

#MuseumWeek

24-30 marzo 2014



Concept

- I musei e le istituzioni culturali lanciano la prima “Museum Week”, la “settimana dei musei” su Twitter
- [#MuseumWeek](#) sarà l’hashtag che gli utenti potranno seguire e che tutti i musei potranno includere nei loro Tweet per partecipare all’evento
- I social media manager (o i responsabili comunicazione) dei musei avranno il compito di gestire l’iniziativa diffondendo così contenuti culturali e interagendo con i più importanti musei di tutta Europa
- Ogni giorno sarà suggerito un tema diverso, anche se ogni museo sarà libero di dar vita al proprio programma personale
- I musei potranno condividere punti di vista diversi, mostrare il ‘dietro le quinte’, coinvolgere direttamente gli utenti di Twitter con quiz e domande, interagire con gli altri musei, e fornire una prospettiva inedita e solitamente inaccessibile al pubblico
- Ma soprattutto, la [#MuseumWeek](#) sarà un evento divertente!



Benefici per i musei aderenti

Comunicazione

- Promuovere i contenuti social del museo e diffondere l'expertise di settore
- Generare copertura stampa attraverso una strategia social innovativa e ad ampio raggio

Marketing

- Stimolare la curiosità del pubblico e in ultima analisi attrarre nuovi visitatori
- Sperimentare e imparare un nuovo approccio social
- Aumentare la propria visibilità anche presso un pubblico più giovane, che usa abitualmente i social media

Community Management

- Creare coinvolgimento attraverso contenuti social creativi
- Attrarre nuovi follower partecipando a un'iniziativa di settore
- Creare una copertura media che possa essere riutilizzata sul sito del museo e nel materiale marketing



Benefici per gli utenti

Discovery

- Scoprire contenuti culturali in un modo nuovo e interessante, grazie all'accesso a prospettiva unica e inedita quali i 'dietro le quinte'
- Entrare in contatto diretto con i musei italiani e internazionali, senza bisogno di uscire di casa o dall'ufficio

Self expression

- Gli utenti saranno incoraggiati non solo a usufruire dei contenuti ma anche a interagire attivamente con il museo
- Potranno inoltre condividere la propria opinione, retwittare i contenuti preferiti, scoprire nuovi contenuti culturali

Human connection

- Gli utenti potranno interagire direttamente con i responsabili di alcuni fra i più importanti e amati musei d'Europa
- Potranno altresì aggregarsi sulla base di interessi comuni, stringendo nuove relazioni
- I musei potranno mostrare agli utenti una prospettiva 'umana' mai vista prima



I temi suggeriti

24 marzo - La giornata tipo

25 marzo - Metti alla prova la tua conoscenza!

26 marzo - Racconta la tua storia

27 marzo - Le mura dell'arte

28 marzo - Chiedi all'esperto

29 marzo - Le mura dell'arte

30 marzo - I vincoli stimolano la creatività



I temi suggeriti

24 marzo - La giornata tipo

- Un “Tweet report” sulla giornata tipo all’interno del museo
- Live-tweet da parte di un dipendente, in stile documentaristico: l’apertura delle porte, l’arrivo dello staff, le visite guidate, l’allestimento delle sale...
- Mettere in evidenza i membri dello staff e dare un volto al personale del museo - esperti, mediatori museali, curatori, il digital team ecc...
- Rappresentare il museo come un insieme di professionalità, trasmettendo un’atmosfera decisamente più informale

25 marzo - Metti alla prova la tua conoscenza

- Il social media manager pone domande, propone quiz e indovinelli (uno all’ora/giorno)
- Chi ha dipinto questo quadro? Quale città è ritratta in questo quadro? In che anno è stato dipinto questo quadro?
- Istruire intrattenendo gli utenti e incoraggiando una competizione in termini amichevoli
- Stimolare la condivisione attraverso domande e risposte ai Tweet
- Considerare l’utilizzo di “giveaway”, vale a dire piccoli premi ai vincitori (un ingresso gratuito, una riduzione, ecc...)



I temi suggeriti

26 marzo- Racconta la tua storia

- Fare in modo che gli utenti condividano le loro storie - i musei preferiti, le visite memorabili, opere e artisti più amati
- Concentrarsi su modalità semplici di coinvolgimento degli utenti
- Coinvolgere eventuali noti sostenitori del museo e le loro storie: perché amano il museo?
- Rivolgersi a visitatori, amici del museo, influencers, appassionati d'arte, altri musei, dipendenti del museo

27 marzo - Le mura dell'arte

- Focus sul museo stesso - la struttura, l'architettura, la storia
- Condividere fatti, trivia, immagini storiche, aneddoti dalla storia del museo
- Mettere in rilievo le “gemme” nascoste del museo - le stanze, le decorazioni, le peculiarità
- Chiedere agli utenti di condividere le foto di se stessi (selfies) all'interno del museo

28 marzo - Chiedi all'esperto

- Coordinare un Twitter Q&A con un esperto del museo (ad es. il curatore) il quale potrà parlare della collezione attuale o del museo in generale. Iniziare la raccolta di domande a inizio settimana per poi rispondere il 28.



I temi suggeriti

29 marzo - Le mura dell'arte

- Focus sul museo stesso - la struttura, l'architettura, la storia
- Condividere fatti, trivia, immagini storiche, aneddoti dalla storia del museo

30 marzo - I limiti incoraggiano la creatività

- Sfidare gli utenti a essere creativi in 140 caratteri, stimolare il coinvolgimento attivo del pubblico
- Ad esempio, chiedere agli utenti di 'ricreare' i loro quadri preferiti e twittarne un'immagine, oppure immaginare (e twittare) un nuovo titolo per opere storiche e famose, riassumere un periodo artistico in 140 caratteri o con un video Vine, vestire i panni di una guida e descrivere una collezione attraverso un Tweet o un Vine



Grazie!

@twitter_it

