

Музейные коллаборации

ГИМ & 

Коллаборация – это совместная работа с целью достижения взаимовыгодных результатов

Стратегия узнаваемости – создать дополнительный сервис/продукт

Возможности для музея:

- Выйти за пределы своих стен**
- Привлечь новую аудиторию он- и офлайн**
- Показать музей с новой, неожиданной стороны**
- Повысить узнаваемость музея**

Коллаборация – это совместная работа с целью достижения взаимовыгодных результатов

Стратегия узнаваемости – создать дополнительный сервис/продукт

Возможности для партнера:

- Приобщить клиентов/сотрудников к культуре**
- Привлечь новую аудиторию он- и офлайн**
- Предоставить клиентам/сотрудникам новый опыт**
- Показать свою вовлеченность в жизнь общества**

ПОДГОТОВИТЕЛЬНАЯ РАБОТА

- **Подготовьте список мероприятий/выставок/событий в вашем музее**
- **Найдите и проанализируйте какие организации будут интересны вашему музею для дальнейших коллабораций**
- **Сформулируйте задачи и цели, которых музей хотел бы достичь в ходе сотрудничества (привлечение посетителей в целом, привлечение определенного возрастного сегмента, расширение онлайн -аудитории, повышение узнаваемости музея, применение инновационных решений, распределение финансовых вложений и т.д.)**
- **Сформулируйте список опций, которые музей может предоставить партнеру (пригласительные билеты, экскурсии для клиентов/сотрудников компании, совместное мероприятие в музее, посты в соцсетях и т.д.)**

ВАЖНЫЕ МОМЕНТЫ ***что нужно знать:***

- **музей, его историю, персоналии и события, даты и темы общемузейных акций**
- **музейные коллекции**
- **памятные даты, связанные с историей вашего города**
- **праздники и даты, важные для организаций, которые вы выбрали для потенциального сотрудничества (юбилеи компаний, профессиональные праздники и т. д.)**

что лучше НЕ делать, чтобы не получить обратный эффект

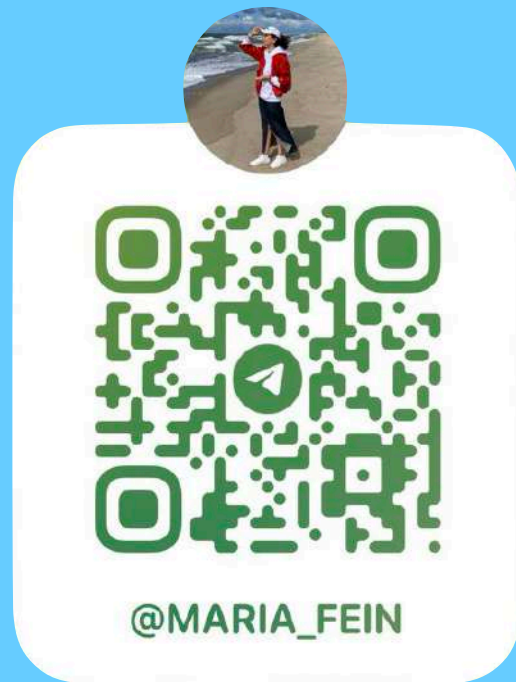
- **«Погоня за хайпом» - коллаборации с организациями, чья репутация может повредить музею. Музей и партнер должны иметь схожие ценности**
- **«Обещать - не значит жениться». Прежде чем вы дадите обещание на предоставление от музея какой-либо опции, проработайте внутри музея возможность ее осуществления**
- **«Больше брендов хороших и.... одинаковых». Нельзя на одном проекте сводить бренды одинаковой направленности, являющиеся конкурентами**

очень важные моменты:

- Уметь быть благодарными. Быть на связи, поддерживать сотрудничество. Не исчезать после окончания проекта**
- Быть гибкими, открытыми к сотрудничеству, работать в команде**
- Соблюдать корпоративную культуру, вежливость в личном общении и переписке**

наши партнерства





Остаемся на связи!
Пономарева Мария
ponomarevamg@shm.ru