

Жизненный цикл клиента в музейном деле

Группа №9

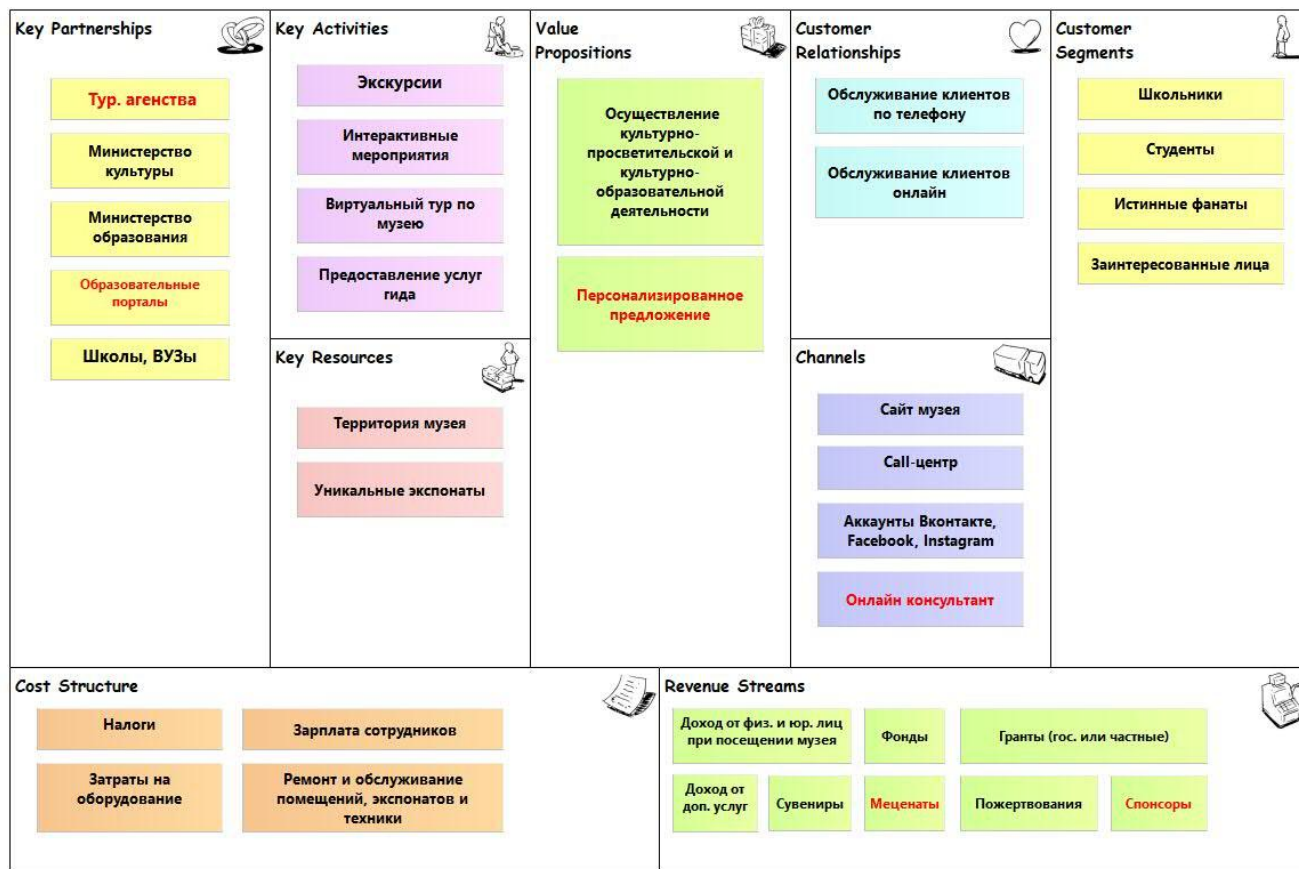
Демирчян Арина
Чувашов Данил
Еремеева Анна
Петросян Вардан

Никифорова Елена
Ефименков Вячеслав
Попков Иван

Почему Болдино?



