

Brugsscenarier:

Kultur Dashboard

Hvordan kan dashboardet understøtte min forretning?

10 April 2026

VisitData 

Indhold

1. Om dashboard og anvendelse
2. KPI overblik (slide 7-8)
 - *Antal events og udvikling*
 - *Billetsalg og udvikling*
 - *Billetpriser og udvikling*
3. Billetsalg over tid (slide 9-10)
 - *Løbende udvikling i billetsalg*
 - *Billetsalg per ugedag og købstidspunkt*
4. Kundesegmenter (slide 11-13)
 - *Hvem køber billetter og hvor kommer de fra?*
 - *Hvor stor er andelen af loyale kunder?*
 - *Geografiske forskelle ift. demografi og købsmønstre*
5. Billetinformaton (slide 14-15)
 - *Antal besøg per gæst*
 - *Hvornår køber loyale gæster billetter?*
 - *Købstidspunkt per billettype*
6. Eventinformation (slide 16-18)
 - *Ugentligt billetsalg per event*
 - *Daglig udvikling i billetsalg per event*
7. Teatret Gruppe 38 Cases (slide 19-22)
 - *Case 1: Optimeret brug af marketingskroner*
 - *Case 2: Bedre planlægning af events vha. data*



©Thomas Rousing

Om dashboard og anvendelsen af det

Anvendelse af filtre, eksportering af data og information om dashboard

10 April 2026

Hvordan anvender jeg filterpanelet i højre side af dashboard?



Tip! Under 'Event' filter kan du vælge hvilket event eller events, som du vil se data for. Du kan også vælge at se data for alle events.



Tip! Hvis du har valgt en forestilling/event som bliver afholdt flere gange, kan du vælge hvilken eksakte forestilling du vil kigge på.



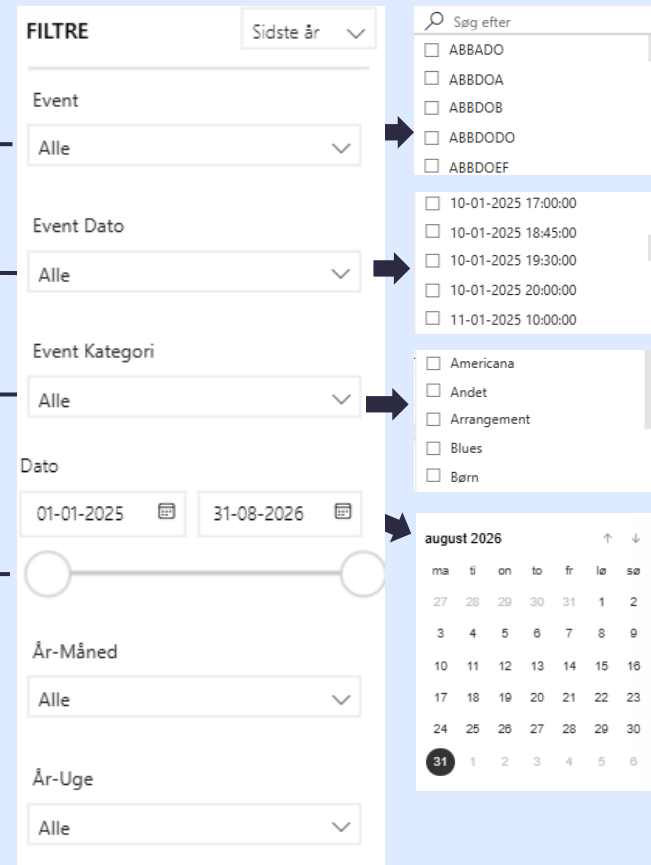
Tip! Hvis dine events er inddelt i flere forskellige genre/kategorier, kan du her vælge hvilken overordnede kategori du vil kigge på.



Tip! I datofilter vælger du hvilken periode du vil se billetsalg for.

OBS: Perioden er knyttet til datoen for billetsalg, og IKKE dato for event. Du kan derfor godt vælge at kigge på events, som bliver afholdt udenfor den valgte periode

Filterpanel:



FILTRE Sidste år

Event
Alle

Event Dato
Alle

Event Kategori
Alle

Dato
01-01-2025 31-08-2026

År-Måned
Alle

År-Uge
Alle

Søg efter

- ABBADO
- ABBDOA
- ABBDOB
- ABBDODO
- ABBDOEF

- 10-01-2025 17:00:00
- 10-01-2025 18:45:00
- 10-01-2025 19:30:00
- 10-01-2025 20:00:00
- 11-01-2025 10:00:00

- Americana
- Andet
- Arrangement
- Blues
- Børn

august 2026

ma	ti	on	to	fr	lø	sø
27	28	29	30	31	1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31	1	2	3	4	5	6

Du kan eksportere data fra dashboardet til Excel-format

1

SOLGTE BILLETTER

Event Navn	Solgte billetter i alt	Belægnin		
AADOAB	1.439			
NRXBDORN	1.431			
NRXADOZWP	1.396			
NRXRDOTYZ	1.356			
NRXAWPNTY	1.300			
NRXBRBZ	1.164	79,29 %	368.640 kr.	
NRXAAAR	1.106	69,13 %	128.605 kr.	
NBEFAZDO	1.073	73,09 %	341.120 kr.	
NBEFRXNZ	1.038	70,71 %	410.400 kr.	
NTYWPTYWP	998	71,29 %	122.100 kr.	
NTYDODOEOEF	761	76,10 %	201.665 kr.	
NBEFZDOR	716	97,55 %	275.710 kr.	
NRXBRDOZ	711	88,88 %	77.855 kr.	
NRXDORXEFZ	710	96,73 %	378.240 kr.	
ANWPRRX	694	98,86 %	129.790 kr.	
AWPBRXN	690	98,29 %	132.035 kr.	

2

Hvilke data vil du eksportere?

Eksporter dine data i det format, der passer til dine behov. Hvis du har mange data, er antallet af rækker, du eksporterer, muligvis begrænset afhængigt af den filtype, du vælger. [Få mere at vide om eksport af data](#)

Data med aktuelt layout

Eksporter disse data i det samme layout, som du ser nu, men uden nogen ikoner, farver eller anden formatering, du har tilføjet.

