

CHECKLISTA

Mer publik! Ny publik!

ANSVARSFÖRDELNING

- Har ni delat upp ansvaret i föreningen? Finns det någon som har ansvar för marknadsföring - affischering och sociala medier?

Det är bra att dela upp ansvaret bland styrelsemedlemmarna. En ledamot behöver inte ha hela marknadsföringsansvaret; en kan ha hand om sociala medier och en annan om affischering till exempel. Man kan också dela upp ansvaret från gång till gång – kanske ha en marknadsföringsgrupp per föreställning? Diskutera hur ni kan fördela ansvaret!

PUBLIKMÅL

- Jobbar ni med publikmål? Hur? Utifrån typ av föreställning? Utifrån ekonomi? Utifrån målgrupper?

Salongen behöver inte alltid vara fylld! Jobba med publikmål! Om ni har en salong med 500 platser kanske en föreställning drar 100 personer, en annan 250 personer och en tredje drar fulla 500 platser. Tänk inte att alla 500 platserna behöver vara fyllda varje gång! Sätt upp ett rimligt publikmål och fira när ni nått det! Självklart bör ni också ha med ekonomin i beräkningen, om ni tror att det kommer 100 personer – hur mycket skall en biljett då kosta? Går det ihop sig eller behöver ni ta en annan föreställning? Eller väger det kanske upp med föreställningen som fyller salongen?

REPERTOARLÄGGNING

- Hur ser det ut när ni lägger repertoaren – har ni scenkonst för alla [överallt]?

Vilken publik vill ni nå? Har ni föreställningar för dem? Tänk på målgrupper (och publikmål) redan när ni beställer föreställningar.

Använder ni er av föreställningstillfället för att marknadsföra nästa? Finns det tv-monitorer eller projektorer i foajén som ni skulle kunna använda er av för att köra programmet eller trailer? Dela flyers etc.

KANALER

Idag finns det mängder med kanaler att nå ut genom. Vilka använder ni?

- **Hemsida?** Hur ser den ut? Är den tilltalande och uppdaterad?
- **Säsongsprogram?** Kommer det ut i tid? Har ni med alla föreställningar? Är det ett fint lockande program med bra information och bilder?
- **Facebook?** Om ni har en sida är den uppdaterad? Läger ni ut era evenemang på facebook? Marknadsför ni inlägg på facebook?
- **Instagram?** För att ny en yngre publik kan det vara bra att ha ett instagramkonto där ni lägger ut bilder från styrelsemöten, träffar och kommande föreställningar!
- **Nyhetsbrev?** Skickar ni ut nyhetsbrev till era medlemmar om vad som är på gång?

- **Digitalt nyhetsbrev?** Det kan vara bra att ha en lista vid varje föreställningstillfälle där både medlemmar och andra besökare kan skriva upp sin mailadress för digitala nyhetsbrev. Det kan ni använda för att till exempel skicka ut erbjudanden eller sommar/julhälsningar!
- **Affischer och flyers?** Har ni bra spridning på affischering och flyers? Finns det någon ni kan samarbeta med för att få större spridning?
- **Annonser?** Annonserar ni i lokalpressen? Finns det någon ni kan samannonsera med för att få ner kostnaderna?
- **Pressbearbetning?** Arbetar ni aktivt med att få press inför kommande föreställningar? Till exempel kan det vara bra vid säsongs/biljett-släppet.
- **Turistbyrå?** Många boende och besökande vänder sig till turistbyrå för att hitta evenemang att gå på. Har ni en turistbyrå i er kommun och i så fall ett bra samarbete? Det kan vara bra att ta ett möte så att de som jobbar på turistbyrå förstår hur mycket ni gör och hur mycket evenemang ni arrangerar! De är bra ambassadörer för er! (Ofta har de också välbesökta hemsidor med evenemangskalendrar där ni självklart skall vara med!)
- **Föreställningstillfället?** Använder ni er av föreställningstillfället för att marknadsföra nästa? Finns det tv-monitorer eller projektorer i foajén som ni skulle kunna använda er av för att köra programmet eller trailer? Passa på att synas och dela ut flyers etc.

