

Progettare l'esperienza digitale: processi e passi per iniziative online e on-site

Raluca Iulia Capotă

National Institute for Cultural
Research and Training - Romania



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



Code n. M3 Unit4 SU4.1



Sommario

Overview

Aims & objectives
What you will learn - LO
Keywords and terms
Background

Section 3

Open Questions & Tips
Open questions & reflection
Tips
Key takeaways

Section 1

**Aspects of
designing digital
experiences**
Dive in the topic
External resources

Closing section

To continue your learning
List of references
Author's names & credits

Section 2

**Life cycle of a digital
project**
Dive in the topic
External resources



Obiettivi

Lo scopo di questa presentazione è di introdurvi a diversi aspetti rilevanti relativi alla progettazione di esperienze digitali, basandosi sulle conoscenze che avete accumulato nelle unità precedenti di questo modulo.

Vi fornisce esempi di come vengono costruiti e utilizzati vari tipi di esperienze digitali intorno alla CH.

Allo scopo di fare scelte informate di design di esperienze digitali, vi guida nella valutazione delle caratteristiche, dei benefici e dei limiti delle tecnologie digitali

Ti informa sui passi importanti del ciclo di vita di un progetto digitale e ti presenta vari approcci di gestione dei progetti digitali.

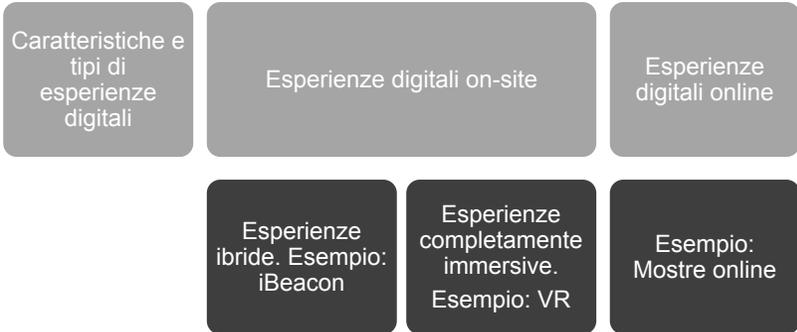
Guida il tuo ulteriore apprendimento su questo ampio argomento del digital experience design.

	Security & Legal restrictions	Digital Diversity	Digital Strategies	Tools & Examples	
	Archiving & Sustaining	Laws	Accessibility	Data organisation	Europeana, Google Arts & Culture
	Organising & Administrating	Data Protection Guidelines	Inclusion Strategies	Project Management	Collaborative Tools
	Digitally enriching heritage experiences	Creative Commons	Digital Pre-visit Experience	Experience Cycle	Projection Tools, Augmented Reality, 3D
	Communicating with and participation of the audience	Data Protection Guidelines	Participatory Tools	Social Media Strategies	Social Media, Website, Newsletter

Progettare esperienze digitali

Aspetti della progettazione di esperienze digitali

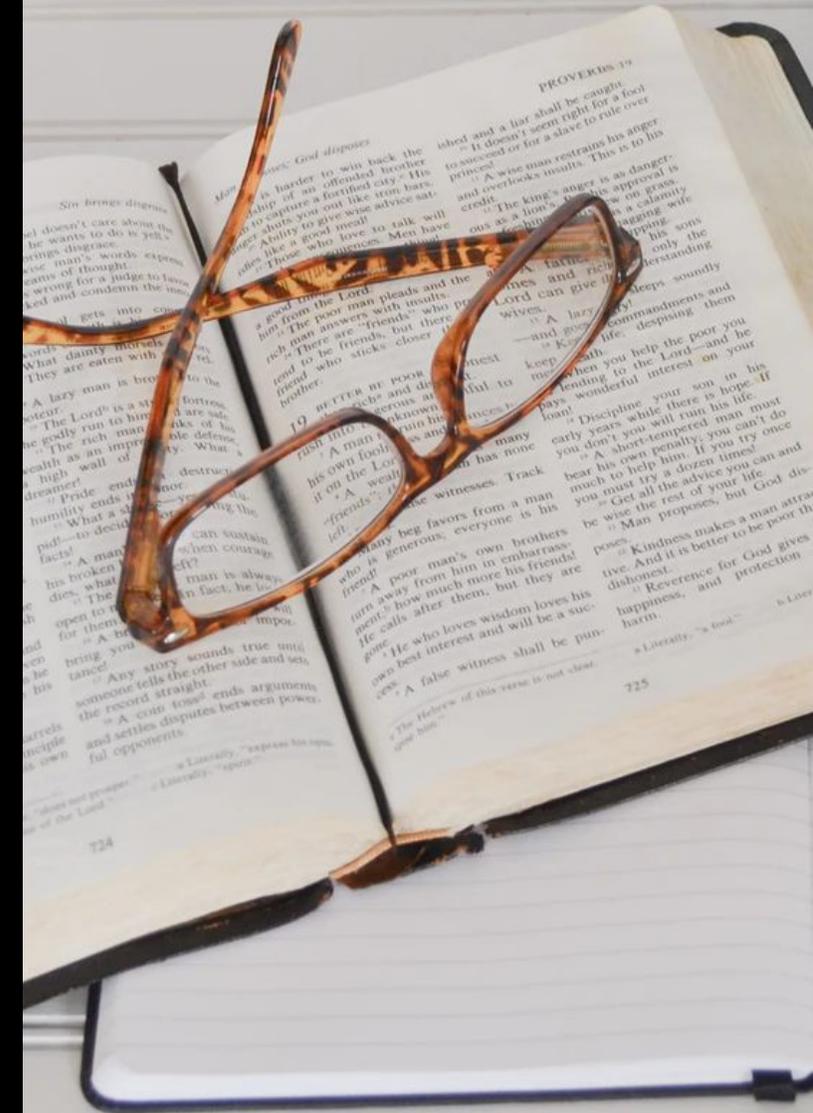
Ciclo di vita di un progetto digitale



Cosa imparerai

Alla fine di questa presentazione, sarete in grado di:

- Comprendere la logica dietro la progettazione dell'esperienza digitale
- Capire come le caratteristiche dei beni CH determinano la scelta delle tecnologie digitali e il loro utilizzo
- Valutare il potenziale di alcune tecnologie per migliorare il contesto e la comprensione dei beni CH
- Esaminare le fasi di costruzione del ciclo di vita di un progetto digitale
- Riconoscere i diversi modelli di gestione dei progetti digitali



Parole chiave

iBeacon - un piccolo dispositivo che funziona con una batteria (non necessariamente, ma di solito) che puoi mettere da qualche parte e notifica un'app quando il tuo smartphone è nel raggio d'azione.

(Ferens, n.d)

Esperienza immersiva - trascina una persona in una realtà nuova o aumentata, migliorando la vita quotidiana (rendendola più coinvolgente o soddisfacente) attraverso la tecnologia.

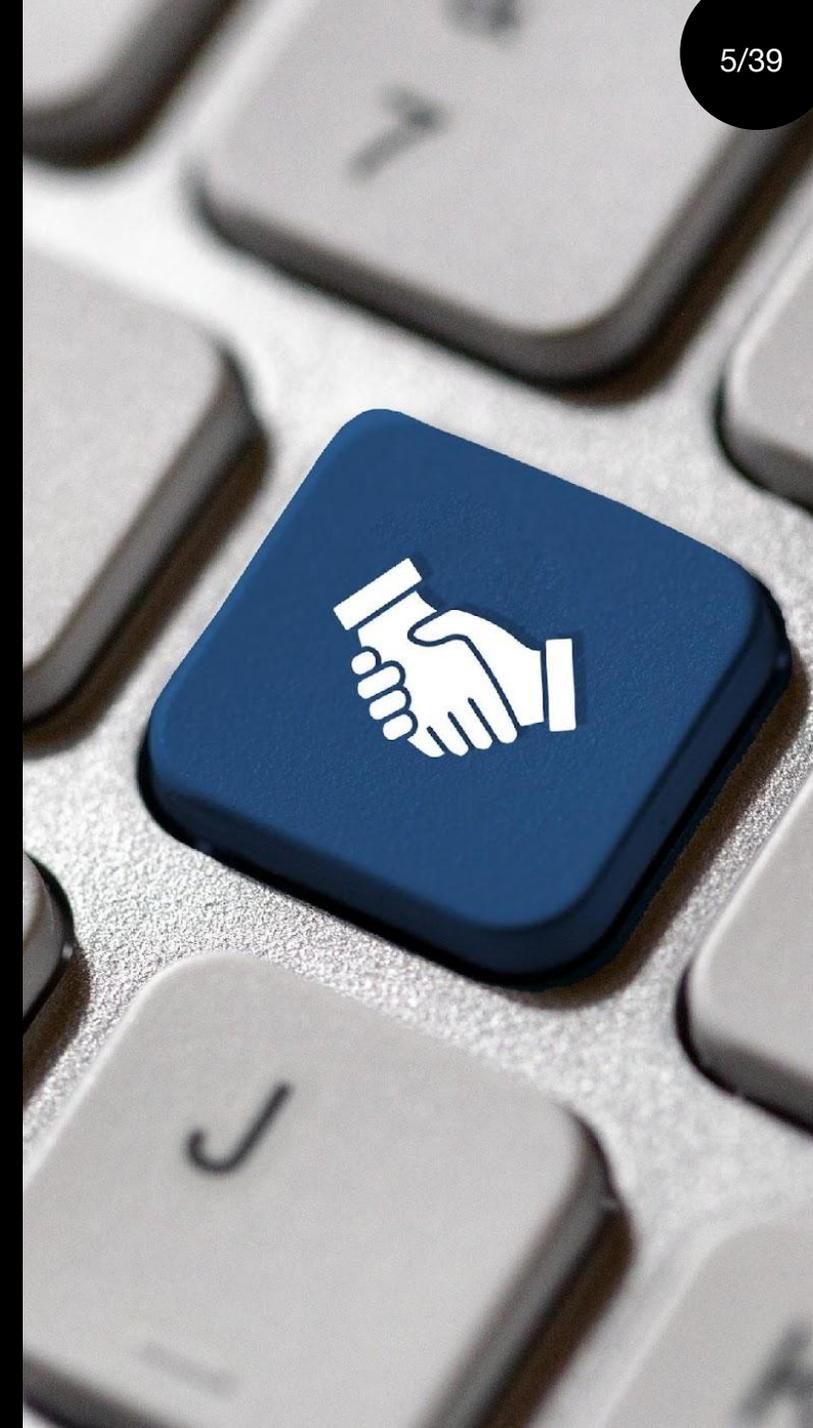
(<https://clevertap.com/blog/immersive-experience/>)

Back-end è di solito dove avviene la logica di business. Questo può essere l'insieme di regole che determinano le entrate per un tentativo di e-commerce o qualcosa di più comune come un profilo utente.

