

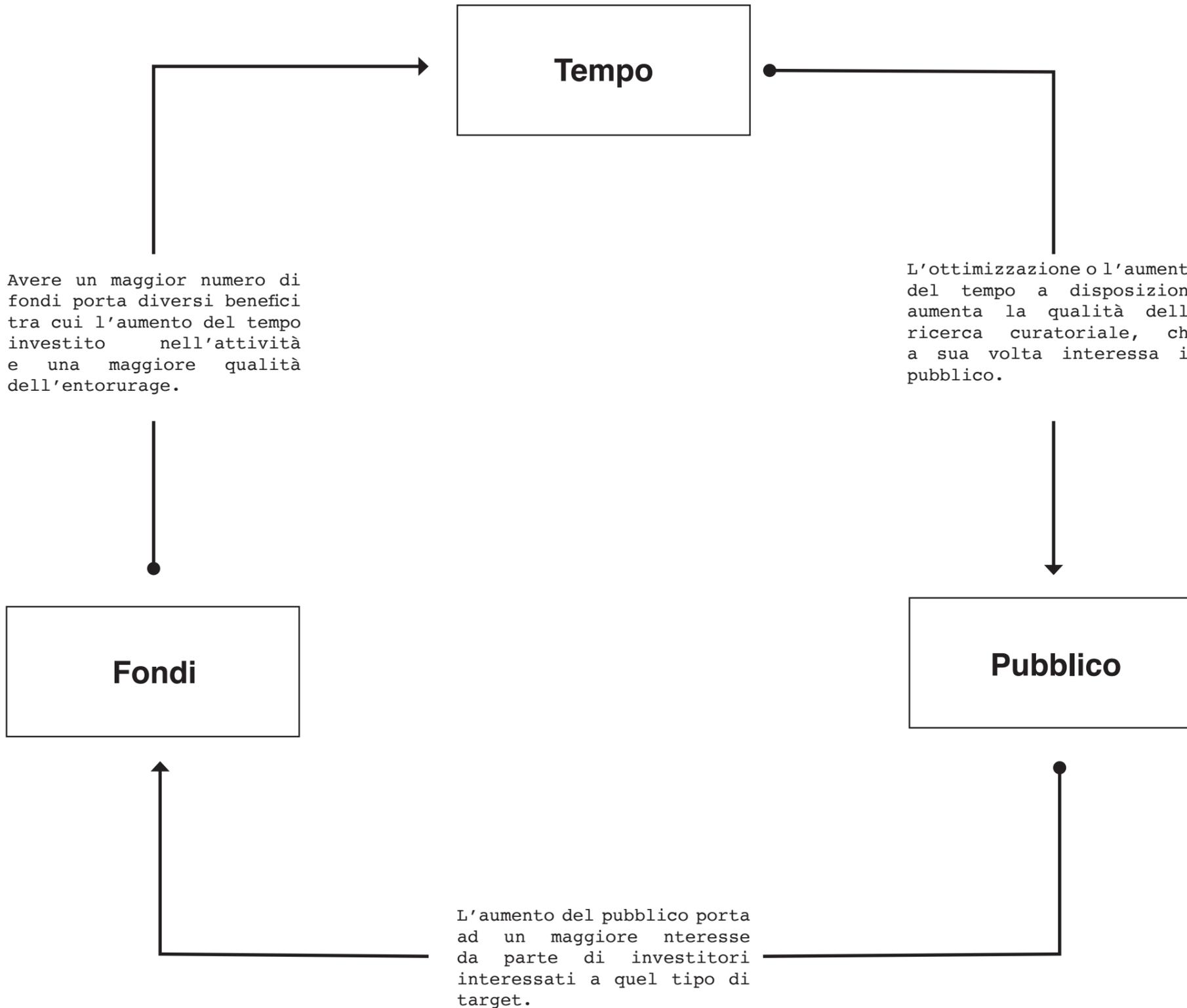
## Analizza le tue risorse

Questa sezione ti serve per **acquisire consapevolezza** sulla tua situazione attuale. Le risorse che hai a disposizione sono state identificate in 3 variabili indipendenti (e cioè elementi che non dipendono da altri fattori). Ciascuna di esse influenza a sua volta una variabile dipendente.