AMBASSADÖRER & SNACKISEN

- Använder ni ambassadörer? Vem är snackisen i stan?

Ni är kanaler! Pratar ni med alla ni känner om Riksteatern och era föreställningar? Andra på orten eller i kommunen är också kanaler! Vem är djungeltelegrafan i stan? Tänk olika för olika målgrupper! Frisörer för medelålders? Torgrillen för unga? Vart rör sig de olika målgrupperna? Se till att ha informationen där. Ni kan också göra djungeltelegraferna till ambassadörer. De kan sprida ordet både fysiskt och digitalt - kanske mot att de får två fribiljetter per säsong?

LOKALER / TILLGÄNGLIGHET

- Vilka lokaler använder ni? Vem kan komma dit? Vem vill komma dit?

Scenkonst för alla överallt! Har ni lokaler som är anpassade för alla? Finns det hörselslinga? Kommer man in med rullstol? Utnyttjar ni möjligheten att söka stöd för syntolkning hos Riksteatern Väst? En annan aspekt på tillgänglighet är vem som känner sig välkommen och "hemma" i lokalen där ni arrangerar. Testa att arrangera någon gång på en annan plats, där ni inte brukar vara, och se vad det gör med publiken? Till exempel en ungdomsgård, i "förorten", ett café eller på ett ålderdomshem.

BILJETTER

- Har publiken bra möjligheter att köpa sig en biljett?

Det är viktigt med tillgängliga biljetter! Steget från att fundera på att gå på en föreställning till att faktiskt köpa en biljett måste vara kort och enkelt! Online-biljetter är en jättebra möjlighet – publiken kan köpa biljetter direkt i mobilen eller på datorn. Har ni inte digitala biljetter fundera på möjligheten att koppla upp er till Tickster, eller gör det enkelt och tydligt för publiken att köpa biljetter på till exempel turistbyrå eller biblioteket.

Dessutom har det visat sig effektivt att släppa alla biljetter för kommande säsong samtidigt, i god tid innan. Biljettsläppet resulterade i år (2017) med 100 fler klick på Riksteatern.se, motsvarande samma period förra året.

RIKSTEATERNS VARUMÄRKE

- Är det tydligt för publiken som är arrangör?

Hur jobbar ni med Riksteaterns varumärke? Flaggor? I alla digitala kanaler? På biljetten? På era kläder? Om publiken har en bra upplevelse hos sin lokala riksteaterförening och vet att det är de som arrangerar kommer de vilja komma igen! Ha någon som presenterar och hälsar välkommen och beskriver vad riksteatern är, kanske någon personlig anekdot om varför hon eller han engagerat sig i Riksteatern – få publiken att känna igen att Riksteatern sätter tankar och känslor i rörelse för alla överallt!

EGEN PROFIL

- Har ni en egen profil? Vilka är ni?

Om Riksteatern sätter tankar och känslor i rörelse för alla överallt – vad gör ni? Fundera på er vision, den kan vara er slogan! Har ni ett speciellt fokus? Klassisk teater? Mångfald? HBTQ? Med en slogan eller underrubrik vet publiken direkt vad de har att förvänta sig av er!

SAMARBETEN

- Har ni några etablerade samarbeten? Med vem?

Samarbeten är alltid bra! Har ni några samarbetspartners? Föreningar? Organisationer? Kommunen? Andra teaterföreningar? Näringsliv? Hur ser samarbetet ut? Sprider ni varandras information? Samarrangerar ni? Söker ni stöd ihop? Annonserar ni ihop?

Fundera på vilka i kommunen ni kan samarbeta med! Vilka har redan en stor publik eller krets? Fundera också på er som sitter i styrelsen – vilka känner ni? Är det någon av er som jobbar på en stor arbetsplats – hur kan ni samarbeta med det företaget? Är det någon som sitter i en annan förening – hur kan ni samarbeta med den? Osv.

