



Kartlegging status digitalisering hos kunst- og kulturaktører
på Sørlandet og Telemark

Hva finnes av kartlegginger allerede?

Selvevalueringstester

Digital
modenhet
markeds-
føring

CRM
modenhet

Analyse utført av
rådgiver

Hvordan
framstår
aktøren på
nett

Hva er rammeverk for digital modenhet?

Et rammeverk for å teste egen virksomhets **modenhet innen digital markedsføring**, for deretter å se hvor og hvordan utvikling kan skje.



*Utviklet av USUS i samarbeid med Digital Tourism Think Tank
med støtte fra VRI Agder og Norges Forskningsråd*



Rammeverk for digital modenhet

Test
digital
modenhet

Bekrivelse
av nivåer

Hvordan
forbedre

<https://usus.no/kunnskap/digital-verktoykasse/digital-modenhet/>



Områder som testes

Vekst

Strategi

Ferdigheter
og
kunnskap

Kommunik-
asjon

Ressurser

Måling

Nivåer av digital modenhet

**Digital
analfabet**



**Digital
fersking**



**Digitalt
midt på**



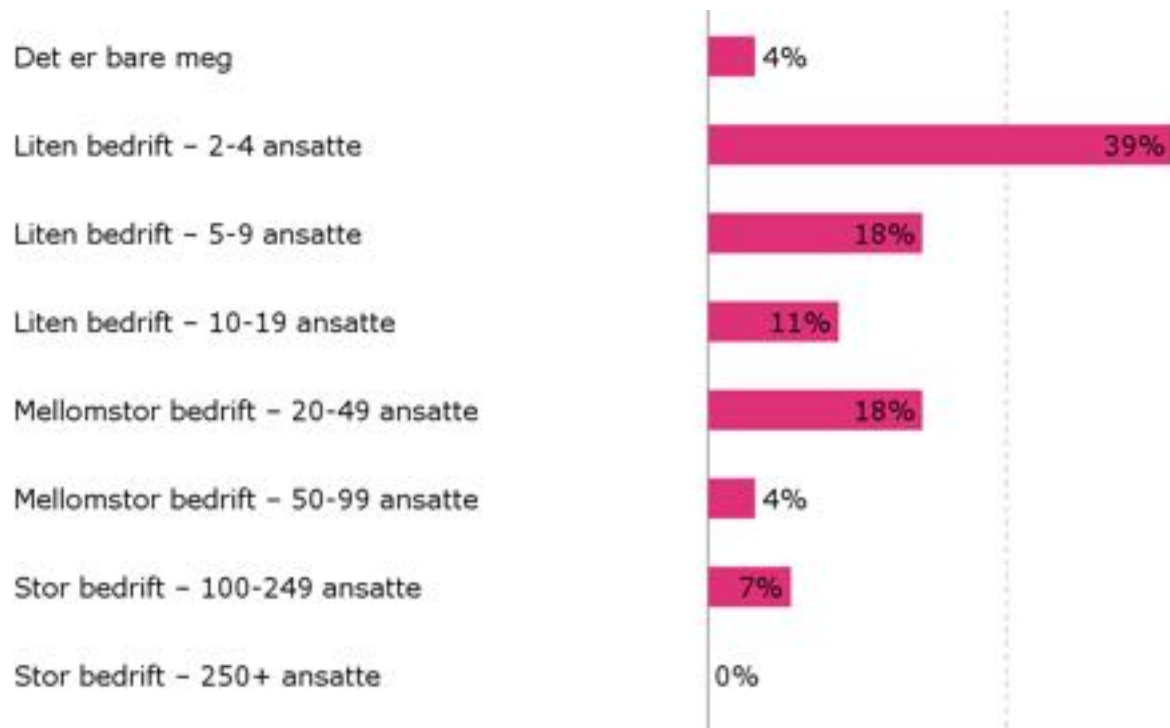
**Digitalt
trent**



**Digital
mester**

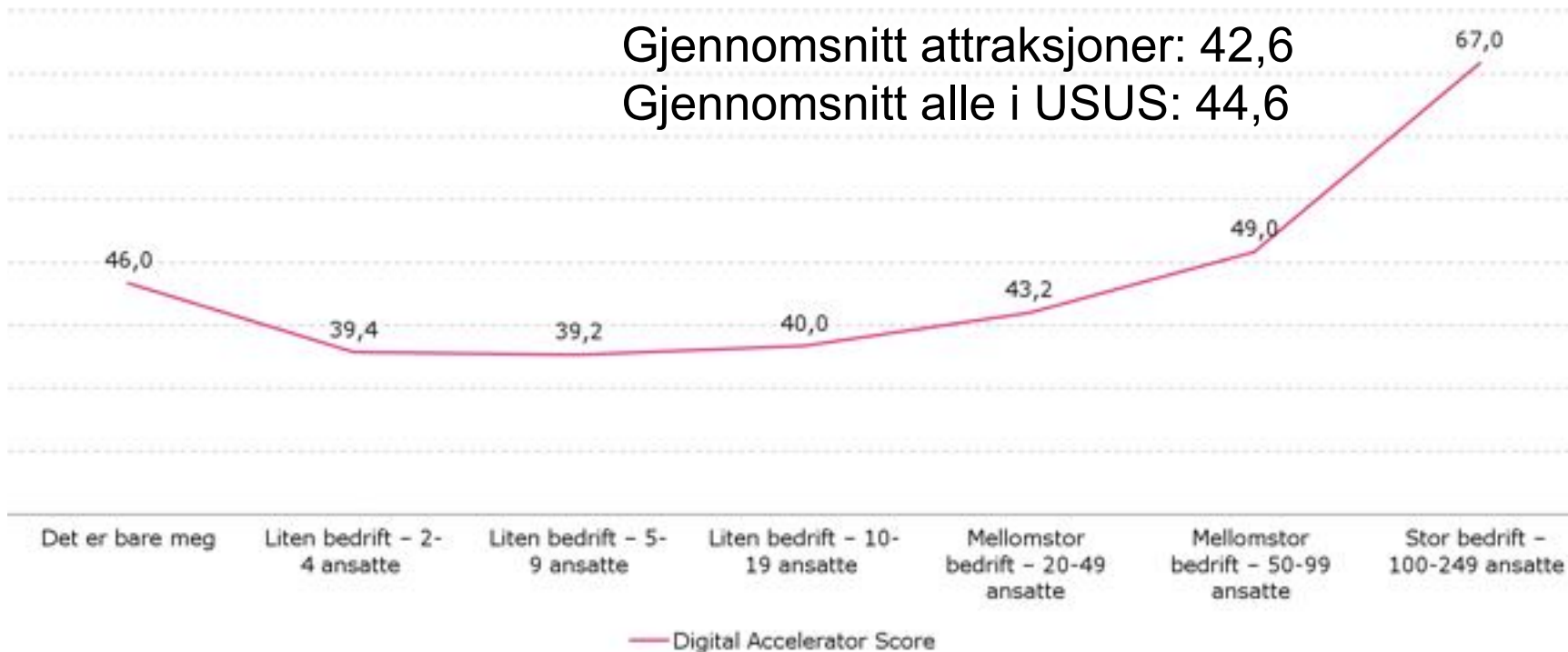


Respondenter: størrelse på bedrift

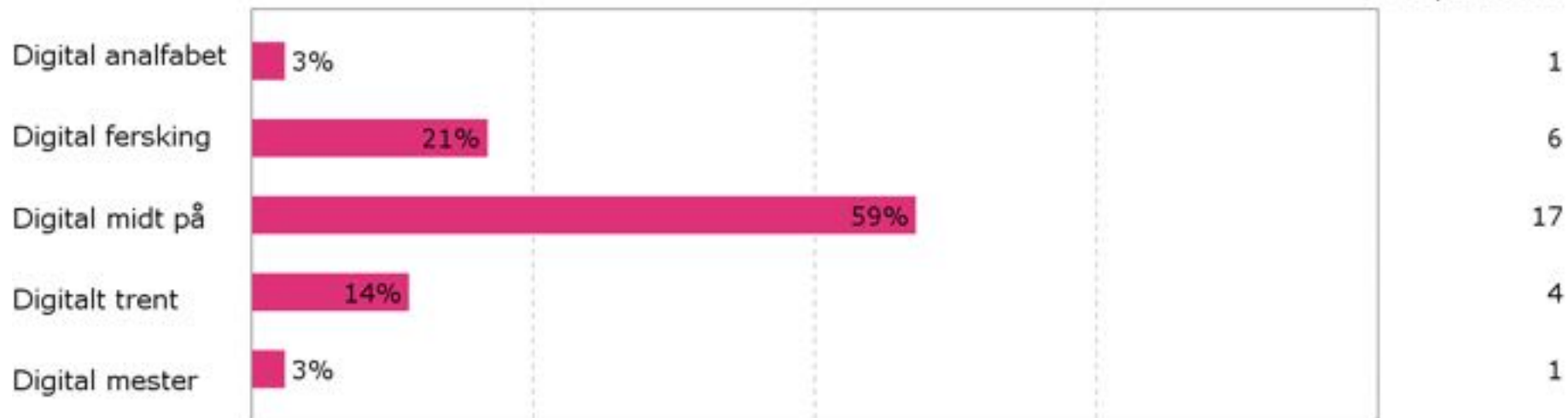


Modenhhet etter størrelse på bedrift

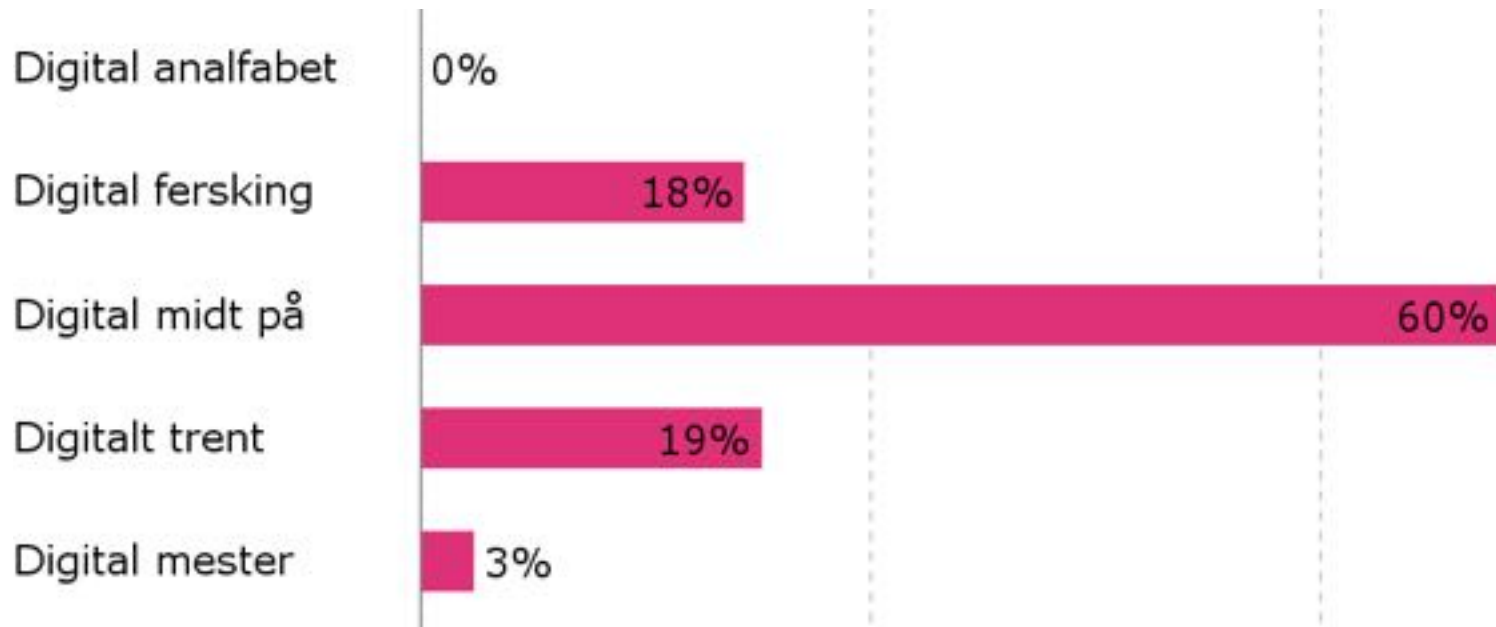
Gjennomsnitt attraksjoner: 42,6
Gjennomsnitt alle i USUS: 44,6



