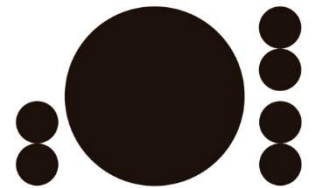


# Anàlisi abonats

---

Temporades 2014/2015 i 2015/2016

*Juliol 2016*



MERCAT DE LES FLORS

CASA DE LA DANSA

# Índex

---

---

Clients

---

Entrades

---

Geolocalització

---

Despesa

---

Ingressos

---

Anticipació

---

Entrades per espectacle

---

Freqüència

---

Preferències

---

Flux

---

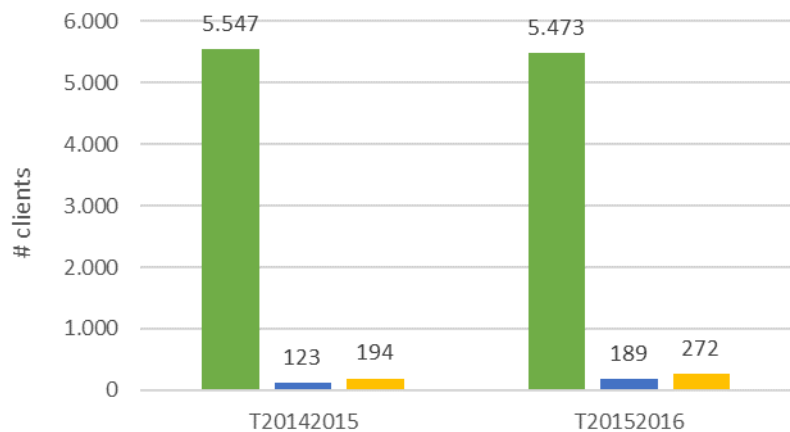
Potencial de creixement

# Llegenda de dades incloses

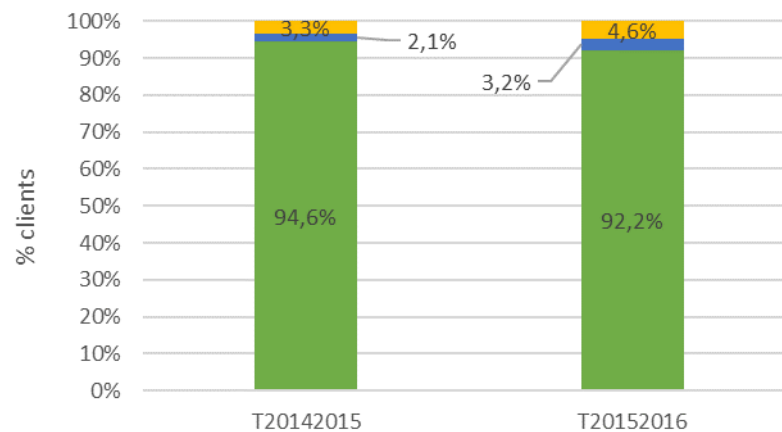
- En funció de la resposta que ens interessa o d'allò que volem entendre amb l'anàlisi, es fa convenient filtrar parts de les dades per focalitzar en un grup concret o per evitar efectes distorsionadors; o, simplement, per treballar només amb els registres adequats i amb les dades correctes.
- A cada diapositiva o secció expliquem les dades filtrades. Per una confirmació de les dades presentades en els gràfics més visual i ràpida, cada diapositiva compta amb una llegenda a la part superior dreta on es representen les dades incloses a l'anàlisi corresponent.

<b>ANÒN</b>	Clients anònims no inclosos
<b>OUT</b>	Outliers, clients amb comportaments atípic, no inclosos

