



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.:	Număr proiect: 601073-EPP-1-2018-1-IT EPPKA2-SSA
Project Acronym:	EUHERIT
Work Package No.:	4.
Deliverable name:	Manualul de formare <i>Proiectarea Experienței în domeniul patrimoniului cultural și turismului</i>
Deliverable No.:	/
Distribution level:	Confidențial
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 și Sara Simeone, Materahub

Index

Introducere	3
Capitolul 1. Formarea în cadrul politării naționale	5
Conținut, perioadă, durată (40 ore) și frecvență	5
Introducere în procesul formării: 4 ore	5
Desfășurarea formării: 28 ore	6
Opțiunea 1 Prima dată livrarea întregii teorii, apoi a întregii părți practice	6
Opțiunea 2 Teorie și practică, zi de zi	7
Evaluarea formării: 8 ore	9
Capitolul 2. Bonus-uri pentru formatori în utilizarea Proiectării Experienței în domeniul patrimoniului cultural și turismului	9
Cine este formatorul	9
Câți formatori sunt necesari pentru livrarea formării-pilot naționale ?	9
Cum să îndrumăm cursanții prin suportul de curs ?	9
1. Analiza contextului	9
2. Valori & obiective pentru beneficiari	10
3. Proiectarea experienței	10
4. Dimensiunea digitală	10
5. Sustenabilitatea financiară	11
6. Prototipul experienței în domeniul patrimoniului	11
7. Impact și monitorizare	11
Extra-bonus-uri pentru formator	12
Capitolul 3. Instrumente care ne inspiră din	13
1. Analiza contextului	13
2. Valori & obiective pentru beneficiari	14
3. Proiectarea experienței	14
4. Dimensiunea digitală	15
5. Sustenabilitatea financiară	15
6. Prototipul experienței în domeniul patrimoniului cultural	16
7. Impact și monitorizare	16
Concluzii	16

Introducere

Documentul conține explicații asupra modului în care se utilizează *Proiectarea experienței în domeniul patrimoniului cultural și turismului* (Experience Design Canvas) dezvoltat în cadrul proiectului EU Heritage, conținând instrumente de proiectare, evaluare și prototipare a experiențelor turistice și de patrimoniu cultural.

Aceste instrumente urmăresc să inspire și să îmbunătățească deprinderi în promovarea și valorizarea patrimoniului cultural pentru studenții și profesioniștii din domeniu, dintr-o perspectivă mai sustenabilă, experiențială și centrată pe beneficiari.

Capitolul 1 explică în detaliu cum poate fi utilizat acest instrument în pilotul de formare națională, pentru ca formatorii să poată lua în considerare durata și frecvența conținutului, pe parcursul desfășurării formării. Fiecărui partener îi este acordată o flexibilitate maximă în adaptarea sugestiilor la contextul propriu național. Singura constrângere este ca formările să **se finalizeze cel târziu până în 30 noiembrie 2021.**

Capitolul 2 descrie **rolul formatorului** și explică modul în care acesta trebuie să îndrume cursanții în completarea secțiunilor *Proiectării Experienței în domeniul patrimoniului cultural și turismului*.

Capitolul 3 explică modul în care a fost elaborat *Proiectarea Experienței în domeniul patrimoniului cultural și turismului* pentru a da o idee despre cercetarea din spatele configurării lui. Este un capitol util pentru formatorii care doresc să aprofundeze în mod independent cunoștințele lor sau pe cele ale cursanților.

Proiectarea Experienței în domeniul patrimoniului cultural și turismului a fost tradusă în limbile naționale ale partenerilor și este utilizată împreună cu cele 15 subunități selectate și traduse din cadrul formării europene.

Capitolul 1.

Formarea în cadrul pilotării naționale

Proiectarea Experienței în domeniul patrimoniului cultural și turismului este un instrument practic construit pentru a definitiva partea de laborator a pilotării formării naționale din cadrul proiectului EU Heritage, din Programul Erasmus+, având ca obiectiv acela de a da oportunitatea cursanților din pilotul de formare națională să își construiască propriul prototip experiențial bazat pe cunoștințe dobândite prin curs.



Conținut, perioadă, durată (40 ore) și frecvență

CONȚINUT

Conținutul formării este compus din **teorie** (15 subunități din MOOC [disponibile la acest link](#)¹) însoțite de **practică** (Proiectarea Experienței în domeniul patrimoniului cultural și turismului [disponibil la acest link](#)² în versiune imprimabilă și online).



DURATĂ ȘI FRECVENȚĂ

Durata recomandată pentru formarea națională este de **40 ore**, cu o distribuție pe aproximativ **10 zile** (4 ore pe zi).

O frecvență dezirabilă ar fi **2 zile pe săptămână (4 ore pe zi)**, însă fiecare formator poate alege varianta cea mai convenabilă.



