


INNOVAZIONE CULTURALE

		Data	<input type="checkbox"/> Profit	<input type="checkbox"/> No Profit	Team	NomeProgetto
📄 Scenario Descrivere il contesto generale (economico, sociale, culturale, territoriale) in cui si andrà ad inserire l'idea di innovazione culturale.	🏆 Unique Selling Point In cosa è unica la soluzione proposta rispetto ad eventuali competitors/progetti similari? Analizzarli	❓ Motivazioni Identificare i driver motivazioni sui quali si andrà a disegnare l'esperienza. Tenere a mente il target individuato e verificare la compatibilità con i driver 🔄 6	📣 Marketing Come destino il budget legato alla promozione del mio progetto? Quali canali saranno i più efficaci e col miglior ritorno sull'investimento? 🔄 Deck 1		📅 DayOne Da oggi il mio prodotto è disponibile. Cosa accade da questo momento in poi?	
🔍 Problema L'idea di innovazione culturale quale problema prova a "risolvere"? Può essere Connesso ad un processo, prodotto o servizio o esperienza fisica e digitale.	🔄 Engagement loop Cosa offriamo al pubblico prima, durante e dopo l'esperienza? 🔄 4	👤 Engagement Individuare le meccaniche e dinamiche di coinvolgimento più appropriate in relazione al target, obiettivi e precedenti scelte effettuate. Engagement Deck		📊 Gestione Come garantisco la funzionalità del mio prodotto post rilascio? Manutenzione? Evoluzione?		
👥 Pubblico Iniziamo a raccogliere dati sul pubblico, attuale o potenziale, della nostra idea. Stilare una descrizione completa segmentandolo il più possibile e descrivendolo.	🗣️ Storytelling Quale è la storia e con quale linguaggio la trasferiamo? È bene che si introducano tanti linguaggi quanti sono i pubblici individuati.	👉 Fattibilità Siete sicuri di avere le competenze, risorse economiche e timing per realizzare l'idea?		📱 Social Media Come e quali social media potranno far parte del nostro piano di comunicazione? Che obiettivi? Provate a scrivere alcuni esempi di comunicazione social 🔄 Deck 1		
🏠 A casa del pubblico Entriamo nella vita del nostro pubblico, come parla, agisce, sogna e interagisce nelle 24 ore? Avvalersi di osservazioni dirette, interviste sul campo, ricerche collegate al target sopra individuato.	🔪 Storydoing Come rendiamo protagonista il pubblico? Quali azioni e interazioni?	👉 Fundraising Come reperire i fondi per avviare l'idea? Avrò un committente istituzionale (pubblico o privato) che si fa carico dei costi? Partecipazione a bandi e call? Auto-finanziamento? Crowd-funding? Sponsor? Auto-sostenibilità sin dall'inizio?		📄 Documento di progetto Idea in forma estesa. Toccare tutti i punti emersi dai mazzi di carte A e B + Engagement Deck. Deve essere la Bibbia che consente ad un esterno di valutare compiutamente la bontà del progetto. 🔄 Deck 1, 2, 3		
👤 Pubblico/giocatore Segmentare il pubblico in quattro fenotipi: Achievers, Killers, Explorers, Socializers 🔄 1	📍 Paradigma Premiante Stimolare le azioni ed interazioni del pubblico attraverso forme di premialità SAPE? 🔄 5	🕒 Tempistiche Quando il progetto sarà rilasciato sul mercato? Stilare un cronoprogramma con delle tappe intermedie di verifica (milestone) e con la data di pubblicazione (deadline).				
🛩️ Viaggio del giocatore Imparare a soddisfare i bisogni del pubblico nelle sue quattro fasi del viaggio. Cosa offro ai: Non utenti, nuovi utenti, regolari e veterani? 🔄 2	🧠 Contenuto Culturale Il punto di vista "scientifico" e tecnico interno. Analizzare il contenuto "culturale" che si vuole trasferire. Solitamente coincide col punto di vista dell'istituzione.	📡 Distribuzione Come il pubblico potrà accedere alla vostra idea? Sito web? Social Network? Store mobile? Location unica? Location disseminata? Sistema distributivo cross platform? Evidenziare partner distributivi che possano facilitare la disseminazione		👤 PR Creare un file excel con nome testata, nome giornalista/blogger, contatto e-mail specificando se ha una rilevanza locale, regionale, nazionale. A loro invieremo informazioni sul progetto Scrivere un comunicato 🔄 Deck 1		
👍 Obiettivi macro e micro Redigere una griglia con gli obiettivi che miro a raggiungere attraverso questa azione di innovazione culturale. Possono essere più di uno ma mai troppi, di breve o lungo periodo. A titolo di esempio: Aumentare visitatori, coinvolgimento, fatturato, viralità, tasso ritorno, partecipazione attiva, download. È fondamentale che gli obiettivi siano qualitativi e quantitativi con relative KPI per il monitoraggio ex post. 🔄 3	🌟 Contenuto Coinvolgente La componente emotiva, fun, interattiva che rende attraente l'esperienza. Solutamente coincide col punto di vista del Pubblico.	🌐 Internazionalizzazione L'idea di innovazione culturale può essere facilmente distribuita fuori dal territorio nazionale? Se sì, analizzare quali nazioni e le azioni necessarie per adattare l'esperienza. Anche iconcina andrà modificata		🗣️ Pitch Cercate un template di pitch in powerpoint e adattatelo per presentare la vostra idea. In 5 minuti dovrete comunicare la complessità della vostra idea in aula! Ecco tre esempi		
📅 Durata progetto Breve, media o lunga durata? È fondamentale stabilire la durata per selezionare l'idea appropriata e valutare gli impatti.	🧠 Brainstorming Dopo tutte queste riflessioni preliminari, è arrivato il momento di pensare all'idea ed iniziare a metterla a terra.	👥 Team Che professionalità? Interne ed esterne occorrono per realizzazione l'idea?		👋 Influencer Lista di persone che, a vario titolo, possono aiutarci a far conoscere il progetto 🔄 Deck 1		
👥 Competitors e Progetti Similari Analizzare progetti potenzialmente concorrenti e partner per capirne i pubblici, impatti e valutarne aspetti positivi e negativi.	🔧 Tecnologie Quali e perché useremo? Progetto fisico? Digitale? Phygital?	📊 Survey Mercato Individuiamo almeno 5 persone reali che rappresentano un nostro bacino di utenza potenziale. Prepariamo un questionario che ci aiuti a verificare lo scenario, le esigenze del nostro pubblico e la bontà delle idee proposte				

