

Für das Visitor Experience Journey Mapping gibt es eine Vielzahl von Methoden, die dabei helfen können, die verschiedenen Berührungspunkte und Erlebnisse der Besucher\*innen systematisch zu erfassen und zu analysieren. Hier sind einige der effektivsten Methoden:

### 1. Personas

- **Beschreibung:** Personas sind fiktive, aber datenbasierte Profile, die repräsentative Besucher\*innen-Gruppen darstellen. Sie helfen dabei, sich in die Bedürfnisse, Erwartungen und Verhaltensweisen unterschiedlicher Zielgruppen hineinzuversetzen.
- **Anwendung:** Entwickeln Sie detaillierte Personas, die verschiedene demografische und psychografische Merkmale Ihrer Besucher\*innen abbilden. Nutzen Sie diese, um die Visitor Journey aus verschiedenen Perspektiven zu betrachten.

### 2. Empathy Mapping

- **Beschreibung:** Ein Empathy Map visualisiert, was eine Persona während der Interaktion mit dem Museum sieht, hört, denkt, fühlt und sagt. Diese Methode fördert das Verständnis für die emotionalen und kognitiven Aspekte der Besucher\*innen-Erfahrung.
- **Anwendung:** Erstellen Sie für jede Persona eine Empathy Map. Dies hilft, tiefere Einsichten in die Gefühle und Gedanken Ihrer Besucher\*innen zu gewinnen, während sie verschiedene Berührungspunkte durchlaufen.

### 3. Customer Journey Map

- **Beschreibung:** Eine Customer Journey Map visualisiert die gesamte Reise der Besucher\*innen, von der ersten Kontaktaufnahme bis hin zur langfristigen Bindung. Sie identifiziert alle Touchpoints und stellt dar, wie diese die Gesamterfahrung beeinflussen.
- **Anwendung:** Zeichnen Sie die Journey der Besucher\*innen in Form einer Karte, die die Phasen der Erhöhten Aufmerksamkeit, Aktivität, Engagement und Bindung abbildet. Identifizieren Sie dabei die positiven und negativen Erlebnisse.

### 4. Touchpoint Mapping

- **Beschreibung:** Diese Methode fokussiert sich auf die Identifizierung und Analyse aller Berührungspunkte (Touchpoints) der Besucher\*innen mit dem Museum. Dabei werden alle Interaktionspunkte entlang der Visitor Journey untersucht.
- **Anwendung:** Listen Sie alle Touchpoints auf, die Ihre Besucher\*innen während ihrer Journey durchlaufen. Bewerten Sie diese hinsichtlich ihrer Effektivität und des Erlebnisses, das sie vermitteln.

### 5. Service Blueprinting

- **Beschreibung:** Ein Service Blueprint ist eine detaillierte Darstellung aller internen Prozesse und externen Interaktionen, die zur Erbringung eines Services führen. Es kombiniert das Mapping der Visitor Journey mit einer Analyse der hinter den Kulissen ablaufenden Prozesse.
- **Anwendung:** Erstellen Sie einen Service Blueprint, um die verschiedenen Besucherinnen-Touchpoints und die damit verbundenen internen Abläufe zu visualisieren. Dies hilft, Verbesserungspotenziale sowohl im Besucherinnen-Erlebnis als auch in den internen Prozessen zu identifizieren.

## 6. Shadowing und Beobachtung

- **Beschreibung:** Beim Shadowing werden Besucher\*innen durch ihre gesamte Journey begleitet und beobachtet, um zu verstehen, wie sie sich durch das Museum bewegen und welche Erfahrungen sie machen.
- **Anwendung:** Begleiten Sie unterschiedliche Besucher\*innen-Gruppen während ihres Besuchs und notieren Sie, wie sie mit den verschiedenen Aspekten des Museums interagieren. Diese direkte Beobachtung liefert wertvolle Einblicke in reale Verhaltensmuster und Herausforderungen.

## 7. Interviews und Umfragen

- **Beschreibung:** Interviews und Umfragen ermöglichen es, direktes Feedback von Besucher\*innen zu erhalten. Diese Methoden helfen, qualitative und quantitative Daten zu sammeln, die das Verständnis der Visitor Journey vertiefen.
- **Anwendung:** Führen Sie Interviews oder Umfragen durch, um die Erfahrungen, Erwartungen und Probleme der Besucher\*innen besser zu verstehen. Fragen Sie gezielt nach den verschiedenen Phasen ihrer Journey und den damit verbundenen Erlebnissen.

## 8. Feedback- und Kummerkästen

- **Beschreibung:** Feedback-Boxen oder digitale Feedback-Tools bieten eine kontinuierliche Möglichkeit, Rückmeldungen von Besucher\*innen zu sammeln.
- **Anwendung:** Stellen Sie an verschiedenen Touchpoints im Museum Feedback-Boxen auf oder nutzen Sie digitale Tools, um Besucher\*innen während oder nach ihrem Besuch um Feedback zu bitten. Dies hilft, kontinuierlich Daten zu sammeln und die Visitor Journey anzupassen.

## 9. Design Thinking Workshops

- **Beschreibung:** Design Thinking ist ein kreativer Ansatz zur Problemlösung, der die Bedürfnisse der Benutzer\*innen in den Mittelpunkt stellt. In Workshops werden innovative Lösungen für identifizierte Pain Points entwickelt.
- **Anwendung:** Veranstalten Sie Design Thinking Workshops, um gemeinsam mit Ihrem Team oder sogar mit Besucher\*innen neue Ideen zu entwickeln, wie die Visitor Experience verbessert werden kann.

## 10. Heat Mapping

- **Beschreibung:** Heat Mapping zeigt auf, welche Bereiche des Museums am meisten frequentiert werden und wo Besucher\*innen am längsten verweilen.
- **Anwendung:** Setzen Sie digitale Tools oder physische Beobachtungen ein, um zu analysieren, welche Bereiche des Museums besonders stark genutzt werden. Dies kann Aufschluss darüber geben, wo wichtige Touchpoints liegen und wo eventuell Optimierungsbedarf besteht.

Diese Methoden lassen sich gut kombinieren, um ein umfassendes Bild der Visitor Experience Journey zu erhalten. Die Wahl der Methoden hängt dabei von den spezifischen Zielen des Mappings und den verfügbaren Ressourcen ab.