

**20 indicadores
útiles para
monitorizar la
comunicación en
organizaciones
culturales.
Indigo Ltd**

*Un recurso de ASIMETRICA para
organizaciones artísticas que busquen
profundizar en la conexión con su
público*

Marzo 2016

20 indicadores útiles para monitorizar las comunicaciones en organizaciones culturales.

Índigo LTD

Comunicaciones de temporada artística y de actividades	
1. Coste por Programa de temporada/exposición/ciclo... (o similar en caso de que la organización imprima algún folleto/libro con el contenido de su programa de temporada.)	Coste total ÷ número de folletos producidos
2. Ingreso medio de las ventas generadas por Folleto/Programa de temporada	Ingresos ÷ número de folletos producidos
3. Número medio de visitantes/espectadores por Folleto	Número de visitas o entradas vendidas ÷ número de folletos producidos
4. Retorno de la Inversión (ROI) de cada Folleto	Ingresos totales generados en el periodo posterior a la circulación de los folletos dividido por el coste total.
Digital & Social Media	
5. Visitantes únicos al sitio web	Extraído de Google analytics
6. Tiempo de la visita en el sitio web	Extraído de Google analytics
7. % tráfico proveniente de motores de búsqueda, tráfico directo y derivado, incluyendo las redes sociales	Extraído de Google analytics
8. % de visitantes que compraron una entrada	Extraído de los informes de Taquilla/sistema de ticketing
9. % ventas online	Extraído de los informes de Taquilla/sistema de ticketing

Marketing Directo & Publicidad	
10. Ratios de respuesta de los envíos postales	$\text{Número de respuestas} \div \text{número de envíos}$
11. Coste de los envíos por entrada vendida/visitante	$\text{Coste} \div \text{número de visitantes/entradas}$
12. Coste de la publicidad envíos por entrada vendida/visitante	$\text{Coste} \div \text{tickets/ visitantes}$
13. ROI de los envíos postales & Publicidad	$\text{Ingresos totales generados} \div \text{costes totales}$
ROI de Ventas, Visitas & Marketing	
14. Gasto en Marketing por visitantes y/o por ticket	$\text{Gasto en Marketing} \div \text{visitas/ tickets}$
15. Rentabilidad media por ticket	$\text{Ingresos} \div \text{número de tickets vendidos}$
16. % tickets vendidos a precio sin descuento	Extraído de los informes de Taquilla/ sistema de ticketing
17. Ingresos totales de venta de entradas	Extraído de los informes de Taquilla/ sistema de ticketing
18. Patrones de compra/visitante	Extraído de los informes de Taquilla/ sistema de ticketing
19. % nuevos compradores/ visitantes	Extraído de los informes de Taquilla/ sistema de ticketing
20. Top 10 códigos postales	Extraído de los informes de Taquilla/ sistema de ticketing