

Virtuelle akvarel- workshops

Sofie Marie Linde (sofie.linde@smk.dk)



Her er udfordringen og løsningen:

Da SMK måtte lukke dørene i foråret grundet COVID-19, måtte museet nytænke måden hvorpå gæster kunne opleve de tilbud, som SMK har at byde på. SMK overvejede mulighederne for at skabe et digitalt tilbud til gæsterne, men museet havde ikke erfaring med at skabe sådanne digitale oplevelser.

I Kickstart Kulturturismen har SMK udviklet konceptet "SMK Hjemmefra", som består af to produkter: 1) **Digitale introduktioner** til den daværende særudstilling. Dette bestod af en live-præsentation om udstillingen, der gav deltageren indsigt og sætter kontekst på udstillingen. 2) **Digitale akvarelworkshops**, hvor deltagerne havde mulighed for at lære specifikke teknikker, som blev benyttet af kunstnerne bag udstillingen. Museet sendte "krea-kits" med akvarelmaling hjem til deltagerne, således de kan udføre øvelserne efter en kort live introduktion til den aktuelle kunstner.

To målsætninger har styret arbejdet

Målsætning 1: Fastholde og styrke relationen til SMK samt udvide tilbuddet til de nære borgere. I forhold til den ikke-nære geografiske målgruppe var succeskriteriet at øge kendskabet og skabe en relationen til SMK.

Målsætning 2: Få udviklet en ny intern prislogik på SMK, der i fremtiden kan bruges til at prissætte vores arrangementer bedre.

Målgrupperne er både de nære og de fjerne

Målgruppe 1: Kunst- og kulturbrugere på +40 år, bosiddende i hovedstadsområdet, som under coronanedlukningen ikke har haft adgang til museet og dets aktiviteter

Målgruppe 2: Kunst- og kulturbrugere på +40 år, bosiddende i resten af Danmark, som har geografiske barrierer mht. at bruge SMK

Det primære udbytte af forløbet

"Resultaterne har åbnet vores organisations øjne for forretningsmulighederne inden for det digitale område. Vi oplever en stor efterspørgsel efter denne type produkt og kan se, at der er et marked for SMK. Men det kræver ressourcer af videreudvikle området, så det bliver reelt rentabelt."



Et stort potentiale i udviklingen af digitale produkter

”Vi ser et stort potentiale i udviklingen af digitale aktiviteter, der kan supplere museets fysiske aktiviteter. Via digitale aktiviteter kan museet nå langt bredere ud geografisk og dermed blive mere relevant for borgere, der bor langt fra SMK. Digitale aktiviteter giver øget fleksibilitet i forhold til museets fysiske rammer og åbningstider og tilbyder brugere at deltage på mere anonym vis.”



Fremtiden – Hvad er næste skridt?

”En key learning var, at digitale aktiviteter ikke per se skal prissættes lavere end fysiske aktiviteter. I stedet skal vi se på, hvad de forskellige aktiviteter tilbyder af værdi for brugeren. [...] Til sidst fik vi [red.: med hjælp fra en prisfastsættningsekspert] udviklet en model med nogle konkrete spørgsmål, der i fremtiden skal gøre det lettere for os at prissætte et arrangement. [...] Vi kommer til at arbejde videre med udvikling af prissætningsmodellen, så den passer helt til vores organisation. Vi kommer til at evaluere mere på vores priser og forhåbentligt vil dette arbejde også afføde en produktudvikling.”



Hvad synes brugerne?

80% af brugerne svarer, at det er **meget sandsynligt** eller **sandsynligt**, at de vil deltage i lignende digital workshop i fremtiden.

59% svarer at workshoppen har givet dem lyst til at besøge SMK fysisk

47 % finder det digitale ligeså attraktivt som det fysiske

Anbefalingsvillighed: **52%** svarer 10 eller 9, **16%** svarer 7 eller 8 og **32%** svarer 0-6.

Samlet NPS-score = 20

”Brugertesten viste, at deltagerne satte stor pris på at kunne se underviseren ‘over skulderen’ og via kameraet på tegnebordet at kunne følge underviserens metode og proces. Testen viste også, at det i det digitale format er nødvendigt med en klar tidsplan og dagsorden.

Nogle brugere syntes, det var rart at kunne male i eget hjem, så andre ikke kunne kigge dem over skulderen, og så de ikke skulle forholde sig til, hvad andre malede eller andre syntes om deres tegninger. Andre brugere savnede det fysiske rum, men syntes, at det digitale format var et godt alternativ til det fysiske, når det nu ikke var muligt.

Vi fandt også ud af at de var villige til at betale meget mere for workshoppen end hvad vi havde troet.”

Den største udfordring

”Vi havde store tekniske og logistiske udfordringer i forbindelse med afviklingen af [online-] workshoppen. Pakkeudsendelsen fungerede ikke, billethåndteringen med kombi-billetter fungerede heller ikke, og der var mange brugere, som ikke modtog de rette links, pakker og informationer.”