



Наръчник за прилагане на обучението и инструментариума ServiceDigiCulture



ServiceDigiCulture



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

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.

Наръчник за прилагане на обучението и инструментариума ServiceDigiCulture

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

1.6.2021 - 30.06.2023

Автори и партньори по проекта

Club 9000 | България Европейски център за качество ООД | България
FRAME | Полша

Inova Consultancy LTD. | Великобритания
Университет за приложни науки Вааса | Финландия
Österbottens hantverk | Финландия

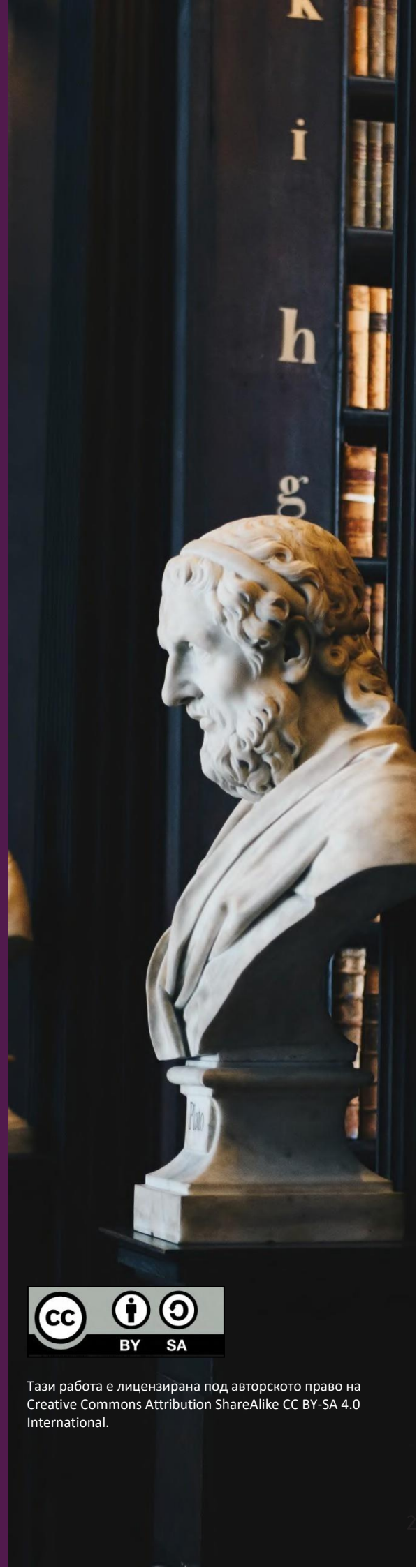
Уебсайт на проекта

<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 всички лица, които понастоящем работят или желаят да работят в културния и творческия сектор, за да ви помогне да използвате материалите и инструментариума за иновации в услугите ServiceDigiCulture, за да въведете иновации и да преосмислите своите услуги.

Наръчникът може да се използва самостоятелно или в рамките на обучение под ръководството на учител.

СЪДЪРЖАНИЕ

Основни определения и лексика, използвани в обучението

Ресурси за обучение

Структура на обучението ServiceDigiCulture

Моделът на процеса на проектиране на услуги CREATE (АРТИСТ) и инструментариумът

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

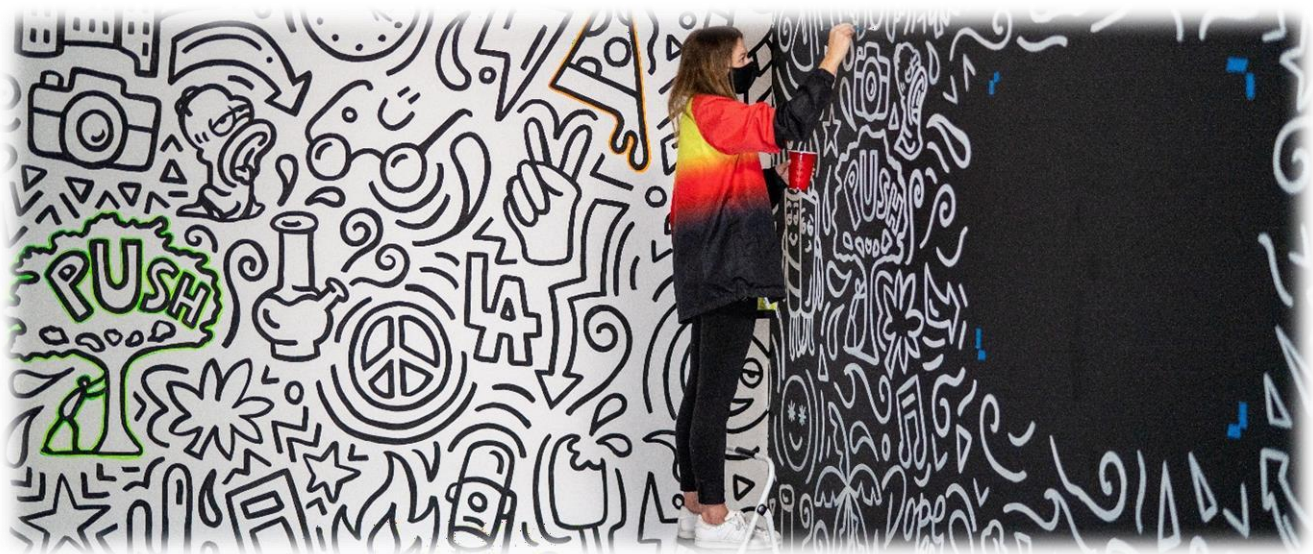
Как да използвате обучението ServiceDigiCulture

Как другите са използвали ServiceDigiCulture

Полезни ресурси

Ресурси за цифровизация

За ServiceDigiCulture



Въведение

Този наръчник е предназначен за всички, които работят или желаят да работят в културния и творческия сектор, за да ви помогне да използвате материалите, обучението и инструментариума за иновации в услугите ServiceDigiCulture, за да въвеждате иновации и да преосмисляте услугите си. Той може да се използва самостоятелно или в рамките на обучение, водено от учител.

Този наръчник предлага:

- Преглед на обучението и структурата на ServiceDigiCulture.
- Информация за това как да използвате обучението ServiceDigiCulture и неговите ресурси.
- Информация за онлайн платформата за обучение и нейните функции, както и за това къде на уебсайта може да бъде намерена информация, насочваща ви към конкретни раздели.
- 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 процесите на иновации и дизайн на услуги.

Този наръчник подпомага използването на обучението ServiceDigiCulture, когато работите самостоятелно и със собствено темпо, когато работите с други хора със споделено темпо, например с хора от собствената ви организация, или по време на обучение, водено от учител. По време на обучението е полезно да проследявате процеса на развитие на услугата си чрез водене на дневник.



Основни 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 на ServiceDigiCulture, като например:

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

Проектирането 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 потребности, както и върху функционалността на услугата, и ги прави желани от клиентите и организациите. Проектирането на услуги също така спомага за спестяване на ресурси, без да се прави компромис с качеството на услугата.

