



Welkom!

publiq

Forum

**Datagedreven werken bij en met publiq
8/12/2020**

Goedemorgen!



Katelijne



Karel



maak het mee

Welkom, met wie heb ik de eer?

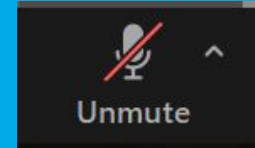
Schrijf je naam en organisatie in de chat



maak het mee

Spelregels & verloop

- Je microfoon staat automatisch af.
- Camera aan
- Klik op 'unmute' om iets te zeggen



maak het mee

Spelregels & verloop

- Zet 'speaker view' aan bij slides
- Side-by-side mode – schuiven met het beeld (slides – sprekers)



maak het mee

Spelregels & verloop

- Plaats al je vragen in de chat – Q&A
- We houden ook een poll, dan mag je stemmen
- Presentatie achteraf beschikbaar
- Sessie wordt ook opgenomen



maak het mee

Programma (2u)

- Inleiding data bij publiq: waarom en hoe?
- De levenscyclus van data met illustraties + Vragenrondje
- Pauze (10')
- Aan de slag met data: 3 praktijkvoorbeelden + Vragenrondje

Data is overal Iedereen heeft data

POLL: Welke data heb jij?

- ☐ publieksdata in de vorm van ticketsdata
- ☐ publieksdata in de vorm van webdata (vb google analytics...)
- ☐ Eventdata (in CMS van website, in ticketingsysteem,...)
- ☐ Bevragingen of onderzoeken (ad hoc verzameld of structureel?)
- ☐ UiTPASdata
- ☐ Museumpasdata
- ☐ Evaluatieformulieren van evenementen
- ☐ andere data... (typ in de chat)

Data bij publiq

publiq biedt informatie, maakt van zoekers vinders

publiq zet in op platformen waar aanbod en publiek elkaar wederzijds ontmoeten. publiq hertaalt een groot aanbod uit de sectoren cultuur, jeugd en sport naar een overzichtelijk en uitdagend geheel van publieksgerichte en sectorgerichte projecten en producten, vindbaar en uitnodigend. Door slimme technologie, smart data-analyses en scherpe gebruikersprofielen worden aanbod en publiek maximaal op elkaar afgestemd.

publiq zorgt voor smaakverbreding, de verwachtingen voorbij

Op de plek waar wordt gevonden ontstaat meer dan gezocht. Vrije tijd is niet alleen het dichtmaken van 'open space', het is de kans krijgen er creatief betekenis aan te geven. publiq gelooft dat nieuwe ervaringen en verrassende ontmoetingen het individueel en collectief cultureel zelfbewustzijn aanscherpen en zo de weerbaarheid en solidariteit tussen mensen versterken. Daarom streeft het voorbij de loutere service rond wat, waar en wanneer naar smaakverbreding, gidsend van het bekende naar het onbekende.

publiq bevordert participatie, verbindt diverse publieken

Die uitnodiging om - nu eens surfend dan weer duikend - te proeven van het onbekende geldt een inclusief publiek: jong of oud, arm of rijk, met of zonder beperking, van eender welke etnisch-culturele achtergrond. Samen met zijn partners legt publiq stapstenen zodat ieder op zijn manier kan deelhebben en deelnemen aan het publieke vrijetijdsleven. Vooral de omgang met superdiversiteit vraagt om dialoog, vertrouwen en creativiteit. publiq gaat actief de uitdaging aan om de zichtbaarheid van het superdiverse aanbod te vergroten.

publiq bouwt bruggen, verbindt partners

Verbinden is het werk van vele handen. publiq smeedt duurzame samenwerkingsverbanden tussen diverse partners in het brede vrijetijd domein: lokale besturen en onderwijspartners maar evengoed spelers uit de artistieke, jeugd-, sport- en cultuursector, middenveldorganisaties, media en ICT-ontwikkelaars. publiq brengt ze samen rond betekenisvolle publieksstrategieën met een maatschappelijke meerwaarde en biedt daartoe een doorgedreven marketingexpertise en uitgebreide set producten en diensten aan.

publiq goes local and global

Lokaal en internationaal zoekt en vindt publiq aansluiting bij partners die vanuit vergelijkbare doelstellingen werken en experimenteren. publiq zet in op globale kennisdeling van de meest recente know-how: dit zorgt voor zuurstof en houdt lokale initiatieven schaalbaar en betaalbaar. Coöperatie en entrepreneurship zitten publiq nu eenmaal in het dna.

publiq's belangrijkste innovatie is
het instrumentarium
waarmee het haar missie realiseert

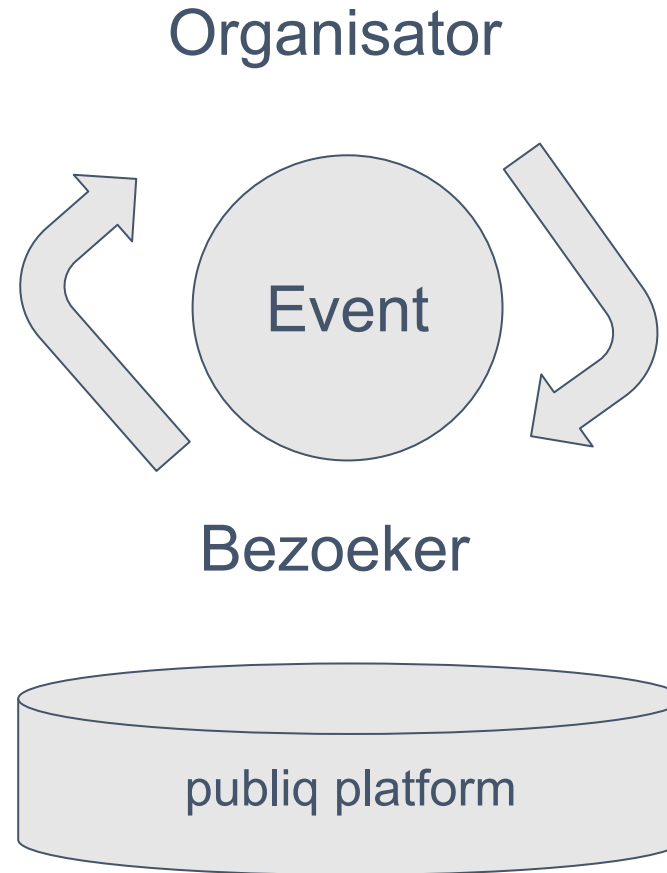
- mensen en activiteiten met elkaar verbinden door ervoor te zorgen dat ze elkaar vinden -

dat instrumentarium vertrekt van -en bouwt voort op
het verzamelen van aanbod
en daaraan gelinkte participatiegegevens

Platform strategie: core value unit & core interaction bij publiq

evenement (aanbod)
= “core value unit”

cultureel evenement vinden
= “core interaction”



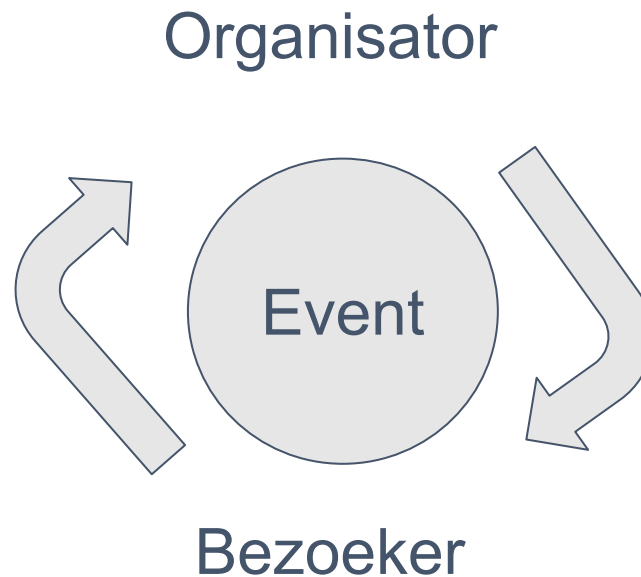
Interactie staat centraal, en creëert de waarde, voor makers EN gebruikers.

Het platform maakt het (slechts) mogelijk.

Rond de “core value unit” maken we **meerdere interacties** mogelijk

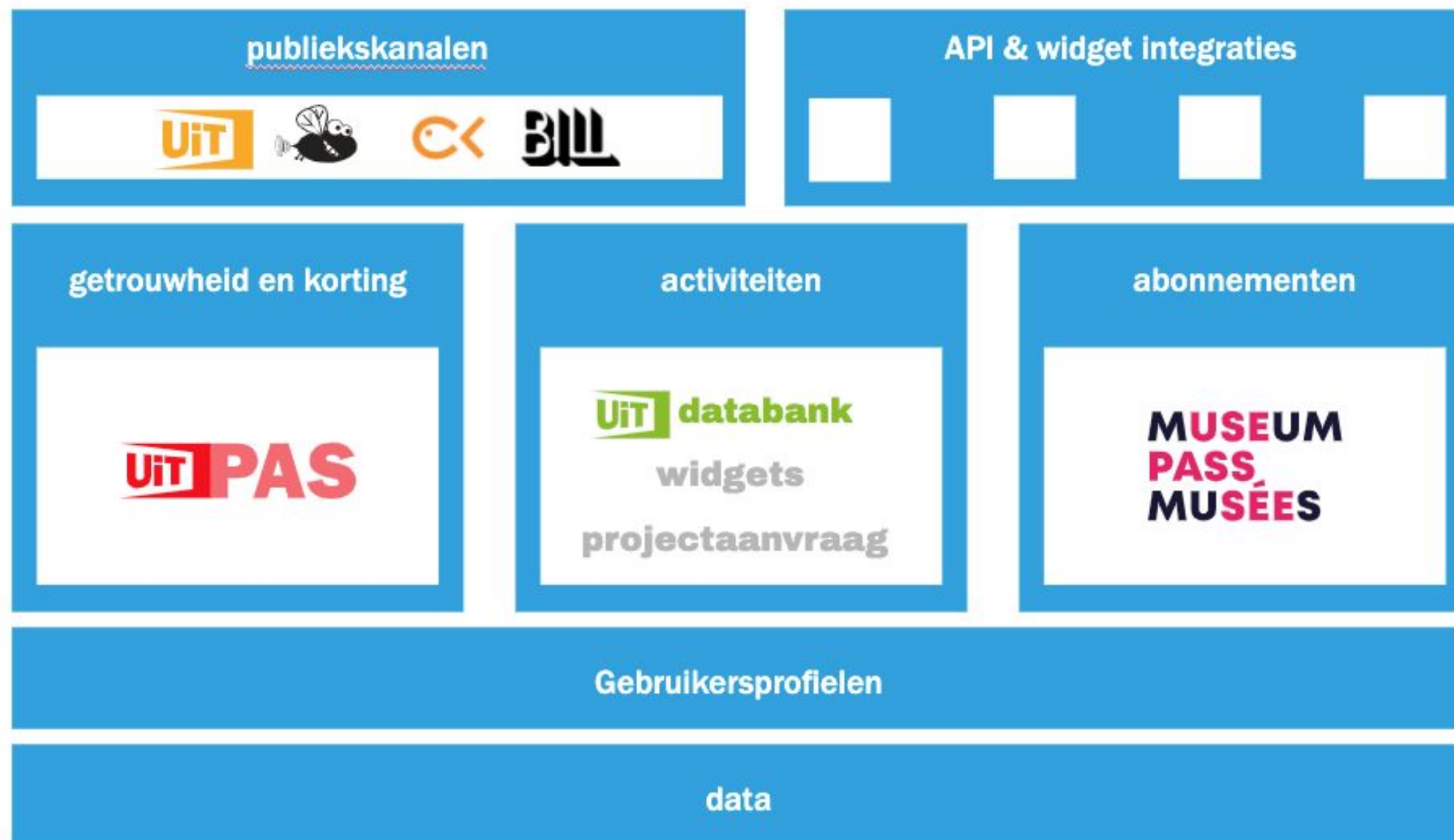
Een platform gaat in zijn groei typisch streven naar e2e interactie(ketens)