Opsummerede data

Eksporter de opsummerede data, der bruges til at oprette din visual (f.eks. summer, gennemsnit og medianer).

Underliggende data

Rapportens forfatter har deaktiveret denne indstilling

Filformat:

.xlsx (Excel, maks. 150.000 rækker) v

Eksportér Annuller

3

	A	B	C	D	E
1	Event Navn	Event Start	Solgte bille	Belægning	Billetomsætning
2	AADOAB	Total	1.439	84,65 %	8.950 kr.
3	NRXBDORN	Total	1.431	89,44 %	1.331.140 kr.
4	NRXADOZWP	Total	1.396	71,22 %	164.545 kr.
5	NRXRDOTYZ	Total	1.356	92,37 %	220.000 kr.
6	NRXAWPNTY	Total	1.300	100,00 %	355.575 kr.
7	NRXBRBZ	Total	1.164	79,29 %	368.640 kr.
8	NRXAAAR	Total	1.106	69,13 %	128.605 kr.
9	NBEFAZDO	Total	1.073	73,09 %	341.120 kr.
10	NBEFRXNZ	Total	1.038	70,71 %	410.400 kr.
11	NTYWPTYWP	Total	998	71,29 %	122.100 kr.
12	NTYDODOEOEF	Total	761	76,10 %	201.665 kr.
13	NBEFZDOR	Total	716	97,55 %	275.710 kr.
14	NRXBRDOZ	Total	711	88,88 %	77.855 kr.
15	NRXDORXEFZ	Total	710	96,73 %	378.240 kr.
16	ANWPRRX	Total	694	98,86 %	129.790 kr.
17	AWPBRXN	Total	690	98,29 %	132.035 kr.
18	RRXWPNDQ	Total	690	98,29 %	233.203 kr.

1. Flyt musen op i højre hjørne af grafen du kigger på og tryk på "..."

2. Vælg "Eksportér data"

OBS! Nogle grafer/tabeller kan muligvis ikke eksporteres

1. Vælg format du vil have din eksporterede data vist i

2. Vælg "Eksportér"

Du har nu eksporteret din data til Excel

Vigtigt at vide...

Alt data anvendt i eksemplerne i denne guide, er baseret på demo-data (samlet data fra flere anonyme aktører)

Panelet og filtrene kan variere ift. hvilken fane på dashboard du kigger på

Data på dashboard bliver opdateret på ugentlig basis, så data fra ugen før kan ses hver mandag

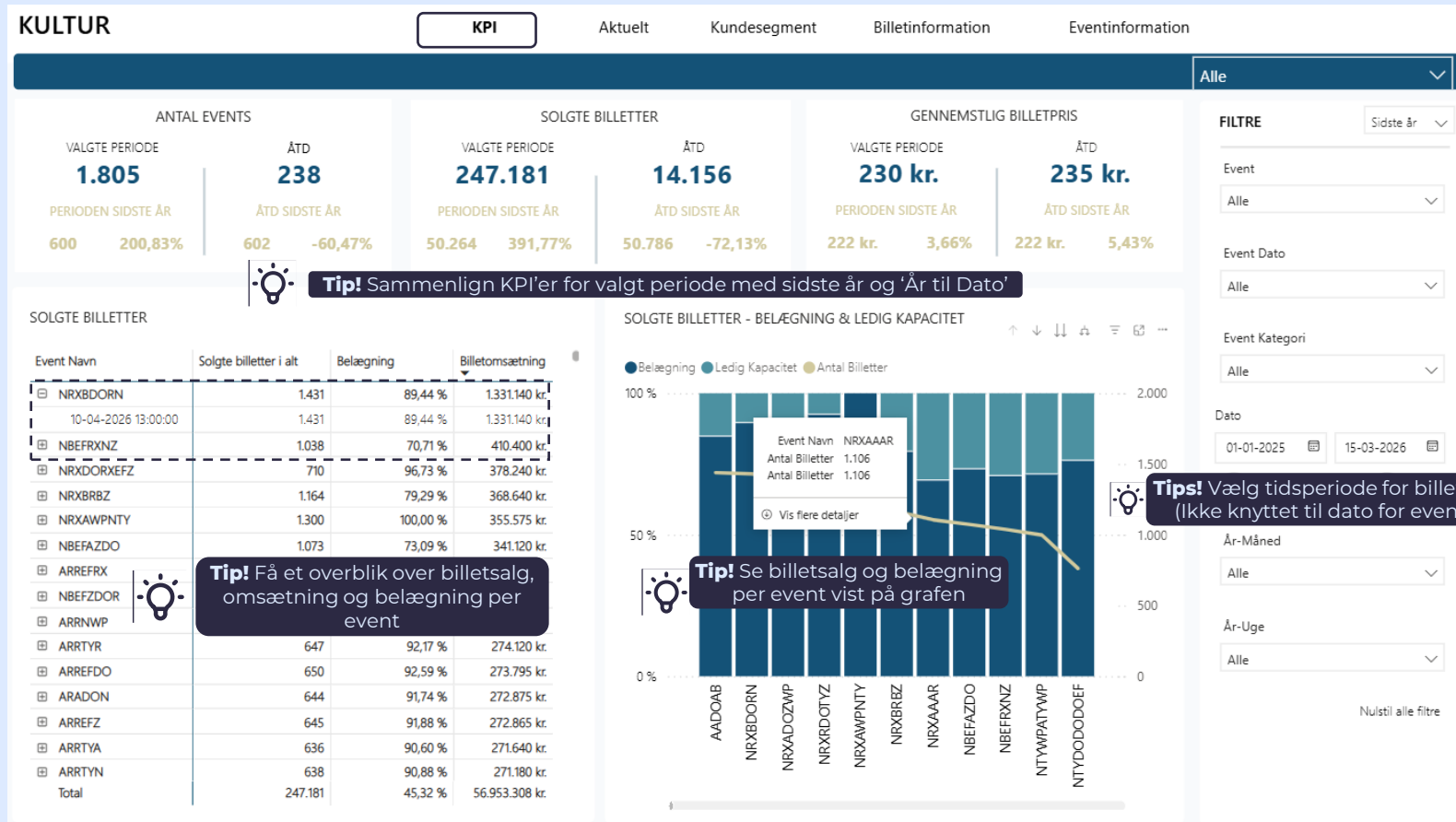
KPI Overblik

Hvor mange billetter sælger mit teater/spillested og hvilke events driver udviklingen?

