

# PUBLIEKSONDERZOEK 2.0

*Op weg naar enthousiaste bezoekers, positieve buzz en slimme inzet van je middelen*

Voor je event, festival, expositie of voorstelling ben je natuurlijk op zoek naar veel enthousiaste bezoekers. Het is hierbij een steeds grote uitdaging om met de beschikbare financiële middelen een zo groot mogelijk publiek te bereiken. Daarnaast speelt tegenwoordig de online reputatie en de mate waarin er over je event wordt gesproken een grote rol. Publieksonderzoek 2.0 helpt om grip te krijgen op jouw bezoekers en zorgt voor een slimme inzet van je communicatiemiddelen. Dat kan achteraf gebeuren zodat je inzichten verzameld voor een volgende editie maar ook al in de aanloop naar je event.

R2 Research biedt Publieksonderzoek 2.0 aan: dé manier om je event of festival tot een succes te maken. Met meer dan 15 jaar marketing- en communicatie-ervaring is Publieksonderzoek 2.0 ontwikkeld om meer impact te creëren op events en festivals. Deze aanpak is gebaseerd op ons werk voor de Parade, Vrienden van Amstel Live, Oerol, China Light Rotterdam, IABR, Rode Tulp Film Festival en World Food Festival. Vanuit verschillende perspectieven van event marketing (organisatie, sponsors en bezoekers) hebben wij expertise opgedaan. Aanspreekpunt bij R2 is Menno Urbanus, zelf groot cultuurliefhebber, festivalganger en filmfan.

## PUBLIEKSONDERZOEK 2.0 IN EEN NOTENDOP

Om tot waardevolle inzichten voor jouw event, festival of voorstelling te komen worden de volgende stappen gezet:

- Intakegesprek om publieksonderzoek in te richten
- Vaste meetpunten plus 3 eigen vragen
- Verzamelen inzichten en veldwerk door R2
- Analyse van resultaten publieksonderzoek
- Rapportage publieksonderzoek op maat
- Benchmark van resultaten
- Koppeling met Mosaic segmenten

**Het Publieksonderzoek 2.0 wordt aangeboden voor € 950,- (excl. BTW).**

Na akkoord op de vragenlijst en aanleveren van gegevens van bezoekers heb je verder geen omkijken meer naar het onderzoek en zorgt R2 voor het verdere verloop.

## INTERESSE IN HET PUBLIEKSONDERZOEK 2.0 ?

Neem contact op met Menno Urbanus: [menno.urbanus@r2research.nl](mailto:menno.urbanus@r2research.nl) of 06 1473 2235



Willem Buytewechstraat 45  
3024 BK Rotterdam  
010 221 0333  
[www.r2research.nl](http://www.r2research.nl)



## PUBLIEKSONDERZOEK INRICHTEN

Bij het Publieksonderzoek 2.0 starten we met een intakegesprek met R2. Gezamenlijk wordt bepaald welke behoeften er liggen en op welke wijze het onderzoek het beste kan worden ingericht. Vervolgens gaat R2 aan de slag met de inrichting van het publieksonderzoek. Wij maken gebruik van een vragenlijst met vaste meetpunten, deze worden aangevuld met 3 eigen vragen voor je event, festival of voorstelling. De vaste meetpunten van het Publieksonderzoek 2.0 zijn:

- Profiel van de bezoeker (geslacht, leeftijd, opleiding en regio/postcode)
- Bron bekendheid event, festival of voorstelling
- Waardering event, festival of voorstelling totaal
- Waardering specifieke onderdelen (programma, locatie, publiek, gastvrijheid, etc.)
- Economische waarde (uitgaven voor-, tijdens en na het event)
- Aanbeveling event, festival of voorstelling

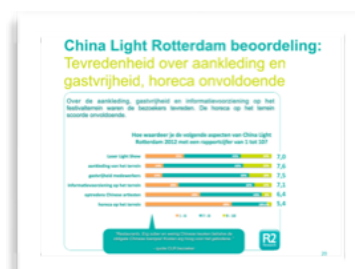
Bij deze vaste meetpunten worden ook 2 open vragen meegenomen, de ervaring leert dat deze antwoorden helpen om meer gevoel te krijgen bij de ervaringen van de bezoekers. Indien wordt Social Media Impact ingezet dan wordt deze meteen ingericht (meer hierover op het volgend blad).

