



ServiceDigiCulture

Наръчник за обучители



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



ServiceDigiCulture

Подкрепата на Европейската комисия за изготвянето на настоящата публикация не представлява одобрение на съдържанието, което отразява гледните точки само на авторите и не може да се търси отговорност от Комисията за всяка употреба, която може да бъде използвана за информацията, съдържаща се в нея.

ServiceDigiCulture Наръчник за обучители

Заглавие на проекта

Дигитални и устойчиви иновации за услуги в културните и творчески сектори

Съкращение на проекта

Съкращение за обществеността: ServiceDigiCulture
Официално съкращение: ServiceDigiCult

Програма

Еразъм +
Сътрудничество за иновации и обмен на добри практики -
Образование за възрастни

Номер на проекта

2020-1-FI01-KA227-ADU-092663

Продължителност на проекта

01.6.2021 - 30.06.2023

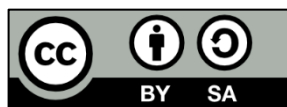
Автори и партньори по проекта

Клуб 9000 | България
Европейски център за качество ООД | България
FRAME | Полша
Inova Consultancy LTD. | ВЕЛИКОБРИТАНИЯ
Университет за приложни науки Вааса | Финландия
Österbottens hantverk | Финландия

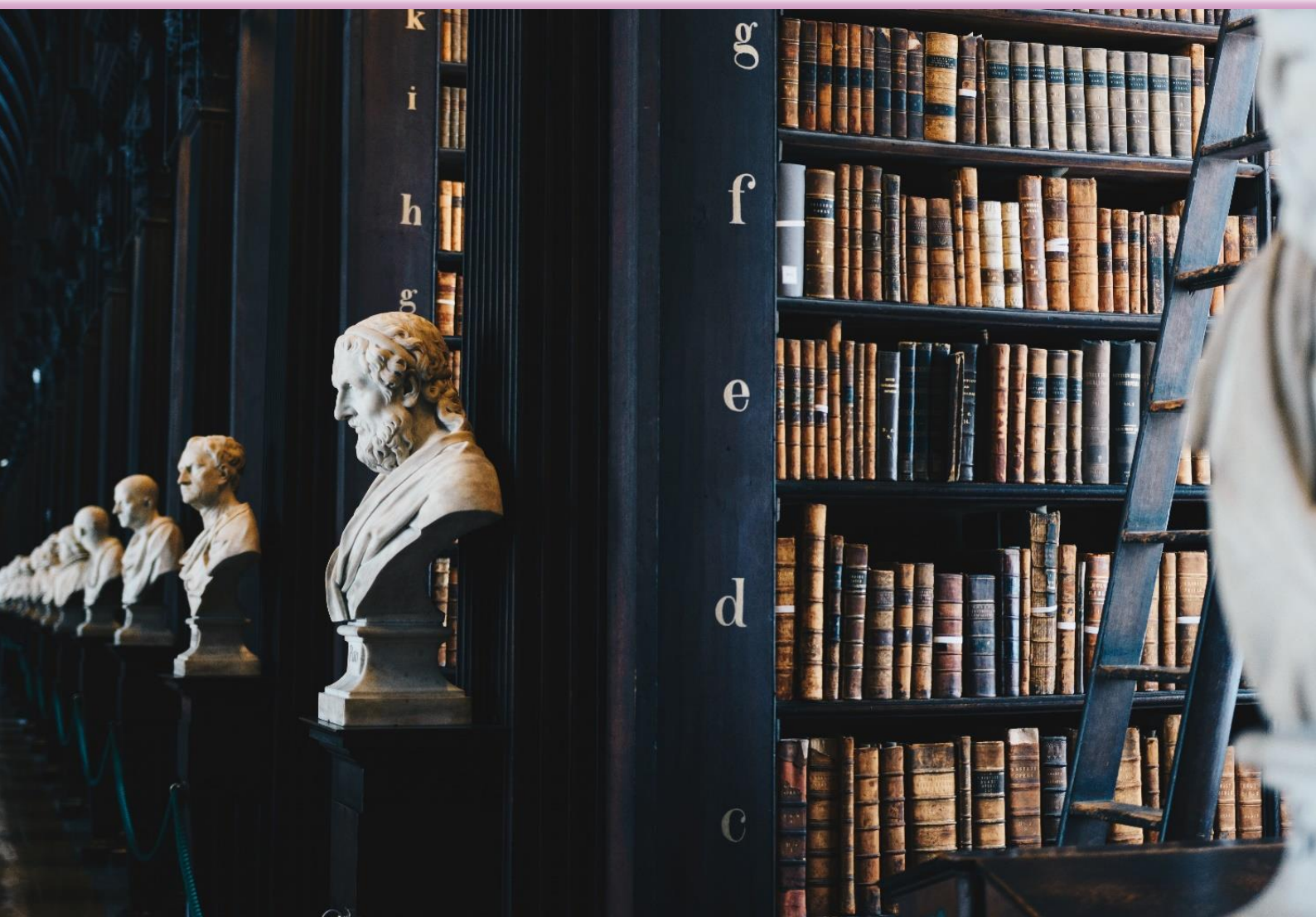
Уебсайт на проекта

<https://www.servicedigiculture.eu/>

© 2023 Всички права са защитени



Тази работа е лицензирана под авторското право на Creative Commons Attribution ShareAlike CC BY-SA 4.0 International.



Този наръчник е предназначен за обучители и други лица, които подпомагат работещите в културния и творческия сектор в използването на материалите и инструментариума за иновации и дизайн на услуги ServiceDigiCulture за въвеждане на иновации и преосмисляне на техните услуги в рамките на обучение, водено от обучители.

Съдържание

Въведение.....	5
Ключови определения и лексика, използвани в обучението	6
Ресурси за обучение	8
Структура на обучението ServiceDigiCulture	10
Моделът на процеса за проектиране на услуги CREATE и комплектът инструменти	12
Как да подкрепим обучението по ServiceDigiCulture	27
Препоръки за провеждане на обучение в зависимост от структурата на обучението	29
Случаи от предоставяне на обучението	32
Съвети за провеждане на обучението	37
Как хората са използвали обучението по ServiceDigiCulture ..	41
Полезни ресурси и инструменти	53

Въведение

Този наръчник е предназначен за хора и организации, които могат да участват в предоставянето на подкрепа, наставничество, фасилитиране, организиране на обучения и семинари в областта на иновациите в услугите и дизайна на услуги за културния и творческия сектор, като например обучители, културни дейци, организатори и организации, като например общини и културни организации и асоциации, професионалисти в областта на дизайна на услуги и дизайна, организации на предприятия и разработчици.

Този наръчник предлага общ преглед и подчертава начините, по които материалите могат да се използват заедно с учащите за иновации и разработване на услуги. Материалите могат да се включат в други обучения, да се използват като материали за самостоятелно развитие, например за обучители, работещи с организации и предприятия в културния и творческия сектор. Ако подпомагате самостоятелно заети лица на който и да е етап от процеса - от първоначалните идеи до развитието на организации или предприятия, или ако подпомагате управлението на културни или творчески организации, физически лица или предприятия, идеите, посочени в този наръчник, могат да помогнат на обучаващите се да мислят творчески за клиентите, предлагането и идентичността.

Този наръчник представлява леснодостъпен справочник за информация, инструменти и техники, които могат да бъдат използвани от поддръжниците на културния и творческия сектор, желаещи да подкрепят развитието на бизнеса чрез по-добро проектиране на услуги.

Този наръчник предлага:

- Преглед на обучението и структурата на ServiceDigiCulture.
- Информация как да използвате обучението ServiceDigiCulture и неговите ресурси.
- Информация за онлайн платформата за обучение и нейните функции, както и къде може да бъде намерена информация на насочващия уебсайт.
- Информация за това как да подкрепим хората, предприятията и организациите в културния и творческия сектор да се научат да въвеждат иновации в услугите, като използват дизайн на услугите.
- Съвети за провеждане на обучение по дизайн на услуги: съвети и прозрения и поуки от минали обучения.
- Примери и опит на хора, които са използвали обучението ServiceDigiCulture.
- Връзки към полезни материали, като например цифрови платформи за съвместно създаване и сътрудничество по време на процеса на иновация на услуги.

Вижте уебсайта. <https://www.servicedigiculture.eu/>. Той ви насочва към ресурсите на уебсайта за обучение и предлага допълнителни ресурси. Това е мястото, където можете да намерите информация, отнасяща се до всички наши материали.

Ключови определения и лексика, използвани в обучението

В тази част на наръчника са представени ключови дефиниции и лексика, които ще се използват по време на обучението ServiceDigiCulture, като например:

- Иновации в услугите
- Дизайн на услуги
- Ориентация към потребителя
- План за услуги
- Пътуване на клиента

Иновации в услугите

Иновацията на услугите е свързана със създаването на напълно нови, подобрени или актуализирани услуги или части от услуги, например процес на обслужване или инфраструктура, които създават добавена стойност за потребителите и могат да бъдат адаптирани от много потребители. Иновациите в областта на услугите могат да се създават и като част от продукти или като допълнение към тях.

Дизайн на услуги

Дизайнът на услуги е прилагане на методите за проектиране за разработване на услуги, за да се създадат ориентирани към потребителите, осъществими, жизнеспособни и желани услуги. Той се фокусира върху потребителското изживяване и нужди, както и върху функционалността на услугата, за да я направи желана от клиентите и организацията. Дизайнът на услугите също така помага за спестяване на ресурси, без да се прави компромис с качеството на услугата, а напротив – целта е то да се подобрява. ServiceDigiCulture използва дизайна на услугите като метод за иновация на услугите, защото е ориентиран към човека, съдържа културни и творчески аспекти и позволява тестване и преживяване на услугите по време на фазата на разработване.

В следващия видеоклип ще ви бъде представен общ преглед на иновациите в услугите и дизайна на услугите и техните предимства: [ServiceDigiCulture](#)



Ориентация на потребителя

Потребителят е в центъра на процеса на проектиране, следователно и в центъра на процеса на дизайн и иновации на услуги. Всичко в този процес се основава на откриването на реалните нужди, очаквания и опит на потребителя.

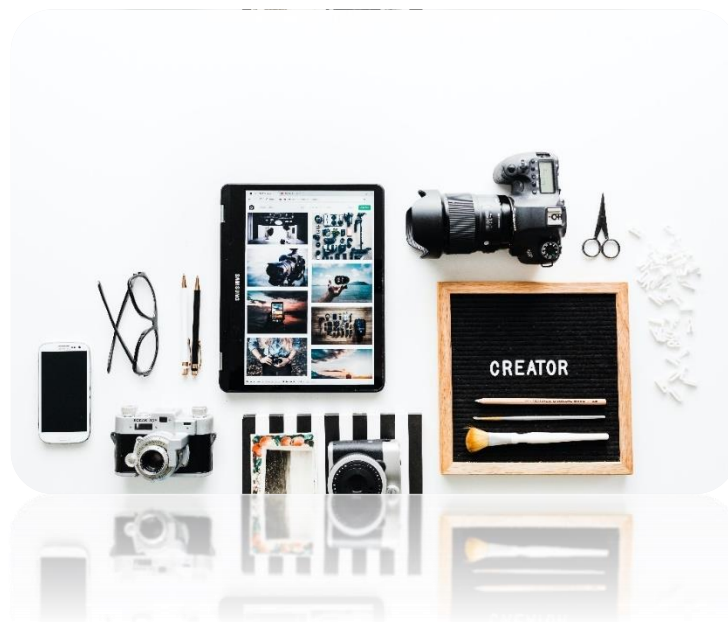
План за услуги

Дизайнът на услугата е един от основните инструменти, използвани при проектирането на услуги. Той описва визуално услугата от гледна точка на клиента и организацията от началото до края на услугата, като подробно описва всички нейни етапи. В него подробно се описват всички действия и стъпки, които са видими за клиентите, и тези, които не са, дейностите по поддръжка, елементите за използване, като например уебсайт, а също така може да се визуализират преживяванията на потребителите по време на всяка стъпка от услугата.

По този начин се създава общ поглед върху това как се срещат гледната точка на клиента и гледната точка на компанията, като се сравняват пътуването на потребителя и задачите на компанията/организацията в плана на услугата и се дава информация какво трябва да се подобри, добави, промени или запази като такова, като се създава разбиране за това какво трябва да се вземе предвид при създаването и предоставянето на услугата, включително ресурси и технически приложения. Освен това при анализа на прегледа на потребителското пътуване и плана на услугата могат да се открият възможности за иновации в услугата.

Пътуването на клиента

Пътуването на клиента е друг основен инструмент, използван при дизайна на услуги. Това е визуално представяне на стъпките, през които клиентът преминава по време на пътуването си през организацията, като подробно се описва целият процес от началото до края на услугата. То може да помогне да се проучат точките на контакт (точките, в които клиентът взаимодейства с компанията), когато клиентът се ангажира с процеси или служители, етапи или действия, като се подчертае какво работи добре и какво изисква препроектиране.



Ресурси за обучение

Обучението ServiceDigiCulture е нещо повече от процеса на обучение и инструментариума. В този раздел можете да намерите различни ресурси, които подпомагат изучаването на темите и планирането на дейностите по преподаване и обучение.

Ресурсите на ServiceDigiCulture се състоят от:

1. Онлайн платформа ServiceDigiCulture за обучение и инструментариум

Всички материали за обучението и инструментариума за дизайн на услуги, използвани в обучението, можете да намерите тук. Той включва също така информация за иновациите и дизайна на услуги, примери за иновации на услуги, упражнения за нагласа за дизайн, места за самоанализ и практически упражнения за ръководство на процеса на иновации на услуги.

2. Наръчникът за обучители (този наръчник)

Как да използвате обучението и инструментариума за организиране и подпомагане на обученията за отделни лица, предприятия и организации в културния и творческия сектор.

3. Наръчник за използване на ServiceDigiCulture за обучение

Наръчникът за хора, които работят или желаят да работят в културния и творческия сектор, за да ги подкрепи да използват материалите и инструментариума за иновации в услугите на ServiceDigiCulture, за да въвеждат иновации и да преосмислят услугите си, за да ги предложат на учащите се и да подкрепят обучението. Може да се използва самостоятелно по всяко време или в обучение, водено от учител.

4. Ръководство за устойчиво стратегическо прогнозиране

Това ръководство ще помогне на хората, които работят или желаят да работят в културния и творческия сектор, да разберат, да се подготвят и да реагират на промените в обществото и сектора с помощта на иновациите в услугите и да дадат възможност за целенасочени иновации в услугите, свързани със стратегията, устойчивостта и прогнозирането. Той също така е добро допълнение към обучението, а темата му може да се превърне в самостоятелен курс за обучение.

5. Рамката за компетентност в областта на услугите и Доклад

Този доклад дава интересна информация и преглед на предизвикателствата в културните и творческите сектори, но също така и на готовността им да използват иновации и дизайн на услуги. Той може да ви даде идеи за планиране на обучението и за необходимостта от организиране на обучение.



