



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ

Πολιτιστική Επικοινωνία

Χειμερινό Εξάμηνο

Ακαδημαϊκό έτος 2020-2021

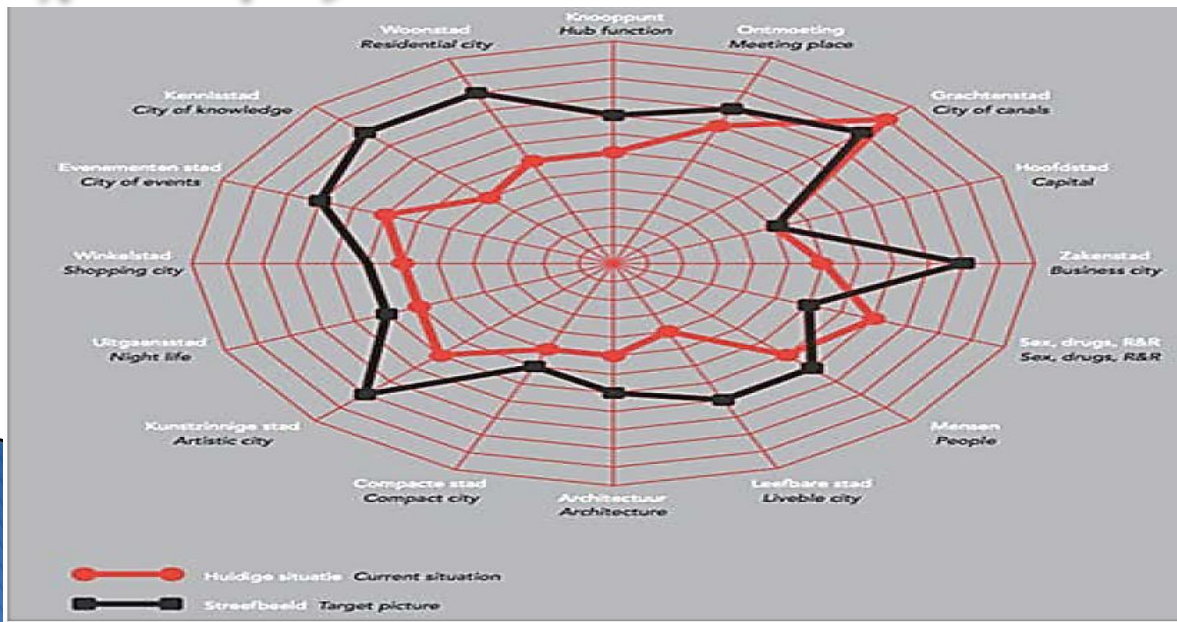


Δρ. Αγγελική Κίτσιου

Τμήμα Πολιτισμικής Τεχνολογίας και Επικοινωνίας

Βασικές Αρχές Στρατηγικής

- ❖ Έρευνα Αγοράς
- ❖ Ορισμός Αποστολής και Στρατηγικής
- ❖ Ορισμός Κοινού & Ταυτότητα του Οργανισμού
- ❖ Προσέλκυση Κοινού και διεύρυνσή του
- ❖ Προσέλκυση Κεφαλαίων και Οικονομικός Σχεδιασμός



Αποτελέσματα έρευνας για τη στρατηγική Iamsterdam (Πηγή: www.iamsterdam.com)

Έρευνα Αγοράς

Σκιαγράφηση λειτουργιών & δυναμικών της αγοράς-Συλλογή δεδομένων σε διαφορετικές χρονικές περιόδους για τη θέση & τις ανάγκες λειτουργίας του Οργανισμού

Μέγεθος της Αγοράς:

Αναζήτηση δεδομένων σχετικά με

- Τα εισοδήματα των καταναλωτών
- Τις δαπάνες τους για τον ελεύθερο χρόνο
- Τις γενικές καταναλωτικές συνήθειες
- Το εποχικό κοινό (εθνικότητες, ηλικίες, εισοδήματα, συνήθειες, χρόνος διαμονής)



Έρευνα Αγοράς

Ανταγωνισμός:

- ❖ Ανάλυση δεδομένων ανταγωνιστικών οργανισμών (τι κοινό προσελκύουν, ποιους επισκέπτες δέχονται σε μια δεδομένη περίοδο, ποιες εμπειρίες αγαθά διακινούν, ποια είναι τα στρατηγικά τους πλεονεκτήματα)
- ❖ Μεγαλύτερη αλληλεπίδραση πολιτιστικών οργανισμών λόγω του λιγοστού ελεύθερου χρόνου
- ❖ Γνώση ανταγωνισμού σε επίπεδο οργανισμών & σε επίπεδο προϊόντων
- ❖ Τι είδους εμπειρίες διαχειρίζονται οι άλλοι οργανισμοί;
- ❖ Ποιος είναι ο κύκλος ζωής τους;
- ❖ Ποια είναι τα πιο θετικά χαρακτηριστικά τους; (τοποθεσία, πρόσβαση, διαθεσιμότητα, ποιότητα, αναγνωρισιμότητα)



Do you know what your
COMPETITORS
are doing?

Έρευνα Αγοράς

Τιμολόγηση των Προϊόντων/Εμπειριών:

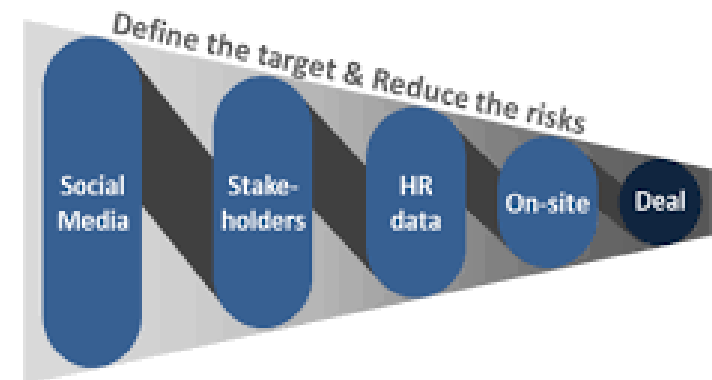
- ❖ Πολύπλοκη κατάσταση
- ❖ Η γνώση των ανταγωνιστικών οργανισμών συνδέεται με την τιμολόγηση

Τι πρέπει να ληφθεί υπόψη:

- ❖ Οι οικονομικοί στόχοι του οργανισμού
- ❖ Η θέση του οργανισμού στην αγορά
- ❖ Το κόστος παραγωγής των προϊόντων
- ❖ Η ζήτηση των προϊόντων
- ❖ Η στρατηγική του οργανισμού
- ❖ Η προσέλκυση νέων κατηγοριών κοινού
- ❖ Η οικονομική συγκυρία
- ❖ Η οικονομική ευρωστία του κοινού
- ❖ οι οικονομικές διαφοροποιήσεις του
- ❖ Οι πολιτικές επιδότησης
- ❖ Οι κυβερνητικές παρεμβάσεις



CULTURAL DUE DILIGENCE



Έρευνα Αγοράς

Ο Ρόλος του Μάρκετινγκ

- ❖ *Μια λειτουργία του οργανισμού που συμπληρώνεται από διαφορετικές διαδικασίες δημιουργίας, επικοινωνίας και διανομής συγκεκριμένης αξίας στους πελάτες, καθώς και η διαχείριση των σχέσεων του οργανισμού με τρόπο που ωφελεί τον οργανισμό & όσους συνδέονται μαζί του*
- ❖ Η χρήση του marketing αφορά σε όλους τους πολιτιστικούς οργανισμούς ακόμα και αν δεν είναι κερδοσκοπικοί

Γιατί είναι σημαντικό το marketing

- ❖ Μείωση των κρατικών πόρων
- ❖ Αύξηση ανταγωνισμού & ανάπτυξη τεχνικών για τη μεγιστοποίηση των πωλήσεων