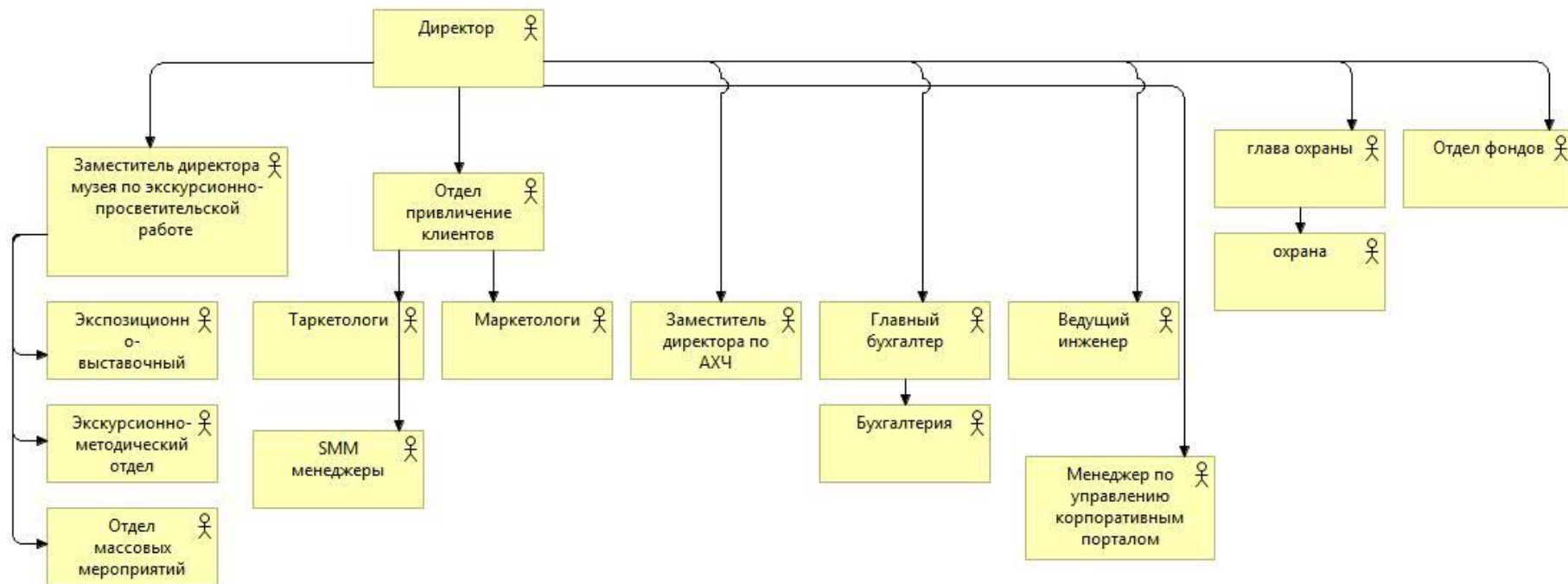
Бизнес-модель “AS IS” и “TO BE”



