

# DESIGN AF BESØGSOPLEVELSEN

## Guide til at designe en (mere) tryk gæsteoplevelse i coronatiden

### Hvorfor?

Jeres gæster har brug for at vide og opleve, at I gør alt, hvad I kan, for at passe på dem, når de er hos jer - så de kan koncentrere sig om den kulturelle eller kunstneriske oplevelse, I tilbyder, frem for at bekymre sig om corona.

### Hvad skal du bruge:

- X antal gæster villige til at svare på nogle spørgsmål omkring deres besøg, gerne enten umiddelbart efter besøget eller ganske få dage senere
- Brug evt det medfølgende TryghedsTjek som afsæt for at lave jeres egen spørgeramme
- En medarbejder eller to som er gode til at tale med jeres gæster og villige til at indsamle de nødvendige data
- Den nødvendige tid til at analysere de indsamlede interviews og data og bruge dem til at afdække vigtigste behov OG re-designe brugerrejsen til at dække de vigtigste behov
- Interviewspørgsmål: Hvad skete der før besøget (hvordan besluttede du/i at ville komme, hvem gjorde hvad i planlægning af besøg), hvad skete der under besøget - og efter?



### Sådan gør du:

At designe en mere tryk besøgsoplevelse i coronatiden i praksis kan gøres i følgende tre, forholdsvis enkle steps:

**Spørg jeres gæster om deres oplevelse:** Tag kontakt til udvalgte gæster umiddelbart efter deres besøg og bed dem om at fortælle om hele deres oplevelse undervejs - gerne så detaljeret som muligt - mens interviewer tager så mange noter som overhovedet muligt ift oplevelsens før, under og efter. Hvad skete der først? Hvad gjorde I så? Hvordan oplevede I det? Mød gerne jeres publikum F2F, men det kan også gøres via telefon eller email, som det fungerer bedst for jer. Overvej om du som leder har mulighed for selv at gå forrest og selv lave interviews undervejs.

#### Identifikation af brugernes vigtigste behov (ift corona):

Når I har lavet tilstrækkelig mange interviews med forskellige typer af brugere / gæster, kan I begynde at danne jer et overblik over de største udfordringer og behov hos brugerne i hver fase - og lave en prioritering af, hvilke behov I - på baggrund af interviews - kan se er de vigtigste at tage hånd om i hver af de tre faser.

**Re-design af brugerrejsen:** Når I herefter har et godt overblik over, hvordan jeres gæster / brugere oplever deres besøg med et særligt fokus på corona - kan I tage en fase ad gangen og lave de nødvendige justeringer, tilpasninger eller ændringer...