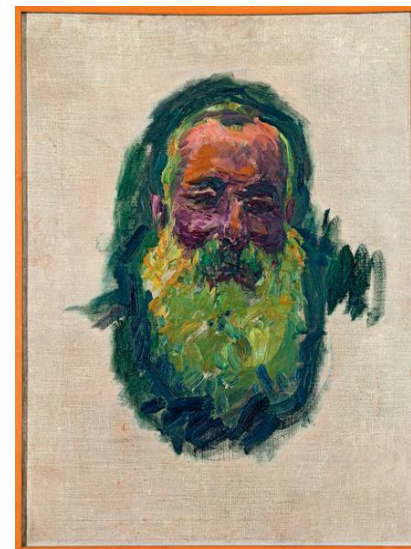
Έρευνα Αγοράς

Marketing στα μουσεία

- ❖ Διαδικασία ανταλλαγής μεταξύ εκείνων που αναζητούν κάποιο προϊόν, υπηρεσία (εμπειρία, ιδέα, χώρο, πληροφορία) και εκείνων που μπορούν να τα παρέχουν
- ❖ Μέρος της Πολιτιστικής Στρατηγικής
- ❖ Αξιοποιείται σε συνδυασμό με τη διάσταση του ανταγωνισμού

Πώς επιτυγχάνεται η άρτια προβολή πολιτιστικών αγαθών;

- ❖ Απαιτεί οργανωμένη διακίνηση προϊόντων (π.χ. αγορά συγκεκριμένων εταιρειών προώθησης, ανάδειξη τεχνητών ελλείψεων, έλεγχος πνευματικών δικαιωμάτων, περιορισμός μέσων αναπαραγωγής, αναγνωρισμένος δημιουργός)
- ❖ <https://www.youtube.com/watch?v=xb6Lkj6M7Xs&list=PLiJLWfXkEY4g-8DiuEEbVkmHObwHK9Q6g>



Αυτοπροσωπογραφία του Κλοντ Μονέ

Φαινόμενο του
«μπλοκμπάστερ»



1,075,206 Αντίτυπα το 2015

Έρευνα Αγοράς

Κοινωνικοί, Πολιτισμικοί και Πολιτικοί Παράγοντες

- ❖ Συγκεκριμένο κοινωνικο-πολιτισμικό περιβάλλον
- ❖ Εθνική ταυτότητα, Θρησκεία, Συλλογική ταυτότητα
- <https://www.youtube.com/watch?v=025x2lglawo>
- ❖ Εκπαίδευση για οργανισμούς ορθολογικής ψυχαγωγίας (π.χ. μουσείο)
- ❖ Η αρνητική αντίδραση αξιοποιείται προς όφελος του οργανισμού
- ❖ https://www.youtube.com/watch?v=L_dDUw_QuDU



Έρευνα Αγοράς

Το Οικονομικό Περιβάλλον

- ❖ Οι πολιτιστικές βιομηχανίες είναι ευάλωτες στις οικονομικές κρίσεις
- ❖ Περικοπές στις πολιτιστικές δραστηριότητες
- ❖ Οικονομικές διαφοροποιήσεις σε τοπικό επίπεδο

https://www.youtube.com/watch?v=d_Wy0xB1Oqo



Μουσείο νάνων ελεφάντων στην Τήλο

Έρευνα Αγοράς

- ❖ Έρευνα κοινού
- ❖ Έρευνα ικανοποίησης κοινού (customer satisfaction research)
- ❖ Έρευνα κινήτρων (motivation research)
- ❖ Έρευνα για τους ανταγωνιστές (competitor research)
- ❖ Έρευνα προϊόντος (product research)
- ❖ Έρευνα για τον καθορισμό της τιμής (pricing research)
- ❖ Έρευνα προβολής (promotional research)
- ❖ Έρευνα χάραξης πολιτικής (policy research)

Competitive Landscape

| | <i>Pinterest</i> | <i>Telly</i> | #waywire | VI▶interest |
|-----------------|------------------|--------------|-----------------|--------------------|
| User Friendly | ✓ | ✗ | ✗ | ✓ |
| Privacy | ✓ | ✗ | ✗ | ✓ |
| Keyword follow | ✗ | ✗ | ✗ | ✓ |
| Playlist follow | ✗ | ✗ | ✗ | ✓ |
| Video Bookmarks | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Video Autonext | ✗ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Video Shuffle | ✗ | ✗ | ✗ | ✓ |



Ορισμός Αποστολής & Στρατηγικής

- ❖ Κοινή Αποστολή (οργανισμός, διοίκηση, προσωπικό)
- ❖ Κοινή κατανόηση της ταυτότητας

Τι απαιτείται;

