

Uusi aalto

Palvelukokemuksen kehittäminen Merikeskus Vellamossa

ALUSTUS

Merikeskus Vellamo on Suomen hienoimpia museokohteita. Ollakseen kiinnostava myös tulevaisuudessa Merikeskus Vellamo kehittää aktiivisesti palvelujaan ja muun muassa keskuksen päänäyttelyt tullaan uusimaan lähivuosina.

Merikeskus Vellamossa on tehty palvelumuotoilukartoitus, jota täydentämään Pentagon Design Oy:ltä on tilattu ulkopuolisen asiantuntijan näkemyksen kiteyttävä työsuunnitelma. Työsuunnitelmassa on kuvattu näyttelykokemuksen kehittämistä 10 toimenpide-ehdotuksen kautta. Työsuunnitelma kohdistuu Merikeskus Vellamon asiakkaiden palvelukokemuksen kehittämiseen näyttelyissä. Työsuunnitelma painottaa erityisesti museokävijän näkökulmaa, mutta huomioi myös palvelun tehokkaan ja tarkoituksenmukaisen tuottamisen näkökulman.

Työsuunnitelma on tarkoitettu hyödynnettäväksi näyttelyiden uudistamishankkeiden suunnittelussa sekä niihin liittyvien ratkaisujen määrittelyssä ja suunnittelussa.

Hanketta ovat tukeneet Cursor Oy, Kaakko135.fi, seudun kehittämissrahasto ja Euroopan aluekehitysrahasto.



Euroopan unioni
Euroopan aluekehitysrahasto

Vipuvoimaa
EU:lta
2007-2013

 cursor

 Kymenlaakson Liitto
Maakunnan kehityksen kärjessä

 **KAAKKO135°**
HYVÄN TUULEN RANNIKKO

10 TOIMENPIDEALUETTA

1. Vierailijakierto selkeäksi

2. Perusopasteet kuntoon

3. Digitaalisen ulottuvuuden lisääminen

4. Näyttelyiden korostaminen

5. Näyttelykonseptien kirkastaminen

6. Näyttelykerronnan yhtenäistäminen

7. Mobiiliratkaisut näyttelykerronnan osaksi

8. Elämyksellisyyttä teknologialla

9. Osallistava kehittäminen

10. Vellamo – standardit

1. Vierailijakierto selkeäksi

NYT

Vierailijan on hankala hahmottaa rakennusta kokonaisuutena ja ymmärtää näyttelyiden kiertosuunta.

Näyttelyiden sisällä suositeltava kierto on pyritty havainnollistamaan (esimerkiksi lattiateippaukset SMM:n päänäyttelyssä), mutta museo kokonaisuuden kiertoa ei ole kerrottu missään.

Vaihtuvia näyttelyitä on hankala löytää, ne tuntuvat irralliselta osalta verrattuna muihin näyttelyihin.

Pääsisäänkäynti ei hahmotu vierailijalle selkeästi.

Kuinka auttaa vierailijaa hahmottamaan missä hän on ja miten näyttelyssä tulisi liikkua?

TOIMENPITEET

Selkeyttä ja kerro museokierto. Kerro kävijöille selkeästi miten museokokonaisuus on tarkoitus kiertää: Mistä suositellaan aloitettavan, missä näyttelyiden sisäänkäynnit sijaitsevat, mistä kierros jatkuu jne. Reitti voidaan kertoa kartan, nuolien, numeroinnin tai muiden ohjaavien elementtien avulla.

Korosta pääsisäänkäyntiä. Nosta pääsisäänkäynti voimakkaammin esiin opasteella (esim. pylonomainen ratkaisu oven vieressä), näytöllä tai ikkunateippauksilla.

Vahvista vaihtuvien näyttelyiden asemaa. Yleisen museokierron selkeyttämisen lisäksi tuo tiloihin opastavia elementtejä (esim. julistepintoja, opasteviittoja, opastavia näyttöjä), jotka ohjaavat vaihtuviin näyttelyihin ja kertovat tarjonnasta. Kohenna takakäytävän viihtyisyyttä ja vahvista vaihtuvien näyttelyiden ilmeitä (katso kohta 4.).