Hvor digitalt moden er attraksjoner?



Hvor digitalt modne er alle bedrifter i USUS



Attraksjoners holdning til vekst



Overordnet beskrivelse av aktiviteter innen digital markedsføring

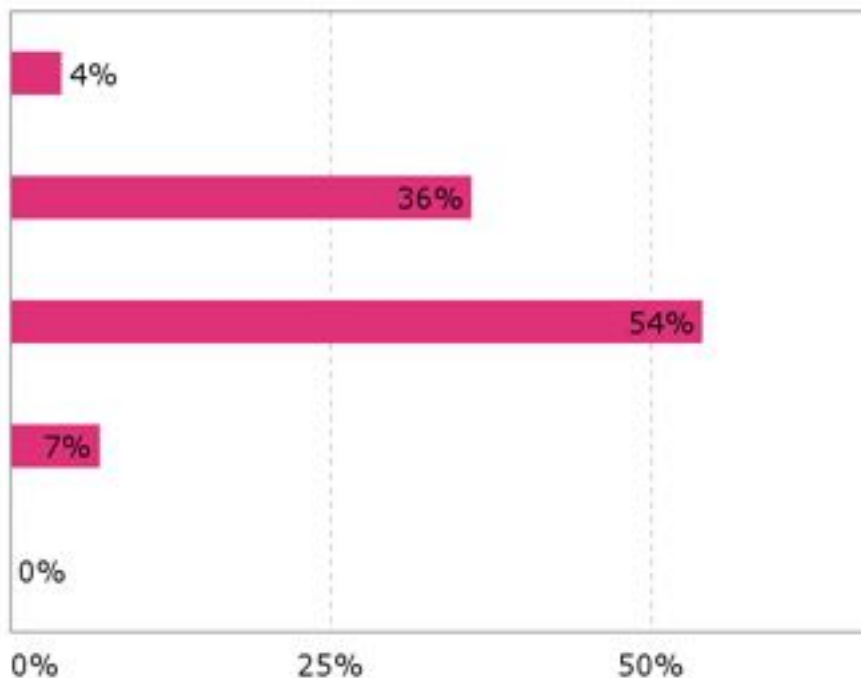
Aktiviteten er ganske sporadisk. Bedriften kan for lite om digital markedsføring og det er derfor begrenset hva vi kan gjøre.

Aktivitetene er often basert på eksperimentering fremfor å følge en klar plan.

