



SZLAK KOPERNIKOWSKI

WIRTUALNY PRZEWODNIK

AUTORZY ROZWIĄZANIA

Aleksandra Brodowska | Kamil Filimonow
Patrycja Kalisz | Klaudia Korol
Wiktoria Nowak | Aleksandra Pieczuajtis
Anna Przybyszewska | Magdalena Wrońska

LUTY 2021

ZESPÓŁ

TWORZĄCY ROZWIĄZANIE



ALEKSANDRA
BRODOWSKA

Moderator zespołu
Pasjonatka mediów
społecznościowych.
Zawsze znajdzie
coś, co można
poprawić.
W projekcie
najwięcej frajdy
miała
z projektowania
prototypu.



KAMIL
FILIMONOW

Absolwent
pierwszego stopnia
analizy i kreowania
trendów,
Kontynuuje naukę
w tym kierunku.
Interesuje się
procesem
twórczym,
Z zamiłowaniem
muzyk.



PATRYCJA
KALISZ

Uwielbia pracę w
zespole oraz dba
o panującą w nim
atmosferę. Nie boi
się nowych zadań.
Prywatnie
fascynuje ją
sprzedaż i handel.



KLAUDIA
KOROL

W zespole woli
stać na uboczu,
ale stara się
wykonać swoją
pracę zawsze na
110%. Kocha
kuchnię roślinną,
zwierzęta i zajęcia
kreatywne.



WIKTORIA
NOWAK

Z zawodu hotelarz.
Pasjonatka
nowoczesnych
technologii.
Zawsze stara się
szukać
innowacyjnych
rozwiązań danego
problemu.



ALEKSANDRA
PIECZUŁAJTIS

Aby sprawnie
pracować, musi
mieć jasno
wyznaczone
zadanie. Dobrze
czuje się gdy
pracuje z ludźmi.
Lubi zwierzęta
oraz podróże.



ANNA
PRZYBYSZEWSKA

Absolwentka
turystyki
i rekreacji,
obecnie
studentka analizy
i kreowania
trendów.
Kocha podróże,
zwierzęta i dobrą
muzykę.



MAGDALENA
WROŃSKA

Absolwentka
kognitywistyki.
Uwielbia
kreatywną pracę
i tworzenie
projektów
graficznych.
Zachwyca ją
piękno natury
i zwierzęta.

KLIENT

Przed rozpoczęciem współpracy z klientem postanowiliśmy dowiedzieć się trochę więcej na temat Szlaku Kopernikowskiego. Rozpoczęliśmy od przyjrzenia się informacjom na temat Szlaku dostępnym w internecie - na portalach społecznościowych i stronach internetowych. **Poszukiwaliśmy mocnych i słabych stron istniejących już rozwiązań oraz doświadczeń i opinii użytkowników.**

Strona Internetowa

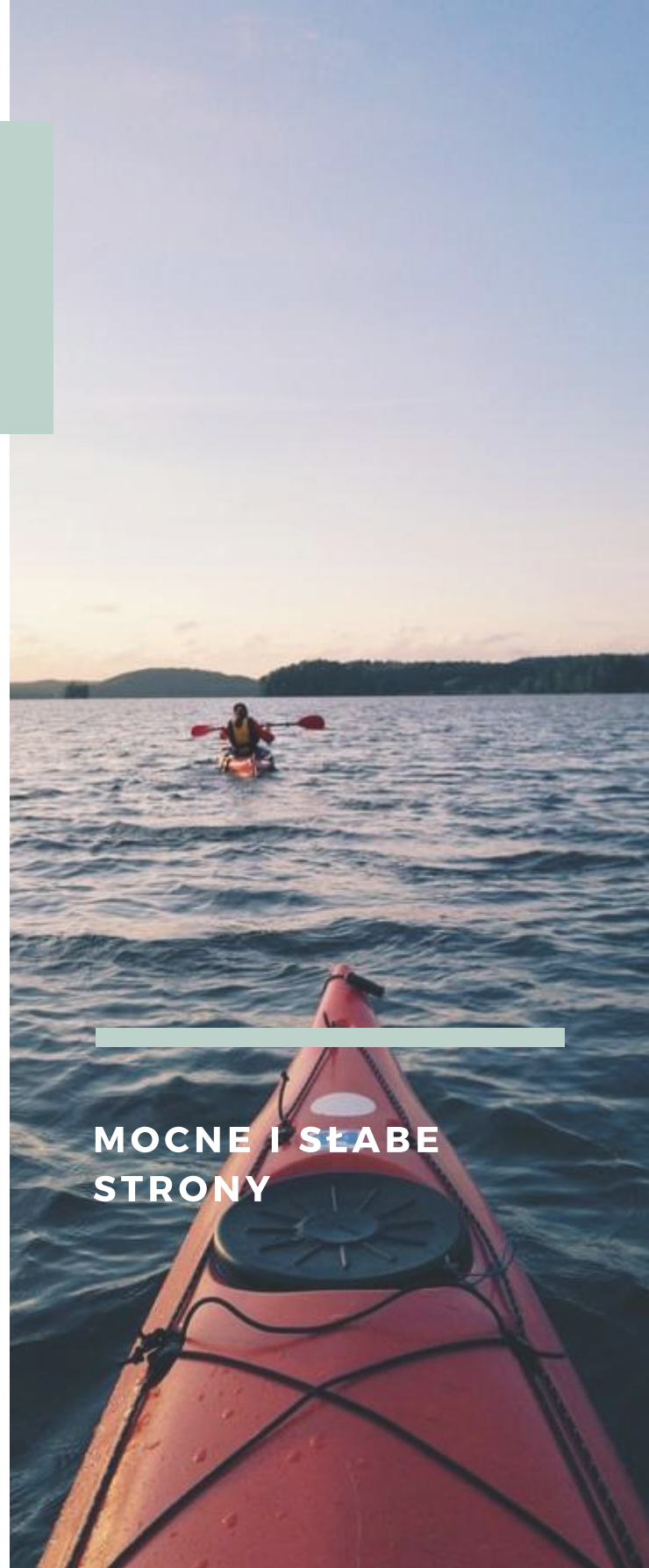
Strona startowa Szlaku Kopernikowskiego jest zaprojektowana w przejrzysty, minimalistyczny sposób.

Trasa z wyszczególnionymi miejscowościami i ciekawostkami zachęca do przemierzenia Szlaku. Dzięki niej podróż wydaje się "na wyciągnięcie ręki".

Przeglądając stronę można się natknąć na wiele ciekawostek o życiu Kopernika i samym Szlaku. Atutem są odniesienia do rowerowego szlaku Green Velo, sieci Cittaslow oraz Krainy Kanału Elbląskiego. Ukłonem w stronę zagranicznych turystów jest możliwość przetłumaczenia witryny na język angielski.

Poza Facebookiem, brakuje jednak odsyłaczy do innych poświęconych Szlakowi miejsc w sieci.

Cała strona jest dosyć jałowa. Witryna, która jest wizytówką szlaku turystycznego osadzonego wśród malowniczej przyrody i wyjątkowej klasy zabytków, powinna wyraźniej prezentować ich uroki.



MOCNE I SŁABE STRONY

Warto również lepiej wyeksponować dedykowane gry miejskie, które mogą urozmaicić podróże po Szlaku i pomagać w odkrywaniu jego tajemnic. Obecnie gry ukrywają się w zakładce "Multimedia", której nazwa nie przyciąga zainteresowania każdego gościa strony.

Przystugą dla Szlaku Kopernikowskiego mógłby być bardziej marketingowy charakter treści na stronie. Zwrócenie uwagi internautów na to, dlaczego warto wejść na szlak i jakie doświadczenia tam na niego czekają, ma szansę na zwiększenie zainteresowania usługą.

Facebook

Fanpage można pochwalić za dużą ilość publikowanych postów. Podchodzi się tu do zagadnienia Kopernika z wielu stron. Profil może być źródłem informacji o najbliższych wydarzeniach w miejscowościach na Szlaku, a także miejscem na opowieści o przeszłości i czasach wielkiego astronoma.

Na stronie Szlaku na Facebooku brakuje wyróżnionej informacji dla osób stykających się z nim po raz pierwszy. Gdyby chciał sam znaleźć dodatkowe informacje, podlinkowana w profilu została stara strona Szlaku Kopernikowskiego.

Udostępnienia treści z innych stron są często pozbawione komentarza, dlatego może być trudno na dłużej przyciągnąć uwagę niewtajemniczonych turystów.

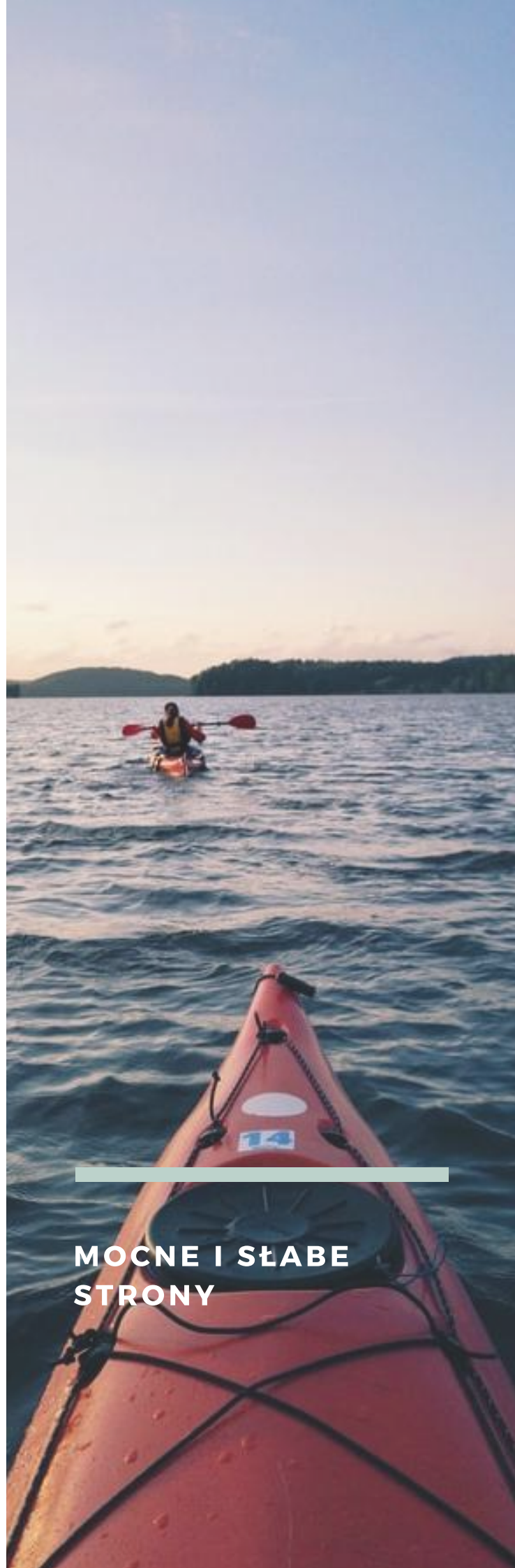
Ogromny potencjał tkwi w sympatykach Szlaku - mogą być jego najlepszymi ambasadorami. Warto zmobilizować ich do aktywności na stronie poprzez tworzenie miejsca na dyskusje oraz dzielenie się wrażeniami, historiami.

Warto sprawdzić które pory publikacji postów będą odpowiadały fanom strony. Niektóre treści były publikowane nawet po 23:00, co z perspektywy budowania jak największych zasięgów w mediach społecznościowych nie działa na korzyść profilu.

Instagram

Jest to obszar w którym można wiele poprawić. Przeglądając profil, odnosi się wrażenie małego zaangażowanie w jego rozwój. Niektóre zdjęcia są bardzo ciekawe, ale nie mają szansy dotrzeć do szerokiego grona odbiorców ze względu na nieużywanie hashtagów, nieoznaczanie lokalizacji.

Warto wziąć pod uwagę wykorzystanie InstaStories. Dzięki nim obserwatorzy profilu częściej będą natrafiać na aktualności związane ze Szlakiem. To także pole do zaprezentowania go z perspektywy prawdziwych ludzi - przewodników, turystów i przedstawicieli instytucji.



**MOCNE I SŁABE
STRONY**

Podobnie jak na Facebooku, brakuje tu interakcji z odbiorcami. Zaangażowanie fanów nie tylko buduje pozytywne relacje i zachęca do ponownego odwiedzenia Szlaku, ale ma dobry wpływ także na wyświetlanie treści innym użytkownikom serwisu.

Zauważalny jest brak strategii promocji za pomocą Instagrama. Posty powinny działać na wyobraźnię potencjalnych turystów poprzez zdjęcia, filmy i ich opisy. Szlak Kopernikowski ma ku temu zasoby, bo fascynująca jest nie tylko osoba Mikołaja Kopernika, ale też zabytki związane ze Szlakiem.

Media

Medialnych publikacji na temat Szlaku nie ma w internecie zbyt wiele. Większość z nich to publikacje w tytułach lokalnych oraz niszowych.

Informacje z różnych portali potrafią być dla niezorientowanego turysty mylące - raz jest mowa o szlaku pieszym, raz o samochodowym. Brakuje wzmianek o szlaku kajakowym czy o powiązanej ze szlakiem usług CopernicoIn.

Treści dostępne na stronach wyświetlanych przez wyszukiwarkę Google dla zapytania "Szlak Kopernikowski" wydają się przestarzałe, przez co nie do końca godne zaufania z perspektywy odbiorcy.