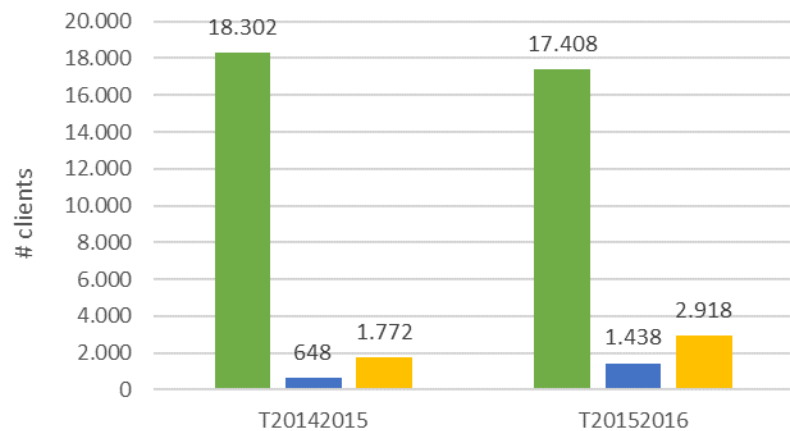
### CLIENTS ÚNICS. ABONATS



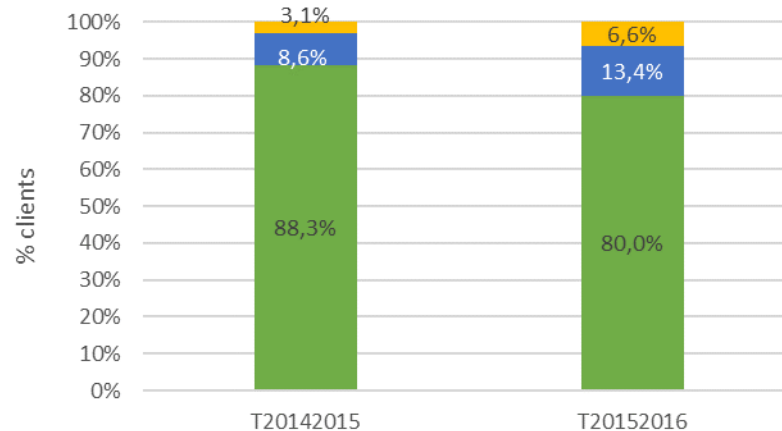
### % CLIENTS. ABONATS



### ENTRADES. ABONATS



### % ENTRADES. ABONATS

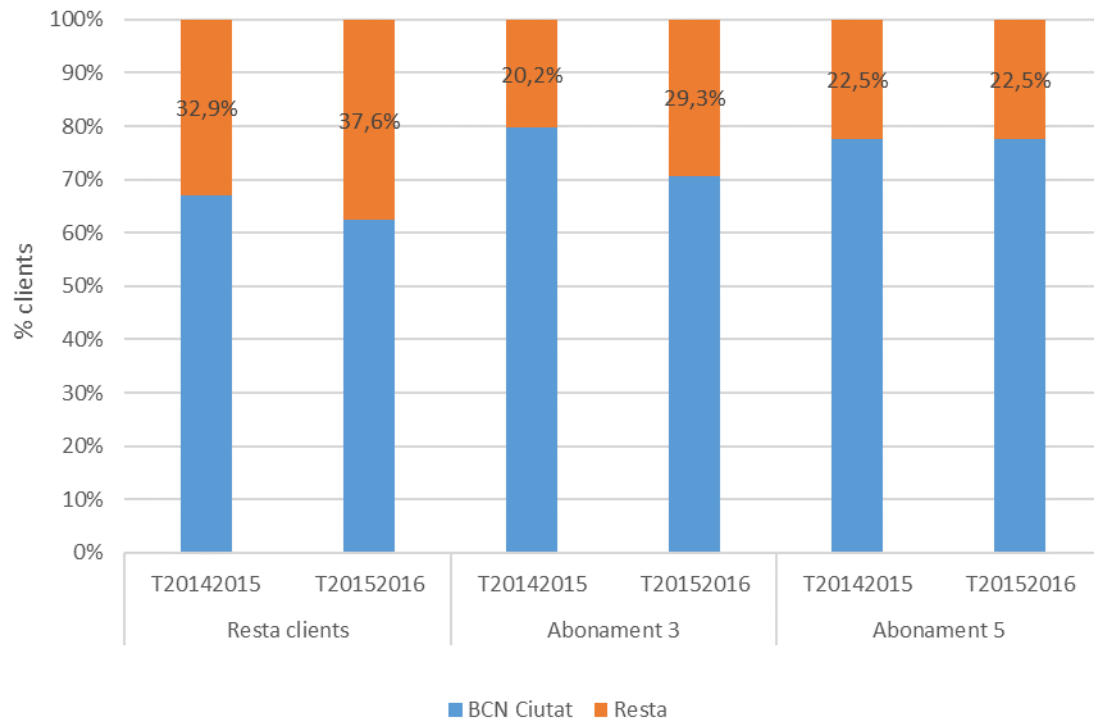


■ Resta clients ■ Abonament 3 ■ Abonament 5

- Augmenta el percentatge de clients abonats respecte el global, del 5,3% de la 14/15 al 7,8% a la 15/16.
- Un increment més pronunciat es registra en volum d'entrades adquirides pels abonats, que passa d'un 11,7% a la 14/15 a un 20% a la 15/16.