Paranna tilajärjestelyjä. Pyri ohjaamaan vieraat aina yhden sisäänkäynnin kautta näyttelyyn. Jos sisäänkäyntejä on kaksi varmista että näyttely avautuu niiden kummankin kautta. Vähentämällä vaihtoehtoisten reittien määrää saadaan kiertoa selkeytettyä.

Selkeyttä perusopasteet. Katso kohta 2.

HYÖTY

”Kaikki tuli nähtyä ja näyttelyissä oli helppo kulkea.”

REFERENSSI

9/11 Museum

9/11 museon maan alla sijaitsevat näyttelytilat ovat epätavallisuudesta huolimatta helppo hahmottaa ja kulkea.

Arkkitehtuuri ohjaa museon kiertoa esim. rampilla, jota pitkin näyttelyihin astutaan sisään ja sinisellä valaistuksella uloskäynnissä.

Museon ilmaisesta mobiiliapplikaatiosta löytyy interaktiivinen kartta ja valmiiksi tehtyjä kierrosehdotuksia, jotka auttavat museossa kulkemisessa.

Toimivien perusopasteiden merkitys on myös suuri.

Tutustu museoon tarkemmin tästä linkistä:

<https://www.911memorial.org/about-museum>

2. Perusopasteet kuntoon

HAASTE

Asiakaskyselyiden ja suoran palautteen kautta on selvinnyt, että opasteet eivät avaudu vierailijoille.

Opasteet on osittain sijoitettu hankaliin paikkoihin, esim. kaiteisiin ja ovien yläpuolelle.

Opasteiden symboliikka ei aukene kaikille välittömästi.

Käytössä olevat kartat ovat vaikeaselkoisia eivätkä ne ole keskenään yhdenmukaisia.

Kuinka selkeyttää olemassa olevaa opastusta?

TOIMENPITEET

Korjaa ongelmakohdat. Uusi nykyiset perusopasteet hyödyntäen kerättyä asiakaspalautetta. Uudistettavat ja/tai kokonaan uudet opasteet voivat pohjautua arkkitehtitoimiston alkuperäisiin suunnitelmiin, mutta niiden sijoittumista, tekstityyppejä- ja kokoja sekä symboleita tulee tarkastaa asiakaspalautteen pohjalta.

Suunnittele museon kierto ja opastus kokonaisuutena. Yhdistä museon kierron kehittäminen opasteiden uudistamiseen museon näyttelytiloissa. Pohdi minne tarvitaan lisäopastusta, jotta kierto selkeytyy ja tukitilat kuten vessat ja hissit, löytyvät helposti.

Yksinkertaista opaskartta. Museokartta tulee suunnitella havainnolliseksi (esim. 3D-kuvitusta hyödyntäen), sen hierarkia tulee pohtia uudelleen (onko vierailijan esimerkiksi tarpeen ymmärtää että hallinnollisesti Venehalli jakaantuu kahteen osaan?). Samaa karttatyylä tulee hyödyntää jatkossa kaikissa kanavissa.

HYÖTY *”Tuolta löytyy lähin hissi.”*

REFERENSSI

Cooper-Hewitt museon opasteet

Juuri uusitun Cooper-Hewittin museon opasteet ovat näyttävät ja selkeät.

Symboleissa ja kerrosnumeroinneissa leikitellään jättikokoisella skaalalla, joka varmistaa myös sen että niitä ei voi olla huomaamatta

Kerrosopasteet erottuvat selkeästi ja niiden yhteydessä tuodaan esille myös näyttelykohtaiset ilmeet.