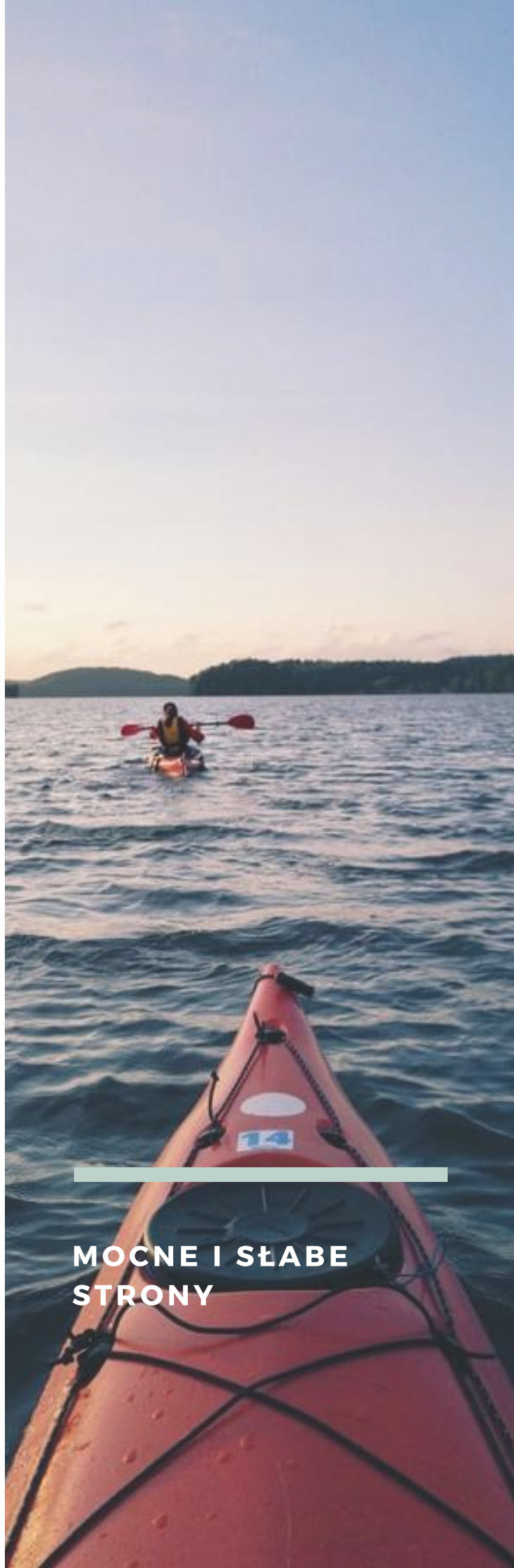
Aby dotrzeć do turystów spoza regionu, warto przyciągnąć uwagę mediów ogólnopolskich. Jednak przed rozpoczęciem takich działań promocyjnych warto przygotować spójną i atrakcyjną bazę informacji.

Atutem Szlaku godnym promowania są również walory przyrodnicze regionu, atrakcyjne dla gości z innych części kraju, a nawet zagranicy.

Fora i blogi turystyczne

Blogerzy wypowiadają się o Szlaku Kopernikowskim pozytywnie. Zwracają uwagę na dobre oznaczenie trasy i okoliczności przyrody na szlaku pieszym.

Można też znaleźć wpisy przybliżające postać Kopernika i jego dziejów w różnych miejscowościach powiązanych ze Szlakiem, a także dostępnych atrakcjach i zabytkach. Jednak podobnie jak publikacje medialne, wiele stron poświęconych turystyce sprawia wrażenie przestarzałych. Z tego powodu nie będą one przydatnym źródłem dla młodych dorosłych.



**MOCNE I SŁABE
STRONY**

KLIENT

Wcześniejsza współpraca

Szukając danych na temat Szlaku Kopernikowskiego, natrafiliśmy na podsumowanie spotkań warsztatowych, które odbywały się we Fromborku i Lidzbarku Warmińskim w 2015 roku. Ich celem była pomoc w określeniu potencjału turystycznego Szlaku.

Niektóre wnioski z dokumentu, odnoszące się do problemów i potrzeb Szlaku, pokrywające się z naszymi ustaleniami:

- Niewystarczająca promocja Szlaku w Internecie
- Brak świadomości powiązania postaci Kopernika z Warmią i Mazurami
- Brak komunikacji między podmiotami na Szlaku
- Brak przepływu informacji i materiałów promocyjnych Szlaku
- Brak ścieżek rowerowych na Szlaku
- Brak powiązań komunikacyjnych na szlaku
- Brak oznaczeń/piktogramów na szlaku

Według naszego zespołu, są to kwestie, którymi należy się zająć w pierwszej kolejności, ponieważ nadal pozostały niedopracowane. Uwzględniliśmy je podczas opracowywania własnych rozwiązań.

Oczekiwania i cele

Po wstępnej rozmowie z przedstawicielami Szlaku Kopernikowskiego (ten etap badań został opisany w dalszej części raportu), wyznaczyliśmy 3 robocze kierunki rozwoju naszego projektu:

- Poznanie potrzeb młodego pokolenia względem Szlaku Kopernikowskiego
- Określenie możliwości działania Szlaku w czasie pandemii
- Stworzenie rekomendacji dotyczących promocji w kontekście roku jubileuszowego 2023



**OCZEKIWANIA
I CELE**

BADANIA

Współpracę zainicjował wywiad przeprowadzony przez członków zespołu projektowego z przedstawicielami Urzędu Marszałkowskiego Województwa Warmińsko-Mazurskiego.

Był on okazją do rozwiania wątpliwości, które pojawiły się podczas przeglądania dostępnych w sieci informacji na temat Szlaku i dowiedzenia się więcej o perspektywie Klienta.

Dowiedzieliśmy się, że:

- utrudnienie stanowią ograniczenia nałożone przez ustawę o samorządzie województwa;
- nie ma jednostki, która zajęłaby się całościową koordynacją Szlaku Kopernikowskiego;
- przez ostatnie kilkanaście miesięcy (w tym z powodu pandemii COVID, ale nie tylko) urwał się kontakt z osobami odpowiedzialnymi za Szlak na terenie innych gmin i samorządów;
- istnieje problem w koordynacji pracy osób odpowiedzialnych za promocję wydarzeń na Szlaku;
- Klient jest otwarty na dostosowanie oferty Szlaku dla pokolenia młodych dorosłych;
- istnieje wrażenie zwolnienia tempa działań na rzecz promocji Szlaku;
- jedną z najbardziej wyrazistych cech Szlaku jest jego autentyczność i rozpoznawalność postaci Mikołaja Kopernika;
- istnieją niejasności co do długości Szlaku, ale wynikają one z różnych sposobów jego przebycia (samochodowy, pieszy, wodny);



**WYWIAD
Z KLIENTEM**

BADANIA

Na potrzeby projektu dokonaliśmy też **Desk Researchu**, czyli badania polegającego na poszukiwaniu funkcjonujących w innych miejscach rozwiązań.

Na ich podstawie przedstawiamy gotowe propozycje, które mogłyby uatrakcyjnić także Szlak Kopernikowski, aby turyści mogli w pełni wykorzystać jego potencjał.

Przykładowe rozwiązania:

1. „Foto spoty” - okoliczności przyrody Warmii i Mazur mogą przyciągnąć amatorów fotografii. Istnieją społeczności, które zajmują się wymianą informacji na temat ciekawych miejsc. Przyroda i zabytki mogą być atrakcyjne m.in. podczas sesji nowożeńców.

2. Zwrócenie uwagi na bezpieczeństwo Szlaku w dobie pandemii - to obecnie najważniejsza rzecz, jeżeli chodzi o aktywność pozadomową. Zwrócenie uwagi na takie rzeczy jak łatwość zachowania bezpiecznych odstępów podczas pieszych wędrówek i możliwość przebycia Szlaku samochodem mogą przyciągnąć turystów z naszego kraju.

3. Zajęcia on-line - ciekawe propozycje zajęć na przykład dla uczniów szkoły podstawowej, np. "żywe lekcje historii", lekcje muzealne z doświadczonymi muzealnikami. To także szansa na urozmaicenie lekcji w dobie pandemii i nauczania zdalnego/hybrydowego.

4. Aktywność bez aktywności, czyli blogowanie - ciągłe zachęcanie do zaglądania na Szlak, dodawanie pojedynczych postów oraz filmików "z życia Szlaku" na blogu (jednoczesne "zabranie" odbiorcy na Szlak i zachęcenie do odwiedzin).

5. Wirtualny spacer - poznanie Szlaku, jego największych atrakcji; zobaczenie najciekawszych miejsc z każdej perspektywy on-line przed odwiedzeniem Szlaku.



DESK RESEARCH

6. Stworzenie przewodnika dla par, w którym zostaną ukazane ciekawe miejsca, zabytki (romantyczne historie danych miejsc). Zostaną w nim wskazane różne możliwe aktywności, wyznaczone miejsca na „mini randki” - np. miejsce na piknik. Po przejściu otrzymanie certyfikatu.

7. Oznaczenia - poprawienie dotychczasowych oznaczeń szlaku, rozszerzenie ich ilości, uszczegółowienie; utworzenie tablic informacyjnych dających dodatkowe informacje o danym odcinku/miejscu.

8. „Na wojnę z plastikiem” - pomysł polega na tym, aby na Szlaku pojawiły się automaty oraz śmietniki, które uczyniłyby go bardziej ekologicznym. Tam, gdzie pojawiają się ludzie, pojawiają się także śmieci. Pomysł wpisujący się w trendy ekologiczne, przyczyniłby się też do pozytywnego PR-u Szlaku.

9. Newsletter - dedykowany przedsiębiorcom działającym w branży turystycznej na Szlaku. Mógłby być źródłem i inspiracją do tworzenia treści zachęcających klientów do jego odwiedzenia.

10. Kody QR - Szlak uatrakcyjniłoby tabliczki z tradycyjnymi opisami i kodami QR, które czytałaby aplikacja.

BADANIA

Dokonaliśmy również **wywiadów pogłębionych** z przedstawicielami trzech określonych wcześniej grup interesariuszy Szlaku: turystów, którzy już odwiedzili Szlak, osoby związane z branżą turystyczną (np. przewodnicy), osoby z branży hotelarsko-gastronomicznej.

Turyści często dowiadują się o Szlaku z Internetu. Doceniają ofertę Szlaku i dostrzegają możliwości uprawianie różnorodnych form rekreacji. Postrzegają go także jako ciekawy **cel rodzinnej i szkolnej wycieczki**. Komplementują miejsca takie jak Frombork. Zachwycają się także **walorami przyrodniczymi**. Uważają, że Szlak powinien być zadbane i atrakcyjny oraz **dostępny dla wszystkich**, gdyż drzemie w nim olbrzymi potencjał.

Przedstawiciele branży turystycznej

zwrócili uwagę, że aby przyciągnąć większą ilość turystów na Szlak należałoby położyć **większy nacisk na jego promocję** - tak, aby każdy wiedział, że taki szlak w Polsce istnieje i gdzie się on znajduje. Warto byłoby także **ulepszyć jego oznakowanie**, a także dodać więcej informacji o nim samym oraz o zabytkach, które się na nim znajdują. Przewodnicy podkreślają duży potencjał w niewykorzystanych **rezerwach turystyki krajoznawczej** (samochodem i autobusem), jak i **kwalifikowanej** - rowerowej, pieszej oraz kajakowej.

Osoba z branży hotelarsko-gastronomicznej

(pojawił się ogólny problem z dostępem do przedstawicieli tej grupy - nie chcieli udzielać wywiadów na potrzeby badań) nie współpracowała do tej pory ze Szlakiem, ale postrzega to za dobry pomysł. Z jej perspektywy przydatne byłyby drukowane materiały, które można byłoby pozostawiać w pokojach gości. Rozmówca zaproponował też newsletter dla przedsiębiorców, dostarczający aktualności na temat Szlaku, które mogłyby być wykorzystane w bieżącej promocji obiektu i Szlaku.



WYWIADY
POGŁĘBIONE

INTERESARIUSZE

KLIENTA/ROZWIĄZANIA

KIM SĄ INTERESARIUSZE PROJEKTU?

To wszystkie osoby mające związek ze Szlakiem Kopernikowskim (w mniejszym bądź większym stopniu). Nasz zespół projektowy dokonał podziału na interesariuszy wewnętrznych i zewnętrznych.

INTERESARIUSZE WEWNĘTRZNI

Do grupy bliskich (wewnętrznych) osób mających związek ze Szlakiem zaliczyliśmy m.in. turystów (rowerzystów, pieszych, biegaczy, samochodowych, zagranicznych, „z przypadku”), którzy **odgrywają główną rolę w życiu Szlaku Kopernikowskiego**. To oni są „odbiorcami” Szlaku.

Kolejnymi interesariuszami są Urzędy Miast, jak również szkoły, biura podróży, a także wypożyczalnie sprzętów.

Bliscy interesariusze mają duży wpływ na to czy i jak żyje Szlak.

INTERESARIUSZE ZEWNĘTRZNI

Grupa zewnętrznych interesariuszy jest bardzo różnicowana. To m.in. uczestnicy festiwali odbywających się w okolicy, lokale gastronomiczne, mieszkańcy regionu, twórcy strony internetowej Szlaku, przewoźnicy, wypożyczalnie sprzętów do rekreacji/hulajnóg elektrycznych oraz Szlak Green Velo, a także Szlak Św. Jakuba.

