <p><b>indirecte</b></p> <p>4.270%</p>		33%	11%	7%	<b>33% -&gt; 39%</b>
	42%	20%	20%	<b>70% -&gt; 75%</b>	
mitjana	35%	6,5%	4,1%	<b>15% -&gt; 21%</b>	



# Gràcies!



ferran@teknecultura.com  
**@ferran\_lopez**



andreugarrido@teknecultura.com  
**@andreugp**

 **teknecultura**

@teknecultura  
**teknecultura.com**



**Albert Olivas**  
Cap de comunicació i públics

**Bitō**



**Anabel Rodríguez**  
Direcció de continguts, nous públics i  
direcció artística de música del Teatre Cal  
Bolet i de l'Auditori Municipal



## SERVEI DE DESENVOLUPAMENT EMPRESARIAL (SDE)

Sergi Orobitg - [sorobitg@gencat.cat](mailto:sorobitg@gencat.cat)

Joan Ruiz - [joan.ruizg@gencat.cat](mailto:joan.ruizg@gencat.cat)

Lala Boldú - [eboldu@gencat.cat](mailto:eboldu@gencat.cat)

---

Tel. 935.565.199

[sde.icec@gencat.cat](mailto:sde.icec@gencat.cat)

[www.sde.cultura.gencat.cat](http://www.sde.cultura.gencat.cat)

**sde**  
Servei de  
Desenvolupament  
Empresarial



Generalitat de Catalunya  
**Institut Català**  
**de les Empreses Culturals**