Можете да намерите всички тези ресурси на уебсайта ServiceDigiCulture:

<https://www.servicedigiculture.eu/>

По време на обучението можете да използвате и следната PDF презентация за дизайна на услугите:

https://www.servicedigiculture.eu/files/ugd/8e7260_d4a17335db5e4319ade0aeb5ad30eead.pdf?index=true

Структура на обучението ServiceDigiCulture

Обучението по ServiceCulture е достъпно онлайн на адрес:



В този раздел е представена предложената структура на обучението, като се започне от въведението и определенията за иновации в областта на услугите и обучението и се премине към примери за иновации в областта на услугите, упражнения за загряване на мисленето в областта на дизайна, модела за проектиране на услуги CREATE (АРТИСТ) и инструментариума, който може да се използва при обучението за иновации в областта на услугите, и практически упражнения за дизайн на услуги.

Така се създава път на обучение, който има за цел постепенно да развие уменията и знанията за иновации и дизайн на услуги. Това е предложена последователност, която може да бъде адаптирана при обучението, например въз основа на нивото на опит в областта на иновациите и дизайна на услуги или на естеството на целевата група.

За всяко упражнение и инструмент за дизайн на услуги са посочени времето и ресурсите, както и съвети за това дали да се изпълняват самостоятелно или с други хора и как да се изпълняват извън организираното обучение. Пътят на обучението се отнася до предложената последователност, която да се използва за запознаване с полезните концепции, които ще помогнат за прилагането на проектирането на услуги в дейностите.

Структурата на предложената пътека можете да намерите в следващата страница.

Въведение в обучението

1.

Част 1

Въведение в обучението и обучителната платформа

Част 1 b

Създаване на карта на мен и моите умения

Част 2

Информация за иновации в услугите и дизайн на услугите

Част 3

Загряващи упражнения за различните области на дизайна на услуги

Част 4

Практически примери за иновации на услугите

Част 4 b - Самоанализ

Част 5

Бързи упражнения за генериране на идеи

Част 6

Моделът и инструментариум CREATE

Част 7 - Самоанализ

Учене за иновации в услугите и дизайн на услугите

2.

Ориентация към начина на мислене при иновациите в услугите и дизайна на услугите

Модел и инструментариум CREATE (АРТИСТ)

3.

Практически упражнения за дизайн на услуги

4.

Част 8

Казуси

Част 9

Упражнения за пътя на услугата и клиентско преживяване

Част 10

Упражнения върху специфични избрани проблеми

Моделът на процеса за проектиране на услуги CREATE (АРТИСТ) и инструментариум

ServiceDigiCulture използва модел на процеса на проектиране на услуги и инструментариум, наречен CREATE (АРТИСТ), който е специално адаптиран към нуждите на културния и творческия сектор. Той предлага шест фази, както е показано на изображението по-долу, като за всяка от тях има набор от инструменти за работа.

Процесът на проектиране е процес на развитие и следователно е последователен процес, при който се започва от първата фаза, като се обхожда проблемната област, и след това се преминава към следващите фази. Процесът на проектиране на услуги е също така инерционен, което означава, че човек може да се върне към предишна фаза или фази, когато е необходимо. Повече за това как да използвате модела CREATE (АРТИСТ) и инструментариума в раздела "Как да използвате обучението и инструментариума на ServiceDigiCulture".



По-долу са описани фазите на модела CREATE (АРТИСТ) и са предоставени инструментите за всяка една от фазите му. Същите фази и инструменти са налични в обучението

6-те фази на модела на процеса на проектиране на услуги CREATE (АРТИСТ)



А = Анализирание на проблема

Целта на този етап е да се "идентифицира истинският проблем", основният проблем, който често се крие зад "размитостта" на проблемното явление и по-очевидните проблеми. По този начин се установява началната точка на проекта за развитие, текущото състояние с всички негови предизвикателства, тъй като това помага при планирането на посоката за идентифициране на проблема.

Прочетете повече за тази фаза и получите достъп до инструментите на тази фаза на адрес: <https://www.servicedigiculture.eu/service-design-model-phase-1>

Инструменти на фазата



Заявление за намерение

Определете намерението, целта на работата



Сафари на услугите

Преживяване на услугата от първа ръка



Картографиране на клиентското преживяване

Визуална карта на пътуването на клиента



Мисловна карта на възможностите

Визуална диаграма на възможностите



Проучване на медите и тенденциите

Проучване на съществуващата област на предизвикателство



Събиране и анализиране на обратна връзка от клиентите
Изслушване на съществуващите клиенти и анализиране на обратната връзка.



Проектно задание

Проектното задание представлява кратък преглед на жизненоважни аспекти на даден проект.

Видеоклипове за фазата на анализиране на проблема:

[Карта на пътуването на клиентите](#)

Let's play and explore some tools

- **Customer journey map**

This is a visual map that identifies and details every step and each action in a customer's experience demonstrating how customers use the service.

It details how a customer interacts with the service including the process touchpoints when the customer interacts with the organisation (such as visiting its website), physical evidence (such as an app), the servicescape (such as the organisation's premises), the customer's service experience.

It's concerned with the pains and gains of the customer at each stage of the service. It can include interaction, for instance face-to-face or virtually, in social media, or on the phone. All these actions and processes are visualised which helps to reveal the relationship between the customer and the service/company.

At this point of the service design process, it can be used to identify different issues, opportunities, and problems in the service delivery to identify the root cause of any problems.

You might also be able to physically observe customers in situ and ask them questions. You should do this and find out what they like, dislike and how they feel about the experience. What do they wish they could have?

CUSTOMER JOURNEY MAP TEMPLATE
Cruising the problem area - tool

For a downloadable template and instructions how to use it see: <https://www.servicedigiculture.eu/toolkit-customer-journey>

[Анализиране на обратната връзка с клиентите](#)

Let's play and explore some tools

- **Collecting and analysing customer feedback**

The aim is to ask current customers about their experience using the service and analyse this feedback.

For example, a hotel may ask about customers' experiences staying there. Feedback helps in defining the problem area to solve. It can for instance reveal what customers like, how they feel about services and products, what an organisation is doing right, but it also provides information about needs and modifications required by customers.

Customer feedback can provide valuable information for the problem area and narrow it towards the root cause to be tackled at the Research phase.

When analysing data identify which aspects and issues stand out the most from the data. For example, what are the customers happiest or most disappointed about? For each area of deficiency, analyse the root cause(s) taking into account positive and negative answers. This helps you to define what you need to focus on in research.

- **Likes, dislikes, wishes, wants.**

- Phone/meeting place/online platforms
- Paper, templates
- Pens
- Voice recording devices or applications
- Online and offline data collection methods, even sticky notes or social media

Decide what kind of information to collect, from whom, and for which purpose.

Choose the most appropriate way to collect customer feedback. There are many informal and formal ways to collect feedback, for example interviews, online platforms, social media, online surveys, word of mouth feedback, feedback notes, templates to collect it at events, drawing pictures, taking photos of the service, or informal discussion.

For more instructions see: <https://www.servicedigiculture.eu/toolkit-collecting-and-analysing-customer-feedback>

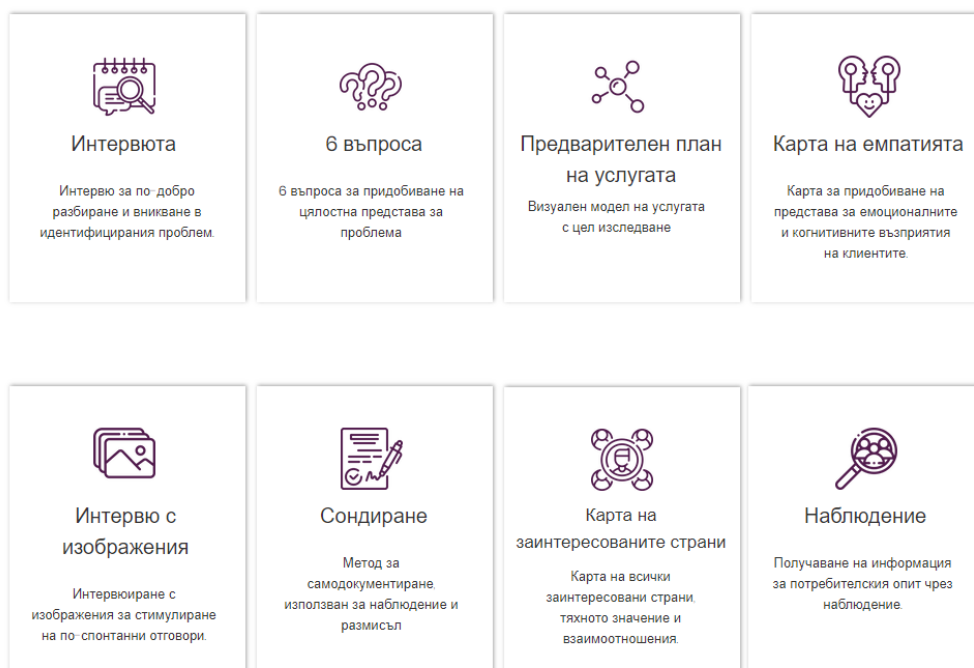


P =Разучаване

Основната цел на този етап е да се проучи идентифицираният проблем и да се придобие представа за него. След като основният проблем бъде определен, придобиването на по-добро разбиране за него ще помогне да се определят правилните инструменти за справяне с него, за да се намери решение. Разучаването също така означава установяване на връзка с клиентите и намиране на повече информация за техните нужди. В този смисъл изследванията дават възможност да се определят желанията на клиентите, за да се направят услугите по-удобни за ползване, устойчиви и значими.

Прочетете повече за тази фаза и получите достъп до инструментите на тази фаза на адрес: <https://www.servicedigiculture.eu/service-design-model-phase-2>

Инструменти на фазата



Видеоклипове от фазата на изучаване:

[Интервюта](#)

Let's play and explore some tools

- **Empathy interviews**

Interviews are a way to delve into an issue and get a better understanding and insight of the identified problem.

In design, the interview approach is usually empathetic with plenty of use of open-ended questions leaving space for the interviewees to talk in their own words about the matter and what is important to them.


They are a way to establish a better connection with customers and stakeholders, and learn about their mindset, needs, emotional and subconscious aspects, reactions, body language, perception on the researched topic and behaviour in situations and environments.

You can also use this technique with staff to explore the differences between the perspectives of the external and internal parties.


For more instructions see:
<https://www.servicedigiculture.eu/toolkit-empathy-interviews>

0:06 / 3:16

R



- **Start with warm up questions and then go further**
- **'I saw you enjoyed the film, you picked the book up in the gift shop, looked at it and put it down again...can you tell me about the thoughts you had?'**



Don't make assumptions!

0:06 / 3:16

[Наблюдение](#)

Let's play and explore some tools

- **Observation**

Observation is used to obtain information of how users interact with a topic of research as a way to understand how it works. It exposes how people behave in a research situation: what they do and say, how they react, what their body language is, what facial expressions or gestures are, and the things they are not doing.

This reveals usability issues, what the user experience is, what is functional, necessary, wished for and non-functional, and from whose perspective.


What are you going to research? Why are you doing your research? What will you do with the findings? How many participants will you need to achieve your objectives?

Write notes. Focus on what participants are doing and not doing, their body language and gestures. Write down some data as well - how many times an action is repeated, how long it takes, steps covered, etc. At the same time, it is important to minimise the possible observer effect. Try to find the balance - be as close as possible to the participants yet influence them as little as possible.


Make a summary of your observations including your key findings.

0:16 / 2:47

R



Example:
Sarah, a potter with a studio and workshop observed customers for an hour. She was curious why she made no sales. She noticed children loved to pick up pots too. She spoke to parents and found her prices were too high. She developed new designs to feature a 'pocket money table' of smaller items and quirky miniatures, and even added faulty items with a big sign 'NOT PERFECT- PLEASE FIND ME A HOME' and she made sales and profit.



For more instructions see:
<https://www.servicedigiculture.eu/toolkit-t-observation>

0:16 / 2:47















Т = Търсене на идеи

Третата фаза на модела CREATE (АРТИСТ) е свързана с проучване на идеи. В тази фаза се вземат резултатите от проучването и се генерират идеи за идентифицирания проблем. Генерирането на идеи се изгражда върху материала от изследването. Това също така е насока за избор на най-подходящите инструменти за създаване на идеи. Това е фаза, в която се генерират множество идеи. Важно е да се помни, че няма правилни или грешни идеи. Проучването на множество идеи създава повече възможности за намиране на функционални, ориентирани към потребителите и жизнеспособни идеи.

Прочетете повече за тази фаза и получите достъп до инструментите на тази фаза на адрес: <https://www.servicedigiculture.eu/service-design-model-phase-3>

Инструменти на фазата

 Бодисторминг Активен и проучвателен начин за генериране на идеи	 Табло за вдъхновение Табло за вдъхновение за търсене на решения	 Брейнсторминг Инструмент за групово създаване на идеи	 Аналогии Правене на паралели с аналогии за генериране на идеи
 Персона Измислено описание на типичен клиент	 Семинар за съвместно създаване Създаване на идеи заедно с клиенти и заинтересовани страни.	 Морфологичен анализ Матрица на идеите за аспектите на услугите	 Задължително трябва да има, би трябвало да има, може да има, няма да има Задължително трябва да има би трябвало да има, може да има, няма да има в дадена услуга
			

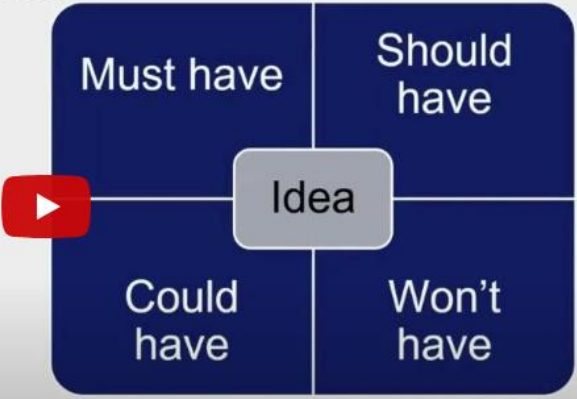
Видеоклип за търсене на идеи:

[Задължително трябва да има, би трябвало да има, може да има](#)

ServiceDigiCulture

Let's play and explore some tools

- Must have, should have, could have, won't have.
- Use a 4 box model
- A table
- Flip chart
- Named stations around a room-participants write ideas
- Add post its to the headings
- You could then vote
- Most popular
- Least popular



