



Briefing Publieksbevraging SentoVox

Deze briefing geeft u een overzicht van de te ondernemen stappen voor de lancering van de publieksbevraging voor uw cultuurhuis. Als u vragen heeft, aarzel niet om contact op te nemen met het onderzoeksteam via e-mail: contact@sentovox.eu

- We programmeren voor elk cultuurhuis een eigen gepersonaliseerde vragenlijst. De informatie voor het **personaliseren** van uw enquête kunt u doorgeven aan het projectteam via het onderzoeksplatform: <https://benl.sentovox.eu>
(klik op “inloggen”: U kan inloggen op dit onderzoeksplatform via uw e-mailadres en zelf gekozen wachtwoord. Bent u uw wachtwoord vergeten? Klik dan op “wachtwoord vergeten”.)
- Nadat u ingelogd bent op het platform, ziet u een groene knop “Stap 1: Creëer je enquête hier”. Klik op deze knop om de informatie door te geven over uw cultuurhuis. U heeft ook de mogelijkheid om eigen vragen te laten toevoegen aan uw enquête. U kunt er de standaardenquête ook vooraf bekijken, en aanduiden als u bepaalde vragen niet wenst te stellen, of bepaalde antwoordopties wilt laten verwijderen of wilt toevoegen. Het projectteam gaat vervolgens aan de slag om uw enquête te programmeren. Dit duurt maximaal 5 werkdagen. U wordt op de hoogte gebracht wanneer uw enquête beschikbaar is.
- U kunt ook, indien gewenst, het logo van uw cultuurhuis opladen in het systeem. Wij zullen dit logo weergeven op de startpagina voor uw respondenten, en in uw enquête.

Het onderzoek start **vanaf 1 september 2025** en loopt tot en met **31 januari 2026**. In deze periode kunt u uw gebruikers, bezoekers en niet-bezoekers oproepen om hun mening te geven. Gebruikers zijn mensen die in de voorbije 12 maanden een voorstelling bijwoonden of aan een activiteit deelnamen. Bezoekers zijn mensen die in uw cultuurhuis zijn geweest, zonder gebruik te maken van dit aanbod.

U kunt communiceren over de studie wanneer dit het beste past voor uw cultuurhuis. U hoeft dus niet meteen te starten in september, maar u kan starten met de communicatie wanneer u dit wenst. U hoeft zeker niet gedurende de volledige onderzoeksperiode over het onderzoek te communiceren.

Tijdens het onderzoek heeft u steeds toegang tot uw online dashboard, waar u uw tussentijdse resultaten kunt raadplegen. Zodra uw enquête geprogrammeerd is, zal de knop “Dashboard resultaten” beschikbaar worden op het onderzoeksplatform. Na afloop van het onderzoek, ontvangt u 4 weken later uw uitgebreid individueel onderzoeksrapport. Ook de overkoepelende analyses op landelijk en Europees niveau worden in een apart rapport verwerkt, u zult ook dit rapport ontvangen.

Tenslotte zult u ook uitgenodigd worden voor een (vrijblijvend) eindevenement ‘aan de slag met de resultaten’. Hierover ontvangt u later meer informatie.

Communicatie over het onderzoek naar uw gebruikers, bezoekers en niet-bezoekers

U vindt een ruime selectie aan gepersonaliseerde communicatiematerialen voor uw cultuurhuis op het onderzoeksplatform (<https://benl.sentovox.eu/>). U vindt deze achter de knop “enquête bekendmaken”, nadat u de informatie voor het personaliseren van uw enquête doorgegeven hebt. U vindt er:

- Digitale communicatiematerialen (voor een rechtstreekse oproep via uw bestanden (voorbeeld ticketbestellers), een uitnodiging bij online ticketbestellers na afloop van hun voorstelling of activiteit, via nieuwsbrieven, website, sociale media, ...)
- Printbare communicatiematerialen (indien gewenst af te drukken als poster of flyer)
- Uw eigen QR-code en unieke enquêtelink uw enquête
- Communicatiematerialen voor niet-bezoekers (het is een vrijblijvende mogelijkheid om niet-bezoekers te betrekken in de studie)
- Het logo van het onderzoek
- Uw persoonlijke enquêtelink en QR-code

Hieronder vindt u een aantal methodes om uw gebruikers, bezoekers en (indien gewenst) niet-bezoekers op te roepen om hun mening te geven over uw cultuurhuis. De studie richt zich op respondenten vanaf 16 jaar.