10 April 2026

VisitData 

Hvordan er udviklingen i billetsalget og hvad driver udviklingen?



Anvendelse:

- Hvor mange koncerter/forestillinger er afholdt i perioden?
 - Hvordan er udvikling vs året før?
- Hvor mange billetter har mit spillested/teater solgt i perioden?
 - Hvordan er udviklingen vs sidste år?
- Hvad er den gns. billetpris i perioden (totalt eller for valgt event)?
 - Er den højere eller lavere end året før?
- Hvilke events har solgt flest billetter og har størst omsætning i perioden?
- På hvilke events har vi pt. Høj/lav belægningsprocent?

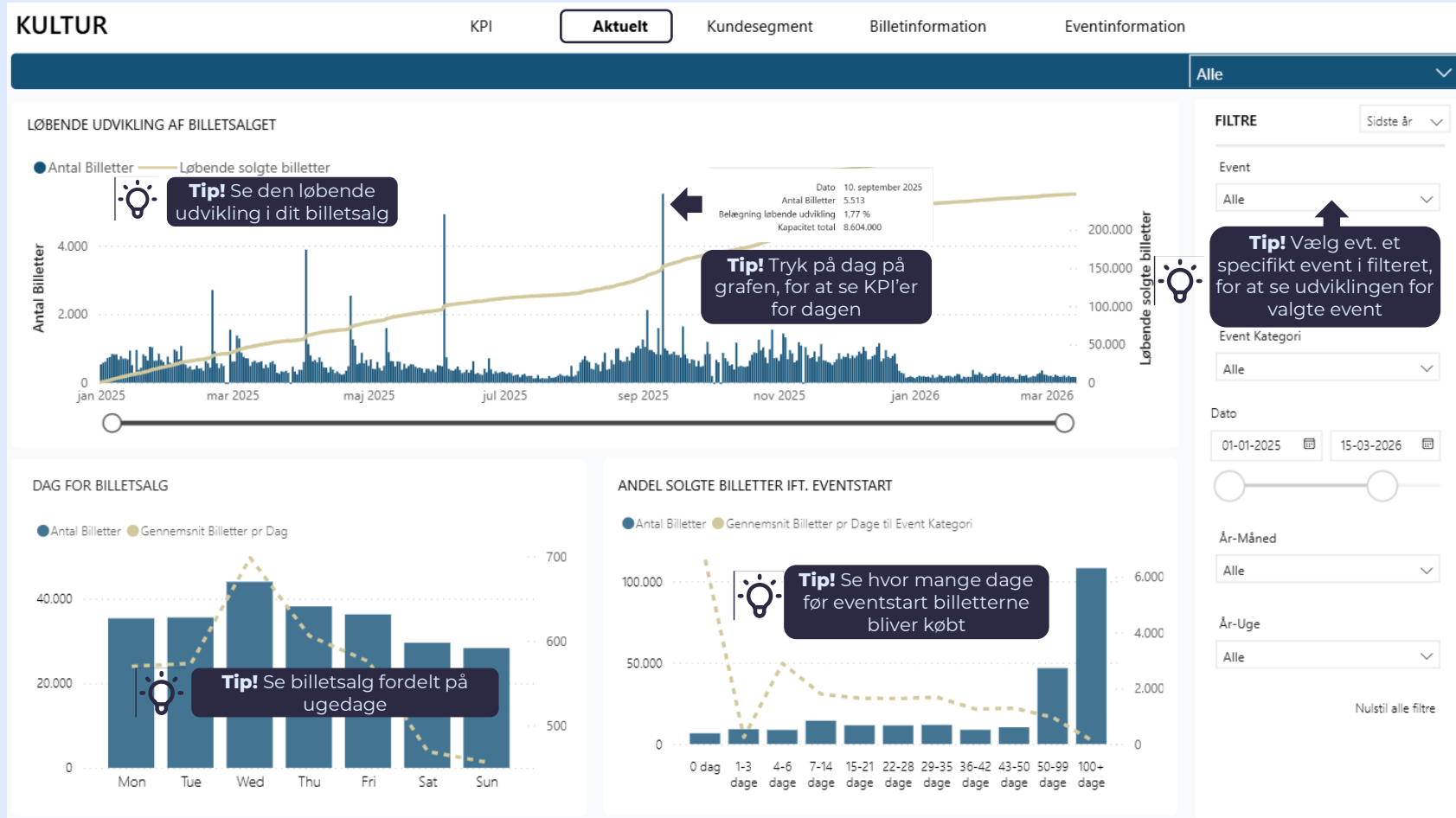
Udvikling i billetsalg og købsmønstre

Hvordan har mit billetsalg udviklet sig over tid, og hvornår bliver billetterne solgt?

10 April 2026

VisitData 

Hvordan har billetsalget udviklet sig og hvornår køber gæsterne deres billetter?



Anvendelse:

- Hvordan har billetsalget udviklet sig over tid? (samlet eller per event)
 - Er der nogle perioder af året hvor billetsalget er særligt stort?
 - Hvilke events driver 'salgspeaks'?
- På hvilke ugedage bliver der solgt flest/færrest billetter?
- Hvor lang tid før eventstart bliver billetterne solgt?

