



EU Heritage

Skills for promotion,
valorisation, exploitation, mediation and
interpretation of European Cultural Heritage



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Contract No.: Project number: 601073-EPP-1-2018-1-IT EPPKA2-SSA

Project Acronym: EUHERIT

Work Package No.: 4.

Deliverable name: Καμβάς Σχεδιασμού Εμπειρίας Εγχειρίδιο Εκπαιδευτή

Deliverable No.: /

Distribution level: Εμπιστευτικό

Contractual month of submission (of 1st version): M33

Real month of submission (of 1st version):

Date of submission of this version:

Version No.: 1

Number of pages: 21

Project partner responsible: Materahub

Authors (name/partner organization): Raffaele Vitulli and Sara Simeone, Materahub

Ευρετήριο

Εισαγωγή	4
Κεφάλαιο 1. EU Heritage Εθνικό Πιλοτικό Πρόγραμμα Κατάρτισης	5
Περιεχόμενο, περίοδος, διάρκεια (40 ώρες) και συχνότητα	5
Εισαγωγή στην εκπαίδευση: 4 ώρες	6
Ανάπτυξη κατάρτισης: 28 ώρες	6
Επιλογή 1 Πρώτα όλη η θεωρία, μετά όλη η πρακτική	6
Επιλογή 2 Θεωρία και πρακτική μέρα με τη μέρα	7
Παρακολούθηση κατάρτισης: 8 ώρες	10
Ποιος είναι ο εκπαιδευτής;	11
Πόσοι εκπαιδευτές για κάθε Εθνικό Πιλοτικό Πρόγραμμα Κατάρτισης;	11
Πώς να καθοδηγήσετε τους συμμετέχοντες μέσω του Καμβά;	11
1. Ανάλυση πλαισίου	11
2. Αξίες & στόχοι για τους δικαιούχους	13
3. Σχεδιασμός εμπειρίας	13
4. Ψηφιακή διάσταση	13
5. Οικονομική βιωσιμότητα	14
6. Πρωτότυπη εμπειρία κληρονομιάς	14
7. Αντίκτυπος και παρακολούθηση	15
Επιπλέον συμβουλές για τον Εκπαιδευτή	15
Κεφάλαιο 3. Τα εργαλεία από τα οποία εμπνεόμαστε	17
1. Ανάλυση πλαισίου	18
2. Αξία & στόχοι για τους δικαιούχους	18
3. Σχεδιασμός εμπειρίας	19
4. Ψηφιακή διάσταση	19
5. Οικονομική βιωσιμότητα	20
6. Πρωτότυπη εμπειρία Κληρονομιάς	21
7. Αντίκτυπος και παρακολούθηση	21

Εισαγωγή

Το παρόν έγγραφο έχει ως στόχο να εξηγήσει τον τρόπο χρήσης του EU Heritage Experience Design Canvas, ενός **έτοιμου προς χρήση εργαλείου για το σχεδιασμό, την αξιολόγηση και την πρωτοτυποποίηση καινοτόμων εμπειριών για τον τουρισμό και την πολιτιστική κληρονομιά**, το οποίο έχει σχεδιαστεί για να εμπνεύσει και να βοηθήσει στη βελτίωση των δεξιοτήτων για την προώθηση και την αξιοποίηση της πολιτιστικής κληρονομιάς σε φοιτητές και επαγγελματίες που εργάζονται με αυτούς τους τομείς σε μια πιο βιωματική, βιώσιμη και με γνώμονα τον ωφελούμενο προσέγγιση.

Το κεφάλαιο 1 εξηγεί λεπτομερώς πώς το εργαλείο μπορεί να χρησιμοποιηθεί στο **Εθνικό Πιλοτικό Πρόγραμμα Κατάρτισης** του έργου Erasmus+ EU Heritage, προκειμένου οι εκπαιδευτές να βασιστούν σε μια πρόταση όσον αφορά τη διάρκεια και τη συχνότητα ανάπτυξης της κατάρτισης. Σε κάθε εταίρο δίνεται η μέγιστη δυνατή ευελιξία να προσαρμόσει τις προτάσεις στο δικό του εθνικό πλαίσιο. Η μόνη αναγκαία και υποχρεωτική πτυχή είναι να **ολοκληρωθεί το αργότερο μέχρι τις 30 Νοεμβρίου**.

Το κεφάλαιο 2 προσδιορίζει το **ρόλο του εκπαιδευτή** και εξηγεί πώς να καθοδηγήσει τους συμμετέχοντες στη συμπλήρωση των δομικών στοιχείων του καμβά.

Το κεφάλαιο 3 εξηγεί πώς επινοήθηκε και σχεδιάστηκε ο Καμβάς Σχεδιασμού Εμπειρίας, προκειμένου να δοθεί μια ιδέα της έρευνας που βρίσκεται πίσω από το σχεδιασμό του. Μπορεί να αποτελέσει ένα χρήσιμο κεφάλαιο για τους Εκπαιδευτές που επιθυμούν να εμβαθύνουν τις γνώσεις τους ή τις γνώσεις των σπουδαστών ανεξάρτητα.

Το εργαλείο EU Heritage Καμβάς Σχεδιασμού Εμπειρίας θα μεταφραστεί έως τις 30 Σεπτεμβρίου στα γαλλικά, γερμανικά, ελληνικά, ιταλικά, ρουμανικά και ισπανικά, ώστε να μπορεί να χρησιμοποιηθεί στις εθνικές γλώσσες μαζί με τις 15 βασικές υποενότητες που επιλέχθηκαν και μεταφράστηκαν από την Ευρωπαϊκή Εκπαίδευση.

Κεφάλαιο 1. EU Heritage Εθνικό Πιλοτικό Πρόγραμμα Κατάρτισης

Ο Καμβάς Σχεδιασμού Εμπειρίας EU Heritage είναι ένα πρακτικό εργαλείο που σχεδιάστηκε για τη διεξαγωγή του εργαστηριακού μέρους του Εθνικού Πιλοτικού Προγράμματος Κατάρτισης του προγράμματος Erasmus+ EU Heritage, με **στόχο** να δώσει στους συμμετέχοντες στο Εθνικό Πιλοτικό Πρόγραμμα Κατάρτιση την ευκαιρία να δημιουργήσουν ένα **πρωτότυπο προϊόν εμπειρίας** με βάση τις γνώσεις που αποκτήθηκαν κατά τη διάρκεια της κατάρτισης.

Περιεχόμενο, περίοδος, διάρκεια (40 ώρες) και συχνότητα



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ

Το περιεχόμενο της κατάρτισης αποτελείται από θεωρία (οι 15 βασικές υποενότητες του MOOC [available at this link¹](#)) (διαθέσιμο στα αγγλικά) σε συνδυασμό με **πρακτική** (ο Καμβάς Σχεδιασμού Εμπειρίας [available at this link²](#) -διαθέσιμο στα αγγλικά- σε εκτυπώσιμη και ηλεκτρονική έκδοση).



ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΚΑΙ ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ

Η συνολική προτεινόμενη διάρκεια του Εθνικού Πιλοτικού Προγράμματος Κατάρτισης είναι **40 ώρες**, με προτεινόμενη κατανομή περίπου **10 ημερών** (4 ώρες ανά ημέρα).

Η προτεινόμενη συχνότητα είναι **2 ημέρες την εβδομάδα (4 ώρες την ημέρα)**, αν και κάθε εκπαιδευτής μπορεί να επιλέξει την καλύτερη δυνατή λύση.



ΠΕΡΙΟΔΟΣ

Τα Εθνικά Πιλοτικά Εκπαιδευτικά Προγράμματα πραγματοποιούνται σε κάθε χώρα εταίρο από τον **Οκτώβριο του 2021** έως τα τέλη **Νοεμβρίου 2021**.