0:00 / 0:29

Erasmus+

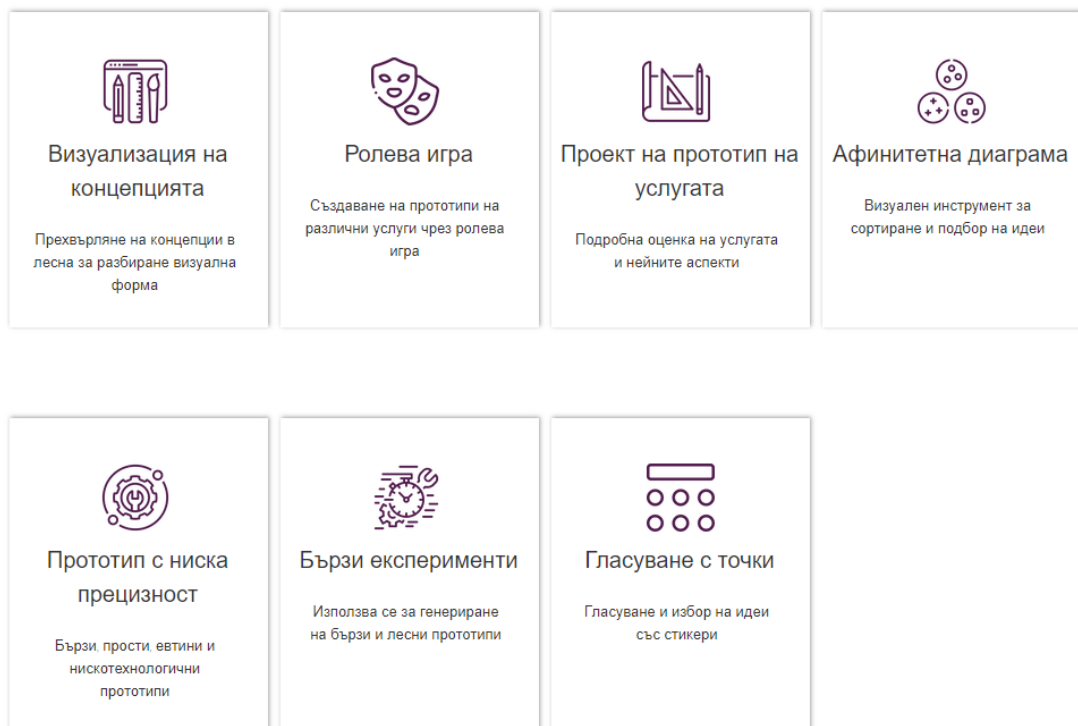


И = Изграждане на алтернативни прототипи

Целта на този етап е да се създадат различни концепции и прототипи на избраните идеи и да им се придаде визуална и осезаема форма, която да бъде тествана на следващия етап. Първоначално се избират ограничен брой идеи, обикновено 3-5, които се разработват в концепции - кратки визуални представяния на идеята, които включват и известен текст. Прототипите са груби презентации на услугата, които се създават от избрана концепция за целите на тестването и разработването.

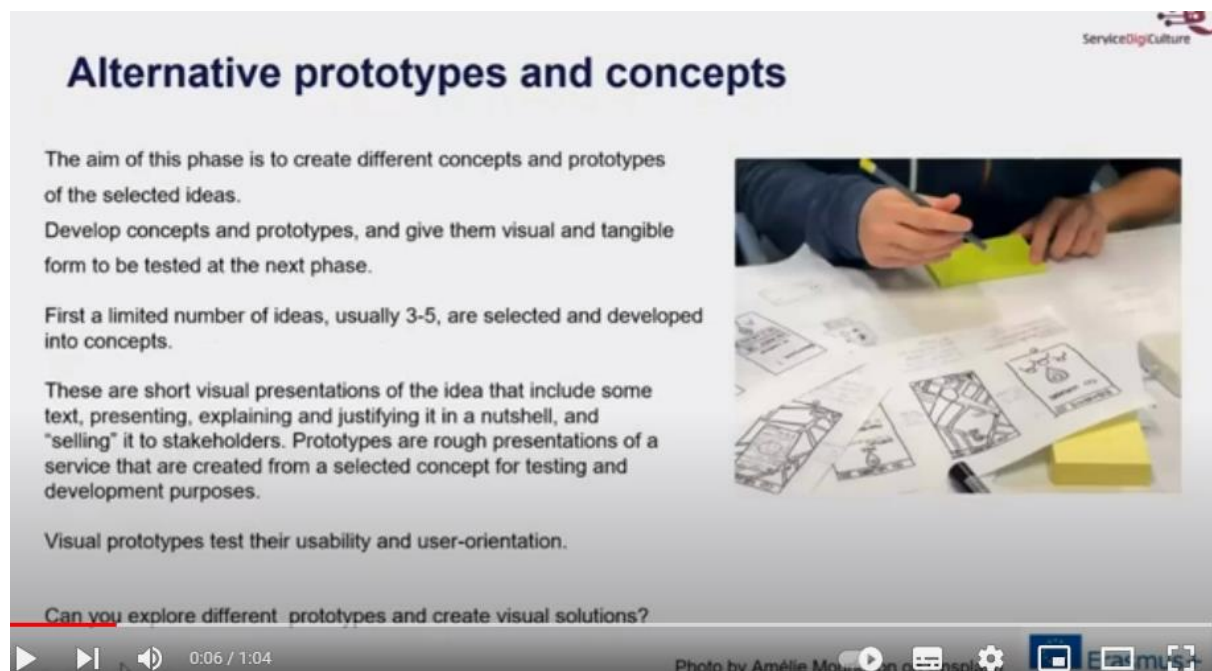
Прочетете повече за тази фаза и получите достъп до инструментите на тази фаза на адрес: <https://www.servicedigiculture.eu/service-design-model-phase-4>

Инструменти на фазата



Видеоклипове от фазата на изграждане на алтернативни прототипи:

[Общи алтернативни прототипи \(A\)](#)



Alternative prototypes and concepts

The aim of this phase is to create different concepts and prototypes of the selected ideas.

Develop concepts and prototypes, and give them visual and tangible form to be tested at the next phase.

First a limited number of ideas, usually 3-5, are selected and developed into concepts.

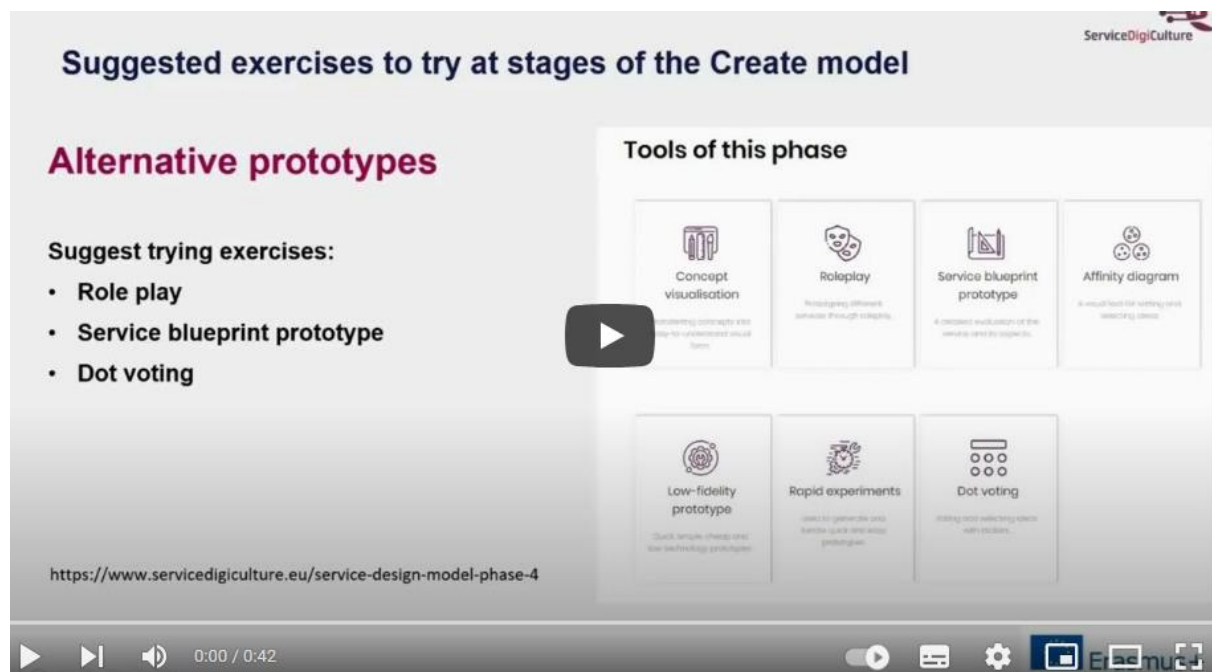
These are short visual presentations of the idea that include some text, presenting, explaining and justifying it in a nutshell, and "selling" it to stakeholders. Prototypes are rough presentations of a service that are created from a selected concept for testing and development purposes.

Visual prototypes test their usability and user-orientation.

Can you explore different prototypes and create visual solutions?

Photo by Amélie Moulouin on a display

[Общи алтернативни прототипи \(B\)](#)



Suggested exercises to try at stages of the Create model

Alternative prototypes

Suggest trying exercises:

- Role play
- Service blueprint prototype
- Dot voting

Tools of this phase

 Concept visualisation Presenting concepts into easy-to-understand visual forms.	 Roleplay Roleplaying different services through roleplay.	 Service blueprint prototype A detailed evaluation of the service and its supports.	 Affinity diagram A visual tool for sorting and selecting ideas.
 Low-fidelity prototype Quick, simple things and low technology prototypes.	 Rapid experiments Quick to generate and handle quick and easy prototypes.	 Dot voting Using dot voting to select ideas with others.	

<https://www.servicedigiculture.eu/service-design-model-phase-4>

Ролеве игри

Let's explore some tools

- **Role play**

Roleplay is a prototyping tool that can help quickly elicit and collect user experience of a service prototype. It provides authentic information and helps you understand user requirements and expectations as it encourages participants to act and react naturally in prototyping situations.

Roleplay can be re-played for creating new service prototypes to gather more data on a different user experience and functional service features, and be re-used as many times as needed by simply changing aspects in the scenarios, which enables one to create multiple service prototypes.

You can have many scenarios, each one changing elements that will result in different user experience with the service. So, for example, you could test how customers engage with staff, what happens if there's a digital check in, can they navigate it? You could give them different ways to check in and see what they like and dislike. You might give them a phone with an app and see how they manage that.

Provide the roleplay script to the participants and ask them to either play it as themselves or take specific roles based on instructions. Encourage them to immerse themselves in the script and play it out in as much detail as possible.

Let the participants roleplay the service prototype. Don't interfere in the process, but observe their actions and reactions and take notes.

After the roleplay, ask the participants to reflect on the service and interaction with and during it.

http://www.serviceculture.eu/toolkit-roleplay

Проект на прототип на услугата

Let's explore some tools

- **Service Blueprint Prototype**

SERVICE BLUEPRINT TEMPLATE
Guided user journey and service blueprint exercise

PHYSICAL EVIDENCE

CUSTOMER ACTIONS

FRONT STAGE CONTACT POINTS

LINE OF VISIBILITY

BACKSTAGE CONTACT ACTIONS

SUPPORT ACTIONS

0:00 / 1:12

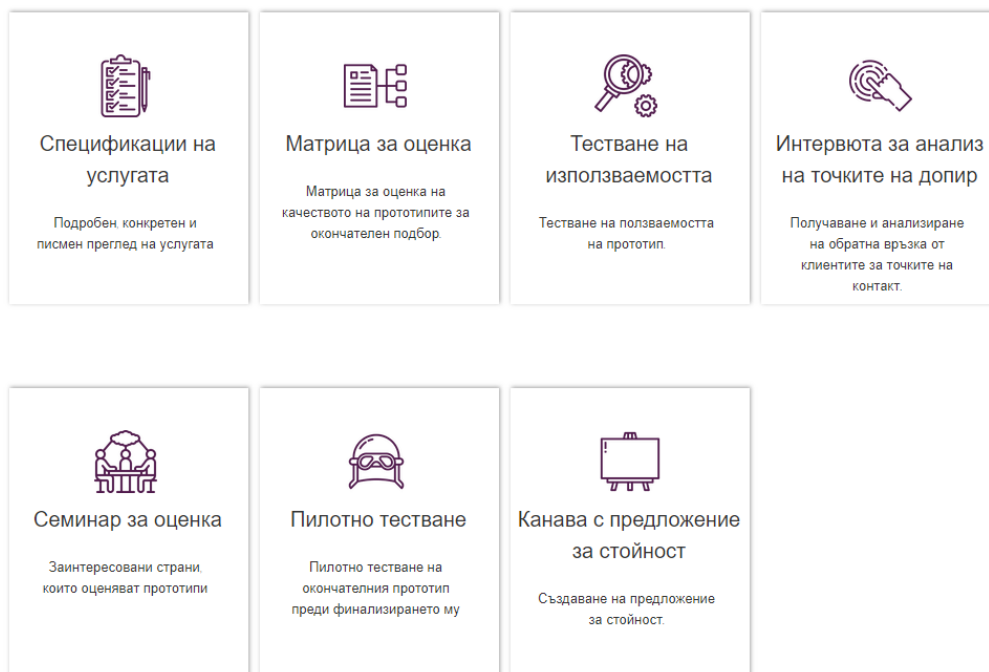


С = Симулации

След като прототипите са готови, е време да ги тествате с потребителите и заинтересованите страни. Симулациите помагат да се разбере как потребителите възприемат услугите и продуктите и какво мислят за тях, какви са недостатъците, какво работи, какво трябва да се подобри или промени, ориентирани ли са услугите към потребителите и интуитивни ли са, и какво е сложно. Информацията, получена от тестването, се използва за внасяне на корекции в прототипа на услугата или продукта, за да се финализира той. Понякога е необходимо да се организират повече от един кръг на тестване.

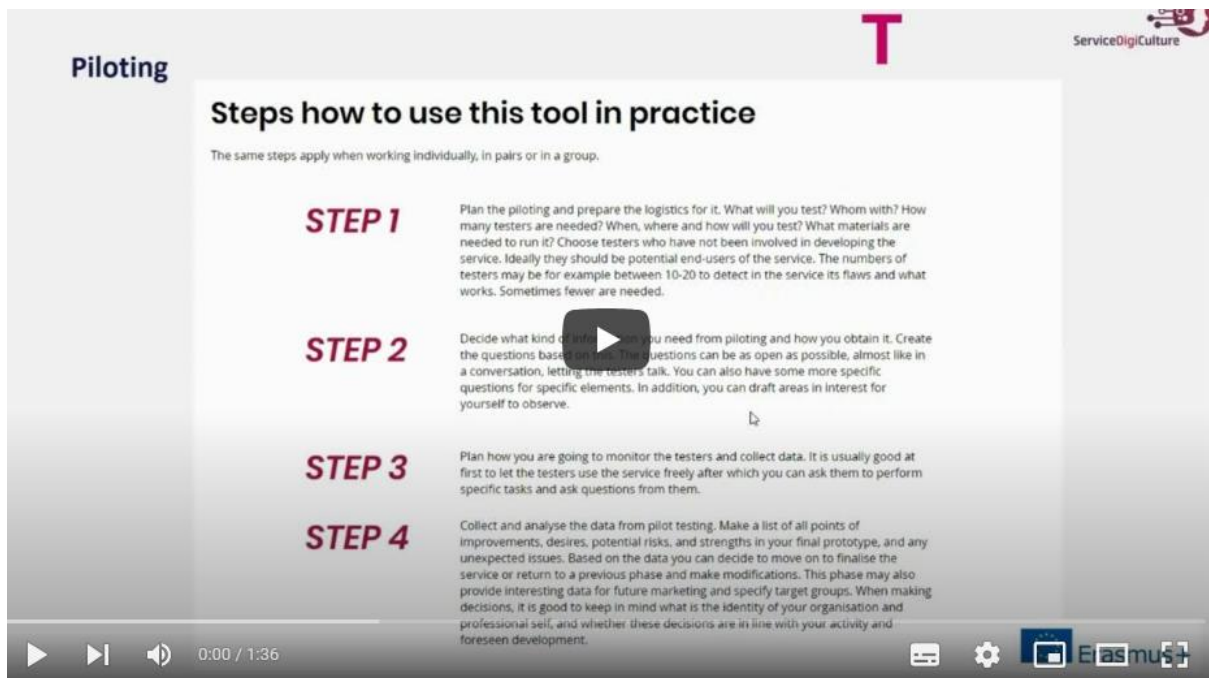
Прочетете повече за тази фаза и получите достъп до инструментите на тази фаза на адрес: <https://www.servicedigiculture.eu/service-design-model-phase-5>

Инструменти на фазата



Видеоклип от фазата на симулации:

[Пилотно тестване](#)



Piloting

T

ServiceDigiCulture

Steps how to use this tool in practice

The same steps apply when working Individually, in pairs or in a group.