Katso Cooper- Hewittin uudet opasteet täältä:

<http://new.pentagram.com/2014/12/cooper-hewitt-reopens-with-graphics-by-pentagram/>

3. Digitaalisen ulottuvuuden lisääminen Vellamo-kokemukseen

HAASTE

Vellamon digitaalinen kerronta ei vastaa nykypäivän vieraan kasvavia odotuksia.

Digitaalisella kerronnalla tarkoitetaan tässä yhteydessä kaikkea digitaalista sisältöä, jota välitetään asiakkaalle eri kanavien kuten nettisivujen, mobiiliaplikaatioiden tai interaktiivisten näyttelyratkaisujen avulla.

Kuinka hyödyntää digitaalista kerrontaa Vellamolle sopivalla tavalla?

TOIMENPITEET

Luo digistrategia. Vellamo tarvitsee vision siitä, miten se hyödyntää digitaalista kerrontaa tulevaisuudessa. Kokoa yhteen asiantuntijoiden ryhmä, jotka auttavat asettamaan tavoitteet Vellamon digitaaliselle kerronnalle ja suunnittelevat mitkä ovat parhaat keinot tavoitteiden saavuttamiseksi.

Maksimoi hyödyt eri kanavissa. Skaalautuvan digitaalisen peruskonseptin ja –ratkaisujen huolellinen suunnittelu tehostaa ja helpottaa toimintaa pitkällä tähtäimellä. Tuotettavaa sisältöä voidaan hyödyntää tehokkaasti niin nettisivuilla, mobiiliaplikaatioissa, audioguideissa kuin näyttelyiden sisällä olevissa digiratkaisuissa.

Paranna kävijäkokemusta. Hyvin toteutettuna digitaalisella kerronnalla tuetaan ja vahvistetaan positiivista kävijäkokemusta. Ennen vierailua sen avulla tutustutaan aiheisiin, vierailun aikana haetaan syventävää informaatiota ja vierailun jälkeen voidaan palata kiinnostaviin aiheisiin.

Syvennä kerrontaa mobiiliratkaisulla. Katso kohta 7.

HYÖTY

”Nettisivujen kautta pääsin melkein kuin virtuaalivierailulle Vellamoon.”

REFERENSSI

Museums and the Web-verkosto

Museums and the Web-sivusto ja konferenssi kerää yhteen museoiden digitaalisen kehittämisen tutkijoita ja tekijöitä.

Sivustoilta löytyy esimerkiksi case-kuvauksia ja tutkimuksia teknologian soveltamisesta eri museoissa.

Erityisen kiinnostavia ovat ”Best of the Web” palkintojen voittajat, joista löytyy todella paljon kiinnostavia esimerkkejä.

Tutustu ”Best of the Web” –voittajiin tästä linkistä:

<http://www.museumsandtheweb.com/best-of-the-web/>

4. Näyttelyiden korostaminen

HAASTE

Kävijän näkökulmasta tietty näyttely on usein pääasiallinen syy tulla vierailemaan museossa.

Vellamon näyttelyt, vaihtuvat ja pysyvät, eivät nouse esille tarpeeksi voimakkaasti. Niillä ei ole erottuvia identiteettejä, ja toisaalta ne eivät myöskään muodosta yhtä harmonista kokonaisuutta.

Näyttelytilassa vieras ei hahmota kunnolla missä näyttelyssä hän kulkee tai mistä näyttely varsinaisesti alkaa.

Kuinka vahvistaa näyttelyiden omia identiteettejä?

TOIMENPITEET

Kerro näkyvästi näyttelyistä. Näyttelyiden tulisi erottua selkeästi omina kokonaisuuksinaan. Niiden visuaalisia ilmeitä ja toisaalta myös konsepteja tulisi kirkastaa (katso myös kohta 5.).

Luo katkeamaton näyttelykommunikaation ketju. Huolehdi että samaa näyttelyidentiteettiä hyödynnetään kaikissa kanavissa (esitteissä, mainoksissa, nettisivuilla, näyttelyelementeissä), jotta ilme säilyy eheänä ja tunnistaminen kanavasta toiseen onnistuu. Hyvä identiteetti toimii myös opasteena museossa.