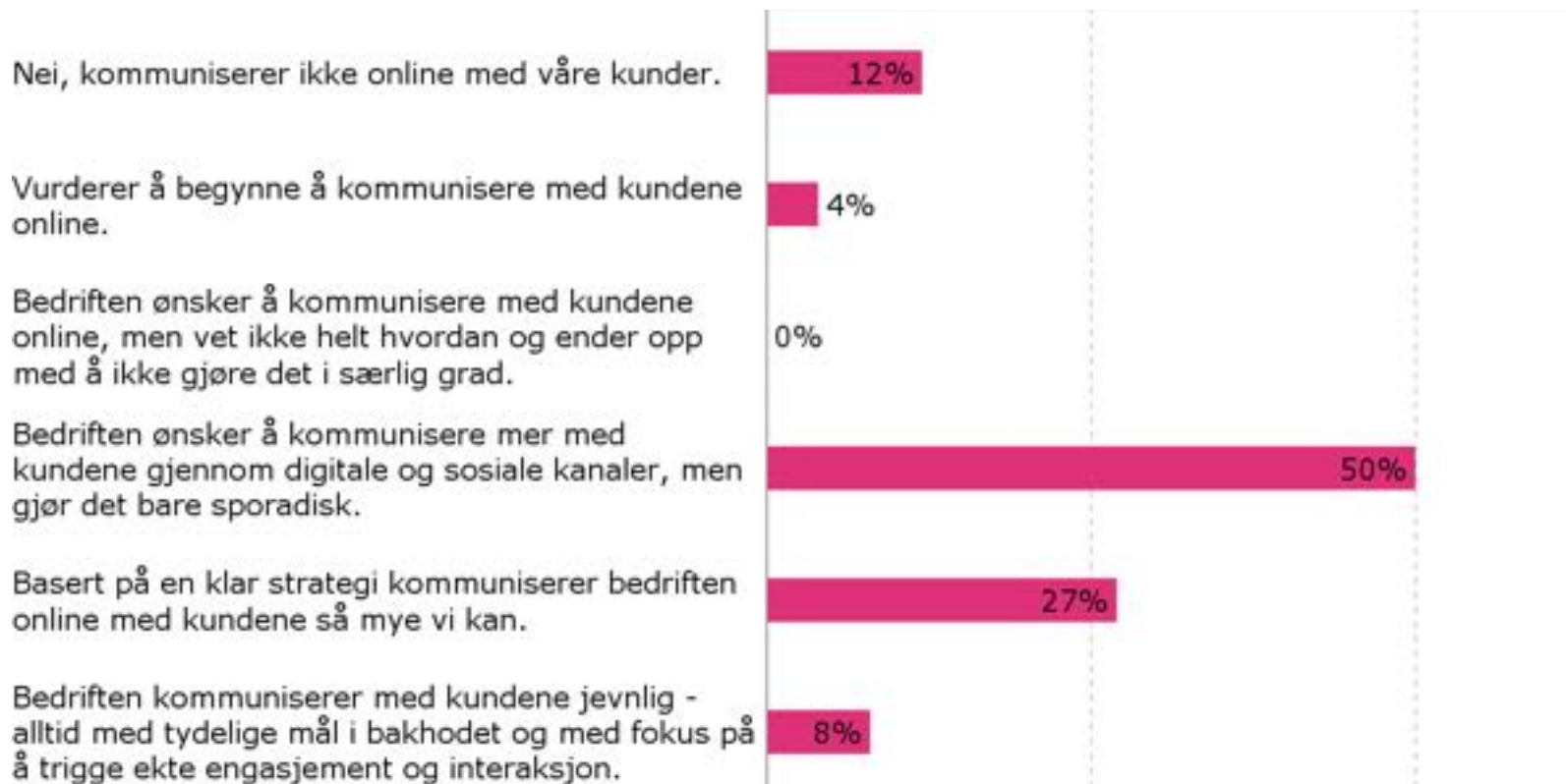
Bedriften er svært aktiv i sosiale medier og web, med mål om å nå kundene våre ved å poste innhold på en strategisk måte.

Bedriften har innført rutiner på multikanal-publiserings basert på en klar og tydelig markedsføringsstrategi.

Bedriften fokuserer på å gjøre kunder om til ambassadører, gjennom bevisst strategisk kommunikasjon og markedsføring.



Kommuniserer dere med gjestene online?



Hvilke erfaringer har bedriftene gjort seg når det gjelder å kommunisere med kundene?



Hvordan ønsker bedriften å endre den jevnlige kommunikasjonen med kundene/gjestene?

Vi ønsker å etablere toveiskommunikasjon med kundene våre, for å sikre at vi treffer de riktige folkene og kan gjøre de om til kunder.

13%

Vi vil involvere kundene jevnlig for å sikre at kommunikasjonen øker verdien av det bedriften gjør.

9%

Vi ønsker å samhandle med kundene våre mer jevnlig, og finne nye måter for kundene å dele sine opplevelser/erfaringer og holde de engasjert i h...

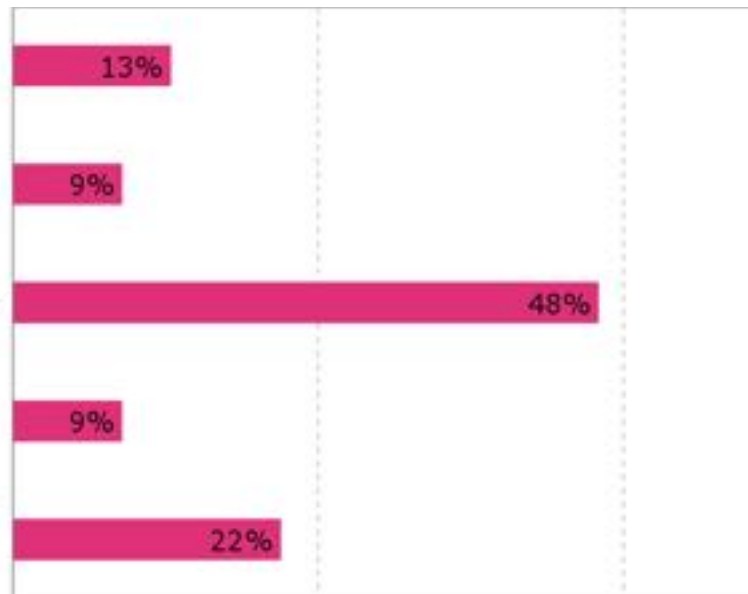
48%

Bedriften kommuniserer tidvis bra med kundene, men trenger å få på plass en tydeligere strategi.

9%

Ønsker å bevege oss fra at kommunikasjonen går mellom bedriften og kundene til at kundene deler sine opplevelser med andre kunder.

22%





Ambisjoner og vurdering av viktigheten av
digitalt er mer eller mindre på plass
– men innsatsen er ikke deretter....

