

Over de reis van een museumbezoeker

Vergelijk een museumbezoeker met een reiziger. Vooraf bedenkt hij zijn bestemming, hij meldt zich als bezoeker bij de balie, loopt door het museum en na het afscheid volgen de herinneringen.

Door zijn reis in kaart te brengen, maak je zijn beleving inzichtelijk. Die beleving kun je sturen en je kunt achterhalen waar verbetering van het contact mogelijk is.



IK WIL GRAAG EEN GIDS DIE MIJ RONDLEIDT

IK WIL EEN SPEURTOCHT EN DINGEN KUNNEN AANRAKEN!



IK BOEK EEN KAARTJE VIA DE WEBSITE EN LUISTER IN HET MUSEUM DE AUDIOTOER

Wie zijn je bezoekers?

Visualiseer de reis van je bezoekers door eerst te inventariseren wie zij zijn. Onderzoek hun behoeften, bijvoorbeeld via reviews. Waarvoor komt de bezoeker? Welk verhaal wil hij horen?

Ga vervolgens na welke digitale en fysieke route een bezoeker aflegt op weg naar het museum en tijdens zijn bezoek. Is de ingang duidelijk te vinden? Welke weg volgt hij binnen?

FIJNE EERSTE INDRUK! IK HEB GEEN IDEE WAAR IK MIJN JAS MOET LATEN...



WAT VERTELDE DIE GIDS LEUK! IK ZOU NOG WEL MEER WILLEN WETEN... IK DENK DAT IK NOG EENS TERUGKOM

Tips

Ga eens 'op bezoek' in een ander museum en bekijk hun werkwijze.

'De folders in andere talen liggen daar.' Klopt dat wel? Controleer zulke dingen!

De eerste en de laatste indruk

Binnen zeven seconden is de eerste indruk van het museum gevestigd. Deze indruk is de maatstaf voor de rest van het bezoek. Je krijgt nooit een tweede kans voor een eerste indruk!

Vertel het complete verhaal bij een rondleiding niet in één keer. Zo vermijd je dat het de bezoeker aan het eind gaat duizelen. Zijn laatste indruk bepaalt het gevoel dat hem bijblijft.

Rondleiden is begeleiden

Bespreek hoe je met kinderen omgaat; wijs een hekkensluiter aan voor de rondgang. Na een uur zit het bezoekershoofd vol, dus houd het beperkt. Rondleiden is vooral: begeleiden. De bezoeker die zich op zijn gemak voelt, komt terug.

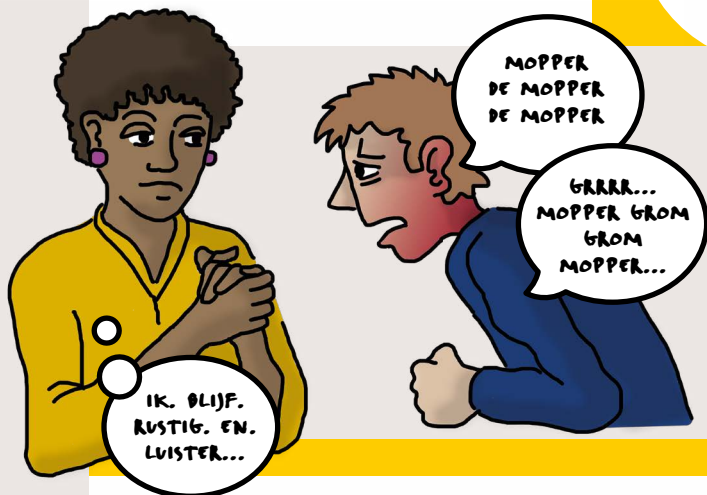
Tip

Houding en gelaatsuitdrukking zijn belangrijk. Communicatie bestaat uit:

lichaamstaal
55%

toon,
tempo en
volume
38%

woorden
7%



Mopperende bezoekers

Al doe je je uiterste best, er staat wel eens een ontevreden bezoeker voor je. Beschouw zijn opmerkingen als gratis advies en neem hem serieus. Of je het ermee eens bent of niet: het is de beleving van je bezoeker. Laat de hem zijn hele verhaal doen, vooral als de emotie oploopt.

Klacht

Vat een klacht niet persoonlijk op en bied excuses aan. Ook al vind jij de klacht ongegrond – je kunt je altijd namens de organisatie verontschuldigen. Stel open vragen om erachter te komen waar het mis ging. Neem verantwoordelijkheid. Bedank de bezoeker oprecht voor het uiten van zijn ervaring en gebruik 'LSD': Luisteren, Samenvatten, Doorvragen. Luister met

empathie, vraag door en vat samen om te laten zien dat je de klacht begrijpt. Pas als de bezoeker merkt dat jij werkelijk hebt geluisterd, kan hij naar jou luisteren. Ga samen op zoek naar een oplossing en doe daarbij meer dan hij verwacht.



Bekijk op YouTube

[Terras van Lebbis](#)

Om te onthouden

Een tevreden bezoeker vertelt zijn reisverhaal aan anderen – zij zijn mogelijk nieuwe bezoekers!

Kennis is Kracht

Het cursustraject Kennis is Kracht wordt geïnitieerd door Erfgoedhuis Zuid-Holland en gesubsidieerd door Mondriaan Fonds, Fonds 1818 en Fonds Schiedam Vlaardingingen. Met steun van provincie Zuid-Holland. Teksten: Renata Haring, Evelien Masselink en Jan Daan Hillen. Redactie: Jan Daan Hillen. Vormgeving: studioBoven grafisch ontwerp.

www.erfgoedhuis-zh.nl



Fonds 1818

