

Culture Segment: STIMULERING



STIMULERING

"Jeg kan godt lide musicals, men jeg kan også godt lide noget med lidt mere kant."

Stimuleringssegmentet er en **aktiv** gruppe, der elsker eventyr. De er tiltrukket af **store idéer** og leder efter noget helt **udover det sædvanlige**.

Men de deltager også i kulturelle begivenheder for **den sociale oplevelse**. De er **selvstændigt indstillet** og skiller sig gerne ud fra mængden, hvis de derved er **på forkant med trenden**. De **drages ikke** mod den **rene mainstream**, da de foretrækker selv at være dem, der gør opdagelserne.

Mest tilbøjelige til at sige:
"Hvor er den store idé?"

Mindst tilbøjelige til at sige:
"Er du sikker på, det ikke er farligt?"

Top tip: Stimuleringssegmentet vil associere sig med brands og aktiviteter, der stemmer overens med deres eget selvbillede og ser kulturelle oplevelser som gode samtale-startere. De er ofte gode brandambassadører i kraft af deres evne til hurtigt at blåstempe nye idéer.

Fang deres opmærksomhed

Stimuleringssegmentet nyder **markedsføring som en kunstform** i sig selv. Hvis det er begavet, smukt eller visuelt stærkt, deler de det med alle deres venner. Men hvis det er tamt eller dårligt udført, sender de det ligeledes ud til alle. Markedsføringen skal **fremhæve** det, der gør oplevelsen **exceptionel og anderledes**. Men **ingen spoilere, tak** - lad være med at give det hele væk. **Væk deres nysgerrighed** og interesse. Men "den store afsløring" skal finde sted under besøget.

Her finder du dem

- Har et højt digitalt engagement, hvilket gør dem nemme at skabe kontakt med online.
- Typisk meget aktive på sociale medier.
- Læser gratis trykte publikationer og eventkalendere.
- Lytter til radio på et gennemsnitligt niveau, men er opmærksomme på omtalen af aktuelle begivenheder.
- Er opmærksom på udendørs markedsføring, særligt plakater og reklametavler i forbindelse med transport.

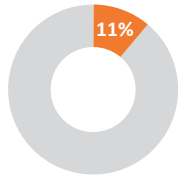
Relationsopbygning

Dette segment har typisk en lidt lavere opmærksomhedstærskel og **kan let blive distraheret** af nyere, mere spektakulære oplevelser. Hvis de mener, at et brand har vist sig at være i stand til at holde sig friskt og nyt, kan der imidlertid udvikles stærke bånd til dette segment. Et medlemskab, der fungerer som en adgangsbillet til **nye og ekstraordinære** oplevelser, kan **øge loyaliteten** hos et ellers **omskifteligt segment**.

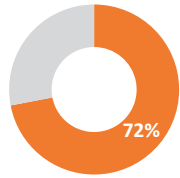
Og hvis de ikke allerede deltager?

De er altid på udkig efter nye og ekstraordinære oplevelser. De vil være åbne for de fleste kunstformer, så længe du fanger deres opmærksomhed. Et nyt sted bør uden videre invitere dem indenfor, før alle andre griber chancen. For hver af dem, der er blevet lokket indenfor og som ser og værdsætter, at det, du gør, er radikalt og en fantastisk oplevelse, vil der være flere af dem, der har antaget, at du givetvis er god, men også ordinær og gennemsnitlig. Det er nødvendigt at formulere tydeligt, hvad der gør dine oplevelser specielle og til et stærkt, selvsikkert brand. Personer i stimuleringssegmentet elsker udstyrsstykker, happenings og fyrværkeri - de vil have oplevelser, der pludselig dukker op ud af ingenting. Og det må meget gerne være efter mørkets frembrud, på taget eller i kælderens, klokken 10 om aftenen.

Culture Segment: STIMULERING



Størrelse af Culture Segment



Har set teater seneste 12 måneder



Jeg er vild med kultur- og teateroplevelser - dog havde det været fedt, hvis vi i Danmark havde noget, der mindede mere om fx teaterscenen i London.

Demografi

I Stimuleringssegmentet er der en overvægt af kvinder (60%) og aldersspredningen er jævnt fordelt blandt de forskellige aldersgrupper.

Deres husstandsindkomstniveau er, sammenlignet med de øvrige Culture Segments, højere. 45% af segmentet har en husstandsindkomst over 1/2 mio. kroner om året. De bor hovedsageligt i byerne (79%), 58% er i parforhold og 22% af segmentet har hjemmeboende børn.

Scenekunstvaner

72% af Stimuleringssegmentet har set teater de seneste 12 måneder. Deres scenekunstvaner ligner Essens- og Bekræftelsessegmentet. Hvad angår genrepræferencer, så ligner Stimulering i højere grad Tilkendegivelse og Bekræftelse.

Stimuleringssegmentet er sammen med Bekræftelsessegmentet et af de segmenter blandt de øvrige segmenter, som har set mest stand-up (21%).

Stimuleringssegmentet er dét segment, hvor flest personer har set teater som barn (85%).

SCENEKUNSTBRUG

32% 20%



Mindst 3 gange

29% 24%



Sæsonkort

27% 21%



Teater i udland

21% 12%



Scenekunsttyper

HOLDNINGER TIL SCENEKUNST

78% 63%



Teatre er vigtige

36% 31%



Stof til eftertanke

35% 31%



At få en sanseoplevelse

7% 11%



Vil ikke se teater oftere

OPLEVELSER

81% 66%



+3 oplevelser

75% 59%



Biograf

53% 44%



Museum

71% 67%



Natur

INFORMATION

28% 21%



Anmeldelser

35% 24%



Anbefalinger fra venner

46% 34%



Hjemmesider

50% 37%



Facebook