Uwzględniliśmy również Regionalne Organizacje Turystyczne i Lokalne Organizacje Turystyczne.

Ta szeroka grupa ma luźniejsze związki ze Szlakiem, ale odgrywa rolę w kreowaniu wizerunku Szlaku Kopernikowskiego i ma wpływ na jakość oferowanych usług.

Lokale gastronomiczne i hotele po nawiązaniu bliżej współpracy mogłyby zostać włączone do grupy interesariuszy wewnętrznych.



MAPA EMPATII

Mapa empatii to narzędzie badawcze, które pozwala na dokładne przeanalizowanie doświadczeń klientów/użytkowników Szlaku Kopernikowskiego. Na podstawie przeprowadzonych wywiadów pogłębionych opisanych we wcześniejszej części raportu (s. 10) wychwyciliśmy zagadnienia pojawiające się w wywiadach.

Dokonaliśmy podziału doświadczeń turystów odwiedzających Szlak na cztery kategorie, które umożliwiają lepsze zrozumienie ich potrzeb i problemów oraz tego, co im się podoba.

Co widzą?

Podróżując Szlakiem towarzyszy im **piękna przyroda** i ciekawe miejsca. Momentami gubią się, bo trafiają na miejsca nie do przejścia i urywające się oznaczenia szlaku. Informacje o zabytkach oraz przebytych dystansie wyszukują na własną rękę.

Co słyszą?

W **poszukiwaniu informacji o Szlaku korzysta z różnych opcji**: Instagram, GPS, strona Szlaku Kopernikowskiego, aplikacja na smartfonie.

Ufają danym i lubią mieć do nich dostęp, ale trafiają na niejednoznaczne informacje o Szlaku.

Szukają więc **opinii znajomych** im osób. **Mało kto mówi o Szlaku** i związanym z nim CoperniCoinie (o którym niewiele się wie).

Nie zagłębiają się szczegółowo w informacje zawarte na stronie Szlaku Kopernikowskiego, **czytają to, co „samo do nich dotrze”** (np. w mediach społecznościowych albo na pierwszej stronie wyszukiwarki internetowej).



MAPA EMPATII

Co myślą?

Po przemierzeniu Szlaku zyskują **nowe doświadczenia** i wrażenia o podłożu kulturowym.

Czują, że **chcieliby powrócić na Szlak** ze znajomymi lub z rodziną, a nawet pokonać Szlak inną formą transportu (np. rowerem).
Oczekiwaliby jednak lepszej trasy rowerowej, by móc zrealizować swoje plany.

Chętnie **pozostaliby dłużej** na Szlaku, gdyby przyciągnęły ich wydarzenia.

Są turystami **lubiącymi spędzać aktywnie czas**, dlatego też marzą o prostym przewodniku, który umożliwiłby zebranie wszystkich potrzebnych informacji w jedno miejsce, umożliwiając organizację czasu/wycieczki.

Co mówią?

Ważni są dla nich rodzina i znajomi oraz wspólne spędzanie czasu, więc **planują kolejne wyjazdy**.

Uważają, że jest to ciekawe miejsce szczególnie dla **pasjonatów architektury i zabytków**. „Przyroda na Szlaku jest fajna, ale zaniedbana” oraz „ważny jest jednoznaczny komunikat” – w kontekście oznakowania Szlaku i informacji wyszukanych w Internecie.

Nie wiedzą, ile osób odwiedza Szlak Kopernikowski, ale chwalą zróżnicowane usługi przewoźników.

W Szlaku Kopernikowskim tkwi ogromny potencjał zasobów. Niepodważalną zaletą są **wysokiej klasy zabytki**, zapewniające wysokiej jakości wrażenia kulturowe. Dużą zaletą jest **możliwość aktywnego wypoczynku** na Szlaku oraz ogromny **potencjał przyrodniczy**, który jest nie do końca okiełznany. Należałoby także zwrócić uwagę na stan i jakość **oznakowań turystycznych**, aby zapobiec dezinformacji panującej na Szlaku. Istniejącym i wyraźnym problemem są spore braki informacyjne i brak przewodnika w Internecie, zapewniającego rzetelne informacje i dostęp do nich "pod ręką".

PERSONY

Persona to profil modelowego użytkownika, dla którego projektujemy rozwiązanie.

Imię i nazwisko: Mikołaj Kwiatkowski
Wiek: 24 lata
Wygląd: wysportowany, smukły, wysoki, opalony, brunet,
Wykształcenie: mgr AWF- w trakcie
Wykonywana praca: pracuje dorywczo na basenie jako ratownik
Rodzina: singiel, wynajmuję stancję ze starszym bratem



MŁODY SPORTOWIEC

Mikołaj jest młodym aktywnym mężczyzną, który ma dynamiczną osobowość, lubi wyzwania, nie lubi nudy, jest wytrwały w dążeniu do określonych celów oraz jest osobą ambitną.

Jest pasjonatem zdrowego trybu życia. Obecnie studiuje, lecz w wolnych chwilach lubi spędzać czas aktywnie; interesuje się piłką nożną i jazdą na rowerze. Posiada uprawnienia ratownika, ma kartę pływacką.

Lubi odkrywać nowe ciekawe miejsca. Mikołaja fascynują także nowe aplikacje, gadżety ponieważ jest osobą która lubi ułatwiać sobie życie, nie potrafi rozstać się ze swoim smartfonem i sądzi, że najlepiej byłoby gdyby wszystko było smart.

Mikołaj ma problem z organizacją czasu i przestrzeni. Szybko się frustruje dlatego lubi gdy wszystko jest gotowe i działające, jeśli coś nie działa prawidłowo to z tego nie korzysta.

Z chęcią przemierzy szlak ponieważ lubi nowe wyzwania-chciałby przemierzyć szlak rowerem, potrzebuje zmiany otoczenia jednak ze względu na prace i studia nie ma czasu by jechać gdzieś dalej, jest znudzony obecnymi trasami, które przemierza, ponieważ zna je na pamięć.

PERSONY

Imię i nazwisko: Mirosław
Wiek: 50 lat
Wykształcenie: wyższe
Wykonywana praca: inżynier
Rodzina: żona, 2 dzieci, pies



STARSZY KRAJOZNAWCA

Mirosław jest wesołą, pogodną, bardzo rodzinną osobą. Lubi nowe wyzwania a do życia podchodzi „na luzie”.

Interesuje się historią, motoryzacją, lubi jeździć na rowerze i niekiedy wybrać się na ryby.

Mirosław nie ma problemu z obsługą komputerów bądź smartfonów, jednak sceptycznie podchodzi do CoperniCoina.

Odczuwa frustracje podczas leżakowania nad morzem, dlatego stara się zachęcić swoją rodzinę do aktywnego wypoczynku. Chętnie korzysta z przewodników.

Był na szlaku w latach 80. Obecnie planuje na niego wrócić ponieważ w trakcie pandemii chciałby poznać lepiej swój kraj, interesuje go jego historia i ciekawostki.

PYTANIE GENERATYWNE

Jak moglibyśmy pomóc
aktywnym turystom,
entuzjastom podróży
i rekreacji, zaspokoić
potrzebę dostępu do
kompleksowej
informacji o Szlaku - tak,
by w pełni skorzystali z
jego potencjału?

IDEACJA

Ideacja to etap, który skupia się na tworzeniu jak największej liczby pomysłów, również tych potencjalnie niewykonalnych. Konieczne było tu wyjście przez nas poza standardowe rozwiązania, bo w tym przypadku ilość pozwala stworzyć jakość.

Po przeprowadzeniu burzy mózgów metodą 6-3-5, udało nam się wyróżnić pomysły, które można przyporządkować do jednej z trzech kategorii.

Są nimi:

- **Pozyskiwanie informacji** – pomysły, które pomogłyby turystom w pozyskiwaniu informacji o Szlaku Kopernikowskim zarówno przed odwiedzeniem go, jak i w trakcie podróży.
- **"Na Szlaku"** – sugestie wprowadzenia nowych rozwiązań na Szlaku, dzięki którym zostałby on uatrakcyjniony, a przemieszczanie po nim ułatwione.
- **Wydarzenia** – propozycje aktywności kulturalnej na Szlaku - wydarzeń jakie mogłyby się odbyć oraz pomysłów na ich promocję

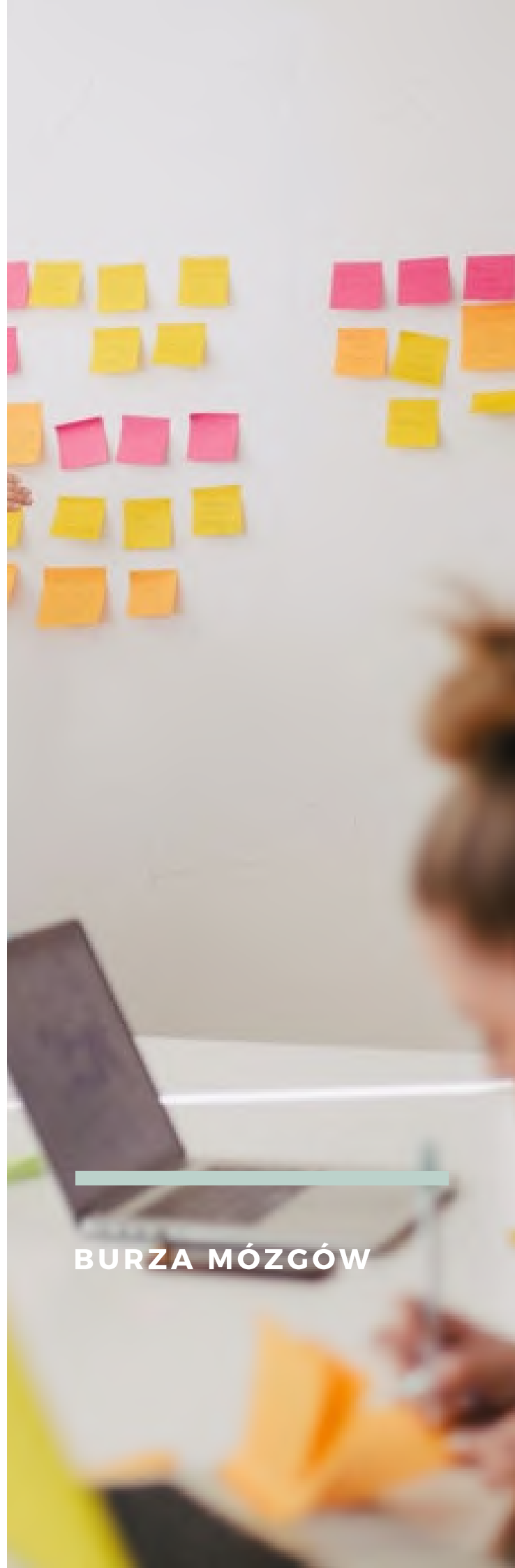
Pozyskiwanie informacji.

1. **Zwiększenie widoczności Szlaku Kopernikowskiego w mediach społecznościowych.** Aktywność prowadzona w konsekwentny sposób, nakierowana na daną grupę odbiorców np. aktywni turyści. Rozwiązaniem byłaby również aktywna reklama sponsorowana, która pozwoli na dotarcie do szerokiego grona odbiorców.



BURZA MÓZGÓW

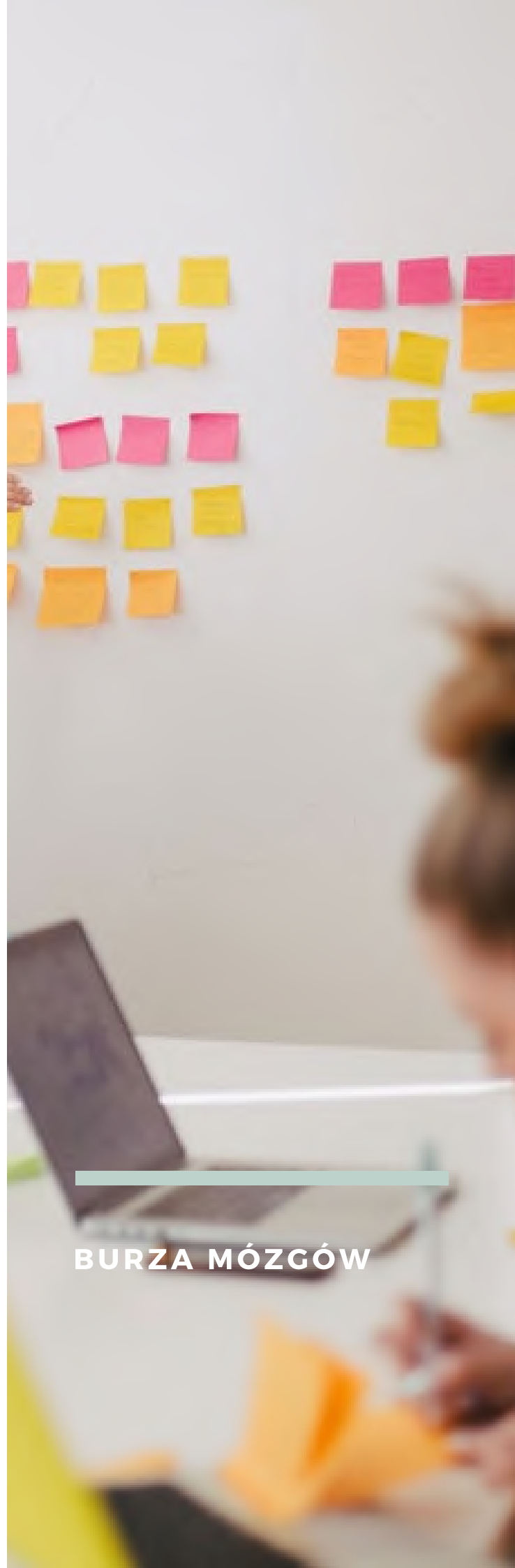
2. **Nawiązanie współpracy z osobami podróżującymi, które są aktywne w mediach społecznościowych.** W ramach współpracy tworzyliby przewodniki po Szlaku, w oparciu o własne doświadczenia. Rozwiązaniem dla tego typu pomysłu byłaby również aplikacja związana ze Szlakiem. Uczestnicy mogliby przesyłać swoje gotowe trasy wraz ze zdjęciami, opisami oraz formą ich przebiegu.
3. **Interaktywne tablice informacyjne** pozwalające na bezpośredni dostęp do informacji podczas pobytu w danym miejscu. Tablice z możliwością zmiany języka w trosce o turystów zagranicznych. Stworzone w sposób zrozumiały dla dorosłych i dla dzieci.
4. **Zwrócenie uwagi na konkretne zabytki, które znajdują się na Szlaku.** Ich opis, historia na stronie Szlaku, w aplikacji. Aby ułatwić dostęp do informacji proponujemy utworzenie kodu QR o danym zabytku. Po zeskanowaniu kodu użytkownik w szybki sposób pozyskałby informacje na temat obiektu, w pobliżu którego się znajduje.
5. **Stworzenie aplikacji,** która zawierałaby informacje ze strony internetowej Szlaku i miała połączenie z mediami społecznościowymi. Pozwoliłoby to na dostęp do wszystkich informacji w jednym miejscu.
6. Stworzenie oryginalnej **sieci lokali gastronomicznych, punktów noclegowych i atrakcji.** Współpraca z podmiotami będącymi już na rynku. Przedsiębiorstwa stworzyłyby sieć, która ułatwi turystom dotarcie do Szlaku.
7. Rozszerzenie możliwości korzystania z **CoperniCoina jako kryptowaluty.**



