

SZABLON

Mapa empatii

Mapa empatii jest narzędziem, które pomoże Ci lepiej zrozumieć personę poprzez skategoryzowanie jej myśli, uczuć, działań i potrzeb. Możesz użyć persony i mapy empatii przy opracowywaniu działań kulturalnych, promocji lub strategii komunikacyjnych.

Aby stworzyć mapę empatii, wykonaj następujące kroki:

Krok 1: Zdefiniuj personę reprezentującą Twoją grupę docelową.

Krok 2: Zbierz wnioski z badań, wywiadów, ankiet i bezpośrednich interakcji z personą.

Krok 3: Uzupełnij sekcje mapy związłymi opisami lub cytatami.

Krok 4: Przejrzyj i popraw mapę razem ze swoim zespołem.

Pamiętaj, żeby od czasu do czasu uaktualniać mapę empatii, ponieważ potrzeby grupy docelowej zmieniają się w czasie.

Więcej na temat map empatii przeczytasz w bezpłatnej publikacji Agnieszki Kaim pt. [Design thinking w kulturze](#).

Szablon mapy empatii

Co ta osoba czuje?

-
-
-
-
-

Co ta osoba słyszy?

-
-
-
-
-

Co ta osoba widzi?

-
-
-
-
-

Co ta osoba mówi i robi?

-
-
-
-
-

Co tej osobie doskwiera?

-
-
-
-
-

Trudności (bólczki): Obawy, frustracje wywołane przez różnice językowe lub kulturowe, nieporozumienia spowodowane różnicami w zwyczajach, trudności z używaniem nowych technologii, powolny internet lub słabe połączenie, trudności z używaniem skomplikowanych programów lub stron internetowych, lęk przed nienadążaniem za nowymi technologiami, trudności w zaadaptowaniu się do nowych technologii czy programów oraz fizyczne ograniczenia lub niepełnosprawności, które utrudniają korzystanie z technologii.

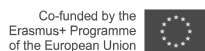
Co się tej osobie udaje?

-
-
-
-
-

Korzyści: Pozytywne skutki, które osoba osiąga lub które pragnie osiągnąć, korzystając z produktu, usługi lub biorąc udział w działaniu, zaspokojenie potrzeb i pragnień. Korzyści mogą wiązać się z różnymi aspektami życia, takimi jak większa wygoda, poprawa samopoczucia, nowa wiedza, poczucie spełnienia, wzmocnienie więzi społecznych, poczucie docenienia, współpraca, inkluzywność, wsparcie, poczucie inspiracji, odkrywanie nowych rzeczy, humor, autoekspresja, kreatywność i inne.

Rozważania nt. korzyści pomagają animatorkom kultury, edukatorkom i projektantkom zrozumieć, na czym zależy odbiorcom ich działań, co ich motywuje i jak podejmują decyzje. Dzięki temu instytucje kultury mogą skutecznie angażować odbiorców, tworząc działania, które odpowiadają na ich pragnienia i potrzeby. Kluczem jest odniesienie się do trudności, przy jednoczesnym podkreśleniu korzyści. W ten sposób tworzymy prawdziwie wartościowe działania dla odbiorców.

Atrybucja: Mobile Culture 2023, www.mobileculture.eu, www.cultureshock.pl CC BY 4.0



Wsparcie Komisji Europejskiej dla produkcji tej publikacji nie stanowi poparcia dla treści, które odzwierciedlają jedynie poglądy autorów. Komisja nie może zostać pociągnięta do odpowiedzialności za jakiegokolwiek wykorzystanie informacji zawartych w materiale.