



Καμβάς σχεδιασμού εμπειρίας



ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ



Ανάλυση
πλαισίου



Αξίες &
Στόχοι



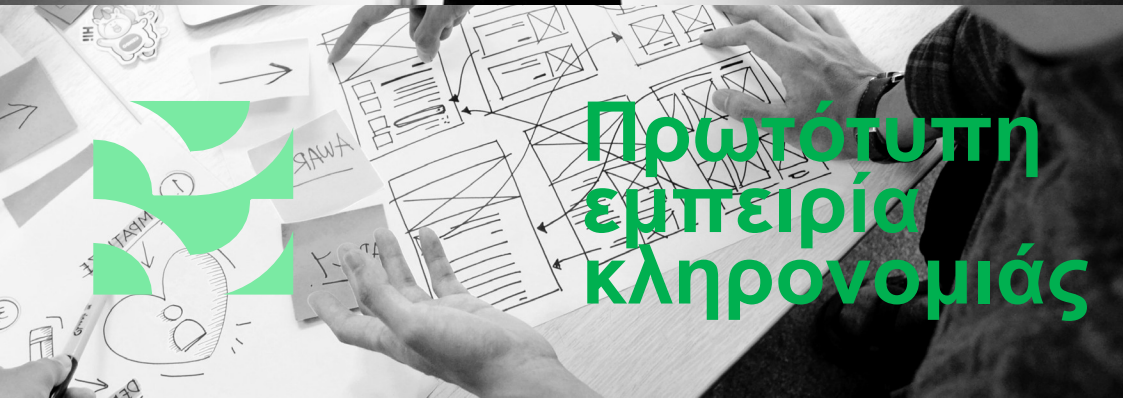
Σχεδιασμός
εμπειρίας



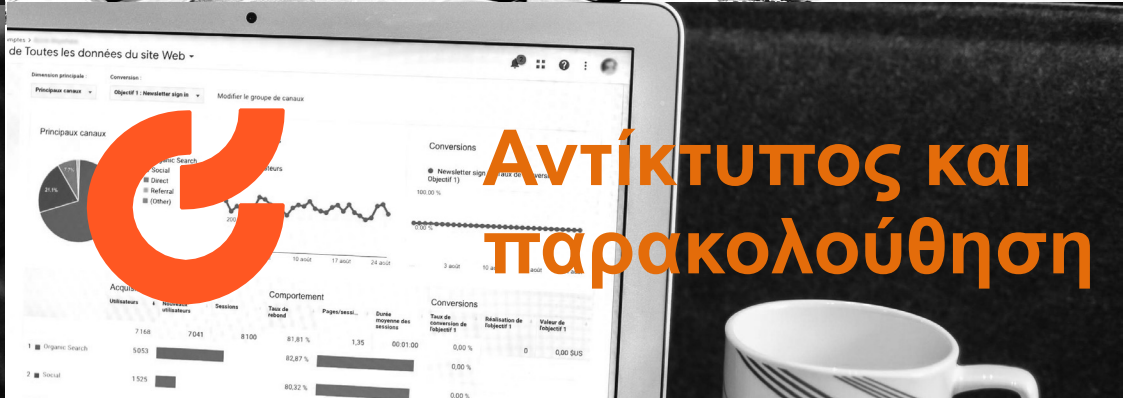
Ψηφιακό



Οικονομική
βιωσιμότητα



Πρωτότυπη
εμπειρία
κληρονομιάς



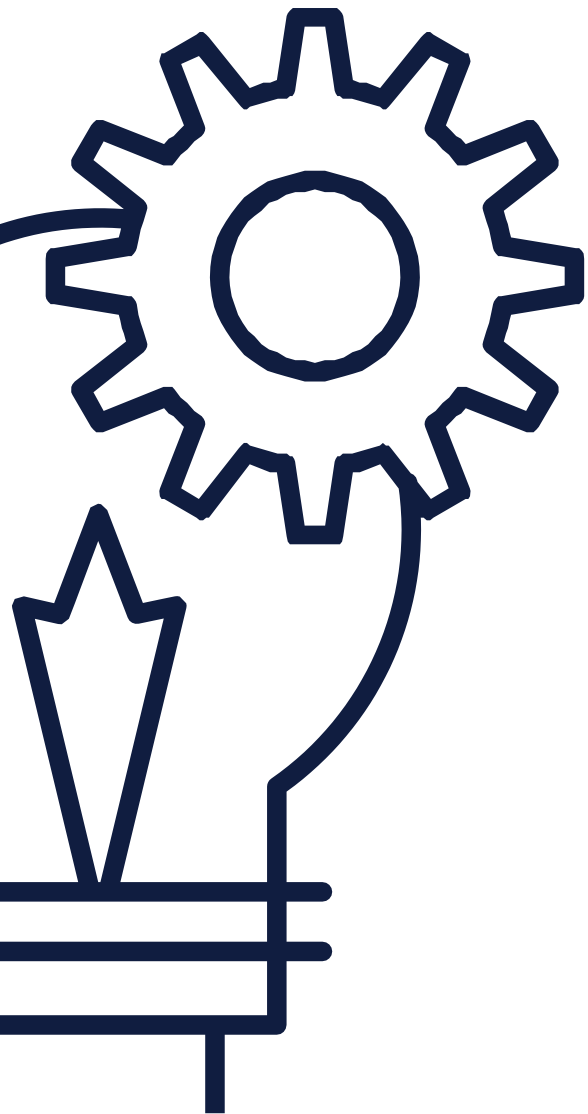
Αντίκτυπος και
παρακολούθηση

ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΑΥΤΟ;

**Αυτός ο καμβάς
είναι ένα έτοιμο προς χρήση
εργαλείο για**

- σχεδιασμό
- σχέδιο
- συν-δημιουργία
- πρωτότυπο
- αξιολόγηση
- προβληματισμός σχετικά με καινοτόμες εμπειρίες για τον τουρισμό και την πολιτιστική κληρονομιά.