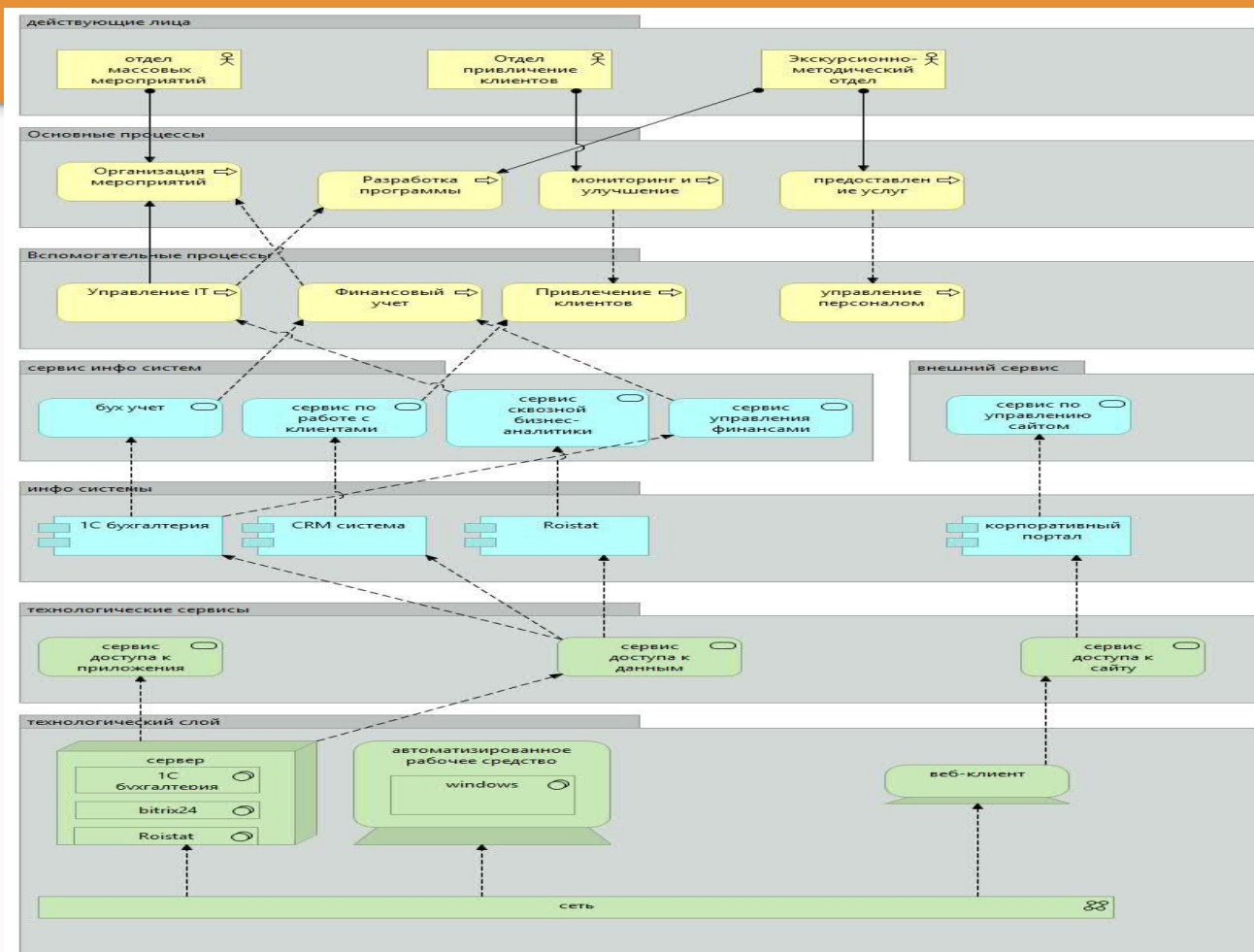
Swot анализ

		Helpful	Harmful
Internal	Internal	<p>Strengths</p> <ol style="list-style-type: none">1. Уникальность предоставляемых услуг2. Бренд (А. С. Пушкин)3. Мультимедийные экспозиции4. Аудиогиды5. Дополненная реальность6. Электронные сенсорные киоски7. Аудиогиды.8. Электронные плазменные панели9. QR-коды10. LinkRay11. VR-шлем	<p>Weaknesses</p> <ol style="list-style-type: none">1. Малая заинтересованность в музеях2. Недостаточное финансирование3. Удаленность от крупных населенных пунктов4. Несовременные инфраструктура и сервисы гостеприимства5. Отсутствие системы навигации6. Отсутствие доступной среды7. Отсутствие условий для иностранных туристов8. Растущая конкуренция на туристском рынке9. Недостаток знаний и навыков10. Недостаточное PR – продвижение музея
	External	<p>Opportunities</p> <ol style="list-style-type: none">1. Нейронная сеть, превращающая текст в стихотворение в стиле А.С. Пушкина2. AR приложение для телефонов	<p>Threats</p> <ol style="list-style-type: none">1. Значительное снижение спроса2. Порча имущества посетителями3. Снижение финансирования