PERIOADĂ

Formarea națională se desfășoară în fiecare țară, din **octombrie până la finele lui noiembrie 2021**.

Partenerii pot alege între cele 2 opțiuni pentru desfășurarea pilotului național, însă Materahub recomandă alegerea versiunii 2, dacă partenerii doresc o însușire mai apropiată de practică. Indiferent de opțiunea aleasă, este imperios necesar ca formarea națională să conțină atât o introducere cât și evaluarea.

Introducerea în procesul formării: 4 ore

Introducerea (durata recomandată **4 ore**) trebuie să conțină:

- o prezentare a obiectivelor, activităților și rezultatelor proiectului EU Heritage
- o prezentare a obiectivelor pilotului de formare națională
- o prezentare a cursanților și a formatorilor

¹ 15 subunități: https://drive.google.com/drive/folders/1H3_ANLrd6NR1QLuDreflnkZS_vh7ND4h

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

Desfășurarea formării: 28 ore**Opțiunea 1 | Prima dată, toată teoria și apoi toată practica**

Prima dată, toată teoria, este explicată în cele 15 subunități ale formării europene, în ordinea lor firească, disponibile [la acest link](#) și ca în tabelul de mai jos. SU = subunitate

Modul 1	Patrimoniul cultural și experiența turismului pentru dezvoltarea locală <i>Curatoul conținutului: Fondazione Fitzcarraldo</i>
S.U. 1.2.2	Noua paradigmă a experienței turistice: ‘Ciclul experienței’ Noua paradigmă a turismului experiențial: „Ciclul experienței”
S.U. 1.3.1	Experiența turistică și dimensiunile post-COVID ale noului turism
S.U. 1.4.1	Rolul actorilor locali în dezvoltarea locală
Module 2	Construirea unei experiențe inovative pentru vizitator <i>Curatoul conținutului: University of Malta</i>
S.U. 2.2.2	Misiunea, viziunea și ambițiile publicului, pentru a crea experiențe semnificative și captivante
S.U. 2.4.3	Instrumente de dezvoltare a publicului pentru a atrage vizitatorii și pentru a le îmbunătăți experiența
Module 3	Strategii și instrumente digitale pentru patrimoniul cultural <i>Curatoul conținutului: M2C (with ENCATC and NIRCT)</i>
S.U. 3.1.3	Schimburi digitale cu vizitatorii
S.U. 3.3.3	Implicarea utilizatorilor și storytelling
S.U. 3.4.2	Proiectarea experienței digitale: procese și pași pentru inițiativele digitale online și la fața locului
Module 4	Abordarea antreprenorială pentru patrimoniul cultural <i>Curatoul conținutului: Matera Hub and Hellenic Open University</i>
S.U. 4.1.2	Recunoașterea, evaluarea și formarea competențelor antreprenoriale cu EntreComp
S.U. 4.3.3	Diferite modele și structuri organizaționale și financiare pentru turism și patrimoniu cultural
S.U. 4.4.1	Strategii pe termen lung pentru comunicare sustenabilă în turism și patrimoniu cultural
Module 5	Sustenabilitate, măsurarea impactului și evaluarea proiectului <i>Curatoul conținutului: la Cultora</i>
S.U. 5.1.2	De ce contează cuantificarea: pași dincolo de monitorizare și evaluare
S.U. 5.2.3	Configurarea planificării unui proiect de evaluare

S.U. 5.3.1	Ciclul măsurării impactului
S.U. 5.4.1	Măsurarea sustenabilității: alinierea la ODD

Apoi, toată practica, se abordează din perspectiva *Proiectării Experienței în domeniul patrimoniului cultural și turismului* disponibil [la acest link](#) și în tabelul de mai jos:

1. Analiza de context
2. Valori & obiective pentru beneficiari
3. Proiectarea experienței
4. Dimensiunea digitală
5. Sustenabilitatea financiară
6. Prototipul experienței în domeniul patrimoniului
7. Impact și monitorizare

Opțiunea 2 | Teorie și practică, zi de zi

În fiecare zi, se vor combina partea teoretică cu cea practică.

În acest caz, cele **15 subunități** disponibile [la acest link](#), vor fi organizate ca în tabelul de mai jos și vor fi acompaniate de Proiectarea Experienței în domeniul patrimoniului cultural și turismului, disponibil [la acest link](#).

Fiecărei subunități îi va fi dedicată **1 oră**, inclusiv explicațiile și dezbaterile.

Fiecărui conținut al cadrului/canvas i se vor dedica **2 ore**.