(adattato da Fayock, 2020)

Front-end (di un'applicazione) si riferisce tipicamente al livello che rappresenta l'UI (interfaccia utente). Questo può includere qualsiasi cosa, da un sito statico con HTML e CSS a un'app React completa che alimenta l'UI. (Fayock, 2020)

Agile - un insieme di valori e principi in cui il lavoro processi, metodi, collaborazione e consegna sono continuamente migliorati e adattati a qualsiasi contesto mutevole (www.enonic.com)



Background

La tecnologia digitale ha il potenziale di modellare e influenzare drasticamente il modo in cui il patrimonio culturale viene vissuto
(Economou, 2015)

Progettare e pianificare specifiche esperienze digitali che mirano sia a valorizzare con successo il patrimonio culturale che a coinvolgere il pubblico a lungo termine, non è un compito facile. Ci sono molti aspetti immateriali da considerare e molti aspetti pratici da integrare. Idealmente, l'offerta digitale che proponiamo al nostro pubblico dovrebbe contribuire a un'esperienza completa per loro. Stiamo cercando di farlo combinando tutti i canali fisici e digitali, prendendo in considerazione le fasi di pre- e post-interazione per i nostri prodotti e servizi legati al patrimonio culturale, essendo molto creativi e, allo stesso tempo eticamente restrittivi rispetto ai valori di CH che promuoviamo.

Fornire esperienze digitali legate alla CH è un percorso abbastanza sperimentato da fornire già un ricco bacino di osservazioni, raccomandazioni, ricerche ed esempi di buone pratiche.

Allo stesso tempo, abbiamo una serie di approcci di gestione del progetto specificamente calibrati per i risultati digitali.

Il successo è supportato da una progettazione e implementazione dell'esperienza attentamente pianificata e controllata.



SEZIONE 1

Aspetti della
progettazione di
esperienze digitali



Caratteristiche e potenziale del digitale nell'offerta di esperienze

Le esperienze digitali hanno un grande potenziale per migliorare la presentazione e il contesto del patrimonio culturale. Quando si progetta l'esperienza digitale si dovrebbe trarre il meglio da ciò che approfondisce il coinvolgimento:

- Interattività che può estendersi alla co-creazione di contenuti da parte degli utenti
- Sensorialità - capacità di coinvolgere stimoli multisensoriali all'interno della stessa esperienza
- Capacità di fornire contenuti multistrato in modi evocativi e di facile accesso
- Creare un contesto per un coinvolgimento più profondo con la CH
- Le molte opportunità di migliorare lo storytelling
- Il fattore cool che è attraente per il pubblico più giovane
- L'enorme potenziale di sperimentazione
- Potenziale di rete e collaborazione: la capacità di creare e mantenere comunità impegnate

Dove e come sfruttiamo al meglio queste qualità?

Quali approcci possono aiutarci a sviluppare esperienze che beneficino dei vantaggi delle tecnologie digitali?

Come riusciamo a bilanciare i + e i - di una certa tecnologia quando progettiamo esperienze?

Tipi di esperienze digitali

Ricordate, ci sono vari tipi di esperienze digitali, secondo il modo in cui vengono consegnate ai visitatori

Ogni tipo di esperienza digitale implica la creazione di diversi tipi di relazioni con l'obiettivo CH, per il pubblico.

Esperienze digitali in loco: l'allestimento digitale è organizzato in loco, dove si trova l'obiettivo del patrimonio culturale; il rapporto con il patrimonio culturale è mediato digitalmente in vari gradi - da un semplice supporto digitale per la comunicazione a esperienze completamente immersive.

Esperienze online: il pubblico ha un'esperienza completamente mediata digitalmente del patrimonio culturale, attraverso www, app o giochi a cui si può accedere in modo indipendente e remoto, usando diversi dispositivi.

A seconda della natura del progetto e dell'obiettivo della CH, l'esperienza digitale potrebbe essere progettata per combinare le esperienze on-site con quelle online, sfruttando così al massimo un percorso di visita attentamente pianificato.

- Tenete a mente ciò che avete imparato nelle unità precedenti:
- il visitatore è più felice quando è in grado di navigare senza soluzione di continuità tra canali e dispositivi
 - l'"esperienza" inizia prima di accedere al CH (prima della visita) e finisce dopo la visita effettiva (post visita)
 - il Ciclo dell'esperienza potrebbe essere applicato all'intera esperienza di interazione con un obiettivo CH o anche a esperienze più piccole che stanno costruendo l'intera esperienza

Esperienze digitali in loco: supporto interattivo per la valorizzazione della CH

Esperienze digitali in loco: usare strumenti digitali per creare esperienze ibride (digitali e non) in loco è un approccio molto comune oggi nella valorizzazione della CH

Il digitale è utilizzato come un aiuto dinamico per comunicare, contestualizzare e promuovere il bene culturale

Es: Guide digitali, schermi interattivi (touch), Realtà aumentata, codici QR, Virtualità aumentata, iBeacon

Sono la scelta preferita degli specialisti per comunicare e promuovere gli obiettivi della CH. Le esperienze digitali completano l'interazione diretta con l'oggetto, l'edificio o il sito, fornendo il contesto, aumentando il significato, stimolando l'apprendimento e migliorando la percezione.

I vari strumenti che potrebbero essere utilizzati per migliorare digitalmente la percezione e la comprensione della CH, facilitano la progettazione di esperienze complesse.

Complessità, innovazione e novità sono attraenti per il pubblico, e potrebbero catalizzare un impegno più profondo



Creare esperienze ibride sul posto

- È auspicabile creare ambienti ibridi che permettano ai visitatori di interagire attivamente con le caratteristiche di entrambi gli spazi fisici e digitali
- La tecnologia non dovrebbe essere intrusiva, una semplice aggiunta di proprietà "digitali" agli oggetti (con tag RFID, per esempio) potrebbe fare una differenza significativa nel vivere un bene CH a un diverso livello di informazione e percezione

La relazione corretta tra l'ambiente reale e quello digitale è una relazione di COMPLEMENTARIETÀ, non di competizione

Touchscreen, interfacce basate sui gesti, codici QR

Realtà aumentata, ambienti di Mixed Reality, tecnologie di prossimità basate sulla localizzazione sono tutti strumenti e tecnologie digitali che potrebbero essere utilizzati intorno a oggetti, edifici e siti CH, in **modo non intrusivo**, permettendo l'esperienza diretta dell'originale.



Creare esperienze ibride in loco - Esempio: iBeacon

Prendiamo per esempio la tecnologia di prossimità basata sulla localizzazione (tecnologia iBeacon e Physical Web). Come possiamo modellare l'esperienza di CH con essa?

Questo tipo di tecnologia permette una connessione non invasiva molto utile con il pubblico. Le informazioni che porta potrebbero essere accessibili a discrezione del visitatore, che potrebbe permettere di essere collegato o meno.

Alcune delle caratteristiche più popolari delle app mobili basate su iBeacon:

- È possibile sostituire le visite audio-guidate, permettendo così una navigazione più flessibile (visite auto-guidate)
- Si possono raccogliere dati preziosi per conoscere il percorso del visitatore (analytics)
- È possibile consegnare messaggi al momento e nel luogo giusto (trasmissione di tutti i tipi di informazioni)
- Aiutare la navigazione all'interno del museo
- Offrire informazioni sugli acquisti
- Dare notifiche push

An iBeacon is a small device working on a battery (not necessarily, but usually) which you can place somewhere and it notifies an app when your smartphone is in range.

<https://www.ready4s.com/blog/developers-tips-blue-tooth-low-energy-in-app-development>



Creare esperienze ibride in loco - Esempio: iBeacon

iBeacon al Museo Groninger

Il primo museo nei Paesi Bassi ad utilizzare i beacon è stato il Groninger Museum. Hanno messo a disposizione la tecnologia per la mostra "The Collection" (2014), ma hanno continuato ad usarla in seguito.

Come funziona?

Invia contenuti interattivi relativi alle opere d'arte esposte mentre i visitatori stanno usando l'app.

Per i visitatori che non hanno smartphone o tablet compatibili, i dispositivi possono essere noleggiati al museo in modo da avere accesso ai media interattivi.

Che tipo di informazioni supplementari forniscono?

- clip video e audio supplementari
- informazioni di fondo
- foto dettagliate delle opere d'arte.
- un mix di media interattivi

Una volta provati sono stati adottati anche per altre mostre.

La tua organizzazione ha mai pensato di usare questi dispositivi?

Pensi che sarebbero una buona aggiunta alla tua presentazione CH online?

Ti viene in mente un uso particolare per la tua presentazione CH?

Esperienze digitali completamente immersive in loco

Esperienze completamente immersive in loco: il rapporto con l'obiettivo CH è mediato digitalmente al massimo grado - il contesto CH e gli stessi oggetti sono ricreati.

L'obiettivo CH è comunicato e contestualizzato interamente attraverso mezzi digitali nella sua sede.

Es: Ambienti e oggetti ricreati con la VR, Giochi

Consigliabile per valorizzare, comprendere e comunicare i valori degli obiettivi del patrimonio culturale che non esistono più o sono parzialmente conservati, o quando le parti rimanenti non possono evocare un'esperienza significativa di apprendimento o di divertimento.

Quando l'obiettivo del patrimonio culturale è disponibile in loco, non è consigliabile progettare esperienze digitali che ignorino la sua presenza fisica!