Sostenibilità economica

- Come il progetto si finanzia? Ripartite la torta tra le tre voci sottostanti
- Utenti paganti? Se sì, come e perché?
- Venderemo il servizio ad altre istituzioni/associazioni/Aziende? Se sì, come e perché?
- Bandi e finanziamenti pubblici? Individuiamo bandi reali a cui partecipare e compiliamo i form
- È pensabile trovare sponsor? Se sì perché dovrebbero finanziare?
- Il progetto può impattare, direttamente o indirettamente, su attività economiche del territorio e garantirmi una revenue di ritorno?
- Quando il progetto inizierà a generare flusso di cassa?

Costi

- Quale sarà il costo complessivo del progetto?
- Quali saranno le voci di costo?
- I costi sono tutti da sostenere in anticipo o sono spalabili nel tempo?
- Come sono suddivisi i costi tra risorse umane interne e fornitori esterni (risorse umane, attrezzatura, software, licenze..)
- Il costo come è ripartito nelle fasi di progettazione, realizzazione e post rilascio?

Impatto Culturale e Sociale

- Come l'idea impatta sull'istituzione culturale di riferimento o sul tessuto culturale?
- Come aiuta la valorizzazione di un territorio?
- Come favorisce la crescita individuale dei residenti fissi o temporanei (turisti)?
- Come potrebbero beneficiarne i fruitori di quella istituzione culturale?
- Quali ricadute di medio-lungo periodo potrebbe?
- È in grado di avvicinare non pubblico o nuovi pubblici?
- Genera impatti educativi?

Logo Progetto	Scalabilità <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO
----------------------	--

1 - Pubblico/giocatore

Bartle →	Achievers	Explorers	Killers	Socializers
Kiersey →	<i>Guardian</i>	<i>Rational</i>	<i>Artisan</i>	<i>Idealist</i>
Lazzaro →	<i>Hard fun</i>	<i>Easy fun</i>	<i>Serious fun</i>	<i>People fun</i>
Descrizione	Amano padroneggiare il sistema con l'idea di diventare sempre più potenti avanzando nel gioco	Amano comprendere il mondo che li circonda tanto reale quanto virtuale. Si appassionano alla storia del gioco	Amano sfidare, spesso anche umiliare l'avversario umano	Utilizzano il gioco/piattaforma come strumento di socializzazione
Bisogni del giocatore	<i>Progress bar, collezionare, acquistare oggetti unici e rari, badge, achievement, high score, obiettivi chiari</i>	<i>Imparare cose che altri non sanno, scoprire sezioni/segreti, creare mappe, comprendere la storia, puzzle</i>	<i>Dominare gli altri, primeggiare in chart, provare adrenalina, orgoglio e paura, gambling, azione</i>	<i>Unirsi ad un gruppo, cooperative mode, essere amati, possedere luoghi dove la gente si ritrova, strumenti di chat, personalizzazione, caring</i>
Motivazioni	sicurezza	conoscenza	potere	identità