Luo näyttelyiden identiteettiohjeistus. Ohjeista reunaehdot näyttelyiden ilmeille, visuaalisille elementeille ja niiden suhteelle museon yleisilmeeseen. Huomioi, että näyttelyn identiteetti voi poiketa museon yleisilmeestä ja sen tulisikin erottua siitä tarpeeksi selvästi.

Korosta näyttelyitä, ei museoita. Vierailija hahmottaa museon eri osat näyttelyiden kautta. Viestinnässä kautta linjan tulisi korostaa näyttelyitä, ei niitä hallinnoivia tahoja. Vierailijan ei tarvitse ymmärtää, miten Vellamo hallinnollisesti jakautuu.

HYÖTY

”Tuolla on se näyttely, jota tulimme varta vasten katsomaan.”

REFERENSSI

MoMA:n näyttelyilmeet

MoMA:n perusilmeessä on huomioitu miten näyttelykohtaiset ilmeet tuodaan osaksi visuaalista kerrontaa ja museon viestintää.

Museon ilme muodostaa kehyksen, jonka sisälle eri näyttelyiden ilmeet asettuvat.

Erikoisnäyttelyissä ilme tuodaan korostetun vahvasti esille kaikissa kanavissa kuten esim. nettisivuilla, mainonnassa ja tilan visuaalisissa elementeissä.

Katso linkistä miten MoMA:n näyttelyilmeet sulautuvat museon ilmeeseen:

<http://new.pentagram.com/2009/02/new-work-the-museum-of-modern/>

5. Näyttelykonseptien kirkastaminen

HAASTE

Näyttelyiden ydin ideat ja viestit eivät hahmotu selkeästi vierailijalle.

Käsikirjoituksen punainen lanka ei piirry johdonmukaisen ja selkeänä.

Vaikutelma on usein se, että on pyritty tuomaan mahdollisimman laveasti sisältöä hyvin yleisluontoisen teeman alle.

Kuinka selkeyttää näyttelykonsepteja?

TOIMENPITEET

Kuvaa konseptin ydin idea. Varmista aina, että konsepti on kirkas ja toimiva ennen varsinaisen suunnittelun aloittamista. Hyvä konsepti voidaan tiivistää muutamaan kuvailevaan lauseeseen, jotka välittävät sen ydin idean selkeästi myös työryhmän ulkopuoliselle henkilölle.

Pidä konseptista kiinni. Huolehdi, että suunnittelun edetessä ja eri tahojen kanssa toimiessa konseptin ydin säilyy kirkkaana kaikkien mielessä.

Priorisoi sisältöjä. Priorisoi tärkeimmät asiat ja sisällöt, ja rakenna näyttelyn ydin niiden ympärille.

Varmista idean välittyminen. Muista kertoa myös vierailijalle, mikä on kyseisen näyttelyn ydin ja konseptin punainen lanka. Hyvä paikka tälle ovat esimerkiksi nettisivut ja näyttelyn aloittava orientoiva opaste (katso kohta 6.).

HYÖTY

”Olipa se hieno ja selkeä näyttely!”

REFERENSSI

Outotec Showroom

Outotecin uusi elämyksellinen showroom tuo yrityksen mission - maapallon luonnonvarojen kestävä hyödyntäminen - vahvasti esille.

Dramaattinen tila muistuttaa maanalaista luolaa fasetoituine, mustine seinärakenteineen.

Temaattiset kerrontapisteet, niihin suunniteltu ja tuotettu video- ja animaatiosisältö sekä alkuperäinen äänimaailma mahdollistavat kokonaisvaltaisen kokemuksen.

Katso Outotec showroomin esittelyvideo tästä linkistä:

<http://vimeo.com/112810067>

6. Näyttelykerronnan yhtenäistäminen

HAASTE

Vellamon näyttelyiden kerronta on ajoittain hajanaista ja epäjohdonmukaista.

