

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 Tempo dedichi allo spazio?</p> <p>A tempo pieno <input type="checkbox"/></p> <p>Part-time <input type="checkbox"/></p> <p>è sufficiente?</p> <p><input type="checkbox"/> Sì <input type="checkbox"/> No</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: Regola il tuo calendario di Openings secondo quello della tua città (ad esempio puntando sui weekend di maggiore affluenza (durante feste o eventi). Quali sono gli eventi più interessanti nel calendario della tua città?</p> <p>*Per scoprire come strutturare la tua strategia di comunicazione continua fino a pagina 3 oppure scarica dal sito nib.neocities.org/framework.html il pdf "strategia".</p>	<p>Qualità entourage</p> <p>Quali fondi hai a disposizione?</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 canali Offline</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 canali Online e Offline</p> <p>Crowdfunding <input type="checkbox"/></p> <p>Ottenibile tramite canali Online</p>	<p>Interesse degli investitori</p> <p>Quantità di pubblico</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>è sufficiente?</p> <p><input type="checkbox"/> Sì <input type="checkbox"/> No</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: Se è il pubblico locale che cerchi di interessare struttura dei contenuti apposta per loro. L'aumento del giusto pubblico può interessare i giusti investitori (ad esempio investitori interessati al territorio).</p>