- ❖ Χρόνος
- ❖ Επικοινωνιακή δράση της ηγεσίας
- ❖ Προβολή οράματος

Μοναδική ταυτότητα & αποστολή

- ❖ Ελευθερία Έκφρασης & Δημιουργίας
- ❖ Υποστήριξη κοινωνικών λειτουργιών
- ❖ Παροχή έμπνευσης & ενθουσιασμού
- ❖ Παροχή γνώσης
- ❖ Παροχή ψυχαγωγίας



*Μουσείο Ελεύθερης Σκέψης
Ανθρώπων (ΜΕΣΑ)*

https://www.youtube.com/watch?v=6bQ81_URRdU



Ορισμός Αποστολής & Στρατηγικής

Πηγές έμπνευσης & αξίες

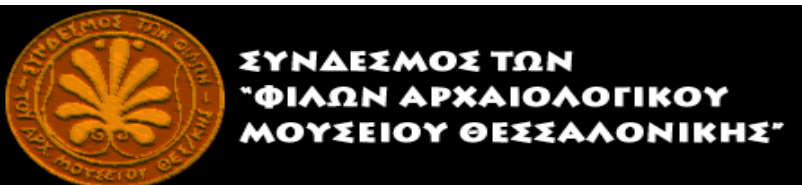
- ❖ Η αγάπη σε αντιδιαστολή με το μίσος, τη μισαλλοδοξία και το ρατσισμό.
- ❖ Η ειρήνη, το αντίθετο της βίας, της σύγκρουσης, της τρομοκρατίας, της συκοφαντίας και του πολέμου.
- ❖ Η γνώση, σε αντίθεση με την άγνοια, το φόβο, τη δεισιδαιμονία, την εκμετάλλευση, την τυραννία.
- ❖ Η πίστη, σε αντιπαράθεση με την απελπισία, την καχυποψία και τον ίδιο το θάνατο.



Ορισμός Κοινού & Ταυτότητας

Συγκρότηση ενός συγκεκριμένου κοινού ως πυρήνα του οργανισμού

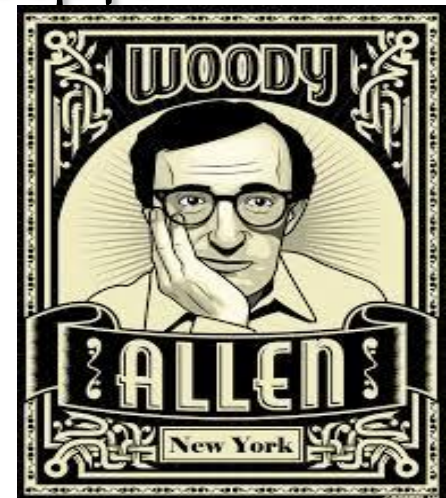
- ❖ Εδραίωση & συστηματικότερη γνωστοποίηση της αποστολής μέσω του κοινού
- ❖ Υλοποίηση δράσεων (εθελοντές, εκπρόσωποι)
- ❖ Προσέλκυση διευρυμένου κοινού
- ❖ Συσπείρωση ομάδων γύρω από ένα προϊόν
- ❖ Συσπείρωση διαφορετικών ομάδων γύρω από διαφορετικά προϊόντα
- ❖ Περισσότερη προσοχή στο προϊόν ή στο δημιουργό



ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΤΩΝ
"ΦΙΛΩΝ ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟΥ
ΜΟΥΣΕΙΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ"



ΟΙ ΦΙΛΟΙ ΤΟΥ ΝΟΜΙΣΜΑΤΙΚΟΥ ΜΟΥΣΕΙΟΥ



Προσέλκυση Κοινού

Μεγιστοποίηση κοινού – αποστολή του οργανισμού

- ❖ Διεύρυνση ομάδων κοινού αξιοποιώντας τον πυρήνα
- ❖ Προσέλκυση νέων επισκεπτών
- ❖ Μεταμόρφωση των επισκεπτών της μιας επίσκεψης σε ενθουσιώδες κοινό των πολλαπλών επισκέψεων
- ❖ Μετεξέλιξη των επισκεπτών σε φίλους
- ❖ Διατήρηση των φίλων
- ❖ Χτίσιμο διαφορετικών κατηγοριών κοινού που συμπεριλαμβάνουν την νεολαία, τους νέους επαγγελματίες και διαφορετικές εθνικές ομάδες
- ❖ Μετεξέλιξη των φίλων σε δωρητές
- ❖ Δημιουργία σώματος εθελοντών
- ❖ Προσέλκυση τουριστών