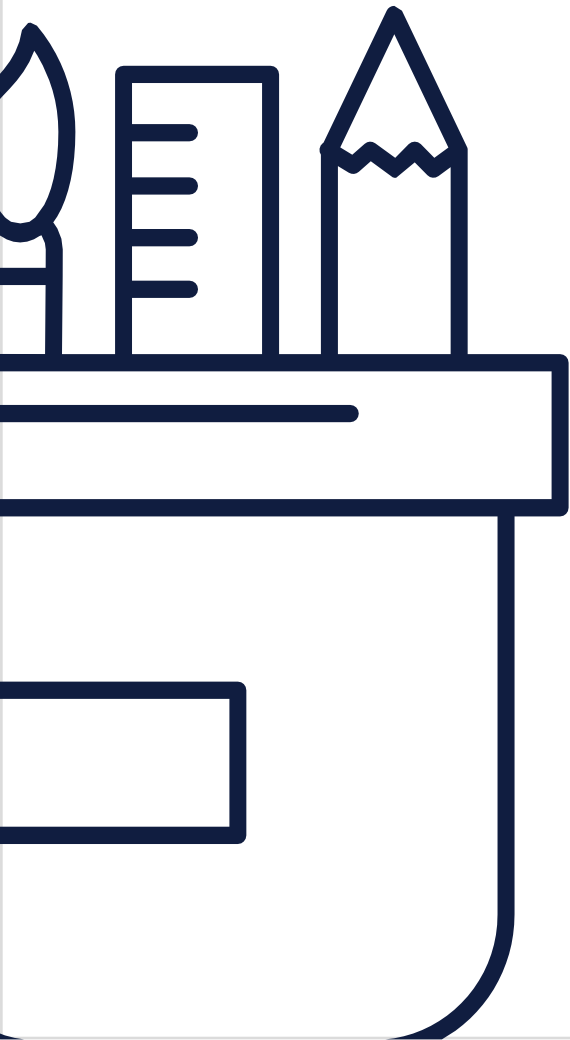
Έχει σχεδιαστεί για να εμπνεύσει και να βοηθήσει στη βελτίωση των δεξιοτήτων για την προώθηση και την αξιοποίηση της Πολιτιστικής Κληρονομιάς σε φοιτητές και επαγγελματίες που εργάζονται σε αυτούς τους τομείς με μια πιο βιωματική, βιώσιμη και ωφελιμιστική προσέγγιση.



ΠΩΣ ΝΑ ΤΟ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΕΤΕ;

Σε ποιους απευθύνεται;

- φοιτητές
- επαγγελματίες
- εκδηλώσεις
- θέατρα
- βιβλιοθήκες
- τσίρκα
- μουσεία
- οδηγοί φύσης
- πολιτιστικοί οδηγοί
- διοργανωτές φεστιβάλ
- αρχαιολογικοί χώροι
- πολιτιστικές ενώσεις
- κάθε πολιτιστική και δημιουργική βιομηχανία και όποιος θέλει να σχεδιάσει εμπειρίες πολιτιστικής κληρονομιάς



ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΘΕΙ :



Μεμονωμένοι
φοιτητές ή
επαγγελματίες

- ένα ατομικό έργο από το μηδέν
- σε μια περιπτωσιολογική μελέτη που ανήκει στην υφιστάμενη δραστηριότητα ή τη νεοσύστατη επιχείρησή σας
- σε μια υπάρχουσα περιπτωσιολογική μελέτη που θέλετε να αναλύσετε



Σε
ομάδες

- startuppers, τουριστικές επιχειρήσεις, πολιτιστικούς χώρους ή ΜΚΟ από :*
- σχεδιασμός μιας ολοκαίνουργιας εμπειρίας
 - εντοπισμός και ανάλυση μιας υπάρχουσας περιπτωσιολογικής μελέτης



Στις αίθουσες
διδασκαλίας

- δημιουργία συλλογικών προβληματισμών στο ακαδημαϊκό ή επαγγελματικό οικοσύστημα, π.χ. με φοιτητές καλλιτεχνικών και ανθρωπιστικών σπουδών, σε υφιστάμενα μαθήματα που σχετίζονται με τον πολιτισμό και τον τουρισμό ή σε εκκολαπτήρια.

ΠΟΣΟΣ ΧΡΟΝΟΣ ΧΡΕΙΑΖΕΤΑΙ ΓΙΑ ΝΑ ΤΟ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΕΤΕ;




- *Ο χρόνος που απαιτείται για τη συμπλήρωση αυτού του Καμβά εξαρτάται από τον διαθέσιμο χρόνο σας και από το βαθμό στον οποίο θέλετε και πρέπει να είστε λεπτομερείς.*
- *Μπορείτε να επιστρέψετε στον Καμβά σας για να τον συμπληρώσετε εκ νέου από το μηδέν ή να προσαρμόσετε κάποιες λεπτομέρειες ξανά και ξανά: δεν υπάρχουν όρια στη συνεχή βελτίωση!*
- *Γενικά, προτείνουμε να επικεντρωθείτε σε κάθε δομικό στοιχείο του καμβά για τουλάχιστον 1 ώρα.*



Ανάλυση πλαίσιου

Ανάλυση πλαισίου



Κάθε εμπειρία πολιτιστικής κληρονομιάς και τουρισμού βασίζεται στο πλαίσιο στο οποίο βρίσκεται, το οποίο αποτελείται από την τοπική κοινότητα, τους επισκέπτες, τους ξεναγούς, τους καλλιτέχνες, τους συνεργάτες, τους υπαλλήλους και άλλους εσωτερικούς και εξωτερικούς παράγοντες.

