


28 января—01 апреля

2021 года

в рамках программы онлайн-стажировок
АДАПТАЦИЯ: ПРАКТИКИ О ПРАКТИКАХ



Новые идеи для путешествий,
или
**Как найти свое место
на рынке креативного туризма?**

Проектная лаборатория
и серия экспертных онлайн-дискуссий

Организатор:



Оператор:



ЛЕКЦИЯ/ТРЕНИНГ

**УПАКОВКА ПРОЕКТНОЙ ИДЕИ
ДЛЯ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ.
КАК НАЙТИ И ПРЕДСТАВИТЬ
ГЛАВНУЮ ТЕМУ ВПЕЧАТЛЕНИЯ?**

ДАЙДЖЕСТ #5



Упаковка проектной идеи для целевой аудитории. Как найти и представить главную тему впечатления?

25 февраля состоялась лекция/тренинг «Упаковка проектной идеи для целевой аудитории. Как найти и представить главную тему впечатления?» в рамках проектной лаборатории «Новые идеи для путешествий, или Как найти свое место на рынке культурного туризма?», которая продолжает начатую летом 2020 года программу онлайн-стажировок «Адаптация: практики о практиках» для победителей конкурса «Культурная мозаика малых городов и сел» Благотворительного фонда Елены и Геннадия Тимченко и Ассоциации менеджеров культуры.

Задача лаборатории – разработка креативных идей в области туризма для малых городов и сельских территорий, а также выработка эффективных решений, ресурсной базы и запускающих механизмов реализации проектов.

#СПИКЕРЫ



ЮЛИЯ ГРЯЗНОВА

руководитель дирекции стратегии,
исследований и аналитики
АНО «Национальные приоритеты»

#МОДЕРАТОР



**ИННА
ПРИЛЕЖАЕВА**

исполнительный
директор Ассоциации
менеджеров культуры



РУСЛАНА ХАРИТОНОВА

руководитель креативной дирекции
АНО «Национальные приоритеты»

#ПОНЯТИЕ

ЮЛИЯ ГРЯЗНОВА



» #ВИДЕО youtu.be/9RUIEBenmeE

» Как войти в состояние «озарения»/инсайта при придумывании турпродукта? Технология и кейсы.

(1:50)

Термин инсайт (с англ. insight – пронцательность, проникновение в суть, понимание, озарение, внезапная догадка, прозрение) появился в 1925 году, и впервые о нем рассказал Вольфганг Кёлер (Wolfgang Köhler), немецкий психолог, один из основателей гештальт-психологии. С точки зрения психологии инсайт означает результат изучения и осознания действительности, характеризующийся как самое точное и кристально ясное понимание причинно-следственной связи.

В результате тесного переплетения психологии и маркетинга понятие «инсайт» начало активно использоваться менеджерами по маркетингу при разработке продукта или при создании рекламных кампаний. Так появился термин «потребительский инсайт» – истинная мотивация потребителя, его мнения, знания и представления об окружающем мире.

Потребительский инсайт стал инструментом для маркетологов, основой бренда, частью стратегии продвижения товара/услуги, позволяющей выделить продукт компании на фоне конкурентов и добиться успеха.

#ТЕЗИСЫ

ЮЛИЯ ГРЯЗНОВА

(3:45)

» Для того чтобы определить, в чем ваша уникальность, нужно уделить внимание трем основным составляющим:

1

ОПЫТ, который получит ваш гость

Нужно ответить на несколько вопросов:

- кто те люди, которые должны к вам приехать?
- на каком транспорте они к вам приедут?
- какой чувственный опыт получат ваши посетители?
- с кем/чем они встретятся?

2

ЛЕГЕНДА – истории, которые связаны с местом и могут быть интересны вашему гостю

Нужно ответить на несколько вопросов:

- в чем «дух места», его уникальность, особенность?
- какие легенды, мифы, сказки, суеверия, истории, слухи связаны с вашим местом?
- какие тайны и секреты есть в вашем месте?

3

РИТУАЛ – возможность погрузиться в уклад, в образ жизни и в деятельность, отличные от тех, что привычны вашему гостю

Нужно ответить на несколько вопросов:

- какие люди живут в вашем месте?
- какой у них уклад и образ жизни?
- в чем они находят радость жизни?

Необходимо разобрать все эти компоненты и соотнести их с локальными ресурсами и целевой аудиторией. Этот процесс может проходить в несколько циклов, с использованием метода герменевтического круга (циклического объяснения и понимания связанных элементов).