Gjennomsnitt innen 6 områder



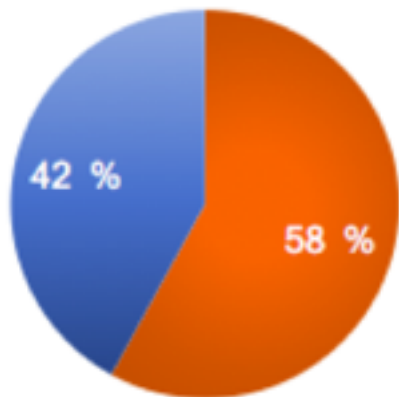




Digitaliseringsprosjekt for kunst-
og kulturaktører i Agder og
Telemark: Tilstedeværelse og
synlighet på digitale flater

Organisk synlighet ved nettsøk

Beskrivende metadata

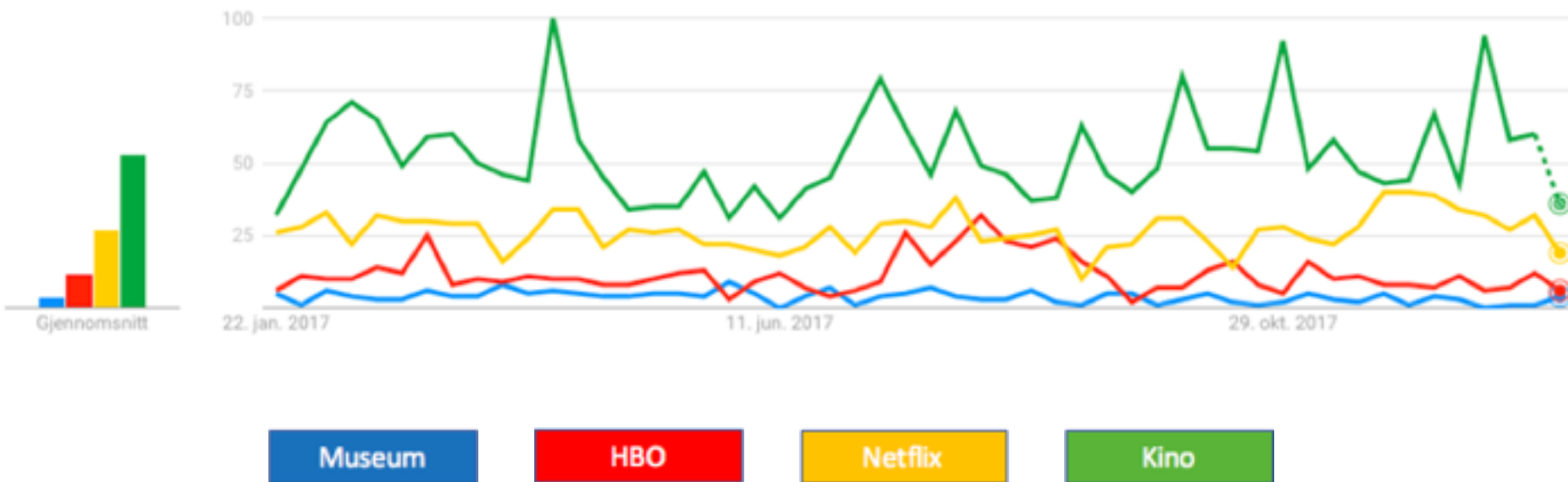


■ Nei ■ Ja

Gjennomsnittlig
SEO-Score:

17.8 / 30

Søk i Vest-Agder 2017



Søk i Oslo 2017



Museum

HBO

Netflix

Kino

Søk i New York City 2017



Museum

HBO

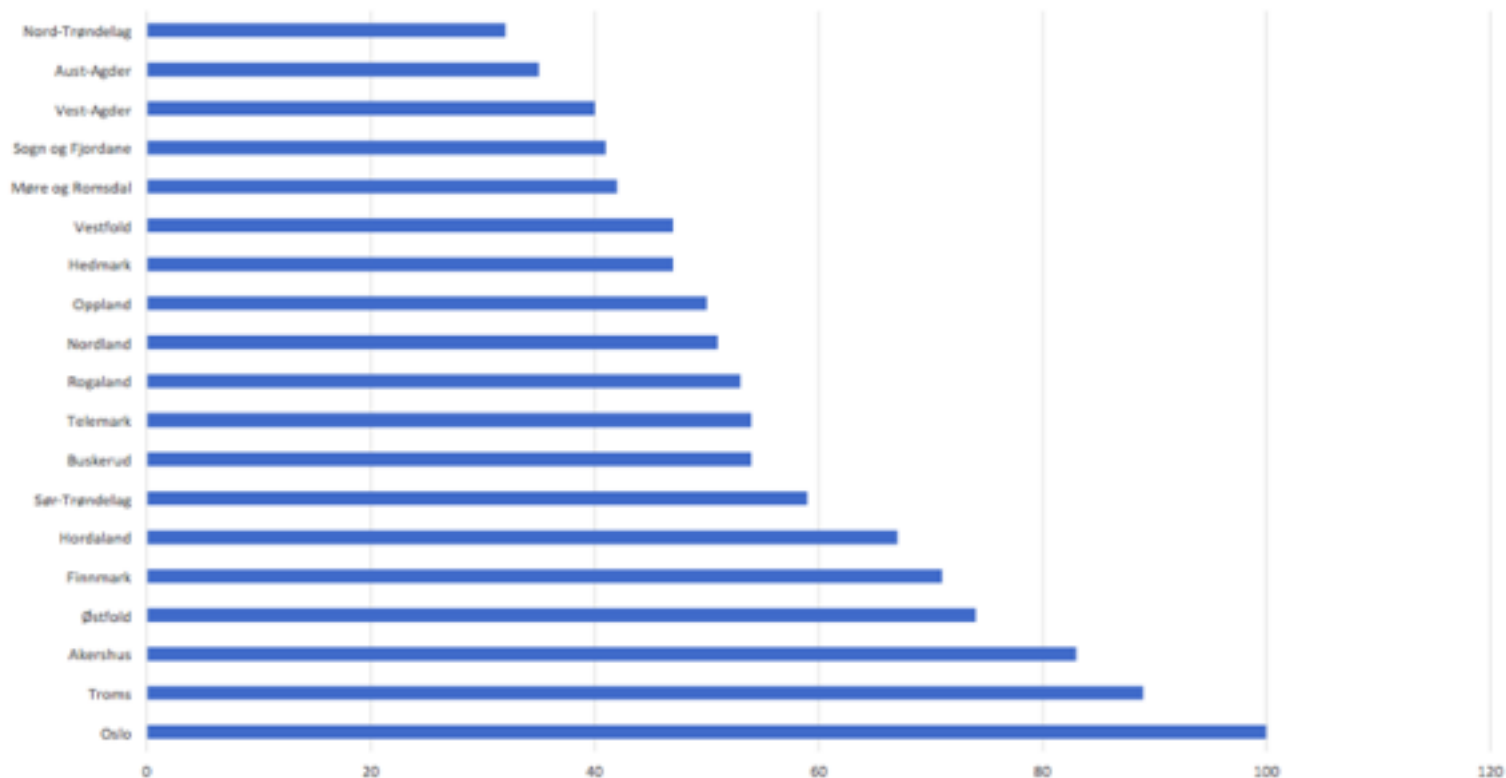
Netflix

Cinema

Relativ popularitet etter fylke for søketermet “Museum” i Norge - 2017

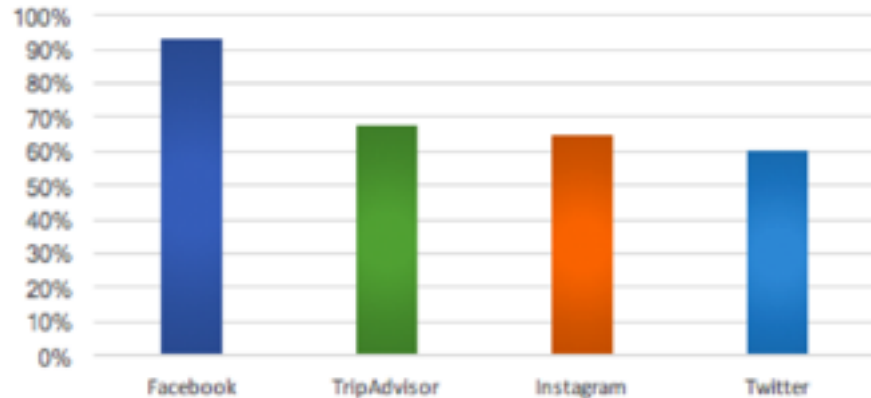


2017 - Søketerm "Museum"