L'interattività digitale e diretta con l'obiettivo del patrimonio culturale dovrebbe essere attentamente bilanciata



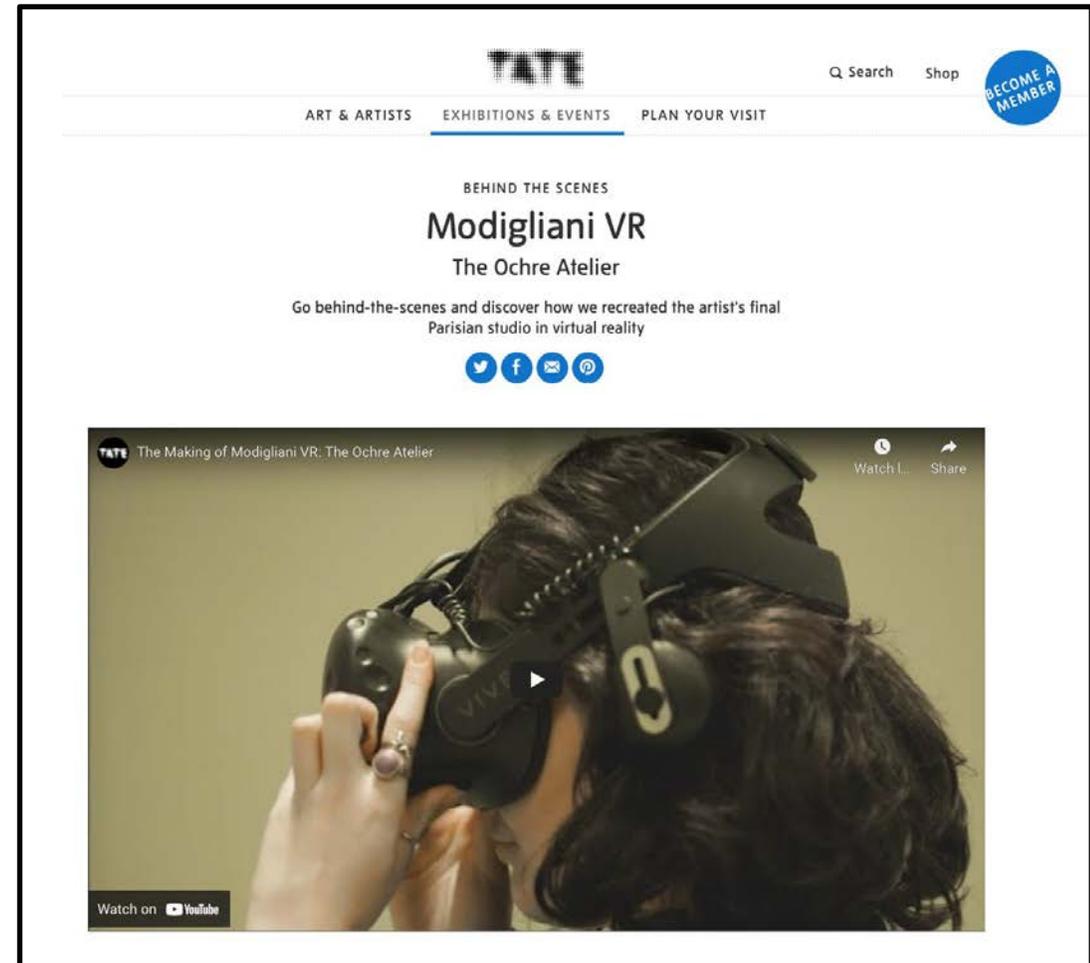
Esempio: creare un'esperienza digitale in loco: Modigliani VR

Sviluppare un'esperienza immersiva in loco è complesso: il rapporto tra l'ambiente reale e quello artificiale (ri)creato deve essere attentamente bilanciato:

- l'esperienza digitale non deve sopraffare il pubblico e sminuire l'esperienza della realtà della CH
- Dovrebbe migliorare il contesto e la percezione della CH (completando con informazioni cognitive e sensoriali)

Un buon esempio di approccio immersivo in loco è l'esperienza digitale Modigliani VR che accompagna la mostra retrospettiva su Amedeo Modigliani (Tate Modern, 23 novembre 2017 - 2 aprile 2018)

La prima esperienza VR sviluppata dal museo (Tate Modern), ha presentato l'Atelier Ocra dell'artista. Ricreata virtualmente, dopo una documentazione molto accurata, l'esperienza immersiva è stata resa accessibile ai visitatori come parte integrante della mostra.



print screen form

<https://www.tate.org.uk/whats-on/tate-modern/exhibition/modigliani/modigliani-vr-ochre-atelier>

Esempio: creare un'esperienza digitale in loco: Modigliani VR

- La ricreazione virtuale dell'atelier parigino del 1919 ha coinvolto una collaborazione della Tate con la società Preloaded.
-
- Molti dipartimenti del museo sono stati coinvolti - cooperazione interdipartimentale
- Estrema attenzione alle informazioni storiche - documentazione accurata per ricreare un ambiente autentico
- Dettagli accurati della realtà sono stati inclusi nell'esperienza - sono stati precedentemente studiati anche con il supporto della scienza della conservazione
- "Audience led design"- il profilo del pubblico è stato studiato e l'esperienza è stata adattata alle loro esigenze (approccio user experience)

Volete saperne di più su questo progetto complesso e molto ben fatto?
 Controlla i seguenti link:

<https://www.youtube.com/watch?v=CdYLscE6kE0&t=1s>

<https://preloaded.com/work/modiglianivr/>



I team curatoriali, digitali, di conservazione, di installazione e AV della Tate, insieme a Preloaded, hanno inizialmente deciso i principi fondamentali di questa esperienza, che dovrebbe essere:

- **Be low threshold, promoting comfort and accessibility to all**
- **Create empathy with Modigliani as a man we might have known**
- **Uphold authenticity, conceptually, and in detail**
- **Meet Tate's standards for intellectual rigour and accuracy**
- **Be an experience you can't get any other way**

after <https://preloaded.com/work/modiglianivr/>

Vantaggi e limiti dell'uso di certe tecnologie digitali per creare esperienze digitali con la CH

Esempio: Realtà virtuale

Abbiamo esaminato un esempio di esperienza completamente immersiva in loco sviluppata utilizzando la Realtà Virtuale. Esploriamo i pro e i contro di questa tecnologia:

Mentre la VR è una tecnologia molto attraente, con interessanti punti di forza:

- attira nuovo pubblico
- migliora l'esperienza
- permette il coinvolgimento della comunità (ad esempio per lo sviluppo della trama)
- promuove nuovi modi di comprendere l'arte, gli oggetti e i concetti
- crea empatia (aiuta a trasmettere emozioni)
- si combina perfettamente con le potenti tecniche di storytelling

Le esperienze legate alla CH create con la VR presentano anche diverse sfide che dovrebbero essere prese in considerazione:

- essendo una tecnologia completamente immersiva, potrebbe distrarre il pubblico dall'oggetto o dall'obiettivo originale
- favorisce la mancanza di interazione sociale
- coinvolge molte risorse: risorse umane, formazione, infrastrutture finanziarie e tecnologiche
- l'accessibilità dei partecipanti
- questioni pratiche e tecniche
- qualità della grafica (impatto sul coinvolgimento)
- interferenza con il flusso espositivo
- effetto di distrazione (nel caso di esperienze in loco)

Realtà virtuale – Come dovremmo usarla?

Suggerimenti per progettare e sviluppare esperienze VR per un'organizzazione CH:

- allineare l'esperienza con la missione e le strategie dell'organizzazione
- offrire un'esperienza senza soluzione di continuità e ben amalgamata, non un'offerta individuale
- abbinare il suo uso a un bisogno particolare
- aumentare l'originale invece di distrarre o sostituire
- preoccuparsi di raggiungere un giusto equilibrio tra uso e abuso
- abbinare la VR ad altri stimoli sensoriali e sociali
- utilizzare criteri scientifici ed etici

(after Shehade & Stylianou-Lambert, 2020)



Trova come integrare il digitale nell'esperienza CH

I benefici e i limiti di ogni applicazione della tecnologia digitale al campo della CH sono stati studiati fino a un certo punto.

Alcune tecnologie hanno più potenziale educativo, altre sono semplicemente più attraenti per il pubblico più giovane.

Quando scegliete una tecnologia o un'altra, basatevi sull'esperienza di altre organizzazioni. Ci sono numerosi esempi e studi che potrebbero informare la vostra decisione.

Uno studio osservazionale sui visitatori che interagiscono con gli artefatti in un museo, condotto da Luigina Ciolfi & Liam J. Bannon, conclude che:

- le persone preferiscono concentrarsi sugli oggetti esposti, non sulle interfacce del computer che separano il visitatore dall'artefatto reale
- la tecnologia dovrebbe assistere la mostra, piuttosto che distinguersi da essa
- la generazione di ambienti pubblici ibridi che permettono ai visitatori di interagire attivamente con le caratteristiche dello spazio fisico e digitale dovrebbe essere l'obiettivo principale
- incoraggiare il coinvolgimento attivo dei bambini; essi dovrebbero essere in grado di prendere appunti o fare schizzi intorno alle mostre aumentate digitalmente
- trovare modi per incoraggiare lo scambio collaborativo con e intorno alla mostra, fornito da indizi, trigger e affordance adeguate della mostra tecnologicamente aumentata.

(after Ciolfi & Banno, 2002)

Esperienze online

- purely online experiences have obvious limits: the contact experience with the cultural heritage and its relevant features (size, texture, real colour, ambiance) are more difficult to convey
- the degree of ethical responsibility when mediating such experiences is higher, as they presume a greater degree of hypothesis
- many of such online experiences have been developed with a marked educational purpose as they have great potential for interactivity and for complexity
- they allow a greater creativity and unique associations of ideas
- **the serious games, for example, allow great user interactivity: and allow provide space for many layers of information and interpretation; they are also engaging and rewarding, thus making the learning easier**
- the final products should be very **competitive**, as there are always more entertaining alternatives for the audiences

Web page presenting the serious game developed by the Smithsonian

Ripped Apart

Ripped Apart

Behind the Scenes
Don't Stop Now!
Learn the Real Stories
Explore Collections

Search this exhibition

Ripped Apart
A Civil War Mystery

With the sudden and curious departure of her last intern, Museum Curator Isabella Wagner needs your help solving a mystery dating back to the Civil War. Could there be ghosts trapped in the basement of the National Museum of American History?