Osasta näyttelyitä puuttuu kierron alusta selkeä yleiskuvaus, joka alustaa näyttelyn aihetta ja tiivistää sen ydinidean.

Näyttelyissä on sisältöä on välillä häiritsevän laajasti ja sekavasti esillä.

Kuinka varmistaa selkeä ja yhtenäinen näyttelykerronta?

TOIMENPITEET

Vältä informaatioähkyä. Nosta vain tärkeimmät esineet/aiheet esille.

Kerro olennainen jo alussa. Varmista, että jokaisen näyttelyn alussa on orientoiva yleisopaste, joka alustaa aiheen ja kuvaa näyttelyn ydin idean näyttelyn tyylin sopivalla tavalla. Näin vierailija orientoituu heti ensi metreistä lähtien aiheeseen ja sen kontekstiin.

Määrittele minimitaso kerronnalle. Varmista, että jokaisesta näyttelystä löytyy vähimmäistaso tietoa. Minimitalason tulisi pitää sisällään orientoivan yleisopasteen (kts. alla), teemaopasteet (näyttelyn aiheita avaavat opasteet), ja kohdeopasteet (teos/esinekohtaiset opasteet). Kerää määritykset yhteen ohjeistoksi.

Luo hierarkiatasot. Jäsennä kerronta näyttelyssä selkeästi eri tasoihin. Tiivis kuvaus kirjallisesti keskeisimmistä asioista yleis-, teema- ja kohdeopasteissa riittää. Tuo syventävä sisältö esille digitaalisesti ja mobiiliopasteiden avulla.

HYÖTY *”Nyt tiedän tästä aiheesta enemmän.”*

REFERENSSI

MoMa:n virtuaaliset näyttelyt

Moniin MoMa:n näyttelyihin pääsee tutustumaan myös interaktiivisten nettisivujen kautta, joissa pyritään välittämään sama kokemus ilmeen, kerronnan ja sisältöjen kautta kuin paikan päällä vieraillessa

Museossa jokainen näyttelykokonaisuus alkaa orientoivalla näyttelyopasteella joka kertoo kyseisen näyttelyn taustat ja näkökulmat.

Järjestely tekee museossa navigoinnista helppoa, sillä näyttelyiden aloituskohdat erottuvat selkeästi omien ilmeidensä ja tunnusväriensä ansiosta.

Tutustu MoMA:n virtuaaliseen Matisse-näyttelyyn tästä linkistä:

<http://www.moma.org/interactives/exhibitions/2014/matisse/>

7. Mobiiliratkaisut osaksi kerrontaa

HAASTE

Tällä hetkellä Vellamossa ei ole käytössä audioguidea tai mobiiliopastamisen mahdollistavaa järjestelmää.

Yhä kasvavassa määrin kaikilla kansainvälisesti merkittävillä museoilla on oma tapansa hyödyntää mobiiliratkaisuja osana kerrontaa.

Vellamossa on sisäisesti ongelmakohtaksi tunnistettu luotettavan asiantuntijatiedon puuttuminen siitä, mikä on tulevaisuudessa paras keino kerronnan syventämiselle mobiiliratkaisun avulla.

**Kuinka kehittää
tarkoituksenmukainen ja
käytettävä mobiilisovellus?**

TOIMENPITEET

Toteuta kenttätutkimus. Tilaa/tee selvitys mobiiliopastamisen nykytilasta ja tulevaisuuden suuntaviivoista. Kartoita kansainväliset avainkohteet. Muista, että henkilökohtainen käyttökokemus on oleellista ratkaisuiden arvioinnin kannalta.

Roolita oikein. Pohdi mikä on mobiiliratkaisuiden rooli Vellamon näyttelykokonaisuudessa. Pyritäänkö niiden avulla lisäämään elämyksellisyyttä, antamaan syventävää tietoa tai aktivoimaan vieraita? Huolehdi, että näyttelyn sisällöt ovat selkeät ja mobiilikerronta tukee näyttelyn kokonaiskonseptia.

