

INDAGINE CONOSCITIVA SUGLI ASCOLTATORI DI MUSICA CLASSICA

IN COLLABORAZIONE CON OSN – ORCHESTRA SINFONICA NAZIONALE RAI – RADIO TELEVISIONE ITALIANA

→ OBIETTIVI

Descrivere le caratteristiche e il grado di soddisfazione del pubblico dell'Auditorium RAI e in generale i gusti musicali dei potenziali

fruitori di musica classica per allargare il target delle campagne di promozione dell'ente e garantire afflussi di pubblico durevoli

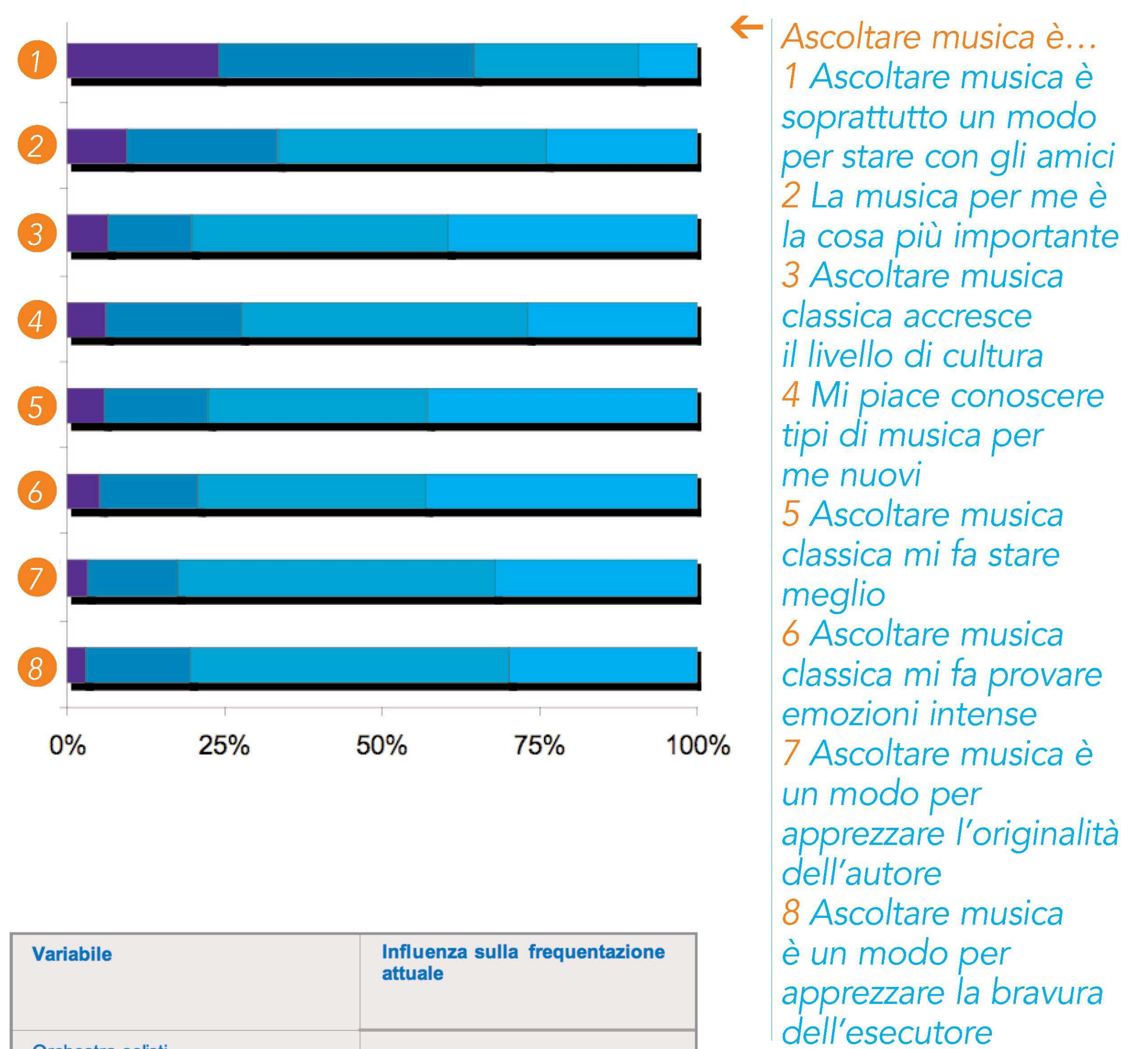
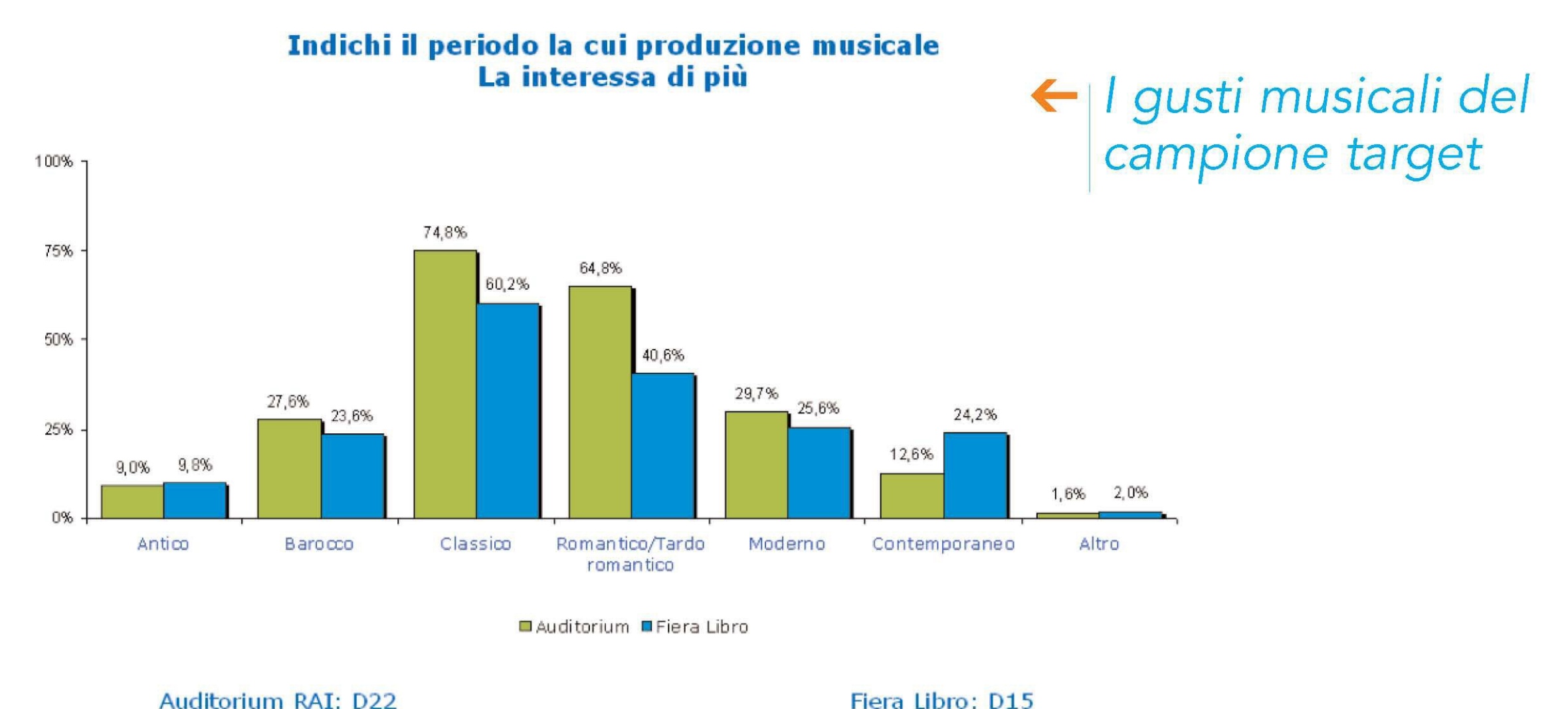


→ SOLUZIONE

Sono state intervistate 2000 persone del pubblico dell'Auditorium RAI e un campione di 500 visitatori dello stand OSN al salone del libro di Torino. Il confronto tra frequentatori dell'Auditorium e semplici fruitori di musica classica (visitatori dello stand) ha permesso la costruzione di modelli logistici multivariati in grado di segmentare la popolazione in Critici e Sostenitori (pubblico) a Scarsa e Alta propensione (Fiera del Libro) in base alle probabilità di fidelizzazione e defezione mostrate.

→ BENEFICI

Si sono individuate le opzioni su cui far leva per trattenere il pubblico già acquisito ed invogliare quello non ancora acquisito.



Variabile	Influenza sulla frequentazione attuale
Orchestra-solisti	+
Compagnia-evento speciale	--
Periodo classico	+
Periodo romantico	+
Quantità informazione su manifestazioni culturali e musicali	+++

← Cosa conta di più per la frequentazione dell'auditorium per il campione "fiera del libro"