BURZA MÓZGÓW

"Na Szlaku"

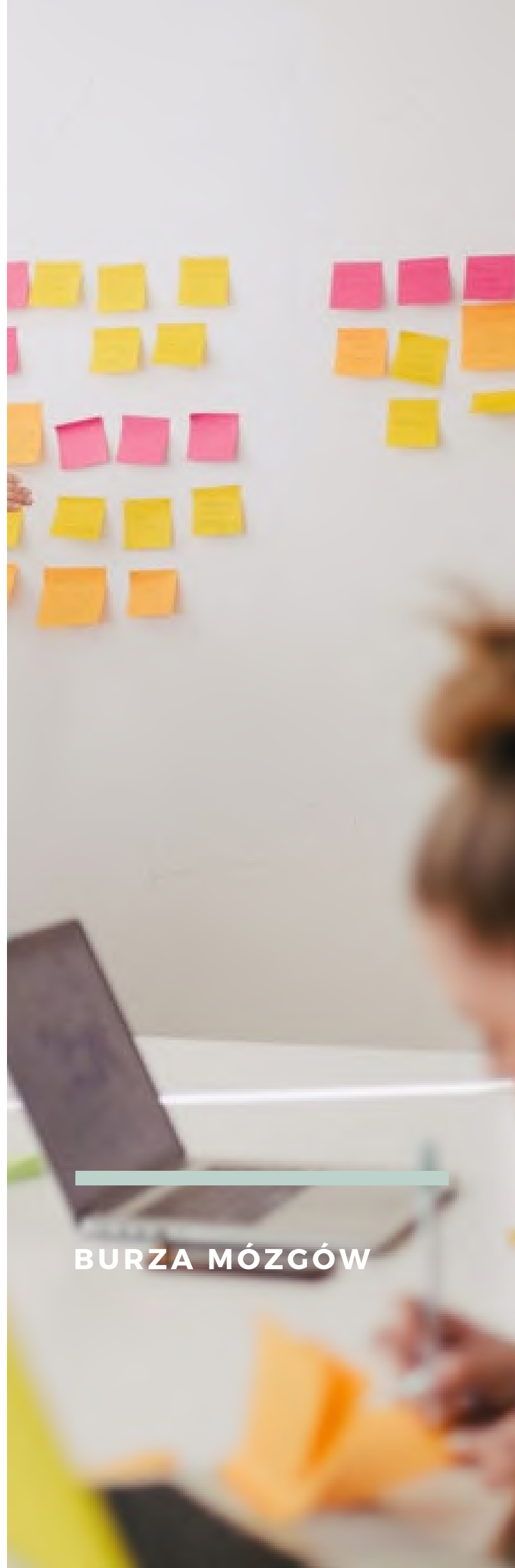
- 1. Zagospodarowanie turystyczne miejsc na Szlaku oraz stworzenie punktów widokowych.** Uzyskamy dzięki temu miejsca gdzie turyści będą mieli możliwość zrobienia atrakcyjnych zdjęć. W skutek tego miejsca te zostaną wypromowane i mogą stać się wizytówką Szlaku oraz zachęcić innych odbiorców mediów do odwiedzin.
- 2. Wyznaczenie i wyeksponowanie punktów na Szlaku, które byłyby określane jako najważniejsze miejsca do odwiedzenia.**
- 3. Zadbanie o zapomniane i zaniedbane miejsca na Szlaku** (odświeżenie przejść, stworzenie oznaczeń poziomych, uatrakcyjnienie dotychczasowych oznaczeń).
- 4. Zwiększenie wrażeń kulturowych, dzięki zastosowaniu technologii rozszerzonej rzeczywistości.** Umożliwi ona połączenie świata prawdziwego z interaktywnym obrazem generowanym cyfrowo. Wystarczy zeskanować obszar w którym się znajdujemy, a zostanie on uzupełniony o tekst, zdjęcia czy postaci w modelu graficznym 3D. Wirtualna rzeczywistość umożliwia też stworzenie interaktywnych przewodników.
- 5. „KOPERNIKOBUS”** – stworzenie busów nastawionych na zwiedzanie najciekawszych miejsc na Szlaku. Możliwość podróży ze sprzętem sportowym.
- 6. Zaprojektowanie planera trasy.** Informowałby on wszystkich dostępnych środkach transportu na danym odcinku trasy Szlaku Kopernikowskiego, rozkładzie godzinowym oraz kosztach jakie trzeba będzie ponieść.
- 7. Nawiązanie współpracy z lokalnymi wypożyczalniami sprzętu.** Możliwość zapłaty za wypożyczony sprzęt CoperniCoinami – co przyczyni się również do ich promocji.



BURZA MÓZGÓW

Wydarzenia.

1. **Eventy sportowe.** Organizowane z uwzględnieniem rodzaju sportu popularnego w danym miejscu na Szlaku np. kajakarstwo, kolarstwo. Zachęcanie do wzięcia udziału w nich poprzez wystosowanie ciekawych nagród. Ogłoszenie wydarzeń ze znacznym wyprzedzeniem w mediach.
2. **Imprezy na Szlaku.** Organizowanie imprez tematycznych, dotyczących np. wydarzeń historycznych, nawiązujących do stylu życia zero waste, ochrony środowiska. Transmisja na żywo tych wydarzeń w mediach.
3. **Wspieranie małych eventów w mniej popularnych miastach.** Skupienie się na ich promocji oraz np. współpraca z urzędami gminy.
4. **Stworzenie harmonogramu zaplanowanych eventów** i imprez w mediach społecznościowych.



BURZA MÓZGÓW

KARTY KONCEPTÓW

Kopernibus

Są to melekсы, które w okresie turystycznym kursują wewnątrz większych miast wokół zabytków i największych atrakcji danej miejscowości.

Rozwiązują one problem planowania zwiedzania przez turystów, którzy dzięki wytyczonej trasie, nie muszą martwić się, że coś pominią. Ułatwia to również poruszanie się po miastach osobom niepełnosprawnym.

Kopernibusy mają silniki elektryczne, dzięki czemu są przyjazne dla środowiska, a przez większą ilość miejsc mogą mieć wpływ na zmniejszenie się ruchu samochodowego. Na rozwiązaniu mogą też skorzystać lokalne firmy przewozowe, które zajęłyby się ewentualną implementacją.

Brak takiej usługi może sprawić, że turyści nie dotrą do każdego ciekawego miejsca na Szlaku, a parkingi będą bardziej zatłoczone.

Dzień i noc – Imprez Moc!

Na Szlaku Kopernikowskim brakuje imprez i wydarzeń, które dawałyby turystom powód do odwiedzania go ponownie i polecenia znajomym.

Imprez Moc to zbiór wydarzeń, biorący pod uwagę różne grupy społeczne: rodziny z dziećmi, ludzi młodych, czy seniorów. Rozwiązanie to jest odpowiedzią na potrzebę rozrywki, szczególnie ludzi młodych, głodnych wrażeń.

Eventy mogłyby być powiązane z postacią Kopernika i odbywać się w różnych porach dnia np. w dzień wydarzenia edukacyjne, w nocy – atrakcje związane z obserwacją nieba, teleskopami etc.

To okazja nie tylko dla turystów, ale też mieszkańców regionu i przedsiębiorców, oferujących np. regionalne specjały.

Bez imprez potencjał Szlaku jako atrakcji turystycznej wartej odwiedzenia więcej niż raz jest mniejszy.

Wydarzenie sportowe „Dookoła Słońca”

„Dookoła Słońca” narodziło się z chęci zwrócenia na Szlak Kopernikowski uwagi aktywnych turystów, skupionych na wyzwaniach sportowych bardziej niż na doznaniach kulturowych.

Jest to event kolarski odbywający się na trasie Szlaku, z możliwymi przystankami w atrakcyjnych turystycznie miejscach. W ten sposób dajemy turyście możliwość podjęcia wyzwania, przy okazji mogąc go zatrzymać na dłużej, generując ruch w obiektach noclegowych i gastronomicznych.

To także zaproszenie na Szlak dla osób, które już go zwiedziły i chciałyby odświeżyć swoje doświadczenie w nieco inny sposób.

Zrezygnowanie z tego rozwiązania może zmniejszyć szanse na zyski z coraz popularniejszej turystyki dla aktywnych.

Interaktywne tablice informacyjne

Tablice te gromadzą wszelkie informacje na temat miejsca, w którym się znajdują, a także pozostałych miejsc na szlaku. Dzięki temu użytkownicy mają bardzo łatwy dostęp do potrzebnej im wiedzy, pozwalającej na zwiększenie doznań kulturowych. Mogą też zachęcić do planowania dalszej podróży. Poprzez intuicyjny interfejs, są w stanie przekonać do siebie każdego użytkownika. Dodatkowo zawierają w sobie opcję tłumaczenia na wiele języków, odpowiadając na potrzeby zagranicznych turystów. Można by też zadbać o połączenie ich z aplikacjami, czy grami na smartfonach. Jest to rozwiązanie dla osób nastawionych na poznawanie wiedzy historycznej i faktów z życia Kopernika, dlatego też brak interaktywnych tablic informacyjnych może utrudnić im dostęp do tych informacji.

Sieć Szlaku Kopernikowskiego w sieci


Istotą sieci Szlaku Kopernikowskiego jest zbudowanie na bieżąco aktualizowanej bazy, informującej użytkownika o zabytkach, atrakcjach, nadchodzących eventach, a także o restauracjach i noclegowniach, stając się również miejscem do promocji lokalnych przedsiębiorstw. Jest to szczególnie ważne w czasach pandemii. Opisany zostanie też Copernicoin, sposób zbierania coinów i możliwe nagrody. Usługa uwzględni powstanie planera trasy wszystkimi środkami transportu, informującego o kosztach i czasie podróży.

Rozwiązanie zakłada stworzenie aplikacji na smartfony, w celu stworzenia kolejnego kanału, przez który można dotrzeć do turysty. Skanery kodów QR umożliwiają turystom dostęp do szybkiej informacji. Dzięki opcji wyrażania opinii, ludzie mogliby się dzielić doświadczeniami odnośnie miejsc i przebytych tras wrzucając zdjęcia i opisując swoje wrażenia. Daje to szansę na zainspirowanie innych osób do wejścia na szlak po raz kolejny, zwiedzając go w trochę inny sposób. Treści na aplikacji nie różnią się od treści na stronie internetowej, tworząc jednolity przekaz. Jest to odpowiedź na potrzebę kompleksowej, łatwo dostępnej informacji, wyrażaną przez osoby nieznające regionu. Jeśli zabraknie tego rozwiązania, turyści mogą nie zwiedzić dużej części atrakcji i zabytków, poza kilkoma najpopularniejszymi, a nawet całkowicie zrezygnować z wejścia na szlak.



KARTY KONCEPTÓW

PROTOTYP



Na etapie prototypowania doszło do połączenia kilku pomysłów, które można nazwać „**wirtualnym przewodnikiem**”. Mając na uwadze potrzeby użytkowników, postawiliśmy na stworzenie wirtualnego rozwiązania, które dostarczałoby odwiedzającemu Szlak różnorodnej wiedzy i wskazówek związanych z jego podróżą. **Zebrane tam informacje można „przełożyć” na formę aplikacji mobilnej oraz materiałów drukowanych i fizycznego oznakowania zabytków** na szlaku (poprzez tablice informacyjne analogowe lub cyfrowe).

