

Anàlisi de dades de públics i màrqueting digital en teatres d'òpera

Publicat per [Interacció](#) [1] el 07/03/2016 - 15:46 | Última modificació: 05/02/2026 - 15:10



[Kevin O'Hora](#) [2] | [Arts Management and Technology Laboratory](#) [3]

Informe que presenta bones pràctiques en matèria d'anàlisi de dades de públics en el sector operístic. S'hi presenten quatre estudis de cas que il·lustren com els departaments de màrqueting d'importants companyies d'òpera dels Estats Units recopilen i analitzen les dades d'usuaris extretes de les seves pàgines web i xarxes socials. S'hi expliquen les estratègies desenvolupades per aquestes companyies s'hi fan també recomanacions de programari. L'autor considera que invertir temps i diners en plataformes digitals però ignorar les oportunitats que ofereixen per a l'anàlisi de dades és perdre informació molt valuosa.

PDF [Learning from leaders: data practices on the opera industry](#) [4]

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

Etiquetes: arts i creació

Etiquetes: cultura digital

Etiquetes: públics de la cultura

- [7]

URL d'origen: <https://interaccio.diba.cat/CIDOC/blogs/2016/analisi-publics-marqueting-digital-teatres-opera>

Enllaços:

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

[2] <http://amt-lab.org/blog/?author=54bed29de4b05d09417006b7>

[3] <http://amt-lab.org/>

[4] <http://cercles.diba.cat/documentsdigitals/pdf/E160024.pdf>

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

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

[7] <https://interaccio.diba.cat/node/6505>

