

10 Tipps für die Nutzung des Visitor Experience Journey Mapping

First things first

Sagen Sie Ihren Besuchern klar und deutlich, was sie erwarten können. Dann haben Sie auch eine Bewertungsgrundlage für die einzelnen Kontaktpunkte. Da hilft es nämlich, wenn kommuniziert wird, was man wo wie machen kann, soll und darf. Dann kann man auch besser die Nutzung beurteilen. Und: Der erste Eindruck zählt.

People Power

Nutzen Sie das Engagement und die Expertise der Menschen, die in der Institution arbeiten. Etablieren Sie einen regelmäßigen Jour-fixe, auf dem Sie sich dazu austauschen.

Visitor Focus

Entwickeln Sie Veranstaltungen, die auf die Bedürfnisse der Besuchenden zugeschnitten sind. Konzipieren Sie Veranstaltungen mit den Nutzer*innen gemeinsam.

Schritt für Schritt

Definieren Sie bestimmte Themen, die sie hinsichtlich des Verhaltens während des Besuchs genauer in den Blick nehmen wollen (z.B. Öffnungszeiten, Leitsystem, Kinderangebote)

Die Mischung macht's

Analysieren Sie die unterschiedlichen Kommunikationskanäle, über die Ihre Besucher:innen sich informieren. Verteilen Sie Zuständigkeiten und entwickeln Sie Inhalte entsprechend der Kommunikationsroutinen der Nutzer*innen.

Gruppen

Je genauer Sie die Zielgruppe definieren, für die Sie die Visitor Experience Journey aufzeichnen wollen, desto besser lassen sich die Ergebnisse nutzen.

Transfer

Suchen Sie nach konkreten Arbeitssituationen, mit denen Sie Ergebnisse aus der Visitor Journey vergleichen können. Überprüfen Sie Schwachstellen und besinnen sich auf Ihre Stärken.

Strategie

Am erfolgreichsten lässt sich das Visitor Experience Journey Mapping nutzen, wenn es in Veränderungsprozesse eingebunden werden kann und Grundlage für strategische Überlegungen wird.

Visual Thinking

Erstellen Sie für die Visitor Experience Journey ausführliche Poster mit Mind-Maps oder Sketchnotes. Diese können als visuelle Richtschnur prominent aufgestellt werden und für weitere Besprechungen immer wieder genutzt werden.

Wording

Sammeln Sie anhand einer ABC-Liste möglichst viele Schlagworte aus den Beobachtungen zur Visitor Journey. Erstellen Sie eine weitere ABC-Liste zu der Frage: Welche Institution wollen wir sein. Ziehen Sie Verbindungslinien zwischen den beiden ABC-Listen dort, wo Sie Übereinstimmungen erkennen.