

# ΕΝΟΤΗΤΑ 3

## Σ.Υ.3.1.3. – Ψηφιακή επικοινωνία με τους επισκέπτες



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



**Dr. Isabel Verdet**  
ENCATC

Code n. M4 Unit3 SU3.1

# Περίληψη

## Επισκόπηση

Σκοπός και στόχοι  
Τι θα μάθετε  
Λέξεις κλειδιά & όροι

## Ενότητα 3

Διαθέσιμη τεχνολογία

## Ενότητα 6

Ανοιχτές ερωτήσεις και  
συμβουλές

## Ενότητα 1

Ανάγκες και  
προσδοκίες των  
επισκεπτών

## Ενότητα 4

Πολιτιστική κληρονομιά  
και τεχνολογία  
Flagship projects

## Ενότητα κλεισίματος

Για να συνεχίσετε τη μελέτη σας  
Κατάλογος παραπομπών  
Συγγραφέας και συντελεστές

## Ενότητα 2

Προηγούμενες  
γνώσεις των  
επισκεπτών

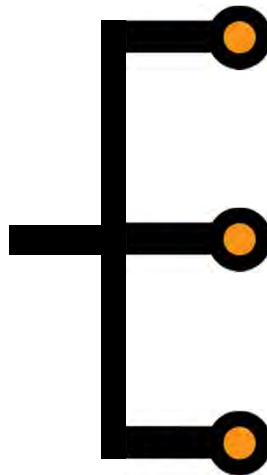
## Section 5

Περιπτωσιολογικές  
μελέτες

## Σκοπός και στόχοι

Αυτή η υποενότητα προσεγγίζει την αξιολόγηση των επισκεπτών και των καταναλωτών από την άποψη της ψηφιακής επικοινωνίας με τον οργανισμό πολιτιστικής κληρονομιάς.

Στόχοι



Παροχή μιας επισκόπησης ορισμένων θεμελιωδών εννοιών που σχετίζονται με το ψηφιακό περιβάλλον και ειδικότερα με τα ψηφιακά δεδομένα στο πλαίσιο της πολιτιστικής κληρονομιάς

Παρουσίαση μερικών από τις δυνατότητες που προσφέρονται από τις ψηφιακές τεχνολογίες για τη μετατροπή της πολιτιστικής κληρονομιάς σε ελκυστικές εμπειρίες για τους επισκέπτες

Να θέσει τη βάση για τους οργανισμούς να αναπτύξουν αποτελεσματικές ψηφιακές στρατηγικές που μεγιστοποιούν την αξιοποίηση της πολιτιστικής κληρονομιάς

## Τι θα μάθετε (Μαθησιακά αποτελέσματα)

- Κατανόηση των θεμελιωδών εννοιών που σχετίζονται με το ψηφιακό περιβάλλον, όπως η δημιουργία, η χρήση, ο μετασχηματισμός και η αποθήκευση ψηφιακών δεδομένων, καθώς και των εφαρμογών τους σε περιβάλλοντα που σχετίζονται με την πολιτιστική κληρονομιά
- Αντιστοίχιση των ψηφιακών δεξιοτήτων και αναγκών των επισκεπτών με τη σχεδιαζόμενη ψηφιακή παραγωγή ενός οργανισμού πολιτιστικής κληρονομιάς
- Καταγραφή των ψηφιακών δεξιοτήτων και αναγκών των επισκεπτών, προσδιορίζοντας τις ευκαιρίες και τα οφέλη της ανταλλαγής δεδομένων μέσω ψηφιακών μέσων τόσο για τον οργανισμό όσο και για τους επισκέπτες
- Ανακάλυψη τρόπων να κατευθυνθούν οι ερευνητικές προσπάθειες του οργανισμού, προκειμένου να ανταποκριθούν στις προσδοκίες ενός μεγαλύτερου κοινού και να επιτύχουν μεγαλύτερη επισκεψιμότητα και καταναλωτική εμβέλεια μέσω ψηφιακών καναλιών και προσαρμοσμένων ψηφιακών προϊόντων.

# Λέξεις-κλειδιά & όροι

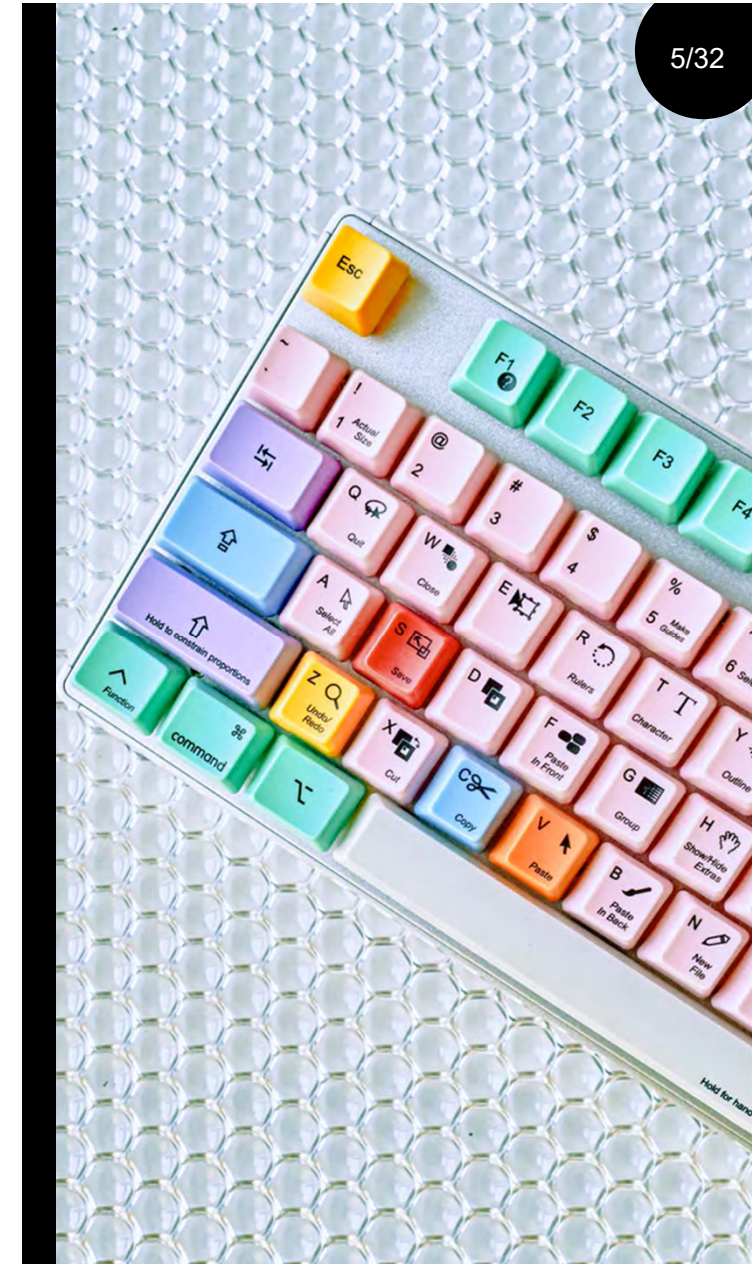
## Ψηφιακή ανταλλαγή

Αναφέρεται εδώ στην αμφίδρομη ροή δεδομένων μεταξύ του επισκέπτη/καταναλωτή και του οργανισμού πολιτιστικής κληρονομιάς πριν, κατά τη διάρκεια και μετά την επίσκεψη.