¹ 15 βασικές υποενότητες:

https://drive.google.com/drive/folders/1H3_ANLrd6NR1QLuDrefInkZS_vh7ND4h

² Canvas: <https://drive.google.com/drive/folders/1FaPZHjGxTpHDJqd34s0fMuoQQURK4FeO>

Οι εταίροι μπορούν να επιλέξουν μεταξύ 2 επιλογών για την ανάπτυξη του Εθνικού Πιλοτικού Προγράμματος Κατάρτισης, ωστόσο η Materahub προτείνει την επιλογή 2, εάν οι εταίροι επιθυμούν να διασφαλίσουν μια προσέγγιση που θα βασίζεται περισσότερο στην πρακτική. Ανεξάρτητα από την επιλογή που θα αποφασίσουν να υλοποιήσουν, προτείνεται έντονα μια εισαγωγική φάση και μια φάση παρακολούθησης.

Εισαγωγή στην εκπαίδευση: 4 ώρες

Στην **εισαγωγή** (προτεινόμενη διάρκεια **4 ώρες**) θα πρέπει να υπάρχει:

- παρουσίαση των στόχων, της εξέλιξης και των αποτελεσμάτων του έργου EUHeritage
- παρουσίαση του Εθνικού Πιλοτικού Προγράμματος Κατάρτισης
- παρουσίαση των συμμετεχόντων και των μεντόρων.

Ανάπτυξη κατάρτισης: 28 ώρες

Επιλογή 1 | Πρώτα όλη η θεωρία, μετά όλη η πρακτική

Πρώτα απ' όλα, η θεωρία εξηγείται μέσω των 15 βασικών υποενοτήτων της Ευρωπαϊκής Κατάρτισης, με τη φυσική τους σειρά, που είναι διαθέσιμες [at this link](#) και παρουσιάζεται παρακάτω.

Διδακτική ενότητα 1	Πολιτιστική κληρονομιά και τουρισμός εμπειρίας για την τοπική ανάπτυξη <i>Επιμελητής περιεχομένου: Fondazione Fitzcarraldo</i>
Υ.Ε. 1.2.2	Νέο παράδειγμα προς τον τουρισμό εμπειρίας: ο «Κύκλος Εμπειρίας»
Υ.Ε. 1.3.1	Τουρισμός εμπειριών και νέες διαστάσεις του τουρισμού μετά το COVID
Υ.Ε. 1.4.1	Ο ρόλος των εμπλεκόμενων φορέων για την τοπική ανάπτυξη
Διδακτική ενότητα 2	Σχεδιάστε μια καινοτόμο εμπειρία για τους επισκέπτες <i>Επιμελητής περιεχομένου: Πανεπιστήμιο της Μάλτας</i>
Υ.Ε. 2.2.2	Αποστολή, όραμα και φιλοδοξίες κοινού για τη δημιουργία ουσιαστικών και ελκυστικών εμπειριών
Υ.Ε. 2.4.3	Εργαλεία ανάπτυξης κοινού για την εμπλοκή και τη βελτίωση της εμπειρίας των επισκεπτών
Διδακτική ενότητα 3	Ψηφιακές στρατηγικές και εργαλεία για την πολιτιστική κληρονομιά <i>Επιμελητής περιεχομένου: M2C (με ENCATC και NIRCT)</i>
Υ.Ε. 3.1.3	Ψηφιακή ανταλλαγή με τους επισκέπτες
Υ.Ε. 3.3.3	Εμπλοκή χρηστών και αφήγηση

Υ.Ε. 3.4.2	Σχεδιασμός της ψηφιακής εμπειρίας: διαδικασίες και βήματα για διαδικτυακές και επιτόπιες ψηφιακές πρωτοβουλίες
Διδακτική ενότητα 4	Επιχειρηματική προσέγγιση για την πολιτιστική κληρονομιά <i>Επιμελητής περιεχομένου: Matera Hub και Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο</i>
Υ.Ε. 4.1.2	Αναγνώριση, αξιολόγηση και κατάρτιση επιχειρηματικών δεξιοτήτων στο πλαίσιο της περιγραφής EntreComp
Υ.Ε. 4.3.3	Τα διαφορετικά οικονομικά μοντέλα & οργανωτικές δομές για την πολιτιστική κληρονομιά και τον τουρισμό
Υ.Ε. 4.4.1	Μακροπρόθεσμες στρατηγικές για βιώσιμη επικοινωνία στον τομέα της πολιτιστικής κληρονομιάς και του τουρισμού
Διδακτική ενότητα 5	Βιωσιμότητα, μέτρηση αντικτύπου και αξιολόγηση έργων <i>Επιμελητής περιεχομένου: la Cultora</i>
Υ.Ε. 5.1.2	Γιατί η μέτρηση έχει σημασία: βήματα πέρα από την παρακολούθηση και την αξιολόγηση
Υ.Ε. 5.2.3	Σχεδιάστε μια διαδικασία για το σχεδιασμό ενός έργου αξιολόγησης
Υ.Ε. 5.3.1	Κύκλος μέτρησης αντικτύπου
Υ.Ε. 5.4.1	Μέτρηση της βιωσιμότητας: ευθυγράμμιση με SDGs

Στη συνέχεια, όλη η πρακτική, μέσω της χρήσης του Καμβά Σχεδιασμού Εμπειρίας, διαθέσιμο [at this link](#) και των οποίων τα δομικά στοιχεία απαριθμούνται παρακάτω:

1. Ανάλυση πλαισίου
2. Αξία και στόχοι για τους δικαιούχους
3. Σχεδιασμός εμπειρίας
4. Ψηφιακή διάσταση
5. Οικονομική βιωσιμότητα
6. Πρωτότυπη Εμπειρία Κληρονομιάς
7. Αντίκτυπος και παρακολούθηση

Επιλογή 2 | Θεωρία και πρακτική μέρα με τη μέρα

Κάθε μέρα το θεωρητικό και το πρακτικό μέρος θα συνδυάζονται σε μια μορφή θεωρίας-πρακτικής.

Στην περίπτωση αυτή, οι βασικές **15 υποενότητες** της Ευρωπαϊκής Κατάρτισης, διαθέσιμο [at this link](#), θα **αναδιοργανωθεί** όπως φαίνεται παρακάτω και θα συνοδεύεται από τη χρήση του Καμβά Σχεδιασμού Εμπειρίας, διαθέσιμο [at this link](#).

Σε κάθε υποενότητα θα αφιερώνεται **περίπου 1 ώρα**, συμπεριλαμβανομένης της επεξήγησης και της ανοιχτής συζήτησης.

Σε κάθε δομικό στοιχείο του καμβά θα αφιερώνονται **περίπου 2 ώρες**.