DURATA	CONȚINUTURI	
TEORIE		
	Codul Subunității	Numele Subunității
1 oră	S.U. 1.3.1	Turismul experiențial și noi dimensiuni ale turismului post-COVID
1 oră	S.U. 1.4.1	Rolul actorilor locali în dezvoltarea locală
1 oră	S.U. 2.2.2	Misiunea, viziunea și ambițiile publicului, pentru a crea experiențe semnificative și captivante
PRACTICĂ		
2 ore	Proiectare - Tema 1: ANALIZA CONTEXTULUI	
TEORIE		
	Codul Subunității	Numele Subunității
1 oră	S.U. 2.4.3	Instrumente de dezvoltare a publicului pentru a atrage vizitatorii și pentru a le îmbunătăți experiența
PRACTICĂ		
2 ore	Proiectare - Tema 2: VALORI ȘI OBIECTIVE PENTRU BENEFICIARI	
TEORIE		

	Codul Subunității	Numele Subunității
1 oră	S.U. 1.2.2	Instrumente de dezvoltare a publicului pentru a atrage vizitatorii și pentru a le îmbunătăți experiența
PRACTICĂ		
2 ore	Proiectare - Tema 3: CONSTRUIREA EXPERIENȚEI	
TEORIE		
	Codul Subunității	Numele Subunității
1 oră	S.U. 3.1.3	Schimburi digitale cu vizitatorii
1 oră	S.U. 3.3.3	Implicarea utilizatorilor și storytelling
1 oră	S.U. 3.4.2	Proiectarea experienței digitale: procese și pași pentru inițiativele digitale online și la fața locului
PRACTICĂ		
2 ore	Proiectare - Tema 4: INSTRUMENTE DIGITALE	
TEORIE		
	Codul Subunității	Numele Subunității
1 oră	S.U. 4.1.2	Recunoașterea, evaluarea și formarea competențelor antreprenoriale cu EntreComp
1 oră	S.U. 4.3.3	Diferite modele financiare și structuri organizaționale pentru patrimoniul cultural și turism
1 oră	S.U. 4.4.1	Strategii pe termen lung pentru comunicare sustenabilă în turism și patrimoniu cultural
PRACTICĂ		
2 ore	Proiectare - Tema 5: SUSTAINABILITATE FINANCIARĂ	
NUMAI PRACTICĂ		
2 ore	Proiectare – Tema 6: Prototipul experienței în domeniul patrimoniului	
TEORIE		
	Codul Subunității	Numele Subunității
1 oră	S.U. 5.1.2	De ce este importantă măsurarea: pași dincolo de monitorizare și evaluare
1 oră	S.U. 5.2.3	Configurarea planificării unui proiect de evaluare

1 oră	S.U. 5.3.1	Ciclul de măsurare a impactului
1 oră	S.U. 5.4.1	Măsurarea sustenabilității: alinierea la ODD
PRACTICĂ		
2 ore	Proiectare – Tema 7: IMPACT și MONITORIZARE	

Evaluarea formării: 8 ore

În etapa de evaluare (8 ore) se poate regăsi:

- o discuție deschisă referitor la gradul de atingere al obiectivelor de formare
- prototipul experiențelor realizate pe parcursul formării
- sugestii *peer-to-peer* față în față în privința îmbunătățirii experiențelor
- discuții deschise despre posibile dezvoltări ale acestor experiențe
- prezentări finale ale fiecărui cursant ale experiențelor readaptate, în funcție de perspectiva *Proiectării Experienței în domeniul patrimoniului cultural și turismului*, a feedback-ului formatorilor, cursanților, experților, etc.

Capitolul 2.

Bonus-uri pentru formatori în utilizarea

Proiectării Experienței în domeniul patrimoniului cultural și turismului

Capitolul descrie rolul formatorului și explică cum se pot îndruma cursanții în completarea secțiunilor din Proiectare.

Cine este formatorul?

Formatorul este un membru al unei organizații partenere implicate în proiectul EU Heritage. Acesta este persoana de referință în relația dintre cursanți și pilotul de formare, la nivel național, pe parcursul livrării cursului.

Formatorul va preda conținutul celor 15 subunități, alegând ca modalitate fie utilizarea PPT, permițând cursanților să studieze independent sau prin discuții deschise. Formatorul îi va îndruma pe cursanți cum să utilizeze Proiectarea Experienței în domeniul patrimoniului cultural și turismului.

De câți formatori este nevoie pentru desfășurarea formării?

Această decizie o va lua fiecare partener al proiectului. La formare pot participa unul sau mai mulți formatori, în funcție de decizia partenerului de a distribui munca de formare.

Cum să îndrumăm cursanții în cadrul Proiectării?

În acest document se regăsesc textele pentru a construi fiecare secvență a Proiectării. Acestea conțin sugestii sintetice însoțite de mici bonusuri pentru fiecare secvență.

1. Analiza contextului

Fiecare experiență în domeniul patrimoniului cultural sau al turismului are la bază un context cu mai multe componente, cum ar fi cea dată de comunitatea locală, vizitatori, ghizi, parteneri, angajați sau alți actori interni și externi, definiți ca părți afectate sau care afectează respectiva experiență. De aceea, este necesar să avem o percepție bună asupra actorilor implicați în acest proces

Odată identificați, încercați să vă gândiți la managementul proiectului experienței pe care o

proiecțați și analizați.