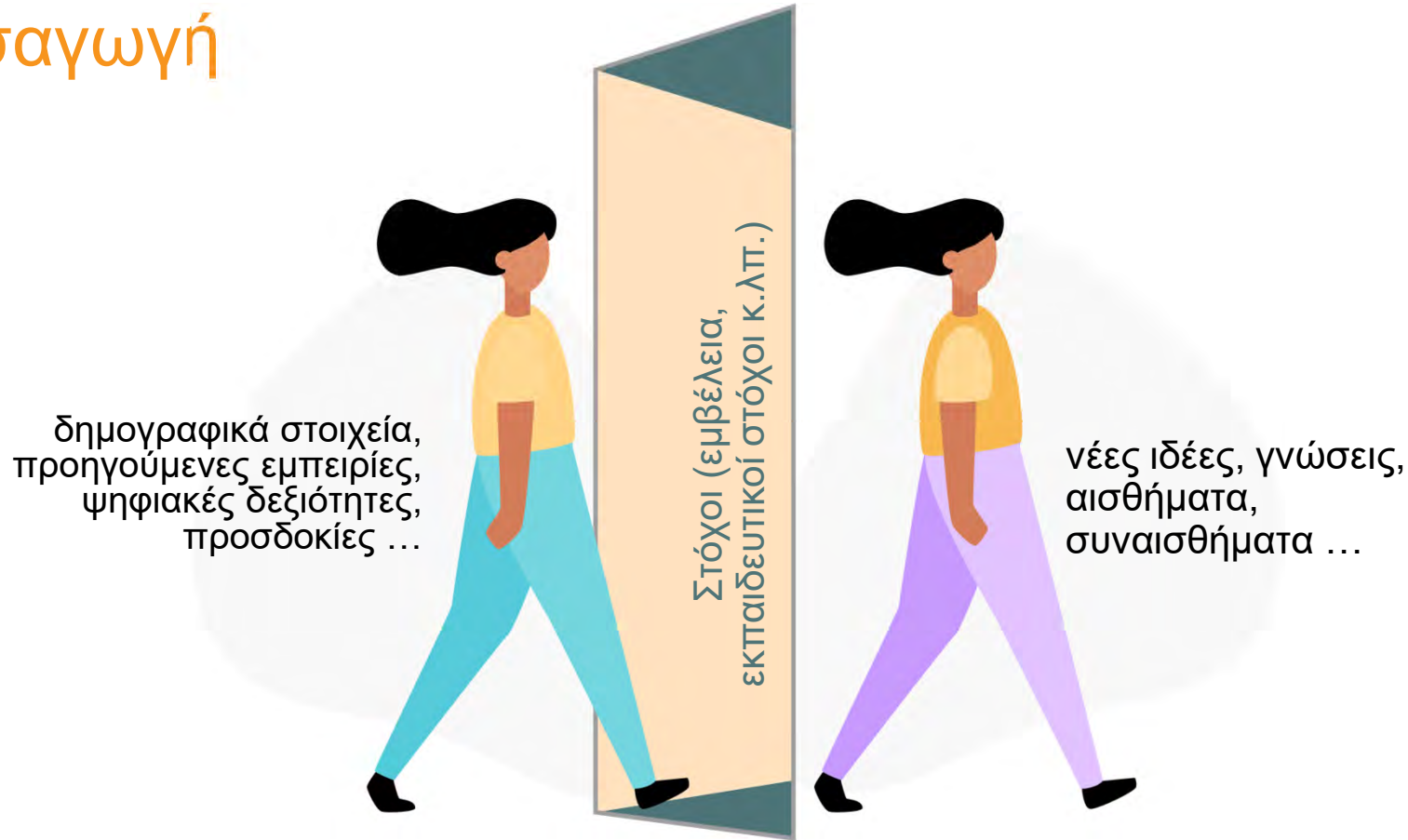
## Εμπειρία των επισκεπτών

Αναφέρεται εδώ στις προσδοκίες, τα αισθήματα, τα συναισθήματα, την αποκτηθείσα γνώση και άλλες πτυχές που ανταποκρίνονται και προκύπτουν από τον τρόπο με τον οποίο ο επισκέπτης αλληλεπιδρά με την πολιτιστική κληρονομιά (είτε πρόκειται για έναν χώρο, είτε για ένα μουσείο, κ.λπ.).

Η εμπειρία του επισκέπτη είναι «η άμεση ή συνεχής, υποκειμενική και προσωπική ανταπόκριση ενός ατόμου σε μια δραστηριότητα, ένα περιβάλλον ή ένα γεγονός εκτός του συνήθους περιβάλλοντός του» (Packer & Ballantyne, 2016, p.133).



## Εισαγωγή



**Πώς μπορούμε να συγκεντρώσουμε τα δεδομένα που απαιτούνται για να κατανοήσουμε την εμπειρία των επισκεπτών και πώς αυτό μπορεί να μας βοηθήσει να επιτύχουμε τους στόχους μας;**

# ΕΝΟΤΗΤΑ 1

Ανάγκες και  
προσδοκίες των  
επισκεπτών



Ο ψηφιακά ενισχυμένος τουρισμός επιδιώκει να βελτιώσει την τουριστική εμπειρία πριν, κατά τη διάρκεια και μετά την επίσκεψη με τρόπο που να κατανοεί καλύτερα κάθε επισκέπτη ως μοναδικό άτομο με τα δικά του ενδιαφέροντα, στόχους και προσδοκίες (Benyon et al., 2014). Αυτό ισχύει και για τους επισκέπτες σε χώρους πολιτιστικής κληρονομιάς, μουσεία κ.λπ.

Η πελατοκεντρική στρατηγική μπορεί να βοηθήσει στην οικοδόμηση μιας καλύτερης σχέσης με τους πελάτες, αναβαθμίζοντας την εμπειρία έτσι ώστε να ταιριάζει με τις προτιμήσεις και τις προσδοκίες κάθε επισκέπτη, προωθώντας ταυτόχρονα τη βιωσιμότητα.





## Σχήμα 1. Κύριες ανάγκες των νέων ψηφιακών πελατών



Εργαλεία ευέλικτης διαχείρισης:

ειδικά σε εκείνες τις εφαρμογές που προσφέρουν ταχύτητα και αποτελεσματικότητα κατά την πραγματοποίηση ηλεκτρονικών κρατήσεων και κατά την πρόσβαση σε διοικητικές υπηρεσίες.



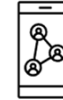
**Multi-channel** επιλογές για περισσότερη και καλύτερη ενημέρωση:

Ο νέος ψηφιακός πελάτης είναι πολύ πιο ενημερωμένος.