- Un de cada quatre clients abonats resideix fora de Barcelona, mentre que per la resta de clients el percentatge augmenta superant el 35% a la temporada 15/16.
- El codi postal 08015 és el que fa una major aportació de clients abonats, zona que correspon principalment al barri de Sant Antoni.

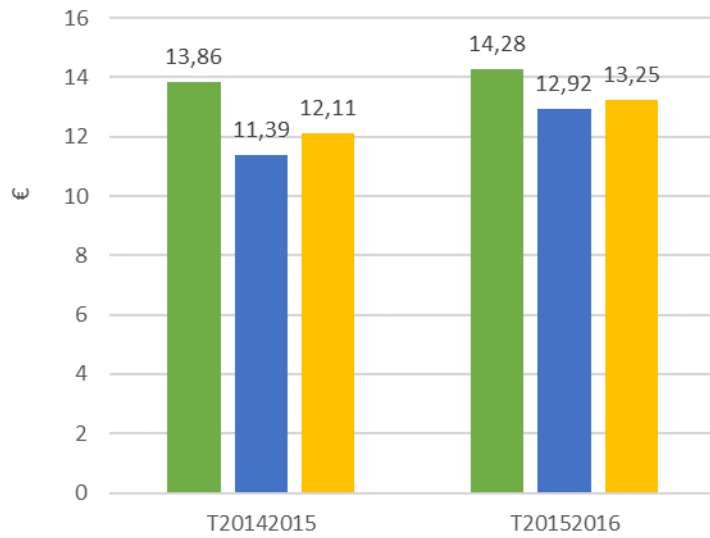
GEOLOCALITZACIÓ. ABONATS



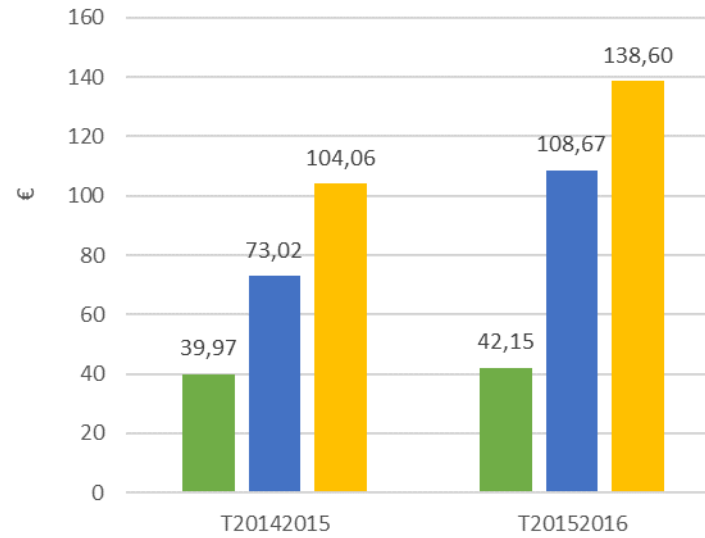
Codi postal	Abonament 3	Abonament 5	Total general
08015	10,2%	5,6%	6,9%
08004	4,0%	6,8%	5,7%
08001	4,5%	3,8%	4,0%
08023	2,3%	4,9%	3,8%
08012	3,4%	3,8%	3,6%
08014	2,8%	3,4%	3,3%
08003	1,7%	4,1%	3,1%
08028	1,1%	4,1%	3,1%
08002	3,4%	2,6%	3,1%
08013	2,3%	3,4%	2,9%

- Poques diferències en quant a la despesa per entrada entre abonats i la resta de clients.
- La despesa mitjana per temporada augmenta en tots els segments però amb major incidència en el cas dels abonats, tant els de 3 espectacles com els de 5.
- Això es tradueix també en un increment del percentatge d'ingressos que aporten els abonats, que supera el 20% a la 15/16.

