the audience agency

Audience Finder

Une introduction de la plateforme d'analyses et au programme de l' "audience development"

TMN Labs Network Meeting

Anne Torreggiani, CEO

Elise Boileau, researcher, Evidence Team

The Audience Agency

L'organisation (non-profit) britannique pour la participation et l'engagement culturel

- La recherche: de spectateurs, visiteurs, publique et politique
- Audience Finder & les ensembles nationaux de données
- Nos financeurs: Arts Council England, Creative Scotland, Arts Council Wales
- Permettre l'implication et la participation, "audience-centred innovation"
- Favoriser la coopération: mise en commun de données, de connaissances et de pratiques

Audience Development:

Qu’est-ce que ça va dire?

a planned, organisation-wide approach to extending the range and nature of relationships with the public, it helps a cultural organisation to achieve its mission, balancing social purpose, financial sustainability and creative ambitions

une approche planifiée à l'échelle de l'organisation pour étendre la portée et la nature des relations avec le public, elle aide une organisation culturelle à réaliser sa mission, en équilibrant son objectif social, sa viabilité financière et ses ambitions créatives

audience finder uk

- Un service collaboratif d'analyse et d'agrégation de données
- Une base de données des foyers britanniques et leur engagement culturel
- 1,000 organisations britanniques – théâtres, musées, arts de la rue ++
- Gratuit aux organisations, financé par Arts Councils
- Nous l'offrons 2017

CREATIVE SCOTLAND ALBA | CHRUTHACHAIL
Cyngor Celfyddydau Cymru Arts Council of Wales
ARTS COUNCIL ENGLAND
Supported using public funding by ARTS COUNCIL ENGLAND

audience finder uk

- Crée par nous, pour nous, en réponse à nos problèmes
- Indépendant
- PAS Amazon, Apple or Google (ou Tessitura)
- Pour nous – spécialistes de développement des publics, centrés sur les besoins utilisateurs
- Pour nous – nos besoins complexes: culturels, économiques et démocratiques

Audience Finder: une longue histoire, apprendre à nos dépens

2002
Définir la portée du projet - regroupement informel de centres d'arts vivants à Londres. Demonstrates lack of competition

2004
Audiences London est crée - dans le but de mettre en commun les 'insights' sur les publics. Les membres versent une contribution.

2007
"Snapshot London benchmarking" programme project funded - leads to many collaborative projects

2012
The Audience Agency est établie comme organisation nationale avec une subvention de 3 ans pour construire Audience Finder

2013/14
Etude exploratoire et projet pilote - prototype

2015
Visitor Finder - pilote avec les musées

2016
Tout organisme fincancé par Arts Council England peut s'inscrire à Audience Finder.
Contribuer devient une condition de financement.

2017
NESTA finance le projet sur la culture de la data

2018
Début du projet Data Haters pour améliorer l'expérience utilisateur

2018
TAA reçoit un financement continu pour offrir un service gratuit continu.

Charte établie.

2019
Financement Pays de Galle

2019
Financement Écosse

2020
1ers partenaires hors-UK

theaudienceagency.org/audience-finder

the audience agency

audience finder

Comment ça fonctionne

Regroupement des données a l'échelle nationale

ENQUETES EN LIGNE

ENQUETE VISITEURS

DONNEES BILLETTERIE

10

Audience Spectrum
Outil de profilage de la population
Cartographie

TABLEAU DE BORD PERSONNALISÉ
Votre aperçu

PUBLICS NATIONAUX
Benchmarks/ études

COMPTES-RENDUS STANDARDISÉS et PERSONNALISÉS

Partager, planifier, évaluer

Soutien
Publications
Seminaires
Communauté d'usagers

the audience agency

Quels étaient les problemes a résoudre?