Καλή επικοινωνία στα κοινωνικά δίκτυα:

τα κοινωνικά δίκτυα αποτελούν βασικό πυλώνα για τις νέες γενιές και επομένως ένα πολύ σημαντικό μέσο για την πραγματοποίηση επιτυχημένων εκστρατειών μάρκετινγκ που επιτυγχάνουν το επιθυμητό αποτέλεσμα και αντίκτυπο.



IoT και εφαρμογές για κινητά για να παραμένετε υπερ-συνδεδεμένοι:

σήμερα, δεν καταλαβαίνουμε μια έννοια του τουρισμού [ή της πολιτιστικής κληρονομιάς για το θέμα αυτό] που δεν προσαρμόζεται στο προφίλ του υπερ-συνδεδεμένου πελάτη, χωρίς να προσφέρει αυτοματοποιημένες συσκευές και υπηρεσίες που βελτιώνουν την εμπειρία του μέσω του IoT.



Εξυπηρέτηση πελατών 24/7:

Η αυτοματοποίηση των υπηρεσιών είναι η μελλοντική τάση του νέου μοντέλου τουρισμού [και των επισκέψεων στην πολιτιστική κληρονομιά].



Πιο διαφανή και ασφαλή διαδικτυακά συστήματα ταυτοποίησης και πληρωμών:

πιστεύεται ότι στο εγγύς μέλλον θα είναι εξαιρετικά χρήσιμο για την ταυτοποίηση των ταξιδιωτών στο αεροδρόμιο, για τη διασφάλιση της διαφάνειας στη γνώμη των επισκεπτών ή για την πρόσβαση σε εύκολες και ασφαλείς πληρωμές.



**Εξατομικευμένη εμπειρία:** τα δεδομένα αποτελούν θεμελιώδη παράγοντα όταν πρόκειται να γνωρίσουμε τις προτιμήσεις του πελάτη μας και τις ενέργειές του. Επιτρέπει την προγνωστική ανάλυση της συμπεριφοράς του και την εκπόνηση ενός ακριβούς προφίλ του/της. Βασικό στοιχείο για τη δημιουργία αξιόλογων προσφορών εξατομικευμένων και προσαρμοσμένων στις ανάγκες του/της.



Απευθυνθείτε στα συναισθήματα για να εξατομικεύσετε την εμπειρία σας: οι ψηφιακοί πελάτες είναι κυρίως συναισθηματικοί καταναλωτές που αποφασίζουν σύμφωνα με τις προηγούμενες εμπειρίες της ζωής τους. Πράγμα που σημαίνει ότι οι αγοραστικές αποφάσεις που, συνήθως, λαμβάνουμε σχετίζονται με το αίσθημα ή το συναίσθημα που μας προκαλεί μια υπηρεσία ή ένα προϊόν. Πρόκειται για κάτι ασυνείδητο. Ως εκ τούτου, η συνεκτίμηση της εμπειρίας του πελάτη είναι απαραίτητη κατά τη διαμόρφωση αποτελεσματικών εμπορικών στρατηγικών.



Μοναδικές και καθηλωτικές εμπειρίες:

Ο επισκέπτης γίνεται όλο και πιο απαιτητικός και ταξιδεύει πολύ. Για το λόγο αυτό, δεν θέλει να καταναλώνει τα συνηθισμένα, αλλά θέλει να βρίσκει νέα και πιο εξατομικευμένα κίνητρα, εν ολίγοις, που τον εκπλήσσουν.



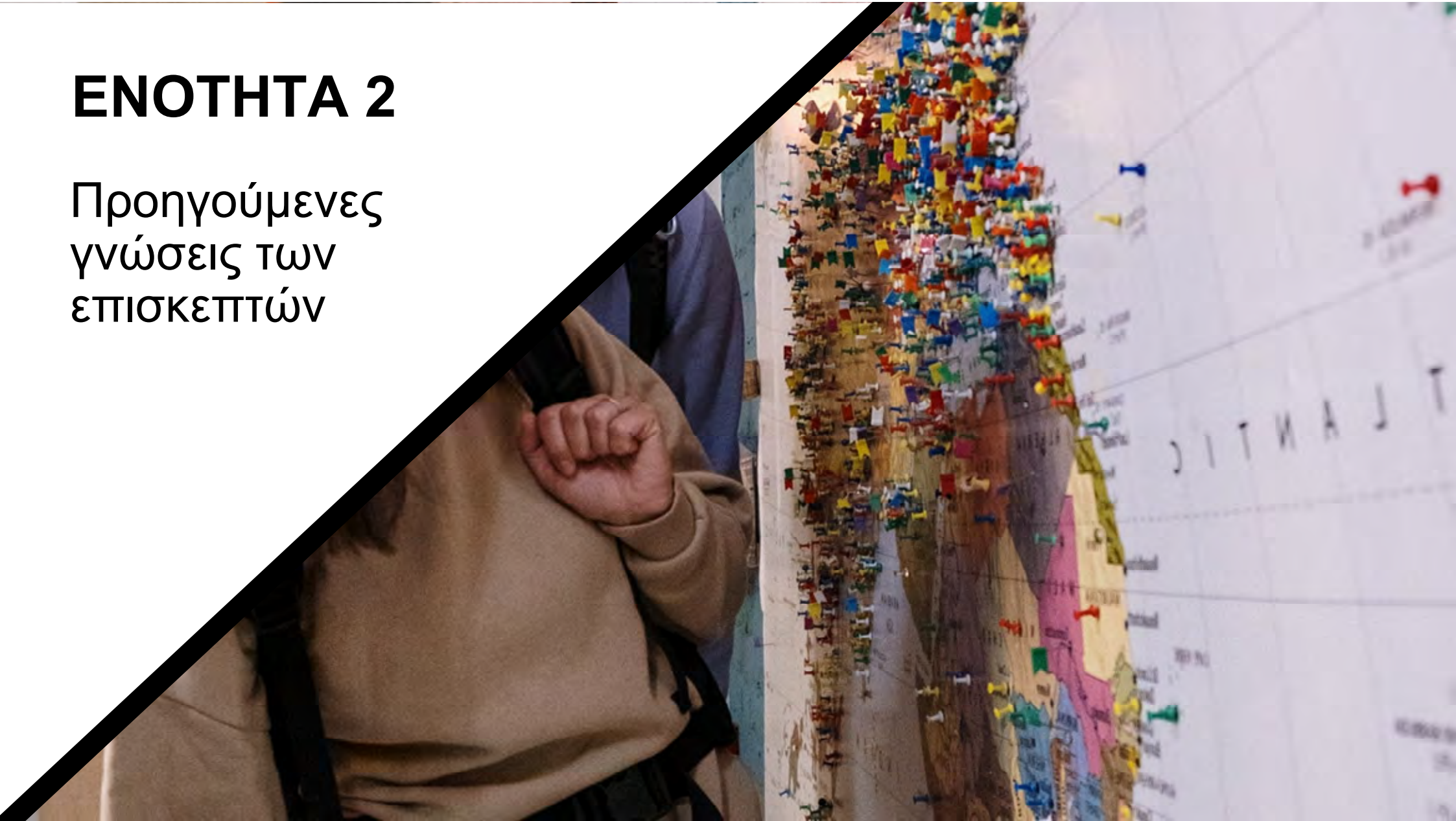
Εργαλεία και εφαρμογές για την πρόσβαση σε κοινόχρηστους πόρους: Οι στρατηγικές και οι λειτουργίες αυτών των υπηρεσιών πρέπει να αποτελέσουν σημείο αναφοράς για τη μάθηση και τη λήψη αποφάσεων για τις επιχειρήσεις του τομέα του τουρισμού [και της πολιτιστικής κληρονομιάς].