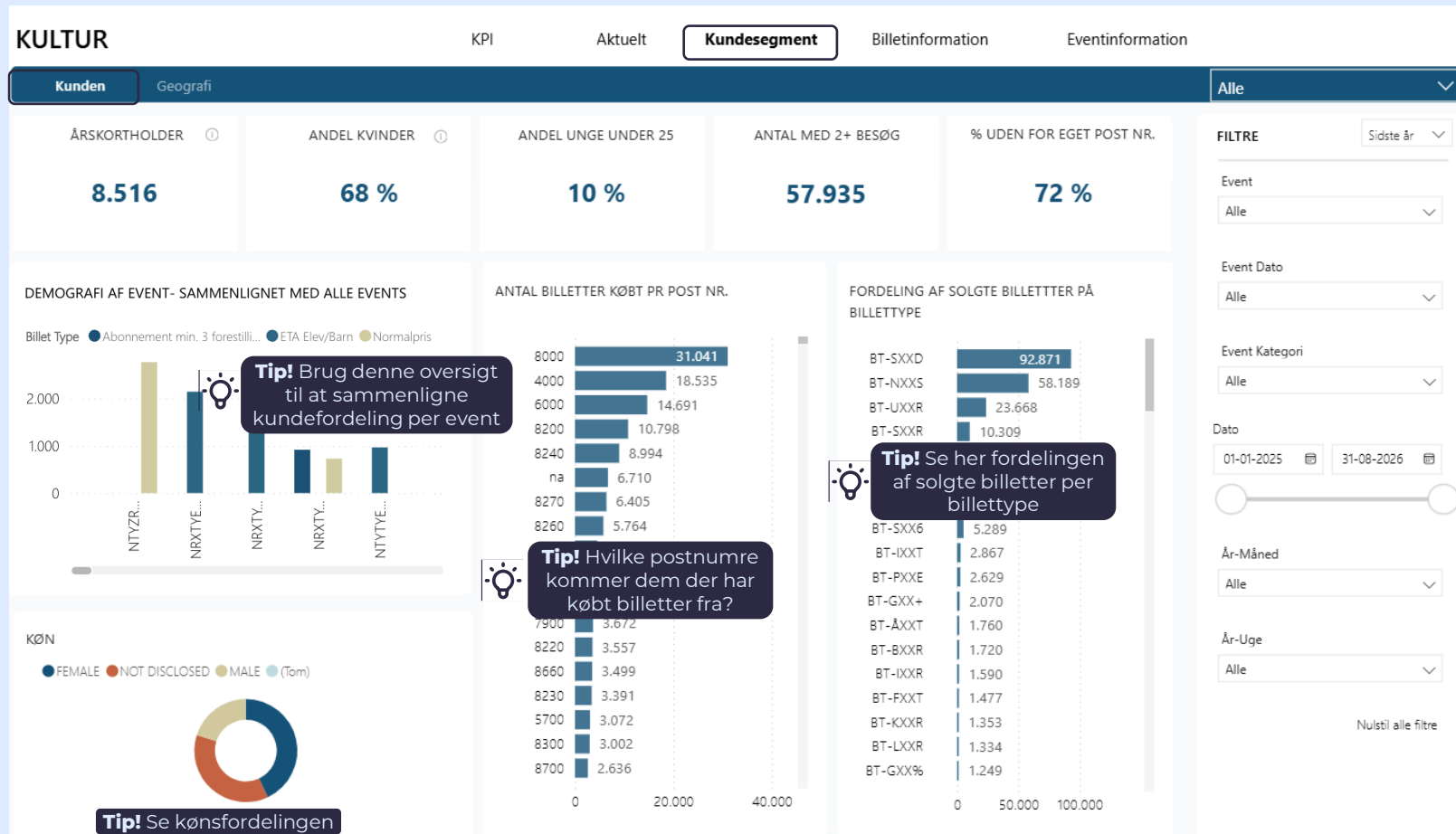
Kundesegmenter

Hvem er gæsterne der køber billetter til events?

10 April 2026

VisitData 

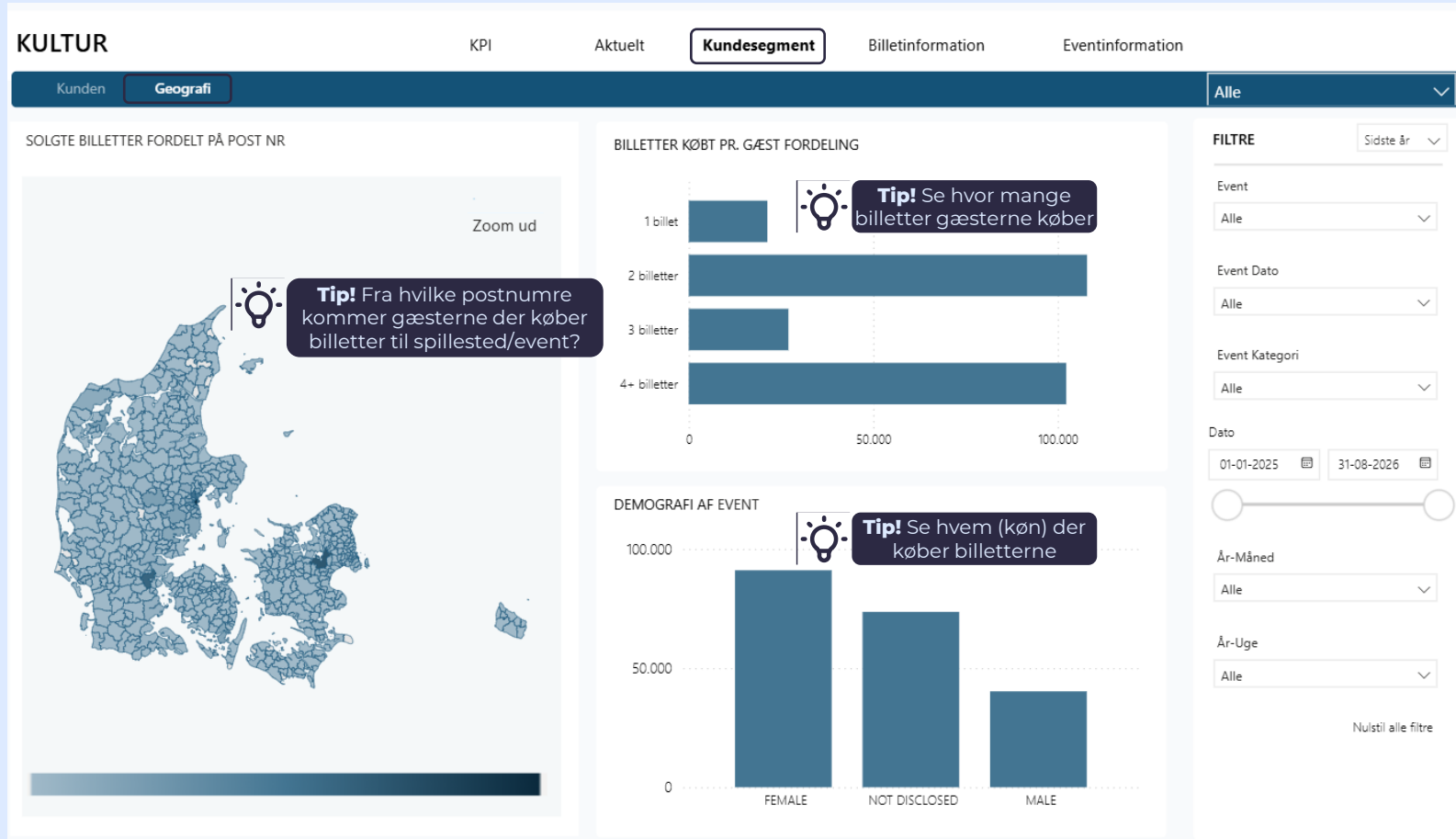
Hvem køber billetter til mine events og hvor kommer de fra?