ServiceDigiCulture използва дизайна на услуги като метод за иновация на услуги, тъй като той е ориентиран към човека, съдържа културни и творчески аспекти и позволява тестване и изпитване 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:



Ориентация на потребителя

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

План на услугата

Планът 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 се описват подробно всички нейни етапи. Описват се подробно всички действия и стъпки, които са видими за клиентите, и тези, които не са, дейностите по поддръжка, елементите за използване, като например уебсайт, и може също така да визуализира преживяванията на потребителите по време на всяка стъпка от услугата.

По този начин се прави преглед на 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 пътуването на потребителя и плана на услугата могат да се открият и възможности за иновации на услугата.

Пътуването на клиента

Пътуването на клиента е друг основен инструмент, използван при проектирането 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. 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 се нуждае от редизайн.



Ресурси за обучение

Ресурси за обучение ServiceDigiКултурното обучение 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 създаване на нагласа за дизайн, места за самоанализ и практически упражнения за ръководство на процеса на иновации на услуги.
Можете да го намерите тук: <https://www.servicedigiculture.eu/toolkit-training>
2. Наръчник за обучители
Как да използвате обучението и инструментариума за организиране и подпомагане на обучението на физически лица, предприятия и организации в културния и творческия сектор.
Можете да го намерите тук: <https://www.servicedigiculture.eu/materials>
3. Наръчник за прилагане на обучението ServiceDigiCulture (този наръчник)
Наръчникът за хора, които работят и 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. Рамка 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. Това може да ви даде идеи за планиране на обучението и когато мислите 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 <https://www.servicedigiculture.eu/toolkit-training>

В този раздел обучението е представено в предложена структура, 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 за проектиране, модела и инструментариума за проектиране на услуги CREATE, които да се използват при обучението за иновации в областта на услугите, и практически упражнения за проектиране на услуги.

Така се създава учебен процес, 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 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 учене се отнася до предложената последователност, която да се използва за запознаване с полезните концепции, които ще помогнат за прилагането на дизайна на услугите към дейностите.

Структурата на предложената пътека можете да намерите на следващата страница...

Въведение в обучението

1.

Част 1

Въведение в обучението и обучителната платформа

Част 1 б

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 б - 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 на проектиране на услуги CREATE (АРТИСТ) и наборът от инструменти

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 две фази. Процесът на дизайн 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 достъпни на платформата за обучение: <https://www.servicedigiculture.eu/toolkit-and-training>.



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

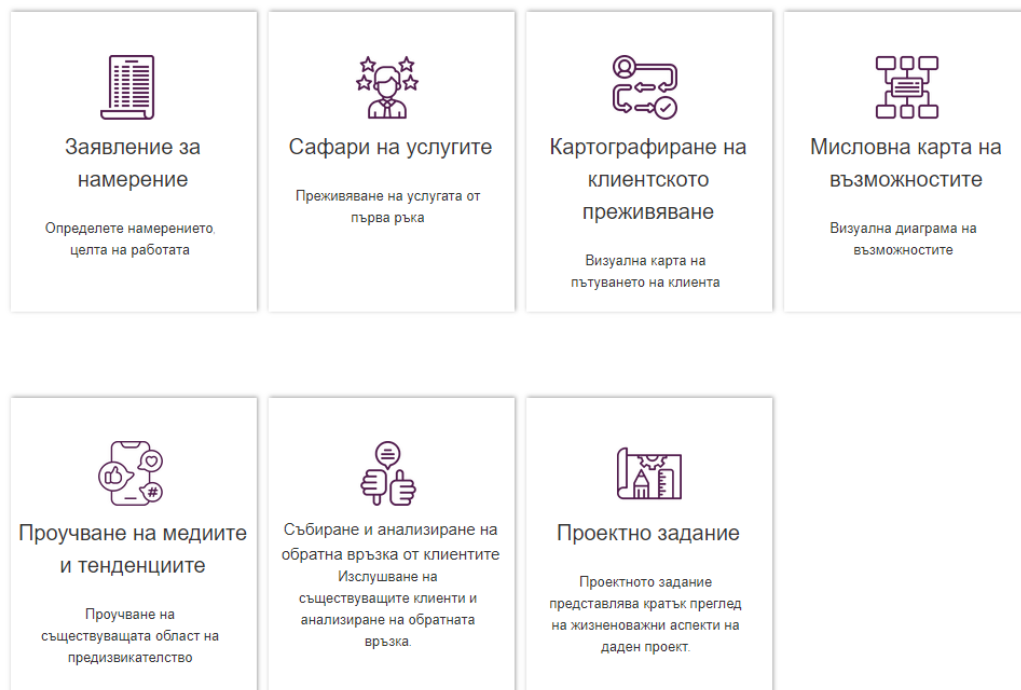


A = Анализиране на проблема

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



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

Crucial to the problem area - tool



Digital and Sustainable Service
Innovation for the Cultural and Creative
Sector
2021-1-PO4-KA227-ADU-02002

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.

Supported by the European Union
Erasmus+ Programme
101015992

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>

▶▶ Why can you reject as not an issue?











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

 Интервюта Интервю за по-добро разбиране и вникване в идентифицирания проблем.	 6 въпроса 6 въпроса за придобиване на цялостна представа за проблема	 Предварителен план на услугата Визуален модел на услугата с цел изследване	 Карта на емпатията Карта за придобиване на представа за емоционалните и когнитивните възприятия на клиентите.
 Интервю с изображения Интервюиране с изображения за стимулиране на по-спонтанни отговори.	 Сондиране Метод за самодокументиране използван за наблюдение и размисъл	 Карта на заинтересованите страни Карта на всички заинтересовани страни, тяхното значение и взаимоотношения.	 Наблюдение Получаване на информация за потребителския опит чрез наблюдение.

Видеоклипове от фазата на разучаване:

[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

ServiceDigiCulture

- 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!

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

ServiceDigiCulture

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-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

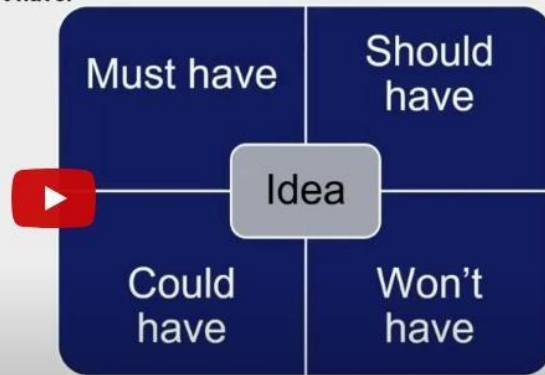
 Бодисторминг Активен и проучвателен начин за генериране на идеи	 Табло за вдъхновение Табло за вдъхновение за търсене на решения	 Брейнсторминг Инструмент за групово създаване на идеи	 Аналогии Правене на паралели с аналогии за генериране на идеи
 Персона Измислено описание на типичен клиент	 Семинар 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](#)