Älä keskity laitteisiin. Mobiiliopastuksen vaihtoehtoja pohdittaessa tulee keskittyä tarjottavaan palveluun, ei laitteeseen. Kiinnitä huomiota järjestelmän skaalautuvuuteen joustavuuteen, käytettävyyteen, päivitettävyyteen ja ylläpitoon.

Maksimoi yhteensopivuus. Kävijöillä on enenevässä määrin oma älypuhelin taskussa. Suosi sellaisia sovelluksia, jota voi hyödyntää mahdollisimman (esim. omalla mobiililaitteella, museon lainalaitteella tai tabletilla). Tarjoa toimiva vaihtoehto kaikkiin käyttäjärjestelmiin ja pidä huoli että langaton verkko toimii museon kaikissa tiloissa.

HYÖTY

***”Mobiiliopastus omassa puhelimessa oli
hyödyllinen lisä museokierroksella”.***

REFERENSSI

MoMA mobiiliaplikaatio

MoMA:n aplikaatio on ladattavissa vierailijan omaan iPhoneen ilmaiseksi. Sovellusta voi käyttää myös museossa ilmaiseksi jaettavan audioguiden (iPhone kotelossa + kuulokkeet) avulla.

Näyttelyn opastuksen lisäksi applikaation avulla vierailija voi esimerkiksi tutustua näyttelyn sisältöihin ennen ja jälkeen, kerätä kokoelman omista suosikeistaan ja jakaa vierailunsa sosiaalisessa mediassa.

Tutustu MoMA:n mobiiliaplikaatioon täällä (voit myös ladata sen ilmaiseksi omaan laitteeseesi testattavaksi):

<http://www.moma.org/explore/mobile/iphoneapp>

8. Elämyksellisyyttä teknologialla

HAASTE

Elämyksellisellä teknologialla tarkoitetaan tässä yhteydessä sellaisia näyttelyihin liittyviä elementtejä, jotka hyödyntävät uusimpia teknologisia ratkaisuja. Tästä esimerkkeinä interaktiiviset projisoinnit, elämykselliset kosketusnäyttösovellukset, lisätty todellisuus, hologrammiprojisoinnit jne.

Tällä hetkellä Vellamossa on muutamia elämyksellisiä teknologisia elementtejä käytössä. Osa niistä, kuten esimerkiksi interaktiivinen projisointi ”Virtaa”-näyttelyssä, eivät kuitenkaan liity oleellisesti muuhun näyttelykokonaisuuteen.

Miten lisätä elämyksellisyyttä teknologia avulla?

TOIMENPITEET

Tunnista huippukohdat. Pohdi näyttelyn draaman kaarta. Hyödynnä elämyksellistä teknologiaa niissä kohdissa, joiden tulisi jäädä vierailijan mieleen huippukohtina. Panosta muutamaa huippukohtaan monen pienen lähdön sijaan.

Pidä konsepti kirkkaana. Varmista, että valittu teknologinen elementti tukee kerrontaa ja on tiivisti yhteydessä kokonaiskonseptiin. Vaikka joku asia olisikin mahdollista ja edustaisi uusinta uutta teknologian saralla, se ei välttämättä tue kokonaiskonseptiä.

Muista sisältö. Teknologia mahdollista elämyksellisen kerronnan, mutta ilman sisältöä panostus teknologiaratkaisuihin ja laitteisiin muodostuu huonoksi investoinniksi. Kun suunnittelet uusia teknologiaratkaisuja, niin huomioi myös korkeatasoinen sisällöntuotanto ja sen vaatimat resurssit.

Osallista kävijä. Teknologia mahdollistaa vuorovaikutusta kävijöiden kanssa ja aktivoi vierailijoita. Kun mahdollista, niin sisällytä ratkaisuihin vuorovaikutteisia osioita.