Play *Ripped Apart: A Civil War Mystery* to find out!

To begin your journey into the museum's amazing photographic history collection, download *Ripped Apart*, a new iPad app from the Smithsonian.

Download on the App Store

Washington, but damn we need to talk about it now. I've been thinking about Papa and Edward. Papa says he no longer has a son and now that Edward's joined the army he's had to see. Damn Henry, how

Match the photo

THESE ITEMS ARE THE KEY TO MY IDENTITY. GET MY SPIRIT FREE.

Print screens from :
<https://americanhistory.si.edu/ripped-apart>

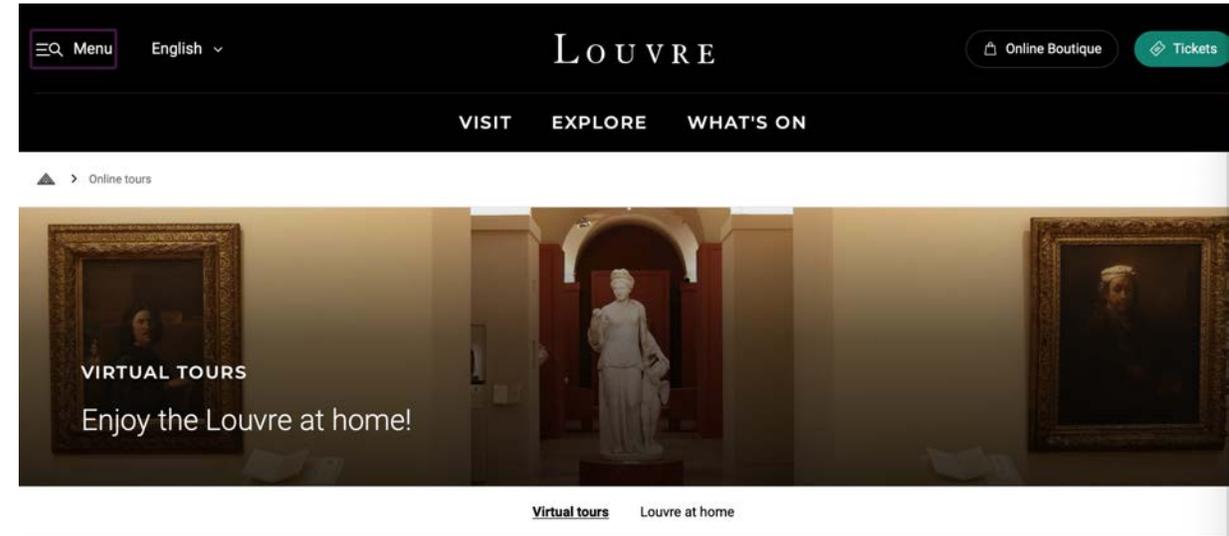
Esempio – mostre virtuali online

- "Una mostra digitale online è una collezione ipermediale composta da oggetti digitali che sono:
- collegati tra loro da un filo conduttore, un argomento interdisciplinare, un concetto, un'idea, un anniversario, un evento speciale o una persona fisica;
 - visualizzati in 2D e/o 3D;
 - occasionalmente immagazzinati in reti distribuite;
 - resi accessibili attraverso le potenzialità offerte dalle moderne tecnologie, grazie a un'architettura di sistema progettata per fornire esperienze coinvolgenti e centrate sull'utente;
 - prodotti dinamici che possono offrire servizi aggiuntivi ed essere aggiornati periodicamente"

MOVIO KIT

<https://athenaplus.wordpress.com/2014/07/31/movio-brochure-available-for-download-on-the-athenaplus-website/>

print screen from <https://www.louvre.fr/en/online-tours>



- Le esperienze online sono state il fulcro del consumo di esperienze legate alla CH durante il 2020, a causa delle restrizioni della pandemia
- I musei virtuali o le mostre rese disponibili online sono state un'opportunità pratica per mantenere il pubblico impegnato con la CH

Esempio – mostre virtuali online

Puoi andare in grande o in piccolo: la quantità di informazioni (immagini, testo) liberamente disponibili online può aiutarti a contestualizzare le tue mostre a un altro livello; puoi pensare a una mostra intorno alla CH che gestisci, o puoi costruire su un argomento e permettere contributi da varie entità (anche dal pubblico) - puoi anche sviluppare una piattaforma per la co-creazione di tali contenuti (vedi Europea, Google Arts & Culture).

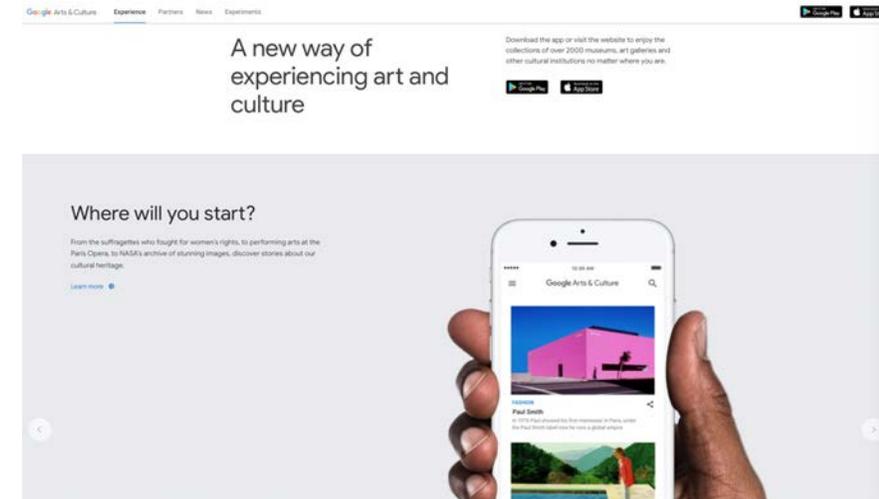
Puoi valorizzare la curatela classica: i molteplici strati di significato e le connessioni, la correlazione tra gli oggetti potrebbe essere fatta in molteplici modi, usando una combinazione di supporti: immagine, video, testo, ricostruzioni virtuali, tecniche immersive: sii ambizioso!

Mostrare cose nascoste: una mostra online potrebbe avere un focus libero su informazioni normalmente non disponibili relative alla CH - si può "aprire" un'area di stoccaggio, si possono mostrare informazioni complesse ma interessanti sulla conservazione ecc.

Rendilo interattivo e interessante

Usa lo storytelling, usa esperienze digitali complementari (come la gamification), non dimenticare il ruolo della co-creazione nel coinvolgimento: punta a sviluppare comunità intorno alle esperienze che faciliti.

**Come si procede?
Quali sono i limiti e le possibilità?**



Visit:
<https://about.artsandculture.google.com/experience/>

Esempio – mostre virtuali online

Chose a meaningful and impactful title and **display quality images:**

visitors are drawn to catchy phrases and images - in online this first encounter with your digital product will make a huge difference in attracting audiences!

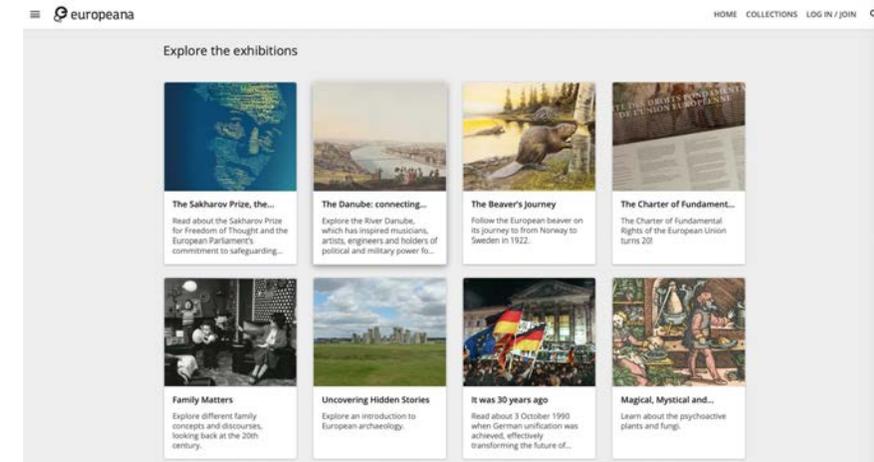
Do not overwhelm your audiences with information: sort information (text, visual, audio); do not be tempted to give all, only because the medium allows it: if it is not essential to your project do not use it: do not simplify, though, your project should not be similar to an illustrated blogpost.

Target audiences: proceed with online exhibitions as you would with a physical one: investigate audiences and use appropriate means to engage them.

You can also **collect data on audience reach, engagement and satisfaction** in real time; numerous metrics and tools to collect them are already available for the digital realm.

Market your digital product wisely, on the right channels and at the right frequency (remember how you can do that from the previous Unit)

**How do you proceed?
What are the limits &
possibilities?**



Visit

<https://www.europeana.eu/en/exhibitions>

Ricorda!

Sia che sviluppate esperienze online o offline, prodotti digitali indipendenti o complementari, iniziate dalla vostra risorsa CH.

Le caratteristiche che vuoi enfatizzare (contenuto e aspetto), il contesto che vuoi portare all'attenzione, gli aspetti educativi che vuoi promuovere ecc. - questi sono i fattori alla base della vostra scelta dei mezzi digitali.

L'esperienza digitale è semplicemente un'esperienza fornita con l'aiuto del digitale - un'esperienza coerente e piena di possibilità. Non dovrebbe sopraffare lo scopo principale della presentazione CH. Non dovrebbe, inoltre, sopraffare il pubblico.

Qualunque strumento abbiate scelto di usare, qualunque prodotto vogliate consegnare, assicuratevi che funzioni. Una cattiva esperienza utente nel caso di prodotti digitali tende ad essere rapidamente visibile e sanzionata dal vostro pubblico.

Partite dai principi fondamentali, stabilite obiettivi chiari, relativi a ciò che ha senso sottolineare in relazione alla risorsa CH.

Non inseguite necessariamente le tecnologie hype, ma piuttosto connettetevi al vostro pubblico e offrite un'esperienza che possa essere accessibile e soddisfacente.