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





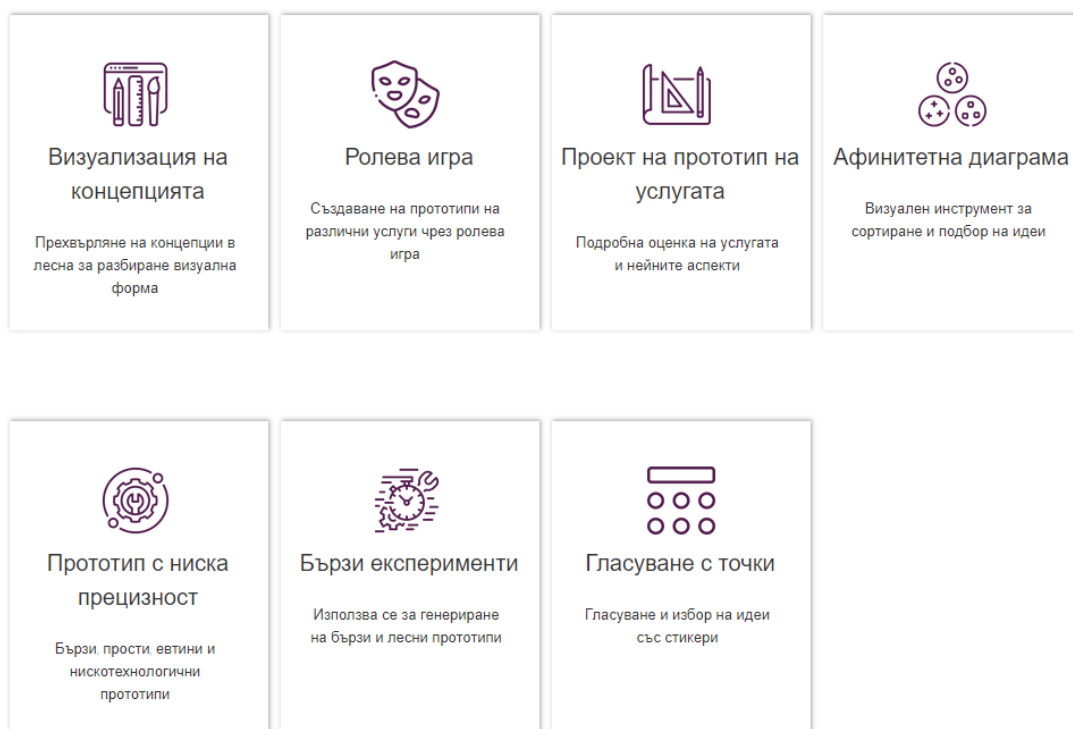
И = Изграждане на алтернативни прототипи

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?



0:06 / 1:04

Photo by Amélie Mourou on oomspl...



Общи алтернативни прототипи (B)

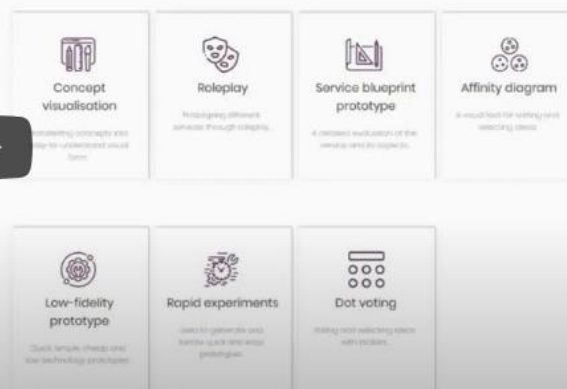
Suggested exercises to try at stages of the Create model

Alternative prototypes

Suggest trying exercises:

- Role play
- Service blueprint prototype
- Dot voting

Tools of this phase



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



0:00 / 0:42



[Ролеви 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.

0:04 / 2:38 <http://www.serviceculture.eu/toolkit-roleplay>

21

[Проект на прототип на услугата](#)

Let's explore some tools

- **Service Blueprint Prototype**

SERVICE BLUEPRINT TEMPLATE

Guided user journey and service blueprint exercise

The diagram illustrates a Service Blueprint Template with five horizontal tracks, each containing six rounded rectangular boxes representing service steps. From top to bottom, the tracks are: 'PHYSICAL EVIDENCE', 'CUSTOMER ACTIONS', 'FRONT STAGE CONTACT ACTIONS', 'BACKSTAGE CONTACT ACTIONS', and 'SUPPORT ACTIONS'. A thick black horizontal line labeled 'LINE OF VISIBILITY' is positioned between the 'FRONT STAGE CONTACT ACTIONS' and 'BACKSTAGE CONTACT ACTIONS' tracks. A play button icon is overlaid on the first box of the 'FRONT STAGE CONTACT ACTIONS' track.

0:00 / 1:12



C = 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



Спецификации на услугата

Подобен, конкретен и писмен преглед на услугата



Матрица за оценка

Матрица за оценка на качеството на прототипите за окончателен подбор.



Тестване на използваемостта

Тестване на ползваемостта на прототип.



Интервюта за анализ на точките на допир

Получаване и анализиране на обратна връзка от клиентите за точките на контакт.



Семинар за оценка

Заинтересовани страни, които оценяват прототипи



Пилотно тестване

Пилотно тестване на окончателния прототип преди финализирането му

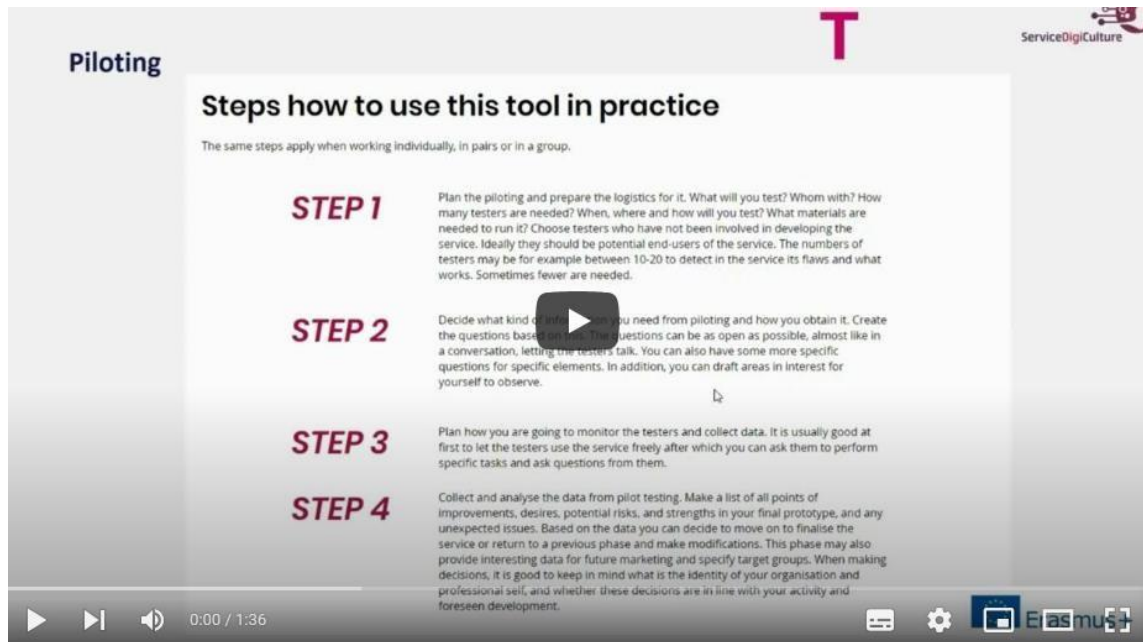


Канава с предложение за стойност

Създаване на предложение за стойност.

