

Manual de productes i serveis digitals

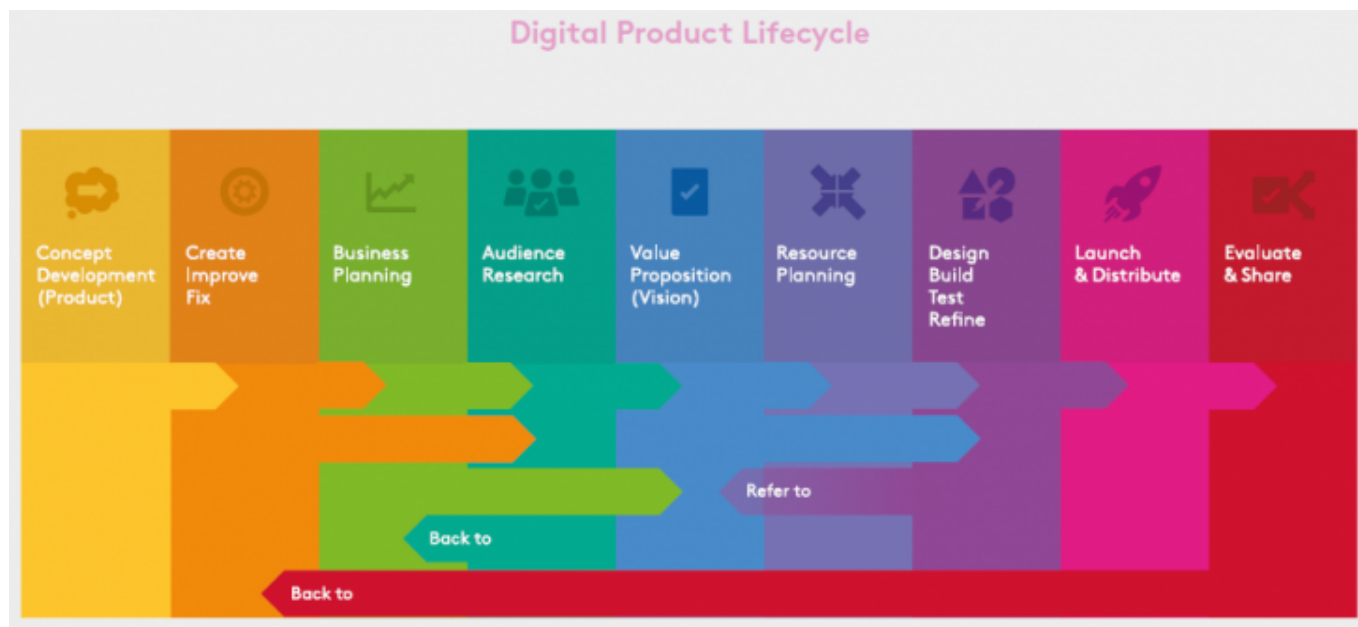
Published by [Interacció](#) [1] on 21/09/2015 - 14:54 | Last modification: 05/02/2026 - 15:08



[Digital R&D Fund for the Arts](#) [2]

Guia que proporciona a les organitzacions culturals pautes, consells i recursos per millorar el desenvolupament dels seus productes digitals en l'àmbit artístic i cultural, ja sigui per crear-ne de nous o per millorar els ja existents. El document parteix de quatre preguntes bàsiques: 'Why' (Per què), 'Who' (Qui i per a qui); 'What' (Què) i 'How' (Com) desenvolupar un producte cultural i proporciona explicacions, plantilles i documents de referència per guiar els professionals en el disseny, implementació i avaluació i al llarg de tot el cicle de vida d'un producte cultural.

Cal tenir present en tot moment el cicle de vida global del producte i tenir clara la seva finalitat, si es tracta d'una resposta a una nova oportunitat, sí es vol resoldre un problema o si es fa per experimentar amb noves eines.



El manual remarca també alguns aspectes importants a tenir en compte a l'hora de desenvolupar productes digitals culturals:

- Cal elaborar un pla de negoci que especifiqui els costos i els recursos assignats al producte cultural, així com explicar el seu valor per a l'organització i els seus públics.