SEZIONE 2

Ciclo di vita di un progetto digitale



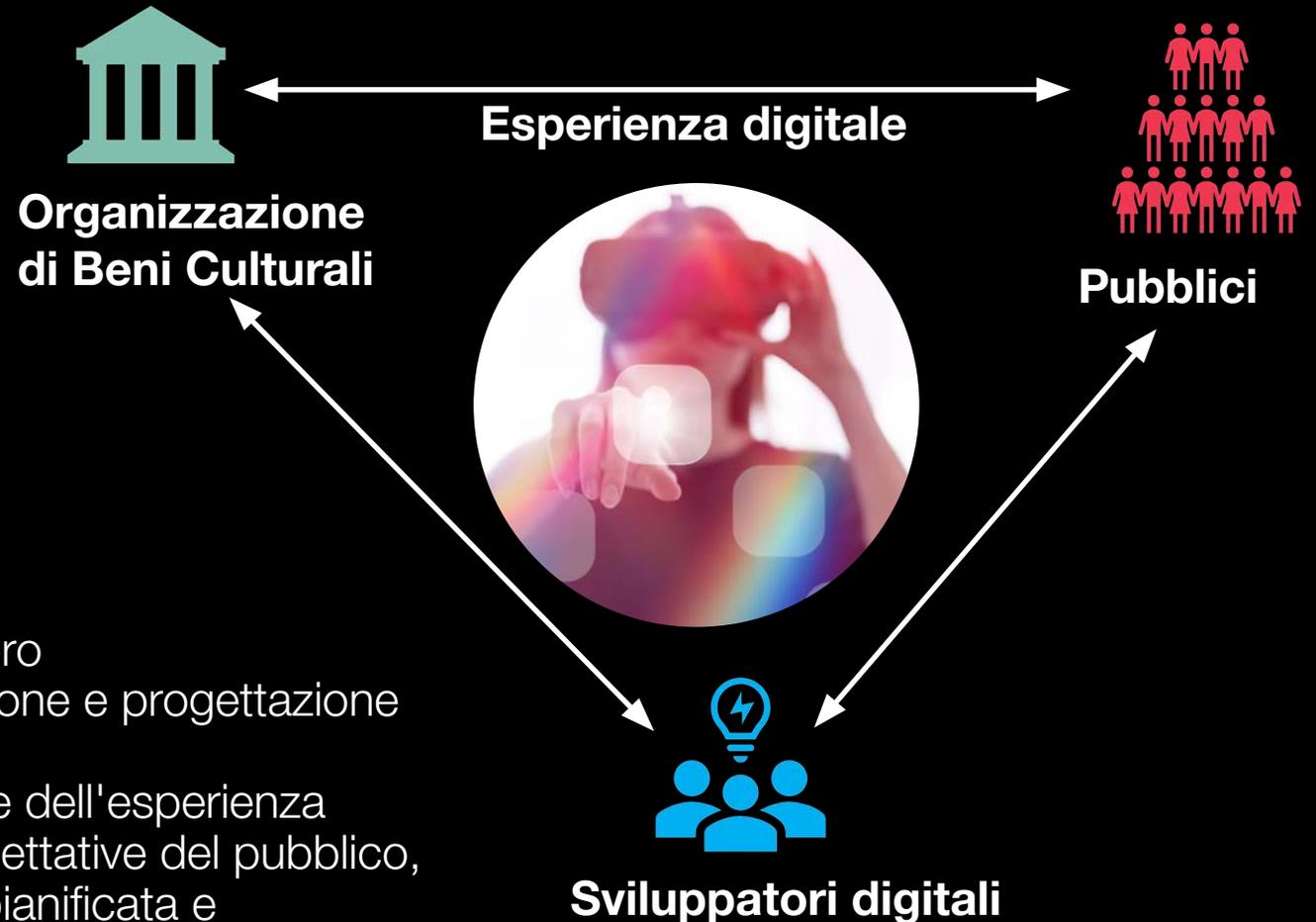
Developing a digital project

Molti dei progetti e delle esperienze digitali che stiamo creando richiedono il coinvolgimento di personale molto specializzato o richiedono l'esternalizzazione di servizi legati al digitale: sviluppo di software, impostazione della piattaforma, manutenzione ecc.

Questo significa che la creazione dell'esperienza digitale è influenzata da una terza parte, che deve essere perfettamente allineata con i nostri obiettivi.

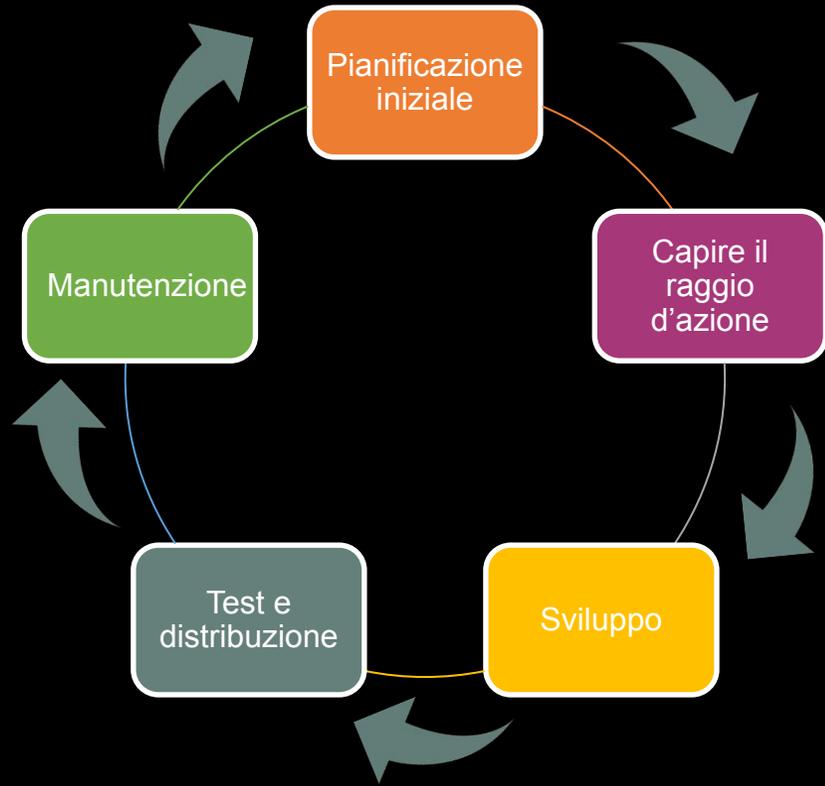
Gestire il rapporto con gli sviluppatori digitali:

- sviluppare una buona comunicazione con loro
- coinvolgendoli presto nel processo di creazione e progettazione delle esperienze
- integrando la loro prospettiva nella creazione dell'esperienza
- rendendoli consapevoli dei profili e delle aspettative del pubblico, assicurando che la UX sia adeguatamente pianificata e sviluppata con questo insight supplementare



Cerca di non sottovalutare la necessità di un aiuto esterno specializzato. La competitività del tuo prodotto è la chiave del tuo successo!

The life cycle of a digital project



Cinque fasi di sviluppo per un progetto digitale

I progetti digitali sono problematici da gestire, poiché implicano alcuni processi poco familiari per un'organizzazione CH. È utile immergersi nei vari modelli di gestione dei progetti prima di imbarcarsi nel design dell'esperienza digitale, e prendere una decisione informata su come procedere, tenendo conto della complessità del vostro prodotto finale

Pianificazione e iniziale

- Identificazione e valutazione delle idee (brainstorming)
- Ampia definizione del progetto
- Stima di tempo, risorse e costi
- Proposta di progetto

Capire il raggio d'azione

- Pianificazione dettagliata, funzionalità, requisiti, road map e tappe fondamentali stabilite
- Esperienza del cliente/utente progettata
- Costi e requisiti per i beneficiari

Sviluppo

- Sviluppo del prodotto digitale utilizzando i requisiti e le specifiche di massima delle fasi precedenti (team di sviluppo)
- Il prodotto digitale viene creato dal back-end al front-end

Test e distribuzione

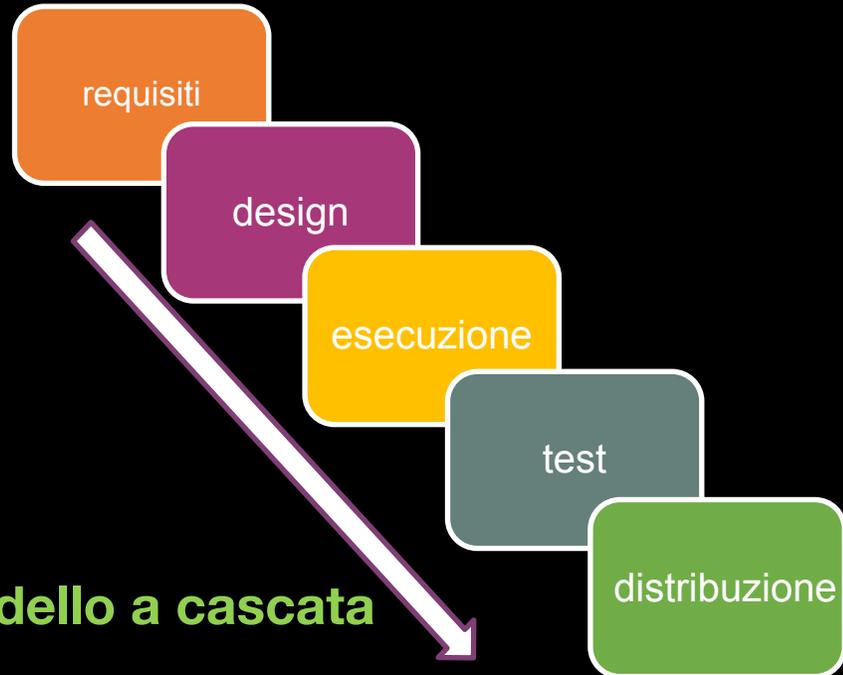
- Fase di implementazione - il prodotto digitale viene testato
- Si esegue il controllo di qualità
- Il prodotto raggiunge gli utenti

Manutenzione

- Migliorare la funzionalità e la stabilità,
- Offrire supporto agli utenti del prodotto
- Risolvere i problemi