Variabili indipendenti	Tempo dedicato	Fondi a disposizione	Quantità di Pubblico
Variabili dipendenti	<p>Qualità ricerca curatoriale</p> <p>Quanto <b>Tempo</b> dedichi allo spazio?</p> <p>A tempo pieno <input type="checkbox"/></p> <p>Part-time <input type="checkbox"/></p> <p><b>è sufficiente?</b></p> <p><input type="checkbox"/> <b>Sì</b> <input type="checkbox"/> <b>No</b></p> <p>Non riuscire a gestire il tempo è normale, soprattutto quando lo spazio è gestito part-time. Prova a programmare la tua strategia di comunicazione* secondo questo obiettivo.</p> <p>Consiglio: <b>Regola il tuo calendario di Openings secondo quello della tua città</b> (ad esempio puntando sui weekend di maggiore affluenza (durante feste o eventi). <b>Quali sono gli eventi più interessanti nel calendario della tua città?</b></p> <p>*Per scoprire come strutturare la tua strategia di comunicazione continua fino a pagina 3 oppure scarica dal sito <a href="http://nib.neocities.org/framework.html">nib.neocities.org/framework.html</a> il pdf "strategia".</p>	<p>Qualità entourage</p> <p><b>Quali fondi hai a disposizione?</b></p> <p>Autofinanziamento <input type="checkbox"/></p> <p>Quota associativa <input type="checkbox"/></p> <p>Fondi Privati <input type="checkbox"/></p> <p>Fondi Pubblici <input type="checkbox"/></p> <p>Commissioni e collaborazioni <input type="checkbox"/></p> <p>Questi fondi sono ottenibili tramite <b>canali Offline</b></p> <p>Sponsorship <input type="checkbox"/></p> <p>Donazioni <input type="checkbox"/></p> <p>Fundraising <input type="checkbox"/></p> <p>Vendita beni e servizi <input type="checkbox"/></p> <p>Questi fondi sono ottenibili tramite <b>canali Online e Offline</b></p> <p>Crowdfunding <input type="checkbox"/></p> <p>Ottenibile tramite <b>canali Online</b></p>	<p>Interesse degli investitori</p> <p><b>Quantità di pubblico</b></p> <p>Addetti ai lavori <input type="checkbox"/></p> <p>Questo pubblico è raggiungibile tramite una strategia di comunicazione concentrata sulla qualità dell'artista e sulla ricerca curatoriale.</p> <p>Pubblico locale <input type="checkbox"/></p> <p>Il pubblico locale si può raggiungere con canali sia online che offline e ha bisogno di uno storytelling più semplice.</p> <p>Online <input type="checkbox"/></p> <p>Raggiungibile tramite specifiche campagne (in cui il target è ben preciso).</p> <p><b>è sufficiente?</b></p> <p><input type="checkbox"/> <b>Sì</b> <input type="checkbox"/> <b>No</b></p> <p>Il pubblico giusto è il motore del tuo spazio, devi capire quale tipo di persone vuoi che si interessino alla tua attività.</p> <p>Consiglio: <b>Se è il pubblico locale che cerchi di interessare struttura dei contenuti apposta per loro.</b> L'aumento del <b>giusto pubblico</b> può interessare i <b>giusti investitori</b> (ad esempio investitori interessati al territorio).</p>

## Individua le tue necessità

Considera le variabili indipendenti e dipendenti. Questa è la relazione che hanno tra loro?



Per avere chiarimenti sulle variabili dipendenti e indipendenti consulta la pagina precedente o, se hai scaricato questo file singolarmente, effettua il download della sezione **Risorse** su: <https://nib.neocities.org/framework.html>

### Cosa va cambiato?

Focalizza i tuoi obiettivi principali.

- Ottimizzare tempo
- Aumentare il pubblico
- Ottenere maggiori fondi

### Qual'è il tuo punto debole?

Considera come gli elementi sono legati l'un l'altro. Focalizza i tuoi obiettivi, questo passaggio è fondamentale per la tua strategia.

### Esempio:

Non ho fondi, che tipo di finanziamento mi serve? Scelgo il Fundraising. Che tipo di pubblico parteciperebbe? Con quali canali posso fare Fundraising? (vedi sezione Risorse)

**Offline:** Lo spazio, organizzo un evento per la raccolta fondi.

**Online:** Facebook, pubblicando la mia iniziativa con un post + creando un evento in cui raccogliere i possibili donatori.







## I contenuti

Qualunque siano i tuoi obiettivi dovrai raccontare cosa fai in maniera comprensibile al tuo target, ecco alcuni consigli:

### Riprendiamo l'esempio di Piano editoriale

Rispetto a un evento importante come si può sviluppare il tuo piano editoriale?

Per avere chiarimenti su questo esempio di piano editoriale consulta le pagine precedenti o, se hai scaricato questo file singolarmente, effettua il download della sezione **Strategia** su: <https://nib.neocities.org/framework.html>

**Crea HYPE sugli openings**  
Già 2 settimane prima sui canali annuncia l'evento.

**Anticipa alcuni elementi dell'evento senza svelare le opere**  
In questo potrai farti aiutare dall'artista con la tipologia di contenuto.

Lunedì	Martedì	Mercoledì	Giovedì	Venerdì	Sabato	Domenica
			Creazione evento su Facebook	Post Instagram: annuncio Evento		
			Post Fb: anticipazioni evento			
			<b>Spazio fisico: Evento</b>		Post IG: racconto evento	Sito: Archivio
			Post Fb: racconta l'evento			

### \*Perchè Strutturare la tua comunicazione?

In Italia i project spaces hanno in media una vita di **5 anni**(per poi chiudere o modificarsi in una nuova formula). **Non sappiamo quali sono i tuoi piani per lo spazio**, ma ci teniamo che quello che hai creato sia fruibile per più tempo.

### Più siamo meglio è

È importante che il tuo spazio faccia parte di una **dimensione più ampia**, perciò **diffondi** più che puoi questa piccola guida per allineare chi ne ha bisogno e creare una **comunità di spazi italiani** che tutti insieme, nel tempo, possono raccontare **il fenomeno artistico contemporaneo**.

### Racconta l'artista

- **è un artista timido?** Limita il suo intervento personale, ad esempio chiedigli immagini che lo hanno aiutato nel suo processo creativo e pubblicale nel tuo piano editoriale come contenuti.

- **è disponibile a fare**

- un'intervista?** Decidi il tuo format (vuoi girare un video? vuoi farla testuale?) e crea una scaletta di domande che potranno servire come format per tutti gli artisti disposti a svolgere un'intervista.

In generale **considera i tuoi canali Online come un archivio**, in cui raccontare cosa hai visto, cosa hai fatto e con quali artisti hai collaborato. È importante per il tuo futuro\*.