Roluri: cine răspunde de fiecare sarcină?

Etape: în ce perioadă puteți implementa proiectul (de exemplu: pregătire - 1 lună; implementarea - 2 luni; etc.).

Platformă: cum se actualizează echipa în privința evoluției proiectului? Prin ce platformă (de exemplu Google Sheets, Asana, Basecamp, etc.)

Odată stabilite detaliile organizaționale, este timpul să scrieți **misiunea** (pe termen scurt) și **viziunea** (mai largă, pe termen mediu) experienței pe care doriți să o construiți sau analizați. Dacă o construiți, utilizați viziuni ample. Gândiți-vă cum veți deveni un inițiator de trenduri și veți contribui la bunăstarea comunității dvs.

2. Valori & obiective pentru beneficiari

Cine sunt **beneficiarii**? Aceștia sunt vizitatorii, utilizatorii, turiștii, sau în termenii unei afaceri, ținta experienței în relație cu patrimoniului cultural sau turistic pe care doriți să o construiți sau analizați. În cadrul proiectului EU Heritage preferăm să îi denumim beneficiari, pentru că răspunsul la nevoile lor și asigurarea unei experiențe calitative sunt obiectivele noastre.

Pentru a atinge aceste obiective trebuie să vă cunoașteți beneficiarii prin intermediul unor abordări demografice: **segmentarea**, pentru a putea empatiza cu aceștia **prin segmentarea psiho-geografică și cea comportamentală**.

Odată completată această hartă a empatiei, încercați să identificați **obiectivele S.M.A.R.T.:** (Specifice, Măsurabile, Realizabile, Relevante și circumscrise în Timp). De exemplu, imaginați-vă vânzarea unui număr de X bilete pentru experiențele din lunile Y.

Rămâne întrebarea ce anume definește **valoarea strategică a propunerii** voastre prin care livrați experiența beneficiarilor? O abordare eficientă ar fi să identificați una sau mai multe probleme în raport cu beneficiarii sau una sau mai multe soluții la care să răspundă experiențele. În acest fel, inspirați de metoda „lean startup”, propunerea dvs. va avea o componentă strategică și se va diferenția de altele.

3. Construirea experienței

Am ajuns la miezul problemei: construirea sau analizarea unei experiențe care există deja. Să ne punem în situația beneficiarilor!

Inspirați de **Ciclul Experienței**, reflectați asupra punctelor de contact din punct de vedere fizice și digitale, în fiecare dintre cele 3 etape: pre-experiența, experiența-în-sine și post-experiența. Pentru că experiența nu începe doar în momentul în care beneficiarii ajung la destinație (muzeu sau locație), ci începe înainte sosirii lor acolo și se încheie prin rememorarea reflecțiilor după vizită și cu planurile viitoarelor vizite.

Factori precum **interactivitate, spirit ludic, regenerare** și alții ca **accesibilitate** și alte componente educaționale, joacă un rol important în construirea unei amintiri de neuitat. De aceea, încurajăm reflecția prin evaluare experienței de la 1 la 10 pentru fiecare dintre aceste aspecte.

Și nu în ultimul rând, **ce lasă beneficiarii la destinație? Și ce aduc cu ei acasă?**

Aceste întrebări încurajează reflecții cu privire la obiectele sau artefactele imateriale (ceva scris, o creație digitală sau altceva) pe care beneficiarii le aduc cu ei, ca amintire, sau le lasă la destinație, ca un semn, amprentă.

4. Dimensiunea digitală

Bine ați venit în procesul de proiectare a secvențelor din Proiectarea Experienței în domeniul patrimoniului cultural și turismului, care ne îndeamnă să reflectăm asupra dimensiunii digitale a experienței.

Instrumentele **digitale din cadrul experienței** se referă la realitatea augmentată, la proiecțiile de video mapping, gamificare, big data, inteligența artificială, printurile și scanarea 3D, etc. Pentru a promova experiența există un inventar de instrumente de marketing și de branding,

de la social media la newsletter, aplicații mobile, gamificare și blogging care utilizează reguli ale SEO/SEM.

Această abordare vă va duce la alt nivel, la cel de creare de conținuturi, la cel de planificare și diseminare, de la nivelul informațional la cel al vânzărilor sau la generarea de utilizatori.

Pe ce tip de canale veți disemina conținuturile referitoare la experiența în domeniul patrimoniului cultural sau turistic? Ce tip de canale au o utilizare promoțională? Ce alte tipuri au o utilizare educațională? Și care sunt canalele prin care veți vinde?

5. Sustenabilitate Financiară

După ce am stabilit elementele anterioare, este timpul să realizăm o analiză, luând în considerare **cheltuielile și veniturile** pe care le implică experiența în domeniul patrimoniului cultural descrisă până acum.