Metodologie di gestione dei progetti per progetti digitali

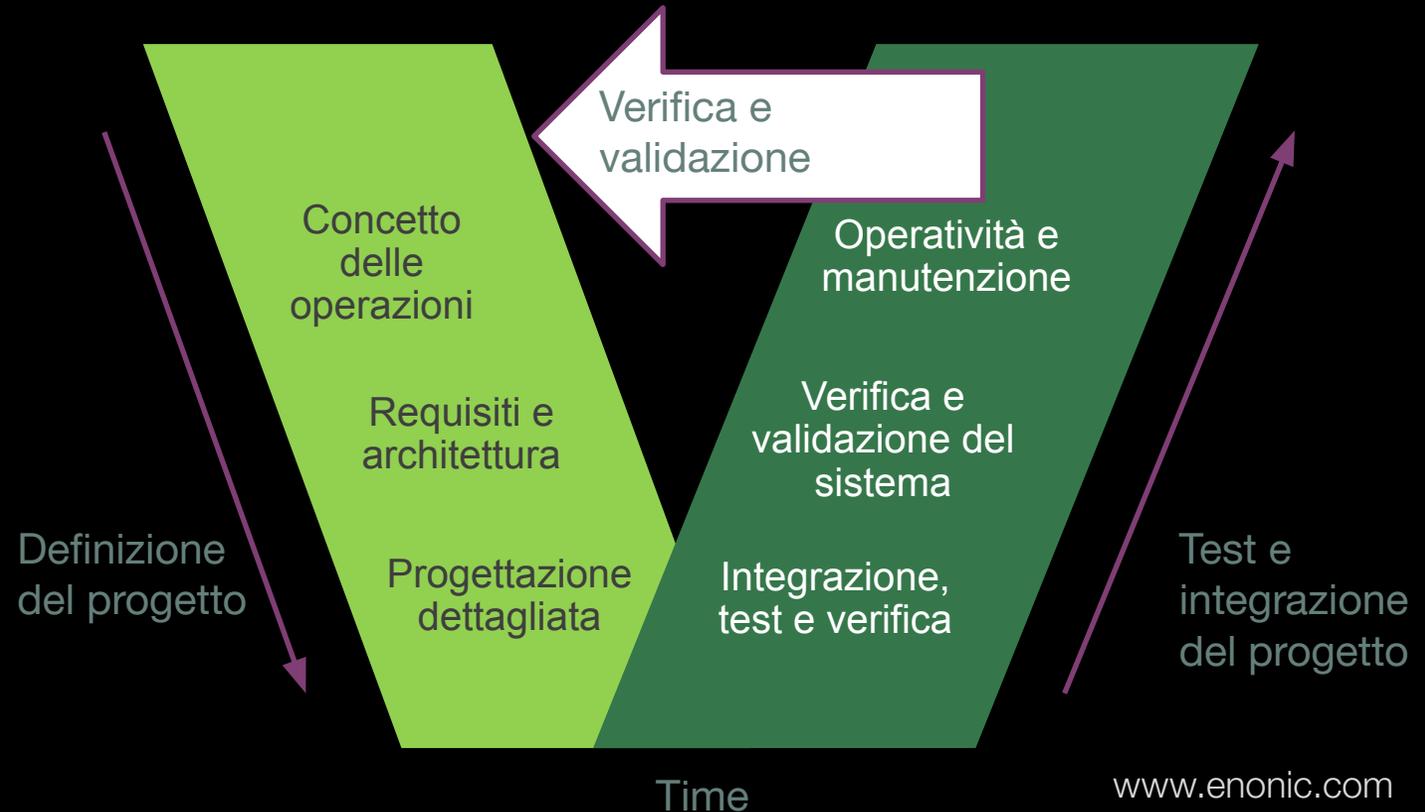
Modello a cascata



Le attività di un progetto avvengono in un ordine sequenziale, ogni fase dipende dai risultati della fase precedente

Modello a V

Un derivato del modello a cascata, il processo illustra la relazione tra le fasi del ciclo di vita e sottolinea la connessione con le fasi di test



Project management methodologies for digital projects

Modello a spirale

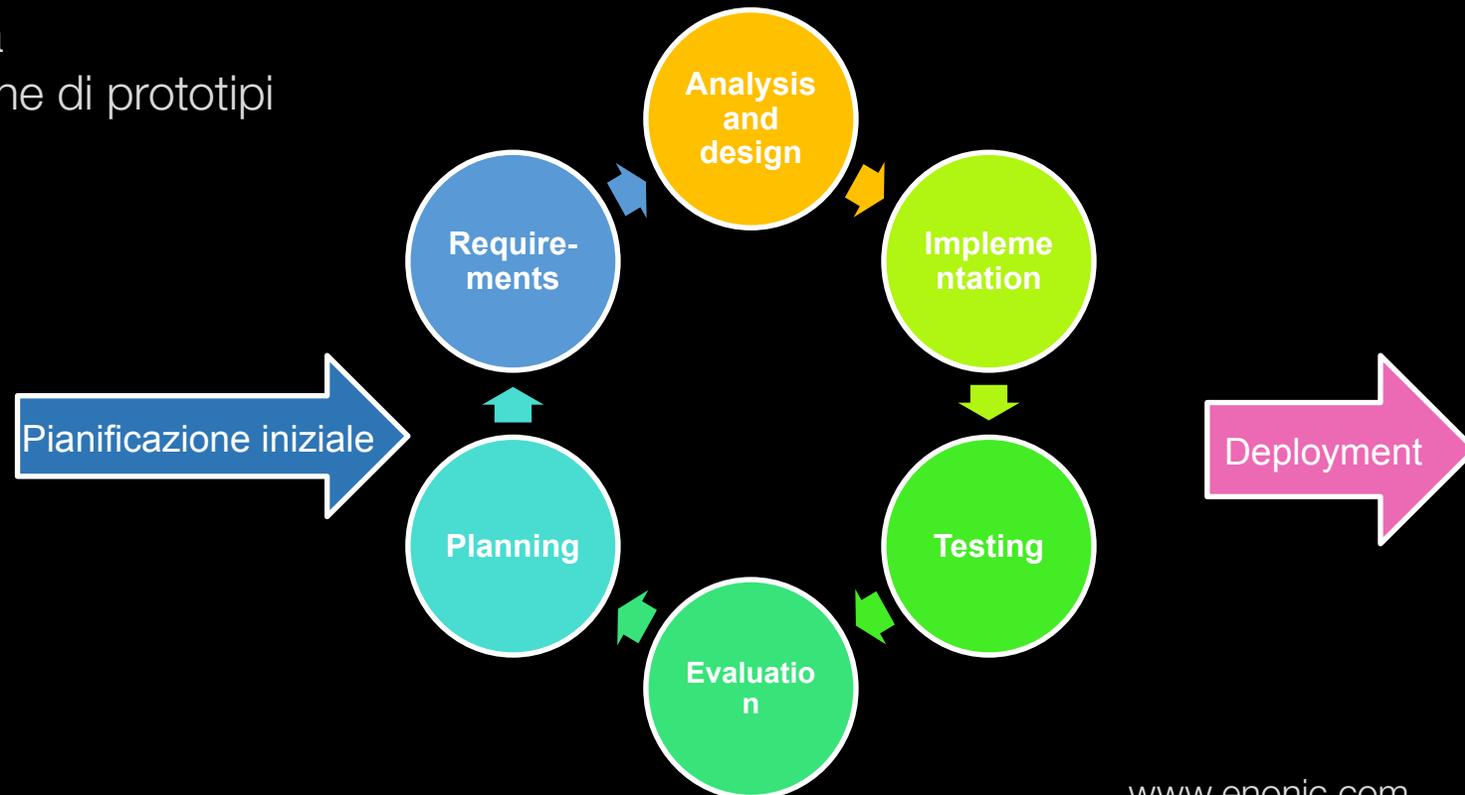
- basato sui modelli di rischio di un particolare progetto, combina approcci di progettazione e prototipazione in fasi
- adatto a progetti grandi, costosi e complicati
- utilizza fasi di altri modelli (waterfall) separate da pianificazione, valutazione dei rischi e costruzione di prototipi e simulazioni.

After Sami, 2012



Iterativo e incrementale

inizia con la pianificazione e continua con cicli ripetuti e iterativi, prima di finire con il deployment.



Project management methodologies for digital projects

"Agile è un approccio diffuso e popolare alla gestione dei progetti digitali, e di conseguenza, molti team in tutto il mondo impiegano l'approccio Agile quando iniziano un progetto digitale.