Anvendelse:

- Hvor mange årskortholdere har købt billet til events?
- Hvad er kønsfordelingen til events?
- Hvilke demografiske forskelle er der mellem events?
- Hvordan er andelen af solgte billetter per billettype?
- Hvilke postnumre kommer dem der køber billetter fra?
 - Er det mest kunder fra eget postnummer?
- Hvor mange gæster har købt billetter til +2 events?
 - Er kundeloyaliteten stor?

Se geografiske forskelle ift. billetsalg til events



Anvendelse:

- Hvor kommer dem der køber billetter til events fra?
- Hvordan er fordelingen i billetter købt per gæst? (per event eller samlet)
- Hvordan er den demografiske fordeling i billetsalg? (per event eller samlet)
- Ses der forskelle i antal billetter købt per gæst og demografi ift. hvor billetkøberne kommer fra?
 - Kan denne indsigt anvendes ift. markedsføring?

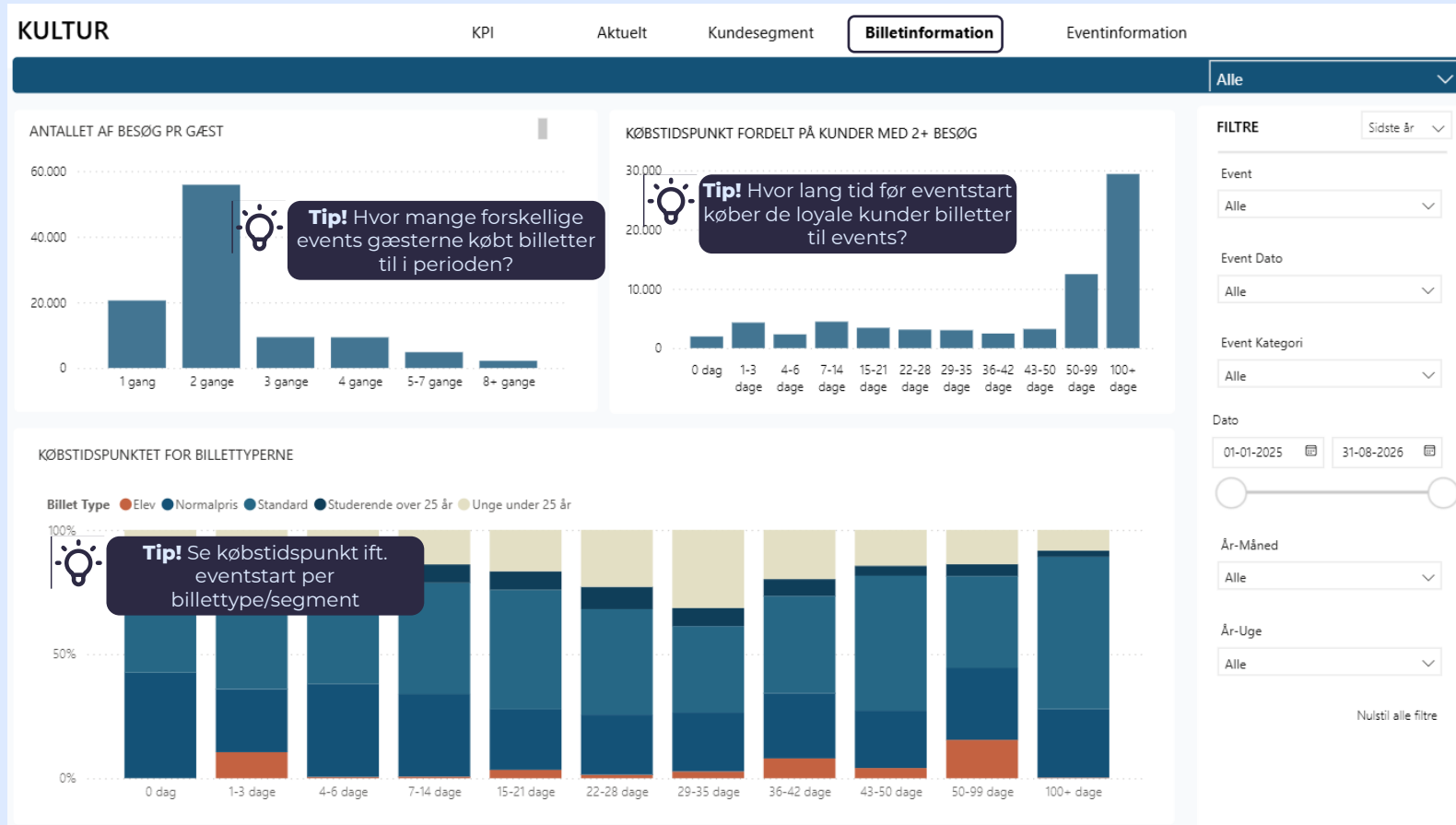
Billetinformatiön

Gæstelojalitet og købstidspunkt per gæstesegment

10 April 2026

VisitData 

Hvor mange besøg har gæsterne på spillestedet/teatret og hvornår køber de deres billetter?



