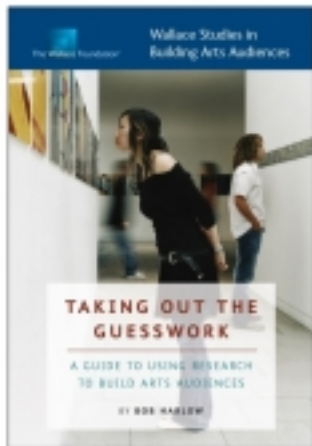


## Experiències pràctiques en recerca per a la construcció d'audiències

Publicat per [Centre d'Informació i Documentació](#) [1] el 25/06/2015 - 11:07 | Última modificació: 06/10/2015 - 13:58



[Bob Harlow](#) [2] | [The Wallace Foundation](#) [3]

Millorar la relació amb els públics és una prioritat per a les organitzacions culturals. Algunes institucions reconeixen la importància de desenvolupar tasques d'investigació i recerca en aquesta àrea però encara són poques les que han aconseguit dur-la a terme. La majoria d'institucions al·leguen manca de recursos financers, de temps i de capacitats. L'objectiu d'aquesta guia és ajudar les organitzacions culturals a superar aquests obstacles i proporcionar mètodes simples i pràctics per tal que puguin consolidar la relació amb les seves audiències. L'autor es basa en la literatura recent sobre el tema i presenta un ventall divers d'iniciatives desenvolupades per organitzacions artístiques per atreure i fidelitzar nous públics. Els objectius bàsics del document són: 1) Conscienciar les organitzacions artístiques del seu potencial per a la creació d'audiències; 2) Ajudar a crear materials promocionals més efectius, i 3) Explicar com fer un seguiment i avaluació dels progressos assolits en el foment de les audiències.

L'autor demostra que una bona estratègia de recerca en matèria d'audiències contribueix a millorar els resultats en l'increment i fidelització de públics. Cada capítol inclou tant directrius detallades perquè tècnics i responsables de màrqueting puguin dissenyar i gestionar les seves pròpies estratègies de recerca d'audiències, com exemples pràctics d'institucions que han emprat els resultats obtinguts en la investigació de les seves audiències per afinar els seus enfocaments. Així, s'hi expliquen les iniciatives desenvolupades per institucions nord-americanes com el Pacific Northwest Ballet, Fleisher Art Memorial, San Francisco Girls Chorus, Minnesota Opera, Isabella Stewart Gardner Museum, o The Clay Studio per intentar arribar a diferents tipologies de públics. La guia no és un recull exhaustiu de tècniques en recerca de públics però sí informa dels mètodes d'investigació més emprats i accessibles per a les organitzacions culturals amb poca o cap experiència en la recerca de públics.

PDF [Taking Out the Guesswork: A Guide to Using Research to Build Arts Audiences](#) [4]

[Inicia sessió](#) [5] o [registra't](#) [6] per enviar comentaris

**Categories:** Gestió cultural

**Categories:** Patrimoni cultural

**Categories:** Arts escèniques i musicals

**Etiquetes:** creació de públic

**Etiquetes:** fidelització de públics

**Etiquetes:** investigació

**Etiquetes:** segmentació

**Etiquetes:** públics

• [7]



**URL d'origen:** <http://interaccio.diba.cat/CIDOC/blogs/2015/experiencies-practiques-recerca-construccio-audiencies>

**Enllaços:**

[1] <http://interaccio.diba.cat/members/centre-dinformacio-documentacio>

[2] <http://bobharlow.com/>

[3] <http://www.wallacefoundation.org/pages/default.aspx>

[4] <http://cercles.diba.cat/documentsdigitals/pdf/E150169.pdf>

[5] <http://interaccio.diba.cat/>

[6] <http://interaccio.diba.cat/form/alta-comunitat>

[7] <http://interaccio.diba.cat/node/5870>