Vinden
Participeren
Verrijken
Share
Likes
Review
Sparen
Kopen
Abonnement

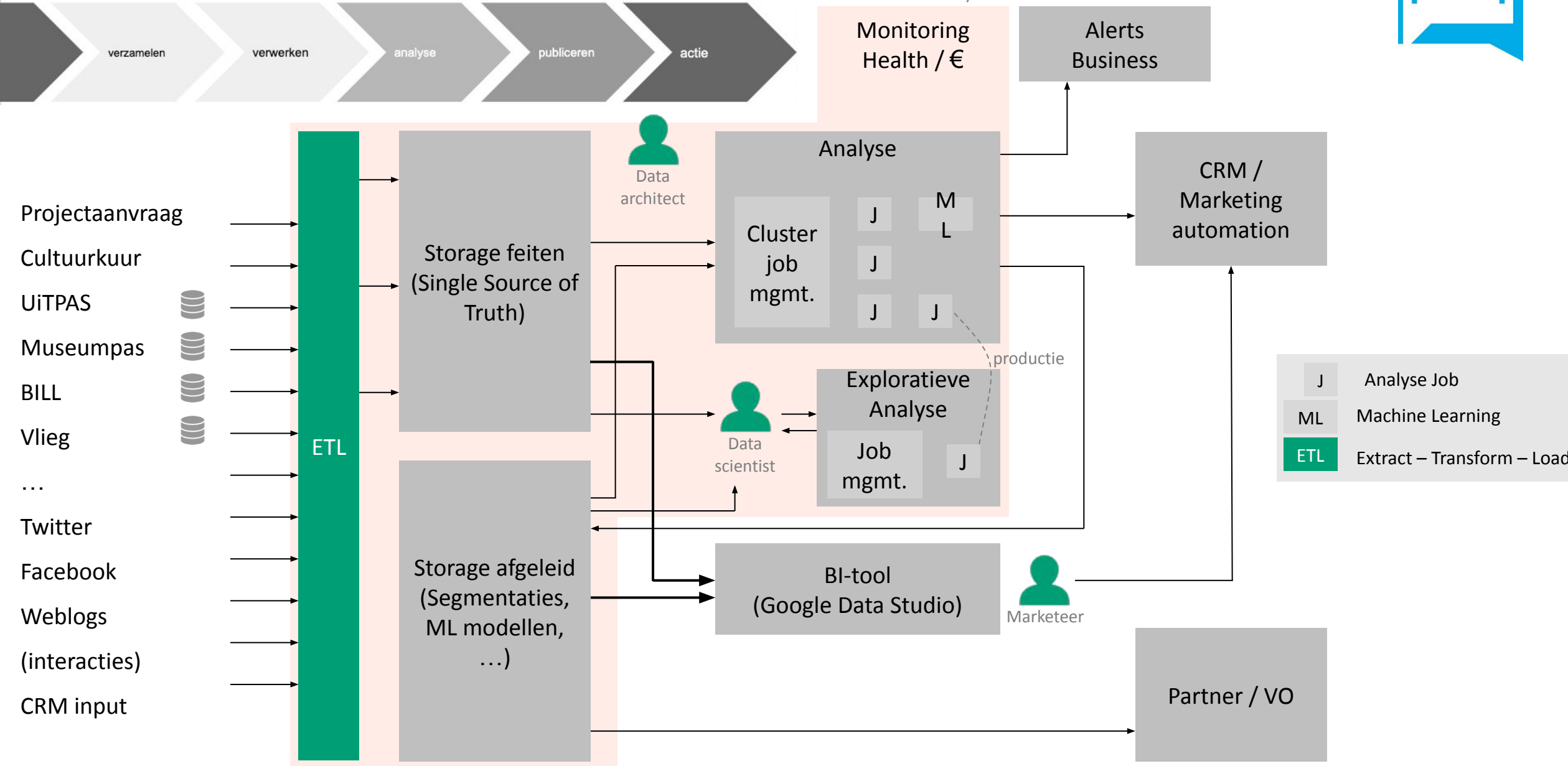


Vinden
Informeren
Verrijken
Punten geven
Wedstrijden
Voordelen geven
Voordelen voor punten geven

onze producten/diensten gebruiken en genereren data



Overzicht van de data-architectuur



Levenscyclus van data



POLL: Waarvoor gebruik je die data?

- ☐ euh, eigenlijk niet
- ☐ voor rapportage (vb jaarverslag)
- ☐ voor marketing (vb specifieke doelgroepen aanschrijven)
- ☐ voor analyse en onderzoek (gestructureerd of gewoon eens een blik werpen...)
- ☐ anders (typ in de chat)

Wij gebruiken data...

om vraag en aanbod te leren kennen.

Hoe doen we dat dan?

Aanbodsverzameling



– Datakwaliteit in UiTdatabank:

Correctheid

Volledigheid

Consistentheid

Accuraatheid

Uniekheid

Begrijpbaarheid

Op 5 jaar tijd ...

Meer dan 1 miljoen events!

Dankzij...

A solid blue horizontal bar is positioned at the bottom of the slide, starting from the left edge and extending towards the right, partially obscured by the 'Dankzij...' text.

Jij en iedereen invoerder!

- Promotie dankzij het UiTnetwerk van steden en gemeenten
- Via partnerships uit de sector zoals Open Monumentendag, ...
- Gerichte campagnes vanuit publiq: bijv. binnenspeeltuinen
- Meer en meer geautomatiseerd via 'Api'

Input Evenementinformatie versturen naar UiTdatabank

Entry API

Via Entry API kan je items in UiTdatabank aanmaken, aanpassen en verwijderen.

- ✓ JSON-standaard
- ✓ Activatie op live-omgeving enkel op aanvraag

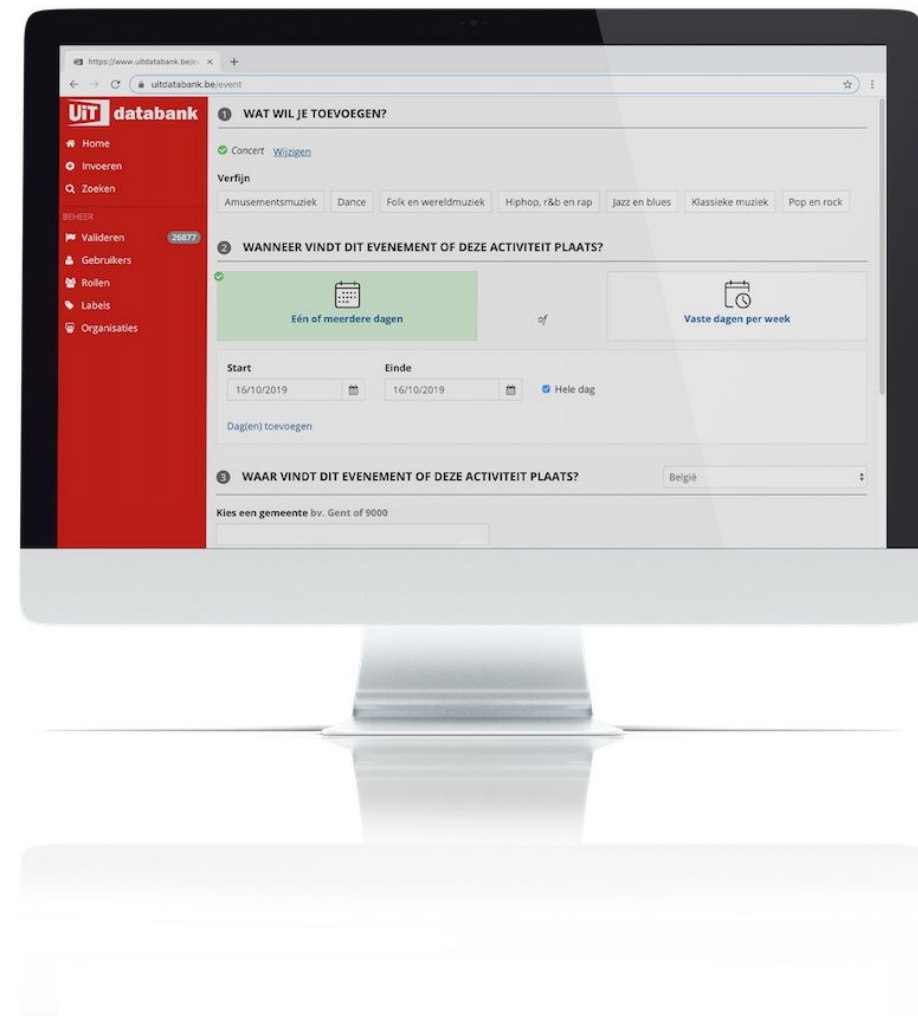
[Meer info](#)

En de kwaliteit?

volledig, rijk, up-to-date, correct, ...

Enkele cijfers

- Verzamelen van **1947 virtuele events** (148 afhaalaanbod)
- Bevestigen van **16180** events en permanent aanbod sinds corona
- Kwaliteitscontrole voor de **sectorwerking** van ongeveer 3000 evenementen
- 3x Kwaliteitscontrole van meer dan **700 tentoonstellingen** voor museumpas
- Kwaliteitscontrole van de invoer van **218 grote cultuurhuizen**
- Wekelijkse filminvoer coördineren voor **27 cinema's**
- ...



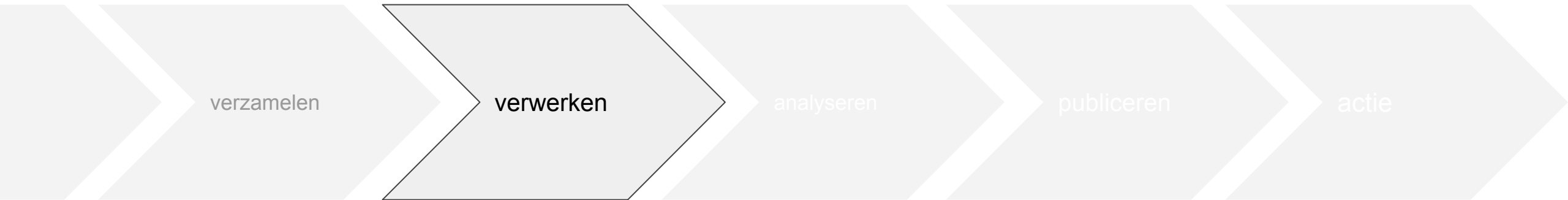
Kennis verzamelen over 'de vraag'

Algemeen onderzoek
maar ook

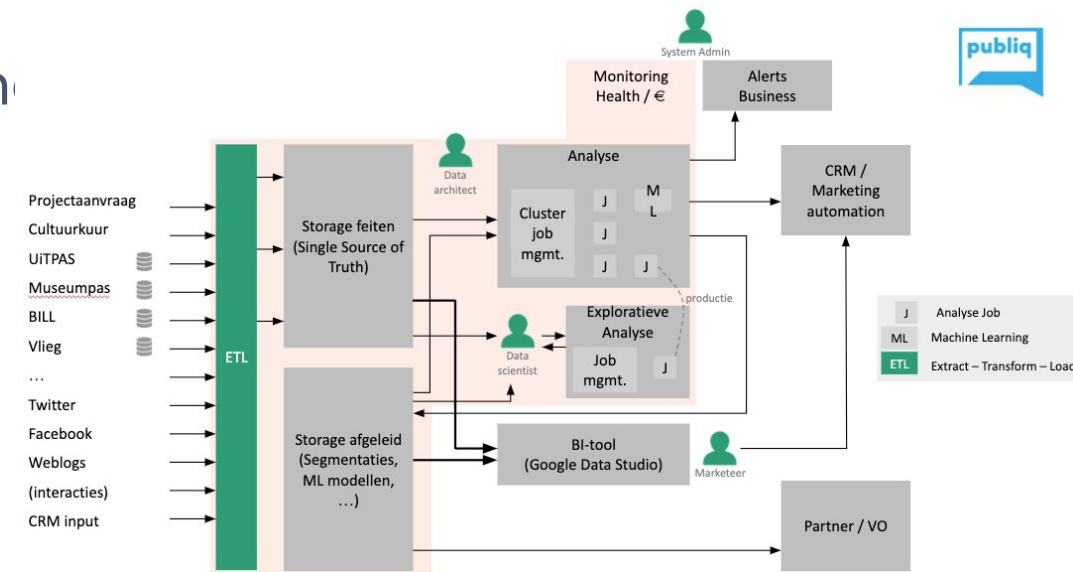
Snowplow – Google Analytics – UiTPAS –
MuseumPAS – Bevestigingen