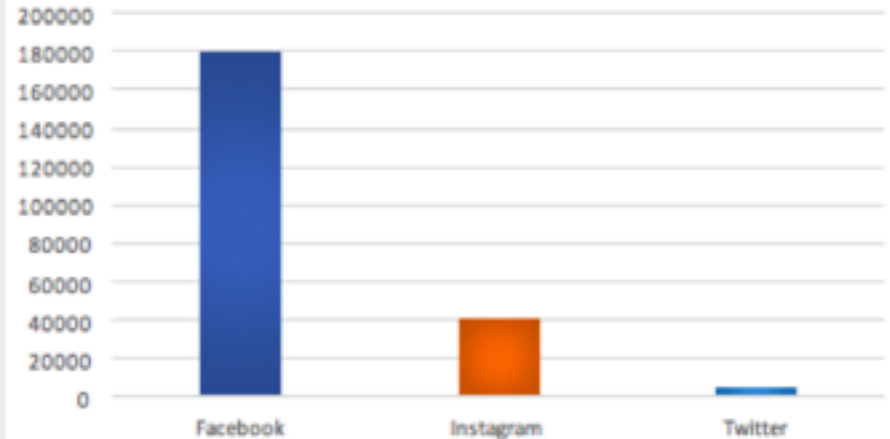


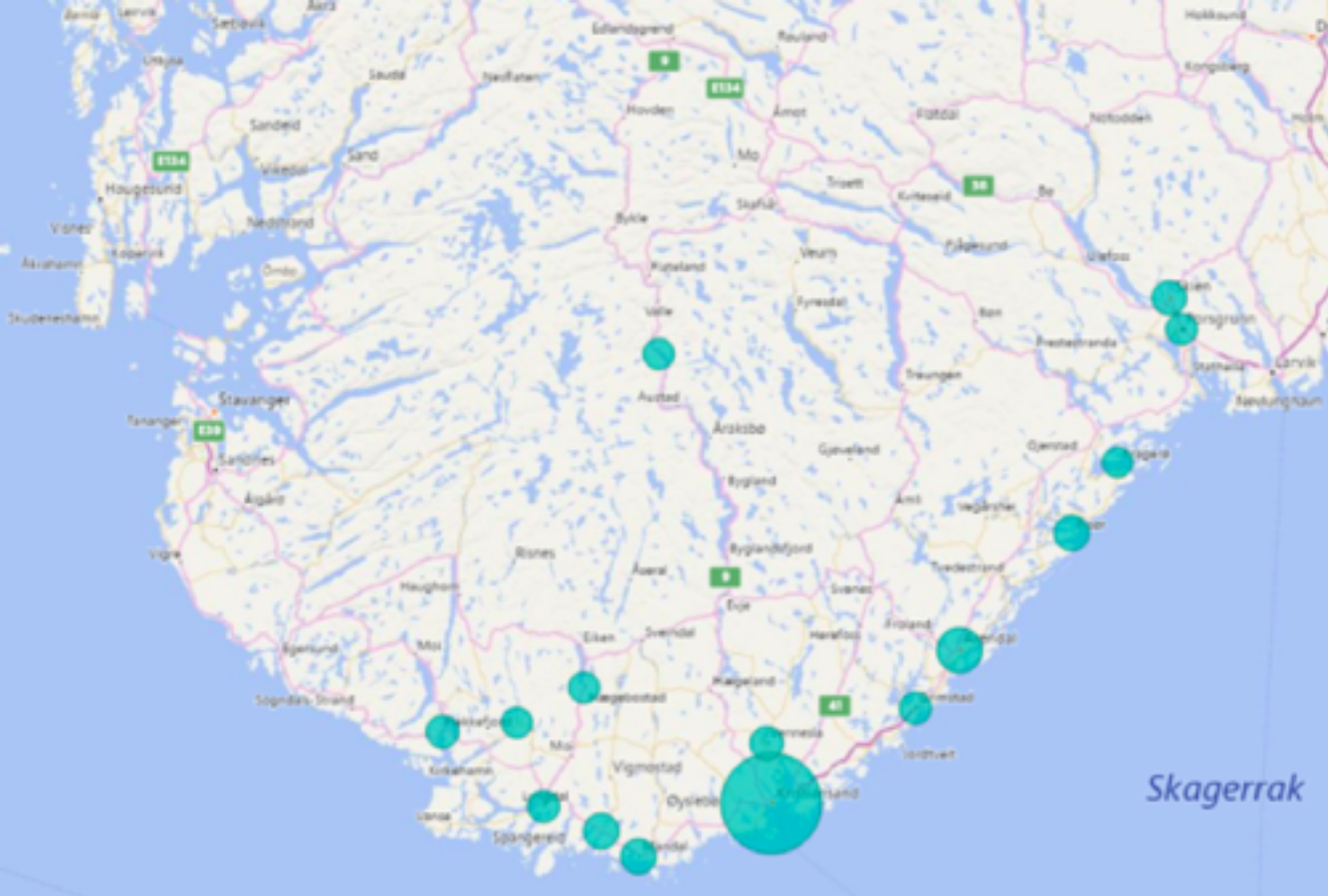
Sosiale medier

Andel av attraksjoner/destinasjoner på ulike sosiale medier



Fordeling av følgere





Samlet
publikum:
226 332

(Facebook:
180 000)

Forrige uke
ble det totalt
publisert 84
innlegg på
Facebook

Forrige uke
“snakket”
4772 unike
brukere om
de ulike
attraksjonene

Ressurser (tid og penger) til digital markedsføring



Ressurser (personer) til digital markedsføring

Vi har ingen dedikerte mennesker som jobber med dette da vi har begrensede ressurser til digital markedsføring.

12%

Vi har ingen fulltidsansatte til å jobbe med digital markedsføring.

73%

Vi har én som jobber med dette fulltid.

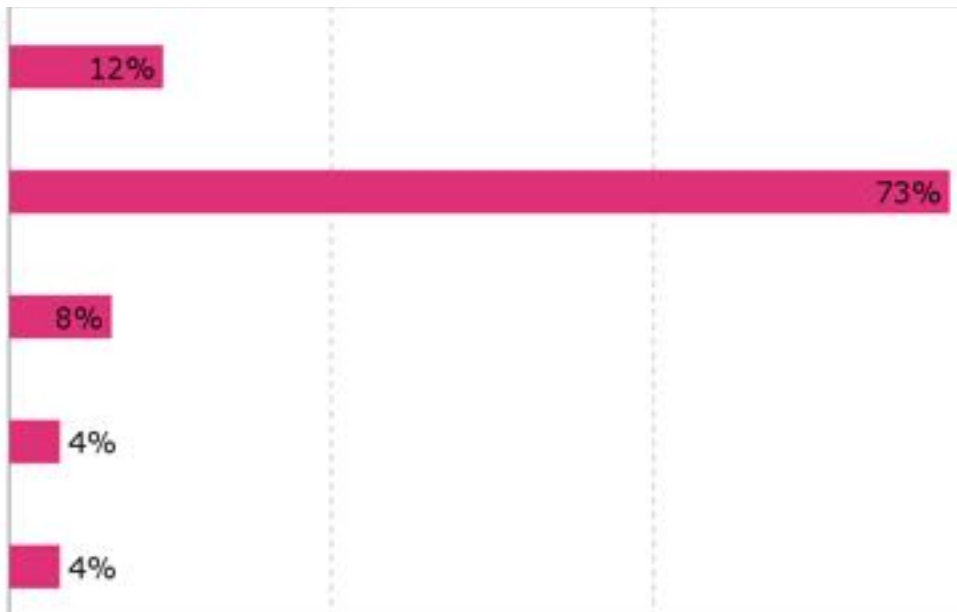
8%

Vi har et dedikert team som jobber med digital markedsføring.

4%

Digital markedsføring utføres på tvers i organisasjonen, der alle er svært involvert i online aktiviteter.