#КЕЙСЫ

ПОДХОД – ОПЫТ 360°

(14:15)

➤ Мало мест, которые могут предложить одно сильное впечатление (опыт), способное полностью удовлетворить посетителя. (Это, например, посещение вулкана, экстремальный рафтинг по горной реке или прогулка с китами.)
Чаще приходится складывать опыт из разнообразных проб, участия и опытов разного свойства.

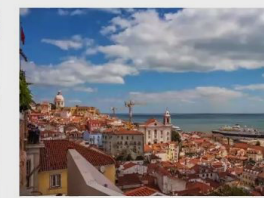
Опыт 360°. «Якоря» Лиссабона



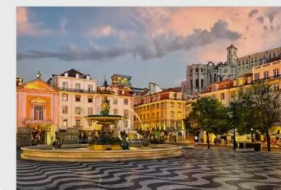
Фуникулеры



Трамвай 28



Старый город и океан



Мостовые



Виньо верде и морепродукты



Фаду

РИТУАЛЫ

(20:29)

- **Проект «Литературное варенье»** разыскал аутентичные рецепты варенья, и усадьбы писателей привлекают посетителей на ритуал изготовления местного варенья. Это и сувенир, и история, и практика, и опыт. См. подробнее litvarenie.ru/

ЛЕГЕНДА + РИТУАЛ

(25:20)

- **Путь Сантьяго (El Camino de Santiago), или путь Святого Иакова** – это паломнический путь к гробнице апостола Иакова в Сантьяго-де-Компостела. Строго говоря, путь исторически не имел единого начала и обязательных промежуточных пунктов: паломник должен был выйти из своего дома и прийти в Сантьяго, однако за столетия сформировались определенные маршруты, обусловленные географическими и политическими причинами, а также желанием паломников посетить другие почитаемые святые места. Артефакты паломника на пути Св. Иакова:
 - Креденсиль (credencial) – паспорт паломника, который дает право ночевать в альберге (приюте) и в котором каждый день проставляются печати по ходу пути (всегда – в приюте, часто – в церквях по дороге, в сезон – даже в сувенирных лавках и ресторанах).
 - Компостела (compostela) – свидетельство о завершении паломничества, которое выдается в г. Сантьяго.См. подробнее vamosasantiago.net

ЛЕГЕНДА + ОПЫТ + РИТУАЛ

(41:02)

➤ **Ельцин-Центр** – общественный, культурный и образовательный центр, открытый в Екатеринбурге в 2015 году, одним из основных объектов центра является Музей Бориса Ельцина, посвященный современной политической истории России и личности первого президента РФ.

Формат: путешествие-сериал по своему прошлому к свободе.

Дополнительные сервисы: арт-галерея, кино-конференц-зал, книжный магазин, кафе, архив, библиотека, парк научных развлечений, коворкинг (созданные в той же логике свободы).

См. подробнее yeltsin.ru



#РЕПЛИКА

ОЛЬГА СИНИЦЫНА



искусствовед, куратор, член Совета партнерства Ассоциации менеджеров культуры, национальный представитель секции Международного комитета образования и культурной деятельности ИКОМ

(54:34)

» «Важно не забывать о ценности современных культурных практик и современного искусства. Во многих странах именно этот фактор стал привлекательным для развития туристических направлений. У нас есть примеры [Николо-Ленивца и Архстояния](#), [Парка птиц «Воробьи»](#) и [коломенского Музея-резиденции «Арткоммуналка. Ерофеев и Другие»](#). Не стоит идти с гордо повернутой назад, в прошлое, головой, надо смотреть вперед».

#ПОЛЕЗНОЕ ЧТЕНИЕ

» [Инсайт: как найти и использовать?](#)

» [Черных А. И. Ритуалы в медиатизированном обществе: препринт; НИУ «Высшая школа экономики». – М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2012. – 56 с.](#)

#ПОНЯТИЕ

РУСЛАНА ХАРИТОНОВА



» #ВИДЕО youtu.be/lvCnKcv9kKk

» Как сформировать опыт гостя территории? Подход «Шесть чувств»

Якорь – за термином «эмоциональный якорь» скрывается конкретный стимул (триггер), запускающий четко определенную эмоциональную реакцию. Якорь привязывает эмоцию радости, воодушевления, раздражения, грусти, отчаяния и т. д. к чему-то – зрительному образу, движению звуку, запаху, и т. д., причем в большинстве случаев люди не осознают этой цепочки.