ΔΙΑΡΚΕΙΑ	ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ	
ΘΕΩΡΙΑ		
	Κωδικός υποενότητας	Τίτλος υποενότητας
1 ώρα	Υ.Ε. 1.3.1	Εμπειρία του τουρισμού και νέες διαστάσεις του τουρισμού μετά τον COVID
1 ώρα	Υ.Ε. 1.4.1	Ο ρόλος των εμπλεκόμενων φορέων για την τοπική ανάπτυξη
1 ώρα	Υ.Ε. 2.2.2	Αποστολή, όραμα και φιλοδοξίες κοινού για τη δημιουργία ουσιαστικών και ελκυστικών εμπειριών
ΠΡΑΚΤΙΚΗ		
2 ώρες	Δομικό στοιχείο του καμβά 1: ΑΝΑΛΥΣΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ	
ΘΕΩΡΙΑ		
	Κωδικός υποενότητας	Τίτλος υποενότητας
1 ώρα	Υ.Ε. 2.4.3	Εργαλεία ανάπτυξης κοινού για την εμπλοκή και τη βελτίωση της εμπειρίας των επισκεπτών
ΠΡΑΚΤΙΚΗ		
2 ώρες	Δομικό στοιχείο 2 του Καμβά: ΑΞΙΕΣ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΩΦΕΛΟΥΜΕΝΟΥΣ	
ΘΕΩΡΙΑ		
	Κωδικός υποενότητας	Τίτλος υποενότητας

1 ώρα	Υ.Ε. 1.2.2	Νέο παράδειγμα προς την εμπειρία του τουρισμού: ο «Κύκλος εμπειρίας»
ΠΡΑΚΤΙΚΗ		
2 ώρες	Canvas Building Block 3: EXPERIENCE DESIGN	
ΘΕΩΡΙΑ		
	Κωδικός υποενότητας	Τίτλος υποενότητας
1 ώρα	Υ.Ε. 3.1.3	Ψηφιακή ανταλλαγή με τους επισκέπτες
1 ώρα	Υ.Ε. 3.3.3	Εμπλοκή χρηστών και αφήγηση
1 ώρα	Υ.Ε. 3.4.2	Σχεδιασμός της ψηφιακής εμπειρίας: διαδικασίες και βήματα για διαδικτυακές και επιτόπιες ψηφιακές πρωτοβουλίες
ΠΡΑΚΤΙΚΗ		
2 ώρες	Δομικό στοιχείο 4 του Καμβά: ΨΗΦΙΑΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ	
ΘΕΩΡΙΑ		
	Κωδικός υποενότητας	Τίτλος υποενότητας
1 ώρα	Υ.Ε. 4.1.2	Αναγνώριση, αξιολόγηση και κατάρτιση επιχειρηματικών δεξιοτήτων στο πλαίσιο της περιγραφής EntreComp
1 ώρα	Υ.Ε. 4.3.3	Τα διαφορετικά οικονομικά μοντέλα & οργανωτικές δομές για την πολιτιστική κληρονομιά και τον τουρισμό
1 ώρα	Υ.Ε. 4.4.1	Μακροπρόθεσμες στρατηγικές για βιώσιμη επικοινωνία στον τομέα της πολιτιστικής κληρονομιάς και του τουρισμού
ΠΡΑΚΤΙΚΗ		
2 ώρες	Δομικό στοιχείο του Καμβά 5: ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ	
ΜΟΝΟ ΠΡΑΚΤΙΚΗ		
2 ώρες	Δομικό στοιχείο 6 του Καμβά: ΠΡΩΤΟΤΥΠΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΚΛΗΡΟΝΟΜΙΑΣ	

ΘΕΩΡΙΑ		
	Κωδικός υποενότητας	Τίτλος υποενότητας
1 ώρα	Υ.Ε. 5.1.2	Γιατί η μέτρηση έχει σημασία: βήματα πέρα από την παρακολούθηση και την αξιολόγηση
1 ώρα	Υ.Ε. 5.2.3	Σχεδιασμός μιας διαδικασίας για το σχεδιασμό ενός έργου αξιολόγησης
1 ώρα	Υ.Ε. 5.3.1	Κύκλος μέτρησης επιπτώσεων
1 ώρα	Υ.Ε. 5.4.1	Μέτρηση της βιωσιμότητας: ευθυγράμμιση με SDGs
ΠΡΑΚΤΙΚΗ		
2 ώρες	Δομικό στοιχείο 7 του Καμβά: ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΚΑΙ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ	

Παρακολούθηση κατάρτισης: 8 ώρες

Στη φάση παρακολούθησης (περίπου 8 ώρες) μπορεί να υπάρξουν:

- μια ανοιχτή συζήτηση σχετικά με το κατά πόσον οι στόχοι της κατάρτισης έχουν επιτευχθεί ή όχι
- την πρωτοτυποποίηση των εμπειριών που σχεδιάστηκαν κατά τη διάρκεια της κατάρτισης
- προτάσεις από ομότιμους προς ομότιμους για τον τρόπο βελτίωσης της εμπειρίας
- ανοιχτή συζήτηση σχετικά με την πιθανή μελλοντική ανάπτυξη των εμπειριών
- τελική παρουσίαση του καμβά σχεδιασμού εμπειριών κάθε συμμετέχοντα, ο οποίος προσαρμόστηκε εκ νέου σύμφωνα με τα σχόλια που συγκεντρώθηκαν από τους μέντορες, τους συναδέλφους και τους εμπειρογνώμονες.

Κεφάλαιο 2. Συμβουλές για τους εκπαιδευτές που χρησιμοποιούν τον καμβά

Αυτό το κεφάλαιο καθορίζει το ρόλο του εκπαιδευτή και εξηγεί πώς να καθοδηγήσει τους συμμετέχοντες στη συμπλήρωση των δομικών στοιχείων του Καμβά.

Ποιος είναι ο εκπαιδευτής;

Ο εκπαιδευτής είναι μέλος του οργανισμού-εταίρου που συμμετέχει στο έργο EU Heritage. Είναι το πρόσωπο αναφοράς για τους συμμετέχοντες στο εθνικό πιλοτικό πρόγραμμα κατάρτισης σε σχέση με το περιεχόμενο που παρέχεται κατά τη διάρκεια της κατάρτισης. Θα διδάξει τις 15 υποενότητες με τρόπο της επιλογής του/της: εξηγώντας κάθε PPT ή επιτρέποντας στους συμμετέχοντες να τις μελετήσουν μόνοι τους και στη συνέχεια να συζητήσουν ανοιχτά, με τη διευκόλυνση του Εκπαιδευτή. Θα καθοδηγήσει επίσης τους συμμετέχοντες στη χρήση του καμβά σχεδιασμού εμπειρίας.

Πόσοι εκπαιδευτές για κάθε Εθνικό Πιλοτικό Πρόγραμμα Κατάρτισης;

Η απόφαση αυτή εναπόκειται σε κάθε οργανισμό-εταίρο. Μπορούν να υπάρχουν περισσότεροι του ενός εκπαιδευτές, εάν ο οργανισμός εταίρος θεωρεί ότι αυτό μπορεί να ανακουφίσει και να καταλείψει τον φόρτο εργασίας.

Πώς να καθοδηγήσετε τους συμμετέχοντες μέσω του Καμβά;

Ακολουθούν τα κείμενα που βρίσκονται επίσης, μέσα στον καμβά πριν από κάθε δομικό στοιχείο. Περιέχουν συνθετικές προτάσεις και υποστηρίζονται από μικρότερες συμβουλές μέσα σε κάθε δομικό στοιχείο.

1. Ανάλυση πλαισίου

Κάθε εμπειρία πολιτιστικής κληρονομιάς και τουρισμού βασίζεται στο πλαίσιο στο οποίο εντάσσεται, το οποίο αποτελείται από την τοπική κοινότητα, τους επισκέπτες, τους ξεναγούς, τους καλλιτέχνες, τους συνεργάτες, τους υπαλλήλους και άλλους **εσωτερικούς και εξωτερικούς ενδιαφερόμενους**, που ορίζονται ως τα μέρη που επηρεάζουν ή επηρεάζονται από την εμπειρία. Ως εκ τούτου, είναι χρήσιμο να έχουμε καλή γνώση των βασικών εμπλεκόμενων φορέων.

Αφού τους εντοπίσετε, προσπαθήστε να σκεφτείτε τη **διαχείριση του έργου** της εμπειρίας που σχεδιάζετε ή αναλύετε.