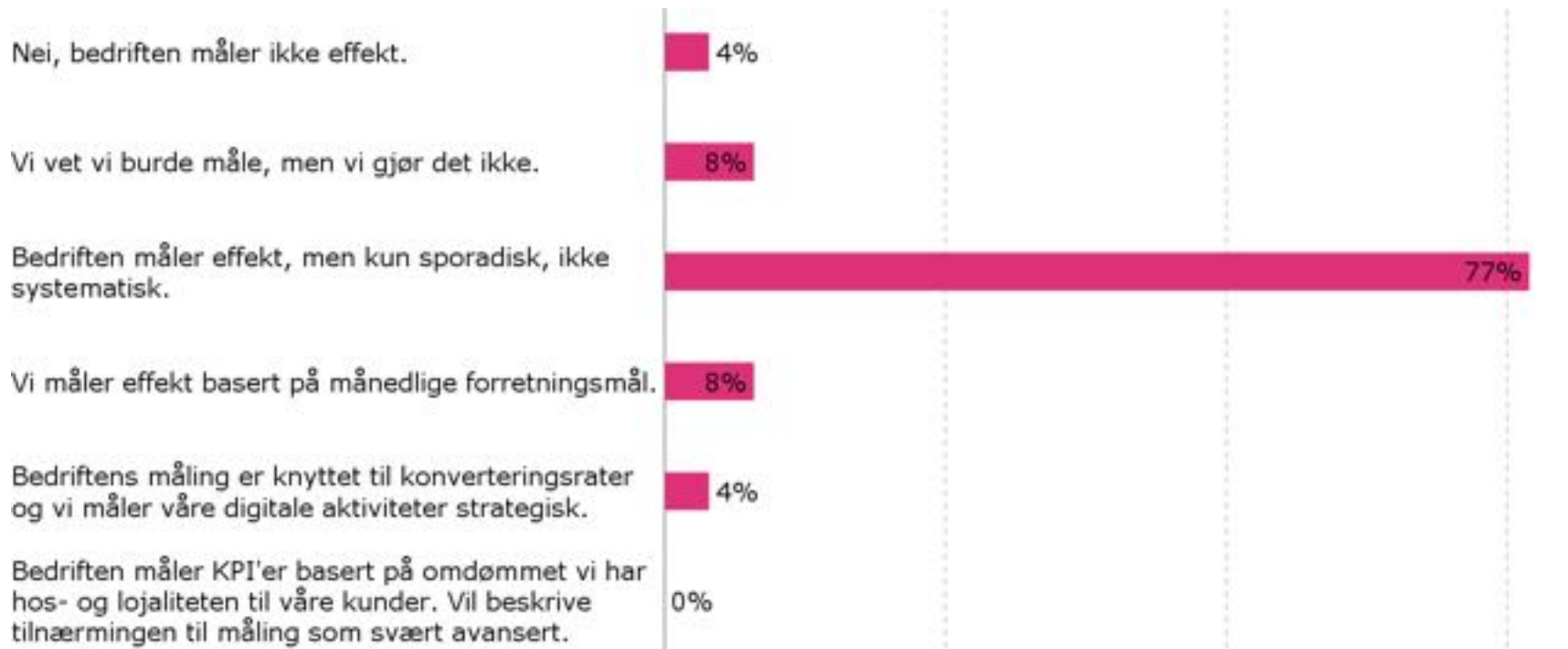
4%



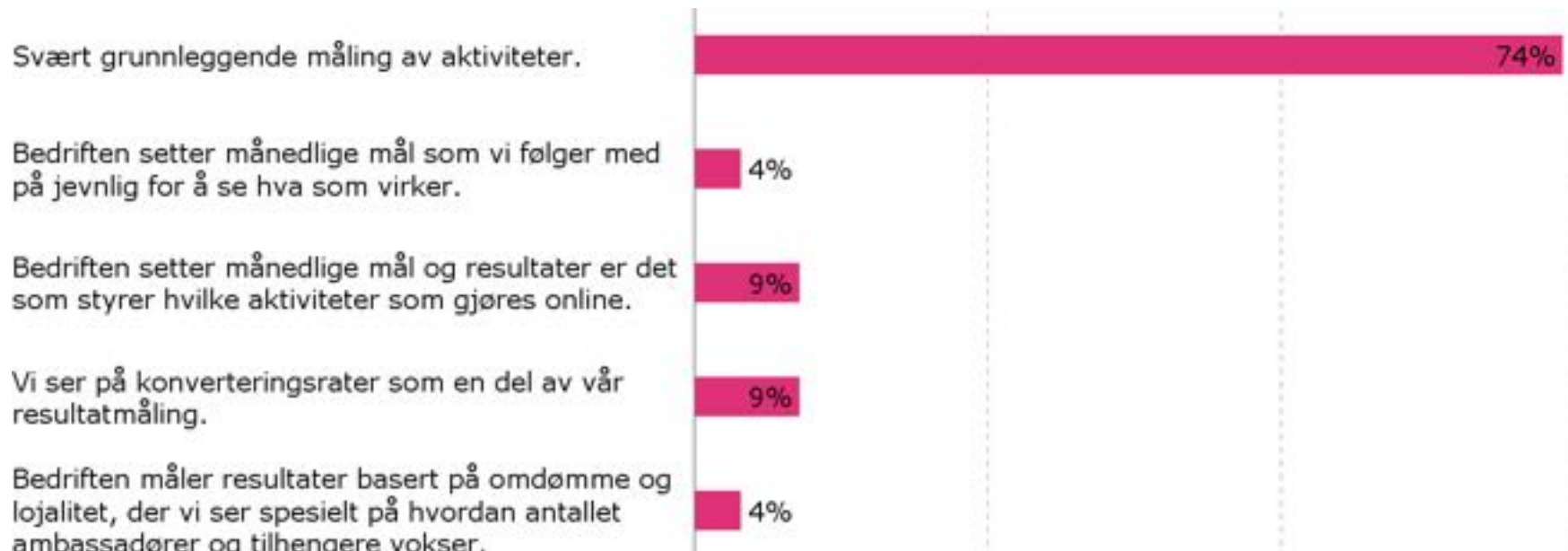
Hvor viktig er det for din bedrift å måle resultater?



Måler bedriften resultatene av digitale markedsføringsaktiviteter?



Hvor grundig måler bedriften effekten av digital markedsføring?



Hva begrenser dere i det daglige?