## Σχήμα 2. Εμβαθύνοντας στις κύριες ανάγκες των νέων ψηφιακών πελατών: εργαλεία και σκοπός



# ΕΝΟΤΗΤΑ 2

Προηγούμενες  
γνώσεις των  
επισκεπτών



### Σχήμα 3. Μάθηση σε διαδραστικά περιβάλλοντα: ο ρόλος της προηγούμενης γνώσης

Είναι αδύνατο να μάθει κανείς χωρίς προηγούμενη γνώση

Η μάθηση προέρχεται πρωτίστως από τις προηγούμενες γνώσεις και μόνο δευτερευόντως από το παρουσιαζόμενο υλικό.

Οι εκπαιδευτικοί συχνά επικεντρώνονται στις ιδέες που θέλουν να μάθουν οι μαθητές τους - ενώ η έρευνα έχει δείξει ότι οι προηγούμενες γνώσεις του μαθητή συχνά μπερδεύουν τις καλύτερες προσπάθειες για την ακριβή απόδοση των ιδεών.

Η προϋπάρχουσα γνώση επιβάλλει επίσης, μια θεωρητική στροφή προς τη θεώρηση της μάθησης ως εννοιολογικής αλλαγής

Υπάρχει ευρεία συμφωνία ότι η προϋπάρχουσα γνώση επηρεάζει τη μάθηση και ότι οι εκπαιδευόμενοι κατασκευάζουν έννοιες από την προϋπάρχουσα γνώση.

Η προηγούμενη γνώση καθορίζει τι μαθαίνουμε από την εμπειρία

Η νέα γνώση δεν αντικαθιστά την *προηγούμενη* γνώση - η νέα γνώση επαναχρησιμοποιεί την προηγούμενη γνώση

Σχήμα 4. Μάθηση σε διαδραστικά περιβάλλοντα: σχεδιασμός διαδραστικών εμπειριών

1

Ανάγκη βελτίωσης και κατανόησης των προηγούμενων γνώσεων του μαθητή

2

Πρέπει να προβλέπει μια μακροπρόθεσμη διαδικασία μάθησης, της οποίας η βραχυπρόθεσμη εμπειρία αποτελεί ένα επιμέρους τμήμα

3

Να θυμάστε ότι η μάθηση εξαρτάται από την κοινωνική αλληλεπίδραση - οι συζητήσεις διαμορφώνουν τη μορφή και το περιεχόμενο των εννοιών που οικοδομούν οι μαθητές

4

Αναμένεται ότι η μάθηση θα συντελεστεί μέσω της σταδιακής βελτίωσης και αναδιάρθρωσης μικρών συστατικών δυνατοτήτων εντός ενός μεγάλου κατανεμημένου συστήματος, του οποίου το μουσείο [χώρος πολιτιστικής κληρονομιάς] είναι μόνο ένα, ενίοτε μικρό, μέρος

# ΕΝΟΤΗΤΑ 3

Διαθέσιμη  
τεχνολογία



## Σχήμα 5. Τεχνολογικά ενισχυμένη εμπειρία πολιτιστικής κληρονομιάς: τύπος εργαλείων ανάλογα με το στάδιο της επίσκεψης

### ΠΡΙΝ ΤΗΝ ΕΠΙΣΚΕΨΗ

#### TECH INPUTS

Έμπνευση  
Προκαταρκτική αναζήτηση  
πληροφοριών  
Λήψη αποφάσεων  
Σχεδιασμός ταξιδιού  
Κράτηση

#### TECH TOOLS

Συστήματα εικονικής  
πραγματικότητας (VR)  
Διαδραστικοί δικτυακοί τόποι  
Μέσα κοινωνικής δικτύωσης

### ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ

#### TECH INPUTS

Επικοινωνία, αλληλεπίδραση  
Ανάκτηση πληροφοριών  
Πλοήγηση  
Διαμοιρασμός σε πραγματικό χρόνο

#### TECH TOOLS

Εφαρμογές για κινητά  
Τοποθεσία, πλαίσιο  
Augmented Reality/Επαυξημένη  
Πραγματικότητα (AR)  
Μέσα κοινωνικής δικτύωσης

### ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΕΠΙΣΚΕΨΗ

#### TECH INPUTS

Ανταλλαγή εμπειριών  
Γράφοντας σχόλια και γνώμες  
Επικοινωνία με παρόχους και  
πελάτες

#### TECH TOOLS

Μέσα κοινωνικής δικτύωσης  
Επανεξέταση ιστοσελίδας  
Ιστοσελίδες

Εικόνα 6. Τεχνολογικά ενισχυμένη εμπειρία πολιτιστικής κληρονομιάς:  
συγκεκριμένα εργαλεία ανάλογα με το στάδιο της επίσκεψης

## ΠΡΙΝ ΤΗΝ ΕΠΙΣΚΕΨΗ

Λήψη απόφασης : Yonder, Pinterest

Κράτηση: Trevii, Booking, Kayak, Airbnb, Hotel Tonight

Προετοιμασία επίσκεψης : Google Maps

Οργάνωση/σχεδιασμός : Guides by Lonely Planet, WeTravel (για groups), Travel Itinerary Generator

## ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΔΙΑΡΚΕΙΑ

Δικτύωση : VacationMingler, Turo

Ηλεκτρονικές αγορές : ιστότοποι, μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Έγκαιρη ενημέρωση : internet browsers, social media, Citymapper

Μεταφορά : AllAboard, Turo

Κοινή χρήση: μέσα κοινωνικής δικτύωσης, Trip Journal, Google Maps

Άλλες υπηρεσίες: γλωσσικός μεταφραστής, πρόγνωση καιρού

## ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΕΠΙΣΚΕΨΗ

Feedback / Ανατροφοδότηση (κριτικές/συστάσεις): μέσα κοινωνικής δικτύωσης, Google Maps, Google Reviews, TripAdvisor, Booking

Συμμετοχή: μέσα κοινωνικής δικτύωσης, mailing (newsletter, subscriptions...)