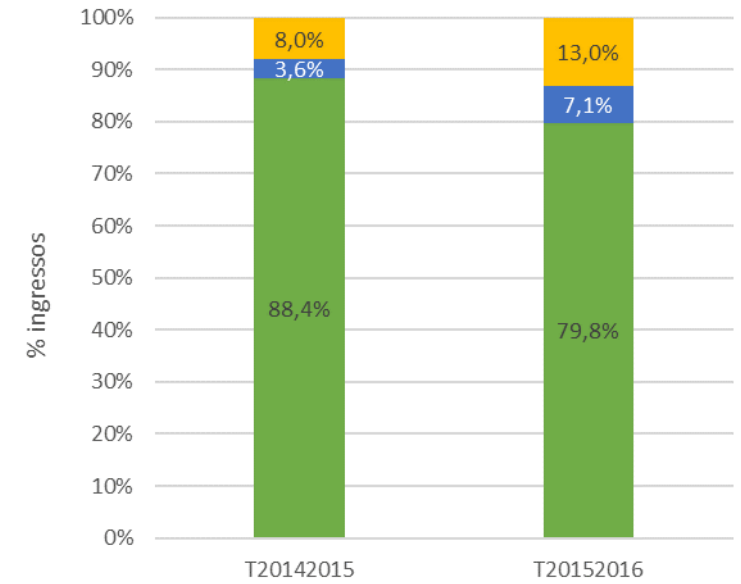
MITJANA DESPESA ENTRADA.  
ABONATS



MITJANA DESPESA TEMPORADA.  
ABONATS

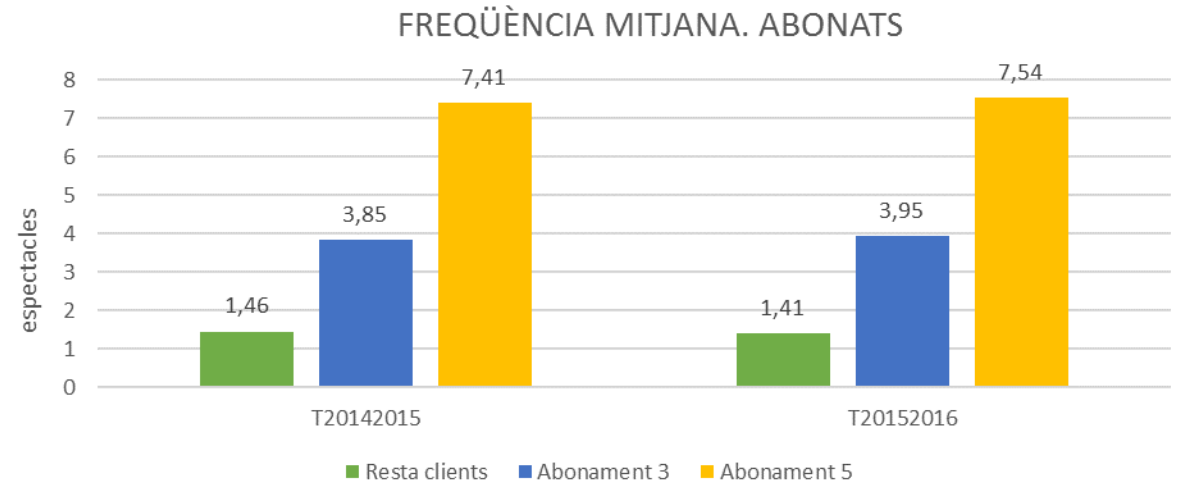


% INGRESSOS. ABONATS



■ Resta clients ■ Abonament 3 ■ Abonament 5

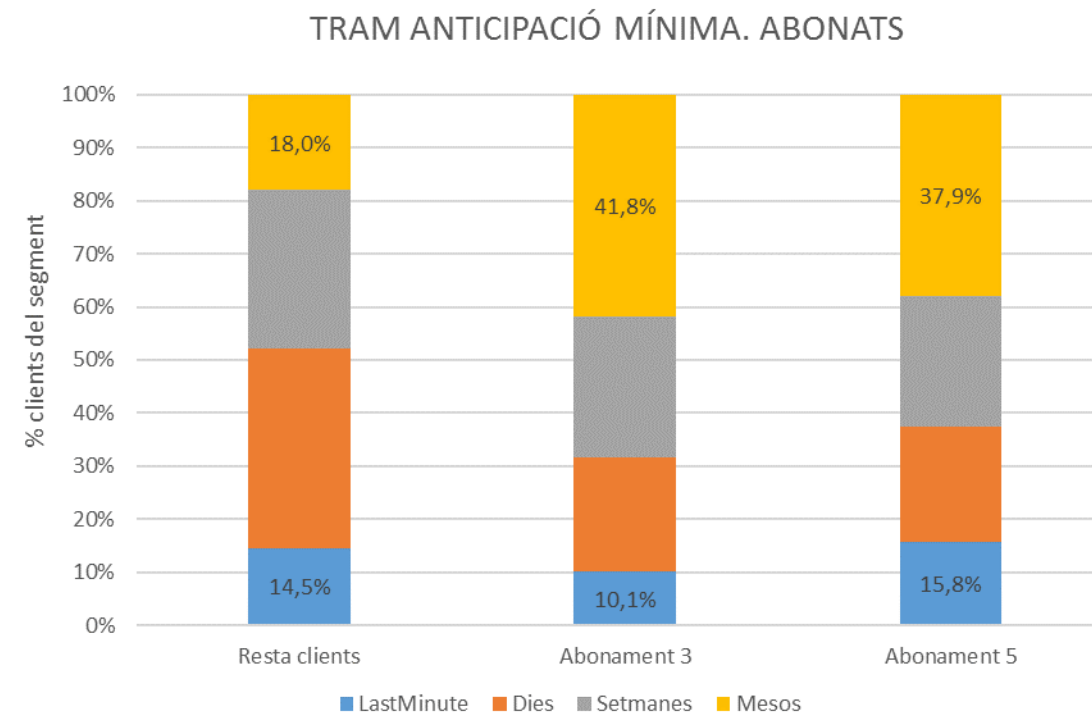
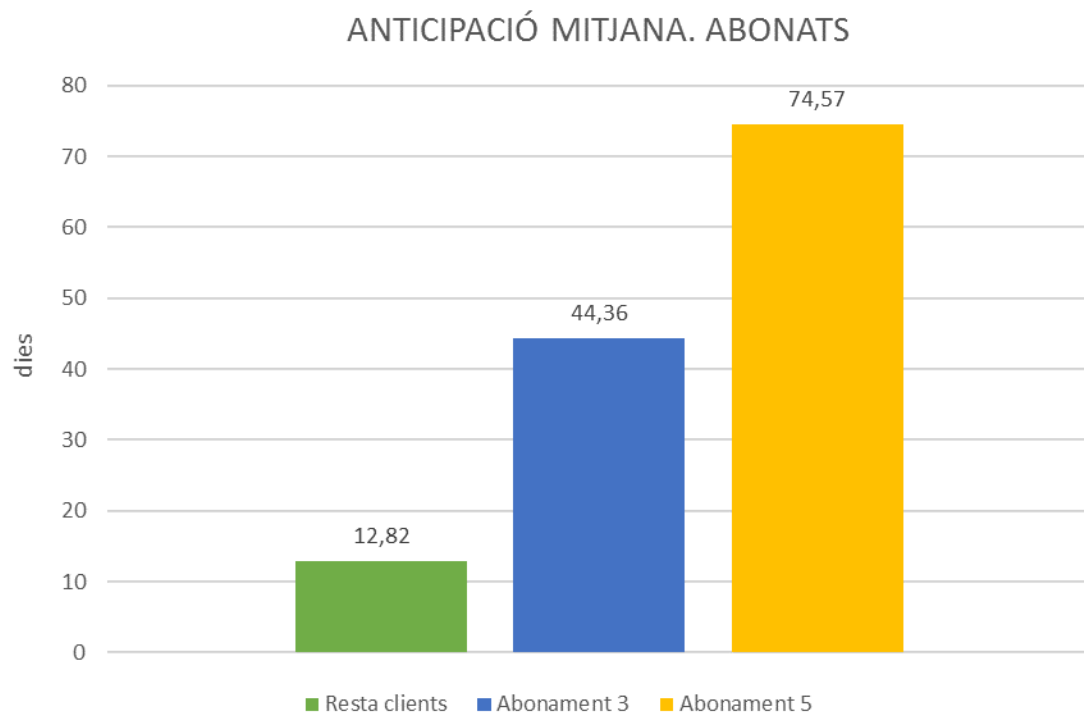
- Destaca l'elevada freqüència dels abonats, especialment els de 5 espectacles, que registren una mitjana de més de 7 espectacles per temporada.
- Analitzant el patró de compra dels abonats, s'observa l'efecte d'ambaixadors que exerceixen, amb percentatges destacats de 2 i 3 entrades per espectacle.