Ρόλοι: ποιος αναλαμβάνει ποιες εργασίες;

Φάσεις: σε ποιες περιόδους μπορείτε να χωρίσετε το έργο (π.χ.: προετοιμασία - 1 μήνας, υλοποίηση - 2 μήνες κ.λπ.).

Πλατφόρμα: πώς ενημερώνεται η ομάδα για την πρόοδο του έργου; Μέσω ποιας πλατφόρμας (π.χ. Google Sheets, Asana, Basecamp κ.λπ.)

Μόλις ξεκαθαριστούν αυτές οι οργανωτικές πτυχές, είναι καιρός να γράψετε την **αποστολή** (πιο

εφικτή βραχυπρόθεσμα) και το **όραμα** (ευρύτερο, μακροπρόθεσμα) της εμπειρίας που σχεδιάζετε ή αναλύετε. Αν τη σχεδιάζετε, ονειρευτείτε μεγάλα πράγματα! Σκεφτείτε πώς θα μπορούσατε να γίνετε δημιουργός τάσεων και να βελτιώσετε την πολιτιστική ευημερία της κοινότητάς σας.

2. Αξίες & στόχοι για τους δικαιούχους

Ποιοι είναι οι **δικαιούχοι**; Είναι οι χρήστες, οι επισκέπτες, οι τουρίστες ή, με επιχειρηματικούς όρους, οι στόχοι της πολιτιστικής κληρονομιάς ή της τουριστικής εμπειρίας που σχεδιάζετε ή αναλύετε. Στην EU Heritage, προτιμούμε να τους αποκαλούμε δικαιούχους επειδή η ικανοποίηση των αναγκών τους και η εξασφάλιση μιας πολύτιμης εμπειρίας θα πρέπει να είναι ο κύριος στόχος μας.

Για να το πετύχετε αυτό, πρέπει πρώτα να τους γνωρίσετε καλύτερα μέσω της δημογραφικής και γεωγραφικής **τμηματοποίησης** και στη συνέχεια να τους κατανοήσετε μέσω της ψυχογραφικής και συμπεριφορικής τμηματοποίησης.

Μόλις ολοκληρωθεί αυτός ο **χάρτης ενσυναίσθησης**, προσπαθήστε να εντοπίσετε τους **στόχους S.M.A.R.T**: Συγκεκριμένοι, μετρήσιμοι, εφικτοί, σχετικοί και χρονικά δεσμευμένοι. Για παράδειγμα, μπορείτε να φανταστείτε ότι θα πουλήσετε Χ εισιτήρια για την εμπειρία σε Υ μήνες. Αλλά ακόμα, ποια είναι η **στρατηγική πρόταση αξίας** που προσφέρει η εμπειρία στους δικαιούχους; Ένας καλός τρόπος για να το σκεφτείτε είναι να προσδιορίσετε ένα ή περισσότερα προβλήματα που αφορούν τους δικαιούχους και μία ή περισσότερες λύσεις που η εμπειρία έχει για να τα επιλύσει. Αυτός ο τρόπος, εμπνευσμένος από τη μέθοδο lean startup, επιτρέπει στην πρόταση αξίας να είναι πραγματικά στρατηγική και να διαφοροποιείται από άλλες εμπειρίες.

3. Σχεδιασμός εμπειρίας

Έχετε φτάσει στον πυρήνα: σχεδιάζετε την εμπειρία - ή αναλύετε μια ήδη υπάρχουσα εμπειρία. **Ας φορέσουμε λοιπόν τα παπούτσια των δικαιούχων!**

Εμπνευσμένοι από τον κύκλο της εμπειρίας, προβληματιζόμαστε σχετικά με τα φυσικά και ψηφιακά σημεία επαφής, σε κάθε μία από τις 3 φάσεις: προ-εμπειρία, εντός-εμπειρία και μετά-εμπειρία, επειδή η εμπειρία δεν αρχίζει μόνο όταν οι δικαιούχοι φτάνουν στους προορισμούς - είτε πρόκειται για ένα μουσείο είτε για έναν τόπο - αλλά αρχίζει πριν από την άφιξη και τελειώνει με τις αναμνήσεις των συλλογισμών στη φάση μετά την επίσκεψη και τα σχέδια για μελλοντικές επισκέψεις.

Παράγοντες όπως η **διαδραστικότητα**, το **παιχνίδι**, η **αναγέννηση** και άλλοι όπως η **προσβασιμότητα** και τα εκπαιδευτικά στοιχεία παίζουν καθοριστικό ρόλο στη δημιουργία καλών, αξέχαστων αναμνήσεων: γι' αυτό ενθαρρύνουμε τον αναστοχασμό βαθμολογώντας την εμπειρία από το 1 έως το 10 για κάθε μία από αυτές τις πτυχές.

Τελευταίο αλλά όχι λιγότερο σημαντικό, **τι αφήνουν οι δικαιούχοι στον προορισμό τους;**

Και τι **φέρνουν στο σπίτι τους;**

Αυτό ενθαρρύνει τον προβληματισμό σχετικά με αντικείμενα ή άυλα πράγματα (κάτι γραπτό, μια ψηφιακή δημιουργία ή οτιδήποτε άλλο) που φέρνουν μαζί τους - ως ανάμνηση - ή αφήνουν πίσω τους - ως ανάμνηση για τον τόπο ή ως αποτύπωμα.

4. Ψηφιακή διάσταση

Καλώς ήρθατε στο σχεδιασμό του μπλοκ για να προβληματιστείτε σχετικά με την ψηφιακή διάσταση που εμπλέκεται στην εμπειρία, η οποία αποδεικνύει περισσότερα

Τα **ψηφιακά εργαλεία μέσα στην εμπειρία** αναφέρονται στην εικονική και επαυξημένη πραγματικότητα, τη χαρτογράφηση προβολής, την παιγνιοποίηση, τα μεγάλα δεδομένα, την τεχνητή νοημοσύνη, την τρισδιάστατη εκτύπωση και την τρισδιάστατη σάρωση κ.ο.κ. Για την **προώθηση της εμπειρίας**, υπάρχει ένας κατάλογος μέσων ψηφιακού μάρκετινγκ και branding, από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έως το ηλεκτρονικό ενημερωτικό δελτίο, εφαρμογές για

τηλέφωνα, gamification και blogging με τη χρήση κανόνων SEO/SEM.

Αυτός ο προβληματισμός θα σας μεταφέρει σε αυτόν σχετικά με το **περιεχόμενο**, το οποίο πρέπει να σχεδιαστεί και να εκτείνεται από ενημερωτικό έως προς πώληση και δημιουργούμενο από τους χρήστες.

Σε ποια **κανάλια** θα διαδώσετε το περιεχόμενο που σχετίζεται με την πολιτιστική κληρονομιά ή την τουριστική σας εμπειρία; Ποια κανάλια θα έχουν διαφημιστική χρήση; Ποια άλλα θα έχουν εκπαιδευτική χρήση, εάν υπάρχουν; Και μέσω ποιων καναλιών θα πουλήσετε;

5. Οικονομική βιωσιμότητα

Τώρα που όλα έχουν καθοριστεί, είναι καιρός να κάνετε μια απλοποιημένη ανάλυση του ισοζυγίου, λαμβάνοντας υπόψη το **κόστος και τα έσοδα** που απορρέουν από την εμπειρία της πολιτιστικής κληρονομιάς που περιγράψατε μέχρι στιγμής.

Για να εξασφαλιστεί η οικονομική και χρηματοοικονομική βιωσιμότητα στη διαχείριση και ανάδειξη των εμπειριών πολιτιστικής κληρονομιάς, είναι απαραίτητο να αποκτήσετε μια **επιχειρηματική προσέγγιση** και να καθορίσετε ένα **βιώσιμο οικονομικό σχέδιο**, το οποίο βοηθά επίσης στη βελτίωση των θετικών επιπτώσεων στους οργανισμούς και τα εδαφικά οικοσυστήματα.