Видеоклип от фазата на симулации:

[Пилотно тестване](#)



Piloting

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 data you need from piloting and how you obtain it. Create the questions based on it. 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+

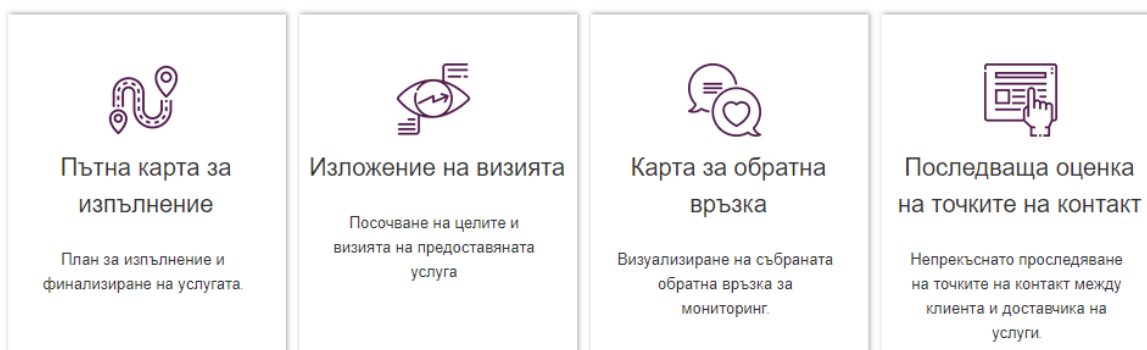


Т = Трансфер към пазарна реализация

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?

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


[Трансфер към пазара и планиране на действията](#)

Insights

Ideas

Intentions

What are you going to do next?



ServiceDigiCulture

0:02 / 3:51

Photo by Robert Z...

YouTube controls: play, next, volume, settings, full screen, share, embed

Как да използвате обучението ServiceDigiCulture

Тази част от ръчника ви дава практическа информация за използването на обучението и инструментариума на ServiceDigiCulture.

За да започнете, преминете през следните стъпки:

1. Запознайте се с това какво представляват иновациите в услугите и дизайнът на услуги, тъй като това е отправната точка и включва информация, която ще ви е необходима за използването на материалите. Възможно е да забележите, че на някакво ниво вече сте извършвали дейности, подобни на представените, и че иновацията на услугите и дизайнът на услугите са изненадващо практични, земни и нещо, което може да ви помогне в ежедневната ви работа. В този процес на обучение и в инструментариума дизайнът на услугите се използва като средство за иновиране на услугите.

Гледайте видеоклипа в [платформата за обучение](#).

2. Прочетете повече за случаите на иновации на услуги от примерите в платформата за обучение, за да получите повече идеи за възможностите за иновации на услуги в културните и творческите сектори.
3. Навлезте в манталитета на дизайнера и иноватора, като практикувате дизайнерски манталитет с упражнения за загарване. Дизайнерският подход е манталитет и метод на работа. Всяка област от упражненията за загарване съответства на определен манталитет и метод на работа на дизайнера. Вижте [платформата за обучение](#)
4. Упражнявайте упражнения за създаване на идеи, които можете да намерите в [платформата за обучение](#).
5. Направете мисловна карта на себе си в [платформата за обучение](#).
6. Получете материалите и платформата за обучение ServiceDigiCulture и инструментариума на [платформата за обучение](#).



7. Вземете казус, по който да работите! Това е от основно значение, за да можете да работите върху иновациите в услугите. Казусът може да бъде, и е по-добре, ако е проблемна област, например намаляващи продажби, но понякога може вече да знаете точно върху какво да работите. В последния случай все пак е добре да започнете да изследвате по-дълбоко, тъй като нещата обикновено не са такива, каквито изглеждат.
8. Вземете чаша вода, чай или кафе, облегнете се и се отпуснете!

Основните материали, от които ще се нуждаете, са:

Във всеки инструмент са посочени материалите, които са необходими за него, но можете и да адаптирате материалите.

- Платформата и инструментариумът за обучение ServiceDigiCulture: <https://www.servicedigiculture.eu/toolkit-training>
- Шаблони на инструменти, които са налични във всеки инструмент.
- Всички други материали, посочени в инструментите, като например:
 - Маркери и химикалки с различни цветове.
 - Самозалепващи се листчета в различни цветове. Те могат да бъдат заменени с листове хартия, тиксо или клечки.
 - Хартия, листове от различни по големина тетрадки.
 - Бяла дъска и флипчарт. Те могат да бъдат заменени с големи листове хартия.
 - Лента, ножица, стари списания.
 - Фотоапарат, диктофон, компютър, телефон, таблет...

Какво можете да създадете?

Разработването на услуги е нещо повече от разработване на основна услуга. Имате много възможности. Можете например да създадете:

1. Напълно нови, самостоятелни услуги.
2. Услуги от продукти.
3. Комбинации от услуги и продукти.
4. Добавяне на други услуги или продукти, които да подкрепят и допълват вече съществуващи такива.
5. Дигитални версии на лични услуги, както в примера с треньора по балет.
6. Продукти за поддръжка на услуга, както в примера с Domino's Pizza.

Работа самостоятелно и с други хора

Процесът и инструментариумът ServiceDigiCulture могат да се използват при самостоятелна работа или в екип. Въпреки че за някои от упражненията за загарване може да е необходимо участието на други хора, както е посочено във всяко упражнение.

Въпреки това винаги е важно да се ангажират клиентите, потребителите и заинтересованите страни в различните фази на разработката. Кой ще бъдат те и как ще бъдат ангажирани, зависи от вашия случай и организация.



Ето съвети за самостоятелна работа и за включване на заинтересованите страни в процеса по щадящ ресурсите начин:

1. Използвайте мрежите си, за да получите мнения от колеги, роднини и приятели.
2. Социалните медии могат да се използват за мнения, покани, оценки, гласуване, създаване на мрежи от контакти с други хора и други дейности. Например, клиентите могат да гласуват за идеи в Pinterest. Можете също така да сформирате групи от съмишленици от културния и творческия сектор.
3. Използвайте собствените си или обществени помещения (поискайте разрешение), за да ангажирате хората.
4. Използвайте конкурси и групов подбор, за да получите идеи, опит и мнения.
5. Може би учениците биха могли да помогнат, тъй като се нуждаят от казуси за своите учебни проекти.
6. Могат да се използват виртуални инструменти, например за анализиране на информация по начин, който не изисква големи ресурси.
7. Използвайте нагледност (визуално представяне на идеи), за да спестите време.