STEP 1 Plan the piloting and prepare the logistics for it. What will you test? Whom with? How many testers are needed? When, where and how will you test? What materials are needed to run it? Choose testers who have not been involved in developing the service. Ideally they should be potential end-users of the service. The numbers of testers may be for example between 10-20 to detect in the service its flaws and what works. Sometimes fewer are needed.

STEP 2 Decide what kind of information you need from piloting and how you obtain it. Create the questions based on this. The questions can be as open as possible, almost like in a conversation, letting the testers talk. You can also have some more specific questions for specific elements. In addition, you can draft areas in interest for yourself to observe.

STEP 3 Plan how you are going to monitor the testers and collect data. It is usually good at first to let the testers use the service freely after which you can ask them to perform specific tasks and ask questions from them.

STEP 4 Collect and analyse the data from pilot testing. Make a list of all points of improvements, desires, potential risks, and strengths in your final prototype, and any unexpected issues. Based on the data you can decide to move on to finalise the service or return to a previous phase and make modifications. This phase may also provide interesting data for future marketing and specify target groups. When making decisions, it is good to keep in mind what is the identity of your organisation and professional self, and whether these decisions are in line with your activity and foreseen development.

0:00 / 1:36

Erasmus+

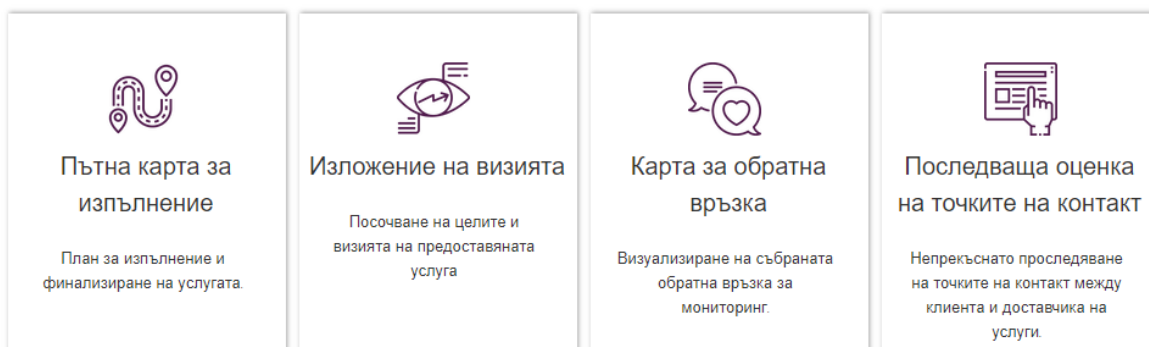


Т = Трансфер към пазарна реализация

В последната фаза на модела за проектиране на услуги CREATE (АРТИСТ), "Трансфер към пазарна реализация", услугата се финализира, за да бъде пусната на пазарите за ползване от клиентите. Това означава щателно и подробно планиране на всички нейни аспекти, отговорности, доставка (кой, кога и как я предоставя), материали, оборудване, ресурси и последващи дейности. Този процес се подпомага от пътна карта за изпълнение. Подготовката на продукта за пазарите може да включва и вътрешно обучение за услугата в рамките на организацията.

Прочетете повече за тази фаза и получите достъп до инструментите на тази фаза на адрес: <https://www.servicedigiculture.eu/service-design-model-phase-6>

Инструменти на фазата



Видеоклипове за трансфер към пазарна реализация:

[Трансфер към пазарна реализация](#)

ServiceDigiCulture

What are you going to do next?

Homework plan your next steps.

Where does your attention need to be?

The diagram illustrates a six-step process for problem-solving and innovation. The steps are arranged in a circle, connected by arrows. Each step is represented by a colored box with a letter and a description:

- C** Identify the problem to solve
- R** Check the problem area
- E** Research
- A** Engaging ideas
- T** Alternative prioritization
- E** Testing
- E** Fixing

ServiceDigiCulture

0:00 / 0:33

[Изложение на визията](#)

ServiceDigiCulture

Vision statement

STEP 1 The main result of your process, the service as the title, the goal of your work.


0:00 / 2:48

Insights

Ideas

Intentions

What are you going to do next?



ServiceOgiCulture

0:02 / 3:51

Photo by Robert... Display Settings Erasmus

The image shows a video player interface. On the left, there is a list of four items in bold red text: 'Insights', 'Ideas', 'Intentions', and 'What are you going to do next?'. To the right of this list is a video frame showing a hand writing in a spiral notebook. The text in the notebook reads 'Every day is a fresh START', with 'Every day' in cursive, 'is a' in small letters, 'fresh' in cursive, and 'START' in block letters. The video player controls at the bottom include a play button, a progress bar showing 0:02 / 3:51, and various icons for settings and sharing. A small logo for 'ServiceOgiCulture' is in the top right corner of the video frame. At the bottom right of the video frame, there is a credit line 'Photo by Robert...' and several icons including 'Display', 'Settings', and 'Erasmus'.

Как да подпомогнем обучението

ServiceDigiCulture

Този раздел предоставя информация, примери и съвети за провеждане на обучението на ServiceDigiCulture. Обучението може да се използва от обучители или консултанти, които подпомагат хора, организации и предприятия в културния и творческия сектор, като част от съществуваща програма или като допълнение към индивидуалната подкрепа по време на консултации или коучинг сесии. Материалите могат да се разглеждат със собствено темпо, самостоятелно или като част от програма. Те могат да бъдат задавани и като домашна работа в рамките на всякаква работа за развитие или процес на размисъл.

Препоръчително е саморефлексията да се включи в процеса на учене, за да се подпомогнат учащите да помислят за начините, по които могат да привлекат другите или да получат обратна връзка. Те могат да използват приятели, връстници, клиенти, студенти от местни колежи или университети. Работейки индивидуално, обучаемите могат да бъдат насърчени да намерят творчески начини за получаване на обратна връзка за възникващите си идеи, като например да публикуват идеите си в социалните медии за обратна връзка или да изпробват идеите си онлайн. Те могат да проследяват развитието на идеите за своя случай, като водят дневник или рефлексивен журнал.

Обучението на ServiceDigiCulture може да бъде предоставено в различни формати, например като:

- Самостоятелен курс
- Част от друго обучение
- Самостоятелно обучение от страна на учащите, което може да включва и пакет от напътствия
- Разделяне на обучението на различни курсове
- Използване на информацията от доклада за нуждите от обучение за подготовка на лицата, вземащи решения.

Основните елементи за организиране на обучението са:

- Характерът на обучаваните, целта на обучението и мястото, където се организира обучението, определят продължителността и структурата на обучението, например броя и честотата на сесиите. Ето защо в наръчника не се предлага стандартна продължителност на обучението.
- Обучителите могат да избират какво ще се прави лице в лице и какво самостоятелно. Например често работата по разработване се извършва като работа по групи, а теорията се изучава самостоятелно.
- Сесиите могат да бъдат разделени на теоретични и семинарни сесии по конкретни казуси.
- Обучаемите с повече опит в областта на дизайна може да се справят най-лесно. Ако имат предварителни знания и опит, можете да им помогнете да се справят с по-сложни идеи.

- Подгответе навреме материалите и виртуалната платформа, ако се използва такава. Материалите могат да се основават на естеството на обучаемите или на целевите групи, с които те работят в своите казуси. Последната част на този наръчник предоставя информация за различни виртуални инструменти, платформа и материали, които могат да бъдат полезни.
- Всеки казус обикновено включва външни лица, заинтересовани страни. Това е добре да се вземе предвид при планирането на времето, продължителността и честотата на сесиите.
- Обучението е с практическа и социална насоченост и изисква работа с несигурност.
- Въпроси, свързани с поверителността и разрешенията: случаите, по които учащите се работят, често са свързани с въпроси, свързани с поверителността, разрешенията и могат да включват и други правни въпроси.

Препоръки за провеждане на обучението въз основа на структурата на обучението

В таблицата по-долу са дадени идеи и препоръки за подпомагане на обучението за различните части от пътя на обучението. Можете да намерите различните части на платформата за обучение тук: <https://www.servicedigiculture.eu/toolkit-training>

Фаза на обучението	Идеи и препоръки
Въведение в обучението	<p>Уверете се, че всеки участник знае за какво е обучението.</p> <p>Мисловна карта на Аз-а:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Участниците могат да споделят своите мисловни карти и да дават обратна връзка помежду си. - Добре е да запазите първоначалната карта и евентуално да направите още една карта в края на обучението, за да видите какво се е променило. - Мисловната карта може да бъде отправна точка за самостоятелна работа.
Какво е иновация на услугата и какво е дизайн на услугата?	<p>Обсъдете с обучаемите иновациите в услугите и дизайна на услугите и се опитайте да им разясните тези понятия. Направете връзки с реалния живот. Важно е участниците да разберат какво представляват иновациите и дизайнът на услуги. Уверете се, че те разбират какво може да означава това в техния сектор.</p>
Упражнения за загарване в различни области на дизайна на услуги	<p>Изберете упражненията в зависимост от обучаемите и техния опит. Можете също така да решите кои са подходящите упражнения за изпълнение, като наблюдавате наличните пропуски в мисленето. Можете да тествате моделите на мислене на участниците.</p> <p>Тези упражнения могат да се използват и като упражнения за разчупване на ледовете.</p>
Примери за дизайн на услуги и иновации в областта на услугите	<p>Обсъдете примерите с учениците и се опитайте да откриете нови. Важно е те да разберат как дори малка иновация може да доведе до голяма промяна и че не е необходимо всичко да бъде технологично.</p> <p>Можете също така да дадете тази част като домашна работа, а по-късно да ги обсъдите по време на сесията, за да генерирате бързо идеи за</p>

	техните организации. Направете сесиите леки и приятни!
Време за самоанализ: Правили ли сте го?	Вероятно учащите са правили нещо подобно и преди. Ако ги накарате да размишляват върху това, може да се създадат мисловни връзки, които да подобрят обучението им. Освен това те ще научат, че иновациите и дизайна на услуги са по-прости и по-близки до ежедневната дейност, отколкото може да се предположи.
Упражнения за създаване на идеи	Способността да се генерират идеи и да се създават свободно е от основно значение за процеса на иновации и дизайн на услуги. Въпреки това хората могат да се сблъскат с психически блокажи по време на този процес. Ето защо тази част от обучението се фокусира върху практикуването на генерирането на идеи.
Модел и инструментариум за дизайн на услуги	<p>Добре е да се уверите, че обучаемите разбират процеса на дизайн на услуги, неговото развитие и итерациите по време на процеса. Можете да разгледате примера в PDF файла за проектиране на услуги: PDF за дизайн на услуги.</p> <p>Инструменти: Всеки казус използва свои собствени инструменти. Помислете заедно с обучаемите кои инструменти биха били подходящи за техния казус. Повече информация за реда на използване на инструментите можете да намерите в наръчника за учащи.</p>
Време за самоанализ: Използвали ли сте го преди?	Процесът на дизайн на услуги и инструментите са логични и сходни с нещо, което обучаемите може вече да правят автоматично в професионалния си живот, или може да са се научили да използват същите инструменти, но с различни имена. Създаването на връзка с това, което може би вече са използвали, има за цел да улесни запомнянето на по-новите инструменти.
Практически упражнения за иновации в областта на услугите: Примери от практиката за иновации в областта на услугите	В тази част обучаемите започват да работят върху прилагането на иновациите в услугите. Първото въведение се състои от случаи, в които са използвани инструменти за дизайн мислене. Можете да обсъдите тези случаи и да изберете един от тях (например нещо, с което и двамата сте съгласни) и да помислите за необходимите

	инструменти, както и за метода и времето на тяхното използване. Това позволява на обучаемите да схванат как да използват инструментите самостоятелно.
Практически упражнения за иновации в областта на услугите: Упражнения за ръководено пътуване на потребителя и за изготвяне на план на услугата	В тази част обучаемите имат възможност да упражнят пътуването на потребителя и плана на услугата. Отново можете да изберете казус, който да анализирате и деконструирате.
Практически упражнения за иновации в областта на услугите: Иновация на услугите в практиката	Тази част представлява практическа задача, която се състои в разглеждане и работа по казус за иновация в областта на услугите. Уверете се, че обучаемите са разбрали всяка стъпка от процеса и се чувстват комфортно да продължат и да работят по своя казус

Казуси от проведени обучения

Примерите от проведените обучения по-долу дават идеи за планиране на обучението:

България

Сесиите "лице в лице" бяха изпълнени съответно като фаза 1, 5 и 6 от модела за проектиране на услуги CREATE (АРТИСТ). Онлайн сесиите бяха завършени съответно като фаза 2, 3 и 4 на модела CREATE (АРТИСТ); 12 участници.

Обучаемите участваха *активно и систематично* в процеса, който продължи 7 седмици. Участниците оцениха като много полезно структурирането (чрез фазите на модела) на своите иновативни идеи.

Инструменти за иновации в услугите, които използвахме в

- Фаза 1: КАРТА НА ПЪТУВАНЕТО НА КЛИЕНТА;
- Фаза 2: ПРЕДВАРИТЕЛЕН ПЛАН НА УСЛУГАТА;
- Фаза 3: табло за вдъхновение;
- Фаза 4: Гласуване на алтернативни прототипи;
- ФАЗА 5: Театрално представление със смесени артисти и смесена публика (чуващи и с увреден слух) заедно със СЕМИНАР ЗА ОЦЕНКА и участие на заинтересованите страни в оценката на прототипа и
- Фаза 6: ПЪТНА КАРТА ЗА ИЗПЪЛНЕНИЕ.

При преподаването на иновациите в услугите и дизайна на услугите използвахме разработения *набор от инструменти и материали за обучение ServiceDigiCulture*. Използвахме разработените шаблони, достъпни от [сайта на проекта ServiceDigiCulture](#).