2 - Viaggio del giocatore

Visitatori	Nuovi utenti	Regolari	Veterani
<i>Onboarding</i>	<i>Regole chiare Obiettivi chiari Feedback immediato</i>	<i>Contenuti aggiornati Nuove attività Maggiore livello di sfida</i>	<i>Status Esclusività Influenza sulla community</i>

💡

Il percorso di un utente/giocatore all'interno dell'esperienza deve essere immaginato come un viaggio dove vi è sempre un inizio e solo in alcuni casi una fine. Ogni tappa incarna uno status dell'utente e differenti bisogni a cui rispondere per portarlo al livello successivo

3 - Obiettivi macro e micro

Coinvolgere	Raggiungere	Educare	Fatturare
+ durata di visita	accessibilità	Trasferire contenuti	+ frequenza di acquisto
+ feedback positivi	visitatori	Riflettere	+ valore per acquisto
+ frequenza di visita	nuovi pubblici	Partecipa al forum	+ up/cross selling
+ tasso di ritorno	properties digitali	Learning by doing	+ servizi integrati
+ condividere contenuti	circolazione contenuti	Formazione per specialisti	+ nuovi servizi digitali

Scegliere una o più azioni	Breve periodo	Lungo periodo
Aumentare la condivisione sociale	<input checked="" type="checkbox"/>	
Acquisti di gruppo		<input checked="" type="checkbox"/>
Frequenza della visita	<input checked="" type="checkbox"/>	
Durata della visita	<input checked="" type="checkbox"/>	
Esplorazione		<input checked="" type="checkbox"/>

4 - Engagement loop

⏪ **PRIMA** ➕ **DURANTE** ➕ **DOPO** ⏩

💡

Siamo soliti focalizzare le idee intorno all'esperienza di visita (quando siamo fisicamente in un luogo). Come la nostra idea supporta i momenti **prima** e **dopo** l'esperienza per coinvolgere il pubblico così da abbinare audience development (PRE) e fidelizzazione/dialogo Post?

5 - Paradigma premiante

- ★ Status
- 🔑 Accesso
- 👑 Potere
- 😊 Emozioni
- 🏆 Premi fisici
- 🗨️ Narrativa
- 📊 Rank
- 📦 Beni virtuali

What? vs **When?**

Rinforzo continuo Intervallo fisso Intervallo variabile Proporzione fissa Proporzione variabile

Skill Social treasure Collection Random

6 - Motivazioni

Mark Le Blanc	Jesse Schell
<input type="checkbox"/> Auto-espressione <input type="checkbox"/> Masochismo <input type="checkbox"/> Sensazione <input type="checkbox"/> Fantasy <input type="checkbox"/> Narrativa <input type="checkbox"/> Sfidare e sfidarsi <input type="checkbox"/> Scoperta <input type="checkbox"/> Senso sociale <input type="checkbox"/> Senso morale <input type="checkbox"/> Senso epico	<input type="checkbox"/> Sinestesia <input type="checkbox"/> Crescita personale <input type="checkbox"/> Purificazione <input type="checkbox"/> Imparare <input type="checkbox"/> Imprevedibilità <input type="checkbox"/> Sorpresa <input type="checkbox"/> Orgoglio <input type="checkbox"/> Distruzione <input type="checkbox"/> Migliorare e Migliorarsi <input type="checkbox"/> Anticipation <input type="checkbox"/> Schadenfreude <input type="checkbox"/> Regalare <input type="checkbox"/> Divertimento

Deck

Credits and licensing

Deck 1 MethodKit for Projects methodkit.com 		Deck 2 MethodKit for Marketing & PR methodkit.com 		Deck 3 Engagement Deck gameifications.com coming soon
--	--	--	--	---

Canvas
INNOVAZIONE CULTURALE
 v 1.0

Autore: Fabio Viola
 Source: www.tuomuseo.it
 Design: Sergio Ligato

Quest'opera è distribuita con Licenza Creative Commons Attribuzione - Condividi allo stesso modo 3.0 Unported.