Jednym z założeń pomysłu jest **usięciwienie podmiotów funkcjonujących na Szlaku Kopernikowskim**: miejsc zabytkowych, muzeów, organizatorów turystyki, właścicieli miejsc noclegowych i gastronomii, publicznych i prywatnych organizatorów wydarzeń itp. Taka współpraca przyniosłaby wielostronne korzyści, przede wszystkim promocję Szlaku i miejsc działających w jego okolicy.

Wszystko po to, by odwiedzający Szlak turysta miał poczucie różnorodnej oferty form spędzania wolnego czasu.



PROTOTYP

Prototyp przybrał formę strony internetowej, stworzonej w ramach Witryn Google.

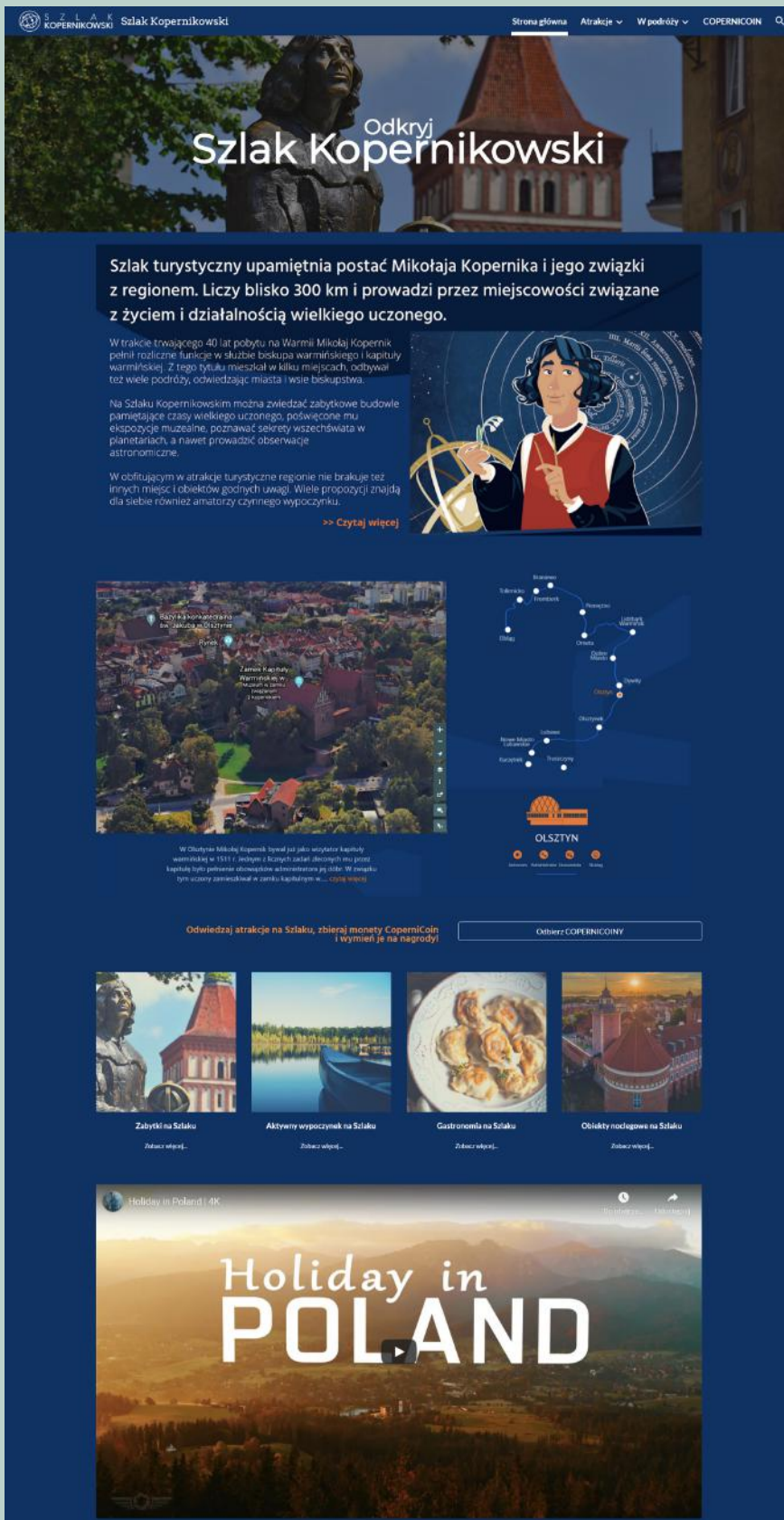
[ODWIEDŹ STRONĘ.](#)

Rekomendujemy przeglądanie prototypu na komputerze lub laptopie.

Prototyp obrazuje (czasem jedynie symbolicznie) propozycje funkcji, ale nie jest finalną formą przewodnika.

Rolą prototypu było możliwe najskuteczniejsze zaprezentowanie testerom wizji zespołu projektowego (poprzez interakcję ze stroną internetową tam, gdzie było to możliwe), a także wsparcie członków zespołu w narracji na temat pomysłu. Dlatego poza funkcjami, z których turyści mogliby korzystać, znajdują się **notatki i spostrzeżenia z fazy kreatywnej** (np. karty konceptu).

PROTOTYP



Na stronie głównej odwiedzającego wita krótkie przedstawienie postaci Mikołaja Kopernika (warto rozważyć stworzenie jego „komiksowego” wcielenia na potrzeby promocji Szlaku lub zaadaptowanie postaci z „Misji Kopernik”).

Interaktywna mapa (bazująca na istniejącym rozwiązaniu) pozwalałaby na „wirtualne wycieczki” po Szlaku i odkrycie piękna zabytków i ich okolic jeszcze przed odwiedzeniem Szlaku.

Kafelki na stronie głównej są wskazówką, że **witryna to nie tylko źródło wiedzy o zabytkach na Szlaku**, ale też innych aktywnościach.

Nowoczesny film promocyjny może przekonać niezdecydowanych do samodzielnej wyprawy na Szlak. Umieszczony w prototypie film prezentuje uroki całej Polski, ale warto rozważyć produkcję w takiej estetyce na potrzeby Szlaku.

PROTOTYP

SZLAK KOPERNIKOWSKI Szlak Kopernikowski Strona główna Atrakcje W podróży COPERNICOM

Zabytki

Olsztyn

W Olsztynie Mikołaj Kopernik był jako wizerunek kapituły warmińskiej w 1511 r. Jednym z licznych zadań zleconych mu przez kapitułę było pełnienie obowiązków administratora jej dóbr. W związku tym uczony zamieszkiwał w zamku kapitulnym w Olsztynie w latach 1516-19 i 1520-21.

Odbierz COPERNICOMY

Do jego obowiązków należało m.in. zasiedlanie wyludnionych wskutek działań wojennych wsi nowymi osadnikami, co wiązało się licznymi wyjazdami w teren. Świadectwem tych działań jest rękopis pt. „Lokacje łanów opuszczonych”, w którym znalazły się zapisy dotyczące wizeru w 43 warmińskich wsiach.

Na zlecenie nowego biskupa warmińskiego Fabiana Łużyńskiego w 1517 r. Kopernik napisał rozprawę o reformie pieniądza, którą dwa lata później rozwinął w traktat „Zasady bicia monety”. W 1520 r. przygotował zamiek i miasto do obrony przed spodziewanym atakiem Krzyżaków. Przyniosło to pożądany efekt w styczniu 1521 r., gdy odparto szturm krzyżackiego oddziału na mury miejskie w okolicach Furty Młyńskiej. Przez kolejne dwadzieścia lat astronom odwiedzał miasto nad Łyną jeszcze wielokrotnie.

Olsztyn uzyskał prawa miejskie w 1353 r., wówczas też zakończono budowę zamku. Innymi zabytkami z gotyckim rodowodem są w mieście: konkatedra św. Jakuba Apostoła, kościół św. Wawrzyńca, Stary Ratusz, Wysoka Brama oraz fragmenty murów miejskich. Poza tym zachowały się m.in.: Kaplica Jerozolimka z XVI w., siedem kościołów i kaplic z XIX i początku XX w. oraz dom przedpożrzebowy gminy żydowskiej.

Wznoszenie zamku kapituły warmińskiej rozpoczęło ok. 1348 r. Północne skrzydło ukończono w II połowie XIV w. Południowe, z okrągłą wieżą o wysokości 30 m, dobudowano w połowie XV w. W połowie XVIII w. powstało wschodnie, późnobarokowe skrzydło. Obecnie w zamku działa Muzeum Warmii i Mazur, w którym można obejrzeć m.in. ekspozycję poświęconą Kopernikowi oraz sporządzoną przez niego na ścianie krużganika i częściowo zachowaną tablicę astronomiczną (705 cm na 140 cm). Służyła ona przedstawieniu pozornego ruchu Słońca w dniach wokół równonocy wiosennej i jesiennej.

Jedź w Olsztynie
Zobacz restauracje na szlaku

Zatrzymaj się w Olsztynie
Zobacz obiekty noclegowe na szlaku

Zrób coś w Olsztynie
Wydarzenia i rekreacja w Olsztynie

Miejscowości w pobliżu:

Dywity - 7 km
Na terenie obecnej gminy Dywity astronom był podczas swoich dwóch pobytów w Olsztynie. W dziesięciu sąsiednich wsiach dokonywał łokacji nowych osadników.

Olsztynek - 26 km
Nie zachowały się dokumenty potwierdzające pobyt Mikołaja Kopernika w Olsztyńku. Można jednak zobaczyć w mieście kilka budowli, które zainicjował czony wielkiego astronoma.

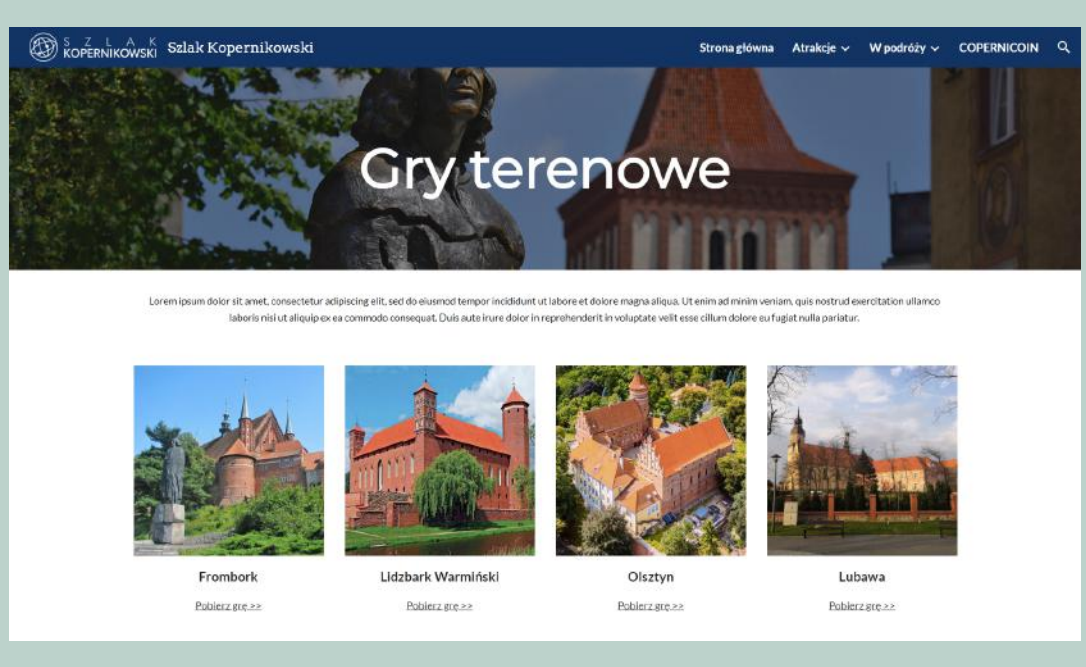
Dobre Miasto - 26 km
Ze względu na swoje położenie Dobre Miasto stanowiło etap trasy, którą Mikołaj Kopernik podróżował wielokrotnie. Nad miastem górną drogą co do wielkości świątynia Warmii – gotycka kolegiata Najświętszego Zbawiciela i Wszechy Świętych.

Odświeżona wersja podstron poświęconych miejscowościom na Szlaku (tu na przykładzie Olsztyna) bazuje na **multimedialnym przekazie**: działających na wyobraźnię zdjęciach, filmach i opowieści, z którą może zapoznać się zwiedzający.