Anvendelse:

- Hvor mange forskellige events har billetkøberne deltaget i for den valgte periode?
- Hvor lang tid før eventstart køber de loyale gæster (+2 besøg) billetter til events?
- Hvor lang tid før eventstart køber de forskellige gæstesegmenter billetter til events?
 - Ses der forskelle på hvornår fx standardbilletter og elevbilletter købes ift. Eventstart?
 - Er disse indsigter relevante ift. markedsføring?

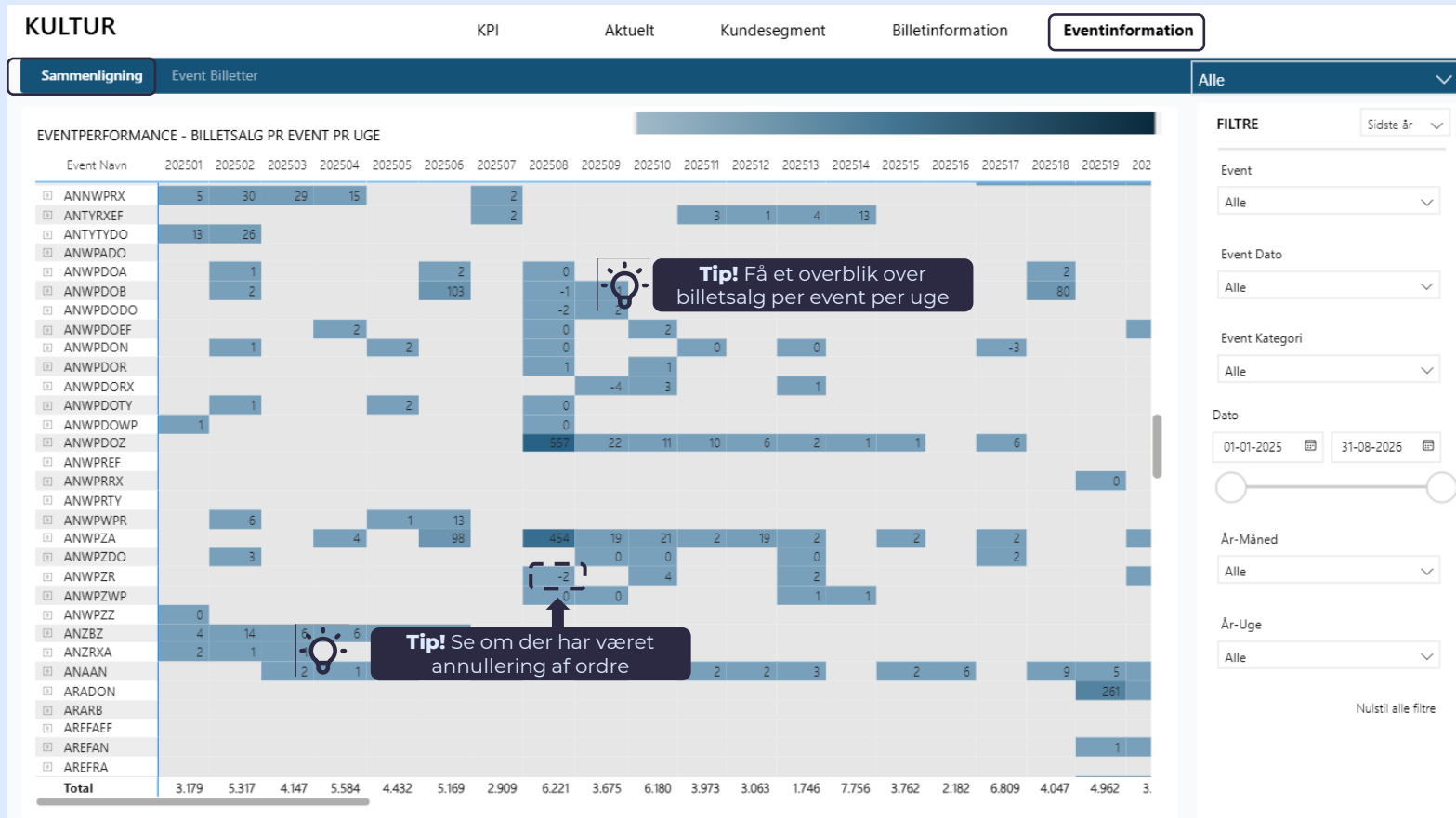
Eventinformation

Hvordan er den ugentlige udvikling i billetsalget?