Dataverwerking

Verwerking



- Centralisatie van informatie: slechts 1 waarh
- Databronnen komen in datawarehouse
- via een **ETL**-procedure:
 - **E**xtract
 - **T**ransform
 - **L**oad
- Data kan onderling gekruist worden



Nieuwe processen onder de motorkap

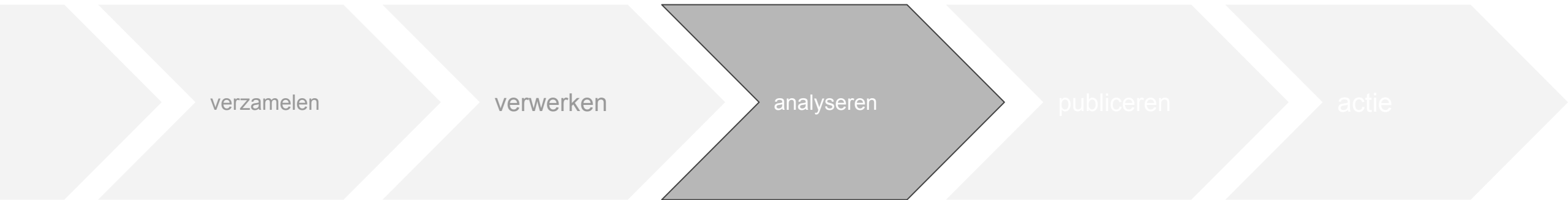
- Alle gegevens moeten worden binnenge trokken in Data-omgeving vooraleer te gebruiken. Dit gebeurt gefaseerd en per project.
- Data verandert en breidt elke seconde uit: dus worden gegevens elke nacht herberekend met de meest recente data
- Tekstgegevens worden omgezet in getallen om aan data science te doen: bijv. tekstbeschrijvingen analyseren

Nu de data **klaar** is om te gebruiken...



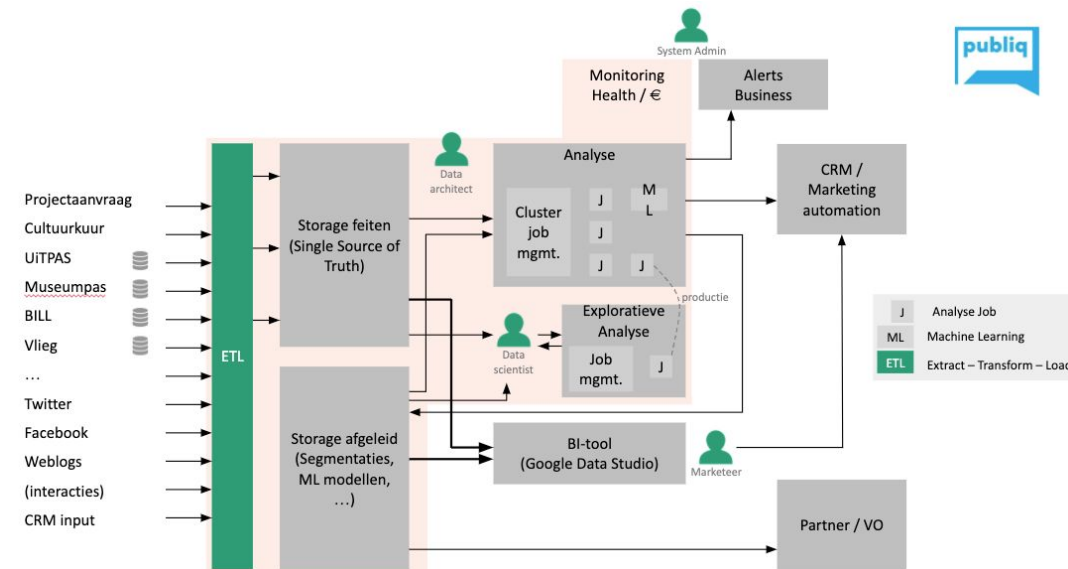
... kan je **vragen** stellen...

Analyse



Methodes/tools:

- Gerichte vragen ifv visie/doelstellingen
- Methoden: data-masseren (kruisen, aggregeren, filteren, ...), visualiseren, statistiek, machine learning algoritmen, ...



Analyses – Voorbeeld Museumpas

- Analysevraag: Hoe groot was de impact van corona op de bezoeken van museumpas?
- Data vraag:
 - Aantal bezoeken voor, tijdens en na de lockdown
 - Verschilt het effect van de lockdown per regio, grootte museum en leeftijd pashouder?
 - Inzichten:
 - Vooral in Vlaanderen en Brussels Gewest blijft aantal MPM-bezoeken laag na lockdown
 - Grote musea hebben meer moeite om na de lockdown MPM-bezoekers aan te trekken dan kleinere musea
 - 65+-ers bezoeken beduidend minder dan voor de lockdown

Analyses – Voorbeeld UiTPAS

- Een voorbeeld
- Businessvraag: Kunnen we de tussenkomsten van de gemeente bij participaties van mensen in armoede voorspellen bij UiTPAS?
- Datavraag:
 - Hoeveel % van de inwoners heeft per gemeente een UiTPAS na jaar 1,2,3,4 en 5
 - Hoeveel % van de MiA's heeft per gemeente een UiTPAS na jaar 1,2,3,4 en 5
 - Hoeveel kost een MiA per gemeente na jaar 1,2,3,4 en 5
 - Vervolg: wat verklaart de verschillen tussen steden en gemeenten? ⇒ Extra data nodig!

Welke datavraag interesseert jou?

Denk aan UiTdatabank of UiTPAS

Denk aan je eigen data of doelstellingen, ...

1. Schrijf je idee op **het whiteboard**
2. Zet een sterretje of hartje bij een idee dat je interessant vindt (*balk bovenaan - annotate*)

Wat doe je met resultaten?

Publicatie



Data-analytisch:

- Via dashboards, tabellen, grafieken, ...
- bij publiq voornamelijk in dashboards in Google Data Studio

Contentmatig:

- Publicatie van UiTdatabankgegevens op publiq.be en nieuwsbrieven, publiqforum, infographics, ...

Dashboard – Voorbeeld Vrijetijdsgidsen

- Wat is het?

een dashboard die een eenduidig zicht geeft op de evolutie van het bereik van onze online vrijetijdsgidsen bij partners (aantal kanalen) en eindgebruikers (aantal consultaties)

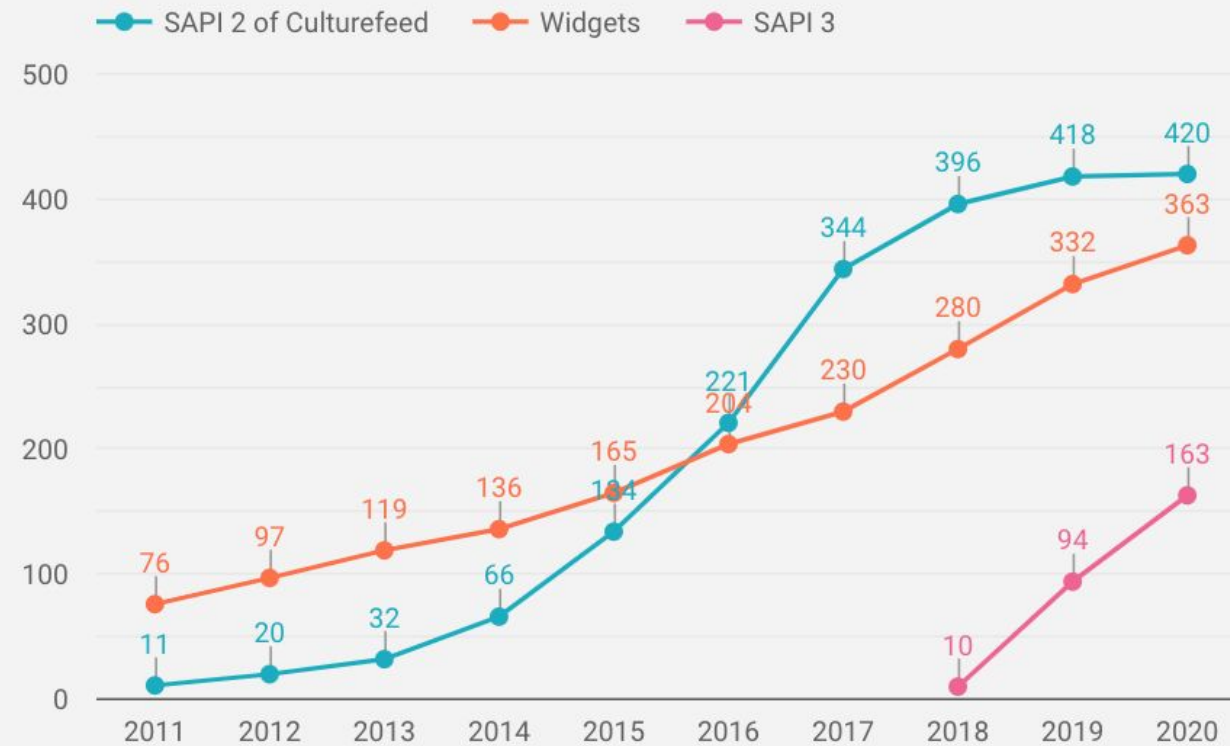
- Waarom is het er?

We monitorden niet exact hoeveel agenda's er waren of hoeveel bereik die hadden via onze eigen interne data kunnen we exact bepalen

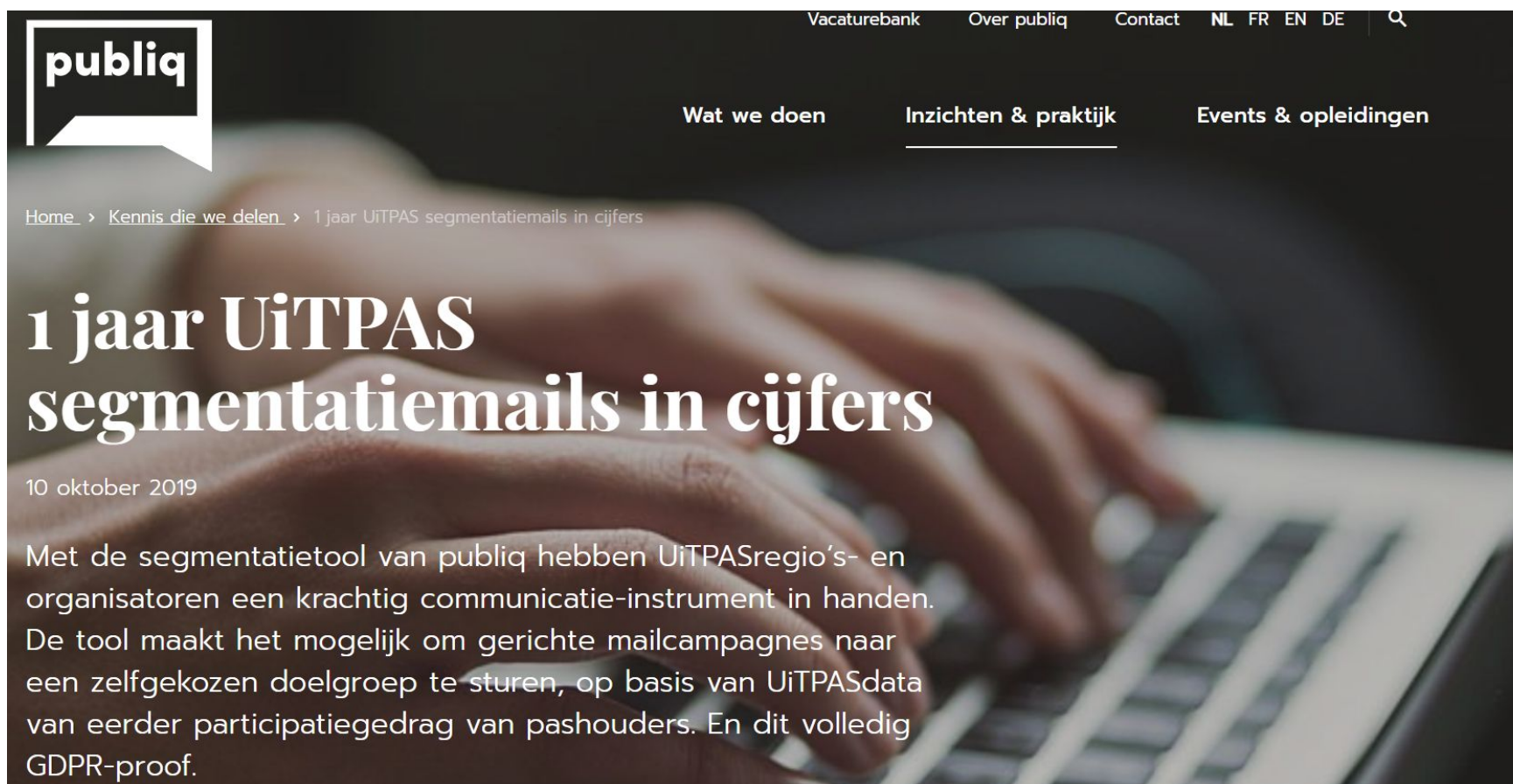
- hoeveel online kanalen we verspreiden en of die nog actief zijn,
- hoeveel mensen (consultaties) we hiermee bereiken