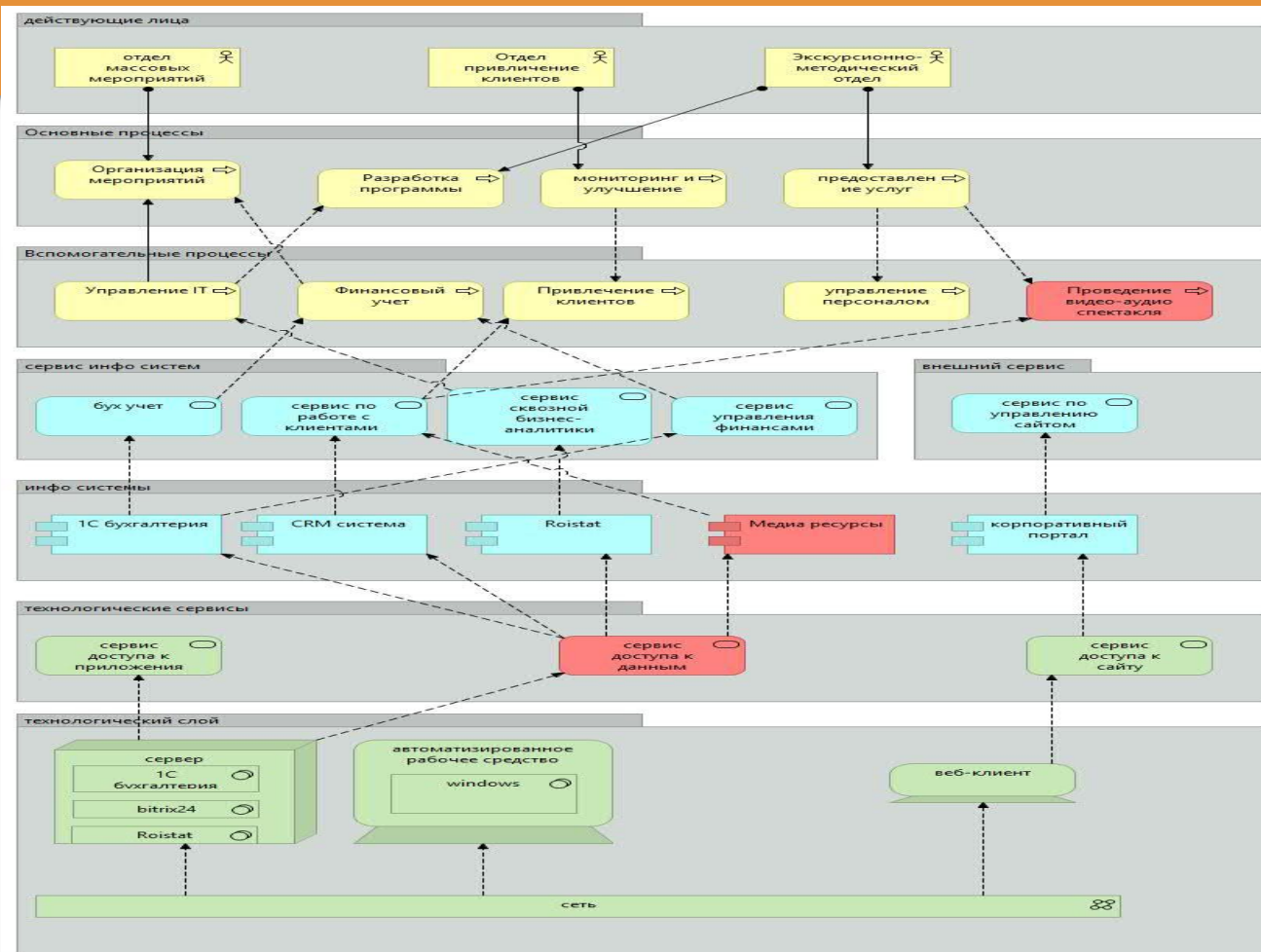
Организационная структура



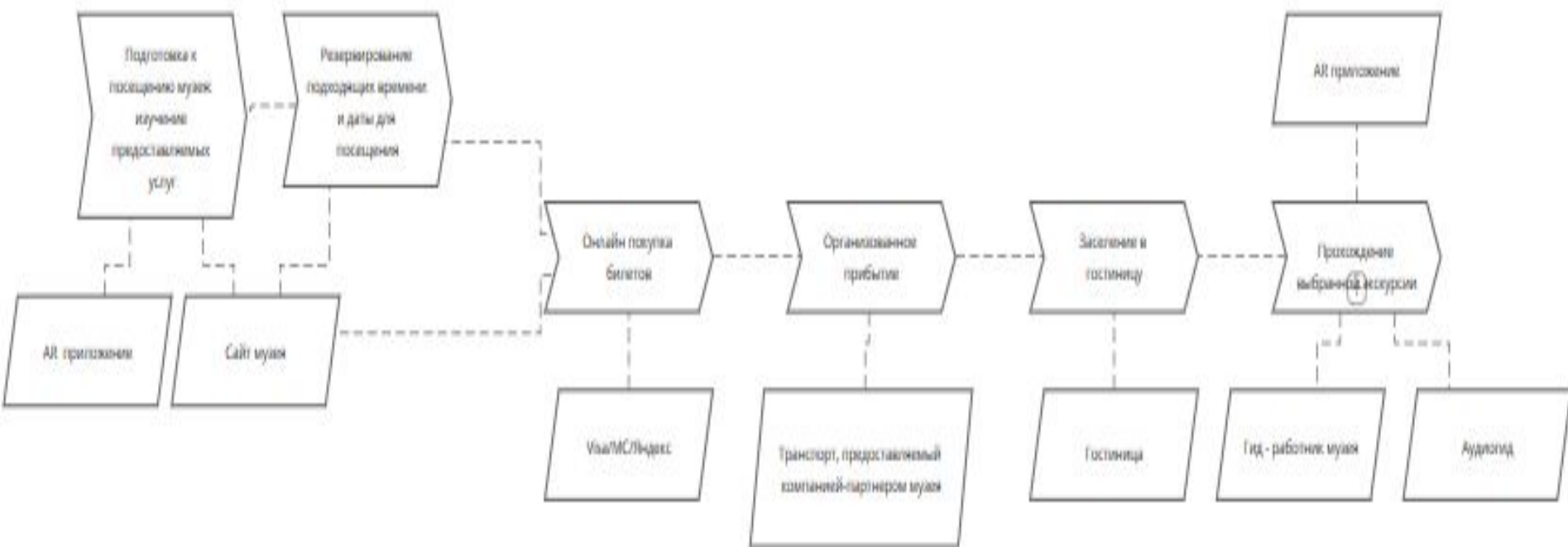
Верхнеуровневая диаграмма текущего состояния



Верхнеуровневая диаграмма целевого состояния



Жизненный цикл клиента



Решение

1. Нейронная сеть, превращающая текст в стихотворение в стиле А.С. Пушкина
2. AR приложение для телефонов
3. Аудио-спектакль - путешествие
4. Сотрудничество с другими музеями Пушкина

Эффекты, которые получит музей

- Увеличение потока клиентов
 - Уникальный опыт
- Повышение рейтинга музея

Спасибо за внимание!