## PUBLIEKSONDERZOEK INZICHTEN VERZAMELEN

Het verzamelen van contactgegevens van de bezoekers ligt, in principe, in handen van de organisatie. Het onderzoek wordt online uitgevoerd en bezoekers worden per e-mail uitgenodigd. De bestanden met contactgegevens worden digitaal aangeleverd en R2 verzorgt vervolgens de uitnodiging naar de bezoekers en monitort het veldwerk. Het publieksonderzoek kan ook via eigen kanalen als de website, nieuwsbrief en sociale media verder onder de aandacht worden gebracht.

## PUBLIEKSONDERZOEK TERUGKOPPELING VERZAMELEN

Na afronding van het veldwerk gaat R2 aan de slag met de analyse van de resultaten. De resultaten worden gerapporteerd in een heldere rapportage van 8 inhoudelijke slides inclusief een management summary. Naast de rapportage ontvangt de organisatie ook de resultaten in tabelvorm inclusief alle open antwoorden.



Aanvullend op het 'standaard' aanbod kunnen er ook aanvullende modules worden ingezet om het Publieksonderzoek nog verder in te vullen of werk uit handen te geven:

- Recruteren van respondenten (vanaf € 250)
- Extra vragen toevoegen (€ 250 per 3 vragen)

# SOCIAL MEDIA IMPACT

*Optimale inzet van je online kanalen en vergroten van je effect*

Uit eerder publieksonderzoek blijkt dat de voornaamste bron van bekendheid vaak 'mond-tot-mond reclame' is en dat online kanalen hier een voorname rol in spelen. Er wordt over je event, festival of voorstelling gesproken en bezoekers beïnvloeden elkaar hierin. Een deel van deze conversatie vindt online plaats en daar kun je als organisator direct van leren. Aanvullend op Publieksonderzoek 2.0 biedt R2 daarom Social Media Impact aan. Naast inzichten hoe er online over je wordt gesproken helpt de Social Media Impact om de inzet van je eigen social media kanalen als Twitter en Facebook te optimaliseren en het effect te vergroten. Hiermee bespaar je op inzet van andere communicatiemiddelen.

R2 heeft Social Media Impact analyses uitgevoerd voor o.a. FOX Sports, Zwijsen, ABN Amro WTT, Rotterdam Festivals, Culturele Zondagen en IABR.

## SOCIAL MEDIA IMPACT IN EEN NOTENDOP

Door Social Media Impact van R2 in te zetten rondom jouw event, festival of voorstelling krijg je direct inzicht in:

- Hoe en via welk kanaal wordt er online over ons gesproken?
- Door wie wordt er online over ons gesproken? Wat is de invloed van deze personen?
- Wat is het bereik van de online conversatie?
- Welke Twitter en Facebook berichten zorgen voor het meeste effect?

Om deze inzichten te verzamelen maakt R2 gebruik van social media monitoring tool Coosto en aanvullende software om effect van eigen kanalen in kaart te brengen. Het eindresultaat is een rapportage waarin de social media impact helder wordt weergegeven.

**Social Media Impact wordt aangeboden vanaf € 800 per event.**



## SOCIAL MEDIA ADVIES

Social media worden door culturele organisaties veelvuldig ingezet, een mooie manier om je doelgroep te betrekken. Het is daarbij lastig om de betrokkenheid echt te stimuleren. Keuze van type berichten, moment van uitsturen en welk social media kanaal je inzet spelen daarbij een rol.

R2 helpt organisaties met het zelf efficiënt inzetten van social media als Twitter, Facebook, Instagram en Pinterest. In combinatie met de Social Media Impact module wordt een Social Media Advies gegeven om het effect van je kanalen te vergroten.

**Social Media Advies wordt aangeboden, aanvullend op Social Media Impact, vanaf € 400.**