Vrijetijdsgidsen

Aantal kanalen van UiTID partners met vrijetijdsgidsen per jaar (cumulatief, enkel kanalen die vandaag actief zijn)



Publicaties op publiq.be

The screenshot shows the top of the 'publiq' website. The header includes the 'publiq' logo on the left and navigation links 'Vacaturebank', 'Over publiq', 'Contact', and language options 'NL FR EN DE' on the right. Below the header, there are three main menu items: 'Wat we doen', 'Inzichten & praktijk' (which is underlined), and 'Events & opleidingen'. The main content area features a breadcrumb trail: 'Home > Kennis die we delen > 1 jaar UiTPAS segmentatiemails in cijfers'. The article title '1 jaar UiTPAS segmentatiemails in cijfers' is prominently displayed in large white text. Below the title, the date '10 oktober 2019' is shown. The article text begins with 'Met de segmentatietool van publiq hebben UiTPASregio's- en organisatoren een krachtig communicatie-instrument in handen. De tool maakt het mogelijk om gerichte mailcampagnes naar een zelfgekozen doelgroep te sturen, op basis van UiTPASdata van eerder participatiegedrag van pashouders. En dit volledig GDPR-proof.' The background of the article text is a blurred image of hands typing on a laptop keyboard.

publiq

Vacaturebank Over publiq Contact NL FR EN DE

Wat we doen Inzichten & praktijk Events & opleidingen

Home > Kennis die we delen > 1 jaar UiTPAS segmentatiemails in cijfers

1 jaar UiTPAS segmentatiemails in cijfers

10 oktober 2019

Met de segmentatietool van publiq hebben UiTPASregio's- en organisatoren een krachtig communicatie-instrument in handen. De tool maakt het mogelijk om gerichte mailcampagnes naar een zelfgekozen doelgroep te sturen, op basis van UiTPASdata van eerder participatiegedrag van pashouders. En dit volledig GDPR-proof.

publiqplatform als een ecosysteem

Wat met onze partners?

Dashboards delen met partners

- Een manier om enkel toegang te geven tot voor jou relevante data
- Op basis van je UiTID – door een api – ...

Waar staan we vandaag?

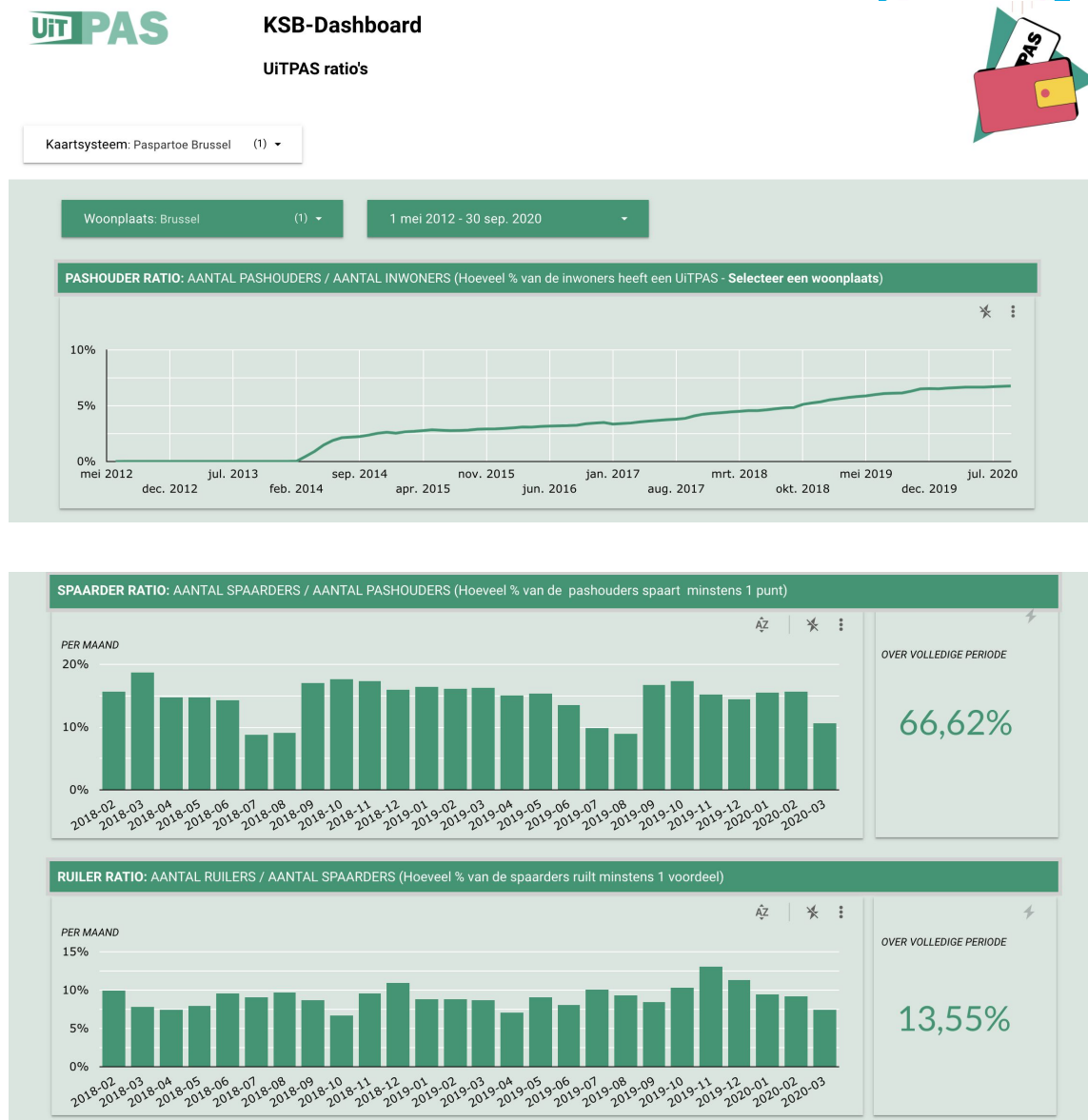
- We Kunnen een beperkte groep mensen gericht toegang geven tot een specifieke dataset
 - UiTPAS: steden en gemeenten
 - Musea voor museumpasdata
- We onderzoeken hoe we nog meer partners toegang kunnen geven tot de data

UiTPASDashboard

- Een vernieuwd dashboard waarin UiTPASregio's hun uitpasdata kunnen bekijken
- Op basis van input van bestaande UiTPASregio's

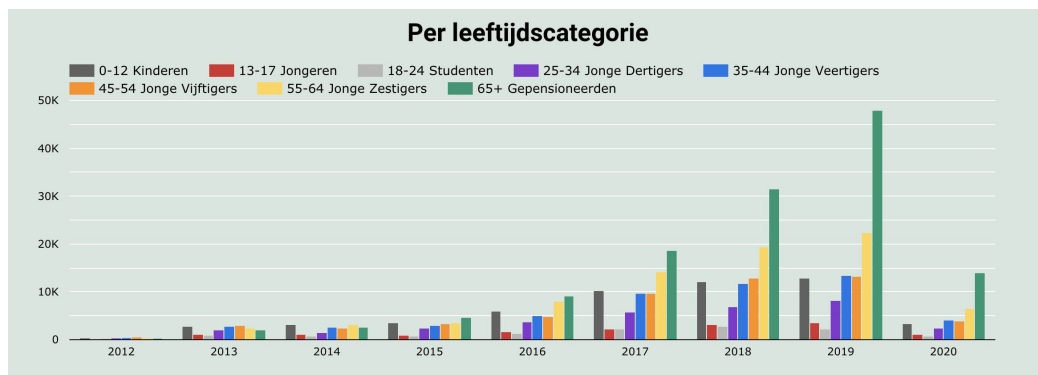
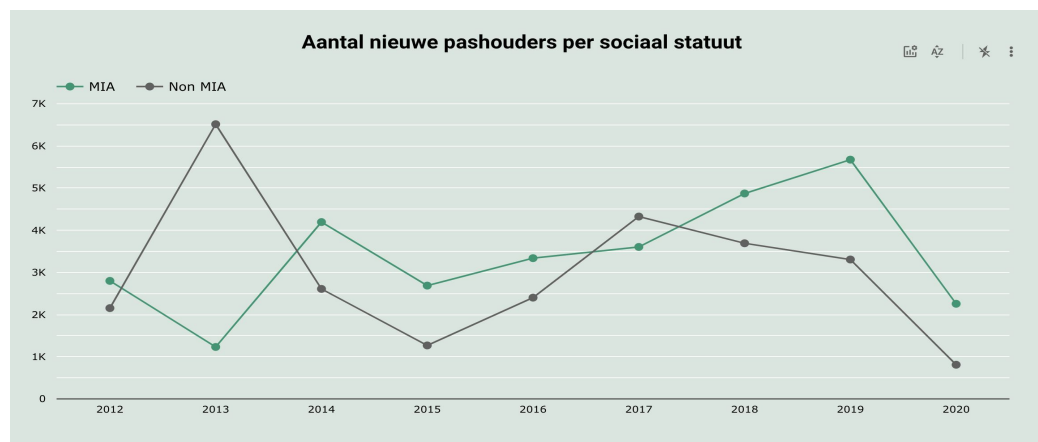
KSB-Dashboard

- Welke UiTPAS data?
 - Gezondheidsratio's per gemeente:
 - **pashouder ratio**: aantal pashouders / aantal inwoners
 - **spaarder ratio**: aantal spaarders / aantal pashouders
 - **ruiler ratio**: aantal ruilers / aantal spaarders
 - **ruil ratio**: aantal geruilde punten / aantal gespaarde punten
 - **ticketsales ratio**: Aantal MiA's die kocht aan kansentarief / totaal aantal MiA's



KSB-Dashboard

- Aantal pashouders, spaarders, gespaarde punten, ruilers, geruilde punten, toegekende kansentarieven...




Aantal omgeruilde punten

Het aantal omgeruilde punten, aantal pashouders en aantal omgeruilde voordelen per jaar.