Τους εμπλεκόμενους, που ορίζονται ως τα μέρη που επηρεάζουν ή επηρεάζονται από την εμπειρία. Ως εκ τούτου, είναι χρήσιμο να έχετε καλή γνώση των βασικών εμπλεκόμενων φορέων.

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

Ρόλοι: ποιος αναλαμβάνει ποια καθήκοντα;

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 εξέλιξη του έργου; Μέσω ποιας πλατφόρμας π.χ. Google Sheets, Asana, Basecamp κ.λπ.

Αφού ξεκαθαριστούν αυτές οι οργανωτικές πτυχές, ήρθε η ώρα να γράψετε την αποστολή (πιο εφικτή βραχυπρόθεσμα) και το όραμα (ευρύτερο, μακροπρόθεσμα) της εμπειρίας που σχεδιάζετε ή αναλύετε. Αν το σχεδιάζετε, ονειρευτείτε μεγάλα πράγματα!

Σκεφτείτε πώς θα μπορούσατε να γίνετε δημιουργός τάσεων και να βελτιώσετε την πολιτιστική ευημερία της κοινότητάς σας.



Ανάλυση πλαισίου

Εμπλεκόμενοι φορείς (και άλλοι φορείς)

Εξωτερικοί

Εσωτερικοί

Διαχείριση έργου

Ρόλοι:

Φάσεις:

Πλατφόρμες:

Αποστολή

Όραμα

1

TIP 1

Προσπαθήστε να ταξινομήσετε τους εμπλεκόμενους φορείς με βάση τη σπουδαιότητά τους ανάλογα με την επιρροή και το ενδιαφέρον τους για το έργο/την εμπειρία.

TIP 2

Βεβαιωθείτε ότι λαμβάνετε υπόψη τους πολιτικούς οικονομικούς κοινωνικούς τεχνολογικούς νομικούς περιβαλλοντικούς φορείς που εμπλέκονται από την εμπειρία..

TIP 3

Ονειρευτείτε κάτι ΜΕΓΑΛΟ



ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ



Αξίες & Στόχοι

για τους δικαιούχους

ΑΞΙΕΣ & ΣΤΟΧΟΙ για τους δικαιούχους

Ποιοι είναι οι **δικαιούχοι**;

Είναι οι χρήστες, οι επισκέπτες, οι τουρίστες ή, σε επιχειρηματικούς όρους, οι στόχοι της πολιτιστικής κληρονομιάς ή της τουριστικής εμπειρίας που σχεδιάζετε ή αναλύετε. Στο EUHeritage, 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, στη συνέχεια πρέπει 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, επιτεύξιμοι, σχετικοί και χρονικά δεσμευμένοι..

Για παράδειγμα, μπορείτε να φανταστείτε ότι θα πουλήσετε Χ εισιτήρια για την εμπειρία σε Y μήνες. Αλλά και πάλι, ποια είναι η στρατηγική πρόταση αξίας που προσφέρει η εμπειρία στους δικαιούχους;

Ένας καλός τρόπος να το σκεφτείτε είναι να εντοπίσετε ένα ή περισσότερα προβλήματα που αφορούν τους δικαιούχους και μία ή περισσότερες λύσεις που έχει η εμπειρία 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.



Αξίες & στόχοι για τους δικαιούχους

Δικαιούχοι

Ηλικία & φύλο

Δημογραφική κατανομή

Από πού;

Γεωγραφική κατανομή

Σκέψου & νιώσε

Ψυχογραφική κατανομή

Πες & κάνε

Συμπεριφορική τμηματοποίηση

Συγκεκριμένοι, μετρήσιμοι, εφικτοί, σχετικοί, χρονικά περιορισμένοι:

S.M.A.R.T. στόχοι

Στρατηγική πρόταση αξίας

Τα προβλήματά τους

Οι λύσεις μας

2

TIP 1

Φτιάξτε περισσότερες εκδόσεις αυτού του καμβά σε περίπτωση που έχετε περισσότερους από 1 δικαιούχους (π.χ. τουρίστες, ντόπιους πολίτες, παιδιά,

TIP 2

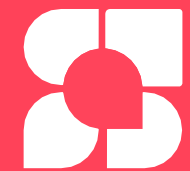
Προσπαθήστε να συμπάσχετε με τους δικαιούχους και να κατανοήσετε πραγματικά τα συναισθήματα, τις ανάγκες και τις

TIP 3

Θέστε στόχους που είστε πραγματικά σε θέση να επιτύχετε με τα περιουσιακά σας στοιχεία

TIP 4

Προσδιορίστε ένα πρόβλημα που σχετίζεται με την απόλαυση της πολιτιστικής κληρονομιάς: π.χ. ένα εμπόδιο που πρέπει να



ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ



ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΜΠΕΙΡΙΑΣ

ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΜΠΕΙΡΙΑΣ

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, σκεφτείτε τα φυσικά και ψηφιακά σημεία επαφής, σε κάθε μία από τις 3 φάσεις: προ-εμπειρία, εντός-εμπειρία και

μετα-εμπειρία, επειδή η εμπειρία δεν αρχίζει μόνο όταν οι επωφελούμενοι φτάνουν στους προορισμούς - είτε πρόκειται για μουσείο είτε για 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.