10 April 2026

VisitData 

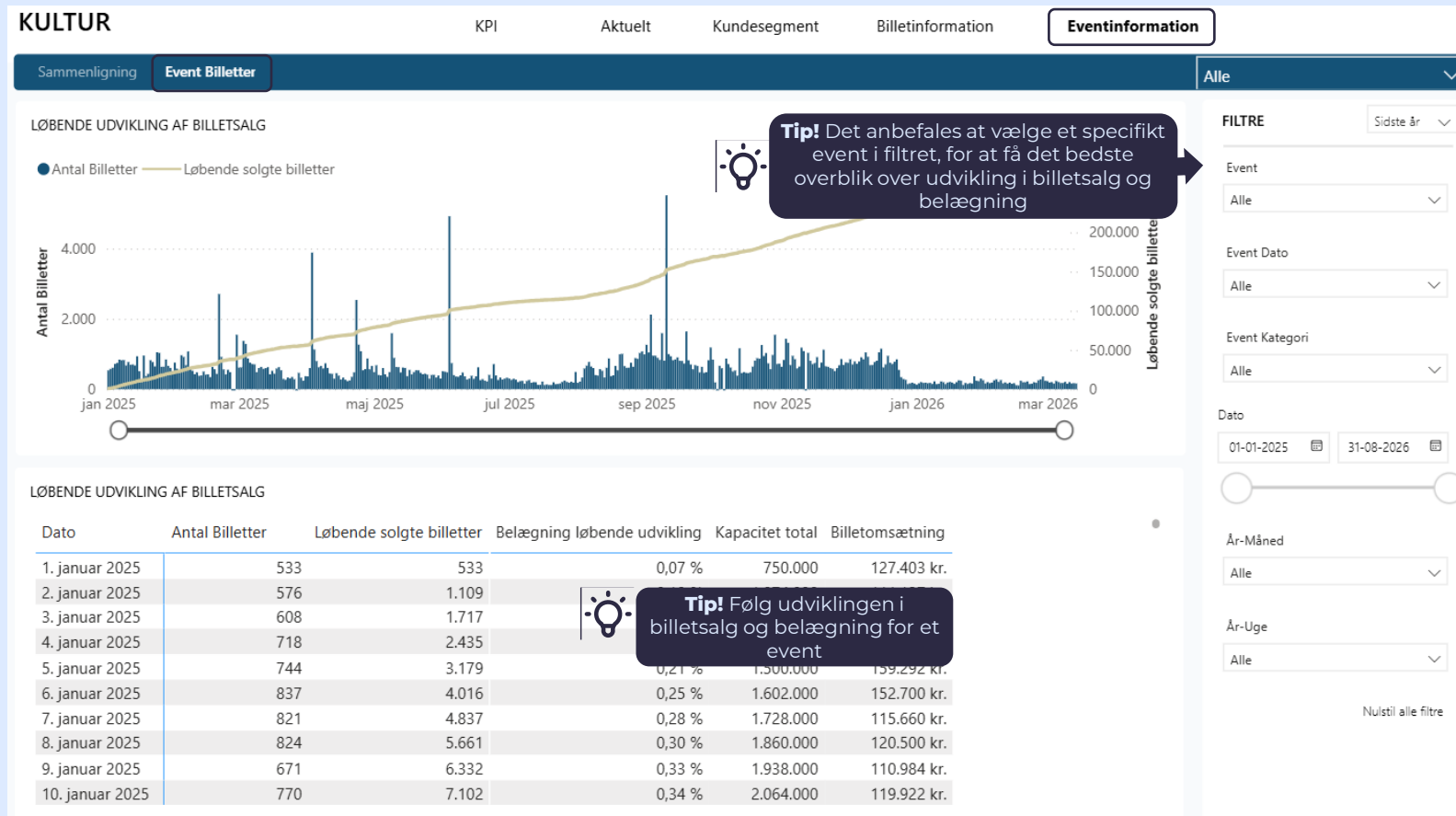
Hvor mange billetter bliver der solgt til forskellige events på ugebasis?



Anvendelse:

- Hvilke events driver billetsalget i de forskellige uger?
- Kan der gøres mere for at sikre at billetterne bliver hurtigere solgt til specifikke events?
- Har stort billetsalg til nogle events påvirkning på billetsalg til andre?

Hvor tæt er spillestedet/teatret på at have fuld belægning til et event?



Anvendelse:

- Se udvikling på dagligt niveau i billetsalg og belægning per event
- Se daglig omsætning per event

Teatret Gruppe 38 Cases

Hvordan brugte Teatret Gruppe 38 VisitData til optimeret planlægning og marketing?

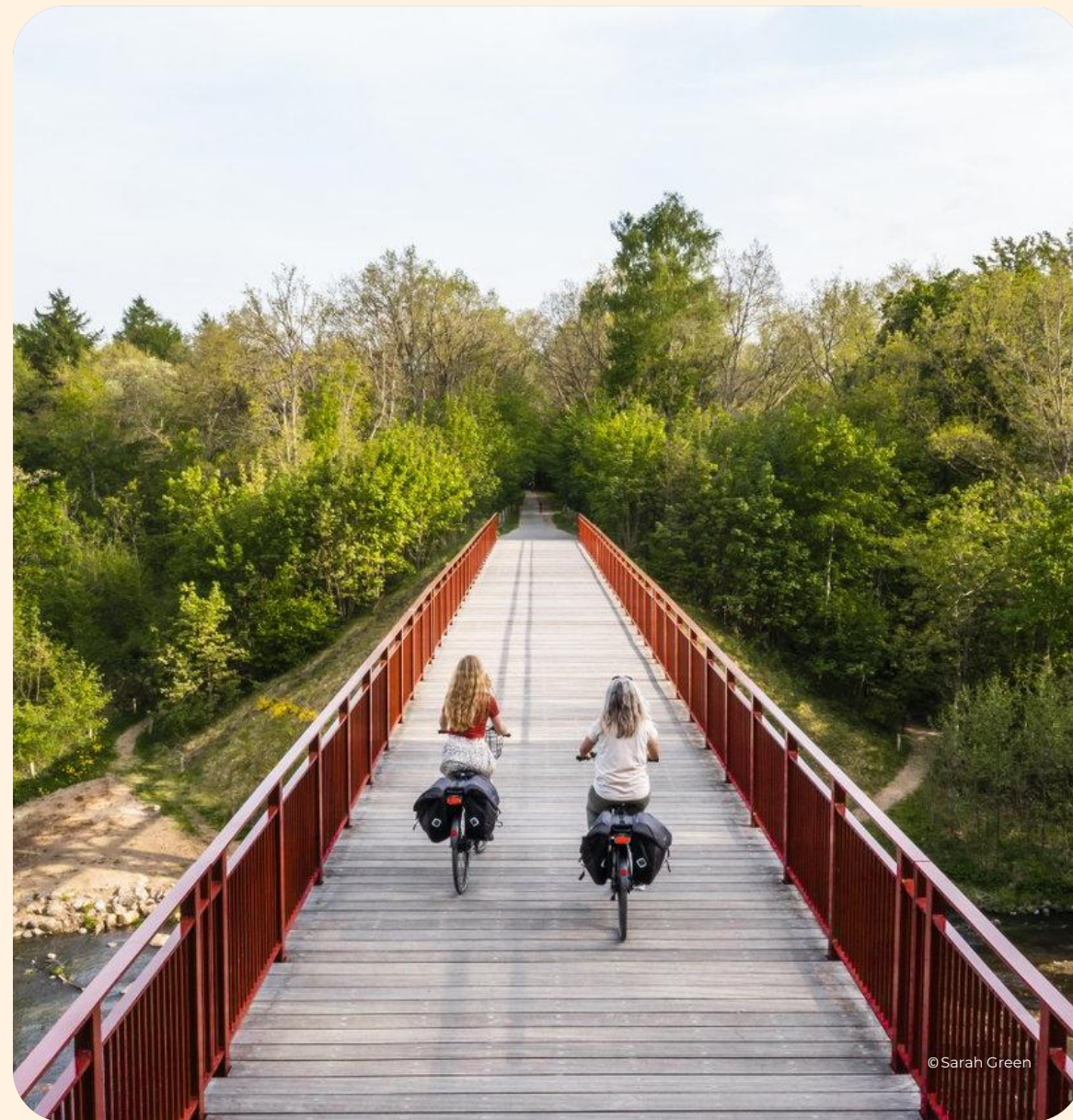
10 April 2026

VisitData 

Teatret Gruppe

38 cases

- 1** Salgstidspunkt og markedsføring: Bruge markedsføringskroner effektivt – og på det rette tidspunkt.
- 2** Planlægning af kommende forestillinger: Data som hjælp til at programlægge i tråd med gæsternes ønsker.