Kaartsysteem



Selecteer periode

Woonplaats

Organisator

Sociaal Statuut

Leeftijdsgroep

Omruilvoordeel

Algemeen

Jaar	Aantal Punten	Aantal Personen	Aantal omruilingen	Aantal unieke voordelen	Aantal balies
2012	2.545	284	406	36	25
2013	16.785	1.229	2.962	92	35
2014	17.128	5.156	7.114	102	50
2015	22.452	3.358	6.116	161	60
2016	39.907	2.144	6.433	292	72
2017	72.856	3.448	11.448	389	105
2018	100.500	4.000	14.746	432	120
2019	123.898	4.467	17.903	473	105
2020	36.103	1.924	5.079	209	71
Totaal	432.174	14.363	72.207	1.762	210

Participatieprofielen UiTPAS

- Zicht krijgen op activiteitsgraad: hoeveel zijn er veel actief, hoeveel zijn er slapend, wie zijn dat, ...?
- 5 afgesproken 'profielen' die toelaten te 'benchmarken'

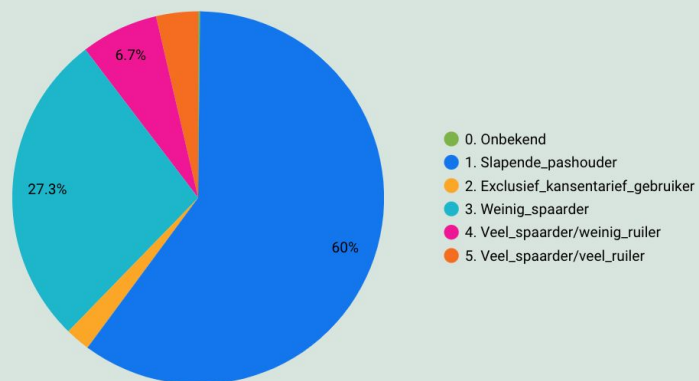
volgende participatieprofielen worden gehanteerd:

- **"slapende pashouder"**:
 - met kansentarium: 0 checkin's per jaar en 0 cashin's per jaar en 0 ticketsales per jaar
 - zonder kansentarium: 0 checkin's per jaar en 0 cashin's per jaar
- **"exclusieve kansentarium gebruiker"**:
 - ≥ 1 ticketsales en 0 checkin's per jaar en 0 cashin's per jaar
- **"weinig spaarder"**:
 - < 10 checkin's per jaar
- **"veel spaarder/ weinig ruiler"**:
 - ≥ 10 checkin's per jaar en ≤ 1 cashin's per jaar
- **"veel spaarder/ veel ruiler"**:
 - ≥ 10 checkin's per jaar en > 1 cashin's per jaar

Activiteitsgraad UiTPAShouders

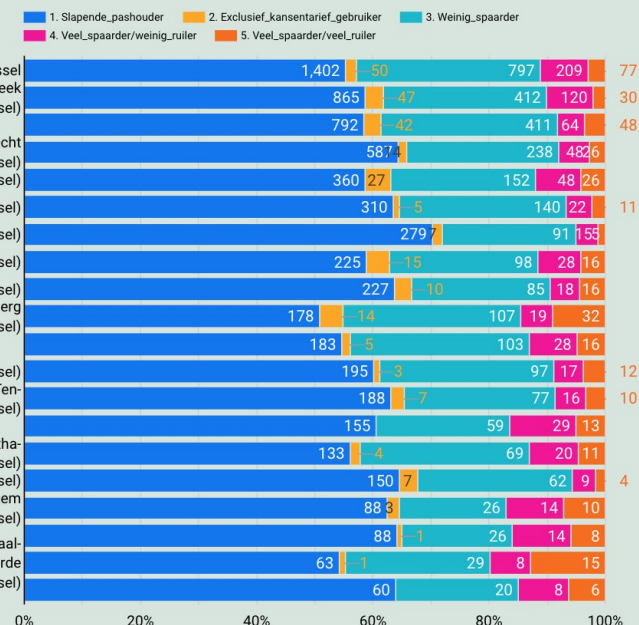
Verdeling participatieprofielen

participatieprofiel	aantal pashouders
0. Onbekend	20
1. Slapende_pashouder	7,596
2. Exclusief_kansentariief_gebruiker	272
3. Weinig_spaarder	3,459
4. Veel_spaarder/weinig_ruiler	852
5. Veel_spaarder/veel_ruiler	462



woonplaats van participatieprofielen

figuur toont enkel top 20 gemeenten (op basis van aantal pashouders), meer detail te vinden in tabel onderaan



Vragenrondje

PAUZE

Van data verzamelen tot actie

3 voorbeelden

Actie



Betere beslissingen op basis van informatie

- Het opzetten van data-kwaliteitsprocessen
- Een nieuwe softwareontwikkeling
- Datagedreven communicatie

3 concrete voorbeelden

1. publiq wil een 'first follower' zijn in de evoluties rond online aanbod
2. publiq wil meer en beter het familieaanbod ontsluiten
3. publiq wil een sterke betrokkenheid van de musea bij museumpas

Voorbeeld 1

First follower virtueel aanbod

Situatieschets

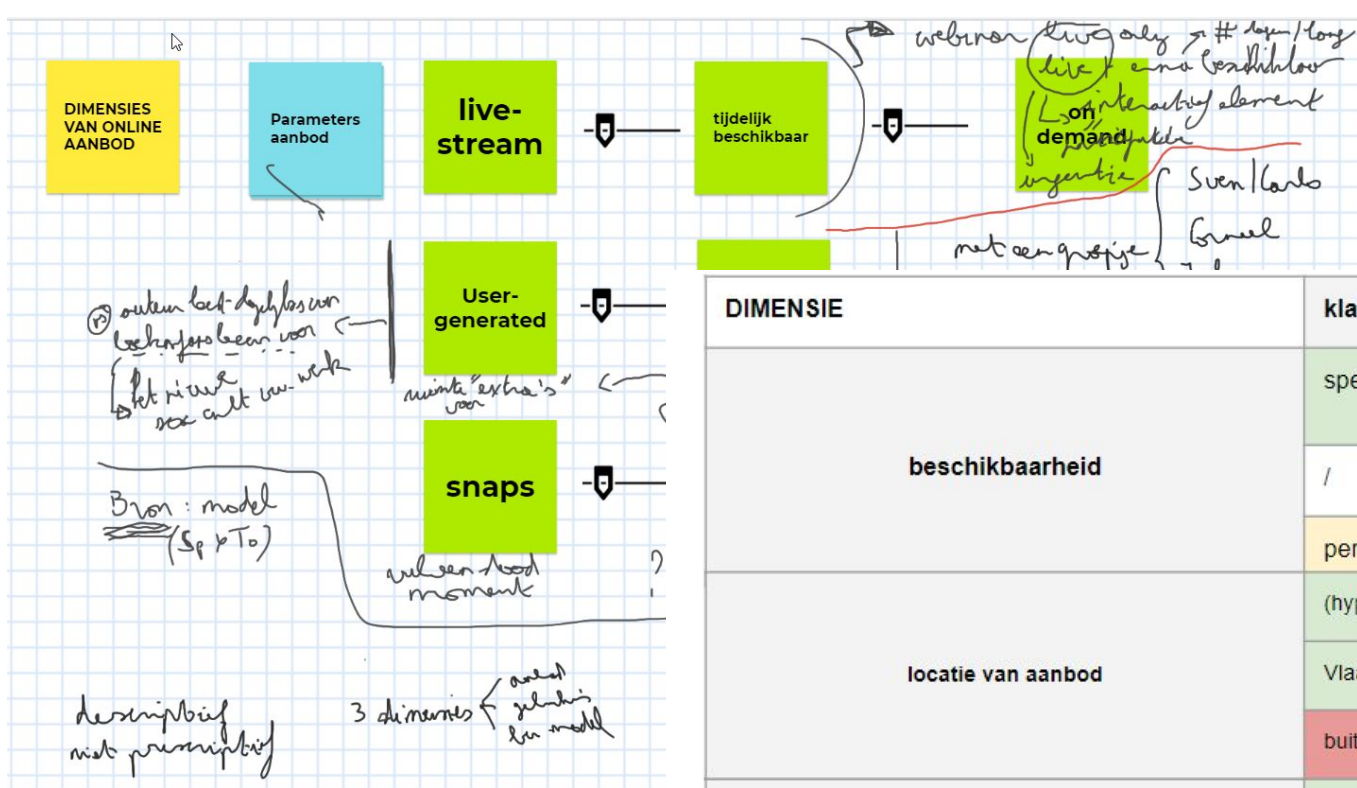
- covid-19 heeft de vrijetijdsparticipatie sinds 12/03 danig door elkaar geschud
- zo goed als al het uithuizig aanbod is afgelast, 1ste en 2de golf
- er is steeds meer digitaal aanbod, het digitaal aanbod dat er al was wordt ook relevanter
- met workarounds ontsluiten we het toch via UiTatabank (oa centrale invoer)
- b2c communicatie, met UiTinhuis.be is op korte termijn alvast succesvol
- het “klassieke” UiTaanbod zal op korte tot middellange termijn deels terug beschikbaar zijn
- hoe wordt het UiTaanbod in het nieuwe normaal georganiseerd, beleefd, gecommuniceerd?

Wat moeten/willen/kunnen/zullen wij als publiq doen?

First follower rond virtueel aanbod

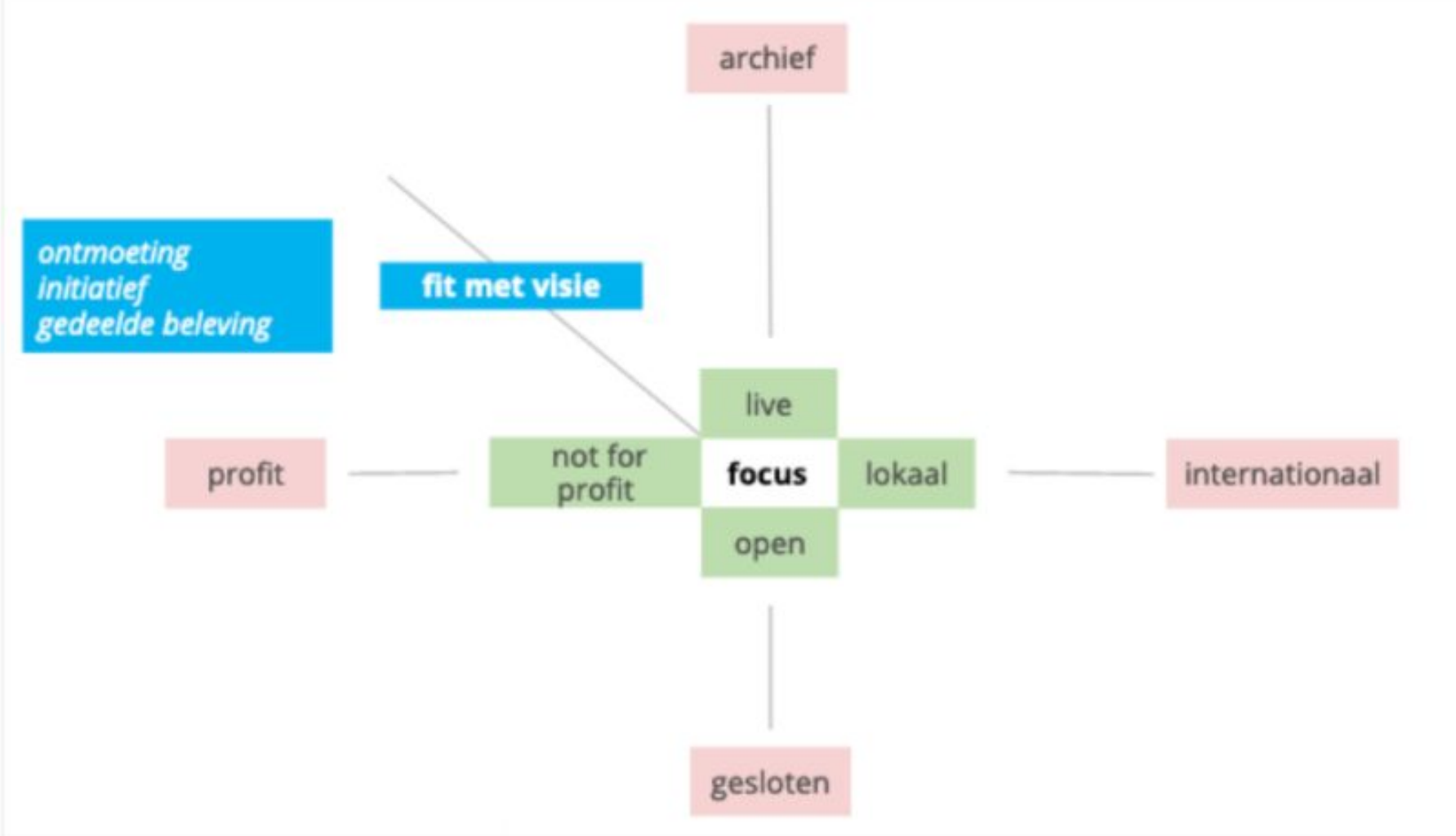
Oefening contentscope:

- match opdracht publiq? ja
- behoort virtueel aanbod tot 'UiT'?
 - > ja, maar waar de contentscope voor offline aanbod duidelijk is, is dat niet zo voor virtueel aanbod
- is ons platform aangepast aan een gewijzigde contentscope?