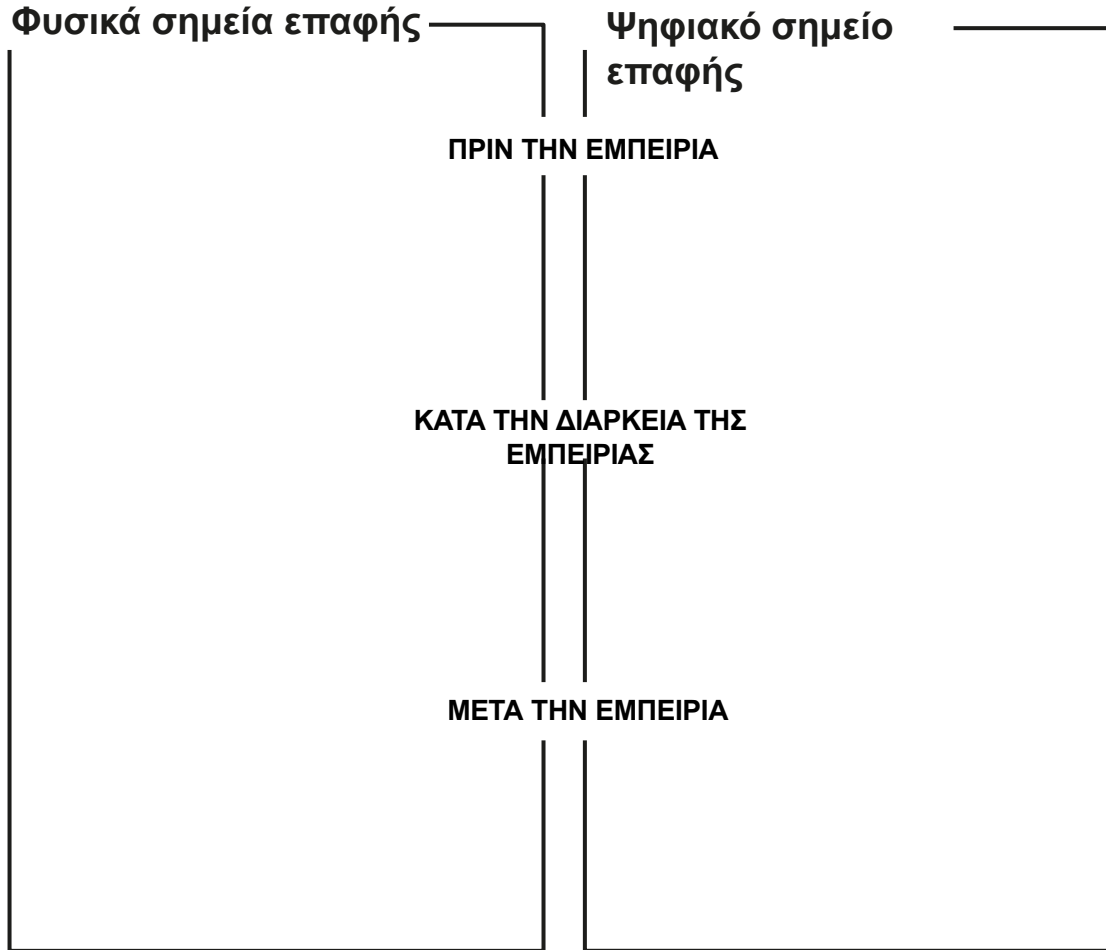
Παράγοντες όπως η **διαδραστικότητα, το παιχνίδι, η αναγέννηση** και άλλοι, όπως η **προσβασιμότητα** και τα εκπαιδευτικά στοιχεία, παίζουν καθοριστικό ρόλο στη δημιουργία καλών, αξέχαστων αναμνήσεων: γι' αυτό ενθαρρύνουμε τον προβληματισμό βαθμολογώντας την εμπειρία από το 1 έως το 10 για κάθε μία από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

Τελευταίο αλλά όχι λιγότερο σημαντικό, τι αφήνουν οι δικαιούχοι στον προορισμό τους; Και τι φέρνουν πίσω; 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.



