

UNIVERSEL

**LA TRANSFORMATION NUMÉRIQUE DU
BRITISH MUSEUM.**

1759



2013



2030



NOTRE VISION: ACCOMPLIR NOTRE MISSION FONDATRICE (2030)

Dans les cinq prochaines années, nous trouverons comment le faire.

Portée:



Relation:

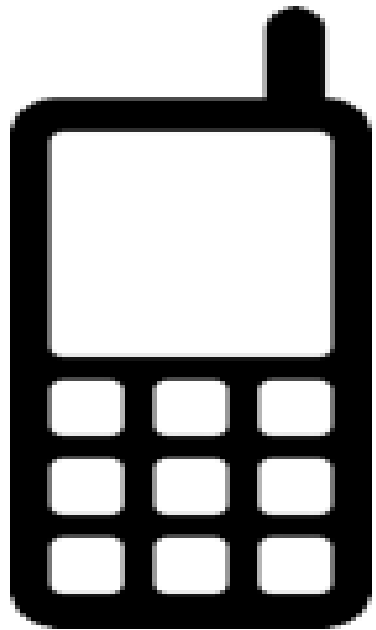


Revenus:



NOTRE DÉFI POUR 2020

Accroître notre portée, nos relations et nos revenus comme autant de jalons dans l'accomplissement de notre mission fondatrice.



+



+

1100
1010
0101

NOTRE DÉMARCHE

Utiliser les portables, les réseaux sociaux et les données ouvertes pour créer un écosystème composé des publics, des contenus, du commerce, du marketing et des services.

Marketing:



Réseaux
Sociaux



Site Web



Courriel

Commerce:



Magasins



billetterie



Plateformes
e-commerce

Contenu:



Diffusion et
Publication



Recherche dans les collections
et contenus de recherche



Medias / activités in-situ
et visites mobiles

Services:



Services pour les membres



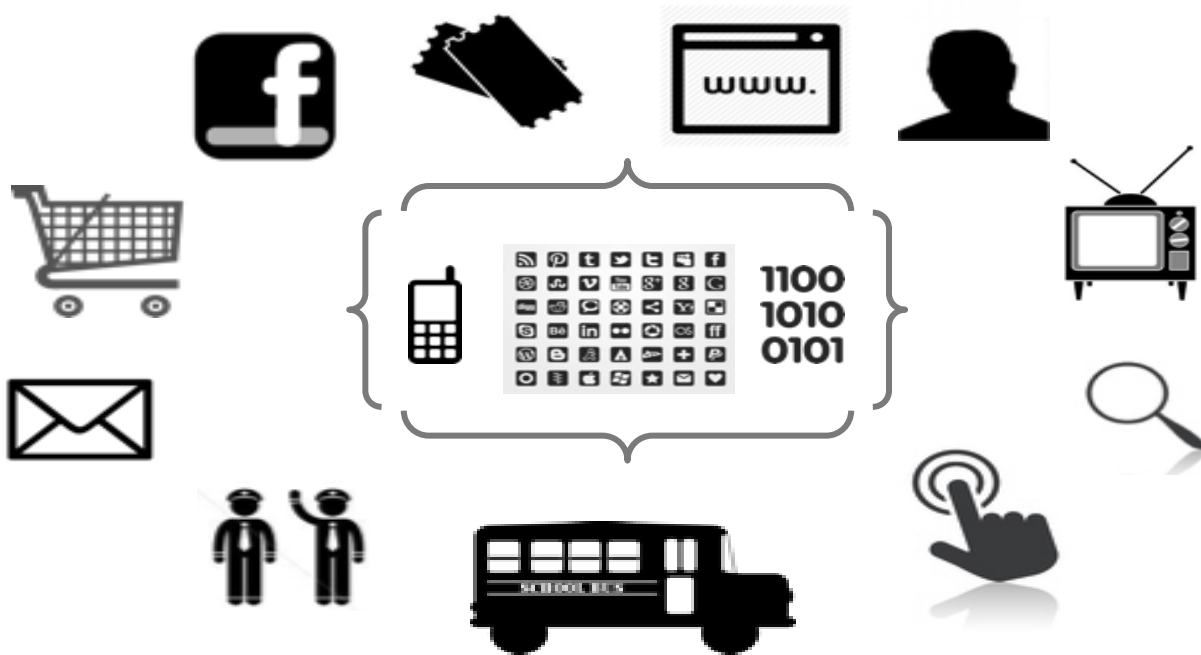
Événements et
Education



Services visiteurs et clients

D'OÙ NOUS VENONS: UN SYSTÈME TRÈS FRAGMENTÉ MAIS AVEC DE FORTS ATOUTS...

... mais aucune visibilité sur la façon dont les publics s'impliquent et s'engagent avec nous,
dans les différentes composantes du système global



OÙ NOUS ALLONS: UNE EXPÉRIENCE MULTI-CANAUUX

Dans laquelle le portable, les réseaux sociaux et les données ouvertes unifient l'implication de nos publics, nous permettant de leur offrir précisément ce dont ils ont besoin au moment où ils en ont besoin



PAR OÙ NOUS COMMENÇONS: LE PORTABLE

La barrière s'effondre entre le public visiteur et le public qui ne visite(ra) jamais le musée



ORGANISATION DE LA VISITE: SAISIR VOS DEUX CHANCES DE CONVERTIR VOTRE PUBLIC

Prêter attention à l'effet entonnoir !



EXPÉRIENCE DANS LE MUSÉE: NAVIGATION EN TEMPS RÉEL

Ou, être perdu n'est pas une expérience existentielle !



EXPÉRIENCE DANS LE MUSÉE: FAVORISER LES CONDITIONS DE LA SURPRISE ET DE L'ÉTONNEMENT

Ou, attacher une plus grande valeur au divertissement et au jeu en même temps qu'à l'éducation et à la compréhension.



EXPÉRIENCE DANS LE MUSÉE: FAVORISER LA CRÉATION ET LA CURATION PAR LE PUBLIC

Une opportunité pour un dialogue constructif, une chance pour le public de répondre.



#MUSEUMSELFIE

« L'art est-il devenu la toile de fond des selfies? »

Une expérience exaltante en 2014 est devenue un phénomène en 2015



MUSEUMCRAFT

Socialiser l'expérience du musée. Développer des idées ludiques pérennes



OPEN DATA ET LE DÉFI DE VALEUR

Découvrir ce que le public peut faire (ainsi, nous n'avons pas à le faire)



SCAN 3D

Un nouveau type de contenu créé par l'utilisateur. Une nouvelle façon de créer des opportunités de partenariats.

Quelqu'un veut nous rejoindre?