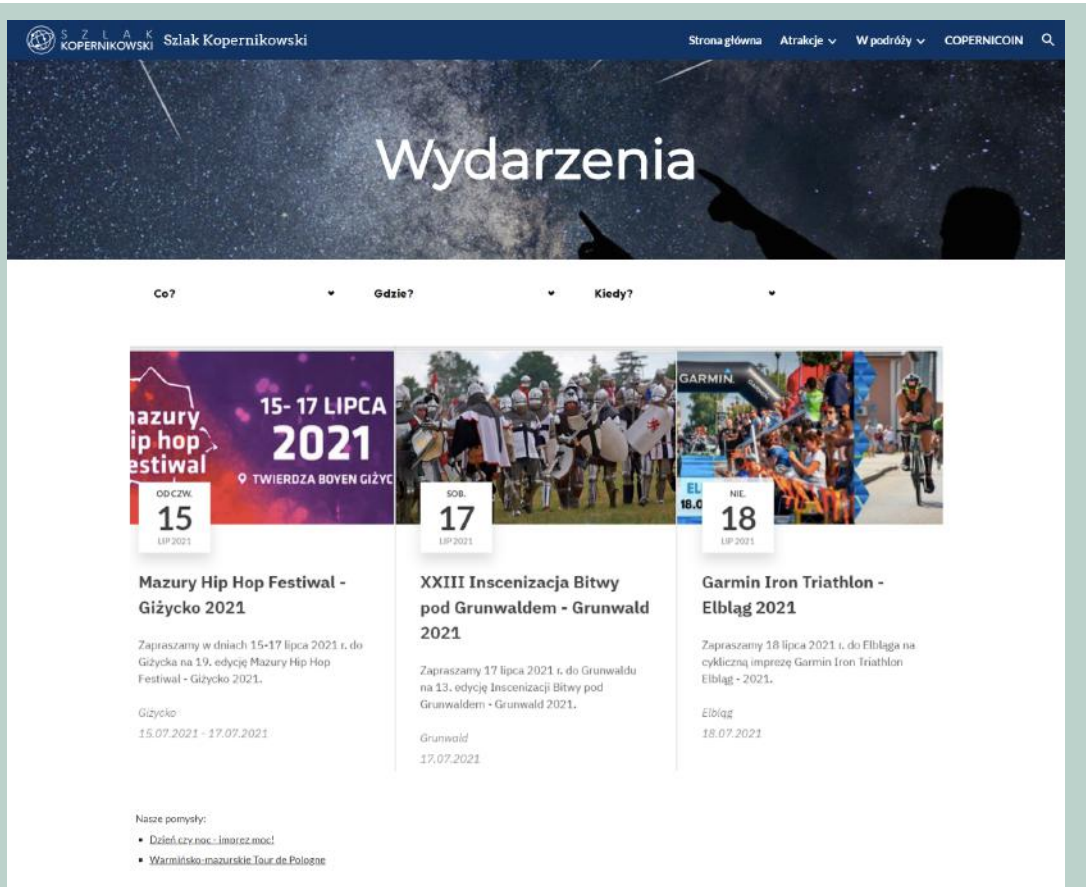
Aby turysta mógł w pełni skorzystać z oferty regionu, podsuwamy mu pomysły na to, jak może **urozmaicić swoją podróż**. Proponujemy podróże kulinarne i aktywne spędzanie czasu.

Opis każdej miejscowości na Szlaku kończy się sugestią kolejnych **miejsc w najbliższej okolicy**. To zachęca do odkrywania kolejnych punktów na Szlaku.

PROTOTYP



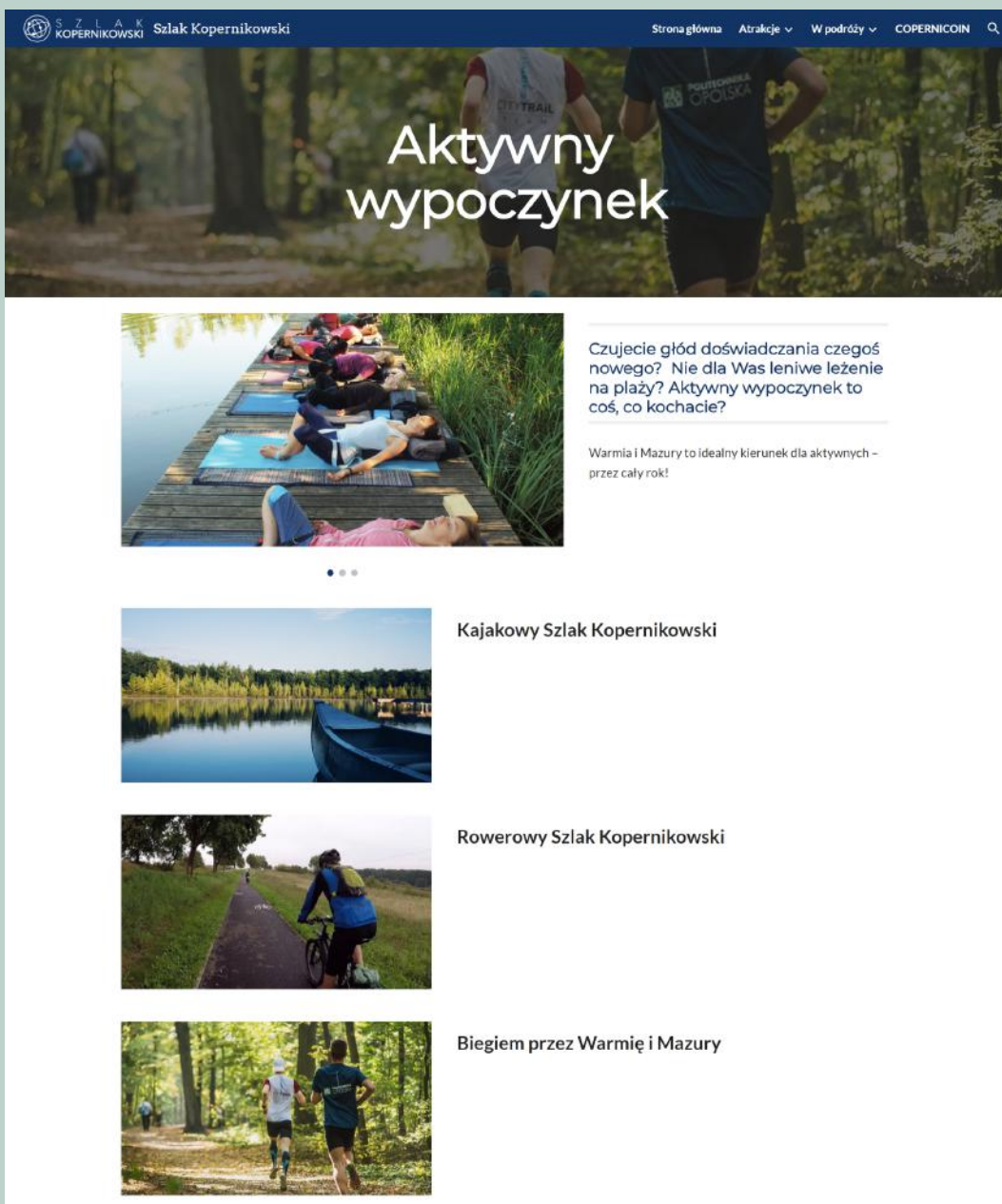
Gry terenowe mobilizują turystów do odkrywania okolicy. Wyodrębniliśmy dla nich podstronę, by nie umknęły uwadze odwiedzających.



Szlak Kopernikowski to nie tylko nieruchome zabytki. Zakładamy, że po pandemii ponownie rozkwitnie oferta wydarzeń w regionie.

Elementy strony zaczerpnęliśmy ze strony <https://mazury.travel>, która jest dobrym przykładem na kierunek wdrażania wirtualnego przewodnika. Do decyzji administratora Szlaku pozostawiamy, czy promowane wydarzenia powinny dotyczyć wyłącznie Mikołaja Kopernika i Szlaku. Rozszerzenie informacji o inne wydarzenia na Warmii i Mazurach może zachęcić turystów do **dłuższych wizyt i lepszego odkrycia regionu.**

PROTOTYP

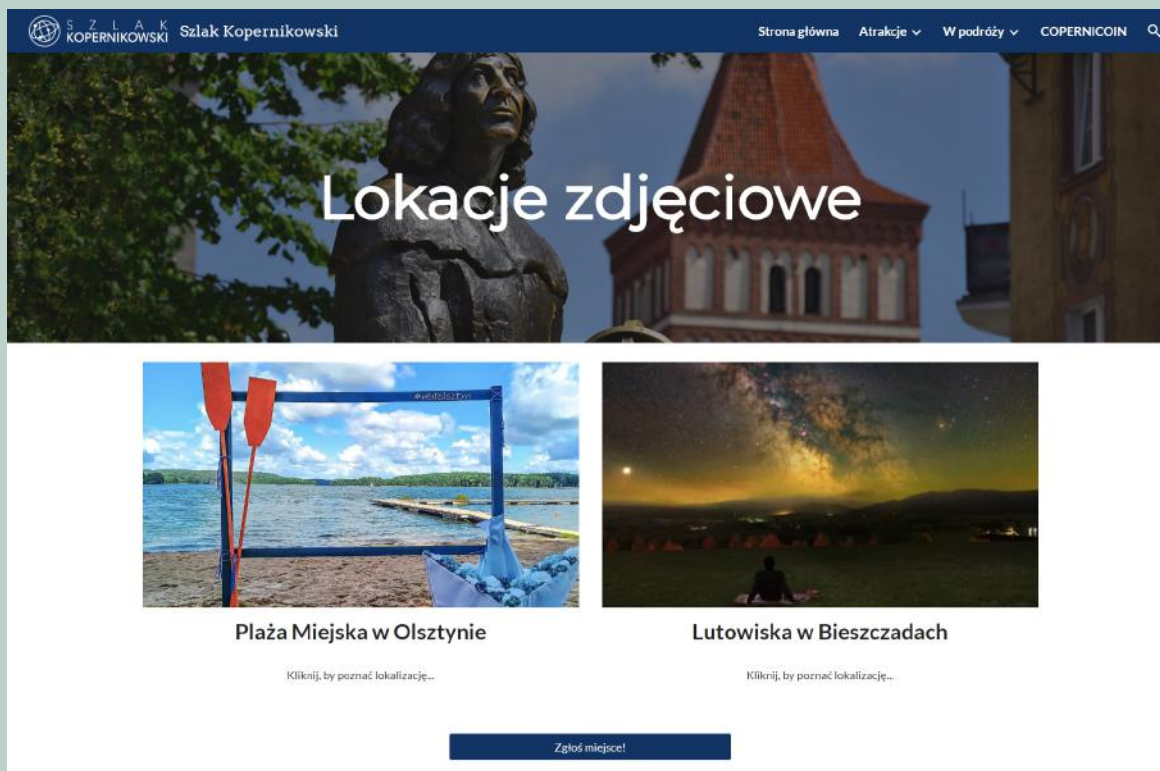


Opowiadając o różnorodnej ofercie Szlaku, nie można pominąć **alternatywnych from jego przebycia**: kajakiem, rowerem lub biegiem.

Nie rozwijaliśmy mocno tego aspektu prototypu, jednak testerzy dobrze rozumieli jego zamysł. Warto do współtworzenia tej zakładki **zaprosić lokalne organizacje sportowe**.

PROTOTYP

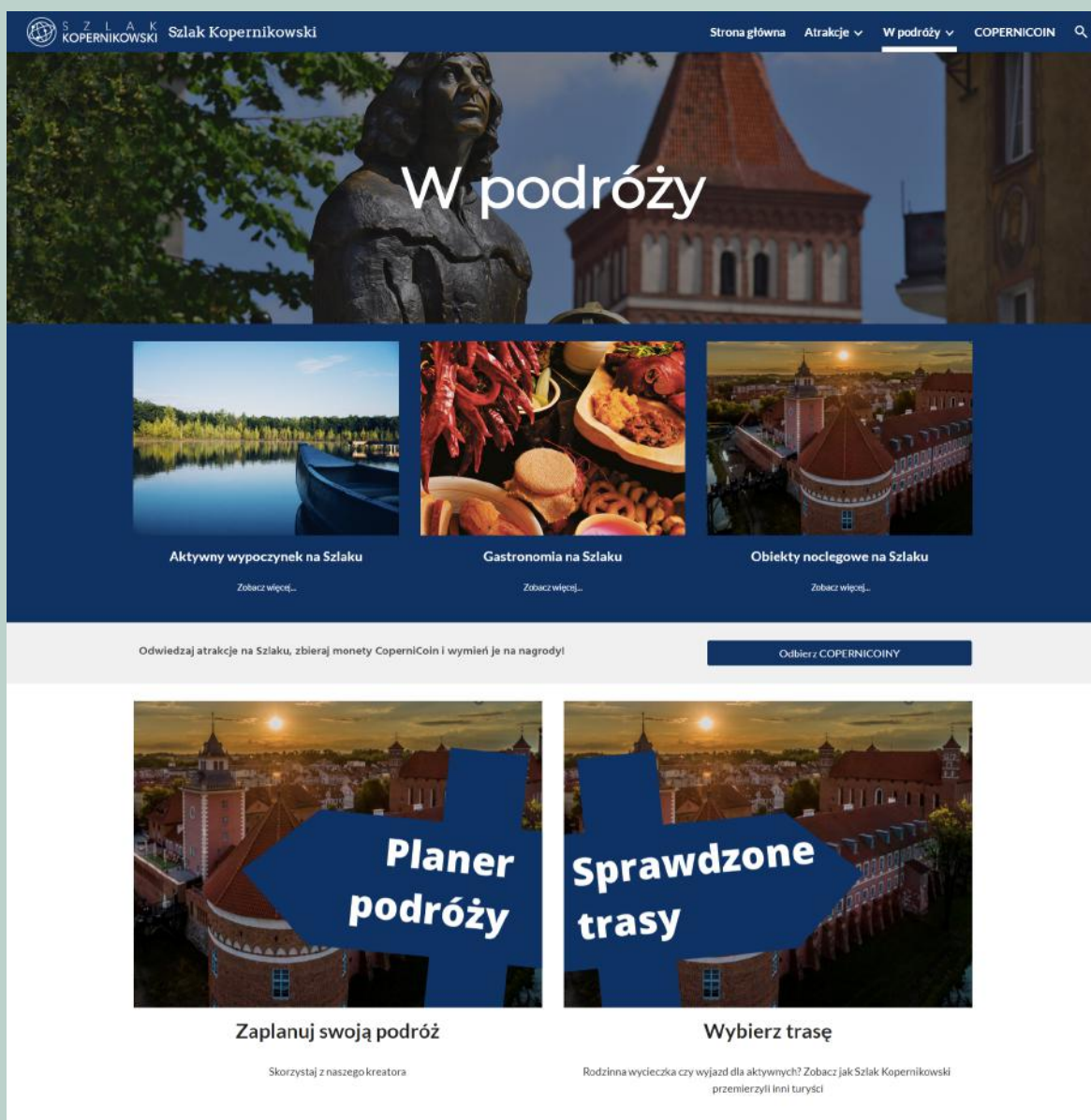
W dobie Instagrama i komunikacji za pomocą obrazu, warto wykorzystać piękno okolicy do przyciągnięcia **fanów dobrych ujęć**. Mogą to być zarówno profesjonalści szukający plenerów, jak i aspirujące influencerki poszukujące przyciągającego uwagę tła 😊



Konkursy fotograficzne to rozwiązanie przynoszące wiele korzyści: przyciągają odwiedzających na Szlak w celu wykonania zdjęcia, włączają ich we **współtworzenie treści** na stronę i promowanie Szlaku.