- Fournir des informations exploitables
- Données et analyses de haute qualité, gratuites ou prix abordables pour toutes les organisations
- Se concentrer sur l'interprétation (plutôt que sur des compétences de recherche spécialisées)
- Promouvoir une “culture de données”: accroître la confiance pour éclairer les décisions et la diversification des publics
- Permettre une collaboration axée sur le public : donner un sens aux écosystèmes culturels et soutenir les initiatives locales
- Activer la coopération entre les salles de tournée
- Politique axée sur le public, fondée sur des données convaincantes

audience finder | the audience agency

About | Features | Clients | Contact | Cimeon Ellerton

Tickets

Print | ? | Support

- Customer Profile
- Ticket Price / Spend
- Booking Frequency
- Booking Day
- Advance Booking
- Party Size
- Artform Crossover
- Location

Ticketing data: Audience Finder Example

Compared with: All organisations

Timeframe: 2018-19

Artform: All

☑ Include zero value sales

☑ Include bulk purchases

TOTAL BOOKERS	TOTAL TICKETS
38,712	196,212
SELECTED COMPARISON 6,010,062	SELECTED COMPARISON 35,081,756

Mieux ensemble?

- Beaucoup d'analyses comparatives
- Visualiser les tendances
- Qui atteignons-nous ensemble?
- Qui n'atteignons-nous pas?
- Ce qui sert mieux certaines communautés

audience finder | the audience agency

About | Features | Clients | Contact | Cimeon Ellerton

Surveys

EG Questionnaire

Print | ? | Support

- Summary
- Date of Visit
- Artform Breakdown
- Visitor Profile
- About Visit
- Sales
- Location
- Ratings
- Previous Attendance

Primary Survey: Example Survey 2016-17

Compared with: Census Data: England

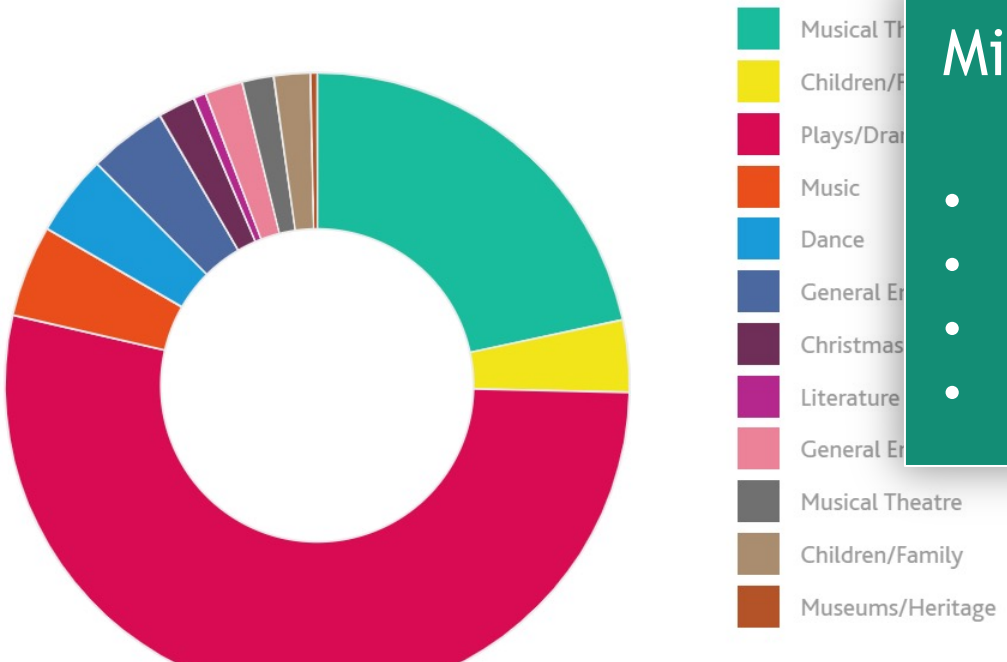
Timeframe: All responses

Artform: All

RESPONSE BREAKDOWN BY ARTFORM

Which of the following arts was the main focus of your visit?

Margin of error: 1%



Your organisation's survey responses were last updated on 29 Mar 2018. This figure is updated on a weekly basis and

Mieux ensemble?

- Les benchmarks
- Normes du secteur
- Des objectifs atteignables
- Mesurer le succès