#ТЕЗИСЫ

РУСЛАНА ХАРИТОНОВА

(5:25)



Подход «ШЕСТЬ ЧУВСТВ»

Принцип: удивить 6 чувств.

Необходимо найти «крючок» – индивидуальный мотив, пробуждающий фантазию, эмоции, воспоминания или любопытство и вызывающий желание что-то попробовать.

Техника:

- короткие описания
- детали
- сравнения
- времена года
- «интернет-приманки» – короткие неоконченные фразы, побуждающие нажать на ссылку и перейти, чтобы дочитать

ВОЗДЕЙСТВИЕ НА ВСЕ 6 ВИДОВ ЧУВСТВ

(9:05)

➤ **ГЛАЗА** Описание ярких зрительных образов, вызывающих эмоциональный отклик.

(13:02)

➤ **УШИ** Описание звуков природы, быта, которые могут вызвать ассоциативные побуждающие реакции.

(16:05)

➤ **ЯЗЫК/ВКУС** Описание вкусовых ощущений, рецептов блюд.

*Вошел: и пробка в потолок,
Вина кометы брызнул ток,
Пред ним roast-beef окровавленный [...]
И Страсбурга пирог нетленный
Меж сыром лимбургским живым
И ананасом золотым.*

А. С. Пушкин, «Евгений Онегин», гл. 16

(18:40)

➤ **НОС** Запахи – это одни из самых сильных триггеров для воспоминаний. Нужно найти и описать ваш уникальный запах, который посетитель сможет запомнить и унести вместе с картинкой или вкусом.

(21:13)

➤ **КОЖА/ ТАКТИЛЬНОСТЬ** Описать тактильные ощущения от места. Обнять столетний дуб, ощутить прохладу реки, разломить корку свежее испеченного калача и т. д.

(24:00)

➤ **ИНТУИЦИЯ** Наш мозг устроен так, что не может понимать незаконченное, поэтому он самостоятельно завершает образ, додумывает мысль, на которую ему намекнули. На этом строятся приемы эмоционального маркетинга.

#КЕЙСЫ

РУСЛАНА ХАРИТОНОВА

- » [10 промороликов разных стран, которые вдохновят вас на путешествия](#)
- » [10 лучших трэвел-видео года](#)
- » [Битва Больших Идей промороликов территорий. Медиапром для туристических дестинаций](#)

#ПОЛЕЗНОЕ ЧТЕНИЕ

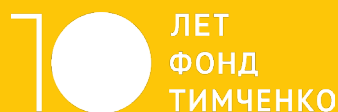
[Подробное руководство по эмоциональному маркетингу.](#)

Маркетолог и предприниматель Ник Коленда придумал, как использовать эмоциональные призывы, чтобы влиять на отношение потребителей к продукту.

#ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

- Материалы программы на сайте «Культурная мозаика» Фонда Тимченко <http://cultmosaic.ru/info/materials/>
- Записи публичных событий программы на странице «Культурной мозаики» в Facebook <https://www.facebook.com/kulturmosaic>
- Телеграм-канал «Культура в действии» <https://t.me/cultpractice> – экспертные мнения, анонсы и новости
- Чат в «ВКонтакте» <https://vk.com/im?sel=c2> – общение участников сообщества, обмен мнениями, дискуссии
- Сайт АМК <http://amcult.ru/articles> – страница информационных и аналитических дайджестов
- YouTube-канал <https://www.youtube.com/user/pramcult/featured> – записи и выступления экспертов событий

ОРГАНИЗАТОР:



БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ ФОНД ЕЛЕНА И ГЕННАДИЯ ТИМЧЕНКО

**CULTMOSAIC.RU | +7 (495) 539 31 76
INFORM@TIMCHENKOFUNDATION.ORG**

РАЗРАБОТЧИК И ОПЕРАТОР ПРОГРАММЫ:



**АССОЦИАЦИЯ МЕНЕДЖЕРОВ КУЛЬТУРЫ
AMCULT.RU | COORDINATOR@AMCULT.RU**

**РУКОВОДИТЕЛЬ ПРОГРАММЫ - ИННА ПРИЛЕЖАЕВА
+7 926 227 2186 INNA-AMCULT@VK.RU**

**PR-КООРДИНАТОР ПРОГРАММЫ - ОКСАНА ВЛАСОВА
+7 926 203 3147 PR.AMCULT@GMAIL.COM**

АНАЛИТИЧЕСКИЙ РЕДАКТОР ПРОГРАММЫ - МАРИЯ КРУПНИК