

Obiettivi

Incrementare la conoscenza e la considerazione dei prodotti culturali presso i pubblici potenziali, privilegiando aree interne ed a rischio sociale ed economico

Descrizione

L'azione consiste un insieme di attività volte a intercettare, raggiungere, far conoscere, convincere, avvicinare e attrarre i pubblici attuali e quelli potenziali. Si tratta di attività di natura principalmente comunicativa e promozionale, ma che possono riguardare anche la progettazione di iniziative, di eventi e la sperimentazione di approcci inusuali. Tradizionalmente, il settore culturale e artistico si è rilevato piuttosto fragile, poco attrezzato dal punto di vista delle competenze e delle risorse economiche, non sempre consapevole dell'importanza e dei potenziali impatti. Per questa ragioni, in questa azione sono previste anche attività di formazione degli operatori, dedicata alle tecniche di ampliamento del pubblico. Sono inoltre previste azioni di comunicazione omnicanale «di sistema» per gli attori del settore culturale presenti nel territorio metropolitano di Bari, al fine di amplificare la visibilità e l'accessibilità delle iniziative culturali e artistiche, utilizzando vari strumenti: ADV, CRM, strategia digitale, segmentazione, guerrilla marketing, marketing inusuale, nuovi formati dell'offerta, diversificazione orari, outreach, peer-to-peer communication



Localizzazione: Tutta l'area metropolitana di Bari

Risultati attesi

Ampliare il pubblico raggiunto e coinvolto dalle attività di comunicazione dei prodotti culturali

Indicatori di risultato

- N. azioni di promozione di sistema
- N. azioni di promozione realizzate dagli operatori coinvolti
- Quota spettatori provenienti da aree interne e a rischio sociale

Principali progetti

Formazione degli operatori della cultura sulle tecniche di audience development
Amplificare la cultura attraverso la comunicazione omnicanale (web, app, social media)

Tipologia

Idea progetto
Idea progetto

Orizzonte temporale



Investimenti attesi

€ 500.000,00