Bieszczady w tym prototypie to nie pomyłka! Popularne Lutowiska są świetnym przykładem miejsca, które przyciąga fanów fotografii. Jesteśmy przekonani, że także **w okolicach Szlaku znajdują się wyjątkowe lokacje**.

PROTOTYP



Szlak Kopernikowski to coś więcej niż zabytki i odkrywanie postaci Mikołaja Kopernika. Widzimy tu szansę na wykorzystanie **trendu turystyki doświadczeń**.

Aby ułatwić turystom odkrywanie nowych smaków i niezapomniany wypoczynek, wirtualny przewodnik zawiera **rekomendacje** miejsc wartych odwiedzenia.

To okazja do budowania **regionalnej współpracy** biznesów i organizacji oraz samorządu w celu rozwoju turystyki.

Współcześnie rzadko bazujemy na papierowych mapach i przewodnikach. Trasy planujemy wcześniej, przy użyciu cyfrowych narzędzi. Gość strony może **samodzielnie zaplanować swój wyjazd przy użyciu planera lub przejrzeć trasy zgłoszone i opisane przez innych turystów** (tak jak w przypadku fotografii, to kolejny obszar strony, który można rozbudować poprzez konkursy).

PROTOTYP

Podróże kulinarne stały się dla niektórych celem turystyki samym w sobie, nie tylko „przy okazji”.

Żywność wysokiej jakości została zresztą wskazana jako jedna z inteligentnych specjalizacji regionu.

Warto wykorzystać potencjał cenionych na Warmii i Mazurach szefów kuchni, którzy zadbaliby o podniebienia turystów (to okazja do **współpracy z Siecią Regionalnego Dziedzictwa Kulinarne Warmii, Mazur i Powiśla**).

Aby umożliwić fanom kulinarnych wrażeń lepsze rozeznanie w ofercie, rekomendujemy umieszczenie odnośnika do stron współpracujących restauracji np. w serwisie TripAdvisor (nie byliśmy w stanie go dodać z powodu ograniczeń technicznych).

The screenshot shows the 'Szlak Kopernikowski' website. At the top, there is a navigation bar with 'Strona główna', 'Atrakcje', 'W podróży', and 'COPERNICOIN'. The main header features a large image of a statue of Copernicus with the word 'Gastronomia' overlaid. Below this, a section titled 'Czy wiesz, że...' contains text about Copernicus's discovery of bread mold. A filter bar below shows 'Co?', 'Gdzie?', and 'Kiedy?'. Two restaurant listings are visible: 'Restauracja z Zielonym Piecem | Olsztynek' and 'Stara Karczma | Elbląg'. At the bottom, there is a call to action: 'Odbierz COPERNICOIN'.

Szlak KOPERNIKOWSKI Szlak Kopernikowski

Strona główna Atrakcje W podróży COPERNICOIN

Gastronomia

Czy wiesz, że...

Kopernik zalecił smarowanie chleba masłem i... uchronił ludność przed zarazą!

Kopernik badając przyczyny zarazy w Olsztynie odkrył, że jej głównym powodem był spożywany zanieczyszczony chleb, który często leżował na ziemi, po czym był zjadany razem z brudem i zarazkami. Uczony wpadł na pomysł, aby smarować pieczywo masłem. Przywierający do niego bród zniechęcał do jedzenia. W efekcie, ludność zaczęła dostrzegać problem i przestała jeść zanieczyszczone pieczywo. Zaraza ustąpiła, a smarowanie chleba masłem stało się popularne w całej Europie.

Co? Gdzie? Kiedy?

Restauracja z Zielonym Piecem | Olsztynek

Istniały czasy - choć dla młodych dziś wydaje się to nieprawdopodobne. bez frytek pojawiających się, bez pośpiechu.

Typ obiektu: restauracja, kuchnia polska, kuchnia europejska

Zakres cen: \$\$

<https://www.zielonypiec.pl>

Stara Karczma | Elbląg

Stawiamy na świeże i najwyższej jakości produkty od naszych lokalnych producentów, a potrawy przygotowujemy tylko przy wykorzystaniu naturalnych przypraw i ziół.

Typ obiektu: restauracja, kuchnia polska, kuchnia europejska

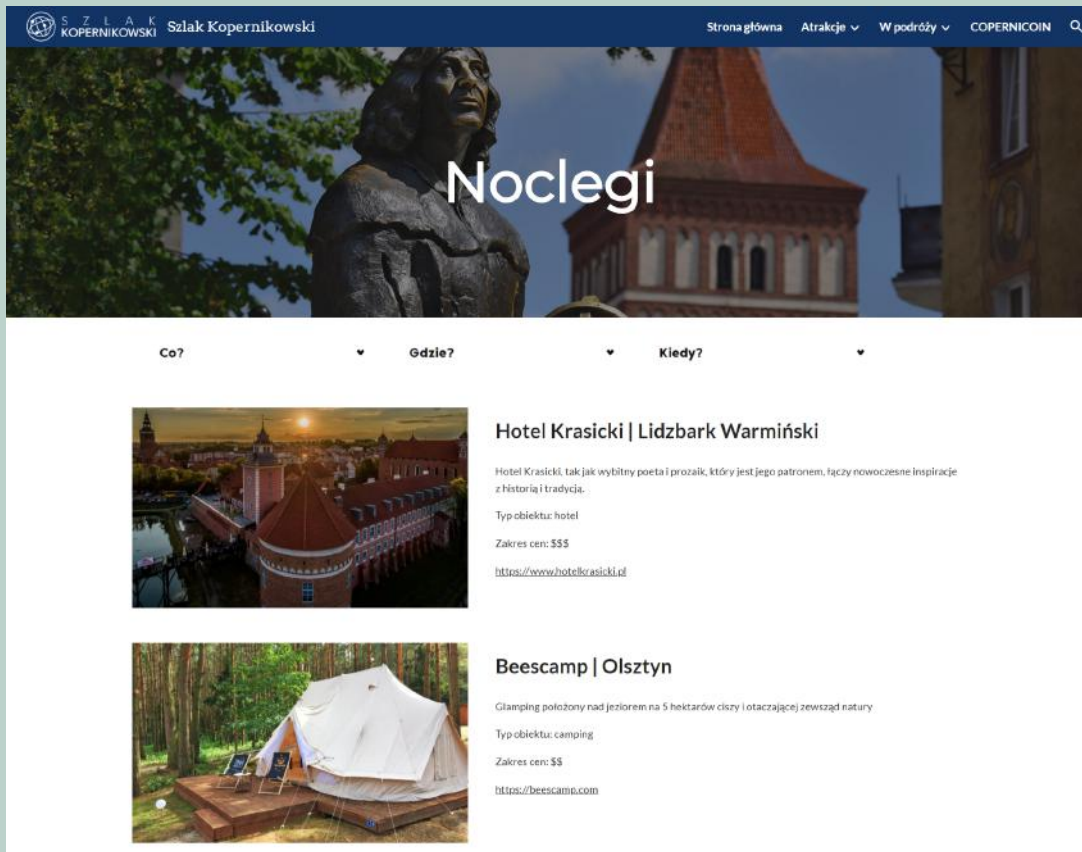
Zakres cen: \$\$

<https://www.starakarczma.elblag.pl>

Odbierz COPERNICOIN

Odwiedzaj lokale na szlaku, zbieraj monety CoperniCoin i wymień je na nagrody!

PROTOTYP



Funkcje na podstronach poświęconych gastronomii i obiektom noclegowym są podobne.

Listy zawierają **wyszukiwarke**

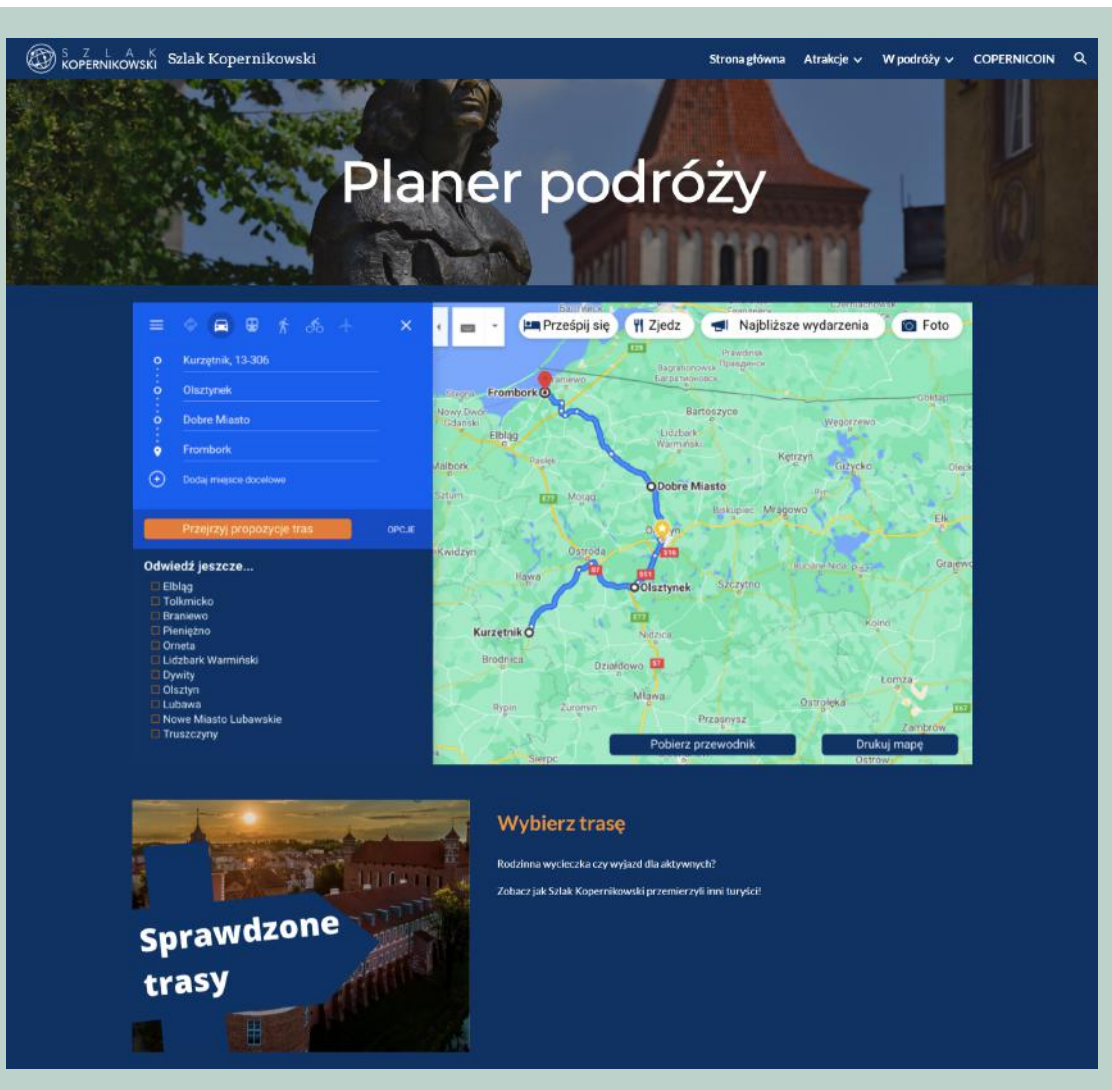
(ta jest zapożyczona z podstrony o wydarzeniach i wymaga dostosowania), która pomoże znaleźć miejsce do spania w pożądanej okolicy.

Wpisy dotyczące każdego obiektu są krótkie.

Składają się z nazwy obiektu, jednozdaniowej charakterystyki, zdjęcia, zakresu cen i odnośnika do wskazanej przez zgłaszającego się obiekt strony.

Również w przypadku obiektów noclegowych rekomendujemy umieszczenie odnośnika do niezależnego serwisu z opiniami, gdzie turysta mógłby dowiedzieć się więcej o danym obiekcie (TripAdvisor, Booking.com itp.).

PROTOTYP



Planer podróży to narzędzie pomagające turystyce w urzeczywistnieniu planów o wyprawie na Szlak.