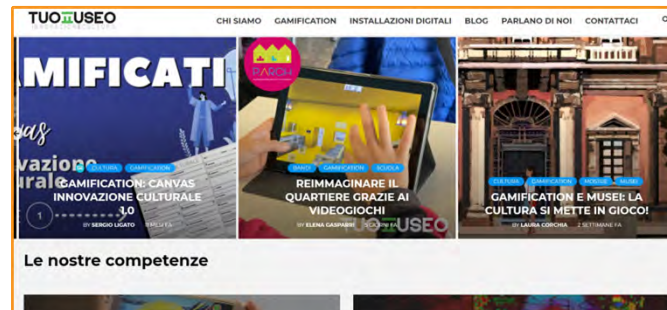
Ηλεκτρονικές αγορές: ιστότοποι, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, μετατροπέας νομισμάτων, παγκόσμιο ρολόι, υπηρεσία ταξί



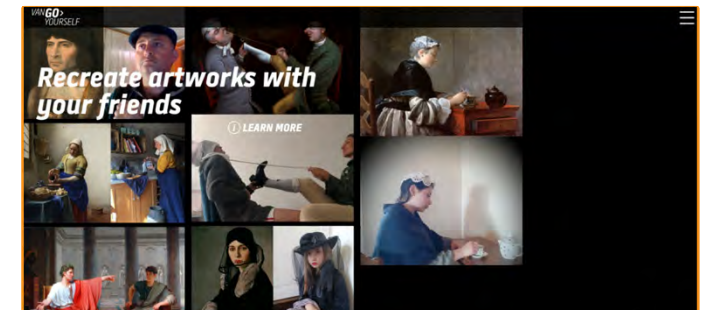
## Πώς μοιάζει ένας κόσμος με ψηφιακή πολιτιστική κληρονομιά στον τουρισμό;



Διάφορες τουριστικές εφαρμογές και υπηρεσίες που χρησιμοποιούν την ψηφιακή πολιτιστική κληρονομιά μέσω της Europeana είναι ήδη διαθέσιμες. Η [Europeana Beacon](#) (eBe) iOS εφαρμογή είναι ένας νέος τρόπος σκέψης για τους τουριστικούς οδηγούς. Η εφαρμογή προσδιορίζει τη θέση του χρήστη σε μια πλατεία της πόλης, μια αίθουσα μουσείου ή μια έκθεση, εμφανίζοντας πάντα τις σωστές πληροφορίες για το έργο τέχνης που αντικρίζει. Οι τουρίστες μπορούν να ανακαλύψουν νέα στοιχεία, να συμμετάσχουν σε διασκεδαστικούς γρίφους και κουίζ για να εξερευνήσουν το περιβάλλον τους, ενώ οι επιμελητές των μουσείων ή το τοπικό γραφείο τουρισμού αποκτούν μια βαθύτερη εικόνα για το τι πραγματικά επισκέφθηκαν οι άνθρωποι.



[TuoMuseo.it](#) είναι μια εφαρμογή για τη συνολική εμπειρία των επισκεπτών - από τον ηλεκτρονικό σχεδιασμό και την ανακάλυψη πριν από την επίσκεψη, μέχρι τις εμπειρίες στο χώρο και στη συνέχεια την προσωπική αφήγηση μετά την επίσκεψη. Τα ψηφιοποιημένα σημεία ενδιαφέροντος και τα εκθέματα του πραγματικού κόσμου συνδυάζονται μέσω της παιχνιδιοποίησης, επιτρέποντας στις πόλεις και τους υπεύθυνους των μουσείων να καθοδηγούν και να αναλύουν τη ροή των επισκεπτών σε πραγματικό χρόνο. Οι αποστολές, τα κουίζ, τα σήματα, οι πόντοι, οι κατατάξεις, τα βραβεία και η ροή ειδήσεων ενθαρρύνουν τη θετική τουριστική συμπεριφορά, οδηγώντας τους ανθρώπους να ανακαλύψουν μέρη με νέους τρόπους.



[VanGoYourself](#) ενθαρρύνει όλους να διασκεδάσουν αναδημιουργώντας ιστορικά έργα τέχνης και στη συνέχεια να τα μοιραστούν στο διαδίκτυο. Πάνω απ' όλα, ο τομέας του τουρισμού επιδιώκει να προσφέρει στους πελάτες του σπουδαίες εμπειρίες, ώστε να τους κάνει να επιστρέψουν σε έναν προορισμό ή να μιλήσουν στους φίλους και την οικογένειά τους γι' αυτόν με θετικό τρόπο. Το VanGoYourself μπορεί να βοηθήσει στην παροχή αυτής της εμπειρίας.

# ΕΝΟΤΗΤΑ 4

Πολιτιστική  
κληρονομιά και  
τεχνολογία

Flagship projects



# Το έργο ARCHES: καθιστώντας τους πολιτιστικούς χώρους προσβάσιμους: τεχνικές καινοτομίες που συμβάλλουν στην υπέρβαση των εμποδίων πρόσβασης (ARCHES, 2019)



Κατά την πρόσβαση στην κοινή πολιτιστική μας κληρονομιά, οι ανάγκες των ανθρώπων δεν μπορούν να κατηγοριοποιηθούν. Με σωματικές ή γνωστικές αναπηρίες, οι παραδοσιακές κατηγορίες όπως "τυφλοί" ή "μαθησιακές δυσκολίες" είναι μερικές φορές πολύ ευρείες και μπορεί να οδηγήσουν σε θυματοποίηση.

- Το υποστηριζόμενο από την ΕΕ έργο ARCHES επικεντρώθηκε σε μια σειρά από ανάγκες πρόσβασης, αξιοποιώντας την τρέχουσα και την αναδυόμενη τεχνολογία για την υπέρβαση των εμποδίων.
- Χρησιμοποιώντας συμμετοχικές μεθόδους, οι ερευνητές δημιούργησαν εργαλεία όπως: βίντεο-άβαταρς στη νοηματική γλώσσα (ένα πρόσωπο που δημιουργείται από υπολογιστή και προσφέρει πληροφορίες στη νοηματική γλώσσα), μια εφαρμογή για το μουσείο, ένα παιχνίδι σε τάμπλετ προσανατολισμένο στο μουσείο (προσβάσιμο σε τυφλούς) και το πρωτότυπο ενός φορητού εκτυπωτή οπτικής αντίληψης 2,5D, ο οποίος μπορεί να δημιουργεί απτικά αντίγραφα αριστουργημάτων (όπως πίνακες του Bruegel).
- Ο διαδραστικός χαρακτήρας αυτών των απτικών αντικειμένων ενισχύθηκε περαιτέρω με την προσθήκη ήχου surround που αντανακλά το περιεχόμενο του αντικειμένου, ο οποίος αναπτύχθηκε από ένα άλλο χρηματοδοτούμενο από την ΕΕ και συνεργαζόμενο έργο, το PLUGGY.

Το έργο υιοθέτησε μια συμμετοχική ερευνητική μέθοδο στην οποία συμμετείχαν ως συν-ερευνητές άτομα με ευρύ φάσμα αναπηριών και προτιμήσεων πρόσβασης. Όταν οι εταιρείες τεχνολογίας παρουσίαζαν σχέδια στους χρήστες σε δοκιμαστικές συνεδρίες, οι χρήστες ανέφεραν τις δικές τους ιδέες για χαρακτηριστικά και εργαλεία.