Какво още е необходимо и трябва да се вземе под внимание?

1

Иновации

Не е задължително иновацията да е "голяма" и високотехнологична, а може да е малка и да е по мярка на човека. В примера с "Докосване до Прадо" иновацията се изразяваше в създаването на версии на произведения на изкуството, с които да се запознаят хора с увредено зрение.

2

Дигитализация

Не е задължително цифровизацията да бъде основният аспект на дадена услуга, но тя може да бъде подпомагащ фактор, например дигитализиране на детски рисунки, за да изглеждат като витражи.

3

Устойчивост

Устойчивостта често вече е част от културните и творческите сектори, например изпълнението на вековна музика днес. По този начин традицията и културното наследство се поддържат живи. Също така занаятите обикновено вече са екологично устойчиви.

4

Стратегия

Как иновативните услуги съответстват на вашата стратегия? Какви стратегически действия и решения трябва да се предприемат във връзка с новите услуги? Как да се подготвим за бъдещето и да бъдем проактивни? Повече информация в ръководството за устойчиво стратегическо прогнозиране.

5

Запознаване, самоанализ и водене на дневник

Докато работите по казуса си, може да забележите, че много неща са ви познати и може би вече сте ги правили.

Можете също така да записвате процеса в дневник, за да съставяте своите бележки, мисли и прозрения, както и това, което ви е познато или което намирате за най-полезно.

Работа по казус и използване на инструментите CREATE (АРТИСТ)

След като сте определили казуса, по който да работите, можете да започнете процеса на иновации и дизайн на услуги. Основните ви материали за това са **моделът на процеса на проектиране на услуги CREATE (АРТИСТ) и инструментариумът**, които ще намерите на страницата за обучение и инструментариум: <https://www.servicedigiculture.eu/toolkit-training>

Процесът на разработване ще следва процеса на проектиране на услуги CREATE (АРТИСТ) и ще използва избрани инструменти за всяка стъпка. Вие избирате инструментите, които са най-подходящи за вашите обстоятелства.

Въпреки че процесът е прогресивен, той може да се повтаря, т.е. да се връща към предишни стъпки, когато е необходимо. Допълнителни примери и насоки за това как да започнете работа по вашия казус можете да получите от раздела за обучение.

Практически упражнения за иновации в областта на услугите:

1. Примерите от практиката за иновации в областта на услугите дават примери за това как инструментите на модела CREATE (АРТИСТ) и проектирането на услуги са били използвани в различни случаи.
2. Ръководеното пътуване на потребителя и планът на услугата е полезно упражнение стъпка по стъпка за по-нататъшно практикуване на инструментите за план на услугата и пътуване на потребителя.
3. Иновативните услуги на практика функционират като своеобразен онлайн наставник, който ви води през фазите на CREATE (АРТИСТ), докато работите по вашия казус. Той предоставя практически указания какво да правите на всеки етап и точки за размисъл в процеса на разработване.

Как да използвате инструментите CREATE (АРТИСТ)?

Всяка фаза на модела CREATE (АРТИСТ) съдържа набор от инструменти, които се избират за всеки отделен случай. Инструментите са описани подробно с посочени материали и време. Ето 5 основни съвета за използването на инструментите:

1. **Избор на инструменти:** Не е необходимо всеки инструмент да се използва по време на всяка фаза на модела CREATE (АРТИСТ). Броят на инструментите, използвани на всяка фаза, зависи от казуса, по който работите, и от това какво искате да постигнете, като се вземат предвид всички относими въпроси на конкретната фаза. Често например на всяка фаза се използват поне 3 инструмента. Можете да използвате и други инструменти от фазата, ако се връщате обратно към тази фаза на разработване, или дори могат да се използват същите инструменти.

2. **Време:** Продължителността на използване на инструмента е ориентировъчна и може да варира в зависимост от вашия казус и начина, по който ще използвате инструмента. Например, когато инструментът, който има отбелязан 1 час за продължителност, може да бъде удължен и до 2 седмици, ако е това е необходимо.
3. **Материали:** За всеки инструмент са посочени материали. Някои от тях обаче могат да бъдат адаптирани, както е посочено в параграфа "Материали" на този раздел от ръчника.
4. **Инструменти на различни етапи:** Някои инструменти могат да се използват и на различни етапи. Например в този комплект инструменти ролевите игри са разпределени във фазата на алтернативния прототип, за да се използват за създаване на прототипи, но могат да се използват и за генериране на идеи (проучване на идеи), изследване и тестване.
Смело смесвайте, съчетавайте и адаптирайте, когато е необходимо!
5. **Хора:** Процесът на разработване на дизайн и иновации винаги включва външни хора, клиенти, потребители и заинтересовани страни. Не е задължително те да бъдат включени в огромен процес, а можете да ги привлечете например на публични места, като например в библиотека, в социалните мрежи или в собствените си помещения.
Ключът е да се поставите на тяхно място и да помислите къде ще е най-лесно да намерите и да ги ангажирате.



Редът на използване на инструментите

Не съществува конкретен ред за използване на инструментите, с изключение на реда, основан на фазата CREATE, но в някои фази на CREATE може да се получи най-голяма стойност от инструментите, когато се използват в определен ред.

C

1. *Изявление за намерения*
2. *Други инструменти*
3. Приключете фазата с *проектното задание*, което очертава процеса за следващите фази на CREATE.

R

По желание

E

По желание

A

1. Избор на идеи: *Гласуване с точки и Афинитетна диаграма*
2. Създаване на концепция: *Визуализация на концепцията*
3. Избор на концепция: *Гласуване с точки и Афинитетна диаграма*
4. Първи прототипи: *Ролева игра, прототипи с ниска прецизност, прототип на услугата, бързи експерименти*

T

1. Изпитване на ранни прототипи: *Интервюта за анализ на точките на допир, тестване на използваемостта, канава с предложение за стойност*
2. Окончателно тестване: *Пилотиране (пилотно изпитване)*
3. Актуализирайте типовете след всяка фаза: *Спецификации на услугите*
4. Оценка: *Матрица за оценка, семинар за оценка,*

E

1. Финализиране на услугата за пазарите: *Пътна карта за изпълнение, Изложение на визията*
2. наблюдение на завършената услуга след нейното стартиране: *Карта*

Разработване на собствени инструменти

Можете също така да разработите свои собствени инструменти. Ето кратък контролен списък:

1. Помислете какво искате да постигнете с инструмента и на кой етап от процеса на разработване той може да бъде полезен.
2. Помислете как ще се вземат предвид потребителите и ще се изгради съпричастност и разбиране на контекста/ ще се повиши разбирането на разработваната работа.
3. Поддържайте инструмента отворен, за да дадете възможност за нови и неочаквани открития, вместо да го превърнете в затворен процес.
4. Поддържайте процеса визуален и експериментален, а също така приятен и забавен!
5. Тествайте го, за да прецените дали работи.