Pentru a asigura sustenabilitatea economică și financiară în managementul și consolidarea experienței, este necesar să aplicăm o **abordare antreprenorială** și să definim un **plan financiar sustenabil**, care ne va sprijini să îmbunătățim impactul pozitiv asupra organizațiilor și asupra sistemului eco-teritorial

Oportunitățile de strângere de fonduri reprezintă o resursă importantă și este esențial să stabilim un cost final al experienței care să reflecte **valoarea** oferită și calitatea pe care le planificați să le vindeți la momentul respectiv.

Acest cost trebuie să ia în considerare costurile și beneficiile pe termen lung ale experienței, care pot fi analizate în termeni ecologici, sociali și economici. Termenul de „social” include satisfacția dvs. ca manager, timpul petrecut pentru planificarea și livrarea experienței, elemente care sunt sau nu răsplătite.

6. Prototipul experienței în domeniul patrimoniului

Este timpul să planificăm prototipul experienței în domeniul patrimoniului. Un prototip este o versiune incipientă a unei experiențe finale, care nu conține toate caracteristicile viitoare, ci doar pe cele esențiale. Încearcă să desenezi chiar și atunci când spui că nu știi. Asta te încurajează să fii mai creativ și să te poți pune în situația beneficiarilor.

Reține: tot ce conține această secțiune are scopul de a realiza un prototip cât mai real.

Proiectezi o nouă expoziție? Poți desena machete pe locurile pe care se vor amplasa vitrinele sau alte elemente fizice necesare. O machetă este o versiune falsă dintr-un material mai ieftin (de exemplu din carton reciclabil).

Planifici un team building care are ca temă construirea unei experiențe în domeniul patrimoniului cultural? Și un joc de rol care să simuleze o experiență poate fi un prototip util. Invenzi o excursie nouă? O versiune mai scurtă și mai simplă poate fi o soluție pentru explorarea locului și pentru a vedea cum merg lucrurile.

Dacă v-ați decis, verificați varianta dvs. de **test beta**, prin a decide unde și când să o implementați și cum să obțineți un feedback, pe care îl veți nota de îndată ce veți primi răspunsurile de la actorii interni (echipa) și externi (cei asupra cărora s-a testat, comunitatea locală). Nu uitați să vă distrați!

7. Impact și monitorizare

Bine ați venit în ultima secțiune care vă va permite să reflectați asupra a **ce și cum măsurăm** în toate cele trei etape ale experienței.

Când vrem să facem această listă, ne putem referi la secțiunea a treia și a patra: *Proiectarea experienței* și *Dimensiunea digitală*, pentru a ne reaminti pașii experienței și pentru a relua punctele importante ale abordării digitale, care ne permit să colectăm informații pentru a măsura, de exemplu, numărul de vizitatori și nivelul acestora de satisfacție.

Odată ce ați identificat cum anume veți măsura, **indicatorii-cheie de performanță (ICP)**, care vă permit să mergeți în profunzime pentru a fi mai preciși. Vă rugăm să rețineți că e mai bine să selectați ICP care pot fi comparați anual pentru a constata îmbunătățirile în punctele de referință avute în vedere.

Puteți să completați din nou această secțiune odată ce a fost realizat prototipul, prin notarea potențialelor soluții care au fost furnizate ca feedback, în special în privința aspectelor care trebuiesc îmbunătățite. În cazul unor observații pozitive, trebuie să luați în considerare modalitatea de diseminare pentru constituirea unei experiențe mai bune adusă brand-ului.

Extra bonus-uri pentru formator

Vă prezentăm o listă de extra-bonus-uri care vă poate facilita Proiectarea experienței în domeniul patrimoniului cultural și turismului ca formator.

- **Oportunitatea unei experiențe**

Vă încurajăm să construiți o experiență nouă deși unii dintre cursanți pot să nu aibă prea multe idei pentru a o construi; în acest caz, pot analiza o experiență gata realizată.

- **Cum să alcătuiți grupurile?**

Cursanții pot alege să desfășoare individual partea practică sau în echipă. În acest caz asigurați-vă că experiența aleasă îi motivează suficient.

- **Re-adaptare la pandemie**

Pandemia Covid-19 a generat schimbări consistente în toate sectoarele, inclusiv în cultură și turism. De aceea, este necesar să ne referim la întregul proces al Proiectării Experienței în domeniul patrimoniului cultural și turismului și la posibilitatea de a pune în locul rezilienței practici care să sprijine reactivarea sectoarelor.

- **Păstrați în centrul proiectării centrarea pe beneficiari**

Patrimoniul cultural este considerat de Comisia Europeană ca fiind integrarea siturilor, destinațiilor și a comunităților, vă încurajăm să vă centrați pe beneficiari, permițându-le să obțină, mai întâi, beneficii pentru comunitate și apoi succes economic, ca un rezultat natural al acestui proces.