Οι **ευκαιρίες συγκέντρωσης χρημάτων** αποτελούν σημαντική πηγή, ωστόσο είναι ζωτικής σημασίας να καθορίσετε μια τελική τιμή για την εμπειρία που να αντικατοπτρίζει την **αξία** που προσφέρει και την ποσότητα που σκοπεύετε να πουλήσετε σε εύθετο χρόνο. Μια τέτοια τιμή θα πρέπει επίσης να λαμβάνει υπόψη το **μακροπρόθεσμο κόστος και τα οφέλη** της εμπειρίας, τα οποία μπορεί να είναι περιβαλλοντικά, κοινωνικά και οικονομικά. Το επίθετο κοινωνικό περιλαμβάνει επίσης π.χ. την ικανοποίησή σας ως διαχειριστή, τον χρόνο που ξοδεύετε για τον σχεδιασμό και την παροχή της εμπειρίας και το αν αυτή θα αποπληρωθεί ή όχι.

6. Πρωτότυπη εμπειρία κληρονομιάς

Ήρθε η ώρα να σχεδιάσετε το πρωτότυπό σας! Το πρωτότυπο είναι μια πρώτη έκδοση της τελικής εμπειρίας, η οποία δεν περιλαμβάνει όλα τα χαρακτηριστικά που θα περιέχει, αλλά μόνο τα βασικά. Ακόμη και αν νομίζετε ότι δεν μπορείτε να **σχεδιάσετε**, μην ανησυχείτε! Απλά δοκιμάστε. Αυτό σας ενθαρρύνει να είστε δημιουργικοί και να φορέσετε πραγματικά τα παπούτσια του δικαιούχου. Να θυμάστε: όλα όσα περιέχονται σε αυτό το δομικό στοιχείο αποσκοπούν στην **πραγματική υλοποίηση αυτού του πρωτοτύπου**.

Σχεδιάζετε μια νέα μουσειακή έκθεση; Μπορείτε να σχεδιάσετε τα σκηνικά που θα χρησιμοποιήσετε για να διαμορφώσετε τα περίπτερα ή άλλα είδη φυσικών στοιχείων που θα χρησιμοποιηθούν για την έκθεση. Ένα στήριγμα είναι μια ψεύτικη έκδοση σε πολύ φθηνότερο υλικό, π.χ. ανακυκλωμένο χαρτόκουτο.

Σχεδιάζετε μια τουριστική εμπειρία ομαδικής οικοδόμησης που να περιλαμβάνει πολιτιστική κληρονομιά; Τότε ένα παιχνίδι ρόλων που προσομοιώνει την εμπειρία θα μπορούσε να είναι ένα χρήσιμο πρωτότυπο.

Επινοείτε μια νέα εκδρομή; Μια μικρότερη και απλούστερη εκδοχή της μπορεί να είναι μια λύση για να εξερευνήσετε τον τόπο και να δείτε αν λειτουργεί.

Αφού το αποφασίσετε, σχεδιάστε τη **beta δοκιμή** σας, αποφασίζοντας πού και πότε θα την κάνετε, ποιος θα είναι ο τυχερός δοκιμαστής και πώς θα συγκεντρώσετε τα σχόλια, τα οποία θα καταγράψετε μόλις τα λάβετε τόσο από εσωτερικούς (την ομάδα σας) όσο και από εξωτερικούς ενδιαφερόμενους (τους beta δοκιμαστές, την τοπική κοινότητα κ.λπ.). Θυμηθείτε να διασκεδάσετε!

7. Αντίκτυπος και παρακολούθηση

Καλώς ήρθατε στο τελευταίο αλλά όχι λιγότερο σημαντικό δομικό στοιχείο, το οποίο θα σας επιτρέψει να σκεφτείτε **τι και πώς να μετρήσετε** και στις τρεις φάσεις της εμπειρίας.

Όταν φτιάχνετε αυτόν τον κατάλογο, μπορείτε να τον συσχετίσετε με το τρίτο και το τέταρτο δομικό στοιχείο: να θυμηθείτε όλα τα *επίπεδα της εμπειρίας* και να λάβετε υπόψη όλα τα *ψηφιακά σημεία επαφής* που επιτρέπουν τη συλλογή σχετικών δεδομένων για τη μέτρηση, για παράδειγμα, της ποσότητας των επισκεπτών σε σύγκριση με τις απεικονίσεις και του επιπέδου ικανοποίησής τους.

Αφού προσδιορίσετε τον τρόπο μέτρησης, οι ΒΔΑ (**Βασικοί Δείκτες Απόδοσης**) σας επιτρέπουν να εμβαθύνετε περισσότερο, ώστε να είστε πιο ακριβείς. Λάβετε υπόψη ότι είναι προτιμότερο να επιλέγετε ΔΒΑ που μπορούν να επαναχρησιμοποιούνται χρόνο με το χρόνο, προκειμένου να επιδιώκεται η συνεχής βελτίωση σε σχέση με ένα σημείο αναφοράς.

Μπορείτε να συμπληρώσετε εκ νέου αυτό το τμήμα μόλις το πρωτότυπο υλοποιηθεί, σημειώνοντας τις **πιθανές λύσεις για τα σχόλια που λάβατε**, ιδίως για τα σχόλια σχετικά με τις πτυχές που πρέπει να βελτιωθούν. Σε περίπτωση θετικών παρατηρήσεων, θα πρέπει επίσης να εξετάσετε τρόπους διάδοσής τους για μια καλύτερη εμπειρία branding.

Επιπλέον συμβουλές για τον Εκπαιδευτή

Ακολουθεί ένας κατάλογος με επιπλέον συμβουλές που μπορούν να διευκολύνουν τη χρήση του Καμβά Σχεδιασμού Εμπειρίας για τους εκπαιδευτές.

Επιλογή της εμπειρίας

Αν και ενθαρρύνουμε έντονα να σχεδιάσουν μια ολοκαίνουργια εμπειρία, κάποιιοι συμμετέχοντες μπορεί να μην έχουν ιδέες για την εμπειρία που θα σχεδιάσουν: σε αυτή την περίπτωση, μπορούν να αναλύσουν μια ήδη υπάρχουσα εμπειρία.

Πώς να δημιουργήσετε ομάδες;

Οι συμμετέχοντες μπορούν να επιλέξουν αν θα εκτελέσουν το πρακτικό τους μέρος μόνοι τους ή σε ομάδα. Στην τελευταία περίπτωση, βεβαιωθείτε ότι η εμπειρία που θα επιλεγεί θα τους κινητοποιήσει.

Επαναπροσαρμογή στην πανδημία

Η πανδημία Covid-19 έχει επιφέρει συνεχείς αλλαγές σε όλους τους τομείς, συμπεριλαμβανομένου του πολιτισμού και του τουρισμού. Επομένως, είναι απαραίτητο να το έχουμε κατά νου σε όλη τη διαδικασία σχεδιασμού της εμπειρίας και, ενδεχομένως, να εφαρμόσουμε πρακτικές ανθεκτικότητας που μπορούν να βοηθήσουν στην ανάκαμψη των τομέων μας.

Υπενθυμίστε την ανθρωποκεντρική προσέγγιση

Δεδομένου ότι η Πολιτιστική Κληρονομιά θεωρείται από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή ως ενσωμάτωση χώρων, προορισμών και κοινοτήτων, ενθαρρύνουμε μια ανθρωποκεντρική νοοτροπία με γνώμονα τον ωφελούμενο, επιτρέποντας την επίτευξη ωφελειών για την κοινότητα κατά πρώτο λόγο και την οικονομική επιτυχία ως φυσικό επακόλουθο.