Funkcje tego prostego planera pozwalają na **uwzględnienie współpracujących ze Szlakiem obiektów** noclegowych, gastronomicznych i okolicznych wydarzeń. Można również „aktywować” filtr atrakcyjnych lokacji zdjęciowych.

Zaplanowaną trasę można wydrukować oraz uzupełnić ją o **przewodnik** (bazujący na podstronach dla każdej miejscowości z sekcji „Zabytki”).

Zamiast samodzielnie planować swój wyjazd, turysta może skorzystać z gotowych **planów tras, zaproponowanych przez inne osoby**. Mogą to być fani aktywnego spędzania czasu, rodziny z dziećmi lub fani zamków gotyckich. Konkursy to świetna okazja do budowania treści również na tym obszarze strony.

PROTOTYP



Przyciski zachęcające do zbierania CoperniCoinów pojawiają się na różnych stronach wirtualnego przewodnika.

Choć CoperniCoin posiada dedykowaną stronę, warto poświęcić mu trochę miejsca również na stronie Szlaku Kopernikowskiego (aby turyści mieli pewność, że **usługi są ze sobą powiązane**).

Na podstronie spisaliśmy również pomysły zespołu projektowego związane z rozwojem CoperniCoina.

PROTOTYP

WNIOSKI Z TESTU PROTOTYPU



Testerzy najbardziej docenili:

- mapkę prezentującą Szlak na stronie głównej,
 - pomysł lokacji zdjęciowych,
 - zaangażowanie turystów poprzez konkursy we współtworzenie treści strony i oferty Szlaku,
 - wielofunkcyjność przewodnika (zabytki, oferta rekreacyjna, gastronomia, noclegi i planer podróży w jednym), bo „wystarczy używać jednej strony, aby wszystkiego się dowiedzieć”,
 - zróżnicowanie oferty turystycznej (zabytki, sport, kulinaria),
 - wykraczającej poza kontekst postaci Mikołaja Kopernika,
 - pomysł na zrealizowanie przyciągającego uwagę filmu promocyjnego.
-

PROTOTYP

WNIOSKI Z TESTU PROTOTYPU



Testerzy sugerowali poprawę...

- podpowiedzi związanych z środkami transportu (nie każdy podróżuje autem, nie wszędzie są wypożyczalnie rowerów, „Jak przemieszczać się między małymi miejscowościami bez samochodu?”, rozkład jazdy, telefony do korporacji taxi),
 - filtrów na podstronach z lokalami gastronomicznymi i noclegami (np. sortowanie według przedziału cenowego tanie-umiarkowane-drogie),
 - komunikacji CoperniCoina (mniej przycisków w witrynie Szlaku, jaśniejszy opis jak je zdobyć),
 - „stopki” strony, aby było jasne kto zarządza Szlakiem i do kogo można zgłosić się z dodatkowymi pytaniami,
 - komunikacji obecności Szlaku Kopernikowskiego w innych miejscach w internecie: na Facebooku, Instagramie itp.,
 - zdjęć na stronie, aby były spójne i wskazywały na niedawne wykonanie,
-

TESTY PROTOTYPU

Testerzy sugerowali poprawę...

- podpowiedzi związanych z środkami transportu (nie każdy podróżuje autem, nie wszędzie są wypożyczalnie rowerów, „Jak przemieszczać się między małymi miejscowościami bez samochodu?”, rozkład jazdy, telefony do korporacji taxi),
 - filtrów na podstronach z lokalami gastronomicznymi i noclegami (np. sortowanie według przedziału cenowego tanie-umiarkowane-drogie),
 - komunikacji CoperniCoina (mniej przycisków w witrynie Szlaku, jaśniejszy opis jak je zdobyć),
 - „stopki” strony, aby było jasne kto zarządza Szlakiem i do kogo można zgłosić się z dodatkowymi pytaniami,
 - komunikacji obecności Szlaku Kopernikowskiego w innych miejscach w internecie: na Facebooku, Instagramie itp.,
 - zdjęć na stronie, aby były spójne i wskazywały na niedawne wykonanie,
-

TESTY PROTOTYPU

Testerzy pytali...

- czy promowane wydarzenia będą związane wyłącznie ze Szlakiem Kopernikowskim i postacią Mikołaja Kopernika?
- jak działa mapka na stronie głównej?
- czy strona będzie miała własny panel do komentowania Szlaku i obiektów?
- czy współpraca szlaku z biznesem będzie dwustronna, „czy restauratorzy będą w równym stopniu polecać i promować szlak, tak samo jak oni sami będą przez niego promowani?”; „Brak porozumienia jest bardzo rozczarowujący”;
- z kim mogą kontaktować się w razie pytań dot. Szlaku?
- czy pojawi się aplikacja dla wirtualnego przewodnika?

Inne spostrzeżenia testerów:

- Komunikacja Szlaku powinna być lepsza (w internecie, w mediach lokalnych i ogólnopolskich) - nowoczesne treści w postaciach dostosowane do typu platformy, komunikacja do konkretnych grup docelowych (np. sportowców, rodzin z dziećmi, młodych dorosłych).

TESTY PROTOTYPU

Inne spostrzeżenia testerów:

- Należy zadbać, aby pojawiły się noclegi i restauracje nawet w okolicy najmniejszych miejscowości.
- Strona CoperniCoina powinna być stworzona jeszcze raz. „Obecnie nie rozumiem co mam zrobić, aby zdobyć CoperniCoiny.”
- Warto rozważyć połączenie stron Szlaku Kopernikowskiego i CoperniCoina.
- Poza promowaniem imprez dziennych, można wspomnieć o imprezach nocnych (np. muzycznych, pokazach laserów, nocach spadających gwiazd).
- Na stronie głównej warto umieścić obszar poświęcony wydarzeniom dziejącym się w nieodległej przyszłości (np. po kliknięciu na miasto na mapce).
- Podstrona poświęcona aktywnemu wypoczynkowi powinna być obszernie uzupełniona (np. długości tras, poziom trudności, czas przebycia).
- Informacje dla rowerzystów (gdzie można zmienić koło, przypiąć rower itp.).

TESTY PROTOTYPU

Inne spostrzeżenia testerów:

- Poza ofertą online, nie można zapomnieć o zwolennikach papierowych rozwiązań. Drukowane materiały powinny być nowoczesne i spójne wizualnie z resztą komunikacji Szlaku.
- W komunikacji miejskiej, przystanki w pobliżu miejsc związanych z Kopernikiem mogłyby być w jakiś ciekawy sposób zaakcentowane (np. „w gdańskich tramwajach, przejeżdżając obok Opery Bałtyckiej, jej nazwę w fajny sposób śpiewa chór”).
- Zwrot części wydatków w CoperniCoinach, które byłyby do wykorzystania ponownie na Szlaku u partnerów. Obowiązywałoby ograniczenie czasowe - forma zachęcenia turystów do powrotu na Szlak.
- Oznaczenie miejsc, w które można wybrać się z małym dzieckiem.
- Możliwości zdobycia dodatkowych informacji (np. do informacji turystycznej) powinny być łatwo dostępne.
- Warto stworzyć bota odpowiadającego na najczęściej zadawane pytania.

SERVICE BLUEPRINT

Service Blueprint to narzędzie, dzięki któremu można jednocześnie spojrzeć na różne etapy ("warstwy") usługi. Ułatwia przewidywanie i planowanie wdrożenia.

Jak czytać service blueprint?

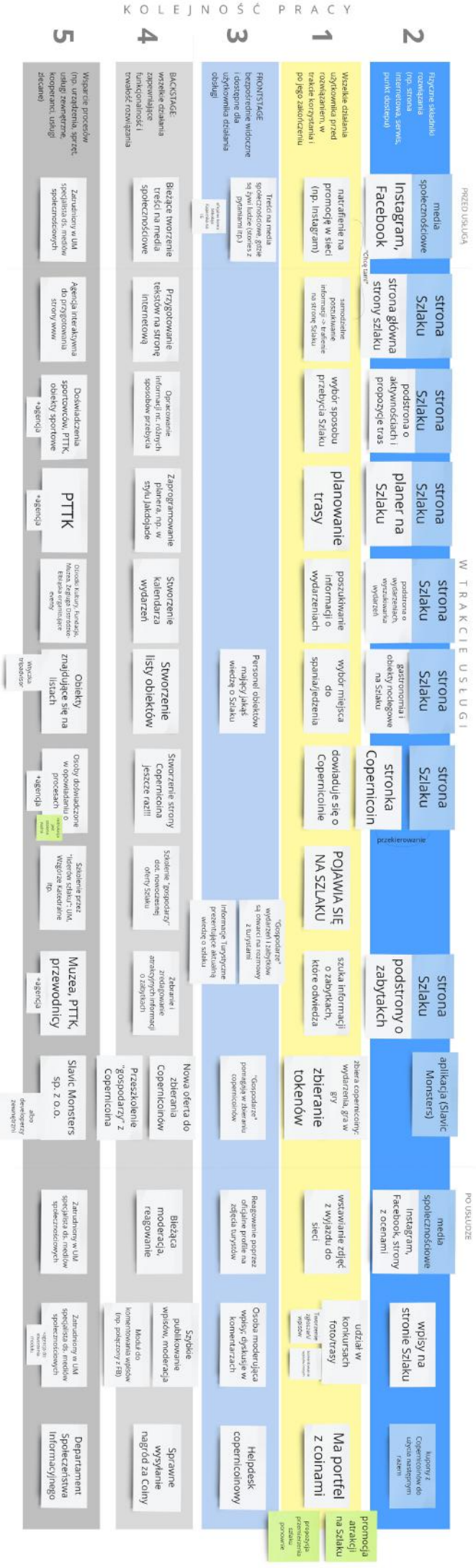
Service blueprint czytamy kolumnowo.

Najważniejsze dla każdej kolumny jest działanie użytkownika, z którym wiążą się pozostałe "warstwy" usługi - jej fizyczne składniki, osoby związane z zapewnieniem jej prawidłowego działania i czynności, które trzeba podjąć po stronie usługodawcy.





Kliknij, by pobrać PDF



KOLEJNOŚĆ PRACY

5

4

3

1

2

Wspieranie procesów (np. urządzenia, sprzęt, usługi zewnętrzne, kooperanci, usługi dzicane)

Załadownicy w UM specjalista ds. mediów społecznościowych

Agencja interaktywna do przygotowania strony www

Doskwalifikowania sportowców, PTTK, *agencja

PTTK, *agencja

Obiekty znajdujące się na listach

Osoby doświadczone w procesach, *agencja

Szkielety przez wybranych specjalistów, np. Węgierski, itp.

Muzea, PTTK, przewodnicy, *agencja

Sławic Monsters SP. z o.o., albo demowersiony

Załadownicy w UM specjalista ds. mediów społecznościowych

Załadownicy w UM specjalista ds. mediów społecznościowych

Departament Społeczeństwa Informacyjnego

BACKSPACE: wyższe działania z wyjątkiem funkcjonalności i powiad. rozliczenia

Bezpieczna moderacja treści na media społecznościowe

Przygotowanie tekstów na stronie internetowej

Opieranie informacji o wydarzeniach i wydarzeniach

Zaprogramowanie planera, np. w stylu jakakolwiek

Stworzenie kalendarza wydarzeń

Stworzenie listy obiektów

Stworzenie strony Copernicina jeszcze raz!!!

Szkielety przez wybranych specjalistów, np. Węgierski, itp.

Zadanie i zrealizacja informacji o zabytkach

Bezpieczna moderacja i reagowanie

Szpilki publikowanie wpisów, moderacja komentarzy

Sprawne wysyłanie nagród za Coiny

FRONTSTAGE: bezpośrednie widoczne i dostępne dla użytkowników działania

Treści na media społecznościowe, gdzie są tywi ludzie (konwersja z pytaniami itp.)

Przygotowanie informacji o wydarzeniach i wydarzeniach

Przygotowanie informacji o wydarzeniach i wydarzeniach

Przygotowanie informacji o wydarzeniach i wydarzeniach

Przygotowanie informacji o wydarzeniach i wydarzeniach

Przygotowanie informacji o wydarzeniach i wydarzeniach

Przygotowanie informacji o wydarzeniach i wydarzeniach

Przygotowanie informacji o wydarzeniach i wydarzeniach

Przygotowanie informacji o wydarzeniach i wydarzeniach

Przygotowanie informacji o wydarzeniach i wydarzeniach

Przygotowanie informacji o wydarzeniach i wydarzeniach

Przygotowanie informacji o wydarzeniach i wydarzeniach

Wyższe działania (np. strona internetowa, serwis, punkt docelowy)

Insta, Facebook

strona Słazku

strona Słazku

strona Słazku

strona Słazku

strona Słazku

strona Słazku

strona Słazku

aplikacja (Sławic Monsters)

media społecznościowe

wpisy na stronie Słazku

Ma portfel z coinami

Wyższe działania (np. strona internetowa, serwis, punkt docelowy)

Insta, Facebook

strona Słazku

strona Słazku

strona Słazku

strona Słazku

strona Słazku

strona Słazku

strona Słazku

aplikacja (Sławic Monsters)

media społecznościowe

wpisy na stronie Słazku

Ma portfel z coinami

PRZED URUKA

TRAKCIE USŁUGI

PO URUKU

Chat ulure

przekierowanie

promocja atrakcji na Słazku

Helpdesk copernicinowy

Sprawne wysyłanie nagród za Coiny

Departament Społeczeństwa Informacyjnego

ANALIZA I KREOWANIE TRENDÓW

LUTY 2021