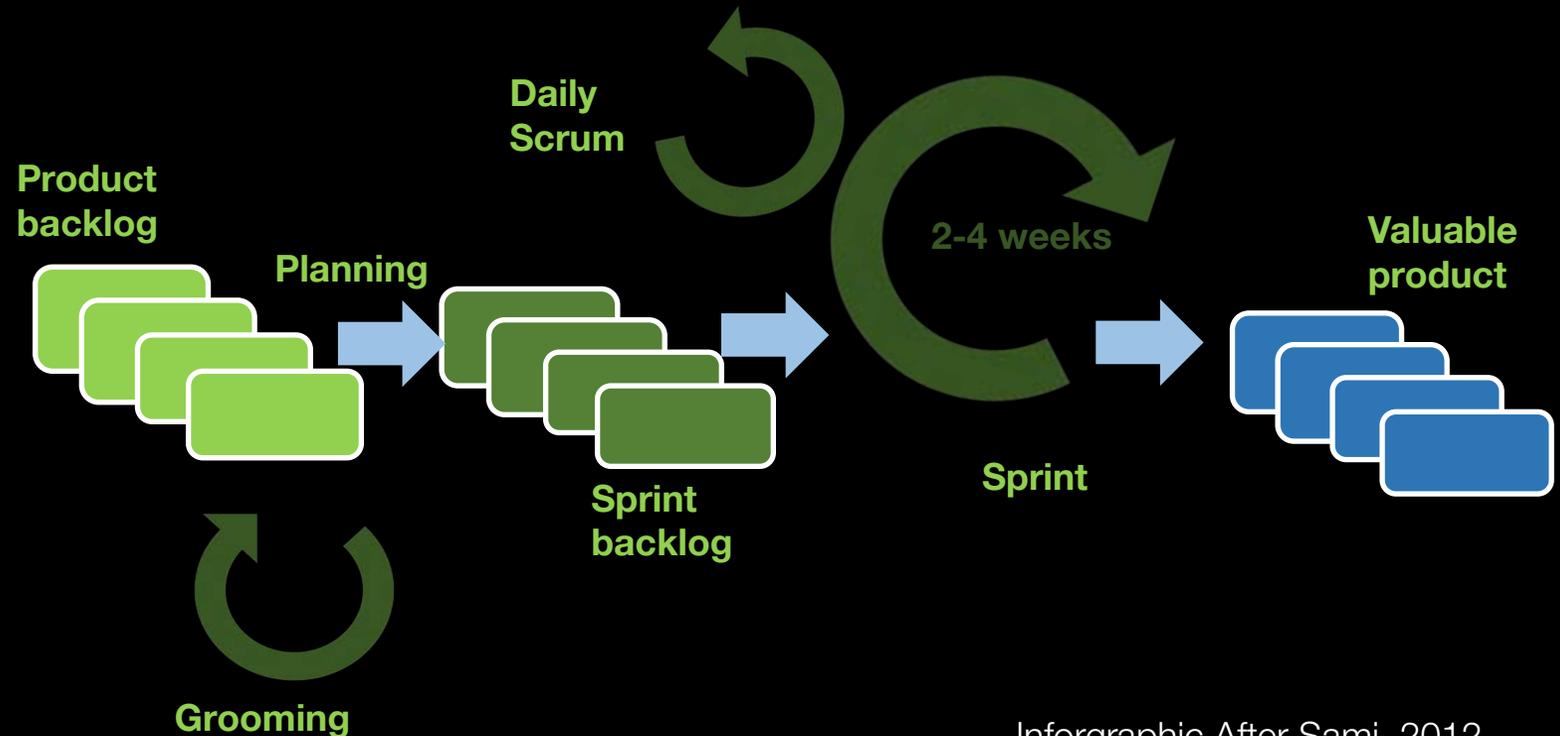
Agile può essere definito come un insieme di valori e principi in cui i processi di lavoro, i metodi, la collaborazione e la consegna sono continuamente migliorati e adattati a qualsiasi contesto mutevole. " Metodi come SCRUM, Kanban, Adaptive project framework, Extreme project management riflettono l'approccio Agile

www.enonic.com

Modello Agile - SCRUM

"approccio basato sulla stampa in cui un piccolo team si incontra regolarmente con per esempio stand-up per discutere i compiti attuali e gli ostacoli"

www.enonic.com



Infographic After Sami, 2012

SEZIONE 3

Domande aperte e
suggerimenti



Domande aperte e riflessioni

Quali principi hai scelto per la tua esperienza digitale?

Come identificate le caratteristiche più adatte della CH da promuovere attraverso il digitale?

Come individuate i migliori strumenti digitali per valorizzare la CH?

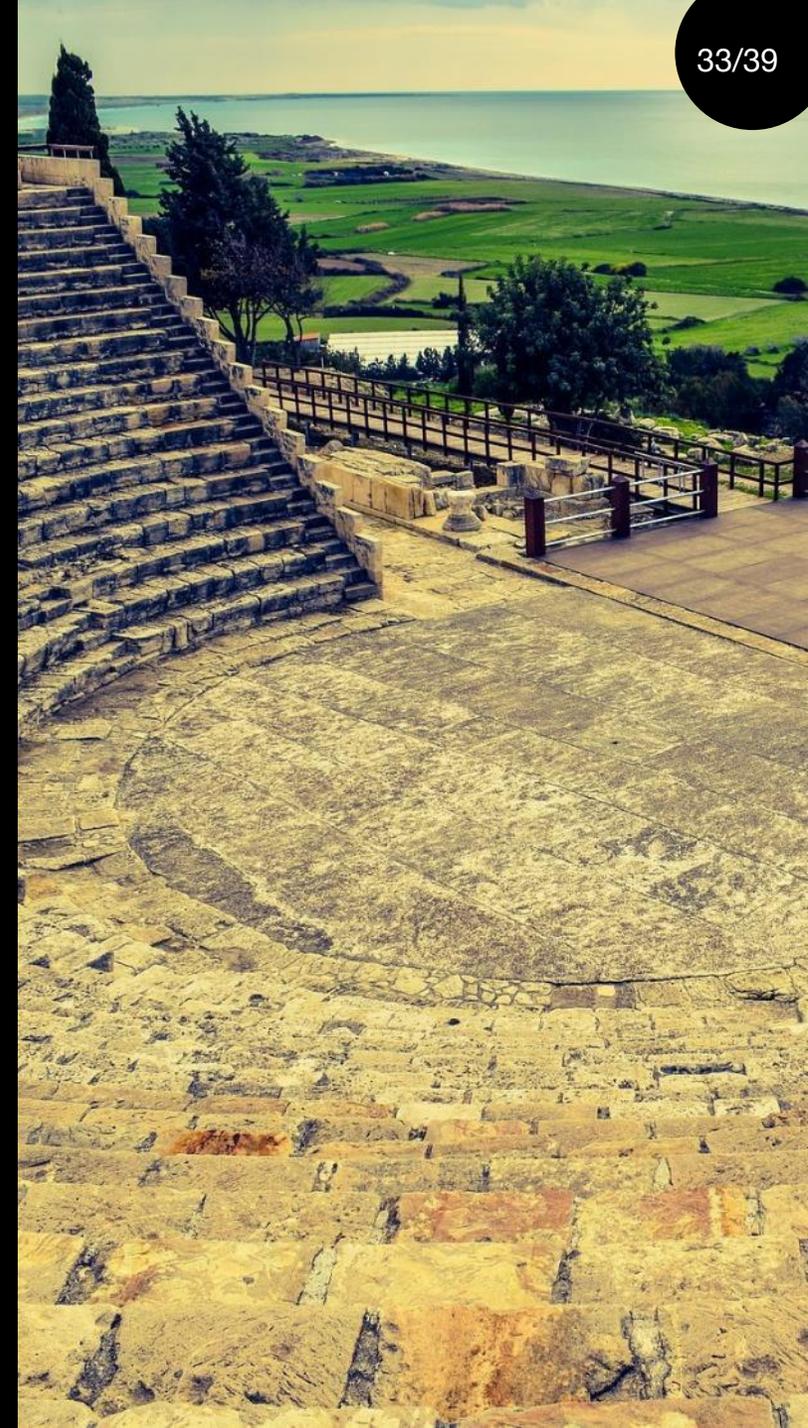
Quanto è preparata la vostra organizzazione a gestire e assicurare il mantenimento di un progetto digitale complesso?

Avete mai implementato un progetto digitale? Quali sono stati i principali insuccessi che avete incontrato?



Suggerimenti

- Identificare le caratteristiche più adatte da usare ed enfatizzare nella costruzione di una struttura di esperienza digitale per un particolare obiettivo del patrimonio culturale o espressione del patrimonio immateriale
- Conoscere e integrare le caratteristiche dei gruppi di riferimento in termini di tipologia di esperienza digitale preferita o a cui si accede più facilmente
- Identificare le migliori narrazioni per i gruppi target previsti e gli strumenti digitali più appropriati per illustrarle
- Progettare criteri di esperienze digitali che possano essere chiaramente e prontamente comunicati agli esperti del settore digitale che configureranno effettivamente l'esperienza digitale da un punto di vista tecnico
- Articolare l'esperienza digitale progettata nell'Experience Cycle, utilizzando approcci di project management e intuizioni di marketing digitale
- Non dimenticare di misurare le esperienze: cerca di identificare le metriche più adatte per monitorare e valutare l'esperienza digitale per i visitatori/turisti

