



EU Heritage.

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



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

Modulo: 2: Progettare un'esperienza innovativa per il visitatore

Sub-Unit: 2.2.2 Un'introduzione allo sviluppo del pubblico

Autore: Noel Buttigieg

Supervisore tecnico: Panagiota Polymeropoulou, Hellenic Open University

Supervisore scientifico: Isabel Verdet

Parole chiave: /

Questo lavoro è sotto licenza Creative Commons [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License (CC BY-NC-SA 4.0)]



Template realizzato da:



DAISSY research group, Hellenic Open University (<http://daissy.eap.gr/en/>)

Noel Buttigieg, University of Malta Un'introduzione allo sviluppo del pubblico

La visione è qualcosa che aspirate che la vostra organizzazione raggiunga, qualcosa di grande, qualcosa di nobile, qualcosa che in un certo senso sembra essere troppo idealistico. Non c'è niente di male nel definire una situazione ideale. Non c'è niente di male nell'aspirare alle stelle. E poi, dopo la dichiarazione di visione, avremo anche la missione. E la missione indica principalmente come l'organizzazione aspira a raggiungere quella missione.

Sfortunatamente a volte abbiamo queste dichiarazioni scritte in tutta la nostra organizzazione, le trovereste come una dichiarazione in ogni e-mail che inviamo, le abbiamo stampate in belle lettere in diverse parti della nostra organizzazione... la realtà è, fino a che punto la vostra organizzazione sta veramente sostenendo il concetto di quella **visione** e di quella **missione**?

Ma ciò che è veramente importante per noi è: fino a che punto la nostra visione e la nostra missione sono guidate da una mentalità incentrata sul pubblico? Così, tra le altre cose, c'è una serie di elementi che bisogna prendere in considerazione prima di sviluppare effettivamente e un piano per il visitatore. E questo esercizio richiede, tra le altre cose, un esercizio di auto-riflessione, chiedendosi chi è lei e in cosa crede. E sulla base di questo, cos'è che vorresti ottenere. Così la visione e la missione giocano un ruolo importante nello sviluppo di un efficace piano di sviluppo del pubblico. In realtà si alimentano a vicenda. Non si può avere un piano di sviluppo del pubblico efficace senza avere una missione e una visione che supporti veramente una filosofia incentrata sul pubblico come detto in precedenza.

Il piano, la visione, la missione, sono quasi come una religione su cui l'organizzazione deve essere d'accordo. Stabilisce collettivamente una comprensione comune e collettivamente tutte le parti interessate dovrebbero lavorare nel quadro che è definito dalla nostra visione e dalla nostra missione. Quindi una parola di avvertimento immediata sarebbe che la vostra organizzazione non dovrebbe scrivere una missione e una divisione semplicemente perché questa è la tendenza. In diverse organizzazioni dico sempre ai manager culturali che la vostra visione non dovrebbe essere solo una manovra di marketing. Sfortunatamente è spesso usata per promuovere in modo molto artificiale ciò che l'organizzazione è, ma poi si comincia a notare che il nostro pubblico non si impegna con chi siamo e cosa facciamo, semplicemente perché la nostra missione e la nostra visione dicono una cosa, e in realtà il pubblico sta vivendo qualcosa di molto diverso.

Per un efficace piano di sviluppo del pubblico avete quindi anche bisogno di una missione e di una visione che sia anche aspirazionale, che aspiri a grandi cose, naturalmente senza predisporre l'organizzazione al fallimento, ma quella mentalità aspirazionale sosterrrebbe la crescita all'interno dell'organizzazione stessa, sosterrrebbe la crescita tra i suoi membri immediati, permetterebbe la crescita tra i suoi visitatori e permetterebbe anche la crescita dell'organizzazione stessa, non solo nel suo mercato immediato ma anche oltre.

Infine, ma non meno importante, la missione e la visione guideranno anche la vostra strategia e ogni strategia deve essere definita da una struttura molto chiara. Spesso ci riferiamo a questi come scopi e obiettivi; di nuovo, più o meno come la missione e la visione, lo scopo è il fine che vorreste raggiungere, gli obiettivi sono i processi che adatterete per raggiungere effettivamente quel particolare fine, quindi ogni strategia a cui potete pensare, compresa quella in cui vorreste avere il pubblico come centro della vostra strategia, sarà chiaramente definita da una serie di scopi e una serie di obiettivi. In ogni caso questi obiettivi devono essere misurabili. Abbiamo diverse istituzioni che purtroppo spendono molto tempo, denaro ed energia nello sviluppo di strategie che purtroppo non sono chiaramente definite e peggio ancora non sono nemmeno misurate. Quindi è estremamente importante all'interno della nostra organizzazione definire una visione e una missione che dia priorità al nostro pubblico. Questa stessa visione e missione definirà anche i nostri scopi e i nostri obiettivi. Chiaramente, i due insieme svilupperanno anche il quadro entro il quale la nostra idea sarà alla fine trasformata in una realtà effettiva e positiva per i nostri visitatori, che si impegneranno con la nostra istituzione.

È ora il momento di iniziare a spacchettare lentamente ma inesorabilmente i diversi aspetti di un efficace piano di sviluppo del pubblico. Naturalmente c'è una quantità di lavoro di base, un lavoro di base, che deve essere completato per sviluppare un piano di sviluppo del pubblico.

Per cominciare, come abbiamo già detto in una presentazione precedente, un piano di sviluppo del pubblico è un processo continuo. Abbiamo anche affermato che per capire come l'intera organizzazione può possedere un piano di sviluppo del pubblico, è estremamente importante che venga sviluppata una strategia. Una strategia efficace è spesso dettata attraverso una missione e una visione se dovessi mettere queste due parole che sono molto usate nelle organizzazioni culturali devo dire che per esperienza ho notato per esempio come durante i workshop alcuni membri di un museo per esempio hanno trovato molto difficile almeno scrivere il principale background filosofico di ciò che il museo crede vi invito tutti a fare un'esperienza particolare con i membri del vostro team, dove è un esercizio molto semplice: li fate sedere e chiedete loro di usare due, tre, quattro parole della dichiarazione della missione della vostra organizzazione e notate che alcuni di loro forse non sanno nemmeno quale sia la missione che guida la vostra organizzazione

Quindi un adeguato piano di sviluppo del pubblico ha bisogno di avere una solida base in una dichiarazione di missione e visione chiaramente definita.

FINE DELLA TRASCRIZIONE



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

EU Heritage.

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