De enquête wordt online gevoerd, dus via een online enquêtesysteem. De unieke link die u ontvangt, leidt uw publiek rechtstreeks naar uw gepersonaliseerde enquête. Dezelfde link kan gebruikt worden om gebruikers, bezoekers en niet-bezoekers te bevragen. De enquête stelt, gebaseerd op het profiel en het antwoordgedrag van de respondent, de relevante vragen aan hem of haar.

Achteraan in deze briefing vindt u een voorbeeldbericht dat u kan gebruiken bij de communicatie over het onderzoek. Het staat u vrij om gebruik te maken van de aangeboden visuele materialen en tekst, of om op uw eigen wijze en in uw eigen huisstijl te communiceren. Als u zelf een bericht opstelt, gelieve volgende zaken zeker op te nemen:

- Geef mee dat de eindtijd van de enquête 31/1/2026 is (of een vroeger tijdstip naar uw keuze).
- Vermeld dat er 1m² regenwoud gered wordt per volledig ingevulde enquête en dat men kans maakt op het winnen van een van de reizen t.w.v. € 1000.
- Geef uw persoonlijke enquêtelink mee zodat men vlot naar uw enquête kan surfen. U vindt deze link op dezelfde pagina waar u de communicatiematerialen vindt.

GEBRUIKERS OPROEPEN

Er zijn verschillende mogelijkheden om uw gebruikers op te roepen om deel te nemen aan de enquête. U kunt verschillende communicatiekanalen en strategieën combineren naar wens.

(A) Digitale communicatie

Er zijn verschillende digitale kanalen die u kan gebruiken om uw gebruikers op te roepen om deel te nemen aan de studie:

- Directe e-mail naar ticketbestellers
- Indien u beschikt over een online ticketingsysteem, kan u na afloop van de activiteit of voorstelling automatisch een uitnodiging sturen naar de ticketbestellers
- Nieuwsbrief
- Sociale media
- Website
- Communicatieschermen in het cultuurhuis
- ...

U kunt deze oproep ondersteunen met enkele digitale visuele materialen, die u op het onderzoeksplatform vindt. U vindt deze in het onderdeel “digitale communicatiematerialen” op de pagina “enquête bekendmaken”. Het volstaat om deze materialen te downloaden, en ze “klikbaar” te maken in uw communicatie, zodat ze leiden naar uw enquête.

(B) Fysieke communicatie in het cultuurhuis

Er werden voor u gepersonaliseerde flyers / posters aangemaakt, waarop uw persoonlijke enquêtelink en aangepaste QR-code vermeld worden. U vindt deze materialen terug op dezelfde pagina “enquête bekendmaken”, in het onderdeel “afdrukbare communicatiematerialen”. Deze materialen kunt u printen of laten printen. Ze zijn bruikbaar in posterformaat (vb. DIN A0 tot DIN A4) of flyerformaat (DIN A6). U kunt op deze manier mensen attent maken op de enquête in het gebouw, of mensen uitnodigen door hen een flyer mee te geven.

Als u flyers uitdeelt aan gebruikers of bezoekers in het cultuurhuis, bijvoorbeeld aan de balie, zorg dan dat iedereen een gelijke kans heeft om een flyer te ontvangen. U kunt, bijvoorbeeld, elke tweede bezoeker aan de balie een flyer geven. Zorg voor een spreiding in de tijd, zodat u op verschillende momenten flyers verdeelt. Wenst u een gedetailleerde briefing voor het verdelen van flyers, neem contact op met het projectteam.

**

We beogen per cultuurhuis 200 respondenten (gebruikers en/of bezoekers). Idealiter bereikt u, als dat mogelijk is, (ongeveer) 375 respondenten zodra u meer dan 5000 gebruikers per jaar heeft. Er is geen maximum aantal respondenten vastgelegd. Hou er rekening mee dat niet iedereen zal deelnemen aan de enquête, dus spreek meer mensen aan dan het beoogde aantal (een antwoordratio van 20% is realistisch, afhankelijk van het gekozen communicatiekanaal). Niet-bezoekers (facultatief) worden als

een kwalitatief extra luik beschouwd in deze kwantitatieve studie, daarvoor zijn dus geen specifieke doelstellingen wat betreft aantal respondenten.

Via het live dashboard kunt u te allen tijde opvolgen hoeveel respons u al behaald heeft. U kunt de oproep dus starten met een eerste selectie en communicatie, en deze vervolgens uitbreiden naarmate dit nodig is om voldoende respons te genereren.