Чрез прилагане на дизайнерско мислене (модела за проектиране на услуги CREATE) беше успешно създадена иновативна услуга: *Театрално представление с двуезични актьори за двуезична публика*.

Методът на дизайнерското мислене е много добре представен в модела CREATE (АРТИСТ) с акцент върху културния и творческия сектор. Той може да бъде успешно адаптиран и извън тези сектори, като се използват разработените ServiceDigiCulture Toolkit и материали за обучение.

Англия

Inova проведе пилотни обучения от февруари 2023 г. до март 2023 г., в общо четири сесии.

Три от тях бяха онлайн, а една – лице в лице. Участниците имаха известни познания в областта на бизнес развитието, но концепцията за дизайн на услуги изглеждаше съвсем нова и предлагаше интересен уклон и ниво на детайлност. Прекарахме доста време в обсъждане на основните концепции и начина на мислене на дизайна на услуги и иновациите.

Ангажиране и използване на инструменти и техники

Обучаемите смятат, че е най-полезно, когато можем да обсъдим предизвикателствата и възможностите, пред които са изправени техните предприятия. Използвахме дъска, за да имаме визуално представяне, докато работехме върху картографирането на идеите и проучването на възникващите проблеми. Полезни упражнения от инструментариума бяха упражненията за т.нар. „персони“. Те помогнаха на участниците наистина да се замислят за мотивите, които стоят зад ангажиментите на клиентите, а също така ги накара да помислят къде могат да бъдат намерени нови клиенти, като се свържат с техните ценности, интереси, страсти и емоции.

Обучението беше успешно и оценките бяха положителни. Въпреки че може да бъде доста трудно да се разбере теорията, обучаемите успяха да я приложат в своя бизнес и да излязат с прозрения и планове за действие.



Финландия

VAMK проведе пилотно обучение по проект ServiceDigiCulture с 11 души. Тяжното начално ниво на познания по дизайн на услуги и иновации в услугите беше малко по-високо от средното, което създаде интересна отправна точка за обучението. Всички обучаеми имаха известно разбиране какво представляват понятията, като някои от тях бяха дизайнери, което също ги привлече да участват в обучението. Поради това беше необходимо по-малко време за описване на основната концепция и начина на мислене на дизайна и иновациите в услугите, въпреки че успяхме да обсъдим и изясним всички потенциални недоразумения на тези понятия.

Освен това упражненията за замяване също се правеха заедно.

Сесиите за обучение бяха съсредоточени повече върху "теорията" и наставничеството, като на участниците беше оставено време да работят по своите казуси извън сесиите за обучение.

Всички участници работеха в собствения си бизнес и им се налагаше да извършват проучвания на място, например да интервюират клиенти. По време на сесиите бяха обсъдени заедно всяка стъпка от фазата CREATE (АРТИСТ) и техните инструменти. Структурата на обучението беше в съответствие с предишни обучения по дизайн на услуги, които звеното на VAMK Център за дизайн Муова е предоставяло за други сектори - смесен подход на теория и практика.

Разликата е в това, че тук участниците донесоха свои собствени казуси в обучението по ServiceDigiCulture, включвайки широката общественост и заинтересованите страни в процеса на разработване, докато често в семинарите за обучение групите работят по даден или избран учебен казус, за да научат метода.

Въпреки основната структура и многото дискусии, някои инструменти можеха да се изпробват по по-лек начин, за да се постигне по-дълбоко разбиране за тях.

Österbottens hantverk rf (Loftet) във Финландия организира обучение през март 2023 г. с един фасилитатор и трима участници (двама външни и един от организацията). Уебсайтът ServiceDigiCulture с неговия инструментариум беше използван основно като материал за обучение, а участниците се обучаваха предимно самостоятелно. Бяха проведени четири работни сесии лице в лице с продължителност два часа всяка.

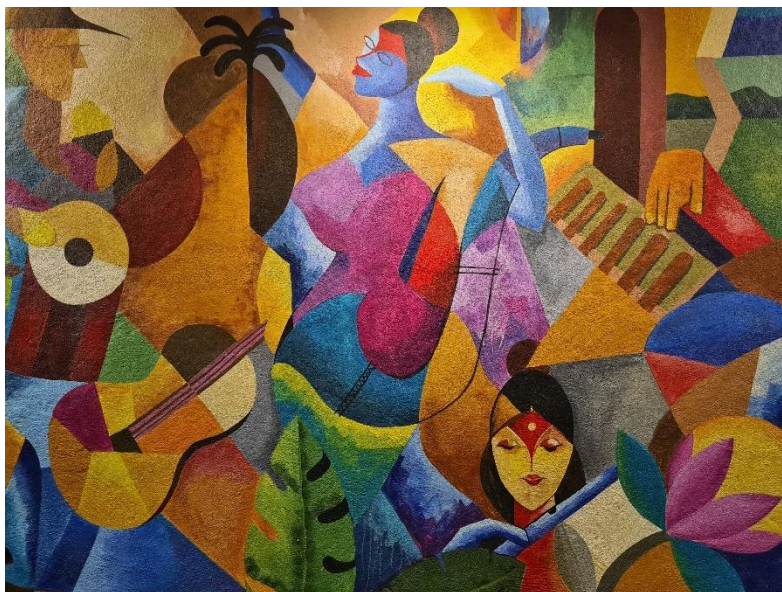
Първите три сесии се провеждаха веднъж седмично. Четвъртата и последна сесия се проведе след двуседмична почивка.

Като фасилитатор на семинара дадох някои насоки за това какво да се прочете и в какво да се задълбочим от уебсайта преди и между всяка сесия.

Преди първата работна сесия участниците се запознаха с иновациите в услугите и дизайна на услугите.

Освен това те бяха насърчавани да проучат самостоятелно уебсайта с неговите инструменти и да започнат да мислят за това какъв вид казус искат да разработят и да работят по него.

В първата ни сесия беше представено кратко въведение в иновациите в областта на услугите и дизайна на услугите. Заедно обсъдихме видеоклипа.



Въпросите, констатациите и обратната връзка бяха обсъждани по време на всяка сесия на семинара, а някои групови упражнения бяха проведени с участниците, като бяха използвани техните собствени казуси. Всеки семинар завършваше с кратък преглед на следващата стъпка, която трябва да се предприеме в процеса CREATE (АРТИСТ).

Структурата на сесиите беше много лесна:

- въстъпителен кръг с размисъл за предишното присъствие и за текущите въпроси
- дискусии и кратки презентации
- тестване на инструменти (основно инструменти за процеса CREATE).
- насоки за следващия път
- заключение

Участниците смятат, че сесиите са много важни и полезни за техните собствени казуси и разбиране. Освен това им беше по-лесно да проучват и да учат самостоятелно, когато имаха някои насоки за следващите стъпки, както и уверението, че скоро ще се срещнат отново. Те очакваха с нетърпение нашите сесии, и особено съвместната групово работа и тестването на различни инструменти.

Най-важната особеност беше да се съберем заедно, да споделим мисли, въпроси и изводи. Също така беше добре да има фасилитатор, който да води всяка сесия и да дава подкрепа и насоки за по-нататъшната работа.

Мисли

- В общи линии всичко мина добре, особено след като всеки си намери казус, по който да работи, и време да се запознае с материалите на уебсайта с всичките му материали и инструменти.
- Четириседмичен период на обучение ми се струваше минимален за процеса. Седмичните сесии бяха подходящи за поддържане на процеса. Общо пет сесии (по една планирана на седмица) биха били идеални, но в крайна сметка това зависи от казусите и проблемите, по които участниците искаха да работят.
- Беше добре да има фасилитатор, който да ръководи работата на групата между сесиите и по време на тях.

Полша

Изводите, които направихме от обучението, са следните:

- 1) Собствениците често правят предположения за нуждите и изискванията на клиентите, без да ги проверяват. Имаше много пропуснати възможности за получаване на ценна обратна връзка за услугите.
- 2) Изглежда, че клиентите се разглеждаха като хомогенна маса, докато в дискусиата не бяха идентифицирани потенциални различни нужди и комуникационни канали.
- 3) Чувствата на клиентите, техните разкази за преживяванията им не са били взети предвид при създаването на услугите.
- 4) При диверсификацията собствениците са склонни да предлагат идеи, без да ги проверяват за жизнеспособност, привлекателност за потребителите или специфика на дизайна, като пропускат възможности да адаптират офертите си към нуждите на клиентите.
- 5) Собствениците често изпитваха раздразнение и разочарование от клиентите, които можеха да бъдат проучени с помощта на дизайна на услугите.
- 6) Процесите не винаги са били идеални за всички клиенти.
- 7) Възможно е да има няколко нива на клиенти с различни нужди, например деца, които са потребители на услуги и стоки, но и възрастни с покупателна способност, и тази сложност може да бъде отчетена при дизайна на услуги, ако клиентът е отправна точка.
- 8) Дискусиите за идентичността бяха полезни отправни точки, които позволиха на участниците да проучат настоящия бизнес и да използват въображението си, за да мислят за бъдещата посока и възможности.

В по-късните сесии използвахме фирмите на участниците като примери и работихме по пътя на клиента през фирмата, за да проучим възможностите и да обмислим ангажираността, опита и мотивацията на клиентите, като понякога осъзнавахме, че не знаем достатъчно за опита на клиентите и че е необходимо да се направят допълнителни проучвания, като се използват инструментите, предоставени от проекта.



Съвети за провеждане на обучение

Съвети за организиране на сесии и обучение

1. Обучението, водено от учител, за въвеждане в дизайна на услуги и иновациите в услугите трябва да продължи повече от една сесия. Теорията може да се прочете и онлайн, но практикуването на начина на мислене е друго нещо и често е ахилесовата пета на обучението по дизайн мислене и дизайн на услуги като цяло. Ако не се усвои начинът на мислене, същността на метода се пропуска и хората могат да използват метода неправилно или частично, като и в двата случая ползата от него ще бъде изгубена. Това е областта, в която участниците се нуждаят от най-голяма подкрепа. Понякога е необходимо повече време за изучаване на концепциите и развиване на правилната нагласа.
2. Поддържайте обучението просто, практично и на нивото на обучаемите. Те обикновено са представители на други сектори, различни от дизайна, и поради това не са запознати с жаргона на дизайна. Също така, лицата с опит в областта на дизайна, въпреки че са родени с дизайн мисленето и дизайна на услуги, може да се нуждаят от известно време за нов метод на приложение на дизайна и терминологията.
3. При планирането на обучението и учебните сесии е добре да се знае началното ниво на обучаемите и дали те имат някаква предварителна информация или опит в областта на иновациите и дизайна на услуги.
4. Препоръчваме обучението да се адаптира за всяка доставка и целева група, като се имат предвид нуждите на учащите и целта на обучението, включително планираната дълбочина на обучението.

Съвети за провеждане на обучение

1. Съсредоточете се върху процеса, както и върху съдържанието.
2. Приканвайте учащите да използват проблеми и предизвикателства от собствения си живот и бизнес и да прилагат концепциите в лични ситуации.
3. Примерите за иновации в услугите могат да отворят много умове!
4. Доведете обучението близо до участниците и го свържете с това, което те вече правят.
5. Подходът на работа по проекти и работата с неизвестността и несигурността в културния и творческия сектор може да бъде полезен за изучаването на дизайна на услуги и иновациите в услугите.
6. Препоръчва се теорията и практиката да се провеждат на отделни сесии, освен ако не се провеждат в рамките на цял ден, тъй като отделянето им дава време за размисъл и работа по казусите.
7. Отделете време за експериментиране, игра и смях.
8. Адаптирайте сесиите в зависимост от енергийните нива на обучаемите.
9. Внесете визуални и игриви елементи.
10. За всички обучаеми, които желаят да използват материалите след първоначалното занятие и след това да работят върху своите бизнес идеи, е важно да се запознаят с описанията на понятията, особено с разликата между дизайн на услуги и иновация на

услуги. По време на първата сесия отделете известно време за това. Полезен подход е идеите да се оформят около въпроса: "Каква е целта на клиента?" и да се дадат някои примери, които ги обсъждат подробно. Примерите могат да бъдат от общия бизнес, а след това да бъдат по-конкретни с примери от културния и творческия сектор. Подчертайте различията; когато се замислим подробно по тези въпроси, често осъзнаваме, че клиентът има предвид по-неосезаеми, неизразени нужди, а успешният бизнес ще работи усилено, за да разкрие подробните очаквания.

11. Направете конкретни връзки между предизвикателствата, пред които са изправени предприятията, и видовете инструменти, които биха били подходящи на различните етапи. Предложете полезни инструменти за различни проблеми, когато те възникнат.
12. Намерете отправни точки, за да гарантирате, че всички могат да участват, независимо от вида на бизнеса или етапа на развитие на бизнеса. Добра отправна точка може да бъде пътуването на клиента, за да се разбере как клиентът преминава през всички различни точки на контакт в бизнеса. Вземете предвид по-широките точки на контакт, а не само личните взаимодействия. Разширете обхвата, за да включите персонала и доставчиците, тъй като всички гледни точки могат да бъдат валидни за превръщането на преживяването в по-полезно и достъпно за клиента. Използвайте шаблона за пътуване на клиента. Имайте предвид, че някои бизнеси могат да имат линейни пътища, а други да са по-нелинейни, може би кръгови или итеративни с точки на излизане и връщане, бъдете готови да ги обсъдите много подробно. Започнете с карта на пътуването на клиентите, с която всички могат да се запознаят, например кафене или ежедневна транзакция. След това използвайте примери, за да насърчите учащите да проучат бизнеса в областта на изкуствата, културата и творчеството.

Съвети за работа по казусите

1. Насърчавайте самостоятелното насочване и личната отговорност за вземане на решения.
2. Насърчавайте атмосфера на експериментиране и тестване. Ако бъдат направени малки промени, може да се окаже възможно те да бъдат преразгледани, адаптирани или отменени в духа на дизайна на услугите.
3. Работата по казуси във виртуалното пространство може да бъде по-малко продуктивна и креативна, а проектът да пострада от това, за разлика от работа лице в лице. Ако се предоставя като смесено обучение, препоръчваме теорията да се провежда онлайн, а семинарът - лице в лице.
4. Обсъждането на казусите с други участници също може да бъде много полезно и ползотворно.
5. Ако участниците нямат бизнес, помолете тези, които имат бизнес, да действат като пример, в който всички могат да допринесат с принос, предложения и идеи за тестване.
6. В началото се уверете, че хората, които се обучават, разполагат с достатъчно време (т.е. повече от 1 месец) за своя проект.
7. Поддържайте интереса на хората през всички етапи на процеса и установете добра комуникация с тях.

Подпомагане на независими учащи

Ако обучаемите желаят да работят самостоятелно, използвайки уебсайта и инструментите, може да е полезно да се изготви списък с въпроси, които да ги накарат да се замислят за дизайна на услуги в техния бизнес. Въпросите ангажират мозъка в намирането на решения и в изследването на концепции.