Περισσότερες πληροφορίες στο: <https://www.arches-project.eu/>

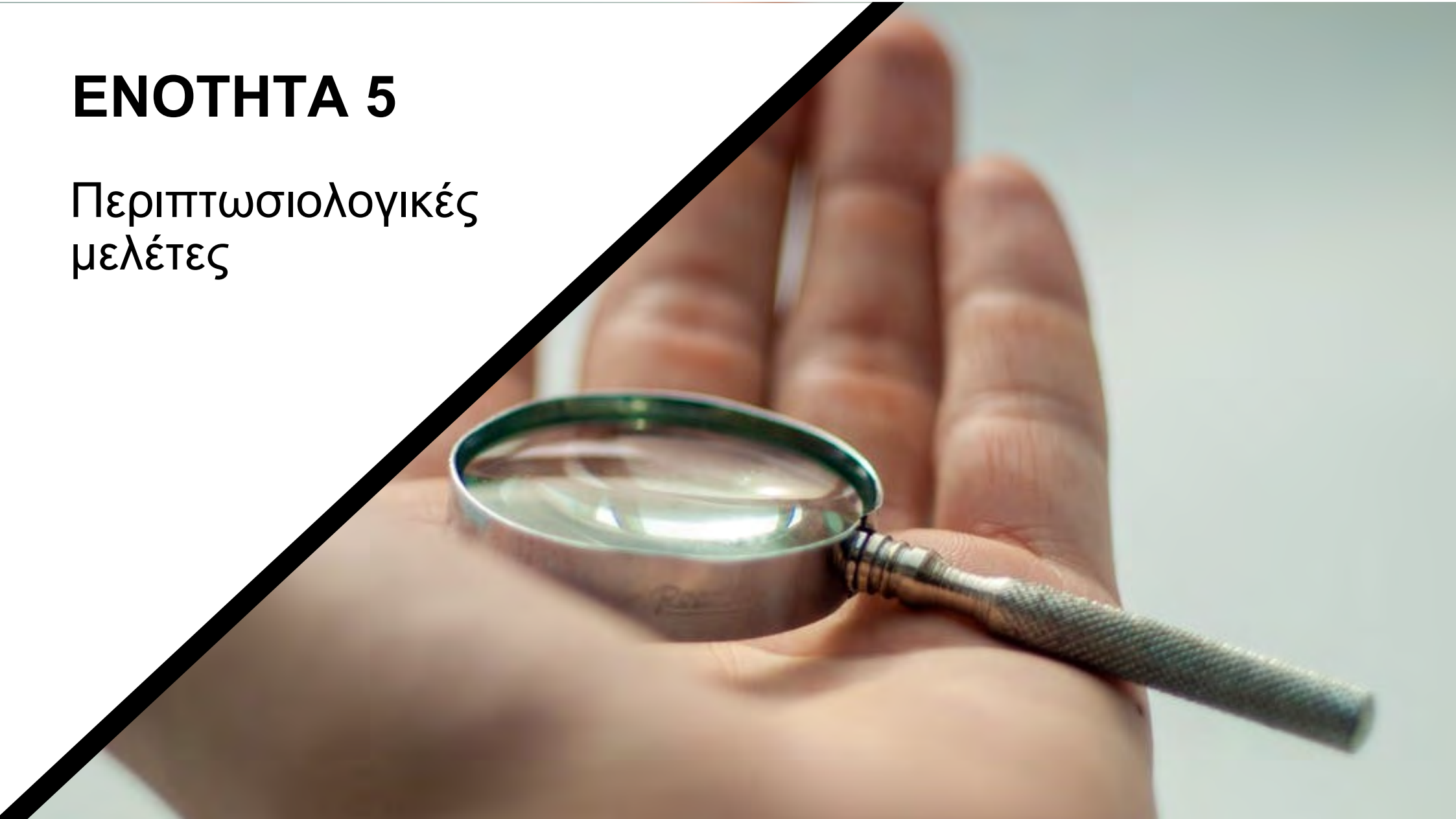
# ROCK project: Ανάπλαση και βελτιστοποίηση της πολιτιστικής κληρονομιάς στις δημιουργικές πόλεις της Γνώσης



- Το ROCK είναι ένα χρηματοδοτούμενο από την ΕΕ έργο που αποσκοπεί στην εξεύρεση καινοτόμων απαντήσεων στο ερώτημα *Πώς είναι δυνατόν να μετατραπούν οι ιστορικές πόλεις σε ευφυείς (δηλαδή ανθεκτικές, βιώσιμες, δημιουργικές και γνώσης) πόλεις*,
- Το έργο του ROCKS "Το χρώμα των δεδομένων", που αναπτύχθηκε στο Βίλνιους της Λιθουανίας, χρησιμοποιεί ανοικτά δεδομένα και εργαλεία, όπως νευροαναλυτικά βίντεο, τα οποία μετρούν τη συναισθηματική και ψυχολογική κατάσταση των κατοίκων και των επισκεπτών. Οι πληροφορίες αυτές χρησιμοποιούνται για τη βελτίωση της πολιτιστικής προσφοράς της πόλης, δείχνοντας πόσο ευτυχισμένοι είναι οι άνθρωποι σε χώρους και δραστηριότητες πολιτιστικής κληρονομιάς.
- Μία από τις νέες τεχνολογίες που δοκιμάζονται πιλοτικά στο Βίλνιους μέσω του ROCK είναι η νευροανάλυση βίντεο, η οποία αναπτύχθηκε από το Τεχνικό Πανεπιστήμιο Vilnius Gediminas (VGTU) και τον Δήμο Vilnius. (...) Αυτό σημαίνει κάμερες γύρω από την πόλη που καταγράφουν τις εκφράσεις του προσώπου των ανθρώπων και αξιολογούν τις συναισθηματικές στάσεις, τις συναισθηματικές και ψυχολογικές καταστάσεις τους. Με αυτές τις πληροφορίες, η πόλη τρέχει έναν ζωντανό "δείκτη ευτυχίας".