HYÖTY

”Vau - olipa hieno se hylky, jota pystyi katsomaan kännykän avulla oikeasti meren pohjassa!”

REFERENSSI

9/11 Museumin elämyksellinen teknologia

9/11 museossa on keskitytty erityisesti interaktiiviseen digitaaliseen kerrontaan.

Vierailijoita kannustetaan jakamaan oma tarinansa eri medioiden kautta. Museossa on mahdollista esimerkiksi tehdä videonauhoite omasta 9/11 tarinastaan ja jättää terveiset interaktiiviseen vieraskirjaan.

Jatkuvasti päivittyvä datavisualisointi "Through the lens of 9/11" tiivistä animoidulle aikajanelle tapahtumien vaikutuksia aina nykypäivään saakka.

Katso video digitaalisista sovelluksista 9/11 museossa:

<https://www.yahoo.com/tech/technology-brought-the-world-the-news-and-90600061439.html#>

9. Osallistava kehittäminen

HAASTE

Vellamon kehittämisessä asiakaslähtöisyyttä on jo hyödynnetty eri tavoin.

Asiakasraati on todettu hyväksi, mutta melko työlääksi tavaksi tuottaa laadullista tietoa kehittämisen tueksi.

Vaikka kävijäkokemusta pyritään kehittämään systemaattisesti asiakastutkimusten ja palautteen perusteella, uusien sisältöjen kehittämiseen ja ideoimiseen asiakkaat eivät juuri pääse mukaan.

Asiakkaiden lisäksi myös henkilökuntaa ja heidän näkemyksiään olisi hyvä kuulla.

Miten asiakkaita voisi osallistaa kehittämistoimintaan?

TOIMENPITEET

Elämyksellistä osallistuminen. Tee asiakkaiden osallistamisesta elämyksellinen osa näyttelykäyntiä. Pelilliset tavat kerätä palautetta innostavat niitäkin kävijöitä, jotka eivät muuten antaisi palautetta. Samalla palautteen keruusta tulee näkyvä osa museokäyntiä ja se kertoo kävijöille kehittämistoiminnasta.

Tee palaute näkyväksi. Kerää palautetta teknologiaratkaisuilla, jotka mahdollistavat dokumentoinnin automatisoinnin ja tiedon muuttamisen helposti näkyväksi. Datavisualisointi parantaa palautteen ymmärrettävyyttä ja mahdollistaa sen esittelyn näyttelyssä. Myös fyysiset ratkaisut, kuten esim. palauteseinä muistilapuilla, tuovat palautteen heti esille.

Hyödynnä asiakkaita ideoinnissa. Ota asiakkaat mukaan myös uusien näyttelyiden ja sisältöjen ideointiin. Yhteissuunnitteluworkshopt ja kilpailut ovat tehokkaita tapoja synnyttää kokonaan uusia ideoita. Asiakkaita voi hyödyntää myös syntyneiden ideoiden arvioitsijoina.

Visioi yhdessä henkilöstön kanssa. Pohdi yhdessä henkilöstön kanssa millainen Vellamo on 10 vuoden päästä? Konkretisoi ja visualisoi tavoitteet houkuttelevasti yhdessä ammattilaisten kanssa. Kerro visiosta eri sidosryhmille ja Vellamossa kävijöille. Kiinnostavat tulevaisuuden suunnitelmat lisäävät Vellamon kiinnostavuutta ja antavat kävijöille syyn tulla vierailulle uudestaan.

HYÖTY

”Toivottavasti minun ideaani tartutaan!”

REFERENSSI

9/11 Museumin muistojen jakaminen

9/11 museossa on ajatuksena, että yksityiset ihmiset kerryttävät museon kokoelmia omilla tarinoillaan ja muistoesineillään. Näin kokoelma elää ja karttuu jatkuvasti.

Oman tarinansa voi nauhoittaa paikan päällä museossa tai puhelimen välityksellä.