DIMENSIE	klassiek UiT-aanbod	online thuis-aanbod
beschikbaarheid	specifiek moment, live	specifiek moment, live
	/	tijdelijk beschikbaar
	permanent aanbod - reservatie-aanbod	op vraag, archief, altijd beschikbaar
locatie van aanbod	(hyper) lokaal	(hyper) lokaal
	Vlaanderen & BXL	Vlaanderen & BXL
	buitenland	buitenland
online vs offline	echt, fysiek, tastbaar	virtueel, digitaal via device
open/gesloten	open, vrij toegankelijk	open, vrij toegankelijk
	inschrijving, lid worden	registratie, via platform
	gesloten	gesloten
commercieel	profit: commercieel doel	profit: commercieel doel
	not for profit	not for profit
	ervaring centraal	ervaring centraal
	aankoop centraal	aankoop centraal

First follower rond virtueel aanbod



CIRKUS CORONA, de online circusschool

📌 Festival 📌 Circus

Omdat Cirkus in Beweging hun favoriete activiteiten voor een paar weken moeten opschorten en om de verveling tegen te gaan organiseren ze: CIRKUS CORONA, de online circusschool!

[Lees meer](#) ▾

INFO

Links [deonlinecircusschool.wixsite.com/cirk...](https://deonlinecircusschool.wixsite.com/cirkus) [↗](#)
www.facebook.com/cirkusinbeweging [↗](#)

Waar Cirkus in Beweging
Erasme Ruelensvest 127
3000 Leuven
[➔ Hoe geraak ik hier?](#)

Sommige activiteiten gaan mogelijk niet door omwille van corona-maatregelen.
Kijk even op de site van de organisator.

Wanneer 31 maart 2020 TOT 18 mei 2020

Prijs [i](#) gratis

Trefwoorden 3000online ook voor kinderen



© Cirkus in Beweging



Ontdek wat de **Bende Van Vlieg** hiervan vindt of geef zelf je mening over *CIRKUS CORONA*, de online circusschool op UiTmetVlieg.be



Vind dit als eerste leuk



Ik ga hier naartoe

Bezoek virtueel de Leuvense Kerken in 360°

Begeleide uitstap of rondleiding Erfgoed

Bezoek 6 Leuvense kerken van uit je kot.

[Lees meer](#) ▾

INFO

Links www.visitleuven.be/nl/kerken [↗](#)
www.erfgoedcelleuven.be/nl/virtueel-b... [↗](#)

Waar Centrum
Centrum
3000 Leuven
[📍 Hoe geraak ik hier?](#)

Sommige activiteiten gaan mogelijk niet door omwille van corona-maatregelen.
Kijk even op de site van de organisator.

Wanneer 3 april 2020 TOT 30 mei 2020

Prijs [i](#) gratis

Organisatie Toerisme Leuven - Visit Leuven

Trefwoorden 3000online, visit leuven, 360 graden, leuven



© Storygraaf



Vind dit als eerste leuk



Ik ga hier naartoe

First follower rond virtueel aanbod

Verzamelen: aanbod

- actief ingezet op data-verzameling virtueel aanbod, maar...
- UiTDatabank niet aangepast:
 - Locatie is niet fysiek maar virtueel
 - Er moet steeds een URL worden meegegeven
- alternatieve invoer via een google form
- uitwerken van een best practice voor rechtstreekse invoer in UiTDatabank
- manuele curatie:
 - labelen van 'soort aanbod': virtuele tours, onlineworkshop, streaming, ...
 - checken op locatie en aanwezigheid URL

Interactie: doe een gok!

Hoeveel aanbod werd er ingevoerd in de maand april 2020 (lockdown)?

April 2019: 18.916 evenementen ingevoerd,

April 2020: ??

Doe een gok en typ het antwoord in de chat...

Interactie: doe een gok!

Hoeveel aanbod werd er ingevoerd sinds april?

2019 vanaf 1 april tot eind 2019: 167.115 evenementen ingevoerd

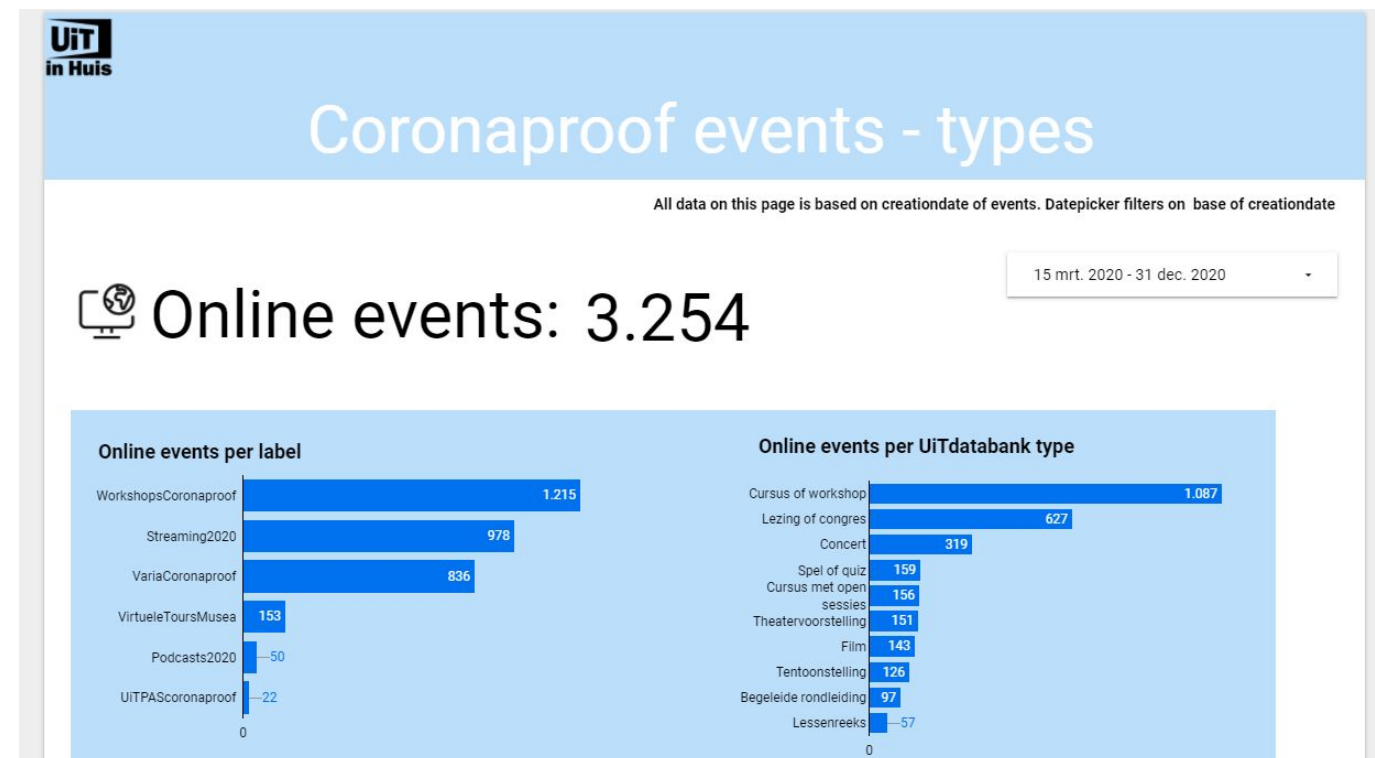
2020 vanaf 1 april tot nu: ???

Doe een gok en typ het antwoord in de chat...

First follower rond virtueel aanbod

Verwerken, analyseren en publiceren

Aanbod
en klikgedrag:



First follower rond virtueel aanbod

Verzamelen: vraag

Bevraging rond cultuurparticipatie & corona (ism 3 universiteiten)

- Hoe is het participatiegedrag gewijzigd?
- Wat zijn de participatie-intenties wanneer de maatregelen worden afgebouwd?
- Hoe wordt het virtuele aanbod beoordeeld en beleefd?

Kwantitatieve survey en een aantal focusgroepen

Volledig [onderzoeksrapport](#) (mei 2020) te downloaden.

Cultuurparticipatie in coronatijden

Tijdens de lockdown: online culturaanbod als interessant alternatief



Vele cultuurliefhebbers hebben tijdens de lockdown de weg naar het **online-aanbod** gevonden. Wie al online participeerde, is dat meestal **blijven doen (59%)**, en daar is een **nieuw publiek** bijgekomen (**21%**)

Online museum- en erfgoedbezoek, theater, concerten en cursussen zijn populair bij cultuurliefhebbers.



33%



30%



24%

Opvallend: wie online participeert blijft meestal trouw aan gekende activiteiten bij lokale organisatoren.

"Want de dingen die ik sowieso al graag zou volgen, daar heb ik al een heel lijstje van tien nog af te werken. Dus wat zou ik nog gaan zoeken in de Opera House in Londen? Dat is iets wat ik sowieso al niet doe."

Wat vinden ze van het online culturaanbod?



60%

Ruim 60% is tevreden voor zo goed als alle cultuurvormen!

De jongste deelnemers



Bij -12 jarigen is theater en voorlezen het populairst.

Relatie met mentaal welbevinden

Wie frequent een creatieve hobby beoefende tijdens de lockdown, heeft over het algemeen een betere mentale gezondheid.



"Het mooiste tijdens deze coronavirus was dat ik naar de rusthuizen ben beginnen te gaan en aan elk raampje klopte en vroeg hoe het was en een liedje zong. Met de fiets nam ik mijn box mee en zo kon ik voor hen allen buiten een concertje geven. Heb mij heel gelukkig gevoeld. (...) Onze buurt was een geweldig publiek."

En daarna?



De goesting om terug in levende lijven te participeren is sterk aanwezig. Naar bepaalde activiteiten willen mensen sneller terugkeren dan naar andere, wanneer de deuren terug openen.



Bezorgdheden bij terugkeer



het openbaar vervoer nemen



voorwerpen aanraken



grote groepen



hoe afstand bewaren?



1/3 wacht liever op een vaccin alvorens weer te participeren

Ook wanneer alle deuren zich weer openen, wil dit publiek online blijven participeren.



Maar het sociale aspect en de 'live-beleving' blijven belangrijk.