Краен резултат и какво следва

Крайният резултат след всички 6 фази на CREATE ще бъде завършената услуга, готова за пускане на пазара. По време на фазата на финализиране трябва не само да разработите основната услуга, но и да не забравяте следното:

1. Помислете за всички продукти, които се доставят с услугата, например брошури и инструкции.
2. Погрижете се за всички цифрови и правни въпроси, договори и ролята на третите страни.
3. Помислете как да комуникирате услугата и как да я продавате, и подгответе и тези дейности.
4. Помислете как да измервате резултатите и постиженията и се подгответе за това.
5. Мислете за процеса като за спирала: процесът не приключва във фазата "Излизане", а ще продължи, когато наблюдавате услугата в употреба и използвате тази и всяка друга информация, за да се върнете към фазата "Анализиране на проблема" и да започнете отново с нова или подобрена услуга.

Измерване на резултатите

Измерване на обхвата на вашите резултати:

1. Започнете от целта си - какво искате да постигнете? Това трябва да включва и финансови цели, продажби, удовлетвореност на клиентите и вътрешни цели, както и всякакви други аспекти.

2. Определете критерии за оценка и последващи действия за целите си, като всяка област ще има свои собствени, и помислете как ще събирате данни и колко често е необходимо да ги събирате.
3. Разработване на инструменти за оценка и последващи действия. Можете да създадете свои собствени инструменти или да използвате тези от етапа "Трансфер към пазарна реализация". Например, вашите собствени инструменти могат да бъдат базирани на Excel или визуални инструменти, подобни на инструментите на процеса CREATE. Често е необходима и някаква писмена информация. По-долу ще намерите пример за прост инструмент за наблюдение на удовлетвореността на клиентите.
4. Редовно наблюдавайте постигането на целта и вземайте решения за действия, както и за предприемане на мерки, когато е необходимо.

Пример за инструмент за измерване на удовлетвореността на клиентите и последващи действия:

1. Създайте таблица в Excel, в която можете да зададете текущото ниво на удовлетвореност на клиентите, да зададете желаното ниво и кога трябва да бъде достигнато желаното ниво.
2. Поставете ги в различни краища на времева линия и след това добавете контролни точки за удовлетвореността на клиентите върху времевата линия.
3. На единия ред можете да добавите нивото на удовлетвореност на клиента, а на реда под него - увеличението или намалението му в сравнение с началната или предишната контролна точка. За целта можете да използвате и цветове, например положителното развитие може да бъде отбелязано със зелено, неутралното - с жълто, а отрицателното - с червено или оранжево.

Как другите са използвали 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 да ви подкрепят как сами да ги използвате.

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 изпълнителска 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 въввлечени 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 ServiceDigiCulture и какъв е опитът ми с него

По време на обучението на 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. Отзивите след това бяха ценни и мотивираха 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 в брошури, беше добре, но си мислех дали не бихме могли да го подобрим.

По време на представлението имаше известни трудности при разчитането на текста в тъмната зала. Тогава си помислих, че би било много по-лесно и устойчиво да се генерира QR код, така че хората да имат 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 понятия, които са свързани с дизайна на услугите 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 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. Възможността да рисувам и илюстрирам връзките между процесите и идеите беше много полезна за мен, за да предам посланието. И това бяха аспектите, които нечуващите участници 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. Не винаги беше лесно, но в крайна сметка се получи. Би било интересно да се види проект, посветен на темите за дизайн на услуги и иновации в услугите, специално разработен за групи в неравностойно положение. Бих искала да видя всички концепции и инструменти "преведени" в 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 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 изпълнение, 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 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 с помощта на 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 вашите 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 организираме и разработим желани курсове по бижута, плъстене, керамика и плетене срещу заплащане.

Как използвах обучението 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 съсредоточил повече върху собствения си бизнес, проектирането на занаяти и използването на ролеви игри, гъвкави модели за експериментиране, асансьорни презентации и прототипиране. В бъдеще бих събрал доверена група в същата област, за да проведем мозъчна атака и да оценим моята концепция 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 занаятите в бъдеще. Благодарна съм за новата перспектива, която обучението ми даде 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 обучен занаятчийски инструктор и съм преминал двугодишно обучение по занаятчийство в KOKEVA. 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 взел окончателно решение.

Когато започнах обучението си, не бях запознат със 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 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 доволен от обучението. То е много отворено и забавно и може да се адаптира към много различни ситуации. Въпреки това, то 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 DYI, 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 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. Проведох проучване на нуждите на клиентите, като използвах инструментите, които разучих по време на пилотния проект. Използвах интервю. Въз основа на това аз и моите колеги стигнахме до заключението, че най-добре би било да организираме семейна работилница "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

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 децата, така че те да идват в центъра след изпълнение на училищните си задължения.

Как използвах обучението 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 няхме 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 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 разработят.

Моите изводи

Харесаха ми инструментите за визуализиране на процеса, който ще извърша. Имам артистична природа, имам нужда 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 клиентите си. По време на обучението разгледах целия процес и точките на вземане на решения - моите решения и решенията на клиента.

Как използвах обучението 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 разширя 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 разбира някои от проблемите, с които се сблъскват творческите предприятия.

Не бях осъзнала броя и обхвата на творческите и артистичните бизнеси, а запознанството със собствениците им онлайн и разбирането на различните начини, по които хората могат да изкарват прехраната си от това разнообразие от идеи, беше вдъхновяващо. В предишни курсове бях разглеждала някои идеи за подобряване на услугите, но концепциите за дизайн на услуги бяха нови за мен.

Как използвах обучението ServiceDigiCulture и какъв е опитът ми с него

Научих много, слушайки как собствениците на фирми прилагат инструментите и концепциите в своите предприятия. Бяхме изложени на неща, за които не бях мислил преди, усещането и опита на придвижване през бизнес взаимодействията, емоционалната връзка с бизнеса, задкулисни концепции, които имат значение и за които невинаги се замисляме. Беше приятно, когато 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 снимането на лента и ръчното проявяване на филма. Интересувам се от старите фотоапарати и всички форми на фотографията и искам да споделя уменията си с другите.

Не съм сигурна, че бих казала, че това беше точно предизвикателство - идеите ми бяха съвсем нови, така че не бях сигурна дали това е бизнес идея или нещо, което мога да продам като такова. Главно не бях сигурен къде има съмишленици (хора, които се интересуват от фотография) и как мога да достигна до тях.

Как използвах обучението 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 редица електронни платформи, които могат да ви помогнат в процеса на проектиране на услуги. Те могат да се използват за самостоятелно обучение, както и за сътрудничество. Примерите, които следват, илюстрират характеристиките на някои от най-популярните електронни платформи, които можете да използвате като физическо лице или като организация, работеща в културния и творческия сектор.