KRINGARRANGEMANG

- Jobbar ni med kringarrangemang? Hur?

Kringarrangemang är ett jättebra sätt att "locka publik" på! Ett bra sätt att börja på kan vara att jobba utefter ett tema. Tänk före och efter. I foajén, redan på parkeringen? Musik, mat, dans, workshops, provsmakning, försäljning, marknad, utställningar, samtal... Det behöver inte bli dyrt att arrangera kringarrangemang. Använd era samarbetspartners. Använd ert kontaktnät!

Ett tydligt exempel är Riksteaterns människa- och natur-spår där man måste samarbeta med naturskyddsföreningen. Det är jättebra att nå ut i deras kontaktnät med information. Men kanske är det också...

- någon av de engagerade leda ett samtal efteråt om något aktuellt i er lokala natursituation?
- någon duktig fotograf som gärna vill ställa ut sina foton i foajén innan.
- en lokal restaurang som jobbar med ekologiska närproducerade varor som skulle vilja bjuda på ett litet tilltugg som smakprov?
- någon lokal ung förmåga som skulle vilja spela lite gitarr i foajén medan publiken kommer?
- någon från föreningen plocka med björkris hemifrån och klä foajén?

Och varför inte köpa fröpåsar och ge varje person i publiken ett frö när hon eller han går hem? Alla dessa kringarrangemang skulle förmodligen vara gratis. Förutom fröna då... men kanske den lokala blomsterhandlaren vill sponsra med dem och samtidigt få göra reklam genom att ha sin logga på programmet... möjligheterna är oändliga.

Poängen med kringarrangemangen – förutom att de är kul – är att personer som känner samtalshållaren, blomsterhandlaren, gitarristen, fotografen, restaurangägarna skulle komma till evenemanget och ni skulle möta ny och mer publik.

BEFINTLIG PUBLIK

- Vilken publik har ni? Tar ni hand om dem?

Det är såklart viktigt att ta hand om den publiken ni redan har! Se till att det finns något för dem varje säsong och att de känner sig lika välkomna även om ni arrangerar andra typer av arrangemang!

MÅLGRUPPER I KOMMUNEN

- Vad gör befolkningen som inte går på teater?

Det finns massor av folk i kommunen som inte går på teater, kanske inte kultur alls. Vad gör dom? Vad är stort i er kommun? Cykling? Skateboard? Syföreningen? Segling? Boule?

Samarbeta med dem! Gör ett kringarrangemang tillsammans! Till exempel: arrangera en bouleturnering innan föreställningen, låt publiken "sticka sin teatersjal i foajén – det är kallt i salongen", annonsera om att "cykla till teatern – då kan du ta ett glas i pausen" osv.

ANNAN KULTUR PÅ ORTEN

- Vad finns det för annan kultur på orten? Teater, konst, film, bibliotek, konsertlokaler?

Se inte de andra kulturarrangörerna som konkurrenter! Hjälpa varandra! Till exempel med samarrangemang och marknadsförening. Ni kan skriva om varandra i varandras nyhetsbrev och trycka ert program ihop för större spridning.

LÄGESANALYS

- Vad gör ni riktigt bra?

Det är alltid bra med självreflektion. Vad gör ni bra? Vad gör ni mindre bra? Vad vill ni göra, men som känns svårt? Vad behöver hjälp med? Var stolta över det ni gör bra! Och tveka inte att höra av er till os på Riksteatern Väst om ni behöver hjälp!

Publikutveckling och turnéläggning: Louise Morberg, louise.morberg@riksteatern.se, 0766516615

Arrangörs- och Föreningsutveckling: Sanna Nyman, sanna.nyman@riksteatern.se, 0705221260

Verksamhetsledare: Johan Ahlsell, johan.ahlsell@riksteatern.se, 0761463323