Σχεδιασμός εμπειρίας

Στα παπούτσια των δικαιούχων



Βαθμολογήστε την εμπειρία σας από το 1 έως το 10

Διαδραστική
0-1-2-3-4-5-6-7-8-9-10

Δημιουργική
0-1-2-3-4-5-6-7-8-9-10

Προσβάσιμη
0-1-2-3-4-5-6-7-8-9-10

Παιγνιώδης
0-1-2-3-4-5-6-7-8-9-10

Ενσυναισθητική
0-1-2-3-4-5-6-7-8-9-10

Εκπαιδευτική
0-1-2-3-4-5-6-7-8-9-10

Μετασχηματιστική Αναγεννητική
0-1-2-3-4-5-6-7-8-9-10

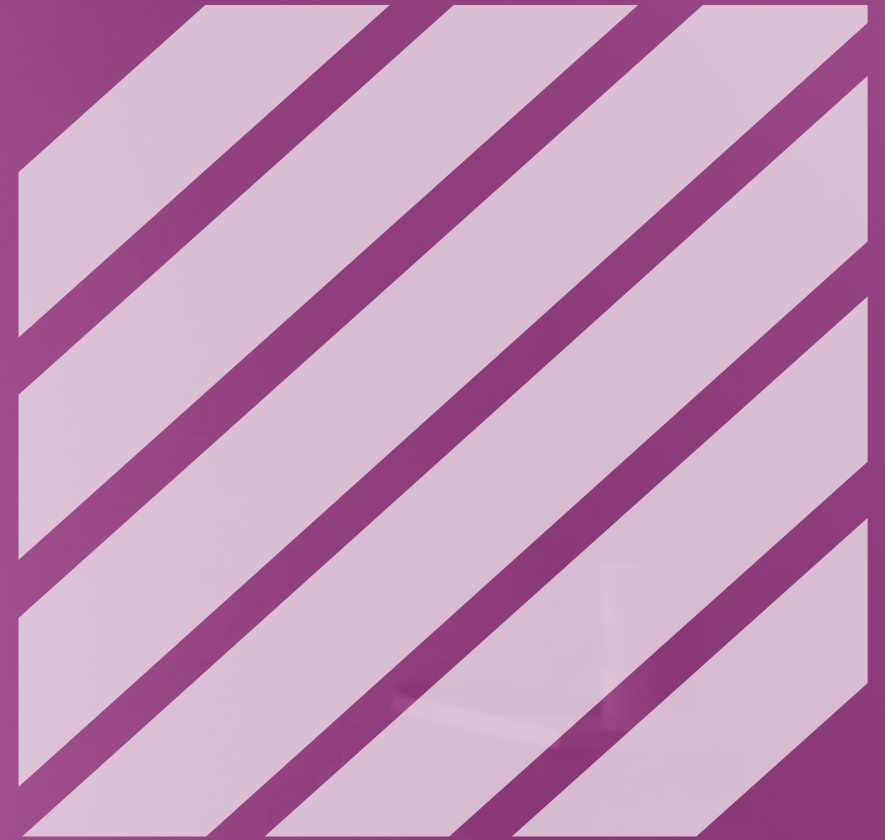
Τι αφήνει ο δικαιούχος στον προορισμό;

Τι φέρνει αυτός/αυτή στο σπίτι;





ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ



Ψηφιακή διάσταση

Ψηφιακή διάσταση

Καλώς ήρθατε στο σχεδιασμό του μπλοκ για να προβληματιστείτε σχετικά με την ψηφιακή διάσταση που εμπλέκεται στην εμπειρία.

Τα **ψηφιακά εργαλεία μέσα στην εμπειρία** αναφέρονται στην εικονική και επαυξημένη πραγματικότητα, τη χαρτογράφηση προβολής, την παιχνιδοποίηση (gamification), τα μεγάλα δεδομένα, την τεχνητή νοημοσύνη, την τρισδιάστατη εκτύπωση και την τρισδιάστατη σάρωση κ.ο.κ..

Για την προώθηση της εμπειρίας, υπάρχει ένας κατάλογος εργαλείων ψηφιακού μάρκετινγκ και branding, από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έως το e-Newsletter, τις τηλεφωνικές εφαρμογές, το gamification και το blogging με τη χρήση των κανόνων SEO/SEM.

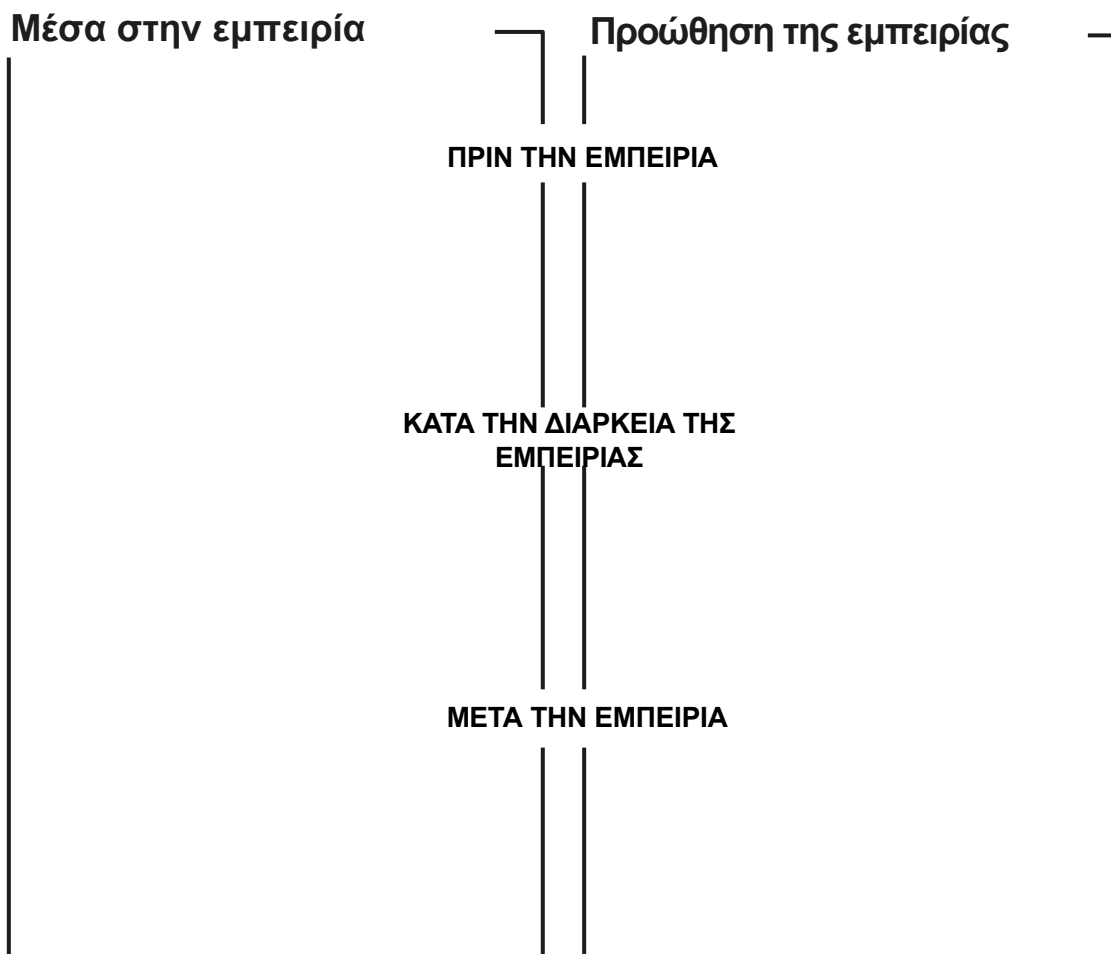
Αυτός ο προβληματισμός θα σας οδηγήσει στο **περιεχόμενο**, το οποίο πρέπει να προγραμματιστεί και να εκτείνεται από ενημερωτικό έως πώλησης και δημιουργούμενο από τους χρήστες.