Има възможност за поддържане на отворени идеи и за изследване чрез задаване на въпроси. Можете да започнете с въпроси, свързани с картата "Кой съм аз?", за да проучите тяхната идентичност и как тя е свързана с бизнеса, преди да разгледате подробно бизнеса или потенциалната бизнес идея.



Упражнението "Кой съм аз - умствена карта на мен" може да бъде намерено в тази част на уебсайта: <https://www.servicedigiculture.eu/toolkit-training>

Задавайте въпроси, свързани с "Мисловната карта на мен", които могат да доведат до разговор за дизайна на услугите.

- Кои са основните силни страни и интереси, които използвате или искате да използвате в бизнеса си?
- Когато погледнете цялостната идентичност, която сте изразили на мисловната си карта, какво изразявате и изразявате в момента чрез бизнеса си?
- Има ли умения или възможности, които бихте могли да използвате повече?
- Какво още бихте могли да предложите на бизнеса си?
- Как това, което можете да предложите, е свързано с настоящите нужди на клиентите?

Как хората са използвали обучението на ServiceDigiCulture

В този раздел ще намерите примери и опит на хора от различни културни и творчески сектори, които са използвали материали на ServiceDigiCulture. Те могат да ви дадат идеи и подкрепа за това как можете да използвате материалите с обучаемите.

Моля, обърнете внимание: някои имена може да са променени с цел защита на самоличността.

Актриса, България

Сектор: театър

Аз съм актриса, която представлява общността на хората без слух. Част съм от професионална театрална група, която обикновено играе пред смесена публика (чуващи и нечуващи). Предизвикателство в работата ми е да предам посланието на пиесата така, че всички хора в публиката да бъдат еднакво въвлечени в преживяването. Невинаги е възможно по време на спектакъла да има жестомимичен преводач, така че трябваше да измислим начини за по-ефективна комуникация с публиката.



Как използвах обучението на ServiceDigiCulture и какъв е опитът ми с него

По време на обучението по ServiceDigiCulture се научихме да се обръщаме към нашите клиенти (в нашия случай публиката) за обратна връзка и идеи, които да ни помогнат да подобрим преживяването от представленията, които правим. Имахме възможност да работим заедно, да проведем мозъчна атака на идеи и да създадем няколко прототипа. Беше много хубаво, че изпробвахме идеята си за разпространение на резюме на сюжета по време на истинско представление с истинска публика. Обратната връзка след това беше ценна и мотивира нас, актьорите, да търсим начини да доразвием идеята си.

Моите изводи

Мислех за възможни начини да превърнем въведената от нас иновация в нещо устойчиво. Това, че резюмето на пиесата беше разпечатано на листовки, беше добре, но си мислех дали не бихме могли да го направим по-добре. По време на представлението имаше някои трудности при разчитането на текста в тъмната зала. Тогава си помислих, че би било много по-лесно и устойчиво да генерираме QR код, така че хората да могат да получат достъп до информацията чрез мобилните си телефони. По този начин дигитализацията може да ни помогне да намалим хартиените отпадъци, като същевременно осигурим по-добро преживяване за нашата нечуваща публика.

Жестов преводач, България

Сектор: театър

Аз съм жестов преводач и работя с професионална изпълнителска група, съставена от чуващи и нечуващи актьори. Действам като мост между света на глухите и останалите.

Предизвикателството, с което се сблъсках по време на обучението по ServiceDigiCulture, беше свързано с правилното предаване на всички концепции, свързани с дизайна на услуги и иновациите в услугите. Имаше много терминология и инструменти, които бяха предизвикателство за интерпретиране на жестомимичен език. Въпреки това установих, че много от тях могат да бъдат полезни за моята работа.

Как използвах обучението на ServiceDigiCulture и какъв е опитът ми с него

Разчитах на факта, че дизайнът на услуги и иновациите в услугите предлагат много визуални инструменти. Визуализацията е много важна за специфични групи в неравностойно положение. Тя им помага да разберат концепциите и идеите, които стоят зад определени инструменти.

Умението да рисувам и илюстрирам връзките между процесите и идеите ми беше много полезно, за да предам посланието. И това бяха аспектите, които нечуващите актьори харесаха най-много.

Моите изводи

Научих, че всяко предизвикателство може да се превърне във възможност да научиш нещо ново. Трябваше да бъде креативна по начин, по който не съм била преди. Невинаги беше лесно, но в крайна сметка се получи. Би било интересно да се види проект по темите дизайн на услуги и иновации в услугите, който да е специално разработен за групи в неравностойно положение. Бих искала да видя всички концепции и инструменти "преведени" на прости думи.



Актьор, България

Сектор: театър

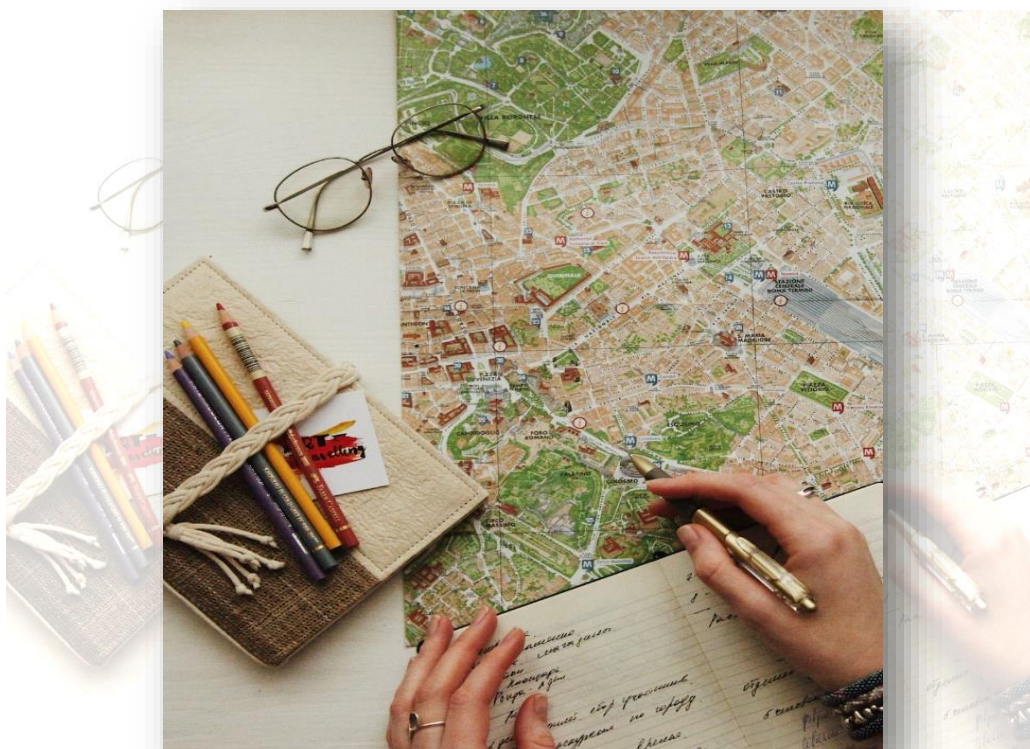
Аз съм актьор с увреден слух и участвам в театрална група. Участвах в обучението ServiceDigiCulture заедно с моите колеги. Работихме заедно по казус, който имаше за цел да подобри преживяването на нашата смесена публика, и особено преживяването на общността на хората без слух.

Как използвах обучението на ServiceDigiCulture и какъв е опитът ми с него

Истината е, че обучението по ServiceDigiCulture беше предизвикателство на моменти, особено по отношение на езика. Някои концепции и термини бяха трудни за разбиране, но визуализацията помогна много. Уебсайтът на проекта предлагаше добри илюстрации и ние често се обръщаме към него по време на работата си.

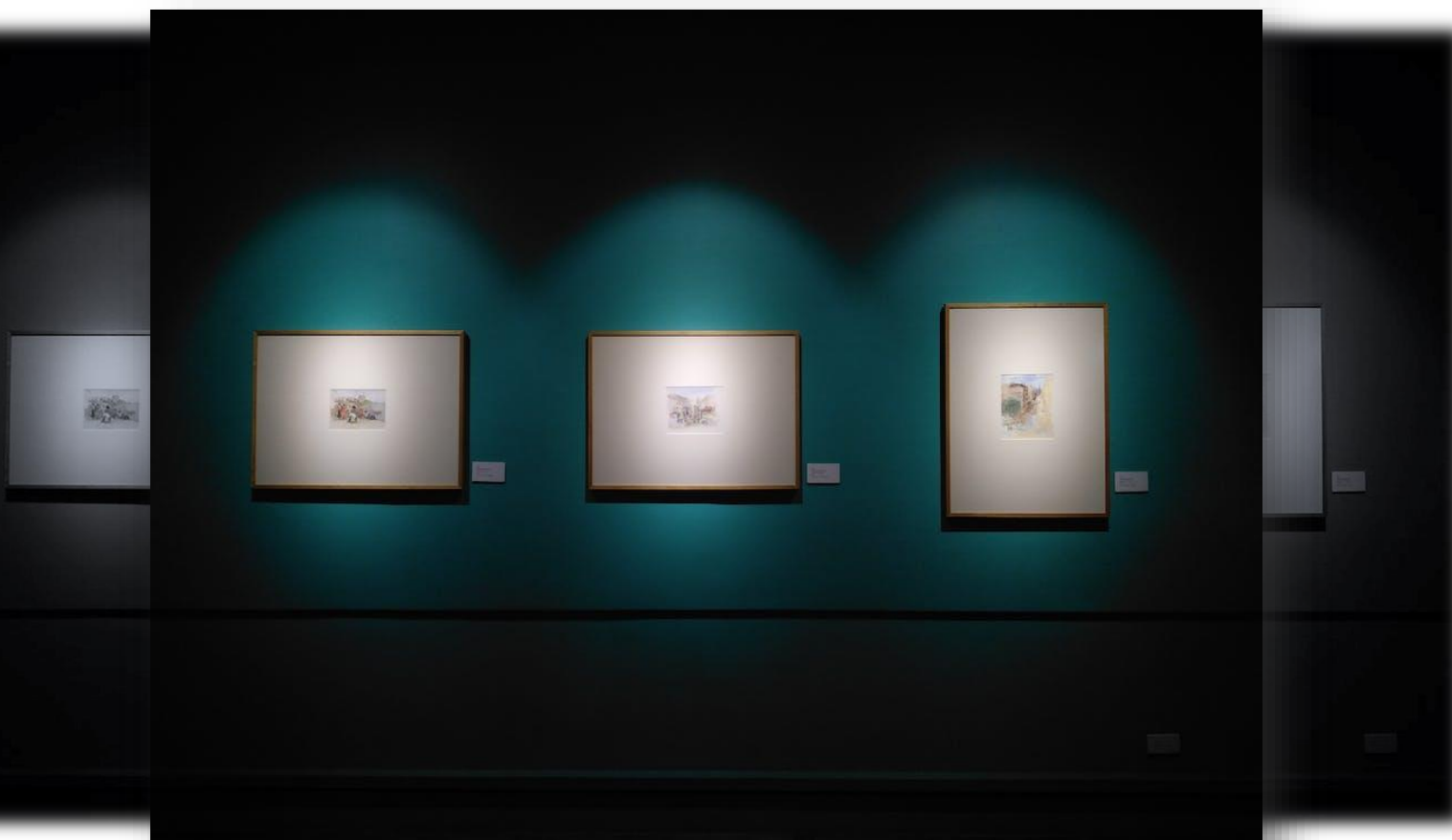
Моите изводи

Много ми хареса пътната карта за внедряване, която направихме по време на последната сесия. Това е инструментът, който наистина ми даде надежда и който обичам да вземам със себе си. Той е наистина полезен за изготвяне на стратегия и за визуализиране на стъпките, които трябва да предприемете, за да се превърне тя в реален план за действие. Той ми помогна да видя възможностите. И преди използвахме подобно планиране, но не в този структуриран формат. Научих колко полезно е да визуализираш стъпките напред, тъй като това ти помага да постигнеш целите си.



Музеен работник, мъж, Финландия

Сектор: музей



Работя като уредник в малък общински музей. Има няколко музейни звена и е важно да се достигне до различни публики и да се предоставят услуги на местната общност.

Предизвикателството/казусът, който избрах, беше да се привлекат нови и предизвикателни групи клиенти в музея. Често самото съдържание на музея не привлича и не представлява интерес за всички граждани. Според проучванията и моя опит мъжете и младите хора в частност са предизвикателна група за привличане в музеите.

Как използвах обучението на ServiceDigiCulture и какъв е опитът ми с него

Обучението беше интересно и ме накара да се замисля за основната ми работа чрез дизайн на услуги. Използвам дизайна на услугите много в работата си, макар че преди не го бях разпознал като такъв.

Инструментите бяха особено полезни за мен по отношение на отварянето на мисленето ми. Научих се как да структурирам собствената си работа и услуги, използвайки различни инструменти. Намерих и нови идеи за собственото си предизвикателство, които ще се опитам да изпробвам в работата си.

Моите изводи

Инструментариумът е много удобен за ползване и аз го споделих с екипа си. Дори и да не използвате инструментите от начало до край, те са лесен начин да ви помогнат да преосмислите собственото си мислене за това какви са нашите услуги и подходи.

Обучението по дизайн на услуги беше значимо преживяване за мен и възнамерявам да използвам научените инструменти в работата си. Особено когато се предвиждат нови услуги, е добре да се разпространяват и прилагат изложените идеи към различни модели на структуриране.

Занаятчийство, самостоятелно заета жена, Финландия

Сектор: Проектиране и производство на трикотажни и тъкани изделия

Аз съм машинен инженер и имам магистърска степен по икономика. В момента уча за специализирана професионална квалификация в областта на занаятчийството, която ще завърша като майстор на занаяти през 2024 г. (на 73-годишна възраст).

Нашата задача беше да преосмислим бизнеса на Kvarken Shop и да намерим нови перспективи за него. Предложихме няколко нови идеи чрез дизайн на услуги. Първата ни идея беше да съберем пакети от различни продукти за продажба в различни ценови диапазони. Щяхме да ги предлагаме за продажба по същото време, когато туристите купуват своите пътувания.

Когато пристигнат, те ще могат да вземат продуктите, за които вече са платили, от магазина Kvarken. Втората идея беше да се организират и разработят желани курсове по бижута, плъстене, керамика и плетене срещу заплащане.

Как използвах обучението на ServiceDigiCulture и какъв е опитът ми с него

Заедно проведохме проучване на удовлетвореността на клиентите и събрахме всички отзиви от книгата за гости. Това предостави толкова положителна информация, че в много отношения можем да продължим по същия начин. Това обаче не включваше инструментите за съвместно създаване с клиенти и заинтересовани страни. Направих раздел от мисловна карта от гледна точка на групата (Kvarken Shop), за да изясня невидимите услуги на организацията, въз основа на идеята за план на услугата.

Идеята беше концепцията за дизайн на услуги да залегне в основата на начина на работа на цялата група. Мозъчната атака се проведе на 26 януари за предстоящите летни дейности. Лично аз няма да участвам в продажбите в магазина Kvarken това лято, тъй като ще се съсредоточа върху проекта си за занаяти, който изследва движението на занаятите с имигрантите в Минесота Америка през 20-те години на XX век и тяхното запазване там като занаяти и/или продължаването им да се изработват до наши дни.