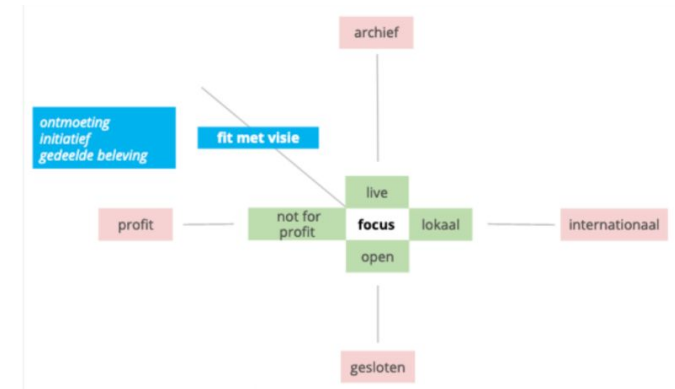
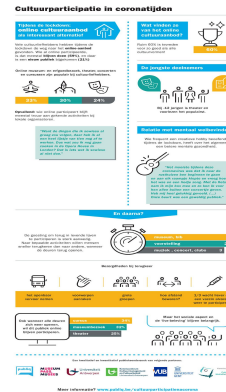
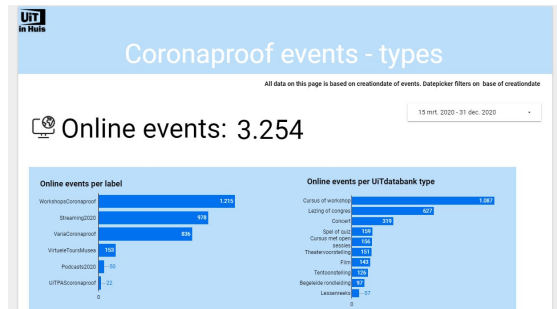


Een kwalitatief en kwantitatief publieksonderzoek van volgende partners:



Meer informatie? www.publiq.be/cultuurparticipatienacorona

Keuze maken & prioriteiten stellen



Data, onderzoek en strategische keuzes leiden tot 4 prioriteiten online aanbod

1. Live-aanbod van cultuurhuizen (concert, theater, ..)
2. Evenementieel aanbod (tijdelijk beschikbaar aanbod)
3. Virtuele tours (tentoonstelling, begeleide rondleiding)
4. Vormingsaanbod (workshops, webinars)

First follower rond virtueel aanbod

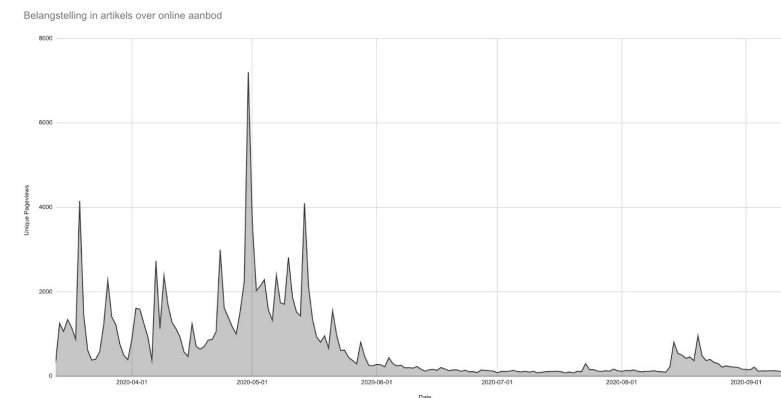
Actie

- Kunnen we UiTDatabank aanpassen voor virtueel aanbod?
- 4 scenario's:
 - We behouden de bestaande workaround
 - We verbeteren de invoerervaring licht
 - We verbeteren de invoerervaring optimaal
 - We stoppen met het verzamelen van virtueel aanbod

First follower rond virtueel aanbod

Actie: toekomstscenario bepalen rond online aanbod ONGOING

- Samenstellen van de business case: kosten en opbrengsten
- bijkomend onderzoek naar vraag & aanbod (data!)
 - herhaling corona-participatie-onderzoek
 - bevraging aanbieders/organisatoren
- bijkomende technische analyse (scenario 5)
- opvolgen trends virtueel aanbod (data!)
- afstemming publicatie-partners
- ontsluiting op nieuwe UiT.be



Voorbeeld 2

Meer en beter familieaanbod

Meer en beter familieaanbod

Verzamelen van
'exclusief voor kinderen'
evenementen via
leeftijdsinfo

94.000 events

Maxi kleutersport

12 lesjes gevarieerd bewegingsaanbod
Tikspelen, gooien en vangen, mikken, ...
Bewegingsomlopen met accent op klimmen, klauteren, springen, evenwicht, rollen,...



INFO

Waar Basisschool Mozaïek
Nieuwstraat 60
9800 Deinze
[Hoe geraak ik hier?](#)

Wanneer 5 september 2020 TOT 5 december 2020

Veel activiteiten zijn geannuleerd of uitgesteld en musea, concertzalen, theaters, sportclubs ... sluiten even de deuren. Check voor de zekerheid bij de organisator. Intussen blijft UiTinVlaanderen je inspireren met [met online concerten, voorstellingen en films.](#)

Leeftijd 4+

Organisatie KidoSport

Contact Liesbetwildro@hotmail.com



© Kidosport



Ontdek wat de Bende Van Vlieg
hiervan vindt of geef zelf je
mening over Maxi kleutersport op
UiTmetVlieg.be



Vind dit als eerste leuk



Ik ga hier naartoe

Meer en beter familieaanbod

Verzamelen van 'inclusief voor kinderen' evenementen via labeling op basis van trefwoorden

22.000 events

[Home](#) / [Begeleide uitstap of rondleiding](#) / [Mol](#)

Familiefietszoektocht

Dit is een familiefietszoektocht met de nadruk op familie en is zowel voor groot als klein. Er is bijgevolg een apart klassement voorzien voor kinderen onder de 12 jaar en elk kind wint een prijs. De volwassenen die binnen de prijzen vallen ontvangen een geldprijs. Het is een tocht langs rustige wegen van ongeveer 16 km.

[Lees meer](#) ▾

INFO

Waar Molen van Ezaart
Keikenstraat z/n
2400 Mol
[Hoe geraak ik hier?](#)

Wanneer

Deze activiteit is afgelopen.
Originele datum: ZONDAG 7 augustus 2016

Veel activiteiten zijn geannuleerd of uitgesteld en musea, concertzalen, theaters, sportclubs ... sluiten even de deuren. Check voor de zekerheid bij de organisator. Intussen blijft UiTinVlaanderen je inspireren met [met online concerten, voorstellingen en films](#).

Prijs € 3,0

Contact 0479 33 46 61

Trefwoorden ook voor kinderen



© Beschrijving niet beschikbaar



© Beschrijving niet beschikbaar



© Beschrijving niet beschikbaar



© Beschrijving niet beschikbaar



© Beschrijving niet beschikbaar

Meer en beter familieaanbod

Verwerken, analyseren en publiceren

Een evenement is familieaanbod op basis van leeftijd of trefwoorden in de beschrijving: welke?

- i. Via ervaren medewerkers: hoe screenen zij de evenementen? hoe labelen ze?
- ii. Analyse van bestaande evenementen: welke leeftijden, welke trefwoorden

Kunnen we dat automatiseren?

Meer en beter familieaanbod

1. Eerste versie algoritme: test
2. Tweede versie algoritme: test
3. Finale versie
4. Kijken om databerekening te laten terugvloeien naar platform:
 - a. Automatische curatie
 - b. Manuele curatie
5. Graag live tegen de lancering van uit.be

Meer en beter familieaanbod

65018b22-fd42-41e6-a5f5-c417bbe24efd

SINTHAPPENING - Pietje, ziet me nietje (17.15 uur) (BICC - 't Poorthuis)

De Sint en zijn pieten komen weer aan in Peer! Dat betekent schaamteloos snoepen van veel te lekkere nicnaces. Na zijn aankomst in het centrum kan je genieten van de enige echte sintvoorstelling 'Pietje, ziet me nietje', meezingen met de sintkaraoke of creatief je slag slaan tijdens de workshops. Sintintrede in Peer-centrum: 13.30 uur
Voorstelling van De Gouden Staf: 14.45 uur, 16 uur en 17.15 uur (1 euro)
Sintkaraoke: 14.45 uur, 16 uur en 17.15 uur Workshops: 14 tot 17 uur

2-99

trefwoord:
geen

leeftijd:
inclusief_voor_kinderen_leeftijd

[Feedback](#)

80594bb7-59d9-42d3-a07d-574987f84dba

Vertelling op Kabouterberg (-)

Hou je van klimmen en ravotten in het zand? Kom dan naar Kabouterberg, een gezellige plek midden in het bos met zandheuvels en luchtwortels waar de Kastelse kabouters wonen. Tijdens de herfstvakantie neemt een vertelster je elke dag mee voor een leuke wandeling. Onderweg worden er verhaaltjes verteld, liedjes gezongen, zandtaarten gebakken ... Inschrijven vanaf 13.30 uur, start vertelling om 14 uur.

3-7

trefwoord:
geen

leeftijd:
exclusief_voor_kinderen_leeftijd

[Feedback](#)

e200f46c-9aa9-43cf-af79-6144c4ddb2c2

Speelodroom : papier scheppen (zelf papier maken) (Huis van het Kind Ninove)

Iedere maand organiseert Speelodroom een gratis activiteit. Kom langs en doe gezellig mee! Deze keer maken we zelf gerecycleerd papier met oud krantenpapier! In een later stadium maken we er dan leuke wenskaarten van. Inschrijven is verplicht en kan via speelodroom@sociaalhuisninove.be of 0474/49.00.23. Opgelet! Aanwezigheid van ouders tijdens de activiteit is verplicht. Elke woensdag open van 11 uur tot 17 uur. Activiteit telkens van 14 uur tot

3-12

trefwoord:
geen

leeftijd:
exclusief_voor_kinderen_leeftijd

[Feedback](#)

Meer en beter familieaanbod

Ifv trefwoorden

trefwoord	aantal tot	aantal fout	% keren juist	eruitlaten
kinder	976	350	64.13934426	
geen	634	145	77.12933754	
animatie	146	60	58.90410959	
jong en oud	131	42	67.9389313	
speelgoed	57	30	47.36842105	x
kids	78	20	74.35897436	
peuter	42	19	54.76190476	
kleuter	157	17	89.17197452	
grime	27	15	44.44444444	x
schommel	9	8	11.11111111	x
groot en klein	29	8	72.4137931	
knutselen	63	7	88.88888889	
speeltuin	20	5	75	
allerkleinsten	20	3	85	
zandbak	5	3	40	x
trampoline	11	2	81.81818182	
speelhoek	4	2	50	x
moederdag	1	1	0	x
speelterrein	1	1	0	x
springkasteel	11	1	90.90909091	
voorleesmoment	11	0	100	
ganse gezin	4	0	100	
poppenkas	3	0	100	
winokio	3	0	100	
	2443	739		

Meer en beter familieaanbod

- 1) Label als familieaanbod vanaf 3 'punten'
 - Tellen hoeveel **trefwoorden** voorkomen in beschrijving: elk trefwoord is 1 punt.
 - **Bij een bepaalde minimumleeftijd** → 2 punten
 - **Als Maximumleeftijd ≤ 12 -> 3 punten**
- 2) Verwijder label indien:
 - **Type** = 'Lezing of congres', 'Beurs', ...
 - **Thema** = 'Opvoeding', 'Gezondheid en zorg', 'Samenleving', 'Drama', 'Cinefiel', 'Griezelfilm of horror', 'Lucht en motorsport', 'Zingeving, filosofie en religie', 'Decoratieve kunst'
 - **Trefwoorden**: "kanker", "gezinsondersteuner", "kangatraining", "oudercoaching", "infosessie", "opvoed", "geweld", "puber", "zwanger"

Meer en beter familieaanbod!

- Als het algoritme voorspelt, klopt het in 96% van de gevallen
- Maar nog maar de helft van de evenementen wordt herkend.

		Evaluatie algoritme	
		ook_voor_kinderen	niet_voor_kinderen
Evaluatie collegas	ook_voor_kinderen	851	811
	niet_voor_kinderen	32	681

Voorbeeld 3

**Hoge betrokkenheid van musea bij
museumpas**

Hoge betrokkenheid van musea

Data verzamelen

- Verkoop van museumpassen: online, museum, partner
- Bezoeken met museumpas:
- Verlengingsgedrag: online vs in het museum, partner, ...