© Sarah Green

VisitData hjælper med effektiv brug af marketingkroner

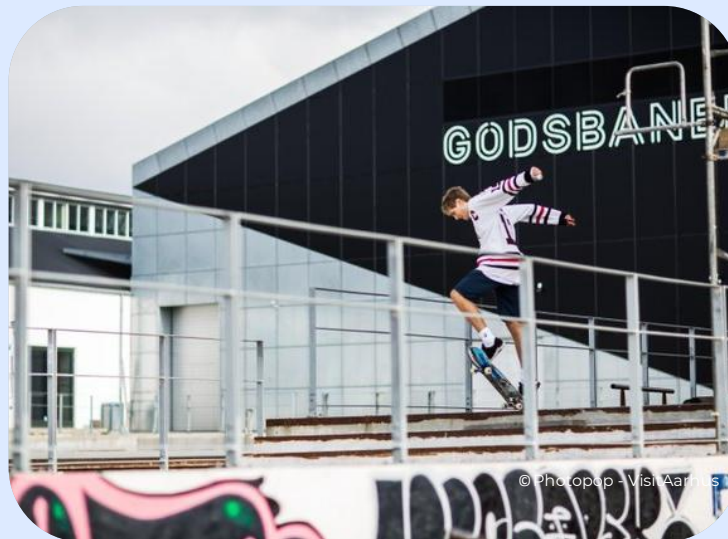


Udfordring

Forståelse af købstidspunkter

Teatret Gruppe 38 mangler et bedre overblik over, hvornår gæsterne køber deres billetter. Er der en særlig kundetype, der køber billet lige op til forestillingen?

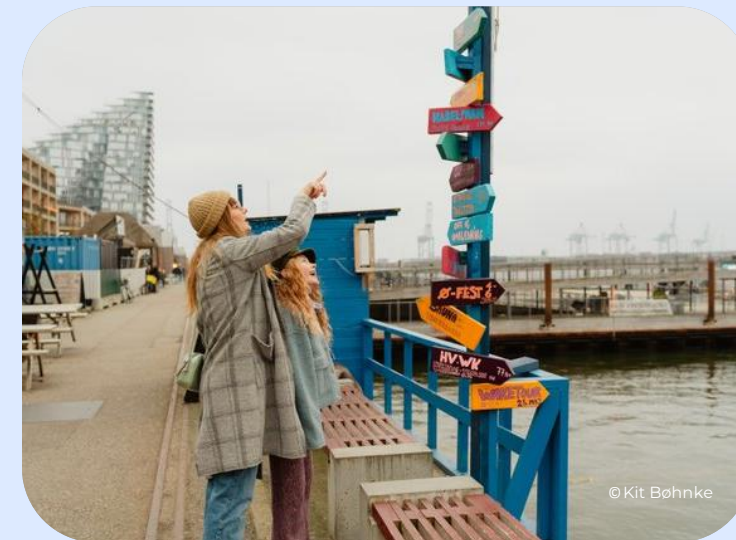
Med den indsigt kan de bedre planlægge deres marketingindsats afhængigt af forestillingstype og genre.



Indsigt

Forskel i købstidspunkt for kundetyper

Ved at kigge ind i deres eget billetsystem og VisitDatas overblik kan de se, at teatrets abonnenter og sæsonkortholdere køber i god tid og har en anden adfærd end de sporadiske gæster, som derimod køber tættere på forestillingen og er mere selektive. Nogle går efter forestillinger med konkrete historiske temaer, nogle kommer kun ifm. juleforestillingen sammen med familien, og andre kommer særligt til nye teaterformater. Denne indsigt giver dem mulighed for at ramme hhv. hyppige og sporadiske gæster på det mest effektive tidspunkt



Resultat

Effektiv brug af marketingkroner

Da de nu bedre kender købsmønstrene for hhv. deres sporadiske og hyppige gæster (sæsonkortholdere og abonnenter), planlægger de deres marketingkroner afhængigt af de enkelte forestillinger, og hvilke segmenter forestillingerne appellerer til. For de forestillinger, som de ved tiltrækker flere hyppige gæster, markedsfører de i god tid og gennem de kanaler, som hyppige gæster orienterer sig i – mens de for forestillinger, de forventer vil tiltrække flere spontane gæster også giver et marketingtryk lige op til forestillingen.

VisitData hjælper med at programlægge



Udfordring

Forståelse af kundetyperes ønsker

Hos Teatret Gruppe 38 vil de gerne have en bedre forståelse for, hvilke kundetyper, der efterspørger hvilke forestillinger. Hvad karakteriserer eksempelvis de forestillinger, som de unge gæster køber billet til?



Indsigt

Unge foretrækker yngre skuespillere

Gennem deres eget billetsystem og VisitData kan de se, hvilke kundetyper, der køber billetter til de forskellige forestillinger. Når de dykker ned i de forskellige forestillingstyper kan de se, at unge særligt tiltrækkes af forestillinger med unge skuespillere og som behandler temaer, de direkte kan relatere til - fx identitet, kærlighed og globale udfordringer.



Resultat

Imødekomme gæsters behov

Gennem denne viden ved de altså, at de skal vise forestillinger med unge skuespillere og relaterbare temaer for at tiltrække unge publikummer.

Teatret Gruppe 38 planlægger derfor kommunikation og markedsføringsindsatser målrettet unge med udgangspunkt i indsigten om, hvilke forestillinger, der er mest relevante for unge. Det kombinerer de med de andre indsigter de har om unges motivation for at besøge teatret.