Het live dashboard geeft ook informatie over welke profielen geantwoord hebben op de enquête. Als u merkt dat bepaalde groepen ondervertegenwoordigd zijn, kan een bijkomende communicatie (herhaling of bijkomende kanalen) u ondersteunen om ondervertegenwoordigde profielen verder te bereiken. Het dashboard laat toe om resultaten te filteren, bijvoorbeeld per profieltype, zodat u steeds het onderscheid kan maken tussen de resultaten per doelgroep.

**

BEZOEKERS EN NIET-BEZOEKERS OPROEPEN

Bezoekers zijn mensen die uw cultuurhuis bezocht hebben, en mogelijk gebruikmaken van (delen van) uw aanbod, maar die zelf niet deelgenomen hebben aan activiteiten en geen voorstellingen hebben bijgewoond. Ook zij kunnen opgeroepen worden via dezelfde kanalen als uitgelegd in het onderdeel “Gebruikers oproepen” hierboven.

Niet-bezoekers zijn mensen die niet in uw cultuurhuis komen, en dus geen gebruiker en geen bezoeker zijn. Het is zeker niet verplicht om deze mensen te integreren in uw studie. We vragen in de enquête aan deze mensen of ze in andere cultuurhuizen komen, waarom ze geen gebruiker of bezoeker zijn van uw cultuurhuis, en wat hen zou kunnen overtuigen om wel naar het cultuurhuis te komen.

Voor hen zijn er aparte communicatiematerialen ter beschikking, die u op de pagina “Enquête bekendmaken” vindt bij het onderdeel “Communicatiematerialen niet-bezoekers”. Als u deze mensen wilt bereiken, kunt u vragen aan de stad of gemeente, of verenigingen waar u contact mee heeft, om uw oproep op te nemen in hun communicatiekanalen.

Er zijn materialen beschikbaar die niet oproepen “als cultuurhuis”, maar die neutraler oproepen aan mensen om hun mening te geven. Er zijn materialen die spreken vanuit “de stad” of “de gemeente”, er zijn materialen die algemeen vragen “geef uw mening”.

De incentive (1 m² bedreigd regenwoud redden & kans maken op het winnen van een reis) zijn belangrijk om mee te communiceren, zeker bij niet-bezoekers, omdat er een veel lagere betrokkenheid is van deze groep dan wanneer de eigen gebruikers of bezoekers aangesproken worden.

Zowel gebruikers, bezoekers als niet-bezoekers kunnen via dezelfde enquêtelink opgeroepen worden om deel te nemen. De enquête zal gebaseerd op de antwoorden herkennen of het om gebruikers, bezoekers of niet-bezoekers gaat en hen de juiste vragen voorleggen.

**

Live mensen bevragen in het cultuurhuis

Tenslotte is er de mogelijkheid om zelf live mensen te bevragen in het cultuurhuis, bijvoorbeeld met tablets. Dit is niet de primair voorgestelde methode in dit onderzoek, omdat dit meer arbeidsintensief is, maar het is zeker een mogelijkheid. Als u dit zou willen doen, kunt u aan het projectteam een aangepaste briefing voor de enquêteurs aanvragen (contact@sentovox.eu).

**

Wij registreren per respondent via welk kanaal hij of zij opgeroepen is voor de studie, zodat we de verschillende methodes juist kunnen onderscheiden, analyseren en rapporteren.

**

Op de volgende pagina vindt u een voorbeeld van een oproep om deel te nemen aan de enquête.

Bij vragen, kunt u steeds terecht bij het onderzoeksteam via contact@sentovox.eu

Veel succes!

Het SentoVox team

E-mail template

Onderwerp: Geef je mening!

Beste [naam],

Geef je mening over ons cultuurhuis!

[Naam cultuurhuis] hecht veel belang aan je mening! We willen weten waar we het goed doen, waar we kunnen verbeteren en hoe we je ervaring bij ons zo aangenaam mogelijk kunnen maken. We vragen je dan ook graag om onze enquête in te vullen en ons te helpen.

[plak hier de link naar de enquête]

De enquête is volledig anoniem en duurt zo'n 10 minuten.

Om je te danken, redden we 1 m² bedreigd regenwoud voor elke volledig ingevulde enquête. Bovendien maak je kans op een van de reizen ter waarde van € 1000 die verloot worden. Je kunt de enquête invullen tot en met 31 januari 2026.

Alvast bedankt voor jouw feedback!

[Naam cultuurhuis]