- És imprescindible situar els públics en el cor del procés de desenvolupament de producte i anar-lo modificant en funció de les seves respostes. S'han d'establir mecanismes de comunicació i interacció amb els usuaris per conèixer millor els seus comportaments i poder-los oferir productes més adequats a les seves necessitats específiques.
- Es recomana treballar sobre segments de públics i tipologies d'usuaris concretes. Aquesta metodologia pot ser molt útil a l'hora d'elaborar els continguts, triar les estratègies de màrqueting més adequades i testejar el producte durant la producció. Per a cada segment de públic s'indican les seves característiques, comportaments, objectius i motivacions.
- És important establir col·laboracions i involucrar a tots els agents interessats que puguin contribuir a un millor desenvolupament del producte. Segons el manual, poques organitzacions tenen la capacitat de desenvolupar les seves ambicions digitals en solitari, per això és vital treballar amb organitzacions o firmes col·laboradores que comparteixin visió i interessos.
- S'ha d'elaborar el 'roadmap' o full de ruta del producte. És el document on es detallarà pas a pas el desenvolupament del producte al llarg del temps. Si es fa bé ha d'ajudar a definir i assignar tasques, facilitar la comunicació entre les persones que hi intervenen.
- Cal pensar en el valor dels continguts al llarg del temps. S'ha de pensar que els continguts de cada producte són únics i que la manera d'explicar i presentar la informació inspirarà i motivarà més o menys a les audiències. S'han d'aportar elements que diferenciïn a cada organització de la resta de l'ecosistema digital.
- S'han d'escollir bé les canals de distribució i pensar estratègies de contingut i campanyes rellevants, consistents i congruents a través de diferents canals. Si es crea una perfil a Facebook, per exemple, cal assegurar-se que es disposa de recursos suficients per proporcionar actualitzacions regulars i mantenir un feedback constant amb els usuaris.
- És imprescindible avaluar, compartir i extreure'n aprenentatges de cara a productes futurs. No sempre és possible preveure la resposta o l'èxit d'un determinat producte, més si es tracta de projectes innovadors o arriscats. Els objectius poden ser difusos i un fracàs pot ser fins i tot beneficiós si se sap corregir a temps i actuar amb rapidesa. Un gran èxit inicial pot també derivar en un fracàs, per exemple, si s'obté una gran resposta per part dels usuaris i el servidor web no està preparat per rebre tantes peticions d'usuaris. És vital saber interpretar les respostes dels usuaris per poder aplicar les correccions adequades.

Aquest manual es basa en aportacions d'experts en la matèria i en l'experiència dels projectes finançats pel Digital R&D Fund for the Arts, que ha donat suport a 52 organitzacions a incorporar les tecnologies digitals en els seus productes i serveis per tal d'arribar a més públics o augmentar la fidelització amb els ja existents. El Digital R&D Fund for the Arts és una col·laboració entre l'[Arts Council England](#) [3], l'[Arts and Humanities Research Council](#) [4] i el [Nesta](#) [5].

PDF [Making digital work: digital toolkit for arts and culture](#) [6]

[Inicia sessió](#) [7] o [registra't](#) [8] per enviar comentaris

Tags: cultura digital

- [9]

Source URL: <https://interaccio.diba.cat/en/CIDOC/blogs/2015/manual-productes-serveis-digitals>

Links:

[1] <https://interaccio.diba.cat/en/members/interaccio>

[2] <http://artsdigitalrnd.org.uk/>

[3] <http://www.artscouncil.org.uk/>

[4] <http://www.ahrc.ac.uk/>

[5] <http://www.nesta.org.uk/>



[6] <http://cercles.diba.cat/documentsdigitals/pdf/E150203.pdf>

[7] <http://interaccio.diba.cat/>

[8] <http://interaccio.diba.cat/form/alta-comunitat>

[9] <https://interaccio.diba.cat/node/5963>