audience finder
community

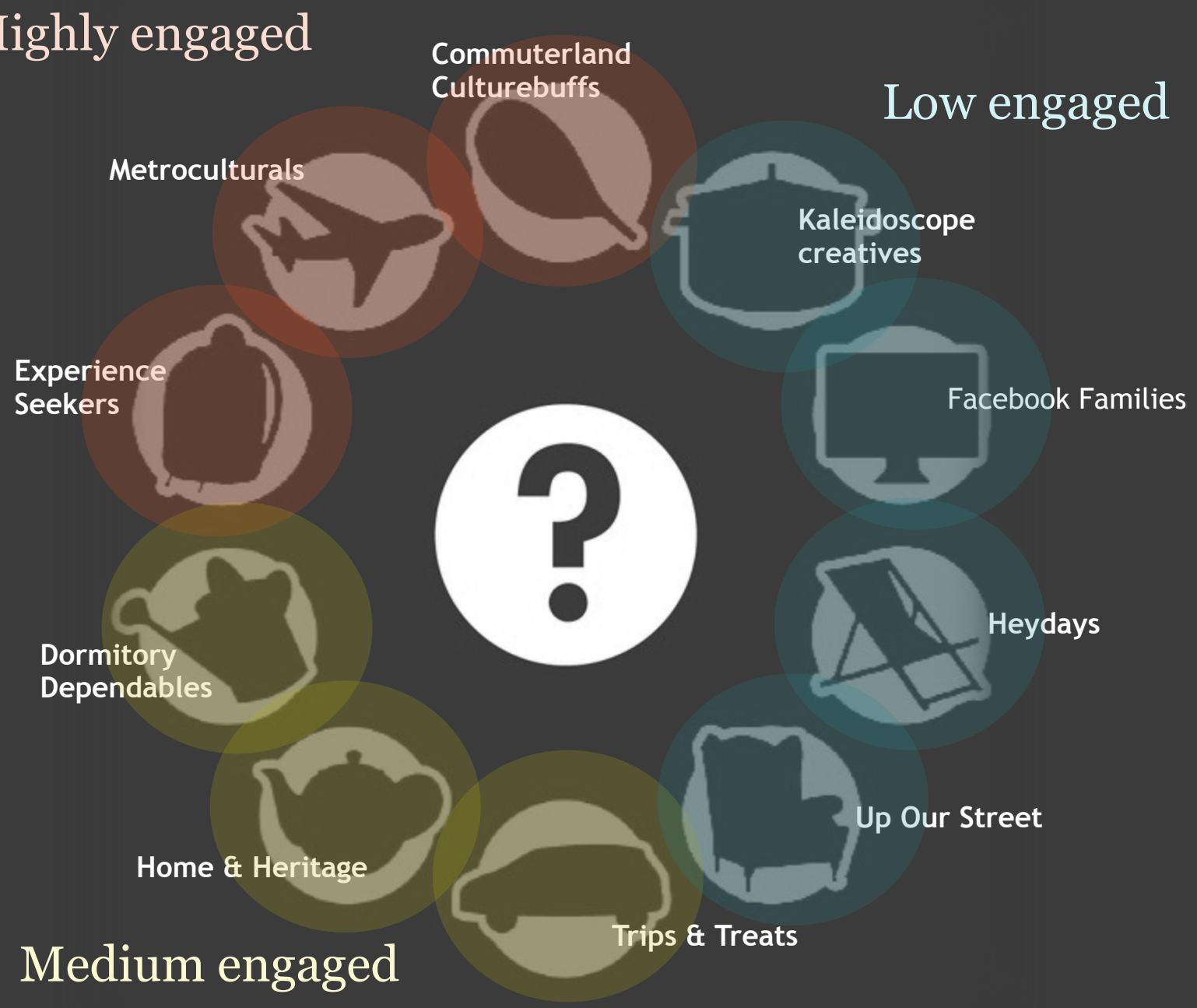
Mieux ensemble?

- A new online space to meet, collaborate, post jobs and update and ask questions to the Audience Agency and the wider community.
- Follow-up content from TAA events and research sessions will be posted here.
- The new home of the Audience Finder Knowledge Base.
- Custom group capabilities for networks and partners, cross artform, UK wide.

audience spectrum

Une segmentation de la population utilisant de multiples sources de données basées spécifiquement sur les intérêts artistiques et culturels

Tous les foyers britanniques classés par leurs intérêts artistiques et culturels



audience spectrum

Highly engaged

Commuterland Culturebuffs

Low engaged

Metroculturals

Kaleidoscope creatives

Experience Seekers

Facebook Families

Modest in habits and means, popular arts, entertainment and museums

Heydays

Dormitory Dependables

Up Our Street

Home & Heritage

Trips & Treats

Medium engaged

La Charte d'Audience Finder

Prioriser vos besoins

- Designed with and for our users.
- Contextualised, actionable, enables users to work together.
- Confidential - never name organisations without permission

Mission avant le profit

- Any surplus generated reinvested
- Essentials free and open to all
- Respects the views and rights of audiences.