Capitolul 3. Instrumente care inspiră

Acest capitol oferă explicații asupra modului în care a fost elaborat și gândit *Proiectarea Experienței în domeniul patrimoniului cultural și turismului*. Poate fi util formatorilor care doresc să își consolideze cunoștințele lor sau studenților în privința:

- cercetării din spatele Proiectării;
- instrumentelor de elaborare și proiectare.

De ce a fost creat?

Cursurile pilot de formare din cadrul proiectului EU Heritage includ și o parte de laborator pentru care este nevoie de instrumente practice. La o cercetare a patrimoniului cultural, din perspectiva noastră de experți, am observat că există o varietate de instrumente utile, adaptabile pentru construirea unei serii de contexte.

Fără îndoială, acestea sunt fragmentate, redundante dacă sunt adunate într-un singur curs, și nu există un instrument atotcuprinzător precum *Proiectarea Experienței în domeniul patrimoniului cultural și turismului* care să explice modul în care se elaborează experiențe sustenabile în domeniul patrimoniului cultural sau al turismului. De aceea, înțelegem că ceea ce lipsește este existența unui instrument specializat, complet, gata pentru a fi utilizat, cu o abordare experiențială, sistemică și sustenabilă, care să răspundă nevoilor noastre.

Cum a fost creat?

Pentru a crea *Proiectarea experienței în domeniul patrimoniului cultural și turismului* ne-am întrebat care sunt pașii care duc la o experiență de succes, care sunt parametrii acelui succes și am încercat să integrăm instrumentele actuale și să le adaptăm nevoilor în pilotarea formării naționale și la cele ale sectoarelor culturale și creative.

Rețineți faptul că majoritatea instrumentelor existente s-au generat în mediul de afaceri internațional, pentru a însoți un produs sau serviciu al creatorilor care iau în considerare nevoile utilizatorilor, adesea nevoi induse, în majoritatea cazurilor având ca obiectiv vânzarea acelui produs sau serviciu, făcându-l de „succes” în sensul clasic, adică de „succes economic”.

Abordarea centrată pe beneficiar

În cazul nostru, succesul trebuie înțeles în sensul unui răspuns dat nevoilor beneficiarilor, în primul rând, apoi în sensul unui succes economic, văzut ca o consecință firească a acestuia. Experiența relaționată cu patrimoniul cultural poate satisface nevoi precum creativitatea, cunoașterea, distracția, descoperirea, surpriza, sentimentul de apartenență și mult mai mult de atât, într-un sens mai larg care include cultura și patrimoniul ca surse necesare pentru **bunăstarea unei comunități**.

În paragrafele următoare este explicat în detaliu de ce este importantă fiecare secțiune, întrebările cheie și instrumentele existente în Cadru care sunt inspirate de:

1. Analiza contextului

Fiecare experiență are la bază anumite contexte, care includ comunitatea locală, vizitatorii, profesioniștii din turism, locurile și alte elemente valoroase, cu alte cuvinte, **actorii interni și externi și relațiile dintre aceștia**.

O cunoaștere aprofundată a actorilor implicați și a evoluției acestora în timp este la fel de importantă ca și elaborarea deprinderilor și competențelor pentru a elabora, dezvolta și administra procesele de dezvoltare locală prin utilizarea patrimoniului cultural.

Un exemplu al unui context extern, trebuie să știm care sunt dezvoltările importante ale industriei, localizarea, organizarea și segmentele de piață (pentru că putem trasa trenduri unele).

Unele dintre nevoile aflate în creștere și trendurile în experimentarea patrimoniului cultural este gamificarea, experiențele transformative, expozițiile specifice la fața locului, considerând cultura ca o măsură a bunăstării.

Pentru actorii interni, trebuie să decidem cine va proiecta experiența (**Creatorul**), cine o va gestiona (**Managerul**) și utilizatorul final (**Beneficiarul**, în loc de țintă). Nu în ultimul rând, trebuie să ne gândim la metodele de interacțiune și la conexiunile dintre aceștia. Următoarele instrumente cheie ne vor ajuta să răspundem acestor întrebări.

Întrebări cheie și instrumente existente

Cine sunt actorii care vor beneficia de experiență ?

- [Harta ecosistemului](#)

Care sunt conexiunile dintre aceștia?

- [Cartografierea sistemului](#)

Care este interesul și influența acestora asupra noastră?

- [Harta actorilor / matricea a.k.a. analiza de materialitate](#)

2. Valori & obiective pentru beneficiari

O abordare antreprenorială reală corespunde de multe ori cu **identificarea provocărilor**, a nevoilor la care nu s-a răspuns, cu neconformitățile ofertei actuale (prin urmare, **oportunitățile**) și munca de a găsi o soluție pentru acele goluri, provocări, răspunsuri. Construirea unei misiuni și a unei viziuni ne ajută să construim o perspectivă mai largă în care să poziționăm experiența.