Κεφάλαιο 3. Τα εργαλεία από τα οποία εμπνεόμαστε

Αυτό το κεφάλαιο εξηγεί πώς επινοήθηκε και σχεδιάστηκε ο Καμβάς Σχεδιασμού Εμπειρίας. Μπορεί να αποτελέσει ένα χρήσιμο κεφάλαιο για τους Εκπαιδευτές που επιθυμούν να εμπραθύνουν τις γνώσεις τους ή τις γνώσεις των σπουδαστών τους σχετικά με:

- την έρευνα πίσω από το σχεδιασμό του Καμβά,
- υπάρχοντα εργαλεία σχεδιασμού και προβολής.

Γιατί δημιουργήθηκε;

Το Εθνικό Πιλοτικό Πρόγραμμα Κατάρτισης του έργου "EUHeritage" περιλαμβάνει ένα εργαστηριακό μέρος, για το οποίο χρειαζόμασταν ένα πρακτικό εργαλείο. Κοιτάζοντας στο διαδίκτυο και ανατρέχοντας στην προηγούμενη εμπειρία μας ως εμπειρογνώμονες πολιτιστικής κληρονομιάς, παρατηρήσαμε ότι υπάρχει ένα ευρύ φάσμα χρησιμων εργαλείων, τα οποία μπορούν να προσαρμοστούν και σε ένα ευρύ φάσμα πλαισίων σχεδιασμού. Παρ' όλα αυτά, είναι αποσπασματικά όταν λαμβάνονται μόνο τους, περιττά όταν τοποθετούνται μαζί μέσα σε ένα μάθημα, και δεν υπάρχει ένα ολοκληρωμένο εργαλείο όπως ένας καμβάς που να αναφέρεται ρητά στο σχεδιασμό μιας βιώσιμης εμπειρίας πολιτιστικής κληρονομιάς ή τουρισμού. Ως εκ τούτου, κατανοήσαμε ότι αυτό που έλειπε ήταν ένα μοναδικό, ολοκληρωμένο, έτοιμο προς χρήση εργαλείο με μια πιο βιωματική, συστημική και βιώσιμη προσέγγιση που θα ικανοποιούσε τις ανάγκες μας.

Πώς δημιουργήθηκε;

Για να δημιουργήσουμε τον Καμβά Σχεδιασμού Εμπειρίας αναρωτηθήκαμε ποια είναι τα απαραίτητα βήματα για μια επιτυχημένη εμπειρία, ποιες είναι οι παράμετροι αυτής της επιτυχίας και προσπαθήσαμε να ενσωματώσουμε τα υπάρχοντα εργαλεία με τον καλύτερο δυνατό τρόπο, ώστε να τα προσαρμόσουμε στις ανάγκες της Εθνικής Πιλοτικής Εκπαίδευσης και στις ανάγκες των CCIs. Σημειώστε ότι τα περισσότερα από τα υπάρχοντα εργαλεία γεννήθηκαν στον κόσμο των επιχειρήσεων κυρίως για να συνοδεύουν τους δημιουργούς προϊόντων και υπηρεσιών στη δημιουργία ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας που λαμβάνει υπόψη τις ανάγκες του χρήστη - συχνά ανάγκες που προκαλούνται από διαφημίσεις, τις περισσότερες φορές με κύριο στόχο την πώληση αυτού του προϊόντος ή υπηρεσίας, καθιστώντας το έτσι επιτυχημένο με την "κλασική" του έννοια, δηλαδή *οικονομικά επιτυχημένο*.

Η προσέγγιση με γνώμονα τους δικαιούχους

Στην περίπτωσή μας, αντίθετα, η επιτυχία πρέπει να νοείται ως επιτυχής στην ικανοποίηση των αναγκών των δικαιούχων κατά πρώτο λόγο, και στη συνέχεια ως οικονομικά επιτυχής, ακριβώς όπως μια φυσική συνέπεια. Οι εμπειρίες που σχετίζονται με την πολιτιστική κληρονομιά μπορούν να ικανοποιήσουν ανάγκες όπως η δημιουργικότητα, η γνώση, η ψυχαγωγία, η ανακάλυψη, η έκπληξη, η αίσθηση του ανήκειν και πολλά, πολλά άλλα, σε μια ευρύτερη θεώρηση που θεωρεί τον πολιτισμό και την **πολιτιστική κληρονομιά** απαραίτητες για την **ευημερία και την ευζωία των κοινοτήτων**.

Στις επόμενες παραγράφους εξηγείται λεπτομερώς γιατί κάθε ενότητα είναι σημαντική, τα βασικά ερωτήματα που απαντά και τα υπάρχοντα εργαλεία από τα οποία εμπνέεται ο Καμβάς.

1. Ανάλυση πλαισίου

Κάθε εμπειρία βασίζεται στο πλαίσιο στο οποίο βρίσκεται, το οποίο αποτελείται από την τοπική κοινότητα, τους επισκέπτες, τους καλλιτέχνες, τους επαγγελματίες του τουρισμού, τους τόπους και άλλα περιουσιακά στοιχεία: με άλλα λόγια, τους **εσωτερικούς και εξωτερικούς εμπλεκόμενους φορείς**, καθώς και τις **σχέσεις μεταξύ τους**.

Η βαθιά γνώση όλων των εμπλεκόμενων φορέων και της εξέλιξής τους μέσα στο χρόνο είναι εξίσου σημαντική με τις δεξιότητες και τις ικανότητες για το σχεδιασμό, την ανάπτυξη και τη διαχείριση τοπικών αναπτυξιακών διαδικασιών με τη χρήση της Πολιτιστικής Κληρονομιάς.

Ως παράδειγμα εξωτερικού πλαισίου, πρέπει να γνωρίζουμε ποιες είναι οι σημαντικές εξελίξεις στον κλάδο σας, στον τόπο σας, στον οργανισμό σας και στα τμήματα της αγοράς (και επίσης να γνωρίζουμε ότι θα μπορούσαμε μερικές φορές να γίνουμε trend-makers). Ορισμένες από τις αυξανόμενες ανάγκες και τάσεις στη βίωση της πολιτιστικής κληρονομιάς είναι η παιγνοποίηση (gamification), οι μετασχηματιστικές εμπειρίες, οι εκθέσεις που αφορούν συγκεκριμένους χώρους και η εξέταση του πολιτισμού ως μέτρο ευημερίας.

Όσον αφορά τα εσωτερικά ενδιαφερόμενα μέρη, πρέπει να αποφασίσουμε ποιος θα σχεδιάσει την εμπειρία (ο **Δημιουργός** από εδώ και στο εξής), ποιος θα τη διαχειριστεί (ο **Διαχειριστής**) και ο τελικός χρήστης (τον οποίο αποφασίσαμε να ονομάσουμε **Δικαιούχο** αντί για **στόχο**). Τέλος, πρέπει επίσης να προβληματιστούμε σχετικά με τις μεθόδους και τα κανάλια αλληλεπίδρασης μεταξύ τους.

Υπάρχουν τα ακόλουθα βασικά εργαλεία που βοηθούν στην απάντηση αυτών των βασικών ερωτημάτων.