Engagement qualité

- For the good of the public and sector
- Open Data principles
- Funders can't see specific organisations

Responsabilité a l'échelle nationale – 'Data custodians'

la confiance est très importante...nous avons un taux de confiance de 98%

the audience agency

Usages de tous les jours pour les théâtres

- Fixer des objectifs : augmentation des effectifs, des revenus, changement de profil
- Ciblage: zones géographiques spécifiques, groupe Audience Spectrum
- Tarification: informer les prix
- Programmation: choix des pièces avec des objectifs sociaux ou économiques de référence
- Coopération: comment travailler ensemble/ échanger des informations, tournées
- Création rapide et automatisée de comptes-rendus

audience finder
answers

How does the profile of my audiences compare between two of my productions?

Choose your productions

Choose first production

Choose second production

Generate

Are you missing some productions that you expected to see?

You can compare productions that took place from April 2017 to present day using this Insight. Older productions are not available. Productions also need to have been requested and approved through Show Stats before you're able to see them in this Insight. Find out how to do that by reading our Knowledge Base article.

Reports

Get ready for this financial year's Audience Report

Here you can find your Audience Report for financial year 2021/22 and check out the data so far.

You have collected 32/380 survey responses so far

Review your report so far

AUDIENCE REPORT 2020/21

Here you can find your Audience Repor
for the last complete financial year:

Audience Finder Example - England 2020/21

What is my ticketing catchment area?

Your catchment area[1] is 207 km. 50% of the tickets you sold in the last twelve months were sold to households within 207 km of your venue.

Date range of performances: Mon, 23 Nov 2020 — Tue, 23 Nov 2021

How can I make use of this insight?

Compare the households in your catchment area with your booker profiles, to identify markets for targeted audience development.

1. **Catchment Area**: We calculate your ticketing catchment area by plotting on a map the valid postcodes of all bookers that visited your organisation in the last 12 months. We then calculate the distance from each booker's postcode to your organisation's postcode. The data is then sorted by distance from nearest to furthest, and the half that is closest to your organisation form the basis of your ticketing catchment area. The circle shown on the map represents the area that encompasses the closest 50% of your organisation's bookers, geographically speaking. ↩

Trouver de nouveaux publics

Mapping & Profiling

East Durham Creates = localiser des “lowest engaged”, avant une consultation

Yorkshire Museums = identifier “pèlerins du musée”

National Archives = segmenting and tracking user-groups

theaudienceagency.org/resources/case-in-point-east-durham-creates

Plaider en faveur de l'investissement

St Barbe Museum = new café **£56,000**

Outdoor Arts UK = funding increase **£8million**

Creative People & Places = New investment **£120million**

the audience agency

Soutenir la co-opération

“Place-based working”

Manchester Factory = étude de faisabilité pour un nouveau théâtre

London Borough Culture = la conception d'un nouveau programme pour impliquer la communauté locale

Cultural Strategies = **au niveau de départements: quels publics devons-nous mieux server? En conjonction avec d'autres données publiques**

the audience agency

Evidence & Insights

La data en crise

Impact immédiat= Audience Finder offre un référentiel et un benchmark

Covid Participation Monitor= référence pour de nouvelles études essentielles

Enquêtes auprès de la population = Niveaux de données supplémentaire au questionnaire Audience Finder

Nouveau produits/nouvelles approches = nous permet de mesurer l'impact du changement

the audience agency

Audience Finder International

A Learning Alliance

(Une Alliance d'apprentissage)

audience finder International

AF International: une plateforme collaborative

- Reconstruit pour servir les partenaires internationaux
- Partager: la plateforme, les méthodes de recherche, les analyses, comment les appliquer, les pratiques du développement des publics
- Co-développer des formations et conférences (Data Echo Culture, dirigé par Synapse C)
- Collaboration avec *Institut für Kulturelle Teilhabeforschung* en Allemagne
- Et ***Synapse C*** à Montréal
- Nous travaillons avec d'autres partenaires potentiels

Merci

Contactez-nous à…

elise.boileau@theaudienceage.org

anne.torreggiani@theaudienceagency.org

the audience agency