

# Culture Segment: PERSPEKTIV



PERSPEKTIV

*"Når jeg ser på et maleri, ser jeg på maling, ikke en maler. Jeg behøver ikke leve mig ind i - eller at vide - hvad der foregik i deres liv."*

Perspektivsegmentet er **tilfredse**, glade for at gøre deres egne ting og drevet af deres egen dagsorden. De er meget fokuserede på **begrænsede interesser**, som de finder tilfredsstillende og givende, og de er **ikke specielt motiverede til at udvide** dette repertoire.

Dette segment har et stærkt behov for at **gøre deres egne opdagelser**. Det er altså deres **ønske om at lære**, der vil give dem et fokus for ethvert kulturelt engagement.

Mest tilbøjelige til at sige:

**"Jeg har det fint med at gøre, som jeg selv vil"**

Mindst tilbøjelige til at sige:

**"Lad os gøre noget, vi aldrig gør!"**

**Top tip:** Perspektivsegmentet har et relativt lille sæt aktiviteter, de er interesserede i, og deres loyalitet kan være svær at vinde. Medlemskab tilbyder dem adgang på deres egne betingelser, fx fleksibilitet og valuta for pengene. Til gengæld er de ikke interesserede i at være en del af noget kollektivt.



## Fang deres opmærksomhed

Når det kommer til markedsføring, er Perspektivsegmentet det segment, der er **mindst bange for at gå glip af ting**. Hvis det, du laver, er **i tråd med deres eksisterende interesser**, så er de på og motiverede til at engagere sig – de kommer med et håb om, at du virkelig vil gøre tingene levende for dem. Men da disse **interesser ofte er private**, vil det være helt **op til dem at vurdere**, hvorvidt arrangementet har relevans for dem.

Kommunikationen bør fokusere på:

- At tilbyde smagsprøver
- At trække på og bygge videre på eksisterende interesser
- At respektere deres individualitet og diskret opfordre dem til at udforske

## Her finder du dem

- Har en forudbestemt idé om deres interesser.
- Mindre påvirket af, hvad andre laver og mindre modtagelige for markedsføring.
- Abonnerer kun på e-mail-lister, der er direkte knyttet til deres personlige interesser.
- Tager ikke et aktivt valg om at holde sig ajour.
- Medieforbruget på de fleste platforme er mainstream og på linje med gennemsnittet.

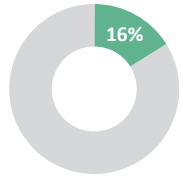
## Relationsopbygning

Perspektivsegmentet har en tendens til at være **selvcentrerede** og til syvende og sidst ikke interesseret i at opbygge en relation til dig. De er interesserede i at høre om andre, men er ikke interesseret i at møde dem.

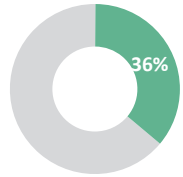
## Og hvis de ikke allerede deltager?

Du kan ignorere Perspektivsegmentet i et helt liv, og de vil ikke opdage det. De ser det som deres beslutning, hvis de vælger at interagere med dig - det er ikke din opgave at overtale dem. Derfor er det ofte ikke et prioriteret segment at rette markedsføring imod, da afkastet på investeringen er mindre end ved andre segmenter. De, der allerede er interesseret i, hvad du laver, vil sandsynligvis deltage - forudsat at du har en tilstrækkelig stærk profil, og de er opmærksomme på hvor/hvornår. Dette kan også være tilfældet, hvis de blogs eller hjemmesider, de følger, skriver om dig. Andre kommer på egen hånd, og dem kan du forsøge gradvis at få ind i folden.

# Culture Segment: PERSPEKTIV



Størrelse af Culture Segment



Har set teater seneste 12 måneder



*Teater er kedeligt, forældet, overflødig og de er besværlige at komme til. Det interesserer mig simpelthen ikke. Der sendes så meget på tv, som jeg hellere vil se.*

## Demografi

Perspektivsegmentets alder er sammenligneligt med Essenssegmentet (medianalder 56 år). Hvad angår kønsfordeling og uddannelsesniveau, så ligner Perspektivsegmentet Underholdningssegmentet. Der er en ligelig kønsfordeling, og uddannelsesniveauet er generelt set lavere. 14% af segmentet har en grundskoleuddannelse, 39% har en ungdomsuddannelse og 11% har en lang videregående uddannelse.

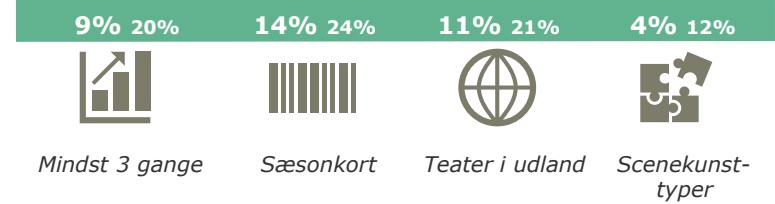
De bor, i sammenligning med andre Culture Segments, sjældnere i en bykommune (61%) og har en lavere husstandsindkomst. Andelen af personer med en husstandsindkomst over 1/2 mio. kroner om året er 38%. Perspektivsegmentet har den højeste andel af bilejere. 82% af personer i segmentet har en bil.

## Scenekunstaner

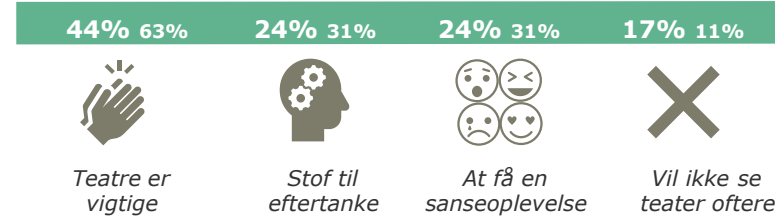
Perspektivsegmentet og Underholdningssegmentet er de segmenter, som går mindst i teatret, 36% af segmentet har set teater de seneste 12 måneder. Når de går i teatret, så er musicals deres foretrukne genre (13%).

67% af segmentet har set teater som barn.

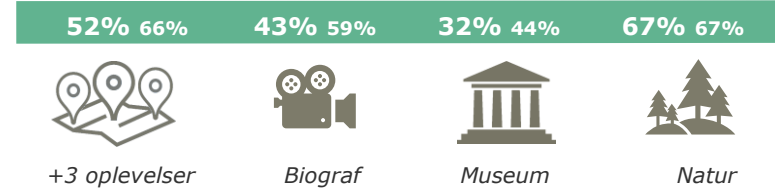
## TEATERSCENEKUNST



## HOLDNINGER TIL SCENEKUNST



## OPLEVELSER



## INFORMATION