Βασικά ερωτήματα και υφιστάμενα εργαλεία

Ποιοι είναι οι εμπλεκόμενοι για την εμπειρία;

- [Ecosystem map](#)

Ποιες είναι οι σχέσεις μεταξύ τους;

- [System mapping](#)

Ποιο είναι το ενδιαφέρον τους και η επιρροή τους πάνω μας;

- [Stakeholder map / matrix a.k.a. materiality analysis](#)

2. Αξία & στόχοι για τους δικαιούχους

Μια πραγματική επιχειρηματική προσέγγιση αντιστοιχεί συχνά στον εντοπισμό **προκλήσεων**, ανεκπλήρωτων αναγκών και κενών στην τρέχουσα προσφορά (επομένως **ευκαιριών**) και στην επεξεργασία μιας νικηφόρας ιδέας για την κάλυψη αυτών των κενών, την αντιμετώπιση αυτών των προκλήσεων και την ικανοποίηση αυτών των αναγκών. Ο καθορισμός μιας αποστολής και ενός οράματος συμβάλλει στη σκιαγράφηση της ευρύτερης εικόνας και στο πού τοποθετείται η εμπειρία. Με άλλα λόγια: ποια είναι η **πρόταση αξίας** της. Με αυτόν τον τρόπο τα έργα γίνονται αποτελεσματικά και βιώσιμα στις μέρες μας: αναπτύσσοντας ένα σχέδιο για την τοπική κοινότητα και τον τομέα του τουρισμού ξεκινώντας από μια προσέγγιση με γνώμονα τον χρήστη (στην περίπτωσή μας μια προσέγγιση με γνώμονα τον **δικαιούχο**).

Αυτό απαιτεί μια ευρεία κατανόηση του πού τοποθετείται η εμπειρία μας, συμπεριλαμβανομένων των εναλλακτικών, ανταγωνιστικών και συμπληρωματικών εμπειριών.

Κατά συνέπεια, η τοποθέτηση σημαίνει τον εντοπισμό των παραγόντων διαφοροποίησης της προσφοράς μας και την αξιοποίησή τους μέσω της ενσυναίσθησης με τους Δικαιούχους μας, της προσέλκυσης τους και της αντιστοίχισης των αναγκών τους με τη μοναδική μας πρόταση αξίας.

Βασικά ερωτήματα και υφιστάμενα εργαλεία

Ποιες είναι οι ανάγκες του χρήστη;

- Χάρτης ενσυναίσθησης
- Ποια είναι η πρόταση αξίας μας για την κάλυψη αυτών των αναγκών;
- Πρόταση Αξίας Καμβά
- Πώς μας αντιλαμβάνεται ο χρήστης σε σύγκριση με τους ανταγωνιστές μας;
- Τοποθέτηση / αντιληπτικός χάρτης

Ποιοι είναι οι ανταγωνιστές μας;

- Οι 5 δυνάμεις του Porters

Ποιες είναι οι ευκαιρίες και τα δυνατά σημεία, οι απειλές και οι προκλήσεις;

- Ανάλυση SWOT
- Ανάλυση PESTLE

Ποιες είναι οι πιθανές λύσεις;

- Lean Business Model Canvas

Ποιοι είναι οι στόχοι μας;

- Στόχοι S.M.A.R.T.

Πού τοποθετούμαστε στην αγορά;

- BGC πίνακας δημοτικότητας

3. Σχεδιασμός εμπειρίας

Για να σχεδιάσετε μια εμπειρία, θα πρέπει πρώτα να φανταστείτε τα βήματά της, σαν ένα σενάριο που απεικονίζει όλα τα σημεία επαφής με τους χρήστες. Αυτή η ενότητα έχει ως στόχο να αναλογιστεί αυτά τα βήματα, αποκτώντας έτσι μια ευρύτερη εικόνα της ίδιας της εμπειρίας.

Βασικά ερωτήματα και υφιστάμενα εργαλεία

Ποια είναι τα επιμέρους στάδια της εμπειρίας και οι τόποι που λαμβάνουν χώρα;

- UX χάρτες όπως [Exploratorium Mapping Study](#)

Ποια είναι τα επιμέρους βήματα της εμπειρίας;

- [Creative Land Europe](#)

Πώς μπορεί η εμπειρία να είναι πιο παιγνιώδης;

- [Gamification: Canvas Innovazione Culturale 1.0](#)

Ποια είναι τα συναισθήματα και οι επακόλουθες ενέργειες του χρήστη;

- [Emotions and Customer Experience - Brilliant Idea Studio](#)

Πώς ήταν ο χάρτης διαδρομής των επισκεπτών πριν από την ψηφιακή διάσταση και πώς είναι τώρα;

- [The future of museums: The ultimate visitor experience | ViMM \(vi-mm.eu\)](#)

4. Ψηφιακή διάσταση

Οι ψηφιακές στρατηγικές και τα μέσα για την αξιοποίηση και την επικοινωνία της πολιτιστικής κληρονομιάς βοηθούν στο σχεδιασμό της χρήσης της ψηφιακής διάστασης στην ανάπτυξη, διαχείριση και επικοινωνία χώρων, προορισμών και εμπειριών. Μια ψηφιακή στρατηγική απαιτεί τόσο τεχνικές δεξιότητες όσο και μια καλή προσαρμογή της στρατηγικής επικοινωνίας στους δικαιούχους.

Βασικά ερωτήματα και υφιστάμενα εργαλεία

Ποια είναι η στρατηγική και το σχέδιό μου για το ψηφιακό μάρκετινγκ;

- [The Digital Marketing Canvas | Download the Poster](#)
- [Digital Marketing Strategy Template | Media Trust](#)
- [Digital Marketing Canvas | Simplest & Easiest Framework](#)

Πώς, πού και πόσο συχνά εμπλέκω τους χρήστες;

- [The digital engagement framework](#)

5. Οικονομική βιωσιμότητα

Η οικονομική βιωσιμότητα αποτελεί επίσης μέρος ενός βιώσιμου σχεδίου. Πριν ξεκινήσουμε ένα νέο σχέδιο, θα πρέπει να αναρωτηθούμε τι οικονομικούς πόρους μπορούμε να επενδύσουμε και από πού θα μπορούσαμε να συγκεντρώσουμε κεφάλαια. Ένας μερικός κατάλογος των όσων πιθανώς θα περιλαμβάνει το σχέδιό σας είναι:

- Κατάλογος όλων των στοιχείων και των αναγκών του έργου
- Το ποσό που απαιτείται για τη συντήρηση κάθε στοιχείου
- Τρέχοντες πόρους
- Απαιτούμενοι πόροι
- Ευκαιρίες χρηματοδότησης (crowdfunding, επιχειρηματικοί άγγελοι, επιχορηγήσεις κ.ο.κ.)
Ποσό που θα ζητηθεί από κάθε οργανισμό, άτομο ή πηγή χρηματοδότησης
- Πώς θα ζητηθεί (και από ποιον και πότε)

Σε περίπτωση που χρειαστεί να συγκεντρώσουμε κάποια κεφάλαια, υπάρχουν διάφοροι τρόποι για να το κάνουμε. Μερικοί από αυτούς είναι:

- Άμεση αλληλογραφία
- Εκδηλώσεις
- Διαδικτυακές δωρεές
- E-mail Marketing
- Crowdfunding
- Συνεργασίες
- Χορηγίες
- Επιχορηγήσεις
-

Είναι επίσης σημαντικό στις μέρες μας να συμπεριληφθεί η "Triple Bottom Line" στα οικονομικά σχέδια, διότι το κόστος δεν είναι μόνο αυτό που είναι άμεσα ορατό, αλλά και εκείνο που προέρχεται από τις εξωγενείς επιδράσεις που αφορούν την περιβαλλοντική και κοινωνική σφαίρα, οι οποίες είναι εκείνες που δείχνουν τις επιπτώσεις και το κόστος τους μακροπρόθεσμα.