PATRÓ DE COMPRA ABONATS							
Entrades per espectacle		Màxim				Total general	
		1	2	3	4		5+
Mínim	1	53,4%	22,4%	7,4%	4,1%	3,8%	81,5%
	2		13,1%	2,8%	3,1%	1,0%	19,3%
	3			0,8%	0,3%	0,0%	1,1%
	4				0,5%	0,2%	0,7%
	5+					0,2%	0,2%
Total general		53,4%	35,2%	11,0%	7,9%	5,1%	100,0%

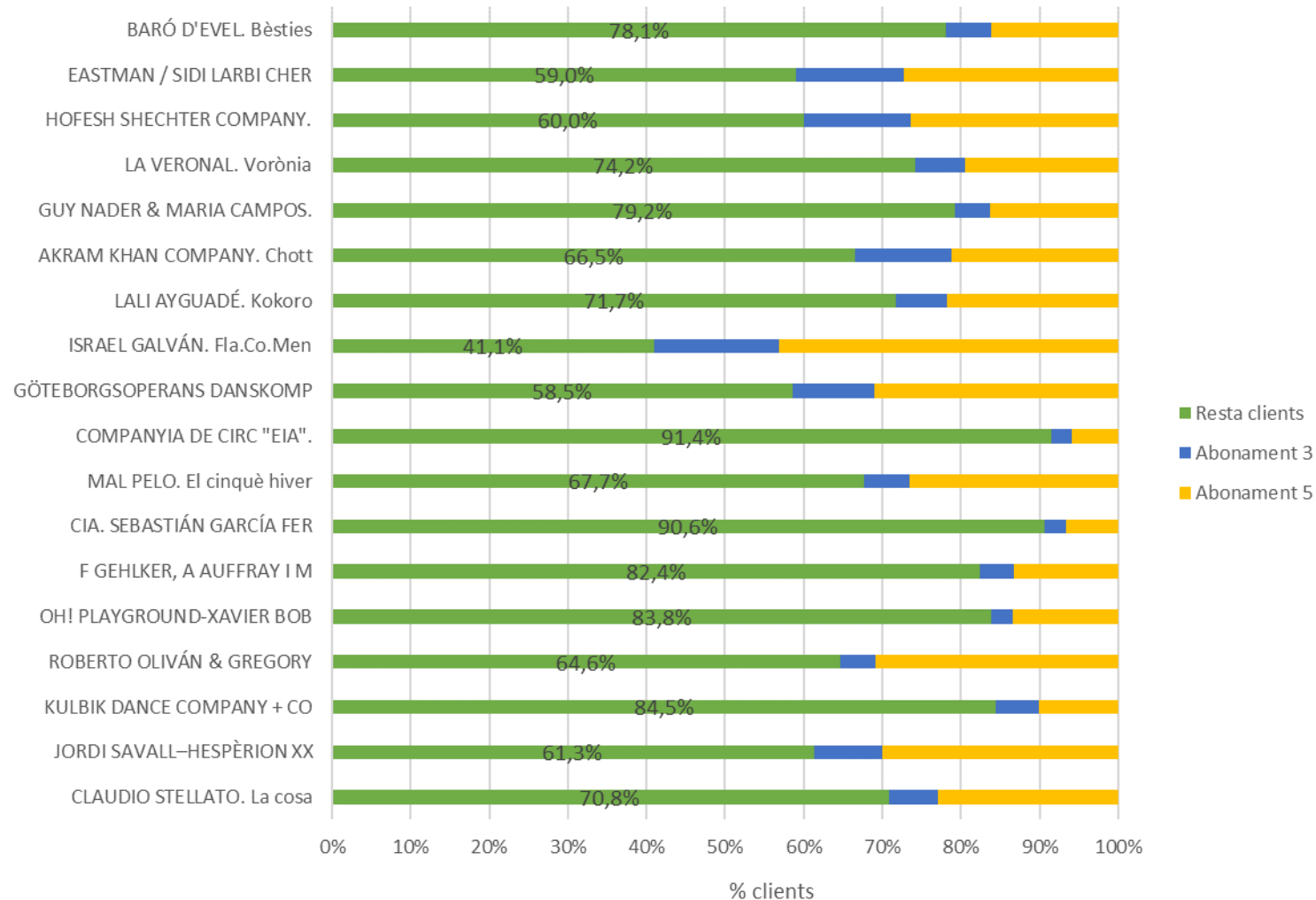
PATRÓ DE COMPRA RESTA CLIENTS							
Entrades per espectacle		Màxim				Total general	
		1	2	3	4		5+
Mínim	1	20,7%	4,2%	1,3%	0,6%	0,7%	26,5%
	2		48,3%	2,0%	1,2%	1,0%	51,8%
	3			11,6%	0,6%	0,4%	12,5%
	4				8,2%	0,2%	8,4%
	5+					5,9%	5,9%
Total general		20,7%	51,9%	14,8%	10,4%	8,1%	100,0%

- L'anticipació mitjana dibuixa patrons de compra molt diferenciats entre tots tres segments, també entre els abonats 3 i 5, aquests últims superant els dos mesos d'anticipació mitjana.
- Al mateix temps però, els abonats 5 són el segment amb major percentatge de compra a darrera hora.