Katso miten vierailijat voivat kartoittaa museon kokoelmia tästä linkistä:

<https://www.911memorial.org/oral-remembrances>

10. Vellamo –standardit

HAASTE

Vellamo mielletään yhdeksi vierailukohteeksi, vaikka sen sisällä on eri tahojen tuottamia näyttelysisäلتöjä.

Jotta kävijälle syntyy yhtenäinen vierailukokemus tulee eri osien toteutusten olla linjassa keskenään.

Tällä hetkellä Vellamon eri näyttelyissä käytetään erilaisia opasteita, kerronnan tapoja ja visuaalisuutta, mikä heikentää yhtenäisen vierailukokemuksen muodostumista. Lisäksi korostetaan liikaa eri toimijoita yhden yhtenäisen Vellamon sijaan.

Miten ohjeistaa yhdenmukainen Vellamo-kokemus?

TOIMENPITEET

Luo Vellamo standardit. Määrittele mistä avainasioista yhtenäinen Vellamo kokemus muodostuu. Pohdi esimerkiksi eri toimijoiden, yhtenäisen yleisilmeen, näyttelyilmeiden, opasteiden, kerronnan ja teknologian roolia. Pidä huoli että määrittelyt ovat linjassa Vellamon tulevaisuuden vision kanssa.

Määrittele toimintatavat. Anna selkeät ohjeet Vellamon tapaan toimia. Kokoa avainkumppanien ja Vellamon edustajista asiantuntijaryhmä, joka seuraa Vellamo-kokonaisuuden yhtenäistä kehittämistä ja esimerkiksi näyttelyiden yhteen sovittamista. Näyttelyitä suunniteltaessa kokoa eri toteuttajatahot yhteen jo prosessin alkuvaiheessa. Näin varmistuu, että kaikki tekijät jakavat saman vision näyttelytoteutuksesta.

Laadi ohjeistot. Graafisen ohjeiston rinnalle on hyvä laatia ohjeistot koskien mm. kerrontaa, näyttelyiden ilmeitä ja teknologian hyödyntämistä. Määrittele myös periaatteet siihen, millä tavalla näyttelyitä hallinnoivat tahot tuodaan esille viestinnässä ja näyttelyissä. Päivitä ohjeistot säännöllisesti niiden pitämiseksi ajan tasalla.

Vältä yliohjeistusta. Ohjeiston rooli on suunnata ja inspiroida toimintaa haluttuun suuntaan, ei jähmettä suunnitteluprosessia ja muodostua esteeksi uusille ideoille.

HYÖTY

”Homma oli helppo toteuttaa hyvän ohjeiston pohjalta”

REFERENSSI

Skype brand book

Brand bookeissa määritellään graafisen ilmeen lisäksi myös kommunikoinnin tyyli ja tavat.

Jotta varmistutaan, että tyyli säilyy samana eri tahojen työstämissä projekteissa, on tärkeää tiivistää perusasiat havainnolliseksi kyseisen brändin henkeen toteutetuksi ohjeistoksi.

Tästä esimerkkinä Skypen brand book, joka on toteutus- ja kuvitustyyliiltään vastaa brändiä.

Tutustu Skypen brand bookiin tästä linkistä:

http://download.skype.com/share/blogskin/press/skype_brand_book.pdf

Kiitos!

Pentagon Design
Vilhonvuorenkatu 11 A 16, FI - 00500 Helsinki
puh. +358 (0)10 843 5500
www.pentagondesign.fi

**PENTAGON
DESIGN**

Hanketta ovat tukeneet Cursor
Oy, Kaakko135.fi, seudun
kehittämissrahasto ja Euroopan
aluekehitysrhasto.



Euroopan unioni
Euroopan aluekehitysrhasto

Vipuvoimaa
EU:lta
2007-2013

 cursor

 Kymenlaakson Liitto
Maakunnan kehityksen kärjessä

 **KAAKKO135°**
HYVÄN TUULEN RANNIKKO