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;



Ψηφιακή διάσταση

Ψηφιακά εργαλεία & άλλα στοιχεία



Περιεχόμενο

Ενημερωτικό περιεχόμενο

Πώληση περιεχομένου

Περιεχόμενο που δημιουργείται από τον χρήστη

Κανάλια

Διαφημιστικά

Πωλήσεις

Διάδοση/Εκπαίδευση

Metrics (KPIs)

Κοινωνικά δίκτυα

Ηλεκτρονικό εμπόριο

Ιστοσελίδα (συμπεριλαμβανομένου του ιστολογίου)

4

TIP 1

Μπορείτε να δημιουργήσετε ενημερωτικό περιεχόμενο για πολλά θέματα που σχετίζονται με τον τομέα της εξειδίκευσής σας: πολιτισμός, τουρισμός, τοπικές συμβουλές... Να είστε δημιουργικοί! Τέτοια περιεχόμενα μπορούν να αποτελέσουν άγκιστρα για να προσεγγίσετε νέους δικαιούχους στο διαδίκτυο.

TIP 2

Ενεργοποιήστε τους δικαιούχους μέσω των κοινωνικών δικτύων και μοιραστείτε την απάντησή τους



ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ



Οικονομική βιωσιμότητα

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ

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

Για να διασφαλιστεί η οικονομική και χρηματοοικονομική βιωσιμότητα στη διαχείριση και την ενίσχυση των εμπειριών πολιτιστικής κληρονομιάς, είναι απαραίτητο να αποκτήσετε μια **επιχειρηματική προσέγγιση** και να ορίσετε 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, η οποία μπορεί να είναι περιβαλλοντική, κοινωνική και οικονομική. Το επίθετο κοινωνικό περιλαμβάνει επίσης π.χ. την ικανοποίησή σας ως διαχειριστής, τον χρόνο που ξοδεύετε για τον σχεδιασμό και την εκπόνηση της εμπειρίας, καθώς και το αν αυτή ανταμείβεται ή όχι.



Οικονομική βιωσιμότητα

Οικονομική ανάλυση

Δαπάνες

Έσοδα

Ευκαιρίες συγκέντρωσης πόρων

Μετοχές _

Επενδυτές _

Δημόσιες επιχορηγήσεις

Ιδιωτικές επιχορηγήσεις

Χορηγοί _

Δωρεές _

Crowdfunding

Μακροπρόθεσμο κόστος και οφέλη

Τελική τιμή της εμπειρίας

5

TIP 1

Το κόστος μπορεί να είναι οι μισθοί των εργαζομένων, τα εργαλεία, ο εξοπλισμός, οι τοποθεσίες, οι προμηθευτές, το web plan, άλλα μέσα που χρησιμοποιούνται στην εμπειρία και ούτω καθεξής.

TIP 2

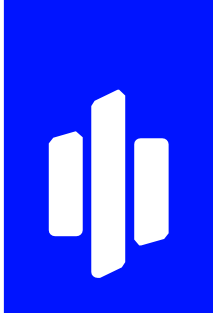
Τα έσοδα μπορεί να είναι εισιτήρια που πωλούνται, δωρεές, χρηματοδοτήσεις και ούτω καθεξής.

TIP 3

Σκεφτείτε τα περιβαλλοντικά, κοινωνικά και άλλα κόστη και οφέλη που σχετίζονται με τη βιωσιμότητα.

TIP 4

Εξηγήστε γιατί αυτή η τιμή, σύμφωνα με την παρεχόμενη αξία, ακόμη και αν είναι δωρεάν.



ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ



Πρωτότυπη εμπειρία κληρονομιάς

PROTOTYPE HERITAGE EXPERIENCE



Έρθε η ώρα να σχεδιάσετε το πρωτότυπό σας! Το πρωτότυπο είναι μια πρώιμη 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 επιτρέπει να είστε δημιουργικοί και να φορέσετε πραγματικά τα παπούτσια του δικαιούχου.

Θυμηθήτε:

τα πάντα σε αυτό το δομικό στοιχείο αποσκοπούν στην **υλοποίηση αυτού του πρωτοτύπου πραγματικά**.

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

Μόλις το αποφασίσετε, σχεδιάστε το **beta test**, αποφασίζοντας πού και πότε θα το κάνετε, ποιος θα είναι ο τυχερός δοκιμαστής και πώς θα συγκεντρώσετε τα σχόλια, τα οποία θα καταγράψετε

μόλις το λάβετε τόσο από τους εσωτερικούς (την ομάδα σας) όσο και από τους εξωτερικούς εμπλεκόμενους (τους δοκιμαστές beta, την τοπική κοινότητα κ.λπ.). Να θυμάστε να διασκεδάσετε!



Πρωτότυπη εμπειρία Κληρονομιάς

Σκεφτείτε την ιδέα της δημιουργίας μιας beta version της εμπειρίας σας και προσπαθήστε να την σχεδιάσετε παρακάτω

Καιρός για το beta test!