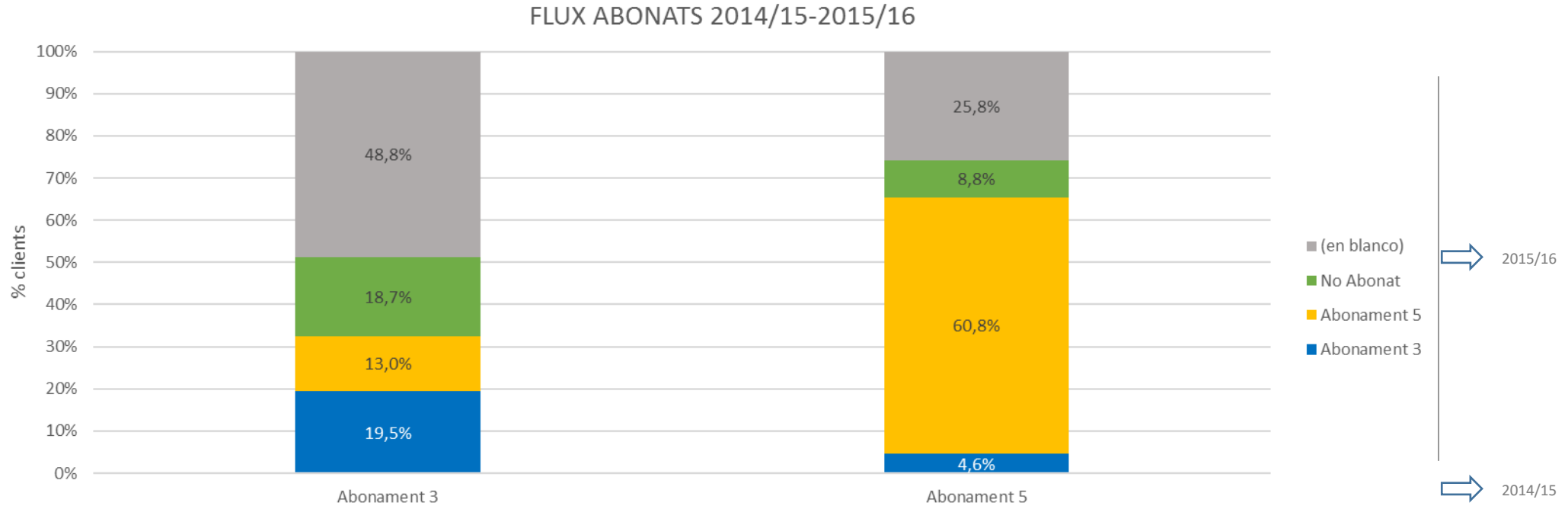


## ESPECTACLES > 200 CLIENTS. ABONATS

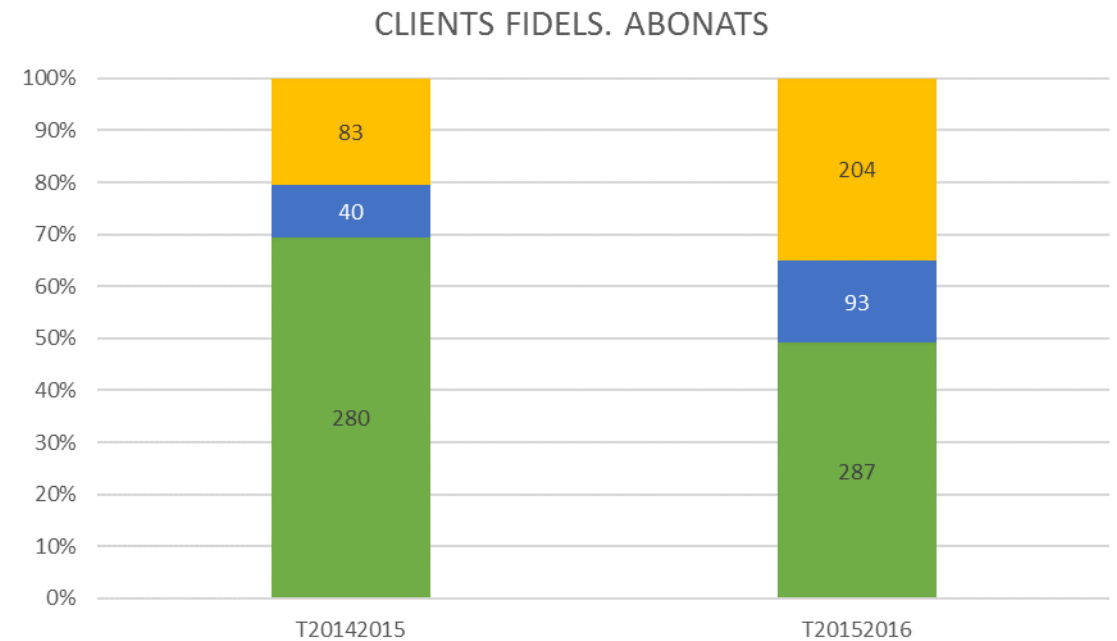
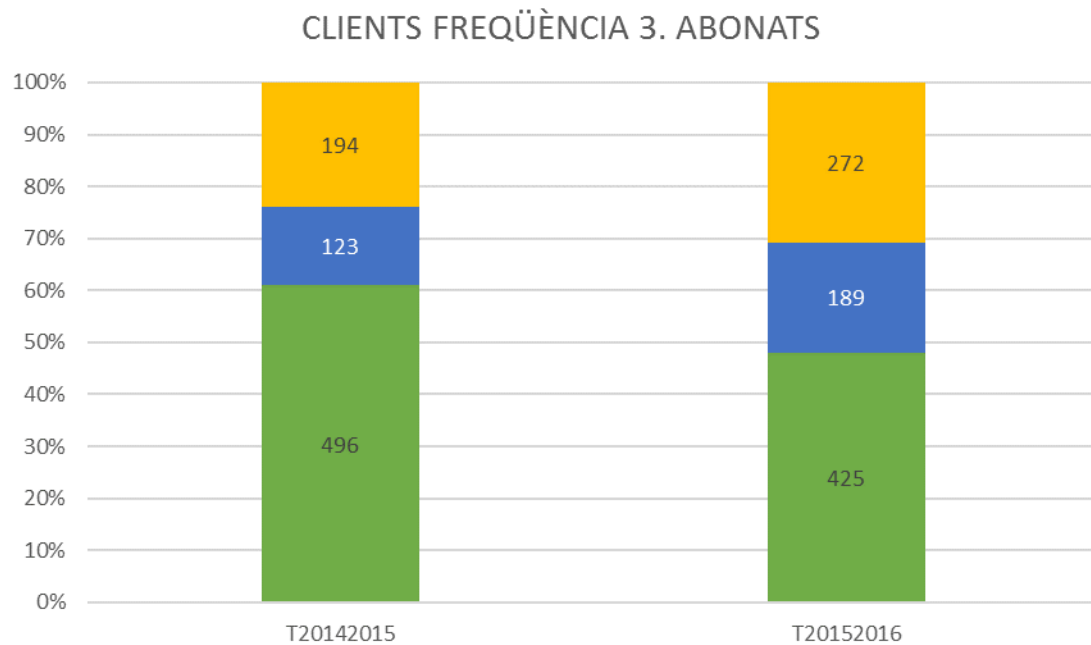


- Recollim la distribució de clients segons abonament per tal d'identificar en quins espectacles s'ha registrat major presència d'abonats.

- Pràcticament un 50% dels clients d'abonament 3 de la temporada 14/15 van deixar de ser clients a la 15/16, mentre que el percentatge es redueix al 26% pel que fa als clients d'abonament 5.
- Baixa retenció dels clients d'abonament 3: només un 32,5% es manté com a abonats a la següent temporada.



- Pràcticament el 50% de clients que van assistir 3 o més vegades a la temporada 15/16 no són abonats (425 clients), percentatge molt similar al dels clients fidels, entre els quals també només un 50% són abonats.



■ No Abonat ■ Abonament 3 ■ Abonament 5



@tekneultura  
info@tekneultura.com  
**tekneultura.com**