Моите изводи

Щях да имам по-добър резултат, ако се бях съсредоточила повече върху собствения си бизнес, проектирането на занаяти и използването на ролеви игри, гъвкави модели за експериментиране, презентации и прототипиране. В бъдеще бих събрала доверена група в същата област, за да проведем мозъчна атака и да оценим концепцията ми за дизайн на услуга.

Обучението ми помогна да видя "отвъд" моя подход, т.е. гледната точка на клиента. Планирам да използвам и двете в бизнеса си и да задълбоча изучаването на занаята в бъдеще. Благодарна

съм за новата перспектива, която ми даде обучението и която ми отвори очите, за да видя, че нещата не се случват случайно, а са резултат от много работа в рамките на дизайна на услуги.

Занаятчийка, самостоятелен предприемач, Финландия

Сектор: Едноличен търговец, стартиращ бизнес, занаятчийски сектор

По-голямата част от професионалния си живот съм прекарала в сектора на здравеопазването (39 години). Освен това съм инструктор по занаяти по образование и съм преминал двугодишно обучение по занаяти на КОКЕВА. Занимавам се със занаяти от ранна възраст.

Днес имам стартираща компания, която ще започне работа в началото на май 2023 г. Много мислих за формата на бизнеса: едноличен търговец/собственик на малък бизнес, но все още не съм взела окончателно решение.

Когато започнах обучението си, не бях запозната с ServiceDigiCulture. Казусът ми беше свързан с това как ще представям и продавам продуктите си. Започнах с едно много "просто" нещо: проектиране на продуктови етикети за преждите, което всъщност беше брендиране на продукта.

Как използвах обучението на ServiceDigiCulture и какъв е опитът ми с него

Получих много инструменти за различни ситуации и сега се чувствам по-уверена да се справям с различни проблеми и предизвикателства.

Останах много доволна от обучението. То е много отворено и забавно и може да се адаптира към много различни ситуации. Въпреки това, се изисква обмислен принос.

Моите изводи

Наистина успях да разгърна свободно творчеството си, за което чудесен пример е инструментът за табло за вдъхновение. Той може да се актуализира постоянно и аз го използвам винаги, когато трябва да разбера как да продължа напред.

Знам и вече мога да се освободя от ограниченията си (вътрешни). Понякога ми се налагаше да се върна назад и да преосмисля "проблема". Смятам, че е много важно да мога да вляза в себе си и да размишлявам върху "основните" си чувства. Със сигурност ще използвам инструментите в бъдеще. Намирам обучението по ServiceDigiCulture за добър начин да запазя "нишките" в ръцете си.

Културен център, семейство, Полша

Сектор: Местен културен център

В нашия местен културен център организирахме работилници за шиене за жени и техните деца. Мислехме как да подобрим услугата, за да ангажираме цялото семейство, а не само майките и най-вече техните дъщери.

Как използвах обучението на ServiceDigiCulture и какъв е опитът ми с него

След като видях материалите от проекта ServiceDigiCulture по време на пилотния проект, ми стана ясно какво трябва да се направи. Проведах проучване на нуждите на клиентите, като използвах инструментите, които научих по време на пилотния проект. Използвах интервю. Въз

основа на това с колегите ми стигнахме до заключението, че най-добре би било да организираме семеен семинар "Направи си сам".

Пилотното обучение ми позволи да разбера как да проектирам услуги, като вземам предвид реалните нужди на клиентите. Разбира се, местният културен център трябва да създаде нови форми на дейност за жителите, но това не пречи да се използват инструментите от проекта, за да се измислят дейности по такъв начин, че жителите да участват с желание в тях, защото те ще отговарят на техните нужди и интереси.

Културен център, детски нужди, Полша

Сектор: Местен културен център

В днешно време няма значение дали услугата е платена или безплатна. От гледна точка на местния културен център е трудно да се предложат такива дейности, особено за деца, така че те да идват в центъра след изпълнение на училищните си задължения.

Как използвах обучението на ServiceDigiCulture и какъв е опитът ми с него

Пилотното обучение на ServiceDigiCulture ни накара да осъзнаем, че от години използваме метода на дизайна на услуги, но досега нямаше представа за него. Проектът не само ни отвори очите, но и ни научи как да подхождаме структурно, може да се каже, стратегически към проектирането на нови дейности, особено за деца, които са много придирчиви. Сега можем да планираме дейностите си по-добре и най-вече да използваме готови инструменти, за да планираме какво да правим стъпка по стъпка.

Моите изводи

За нас в центъра беше особено трудно да диагностицираме нуждите. Не знаехме как да го направим. Как да се свържем с местната общност, за да разберем какви дейности ще посещават обитателите. Това се отнасяше особено за децата, до които трябва да достигнем чрез родителите или училището. Благодарение на инструментите от фазата на проучване сега можем по-лесно да достигнем до бъдещите си клиенти. Имаме и някои идеи за модифициране на инструментите, за да отговарят по-добре на нашите нужди.

Художник, едноличен търговец, рециклиране на изкуства, Полша

Сектор: Изкуство

В момента се радвам на неща, направени от рециклирани материали. Давам втори живот на стари тениски, чанти, мебели. Но големият проблем е, че не мога да продавам тези неща. Мислех, че просто не съм създаден за търговски дейности.

Как използвах обучението на ServiceDigiCulture и какъв е опитът ми с него

Дойдох на обучението с голям страх дали наистина ще разбера за какво става дума. И разбрах. Стори ми се, че мога да продавам продуктите си онлайн. Ще създам проект за уебсайт, който моите приятели, IT специалисти, ще ми помогнат да разработя.

Моите изводи

Харесаха ми инструментите за визуализиране на процеса, който ще извърша. Имам артистична природа; нуждая се от визуализация, за да разбера. Никога не съм мислил, че това е толкова възможно при планирането на собствения ви бизнес.

Артист, едноличен търговец, Карла, Англия

Сектор: Изкуство

Имам доста развит бизнес, но винаги търся начини да го развия, да печеля повече и да предлагам повече на време на обучението процес и точките на - моите решения и клиента.



клиентите си. По разгледах целия вземане на решения решенията на

Как използвах обучението на ServiceDigiCulture и какъв е опитът ми с него

Обучението беше полезно и ми даде повече сигурност, особено по отношение на цените и броя на допустимите промени, които могат да бъдат направени. Понякога се налага допълнителна работа, която не винаги се заплаща. Разглеждането на всички тези различни очаквания ме накара да се замисля за промените. Обучението ми хареса и много неща приложих на практика.

Моите изводи

Взаимодействието с други хора беше много полезно. Те ми задаваха въпроси, за които не бях мислил, а някои от тях, които бяха по-развити в бизнеса, ми дадоха увереност да преразгледам ценообразуването и дори да развия още няколко идеи за устойчиви бизнес идеи, да печеля повече от един дизайн, да разширявам услугите, да мисля за възможности за дизайн и нови източници на приходи.

Художник (перспектива) Helen, Англия

Сектор: Стажантка, която обмисля кариера в областта на изкуствата

Стажант съм и не съм сигурен в какъв бизнес искам да работя в крайна сметка. Имам опит в администрацията и в някои творчески дейности. Предизвикателството за мен беше да разбера някои от проблемите, с които се сблъскват творческите предприятия. Не бях осъзнала броя и обхвата на творческите и художествените предприятия и да се запозная със собствениците им онлайн и да разбера различните начини, по които хората могат да изкарват прехраната си от това разнообразие от идеи, беше вдъхновяващо.

Бях се запознал с някои идеи за подобряване на услугите в предишни курсове, но концепциите за дизайн на услуги бяха нови за мен.

Как използвах обучението на ServiceDigiCulture и какъв е опитът ми с него

Научих много от това, че слушах как собствениците на фирми прилагат инструментите и концепциите в своя бизнес.

Запознахме се с неща, за които не бях мислил преди, с усещането и опита от движението в бизнес взаимодействията, с емоционалната връзка с бизнеса, с концепциите зад кулисите, които имат значение и за които не винаги мислим. Беше приятно, когато те обсъждаха своите реални сценарии.

Моите изводи

Мисля, че основното, което си взех, беше: намерете начини да получавате обратна връзка през цялото време, задавайте въпроси, наблюдавайте какво се случва, открийте скритите мисли на клиентите си - нямаме достатъчно обратна връзка и мнения.

Фотографски ентузиаст (перспектива) Mike, Англия

Сектор: Ентузиаст по фотография, който обмисля самостоятелна заетост

Имам редица бизнес начинания и се радвам, че мога да се отдам на хобито си - фотографията.

Започнах да се интересувам от стария стил на фотографията, не от цифровия филм, а от правенето на снимки на лента и ръчното ѝ проявяване. Интересувам се от старите фотоапарати и всички форми на фотографията и искам да споделя уменията си с другите. Не съм сигурен, че бих казал, че това беше точно предизвикателство - идеите ми бяха сравнително нови, така че не бях сигурен дали това е бизнес идея или нещо, което бих могъл да продам като такова. Главно не бях сигурен къде има съмишленици (такива, които се интересуват от фотография) и как мога да достигна до тях.

Как използвах обучението на ServiceDigiCulture и какъв е опитът ми с него

Работата с колеги беше полезна за обсъждане на идеите, а упражнението за личностите беше полезно за обмисляне на това къде могат да се намират хората чрез техните съществуващи хобита и интереси, като се разглеждат техните ценности, връзки, настоящи вероятни интереси. Това ми даде някои идеи как да се свържа с хора, които биха могли да имат подобни на моите интереси.

Моите изводи

Външният вид и усещането за бизнеса са също толкова важни, колкото и това, което "продавате". Започнах да мисля за заглавието на моята страница, представяйки хобито чрез снимки, стари артефакти, дори дизайнът на шрифта беше важен, за да предаде усещане и ретро перспектива... все начини за свързване с хората.



Полезни ресурси и инструменти

Платформи за електронно обучение в подкрепа на процеса на проектиране на услуги

Съществуват няколко електронни платформи, които могат да подпомогнат процеса на проектиране на услуги. Те могат да се използват за самостоятелно обучение и за сътрудничество. Примерите, които следват, илюстрират характеристиките на някои от най-популярните електронни платформи, които могат да се използват от лица и организации, работещи в културния и творческия сектор.

Miro

Miro е една ценна платформа, която може да бъде досъпите тук: <https://miro.com/>. По-долу е представено ръководство "стъпка по стъпка", което да ви помогне да насърчите физически лица и предприятия/организации от културния и творческия сектор да я използват ефективно и да се възползват максимално от нейните функционалности:

1. Първо ги насърчете да прекарат известно време в **проучване на характеристиките и функционалностите на Miro**. Това ще им помогне да придобият по-добра представа и разбиране как да го използват за самостоятелно учене и сътрудничество.
2. **След това ги посъветвайте да създадат табло в Miro**, за да организират своите мисли и идеи. Обърнете внимание, че могат да използват шаблони или да създадат своя собствена структура. Могат да добавят текст, изображения и други материали, които да им помогнат да организират мислите си.
3. Помолете ги да използват Miro за **водене на бележки**. Възможно е да използвате тази електронна платформа за водене на бележки, докато учите или провеждате проучвания. Това ще им помогне да организират своите мисли и идеи.
4. **Насърчавайте ги да канят други хора на своя борд и да си сътрудничат с тях** в реално време. Това е особено полезно, когато работите по проект с други хора.
5. Посочете, че те могат да използват потенциала на Miro за **мозъчна атака на идеи и концепции**. За тази цел могат да използват вградените шаблони или да създадат свой собствен процес на мозъчна атака.
6. Насърчете ги да използват Miro, за да **начертаят процеса на проектиране на услуги**. Това може да им помогне да идентифицират областите, в които трябва да съсредоточите вниманието и ресурсите си.
7. Предложете им да използват Miro, за да **създадат прототипи на** своите идеи за дизайн на услуги. Това ще им помогне да визуализират концепциите си и да ги изпробват, преди да ги приложат.
8. Помолете ги да използват Miro, за да **съберат обратна връзка от** другите за своите идеи за дизайн на услуги. Това може да им помогне да усъвършенстват концепциите си и да направят подобрения.

Като цяло, когато работим с лица и предприятия/организации от културния и творческия сектор, посочваме, че Migo може да бъде много полезен инструмент за целите на независимото обучение и сътрудничеството в процеса на проектиране на услуги. Като го използват ефективно, те могат да организират мислите си, да си сътрудничат с други хора и да реализират идеите си за дизайн на услуги.

Vimeo

Когато работите с физически лица и предприятия/организации от културния и творческия сектор, не забравяйте да ги информирате за наличните уеб платформи, които могат да им помогнат да генерират приходи. Например Vimeo (<https://vimeo.com/>) е платформа за хостинг на видеоклипове, която може да се използва за осигуряване на приходи от творческо съдържание. Платформата предлага няколко функции, които могат да подпомогнат работния им процес:

- Физически лица и предприятия/организации от културния и творческия сектор могат да **продават достъп до видеоклипове**: Vimeo позволява на потребителите да продават достъп до своите видеоклипове, като еднократна покупка или чрез абонаментен модел. Посочете, че културните и творческите организации могат да използват тази функция, за да монетизират съдържанието си и да генерират постоянен поток от приходи.
- Физически лица и предприятия/организации от културния и творческия сектор могат да **предлагат видео под наем по заявка**: Vimeo също позволява на потребителите да предлагат видео под наем по заявка. Тази функция може да бъде особено полезна за културни и творчески организации, които са създали например документални филми или друг вид съдържание, което може да представлява интерес за хората.
- Физически лица и предприятия/организации от културния и творческия сектор могат да използват Vimeo за **групово финансиране**: Vimeo има вградена функция за групово финансиране, наречена Vimeo Funding. Тази функция позволява на организациите да стартират кампании за групово финансиране и да получават подкрепа от своята аудитория.
- Физически лица и предприятия/организации от културния и творческия сектор могат да **бъдат домакини на виртуални събития**: Vimeo предлага и инструменти за предаване на живо и видеоконференции, които могат да се използват от организации, работещи в културния и творческия сектор, за провеждане на виртуални събития. Тези събития могат да се монетизират чрез продажба на билети или спонсорство.
- Физически лица и предприятия/организации от културния и творческия сектор могат да **използват Vimeo On Demand**: Vimeo On Demand е платформа в рамките на Vimeo, която позволява на творците да разпространяват сами и да печелят от работата си. Предприятията от културния и творческия сектор могат да използват тази функция, за да продават съдържанието си директно на своята аудитория, без да се налага да минават през дистрибутор.