Πώς και πού σκοπεύετε να οργανώσετε το beta test σας;

Ποιοι θα είναι οι beta testers;

Πώς θα συγκεντρώνετε σχόλια;

Ανατροφοδότηση
από εσωτερικά
ενδιαφερόμενα
μέρη

Ανατροφοδότηση
από εξωτερικά
ενδιαφερόμενα
μέρη

6

TIP 1

Μπορεί να είναι μια χάρτινη μακέτα του σκηνικού, ένα σενάριο, κάποια σκηνικά ή μια μικρότερη και μικρότερη εκδοχή ενός πολιτιστικού περιπάτου. Το παιχνίδι ρόλων στην ομάδα των σχεδιαστών και των διευθυντών μπορεί επίσης να είναι μια χρήσιμη μακέτα.

TIP 2

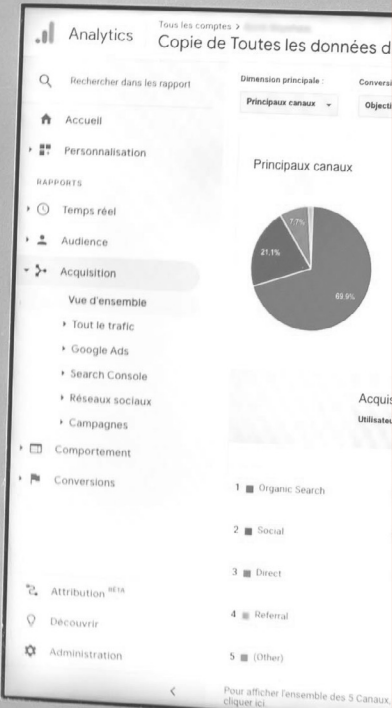
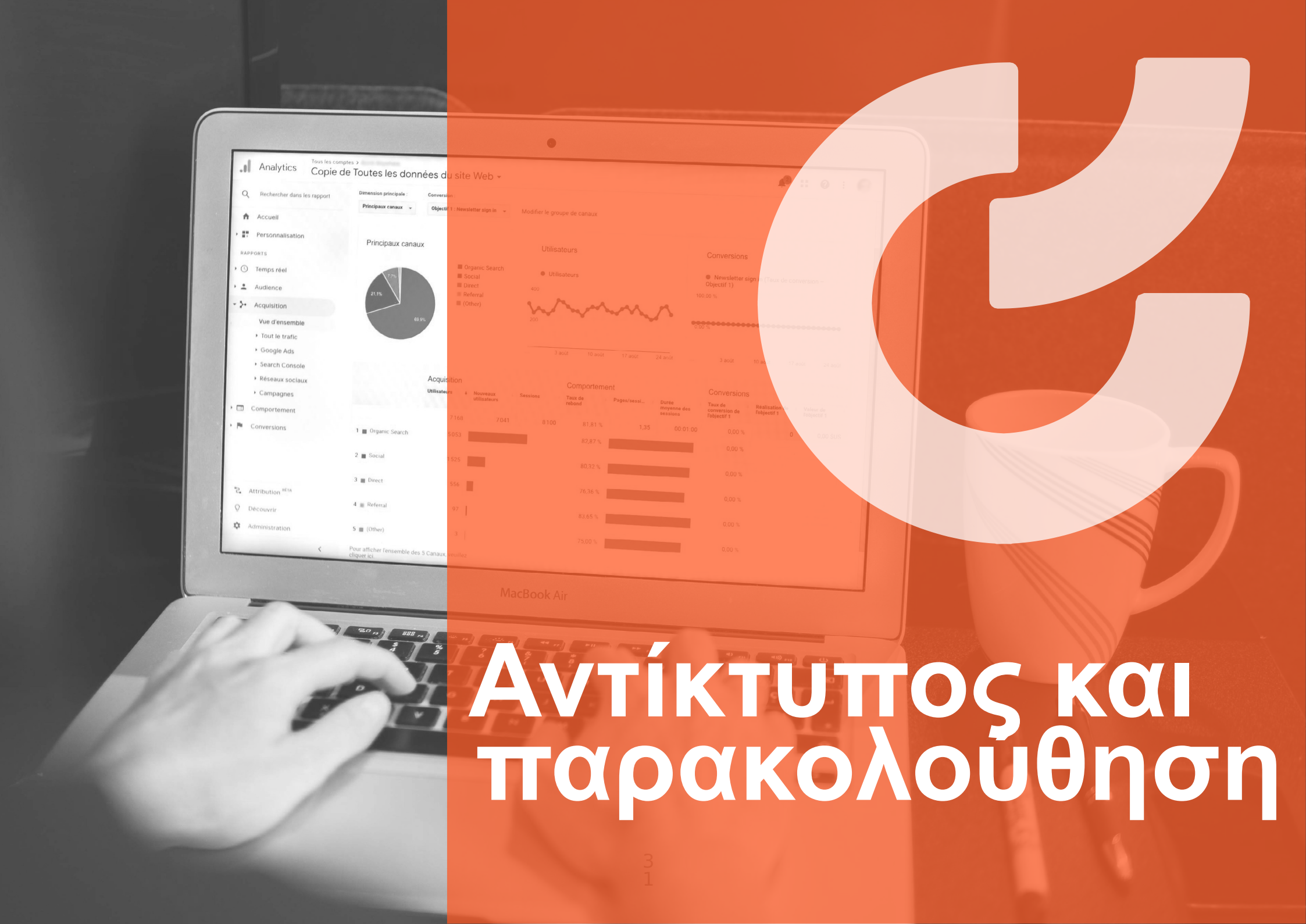
Καμία ιδέα; Εμπλέξτε τους φίλους και τους συγγενείς σας!