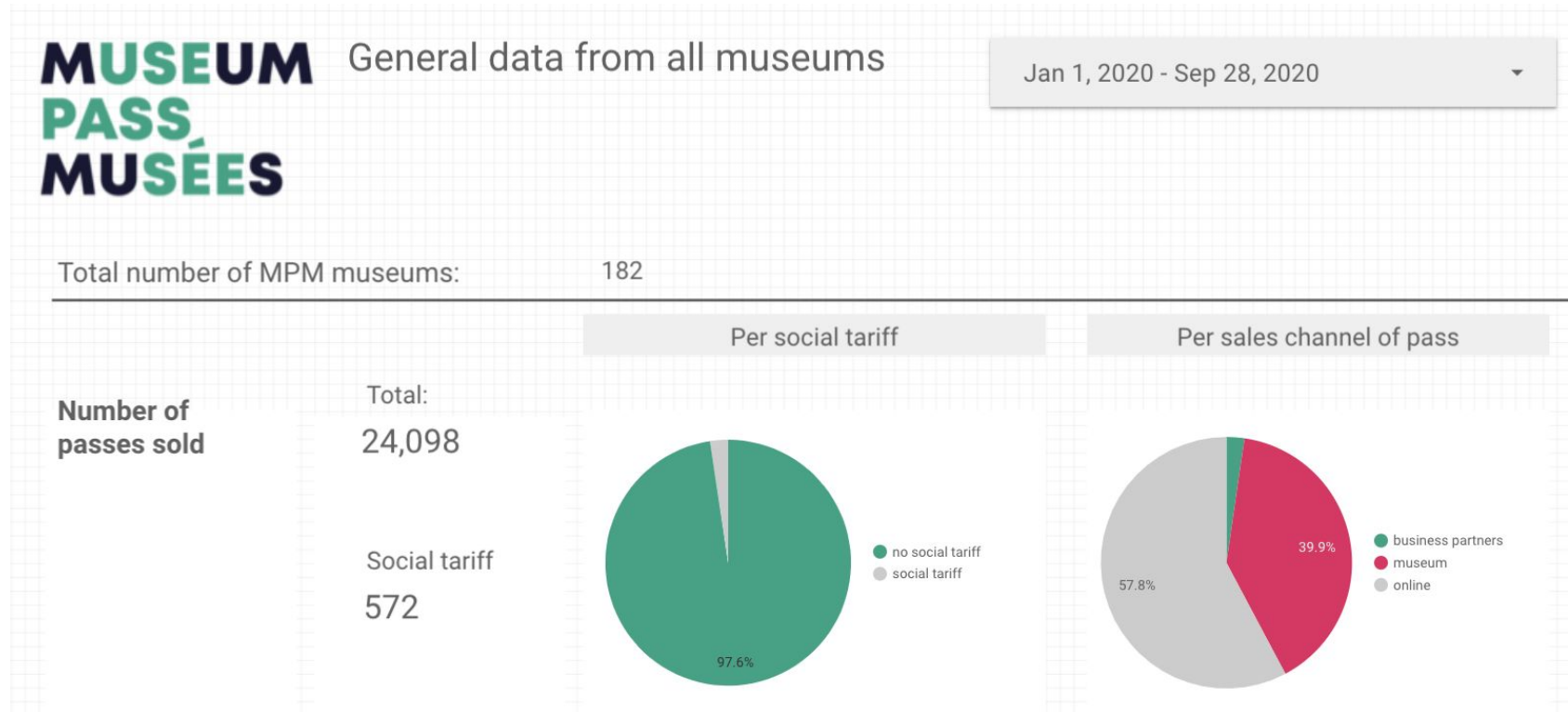
Hoge betrokkenheid van musea

Verwerken, analyseren en publiceren

1. Aantallen bekeken: wie verkoopt passen, wie ontvangt bezoeken, ...
2. Vaststelling dat er nog potentieel is: musea met veel bezoekers en weinig verkoop, musea met veel verkoop en minder bezoekers
3. Inzichten delen met de musea via 'dynamische dashboards'

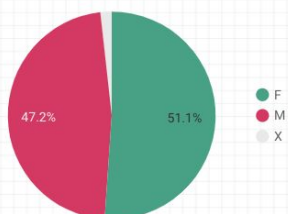
Hoge betrokkenheid van musea

Algemene data van alle musea (niet gefilterd)



Hoge betrokkenheid van musea

Visits by gender



F
M
X

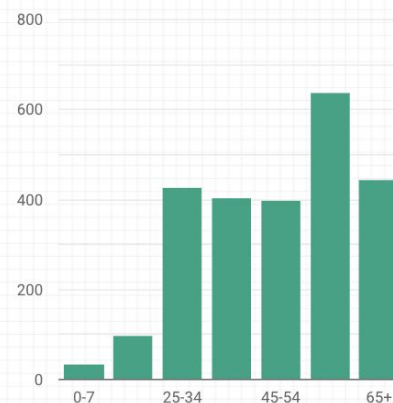
Visits by province

Province	Visits
1. Brussels	1,169
2. Vlaams Brabant	386
3. Antwerpen	250
4. Oost Vlaanderen	213
5. West Vlaanderen	112
6. Brabant Wallon	86
7. Limburg	76
8. Hainaut	58
9. Foreign	38
10. Namur	33
11. Liège	21
12. Luxemburg	5

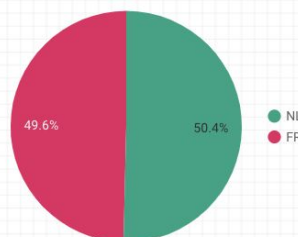
Visits by postcode

Postcode	Visits
1. 1000	188
2. 1050	146
3. 1030	127
4. 1040	95
5. 1200	70
6. 1080	69
7. 1060	68
8. 1180	66
9. 1150	59
10. 1190	52
11. 1160	42
12. 9000	42
13. 1090	34
14. 1070	33
15. 1020	28
16. 2800	26
17. 3000	25
18. 1210	22
19. 1170	22
20. 9200	19
21. 2000	17

Visits by age



Visits by language



NL
FR

Visits to other museums within the same week

museum	visits
1. BOZAR, Paleis voor Schone Kunsten	941
2. Muziekinstrumentenmuseum (MIM)	551
3. Museum van de Stad Brussel - Bro...	324
4. Belgisch Strijpmuseum	278
5. Europalia Arts Festival	220
6. Autoworld Brussels	203
7. Stichting Boghossian - Villa Empain	202
8. Museum Kunst & Geschiedenis	194
9. Plantentuin Meise	178
10. Koninklijk Museum van het Leger e...	131
11. MIMA - Millennium Iconoclast Mus...	130
12. GardeRobe MannekenPis	128
13. Train World	125
14. Joods Museum van België	125
15. Museum voor Schone Kunsten Gen...	123
16. Het James Ensorhuis	120
17. Red Star Line Museum	103
18. Museum Of Original Figurines - MO...	100
19. Het Autrique-huis	97
20. M Leuven	96

Visits to other museums on the same day

museum	visits
1. BOZAR, Paleis voor Scho...	768
2. Muziekinstrumentenmus...	477
3. Museum van de Stad Br...	247
4. Europalia Arts Festival	194
5. Belgisch Strijpmuseum	180
6. Plantentuin Meise	114
7. Stichting Boghossian - Vi...	105
8. Het James Ensorhuis	101
9. GardeRobe MannekenPis	97
10. Joods Museum van België	95
11. Autoworld Brussels	92
12. Museum Kunst & Geschi...	91
13. MIMA - Millennium Icon...	82
14. Red Star Line Museum	80
15. Museum Of Original Figu...	78
16. Museum voor Schone K...	76
17. WIELS Centrum voor He...	68
18. Mode & Kant Museum	68
19. Stichting Folon	67
20. Koninklijk Museum van h...	65

Hoge betrokkenheid van musea

Actie:

- Hoe kunnen we meerwaarde van bezoeker via museumpas tastbaar maken voor musea?
- Wat vindt de museumbezoeker van het museum?

We vragen het aan de museumpashouder

Hoge betrokkenheid van musea

Wat hebben we al uitgeklaard?

1. Sturen we naar iedereen hetzelfde?
2. Wat moet er in de mail en in de bevraging?
3. Hoe krijgen we die antwoorden in onze data-omgeving?

Next steps:

4. Hoe willen we de responsen visualiseren?
5. Hoe krijgen we dat ingewerkt in de museumdashboards?

Meer verkoop via musea

**MUSEUM
PASS
MUSÉES**

Deze e-mail werd verzonden vanuit de test omgeving.

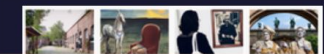
Dag Hiel,

Je bezocht voor de 1e keer BOZAR, Paleis voor Schone Kunsten.
Laat je ons weten wat jij ervan vond?

survey: bezoek_survey
MA_uuid: f71e79ad-4690-476b-94ba-a62910a4c482
SurveyURL: 2f097ead?lang=nl
firstname: Hiel
mail_log_id: f71e79ad-4690-476b-94ba-a62910a4c482
visit_id: ca0f0c30-db70-4eca-bab2-98d282539d77



Bedankt,
Het museumpas-team



Hiel, beoordeel je bezoek aan BOZAR, Paleis voor Schone Kunsten

Beviel het bezoek je? Was BOZAR, Paleis voor Schone Kunsten iets voor jou? *



Zou je dit museum anderen aanbevelen? Geef een score aan dit museum: *



Had je gezelschap mee? *

meerdere antwoorden mogelijk

☐ Ja, mijn partner

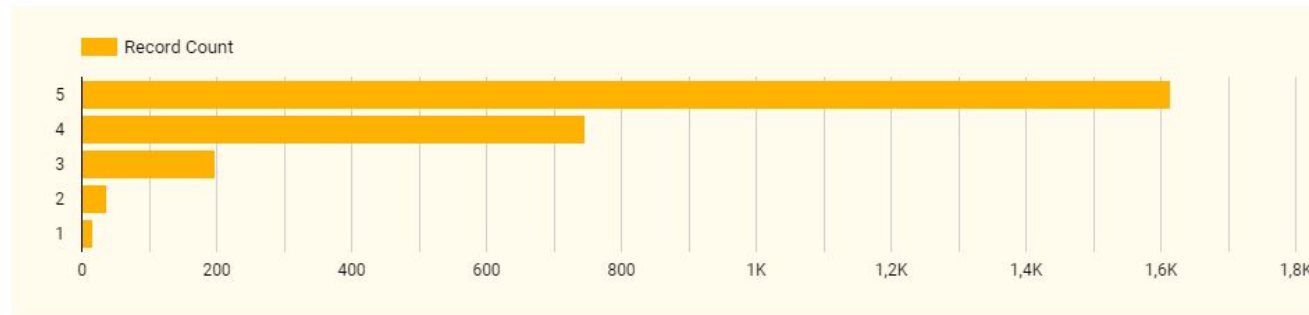
Meer verkoop via musea

RATE JE MUSEUM

Star ratings

Customer satisfaction

4.50



Vragenrondje

Bedankt!



maak het mee

Nu jullie!

Wat neem jij mee van vandaag?

5 minuten uitwisselen
Noteer daarna kort in de chat



maak het mee

Wat mag je nog van ons verwachten

- Evaluatieformulier!
- presentatie binnenkort op www.publiq.be/nl/inzichten-en-praktijk
- TIP! Nieuwsbrief publiq



maak het mee

- Meer inspiratie op www.publiq.be/kennis-uitpas

Praktijkvoorbeeld



Start to UiTPAS

03 mrt. 2020

Ontdek de voordelen van UiTPAS in deze mini-reportages bij 15 organisatoren van vrijetijdsaanbod.

[Meer lezen >](#)

Verslag kennisevent



Zo gebruiken een atletiekvereniging en theaterhuis UiTPAS

07 feb. 2020

"UiTPAS geeft ARSENAAL/LAZARUS ook extra zichtbaarheid binnen de stad."

[Meer lezen >](#)



maak het mee

- Meer kennismomenten op www.publiq.be/events



Abdelkader Benali: cultuureducatie en literatuur

27 okt 2020 9:30 - 12:15

Online event

I.h.k.v. de Roadtrip cultuureducatie



Kinderrechten en kunsteducatie

29 okt 2020 9:30 - 12:30

**I.h.k.v. de Roadtrip cultuureducatie
2020.** 30 jaar geleden werden de
universele rechten voor het kind



publiqForum 2020

10 dec 2020 - 16:30

Om je nog beter te inspireren
wordt het Uitforum nu publiqForum.
Breder, diverser, helemaal publiq,
en dit jaar vooral: **volledig digitaal.**



maak het mee

- Begeleidingen op maat: www.publiq.be/op-maat



Mini-audit van je vrijetijdscommunicatie

Wat zit al goed en wat kan beter in de communicatie rond vrije tijd, vanuit de stad of gemeente?



Bereik meer publiek met de UiTdatabank

Een introductie tot publiekscommunicatie op maat van lokale organisatoren en verenigingen en een toegepaste uitleg over het gebruik van de UiTdatabank.



Regionale UiTcommunicatie

Maak werk van regionale vrijetijdscommunicatie met een communicatie- en aanbodsanalyse, en een actieplan.



maak het mee

Naar welke sessie ga je hierna?

Zien we jou terug op een
van de netwerkmomenten?



maak het mee

Wij horen graag van jou!



Katelijne@publiq.be



Karel@publiq.be

Vul zeker nog de evaluatie in!



maak het mee