Patreon

Друга платформа, която може да подкрепи организациите от културния и творческия сектор, е Patreon: <https://www.patreon.com/>. Patreon е платформа, която позволява на творците да генерират доходи от работата си, като получават постоянна подкрепа от своята аудитория. Тя предлага няколко функции, които, ако се използват правилно, биха могли да стимулират растежа на даден бизнес. По-долу е представен неизчерпателен списък с функции, които биха могли да помогнат на физически лица и предприятия/организации от културния и творческия сектор да започнат работа:

- Физически лица и предприятия/организации от културния и творческия сектор могат да **предлагат ексклузивно съдържание**: те могат да предлагат ексклузивно съдържание на своите поддръжници в Patreon, като например поглед зад кулисите на творческия им процес, ранен достъп до нови произведения или специални стоки. Това съдържание може да бъде достъпно за поддръжниците на различни нива на принос.
- Физически лица и предприятия/организации от културния и творческия сектор могат да **създадат програма за членство**: те могат да създадат програма за членство в Patreon, където поддръжниците получават изключителни ползи срещу месечна такса. Например поддръжниците могат да получават отстъпки за стоки или достъп до ексклузивни събития.
- Физически лица и предприятия/организации от културния и творческия сектор **могат да предлагат персонализирани преживявания**: те могат да предлагат персонализирани преживявания на своите поддръжници в Patreon, като например персонални викове, персонализирани произведения на изкуството или индивидуални консултации. Тези преживявания могат да се предлагат на различни нива на принос.
- Физически лица и предприятия/организации от културния и творческия сектор **могат да организират сесии с въпроси и отговори**: те могат да организират сесии с въпроси и отговори за своите поддръжници в Patreon, където да отговарят на въпроси за работата си или да представят информация за творческия си процес. Тези сесии могат да се провеждат редовно, за да се ангажират с поддръжниците и да им предоставят стойност.
- Физически лица и предприятия/организации от културния и творческия сектор **могат да стартират кампании за групово финансиране**: те могат да използват Patreon, за да стартират кампании за групово финансиране на конкретни проекти или инициативи. Поддръжниците могат да допринасят за кампанията и да получават награди в зависимост от размера на своя принос.

Когато работим с физически лица и предприятия/организации от културния и творческия сектор, посочваме, че чрез използването на тези функции те могат да използват Patreon за генериране на приходи и изграждане на общност от поддръжници около тяхната работа.

Краудфъндингът като възможност за финансова подкрепа

Като цяло малките предприятия или едноличните предприемачи, работещи в културния и творческия сектор, могат да се възползват от груповото финансиране като начин за финансово подпомагане на дейността си. Краудфъндингът е метод за набиране на средства от голям брой хора, обикновено чрез онлайн платформи. Съществуват много платформи за групово

финансиране, но не забравяйте да повишите осведомеността им за някои от най-популярните, които са изброени по-долу:

- **Kickstarter** (<https://www.kickstarter.com/>): Kickstarter е една от най-големите платформи за групово финансиране, известна с това, че подпомага финансирането на творчески проекти като филми, игри и арт инсталации. Тя работи по модела на финансиране "всичко или нищо", което означава, че проектът трябва да постигне целта си за финансиране, преди да бъдат отпуснати пари.
- **Indiegogo** (<https://www.indiegogo.com/>): Indiegogo е друга популярна платформа за групово финансиране, която предлага гъвкави възможности за финансиране. Проектите могат да изберат да получат финансиране, дори и да не постигнат целта си за финансиране, но за това ще платят по-висока такса на Indiegogo.
- **GoFundMe** (<https://www.gofundme.com/>): GoFundMe е популярна платформа за групово финансиране на лични каузи, като например медицински разходи или помощ при бедствия. Тя позволява на физически лица и организации да набират средства за различни каузи и предлага гъвкави възможности за финансиране.
- **Patreon** (<https://www.patreon.com/>): Patreon е платформа за групово финансиране, базирана на членство, която позволява на творците да получават постоянна подкрепа от своята аудитория. Поддръжниците могат да внасят месечна сума, за да получат достъп до ексклузивно съдържание и предимства.
- **Seedrs** (<https://www.seedrs.com/>): Seedrs е платформа за групово финансиране, която се фокусира върху груповото финансиране с акции, позволявайки на физически лица да инвестират в стартиращи предприятия и малки предприятия в замяна на акции.
- **Crowdfunder** (<https://www.crowdfunder.co.uk/>): Crowdfunder е базирана в Обединеното кралство платформа за групово финансиране, която предлага групово финансиране на базата на награди и капитал за предприятия и социални предприятия.
- **Fundable** (<https://www.fundable.com/>): Fundable е платформа за групово финансиране, която се фокусира върху подпомагане на стартиращи предприятия и малки фирми да

набират средства. Тя предлага възможности за групово финансиране, базирано на награди и капитал.

Това са само няколко от многото налични платформи за групово финансиране, като всяка от тях има своите уникални характеристики и изисквания. Когато работите с физически лица и предприятия/организации от културния и творческия сектор, се уверете, че те разбират, че е важно да проучат и сравнят различните платформи, за да намерят тази, която най-добре отговаря на техните специфични нужди.

Подчертайте, че независимо от това коя платформа за групово финансиране ще изберат, за да подпомогнат дейността си, те трябва да се възползват от нейните функционалности, тъй като те имат какво да предложат.

Например:

- **Те могат да стартират кампания за групово финансиране на конкретен проект:** предприятия/организации и еднолични предприемачи могат да използват платформи за групово финансиране, за да набират средства за конкретни проекти, като например за продуциране на филм или издаване на книга. Те могат да предложат награди на своите поддръжници, като например ексклузивни стоки или ранен достъп до финализирания продукт.
- **Могат да организират събитие за набиране на средства:** фирми/организации и еднолични предприемачи могат да организират събитие за набиране на средства и да използват груповото финансиране за събиране на дарения от хора, които не могат да присъстват лично. Те могат да популяризират събитието в социалните медии и да



предложат привилегии на хората, които даряват, като например достъп до ексклузивно творческо съдържание или стоки.

- **Те могат да използват груповото финансиране като система за предварителни поръчки:** предприятията/организациите и едноличните предприемачи могат да използват груповото финансиране като начин за предварителна продажба на своите продукти, като например нов албум или книга. Те могат да предложат отстъпки или ексклузивни предимства на хората, които допринасят за кампанията, създавайки усещане за изключителност и собственост.
- **Могат да стартират периодична кампания за групово финансиране:** предприятия/организации и самостоятелни предприемачи могат да използват платформи като Patreon или Kickstarter, за да стартират периодични кампании за групово финансиране, в които хората могат да правят месечни вноски в подкрепа на текущи проекти. Това може да осигури постоянен поток от приходи за организациите и да им помогне да поддържат финансово работата си в дългосрочен план.



- **Те могат да използват краудфъндинг за покриване на оперативни разходи:** предприятия/организациите и едноличните предприемачи могат да използват краудфъндинг за покриване на оперативните си разходи, като например наем, комунални услуги и заплати. Те могат да предлагат привилегии на хората, които правят дарения, като например достъп до ексклузивно съдържание или актуализации зад кулисите.

WordPress като инструмент за подпомагане на дейностите в културния и творческия сектор

Друг инструмент, който може да бъде полезен за дейността на организациите, работещи в културния и творческия сектор, е WordPress. Той може да предложи много и има много предимства. Например WordPress е проектиран така, че да бъде удобен и лесен за използване дори от начинаещи потребители.

Интуитивният му интерфейс улеснява създаването и управлението на съдържание, без да са необходими широки технически познания. Той предлага широка гама от теми и плъгини, които позволяват на фирмите/организациите и на едноличните предприемачи да персонализират външния вид и функционалността на своя уебсайт според конкретните си нужди.

Те могат да добавят функции като интеграция на социални медии, форми за контакт и електронна търговия. Това може да им помогне да увеличат видимостта на своите услуги.

Освен това WordPress е оптимизиран за търсачки, което улеснява доброто класиране на уебсайта в страниците с резултати от търсенето. Друго предимство е, че WordPress е мащабируем, което означава, че може да се използва за сайтове от всякакъв размер - от малки лични блогове до големи корпоративни уебсайтове. Така че, ако те са еднолични предприемачи, WordPress може да е точният инструмент, който да им помогне да се развият.

Не на последно място, WordPress е софтуер с отворен код, което означава, че може да се използва и персонализира безплатно. Макар че може да се наложи да платите за хостинг и теми/плъгини, WordPress все пак е рентабилен начин за създаване и управление на уебсайт. В случай че физически лица и предприятия/организации от културния и творческия сектор не се чувстват уверени в използването на WordPress, можете да ги насърчите да започнат, като научат основите. Посъветвайте ги да инвестират известно време, за да проучат как работи тя.

Обърнете им внимание, че в интернет има много безплатни уроци, които да им помогнат да създадат и управляват уебсайт с WordPress.

Например:

- **WordPress.org:** официалният уебсайт на WordPress разполага с подробен раздел с документация, съдържащ уроци и ръководства за всичко - от начален старт до теми за напреднали, като например разработване на плъгини. Те могат да преглеждат и форумите за поддръжка за отговори на често срещани въпроси и проблеми.
- **WPBeginner** (<https://www.wpbeginner.com/>): WPBeginner е популярен уебсайт, който предлага безплатни уроци, съвети и трикове за WordPress за начинаещи. Те обхващат редица теми - от инсталирането на WordPress до оптимизирането на сайта за търсачките.
- **YouTube:** YouTube е чудесен източник на безплатни уроци за WordPress. Има много канали, посветени на обучението по WordPress, включително WP Crafter, WPBeginner и WPCrafter.com WordPress за нетехнически специалисти.
- **Udemy** (<https://www.udemy.com/>): Udemy е популярна платформа за онлайн обучение, която предлага безплатни и платени курсове по WordPress. Те предлагат курсове както за начинаещи, така и за по-напреднали потребители, и обхващат теми като разработване на теми, разработване на плъгини и SEO.
- **Обучение в LinkedIn:** LinkedIn Learning (бивша Lynda.com) предлага редица курсове за WordPress, включително курсове за начинаещи, разработчици и дизайнери. Можете да изпробвате LinkedIn Learning безплатно за един месец, преди да се ангажирате с абонамент.

След като лицата и предприятията/организациите от културния и творческия сектор се запознаят с WordPress, те могат да го използват за целите на своята дейност.

По-долу може да намерите някои идеи, които да им помогнат:

- **Могат да продават продукти с помощта на WordPress:** фирмите/организациите и едноличните предприемачи могат да използват WordPress, за да създадат онлайн магазин и да продават продукти като книги, произведения на изкуството или стоки. Те могат да използват плъгин като WooCommerce, за да обработват транзакции и да управляват инвентар.

- **Могат да предлагат своите услуги:** фирми/организации и самостоятелни предприемачи могат да използват WordPress, за да популяризират и предлагат своите услуги, като например консултации, графичен дизайн или планиране на събития.

Те могат да използват плъгин като Gravity Forms, за да създадат персонализирана форма за контакт, чрез която потенциалните клиенти да се свържат с тях.

- **Могат да приемат дарения:** фирмите/организациите могат да използват WordPress, за да приемат дарения от своите поддръжници. Те могат да използват плъгин като GiveWP, за да създават персонализирани форми за дарения и да управляват периодични дарения.
- **Могат да публикуват и да печелят от съдържание:** фирмите/организациите и едноличните предприемачи могат да използват WordPress, за да публикуват и да печелят от своето съдържание, например публикации в блогове, подкастове, музика или видеоклипове. Те могат да използват плъгин като AdSense, за да показват реклами на сайта си и да печелят приходи от кликания.
- **Могат да предлагат членство:** фирми/организации и еднолични предприемачи могат да използват WordPress, за да предлагат членство на своите поддръжници, предоставяйки им изключителен достъп до съдържание, събития или други предимства. Те могат да използват плъгин като MemberPress, за да управляват нивата на членство и достъпа до съдържание.

Qualitrics.com

<https://www.qualitrics.com/free-account>

Уебсайт, в който можете да създадете акаунт и да изготвите лесни за използване въпросници за обратна връзка с клиентите. Проучванията могат да бъдат разработени така, че да работят на компютри, телефони и таблети. Чудесно решение за получаване на бърза обратна връзка от клиентите. Безплатният акаунт позволява използването на проектирани шаблони и генериране на отчети за резултатите.

DALLE-E2

<https://openai.com/product/dall-e-2>

Използвайте DALLE E2 open ai, за да генерирате безплатни за използване, оригинални, безплатни изображения в различни стилове. Давате входни данни, базирани на текст, и изображенията се генерират от нулата, свободни са за изтегляне и използване и няма да нарушат авторските права. Чудесни за уебсайтове, плакати, флаери, листовки.

Ресурси за цифровизация

Култура 24: <https://www.culture24.org.uk/>

Академия за културни предприятия: <https://culturalenterprises.org.uk/academy/courses/>

Абонирайте се за техния бюлетин.

Мрежа за цифрова култура: <https://digitalculturenetwork.org.uk/>

Европейски цифрови иновационни хъбове: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/activities/edihs>

Ferrovial, цифров център: <https://www.ferrovial.com/en-gb/innovation/digital-hub/>

Картографиране на творческите центрове в Англия:

[https://creativeconomy.britishcouncil.org/media/resources/Mapping_Creative_Hubs_In_England .pdf](https://creativeconomy.britishcouncil.org/media/resources/Mapping_Creative_Hubs_In_England.pdf)

Пространството: <https://www.thespace.org/>

StageTEXT: <https://www.stagetext.org/>

За ServiceDigiCulture

Инструментариумът ServiceDigiCulture, обучението, наръчниците и ръководството за прогнозиране са разработени в рамките на проект, финансиран по програма "Еразъм+" на Европейската комисия, озаглавен "Дигитални и устойчиви иновации за услуги в културните и творчески сектори".

Проектът имаше за цел да се справи с предизвикателствата, породени от COVID-19 и бъдещите кризи, като развие уменията на безработни, заети и самостоятелно заети лица, както и на микро- и малки организации в културния и творческия сектор да предвиждат и реагират на промените, използвайки иновации и дизайн на услуги. Поради това проектът има за цел и да им помогне да запазят и да навлязат на пазара на труда и повишава способността им да се наемат сами и други.

Областите на уменията на ServiceDigiCulture се фокусират върху иновациите и създаване на услуги, превръщането на услугите в продукти, които да се доставят на клиентите в новото общество след COVID-19, използването на цифровизацията и стратегическото предвиждане за справяне с всички бъдещи предизвикателства и промени.

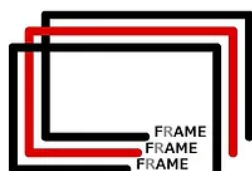
Прочетете повече за обучението и проекта на <https://www.servicedigiculture.eu/>

Бихме искали да благодарим на Европейската комисия за подкрепата и възможността да разработим обучението ServiceDigiCulture, инструментариума и другите ресурси. Бихме искали също така да благодарим на всички страни, които допринесоха за разработването на обучението и ни помогнаха да го подобрим, като споделиха своя опит и мнения.

Последвайте ни!



YouTube



ServiceDigiCulture
Digital and Sustainable Service Innovation
for the Cultural and Creative Sectors
2020-1-FI01-KA227-ADU-092663

@All rights reserved, ServiceDigiCulture, 2021

The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

This work is licenced under Copyright Creative Commons Attribution ShareAlike CC BY-SA 4.0 International license.