Miro

Miro е една ценна платформа, която може да бъде достъпна тук: <https://miro.com/>. По-долу ще намерите ръководство стъпка по стъпка, което ще ви помогне да я използвате ефективно и да се възползвате максимално от нейните функционалности:

1. Прекарайте известно време в **изучаване на характеристиките и функционалностите на Miro**. Това ще ви помогне да придобиете по-добра представа и да разберете как да го използвате за самостоятелно учене и сътрудничество.
2. **Създайте табло в Miro**, за да организирате мислите и идеите си. Можете да използвате шаблони или да създадете своя собствена структура. Можете да добавяте текст, изображения и други медии, които да ви помогнат да организирате мислите си.
3. Използвайте Miro за водене на бележки. Възможно е да използвате тази електронна платформа, за да си водите бележки, докато учите или провеждате на изследвания. Това ще ви помогне да организирате мислите и идеите си.
4. **Поканете други хора и си сътруднете с тях** в реално време. Това е особено полезно, когато работите по проект с други хора.
5. Използвайте потенциала на Miro за **разработване на идеи и концепции**. Можете да използвате вградените шаблони или да създадете свой собствен процес на мозъчна атака.
6. Използвайте Miro, за да очертаете процеса на проектиране на услуги. Това може да ви помогне да определите областите, в които трябва да съсредоточите вниманието и ресурсите си.
7. Използвайте Miro, за да **създавате прототипи на идеите си за дизайн на услуги**. Това ще ви помогне да визуализирате концепциите си и да ги изпробвате, преди да ги приложите.
8. Използвайте Miro, за да **събирате отзиви от другите за идеите си за дизайн на услуги**. Това може да ви помогне да усъвършенствате концепциите си и да направите подобрения.

В обобщение, Miro може да бъде много полезен инструмент за целите на независимото обучение и сътрудничеството в процеса на проектиране на услуги. Като го използвате ефективно, можете да организирате мислите си, да си сътрудничите с други хора и да реализирате идеите си за проектиране на услуги.

Vimeo

В интернет са достъпни и платформи, които могат да ви помогнат като физическо лице (самонаето или действащо като едноличен търговец), работещо в културния и творческия сектор, да генерирате приходи. Например Vimeo (<https://vimeo.com/>) е платформа за хостинг на видеоклипове за монетизиране на творческо съдържание. Платформата предлага няколко функции за поддръжка:

- **Можете да продавате достъп до видеоклипове:** Vimeo позволява да се продава достъп до видеосъдържание, като еднократна покупка или чрез абонаментен модел. Тъй като сте активни в културния и творческия сектор, можете да използвате тази функция, за да монетизирате съдържание и да генерирате постоянен поток от приходи.
- **Можете да предлагате видео под наем по заявка:** Vimeo също позволява да се предлагат видеоклипове под наем по заявка. Тази функция може да бъде особено полезна за продажба на продуцирани произведения, като документални филми или други видове съдържание, които хората могат да се интересуват да наемат.
- **Публично финансиране:** Vimeo има вградена функция за групово финансиране, наречена Vimeo Funding. Това функция позволява стартирането на кампании за групово финансиране, които да получат финансова подкрепа от аудиторията.
- **Организирайте виртуални събития:** Vimeo предлага и инструменти за стрийминг на живо и видеоконферентна връзка за организиране на виртуални събития. Помислете за монетизиране на тези събития чрез продажба на билети или спонсорство.
- **Vimeo при поискване:** Vimeo On Demand е платформа в рамките на Vimeo, която позволява на създателите да разпространяват сами и да печелят от работата си. Тъй като сте активни в културния и творческия сектор, можете да използвате тази функция, за да продавате съдържание директно на аудиторията си, без да се налага да минавате през дистрибутор.

Patreon

Друга платформа, която можете да разгледате, е Patreon: <https://www.patreon.com/>.

Patreon е платформа, която позволява на творците да генерират приходи от работа, като получават постоянна подкрепа от аудиторията си.

Той предлага редица функции, които могат да стимулират растежа на бизнеса. По-долу е представен неизчерпателен списък на функциите, които биха могли да ви помогнат да започнете:

- **Можете да предлагате ексклузивно съдържание:** предлагайте ексклузивно съдържание на поддръжниците си в Patreon, например поглед зад кулисите на творческия ви процес, ранен достъп до нови произведения или специални стоки. Това съдържание може да бъде достъпно за поддръжниците на различни нива на принос.
- **Можете да създадете програма за членство:** създайте програма за членство в Patreon, в която поддръжниците получават изключителни ползи срещу месечна такса. Например вашите поддръжници могат да получават отстъпки за стоки или достъп до ексклузивни събития.
- **Можете да предлагате персонализирани преживявания:** предлагайте персонализирани преживявания на поддръжниците си в Patreon, като например персонални викове, персонализирани произведения на изкуството или индивидуални консултации. Можете да предлагате тези преживявания при различни нива на принос.
- **Можете да организирате сесии с въпроси и отговори:** персонализирани сесии за вашите поддръжници в Patreon, да отговаряте на въпроси за работата си или да предоставяте информация за творческия процес. Тези сесии могат да се провеждат редовно като начин да се ангажирате с поддръжниците и да им предоставите стойност. Помислете и как можете да използвате сесиите с въпроси и отговори, за да разберете какво искат клиентите, изпробвайте мини фокус групи.
- **Можете да стартирате кампании за групово финансиране:** използвайте Patreon, за да стартирате кампании за групово финансиране на конкретни проекти или инициативи. Вашите поддръжници могат да допринасят за кампанията и да получават награди в зависимост от размера на приноса си.

Като използвате тези функции, можете да използвате Patreon, за да генерирате приходи и да изградите общност от поддръжници около работата си.

Краудфъндингът като възможност за финансова подкрепа

Като цяло малките предприятия/организации или самостоятелните предприемачи, работещи в културния и творческия сектор, могат да се възползват от груповото финансиране като начин за финансова подкрепа на дейностите. Краудфъндингът е метод за набиране на средства от голям брой хора, обикновено чрез онлайн платформи.

Съществуват много платформи за групово финансиране, но някои от най-популярните 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 "всичко или нищо", което означава, че проектите трябва да постигнат целите 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 набиране на 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 аудиторията. 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. Важно е да проучите и сравните различните платформи, за да намерите тази, която най-добре отговаря на конкретните ви нужди. Каквато и платформа за групово финансиране да изберете за подпомагане на дейността си, уверете се, че използвате нейните функционалности, тъй като те могат да предложат много.