Βασικά ερωτήματα και υφιστάμενα εργαλεία

Ποιο είναι το οικονομικό μου σχέδιο;

- Excel, Google sheets...
- Επιχειρηματικό σχέδιο
- Προϋπολογισμός και πρόβλεψη κόστους
- Ανάλυση νεκρού σημείου
- Οικονομική κατάσταση

Πώς συνδέεται η οικονομική βιωσιμότητα με την περιβαλλοντική και κοινωνική βιωσιμότητα;

- [Triple Bottom Line](#)

6. Πρωτότυπη εμπειρία Κληρονομιάς

Τα πρωτότυπα εμπειρίας επιτρέπουν στους σχεδιαστές να παρουσιάσουν και να δοκιμάσουν τη λύση μέσω της ενεργού συμμετοχής των τελικών χρηστών, ή μερικές φορές της ομάδας σχεδιασμού ή ακόμη και των φίλων και της οικογένειάς τους. Αλληλεπιδρούν με μακέτες συγκεκριμένων σημείων επαφής της υπηρεσίας. Θα μπορούσε να υπάρχει ένα (ή περισσότερα) πρωτότυπα για κάθε σημείο επαφής, ώστε να συλλέγονται πληροφορίες σχετικά με τη συγκεκριμένη αλληλεπίδραση καθώς και για τη συνολική ροή από το ένα σημείο επαφής στο άλλο. Η δημιουργία πρωτοτύπων είναι χρήσιμη για να μάθουμε πώς να βελτιώσουμε και να αναπτύξουμε περαιτέρω την εμπειρία της υπηρεσίας, ενώ εξακολουθούμε να τη σχεδιάζουμε.

Υπάρχοντα εργαλεία

- Χονδρική πρωτοτυποποίηση: σκηνικού, σεναρίου, ρόλων, σκηνικών
- Παιχνίδι ρόλων στην ομάδα σχεδιαστών
- Ελάχιστο βιώσιμο προϊόν
- A/B δοκιμές

7. Αντίκτυπος και παρακολούθηση

Η αξιολόγηση των επιπτώσεων είναι το μέσο για τη μέτρηση της βιώσιμης ανάπτυξης και της αλλαγής.

Στην ισχυρή βιωσιμότητα, οι 3 πυλώνες της βιωσιμότητας που εμπεριέχονται στις περιβαλλοντικές διαστάσεις.

Βασικά ερωτήματα και υφιστάμενα εργαλεία

Ποιες μεταβλητές επηρεάζονται στο περιβαλλοντικό, κοινωνικό και οικονομικό πλαίσιο; Υπάρχει ένα ευρύ φάσμα εργαλείων και η χρήση τους εξαρτάται από το πλαίσιο στο οποίο χρησιμοποιείται, τη διάσταση της εταιρείας που το διενεργεί και την απαιτούμενη λεπτομέρεια. Μερικά από αυτά είναι: ορισμένα πλαίσια αξιολόγησης, όπως η εκτίμηση περιβαλλοντικών επιπτώσεων και η ολοκληρωμένη εκτίμηση αειφορίας- συμμετοχικά εργαλεία που παρέχουν ευρεία συμβολή από τα ενδιαφερόμενα μέρη και εξωτερικούς εμπειρογνώμονες, όπως οι έρευνες Delphi και οι ομάδες εστίασης- ανάλυση κόστους-οφέλους και ανάλυση κόστους-αποτελεσματικότητας- λογιστικά εργαλεία, όπως συγκεκριμένα σύνολα δεικτών.

Therefore the choice of the perfect tool really depends on how big the experience is: there is no one-size-fits-all tool.

Ανάλογα με το τι πρέπει να μετρηθεί, υπάρχουν διαφορετικοί τύποι KPIs (Key Performance Indicators). Μερικά παραδείγματα μπορεί να είναι:

- Ποσότητα πωληθέντων εισιτηρίων, αυξημένα έσοδα από την εμπειρία
- Αριθμός εργαζομένων που συμμετείχαν στο έργο ή την εμπειρία
- Αριθμός ιστοριών και αναρτήσεων στα κοινωνικά δίκτυα με αναφορά στην εμπειρία
- Ικανοποίηση των χρηστών ή των ενδιαφερομένων μερών (συχνά χρησιμοποιείται ως μέτρο σύγκρισης με τους ανταγωνιστές)

Συμπέρασμα

Το EU Heritage Experience Design Canvas είναι ένα αρκετά ευέλικτο εργαλείο όσον αφορά τη διάρκεια και τον τρόπο χρήσης: εξαρτάται από το αν θα χρησιμοποιηθεί ως ομάδα ή ανεξάρτητα και από το πόσο λεπτομερώς επιθυμούν οι συμμετέχοντες να εμβαθύνουν. Προς το παρόν, η σύμπραξη EU Heritage πρέπει να κατανοήσει σε ποιο βαθμό η επιτυχής χρήση του συνδέεται με το θεωρητικό υπόβαθρο των συμμετεχόντων, το οποίο στην περίπτωση του Εθνικού Πιλοτικού Προγράμματος Κατάρτισης παρέχεται από τις 15 βασικές υποενότητες που επιλέχθηκαν από την Ευρωπαϊκή Πιλοτική Κατάρτιση. Η παρακολούθηση της Ευρωπαϊκής Πιλοτικής Κατάρτισης που σχεδιάστηκε από την εταιρική σχέση EUHeritage μπορεί να προσφέρει πλεονεκτήματα όσον αφορά τις γνώσεις προκειμένου να υποστηριχθεί ο πρακτικός σχεδιασμός και η επιχειρηματολογία πίσω από τον Καμβά.

Ωστόσο, υπάρχουν κάποιες προσδοκίες ότι ο Καμβάς μπορεί να είναι χρήσιμος και σε όσους δεν έχουν παρακολουθήσει την Ευρωπαϊκή ή την Εθνική Κατάρτιση, επειδή το γεγονός ότι ενθαρρύνει τον σχεδιασμό μιας εμπειρίας από το μηδέν συμβάλλει στον προβληματισμό σχετικά με τις προκλήσεις όσον αφορά τη διαχείριση και τα σενάρια τάσεων όσον αφορά την πολιτιστική κληρονομιά και την ανάπτυξη τουριστικών εμπειριών. Όλα αυτά με μια πιο πρακτική, επαγωγική, εμπειρική προσέγγιση. Γι' αυτό το λόγο το εργαλείο αποτελεί μια ευκαιρία για τη διάδοση των αξιών και των αποτελεσμάτων του έργου EUHeritage και σε άλλα πλαίσια όπου παρέχεται κατάρτιση - ή συμβουλευτική - σε θέματα πολιτιστικής κληρονομιάς και τουρισμού. Στην περίπτωση αυτή, οι Εκπαιδευτές μπορούν να γίνουν Δάσκαλοι (για σχολικές αίθουσες), Μέντορες (για ανεξάρτητους φοιτητές ή επαγγελματίες) ή Σύμβουλοι Εμπειρογνομώνων (για οργανισμούς). Ως εκ τούτου, ο καμβάς πρέπει να δοκιμαστεί κατά τη διάρκεια του Εθνικού Πιλοτικού Προγράμματος Κατάρτισης αλλά και εκτός αυτής σε μικρότερες ομάδες στο μέλλον.

Εν κατακλείδι, υπάρχει η ιδέα να δημιουργηθεί μια κοινότητα πρακτικής γύρω από τον Καμβά, πρώτα απ' όλα επιτρέποντας στους χρήστες του Καμβά να μοιράζονται ό,τι έχουν παράγει μέσω εικόνων, σαρώσεων ή στιγμιότυπων οθόνης.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

EU Heritage.

Skills for promotion,
valorisation, exploitation, mediation and
interpretation of European Cultural Heritage