Διαφορετική διαχείριση & περισσότερες δυσκολίες για τους μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς σε σχέση με τους μετα-οργανισμούς

**Εθελοντής
στο
Ελληνικό
Παιδικό
Μουσείο!**

Πληροφορίες & δηλώσεις συμμετοχής:
Τηλ: 2103312993 • e-mail: volunteers@hem.gr • www.hem.gr



Προέλκυση Κεφαλαίων και Οικονομικός Σχεδιασμός

Αναγκαιότητα βιώσιμου οικονομικού πλάνου & στρατηγική προσέλκυσης κονδυλίων

Προέλκυση κονδυλίων (fundraising)

- ❖ Ευρώπη: κρατικές επιχορηγήσεις (*φθίνον μοντέλο*) vs ΗΠΑ: ελεύθερη αγορά
- ❖ Αύξηση πολιτιστικών οργανισμών (*μουσεία, τοπικοί οργανισμοί, μη κερδοσκοπικές, εταιρείες δήμων, δημοτικά θέατρα & φεστιβάλ, ανεξάρτητοι παραγωγοί*)
- ❖ Κύκλοι οικονομίας εναλλάσσονται σε ανάπτυξη & ύφεση
- ❖ Παλινδρομικές εποχικές πιέσεις
- ❖ Αναζήτηση ιδιωτικών πόρων (ανταγωνιστική προσπάθεια)
- ❖ Νομοθεσίες δυσχεραίνουν τις χορηγίες
- ❖ Υπάλληλοι με αποκλειστική αρμοδιότητα το fundraising

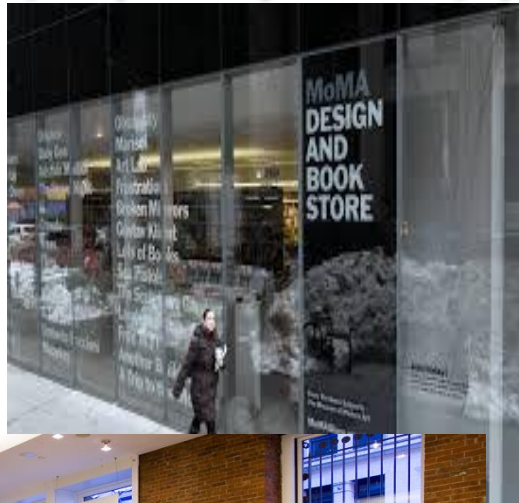


Προέλκυση Κεφαλαίων και Οικονομικός Σχεδιασμός

Αναγκαιότητα βιώσιμου οικονομικού πλάνου & στρατηγική προσέλκυσης κονδυλίων

Επιχειρηματικές δραστηριότητες στον Πολιτισμό

- ❖ Ανάπτυξη εμπορικών δραστηριοτήτων
- ❖ Σχεδιαστικές πρωτοβουλίες για την ελκυστικότητα



*Moma Museum
giftshop*



Κέντρο Παραστατικών Τεχνών, Άμπου Ντάμπι

Προέλκυση Κεφαλαίων και Οικονομικός Σχεδιασμός

Πηγές Εσόδων για τα Σύγχρονα Μουσεία

- ❖ Κρατικές Επιδοτήσεις
- ❖ Χορηγίες
- ❖ Ειδικές Εκθέσεις και παρουσιάσεις
- ❖ Καταστήματα δώρων
- ❖ Ηλεκτρονικό Εμπόριο
- ❖ Συνδρομή Μελών
- ❖ Εστιατόρια
- ❖ Πωλήσεις πνευματικών δικαιωμάτων



Espoo Museum of Modern Art, EMMA Shop



Προσέλκυση Κεφαλαίων και Οικονομικός Σχεδιασμός

Το χτίσιμο μιας αναγνωρίσιμης ταυτότητας -branding

- ❖ συνάδει με τις προσδοκίες του κοινού
- ❖ Συνάδει με τους κανόνες της αγοράς
- ❖ Συνδέεται με την αφήγηση της δικής του ιστορίας, αποστολής & των προϊόντων



Smithsonian national air and space museum