Например:

- **Можете да стартирате кампания за групово финансиране за конкретен проект:** независимо дали сте предприятие/организация или самостоятелен предприемач, платформите за групово финансиране могат да се използват за набиране на средства за конкретни проекти, като например за създаване на филм или издаване на книга. Например, предложете награди на подкрепящите, като ексклузивни стоки или ранен достъп до финализирания продукт.
- **Можете да организирате събитие за набиране на средства:** като фирма/организация или едноличен търговец организирате събитие за набиране на средства и използвайте групово финансиране, за да събирате дарения от хора, които не могат да присъстват лично. Събитието може да бъде популяризирано в социалните медии - предложете екстри на хората, които даряват, като например предоставяне на достъп до ексклузивно творческо съдържание или стоки.
- **Можете да използвате груповото финансиране като система за предварителни поръчки:** като предприятие/организация или едноличен предприемач груповото финансиране може да се използва като начин за предварителна продажба на продукти, като например нов албум или книга. Помислете за предлагане на отстъпки или ексклузивни привилегии на хората, които допринасят за кампанията, създавайки усещане за изключителност и собственост.
- **Можете да стартирате повтаряща се кампания за групово финансиране:** като предприятие/организация или самостоятелен предприемач можете да стартирате повтарящи се кампании за групово финансиране чрез платформи като Patreon или Kickstarter, където хората могат да правят месечни вноски в подкрепа на текущи проекти. Това може да осигури постоянен поток от приходи и да помогне за финансовото обезпечаване на работата в дългосрочен план.
- **Можете да използвате групово финансиране за покриване на оперативни разходи:** като предприятие/организация или едноличен предприемач груповото финансиране може да се използва за покриване на оперативни разходи, като например наем, комунални услуги и заплати. Помислете за предлагане на 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 предприятие/организация или на самостоятелен предприемач, работещ в културния и творческия сектор, е WordPress. Тя може да предложи много и има много предимства. Например WordPress е проектиран така, че да бъде удобен и лесен за използване дори сначинаещи потребители.

Интуитивният му интерфейс улеснява създаването и управлението на съдържание, без да са необходими широки технически познания. Той предлага широка гама от теми и пългини, които ви позволяват да персонализирате външния вид и функционалността на уебсайта си според конкретните ви нужди. Можете да добавяте функции като интеграция на социални медии, форми за контакт и електронна търговия. Това може да ви помогне да увеличите видимостта на вашите услуги.

Освен това WordPress е оптимизиран за търсачките, което улеснява доброто класиране на вашия уебсайт 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 сте самостоятелен предприемач, WordPress може да е точният инструмент, който да ви помогне да се развивате. Не на последно място, WordPress е софтуер с отворен код, което означава, че е свободен за използване и персонализиране.

Макар че може да се наложи да плащате за хостинг и първокласни теми/пългини, WordPress все пак е рентабилен и ефективен начин за създаване и управление на уебсайт.

Ако не се чувствате уверени в използването на WordPress, можете да започнете с изучаването на основите. Инвестирайте известно време, за да проучите как работи. В интернет има много безплатни уроци, които ще ви помогнат да създадете и управлявате 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 пългини. Можете също така да разгледате 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 опознаете WordPress, можете да го използвате за целите на бизнеса си. По-долу можете да намерите някои идеи:

- **Обмислете възможността да продавате продукти с помощта на WordPress:** като фирма/организация или едноличен търговец можете да използвате WordPress, за да създадете онлайн магазин и да продавате продукти като книги, произведения на изкуството или стоки. Можете да използвате плъгин като WooCommerce за обработка на транзакциите и управление на инвентара.
- **Помислете за предлагане на услуги:** като фирма/организация или самостоятелен предприемач можете да използвате WordPress за популяризиране и предлагане на услуги, като например консултации, графичен дизайн или планиране на събития. Може да използвате плъгин като Gravity Forms, за да създадете персонализирана форма за контакт, с която потенциалните клиенти да се свържат.
- **Приемане на дарения:** като фирма/организация или едноличен търговец можете да използвате WordPress, за да приемате дарения от поддръжници. Използвайте плъгин като GiveWP, за да създавате персонализирани формуляри за дарения и да управлявате повтарящи се дарения.
- **Публикуване и печелене от съдържание:** като фирма/организация или самостоятелен предприемач обмислете използването на WordPress за публикуване и печелене от съдържание, например публикации в блогове, подкастове, музика или видеоклипове. Можете да използвате плъгин като AdSense, за да показвате реклами на сайтовете и да получавате приходи от кликанията.
- **Проучете възможността за предлагане на членство:** като фирма/организация или едноличен търговец обмислете възможността да използвате WordPress, за да предлагате членство на поддръжници, като им осигурите изключителен достъп до съдържание, събития или други предимства. Може да използвате плъгин като MemberPress за управление на нивата на членство и достъпа до съдържание.

- **Qualtrics.com:** <https://www.qualtrics.com/free-account> Представява уебсайт, в който можете да създадете акаунт и да изготвите лесни за използване въпросници за обратна връзка с клиентите. Анкетите могат да бъдат проектирани да работят на персонални 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> Можете да използвате DALLE E2 open ai, за да генерирате безплатни за използване, оригинални, безплатни изображения в различни стилове. Давате текстови входни данни и изображенията се генерират от нулата, свободни са за изтегляне и използване и няма да нарушат авторските ви права. Чудесни са за уебсайтове, плакати, флаери и 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
- Пространството: <https://www.thespace.org/>
- StageTEXT: <https://www.stagetext.org/>

За ServiceDigiCulture

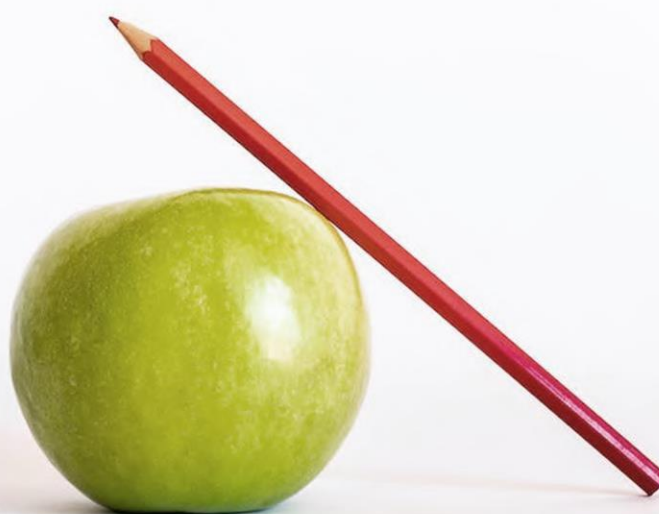
Инструментариумът ServiceDigiCulture, обучението, наръчниците и ръководството за прогнозиране са разработени в рамките на проект, финансиран по програма "Еразъм+" на Европейската комисия, озаглавен "Дигитални и устойчиви иновации за услуги в културните и творчески сектори".

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.

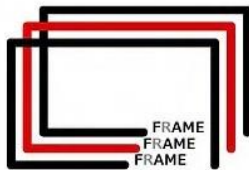
Областите на уменията на ServiceDigiCulture се фокусират върху иновациите и създаване на услуги, превръщането на услугите в продукти, които да се доставят на клиентите в новото общество след COVID-19, използването на цифровизацията и стратегическото предвиждане за справяне с всички бъдещи предизвикателства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



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

ServiceDigiCulture

Дигитални и устойчиви иновации за
услуги в културните и творчески
сектори 2020-1-FI01-KA227-ADU-092663

@Всички права запазени, ServiceDigiCulture, 2021

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.

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