

Conectando audiencias

Publicat per [Interacció](#) [1] el 28/03/2014 - 09:05 | Última modificació: 22/02/2019 - 16:26



[Asimétrica](#) [2]

Inclou cinc articles que conviden a les organitzacions artístiques a introduir canvis profunds en la seva estructura i funcionament intern per tal de millorar el seu treball de fidelització de públics. Així mateix, presenten experiències col·laboratives en matèria de segmentació de públics i coneixement expert sobre instruments de captació, tractament i ús de dades, ús avançat de programes i eines digitals, ticketing i altres qüestions referents al màrqueting aplicat a les arts.

Els autors, Rich Hadley, Enric Martínez-Castignani, Ferrán López, Courtney Eckerle i Robert Muro volen demostrar que el coneixement, la formació i el seguiment de les tendències internacionals en màrqueting de les arts és vital per a les organitzacions ja que les ajudarà a recaptar fons, a fer-se més presents en la vida i els interessos dels ciutadans, a fer propostes artístiques de més qualitat i a ser més eficients, sostenibles i millors.

PDF [Conectando audiencias. núm. 8. 2014](#) [3]

[Inicia sessió](#) [4] o [registra't](#) [5] per enviar comentaris

Etiquetes: participació

Etiquetes: tiketing

- [6]

URL d'origen: <https://interaccio.diba.cat/CIDOC/blogs/2014/03/28/conectando-audiencias>

Enllaços:

[1] <https://interaccio.diba.cat/members/interaccio>

[2] <http://asimetrica.org/>

[3] <http://cercles.diba.cat/documentsdigitals/pdf/E140053.pdf>

[4] <https://interaccio.diba.cat/>

[5] <https://interaccio.diba.cat/form/alta-comunitat>

[6] <https://interaccio.diba.cat/node/4861>