Cu alte cuvinte, valorizarea propunerii este modul în care proiectele devin eficiente și sustenabile în ziua de azi: prin elaborarea unui plan pentru dezvoltarea locală și sectorul turismului, plecând de la **centrarea pe utilizator**, respectiv pe **beneficiar**, în cazul nostru.

Aceasta presupune o înțelegere extinsă a modului în care se poziționează experiența noastră în sine, incluzând experiențele alternative, competitive și complementare.

Ca o consecință, poziționarea înseamnă identificarea diferiților factori ai ofertei noastre și utilizarea acestora ca pârgă în empatizarea cu beneficiarii, atrăgându-i și potrivindu-le nevoile cu valoarea unică a propunerii noastre.

Întrebări cheie și instrumente existente

Care sunt nevoile utilizatorilor?

- Harta empatiei

Care sunt valorile pe care le propuneți pentru a răspunde nevoilor ?

- Valorile propuse în Proiectare

Cum ne percepe utilizatorul în comparație cu competiția ?

- Poziționare / harta percepției

Cine sunt competitorii noștri?

- Cele 5 forțe ale lui Porter

Care sunt oportunitățile și punctele tari, amenințările și provocările?

- Analiza SWOT

- Analiza PESTLE

Care sunt soluțiile potențiale?

- Modelul de afaceri Lean Business/Lean Business Model

Care sunt obiectivele noastre?

- Obiective S.M.A.R.T.

Cum ne poziționăm pe piață?

- Matricea de popularitate BGC / BGC popularity matrix

3. Proiectarea experienței

Pentru a proiecta o experiență trebuie să vă imaginați pașii pe care îi implică, ca un scenariu care ilustrează toate punctele de contact cu utilizatorii. Secțiunea își propune să prezinte acești pași, pentru a putea crea o imagine mai cuprinzătoare a însăși experienței.

Întrebări cheie și instrumente existente

Care sunt pașii unici ai experienței și locurile în care se pot așeza acestea?

- Hărți UX precum [Exploratorium Mapping Study](#)

Care sunt pașii unici ai experienței ?

- [Creative Land Europe](#)

Cum poate fi mai ludică experiența?

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

Care sunt emoțiile și acțiunile pe care le agreează utilizatorul ?

- [Experiența și emoțiile clientului - Brilliant Idea Studio](#)

Cum a fost harta călătoriei unui vizitator înainte de dimensiunea digitală a experienței și cum este acum ?

- [Viitorul muzeelor: Experiența finală a unui vizitator I ViMM \(vi-mm.eu\)](#)

4. Dimensiunea digitală

Strategiile și instrumentele digitale pentru valorizarea și comunicarea patrimoniului cultural ne sprijină planul utilizării dimensiunii digitale în gestionarea, dezvoltarea și comunicarea siturilor, destinațiilor și experiențelor.

O strategie digitală are nevoie atât de deprinderi tehnice, cât și de o bună adaptare a comunicării strategiei către beneficiari.

Întrebări cheie și instrumente existente

Care sunt strategia și planul meu de marketing ?

- Cadrul de Marketing Digital/[The Digital Marketing Canvas I Download the Poster](#)
- Formatul Strategiei de Marketing Digital [I Media Trust](#)
- Cadrul de marketing Digital [I Simplest & Easiest Framework](#)
- Cum, unde și cât de des implic utilizatorii ?[The digital engagement framework](#)

5. Sustenabilitate Financiară

Viabilitatea financiară este de asemenea o parte a planului de sustenabilitate. Înainte de a începe un proiect nou întrebați-vă ce resurse economice puteți investi și de unde le puteți aduna finanțări. O listă parțială a ceea ce ar putea include planul vostru:

- O listă a structurii și nevoilor proiectului
- Costul pentru fiecare parte a proiectului
- Resurse disponibile
- Resurse necesare
- Oportunități de finanțare (crowdfunding, „îngerii” afacerilor, aplicații la finanțări, etc)
- Sume care pot fi primite de la organizații, indivizi sau alte surse de finanțare
- Cum vor fi solicitate fondurile (de către cine și când)

În cazul în care trebuie să colectăm anumite fonduri, există anumite modalități de a face asta:

- E-Mail Direct
- Evenimente
- Donații Online
- Marketing prin E-mail
- Crowdfunding
- Parteneriate
- Sponsorizări
- Finanțări

Este important să includem metoda “Triple Bottom Line” în planificarea financiară, deoarece nu costurile evidente sunt primele sesizabile, ci acelea derivate din factorii externi care țin de mediu și sfera socială, care de regulă arată efectele și costurile pe termen lung.

Întrebări cheie și instrumente existente

Care este planul meu financiar?

- Utilizarea formatele Excel, formatele Google
- Planul de afacere
- Bugetul și planificarea costurilor
- Analiza cost-eficiență / pe categorii de costuri
- Situația financiară

Cum se conectează sustenabilitatea financiară cu sustenabilitatea socio-economică ?