TIP 3

Συγκεντρώστε παρατηρήσεις από όποιον είναι δυνατόν, προκειμένου να καταρτιστεί ένα σχέδιο βελτίωσης για την αναπροσαρμογή της



ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ



Αντίκτυπος και παρακολούθηση

ΑΝΤΙΚΤΥΠΟΣ ΚΑΙ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ



Καλώς ήρθατε στο τελευταίο αλλά όχι λιγότερο σημαντικό δομικό στοιχείο, το οποίο θα σας επιτρέψει να προβληματιστείτε σχετικά με **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:

Σχεδιασμός εμπειρίας και Ψηφιακή διάσταση, ώστε να υπενθυμίζονται όλα τα βήματα της εμπειρίας και να εξετάζονται 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 το επίπεδο ικανοποίησής τους.

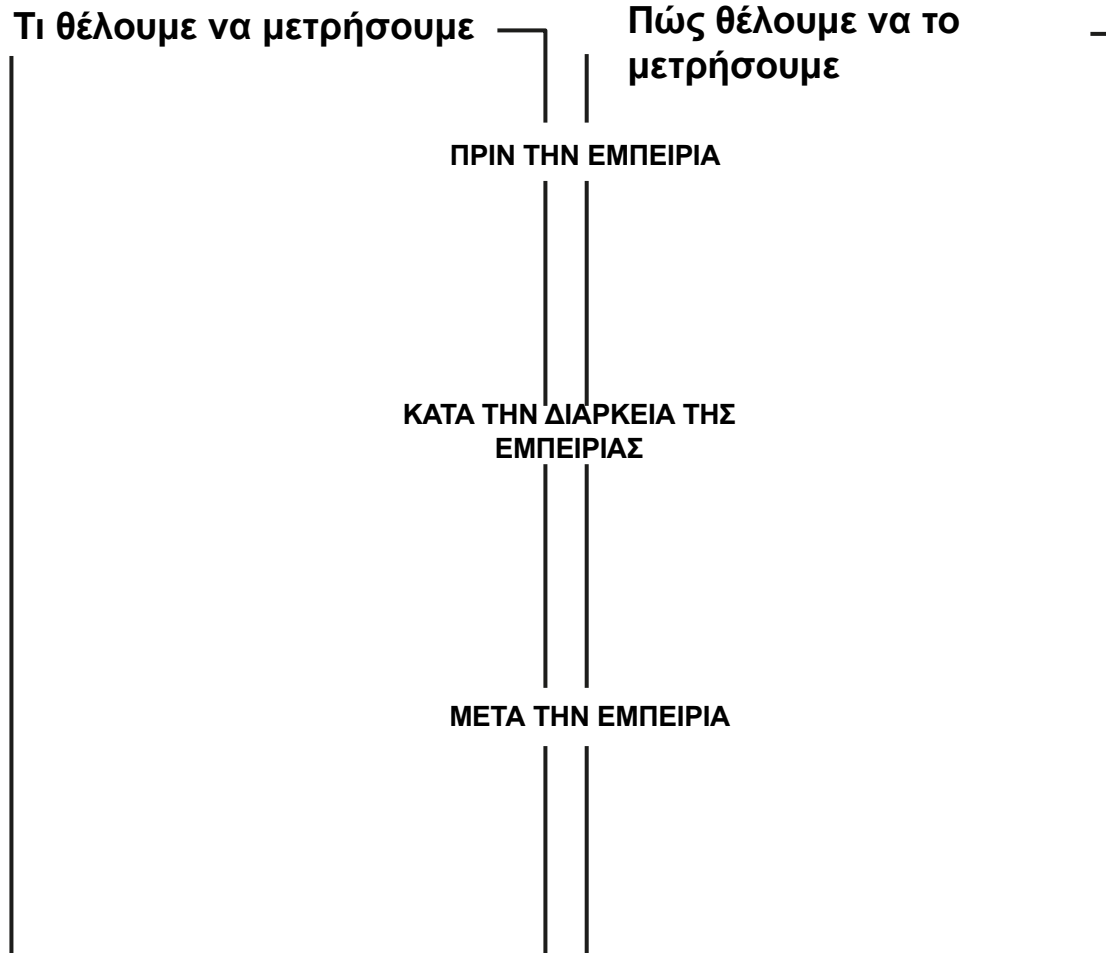
Αφού προσδιορίσετε τον τρόπο μέτρησης, οι KPIs (**Key Performance Indicators / Βασικοί Δείκτες Απόδοσης**) σας επιτρέπουν να εμβαθύνετε περισσότερο,

ώστε να είστε πιο ακριβείς. Λάβετε υπόψη ότι είναι προτιμότερο να επιλέγετε KPIs 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**, ειδικά όταν αυτό ήταν ανατροφοδότηση σχετικά με πτυχές που πρέπει να βελτιωθούν. Σε περίπτωση θετικών παρατηρήσεων, θα πρέπει επίσης, να εξετάσετε τρόπους για τη διάδοσή τους για μια καλύτερη επωνυμία της εμπειρίας.



Αντίκτυπος και παρακολούθηση



Σημαντικές μετρήσεις

Ποσοτικοί KPIs

Ποιοτικοί KPIs

Ποια ΛΥΣΗ προτείνουμε για την αντιμετώπιση των εσωτερικών και εξωτερικών κρίσεων;

Πώς διαδίδουμε και προωθούμε τις ΘΕΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ μας;

7



TIP

Προσδιορίστε ορισμένους KPIs που μπορείτε να χρησιμοποιήσετε για τη συνεχή βελτίωση της εμπειρίας.



ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ



Ελέγξτε την ηλεκτρονική έκδοση του Canvas

Για οποιαδήποτε πληροφορία μπορείτε να επικοινωνήσετε :

- project2@materahub.com
- euheritageproject@gmail.com



[aitygecommunity](#)

στέλνοντάς μας φωτογραφίες και ιστορίες από την εμπειρία σας με το πρωτότυπο της πολιτιστικής κληρονομιάς!

EU Heritage

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



www.euheritage.eu