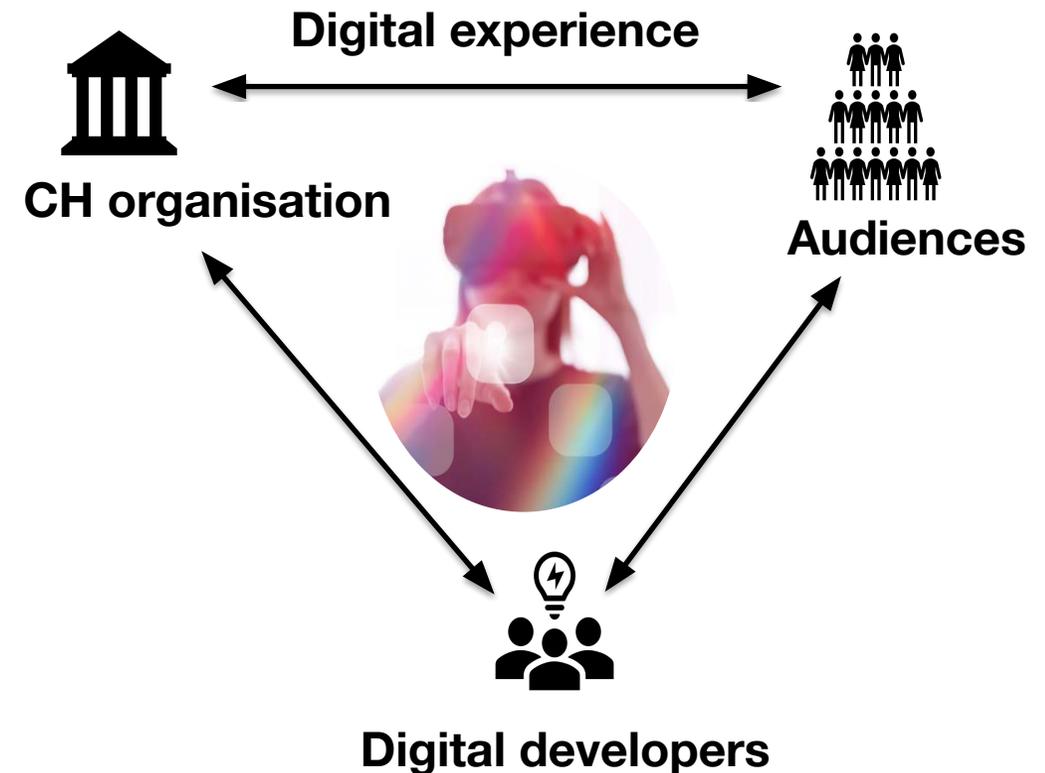


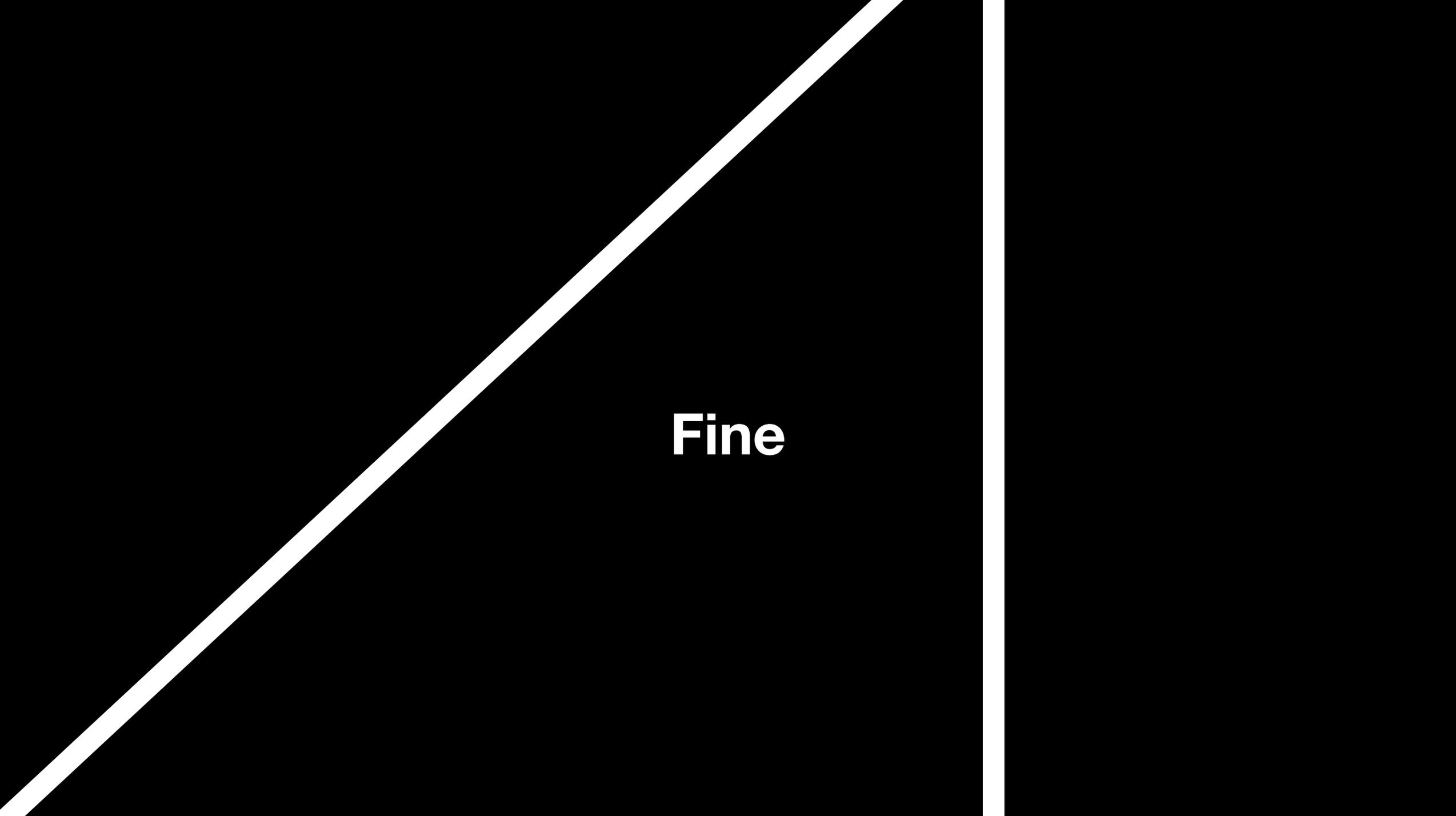
Esiti chiave

Questa presentazione riguardava la progettazione di esperienze digitali.

Ora che hai finito di guardarla, dovresti essere in grado di:

- Capire cosa porta ad una scelta informata del design dell'esperienza digitale per la CH
- Identificare i vantaggi e gli svantaggi di alcune tecnologie digitali per la progettazione di esperienze digitali per la CH
- Capire cosa contribuisce a una buona progettazione dell'esperienza utente
- Ricordare che ci sono diversi modelli di gestione dei progetti digitali che potrebbero essere utilizzati a seconda della complessità del tuo progetto





Fine

Approfondimenti

Potresti imparare cose molto utili su come progettare esperienze digitali utilizzando tecnologie immersive seguendo il webinar NEMO **Museum of the future: Digital transformation & immersive technologies:** <https://www.youtube.com/watch?v=svD2FfHyzSs> (Olaf Sperwer)

Una ricca fonte di informazioni che potrebbe aiutarti a progettare esperienze digitali tenendo conto del tuo pubblico è il materiale sviluppato nel quadro del progetto RICHES

D6.1 Access, Participation, Learning: Digital strategies for audience engagement with cultural heritage in museums and libraries, available as OER on the course platform.

Maggiori informazioni sulle mostre virtuali sono sintetizzate nell'opuscolo MOVIO, disponibile per il download sul sito AthenaPlus AthenaPlus.

<https://athenaplus.wordpress.com/2014/07/31/movio-brochure-available-for-download-on-the-athenaplus-website/>

Un articolo molto informativo, contenente una sintesi dell'opinione dei professionisti dei musei sull'utilizzo della VR per la promozione dei beni culturali è l'articolo di Shehade, M. & Stylianou-Lambert, T., **Virtual Reality in Museums: Exploring the Experiences of Museum Professionals** available as OER on the course platform or on the following link <https://www.mdpi.com/2076-3417/10/11/4031/htm>

Potresti anche approfondire la tua conoscenza su questo argomento del digital experience design esplorando altro materiale dalla bibliografia e dalla sitografia usate come riferimento per questa presentazione.

Bibliografia

- Bekele M.K. & Champion E. (2019.). A Comparison of Immersive Realities and Interaction Methods: Cultural Learning in Virtual Heritage. Front. Robot. AI 6:91. doi: 10.3389/frobt.2019.00091 Retrieved from <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/frobt.2019.00091/full>
- Ciolfi, L. & Bannon, L. (2002) Designing Interactive Museum Exhibits: Enhancing visitor curiosity through augmented artefacts. Retrieved from http://echo.iat.sfu.ca/library/ciolfi_museum_exhibits_augmented_artefacts.pdf
- Ciolfi, L. & Bannon, L. (2002). Learning from museum visits: Shaping design sensitivities. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/228981310_Learning_from_museum_visits_Shaping_design_sensitivities
- Curtis, C. (2020)How to Build, When to Buy: Scalable Tactics for Digital Projects and Services.MVW20/Online. <https://mw20.museweb.net/paper/how-to-build-when-to-buy-scalable-tactics-for-digital-projects-and-services/>
- Fayock, C (2020, June 18). Front End Developer vs Back End Developer – Definition and Meaning In Practice.FreeCodeCamp. <https://www.freecodecamp.org/news/front-end-developer-vs-back-end-developer-definition-and-meaning-in-practice/>
- Ferens P. (n/d). Bluetooth Low Energy.iBeacon App for a Museum-a War Story.Ready4s.Retrieved from <https://www.ready4s.com/blog/developers-tips-bluetooth-low-energy-in-app-development>
- N/A. (n.d.) Digital Projects– all you need to know –. Enonic. <https://enonic.com/digital-projects-ultimate-guide>
- N/A.(n/d). Modigliani VR. Retrieved from <https://www.tate.org.uk/whats-on/tate-modern/exhibition/modigliani/modigliani-vr-ochre-atelier>
- N/A.(n/d). Modigliani VR:The Ochre Atelier.Using VR to develop empathy with the artist in his block-buster Modigliani exhibition TATE & HTC VIVE ARTS..<https://preloaded.com/work/modiglianivr/>
- N/A. (2014) MOVIO brochure available for download on the AthenaPlus website AthenaPlus. <https://athenaplus.wordpress.com/2014/07/31/movio-brochure-available-for-download-on-the-athenaplus-website/>
- N/A .(n/d).Ripped apart. Smithsonian Website. The National Museum of American History. <https://americanhistory.si.edu/ripped-apart>
- Sami, M. (2012,March 15). Software Development Life Cycle Models and Methodologies. Mohamed Sami.<https://melsatar.blog/2012/03/15/software-development-life-cycle-models-and-methodologies/>
- Shehade, M. & Stylianou-Lambert, T.(11 June,2020).Virtual Reality in Museums: Exploring the Experiences of Museum Professionals. Special Issue Virtual Reality and Its Application in Cultural Heritage. Applied Sciences. 2020; 10(11):4031. Retrieved from <https://www.mdpi.com/2076-3417/10/11/4031/htm>
- Sperwer O. (2020). Museum of the future: Digital transformation & immersive technologies. NEMO Webinar. <https://www.youtube.com/watch?v=svD2FfHyZSs>
- Free Images from: <https://www.pxfuel.com>



Raluca Iulia Capotă

National Institute for Cultural Research and Training - RO

Email: raluca.capota@culturadata.ro

Raluca Iulia Capotă ha più di 17 anni di esperienza nella protezione e amministrazione del patrimonio culturale, lavorando in diverse organizzazioni e istituzioni specializzate in Romania (Ministero della Cultura, musei nazionali, ecc.). Ha rappresentato il suo paese in molte commissioni e gruppi di lavoro legati al patrimonio culturale presso l'UNESCO e la Commissione europea.

Dal 2012, insegna argomenti relativi al patrimonio culturale (conservazione, gestione delle collezioni, teoria e legislazione del patrimonio culturale) in corsi di formazione rivolti principalmente a professionisti già affermati. Attualmente lavora nel dipartimento per le professioni e gli standard occupazionali dell'Istituto nazionale per la ricerca e la formazione culturale della Romania.



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