- [Triple Bottom Line](#)

6. Prototipul experienței în domeniul patrimoniului

Prototiparea experiențelor permit celor care le construiesc să arate și testeze soluțiile printr-o participare activă fie a beneficiarului final, fie a echipei de lucru, a prietenilor sau a familiei.

Aceștia interacționează cu punctele cheie ale serviciilor specifice.

Se pot crea câte unul sau mai multe prototipuri pentru fiecare serviciu cheie, se colectează feedback-urile asupra acestui serviciu, cât și asupra întregului flux al experienței.

Prototiparea este utilă pentru a înțelege cum să rafinăm și să dezvoltăm mai departe livrarea experiențelor în timp ce le construim.

Instrumente existente

- Schița prototipului (propuneri, roluri, scenarii prezentate prin modalități vizuale și simulări)
- Utilizarea jocului de rol în echipa celor care elaborează experiențele
- Realizarea unui produs minim viabil
- Testarea A/B

7. Impact și monitorizare

Evaluarea impactului este instrumentul prin care măsurăm dezvoltarea sustenabilă și schimbările. Ca să avem o sustenabilitate puternică, trebuie să ținem seama de cei 3 piloni ai sustenabilității care se bazează pe caracteristicile de mediu, pe cele sociale și pe cele economice.

Întrebări cheie și instrumente existente

Ce variabile iau impact asupra contextelor de mediu, sociale și economice?

Există o gamă variată de instrumente a căror utilizare depinde de contextele de referință, de dimensiunea companiilor care le utilizează și de precizia datelor care se doresc a fi obținute. Unele instrumente sunt utilizate pentru evaluarea cadrului, precum cel de impact asupra mediului și de evaluare a sustenabilității integrate, instrumente pentru evaluarea participării care generează informații despre actori și experții externi, precum sondajele Delphi și focus grupurile, analiza cost-beneficiu și cost-eficiență, instrumente dedicate unor seturi de indicatori specifici. De aceea, alegerea celui mai adecvat instrument depinde de dimensiunea experienței. Nu există un instrument potrivit pentru toate experiențele.

În funcție de ce nevoie trebuie măsurată, există diferite tipuri de indicatori-cheie de performanță. Iată câteva exemple:

- Cantitatea de bilete vândute, creșterea veniturilor din experiențe
- Număr de angajați implicați în proiect sau experiențe
- Număr de povești și postări pe rețelele de social media care etichetează (tag) poveștile
- Satisfacția utilizatorilor sau actorilor (indicator utilizat deseori ca referință comparativă cu competitorii)

Concluzii

Proiectarea Experienței în domeniul patrimoniului cultural și turismului elaborată în cadrul proiectului este un instrument flexibil, în termeni de durată și modalitatea de utilizare, în funcție de utilizarea acestuia în echipă sau independent precum și de profunzimea la care utilizatorii vor să ajungă.

În prezent, partenerii proiectului trebuie să înțeleagă dimensiunea utilizarea cu succes a cadrului poate fi legată de baza teoretică a cursanților, care, în cazul pilotării formării naționale va fi asigurată de cele 15 sub-unități selectate din pilotul de formare internațional.

Parcursul pilotului de formare internațional elaborat de partenerii proiectului aduce un avantaj cursanților în privința dobândirii unor cunoștințe pentru a putea susține abordarea practică și argumentele care stau la baza Proiectării Experienței în domeniul patrimoniului cultural și turismului.

Nu în ultimul rând, există desigur câteva așteptări cărora le poate veni în întâmpinare proiectării, în special acelor care nu au parcurs pilotul de formare internațional, în procesul de construire de la zero a experienței, cunoștințe care pot genera un spațiu de reflecție în privința provocărilor produse în management și în scenariile de identificare a tendințelor cu privire la dezvoltarea experiențelor în domeniul patrimoniului cultural și al turismului și să aducă o abordare mai aplicată spre practică, mai deductivă și mai empirică.

De aceea, instrumentul reprezintă o oportunitate de a disemina valorile și rezultatele proiectului EU Heritage și în alte contexte în care se livrează formări sau consultanță în patrimoniul cultural și turism, contexte în care formatorii devin profesori (pentru clasă), mentori (pentru studenți sau profesioniști) sau experți consultanți (pentru organizații).

În consecință, proiectarea Experienței în domeniul patrimoniului cultural și turismului trebuie testată în timpul pilotului de formare națională și înafara acestuia, în viitor, cu grupuri mai mici.

În concluzie, se propune generarea unei comunități de practică în jurul *Proiectării Experienței în domeniul patrimoniului cultural și turismului*, în prima etapă prin diseminarea Proiectării de către utilizatori, a tot ce aceștia au produs în jurul lui, scheme, tabele, grafice.



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

EUHeritage.

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