# ΕΝΟΤΗΤΑ 5

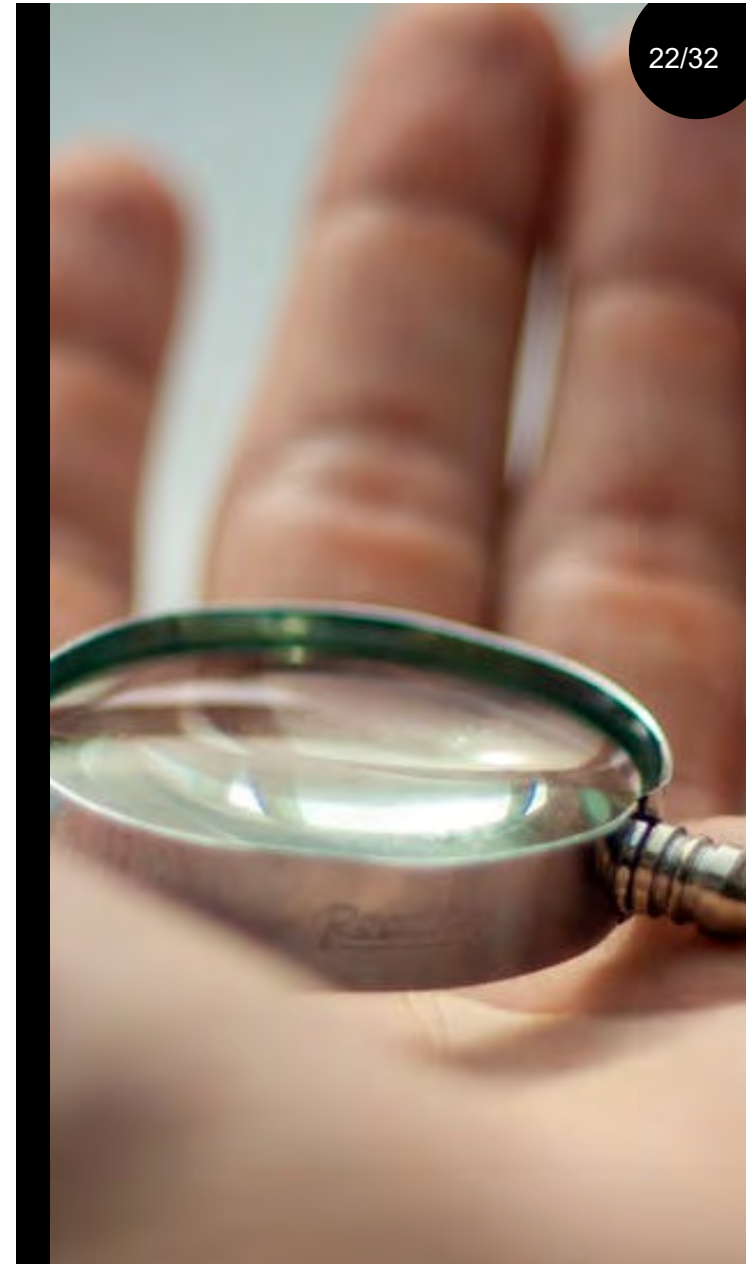
Περιπτωσιολογικές  
μελέτες



## Κατάλογος περιπτώσιολογικών μελετών

- Η πένα στο Cooper Hewitt
- Η εφαρμογή (app) ASK του Μουσείου του Μπρούκλιν

Οι περιπτώσεις αυτές αποτελούν παράδειγμα του τρόπου με τον οποίο οι ψηφιακές τεχνολογίες μπορούν να βελτιώσουν την εμπειρία του επισκέπτη, παρέχοντας παράλληλα στον οργανισμό πολιτιστικής κληρονομιάς πληροφορίες σχετικά με την εμπειρία αυτή, επιτρέποντάς του να προσαρμοστεί ώστε να ανταποκριθεί καλύτερα στις ανάγκες του επισκέπτη και να επιτύχει τους στόχους του.



## Η πένα στο Cooper Hewitt



Περισσότερες πληροφορίες στο:  
<https://www.cooperhewitt.org/events/current-exhibitions/using-the-pen/>

## Η εφαρμογή (app) ASK του Μουσείου του Μπρούκλιν





# ΕΝΟΤΗΤΑ 6

Ανοιχτές ερωτήσεις  
και συμβουλές



## Ανοιχτές ερωτήσεις και προβληματισμοί

- Τι δεδομένα λαμβάνετε σήμερα από τους επισκέπτες σας και πώς;
- Τι είναι αυτό που πρέπει να γνωρίζετε από τους επισκέπτες σας σύμφωνα με τους στόχους του οργανισμού σας;
- Γνωρίζετε τα υπάρχοντα εργαλεία για τη συλλογή δεδομένων από τους επισκέπτες σας;
- Ποιους πόρους διαθέτετε για την εφαρμογή των υφιστάμενων εργαλείων και/ή την ανάπτυξη νέων;
- Ποιοι είναι οι πιθανοί ανασταλτικοί παράγοντες για την περαιτέρω ανάπτυξη της ψηφιακής ανταλλαγής με τους επισκέπτες στους οργανισμούς σας;



## Συμβουλές

- Να αναλογίζεστε πάντα τον σκοπό των δεδομένων. Για ποιο λόγο χρειάζεστε δεδομένα; Οι ψηφιακές τεχνολογίες μπορεί να είναι σίγουρα φανταχτερές, αλλά, ποιες από αυτές είναι πραγματικά χρήσιμες για τους σκοπούς σας?
- Ο καταιγισμός ιδεών με τους συναδέλφους σας σχετικά με ελκυστικούς τρόπους συλλογής δεδομένων από οργανισμούς πολιτιστικής κληρονομιάς. Η συλλογή γνώσεων στο εσωτερικό του οργανισμού μπορεί να είναι μια χρήσιμη και ικανοποιητική εμπειρία!
- Προσπαθήστε να κάνετε τη συλλογή δεδομένων διασκεδαστική και ελκυστική. Στους ανθρώπους δεν αρέσουν πια οι έρευνες, τουλάχιστον όχι οι παραδοσιακές. Προσπαθήστε να δώσετε στα εργαλεία συλλογής δεδομένων κάτι ενδιαφέρον.
- Να είστε ρεαλιστές: η ανάπτυξη μιας δικής σας εφαρμογής δεν είναι για όλους και σίγουρα δεν είναι κάτι που μπορεί να αντέξει οικονομικά κάθε οργανισμός πολιτιστικής κληρονομιάς. Προσπαθήστε να συνδυάσετε τους στόχους σας με τους πόρους σας.





**ΕΝΟΤΗΤΑ  
ΚΛΕΙΣΙΜΑΤΟΣ**

## Για να συνεχίσετε τη μελέτη σας

Για να συνεχίσετε τη μελέτη σας

Gilliam Haije, E. (2019). *30 Best Customer Feedback Tools in 2021: an overview*. Mopinion. Available at: <https://mopinion.com/30-best-customer-feedback-tools-an-overview/#t1>

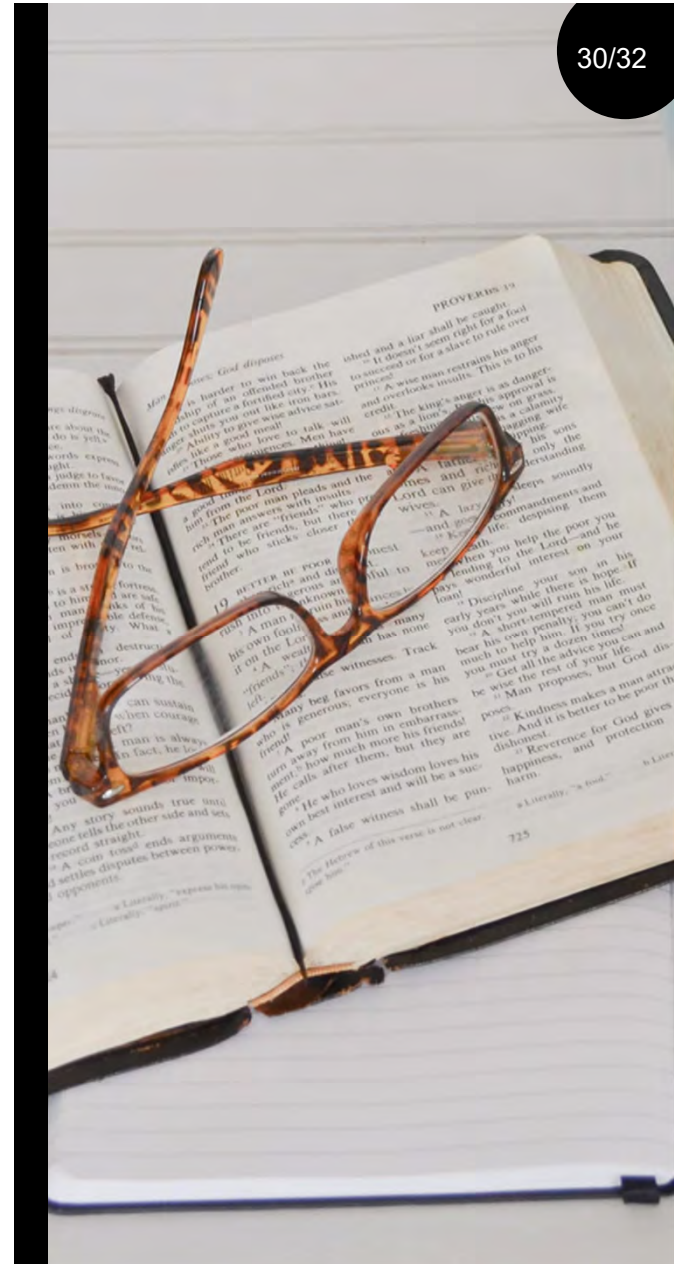
Niestadt, M. (2018). *Digital tourism in the European Union*. Available at: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2018/628236/EPRS\\_BRI\(2018\)628236\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2018/628236/EPRS_BRI(2018)628236_EN.pdf)

Pardo-Jaramillo, S. *et al.* (2020). *Mapping Research on Customer Centricity and Sustainable Organizations*. Sustainability 12, no. 19: 7908. <https://doi.org/10.3390/su12197908>

UNWTO. (2018). *European Union Tourism Trends*. Available at: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419470>

## Κατάλογος παραπομπών

- ARCHES. (2019). *Technical innovations help overcome access barriers to cultural spaces*. Available at: <https://cordis.europa.eu/article/id/413505-technical-innovations-help-overcome-access-barriers-to-cultural-spaces>
- Atembe, R. (2016). *The Use of Smart Technology in Tourism: Evidence From Wearable Devices*. *Journal of Tourism and Hospitality Management*. 31(2). 224-234. 10.17265/2328-2169/2015.12.002. Available at: [https://www.researchgate.net/profile/Roland-Atembe/publication/289253217\\_The\\_Use\\_of\\_Smart\\_Technology\\_in\\_Tourism\\_Evidence\\_From\\_Wearable\\_Devices/links/5a1dff8aca272cbfbc01afa/The-Use-of-Smart-Technology-in-Tourism-Evidence-From-Wearable-Devices.pdf?origin=publication\\_detail](https://www.researchgate.net/profile/Roland-Atembe/publication/289253217_The_Use_of_Smart_Technology_in_Tourism_Evidence_From_Wearable_Devices/links/5a1dff8aca272cbfbc01afa/The-Use-of-Smart-Technology-in-Tourism-Evidence-From-Wearable-Devices.pdf?origin=publication_detail)
- Benyon, D. & Quigley, A. & Okeefe, B. & Riva, G. (2014). Presence and digital tourism. *AI & Society*. 29. 521-529. 10.1007/s00146-013-0493-8. Available at: [https://www.researchgate.net/profile/Giuseppe-Riva-2/publication/251051913\\_Presence\\_and\\_digital\\_tourism/links/0c96051ee93d4cc78a000000/Presence-and-digital-tourism.pdf?origin=publication\\_detail](https://www.researchgate.net/profile/Giuseppe-Riva-2/publication/251051913_Presence_and_digital_tourism/links/0c96051ee93d4cc78a000000/Presence-and-digital-tourism.pdf?origin=publication_detail)
- Buhalis, D. & Neuhofer, B. (2014). *Technology enhanced tourism experience*. Bournemouth University. Available at: [https://www.researchgate.net/publication/272566581\\_Technology\\_enhanced\\_tourism\\_experience](https://www.researchgate.net/publication/272566581_Technology_enhanced_tourism_experience)
- Europeana Foundation. (2015). *White paper: Transforming the World with Culture: next steps on increasing the use of digital cultural heritage in research, education, tourism and the creative industries*. Edited by Beth Daley. Available at: [https://pro.europeana.eu/files/Europeana\\_Professional/Publications/Europeana%20Presidencies%20White%20Paper.pdf](https://pro.europeana.eu/files/Europeana_Professional/Publications/Europeana%20Presidencies%20White%20Paper.pdf)
- Oracle. (2018). *Modern Experiences for Connected Consumers: Creating Digital Customer Engagement*. Available at: <https://www.oracle.com/us/dm/seo100703953-ww-gb-wh-ce1-ie1a-ev-4428153.html>
- Packer, J., & Ballantyne, R. (2016). Conceptualising the visitor experience: A review of literature and development of a multifaceted model. *Visitor Studies*, 19(2), 128–143. doi: 10.1080/10645578.2016.1144023
- ROCK. (2020). *Technologies and Tools for Better Access to Cultural Heritage*. Available at: <https://eurocities.eu/wp-content/uploads/2020/08/Technology-and-tools-for-better-acces-to-cultural-heritage.pdf>
- Roschelle, J. (1995). Learning in interactive environments: Prior knowledge and new experience. In J.H. Falk & L.D. Dierking, *Public institutions for personal learning: Establishing a research agenda*. Washington, DC: American Association of Museums, 37-51.



## Συγγραφέας & συντελεστές

Υπεύθυνη έρευνας, ENCATC

[i.verdet@encatc.org](mailto:i.verdet@encatc.org)

Η Isabel Verdet εργάζεται ως Διευθύντρια Έρευνας στην ENCATC. Έλαβε το διδακτορικό της δίπλωμα με θέμα "Ελεύθερος χρόνος, πολιτισμός και επικοινωνία για την ανθρώπινη ανάπτυξη" το 2018 στο Ινστιτούτο Σπουδών Ελεύθερου Χρόνου (Πανεπιστήμιο Deusto, Μπιλμπάο). Πτυχιούχος δημοσιογραφίας και μετάφρασης και διερμηνείας από το Πανεπιστήμιο της Βαλένθια (Ισπανία), είναι κάτοχος μεταπτυχιακού διπλώματος Erasmus Mundus Master of Arts στην Ευρωκουλτούρα, από το Πανεπιστήμιο Deusto (Ισπανία) και το Georg-August Universität Göttingen (Γερμανία). Έχει συγγράψει διάφορα ακαδημαϊκά άρθρα και έχει εργαστεί ως βοηθός έρευνας σε διάφορα διεθνή προγράμματα στον τομέα της πολιτιστικής διαχείρισης και πολιτικής.





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

Project Number  
601073-EPP-1-2018-1-IT-EPPKA2-SSA

This Project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the autor, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



This work is licensed under a Creative Commons  
Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License  
(CC BY-NC-SA 4.0)

[www.euheritage.eu](http://www.euheritage.eu)

