



# Δημιουργία μίας Μη-συμβατικής Περιήγησης Πόλης

Στόχος της παρούσας ενότητας είναι να προσφέρει πρακτικές κατευθυντήριες γραμμές για τη δημιουργία μίας μη-συμβατικής περιήγησης πόλης, με τη χρήση εναλλακτικών προσεγγίσεων στην παιχνιδοποίηση και στην εκclusτική αφήγηση ιστοριών, με ιδιαίτερη εστίαση στον τρόπο αφήγησης του περιεχομένου.

# Η παρούσα ενότητα αναλύει τα εξής:

- 1) Πώς να εφαρμόσετε την αφήγηση ιστοριών σε μία ψηφιακή περιήγηση πόλης, βήμα προς βήμα
- 2) Πώς να εφαρμόσετε την παιχνιδοποίηση σε μία ψηφιακή περιήγηση πόλης, βήμα προς βήμα





# Αφήγηση ιστοριών για ψηφιακές περιηγήσεις πόλης

Με συγχρηματοδότηση από το πρόγραμμα «Erasmus+» της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Όπως ισχύει σε πολλές πτυχές της δημιουργίας περιεχομένου, η δημιουργικότητα, η ικανότητα να εμπνέετε δράση ή συναίσθημα, καθώς και η ικανότητα σύνδεσης με το κοινό, όλα αποτελούν δεξιότητες τις οποίες πρέπει να καλλιεργήσετε προκειμένου να γίνετε ένας συναρπαστικός αφηγητής ιστοριών.



[www.diothercity.eu](http://www.diothercity.eu) | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

Το έργο #DiOtherCity συγχρηματοδοτείται από το πρόγραμμα ERASMUS+ της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Ιούνιος 2021 μέχρι Μάιος 2023). Το παρόν περιεχόμενο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο του συγγραφέα, και η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν. (Κωδικός έργου: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).

LES APPRIMEURS



CEPS Projectes Socials  
<http://www.asceps.org>



MULAB

# Αφήγηση ιστοριών για ψηφιακές περιηγήσεις πόλης

Ακολουθούν μερικές γενικές κατευθυντήριες γραμμές τις οποίες πρέπει να έχετε υπόψη κατά τη δημιουργία μιας ψηφιακής περιήγησης πόλης:

1. Γνωρίστε τον στόχο/τους στόχους σας και πού αυτοί βρίσκονται. Ορίστε τις προτιμήσεις τους και το είδος περιεχομένου το οποίο «καταναλώνουν».
- Προτιμούν περιεχόμενο σε μορφή βίντεο; Διαδικτυακές ηχητικές εκπομπές (podcasts); Ιστολόγια;
  - Χρησιμοποιούν συγκεκριμένες εφαρμογές;
  - Τι είδους τουρίστες είναι;



# Αφήγηση ιστοριών για ψηφιακές περιηγήσεις πόλης

2. Επιλέξτε το κατάλληλο κανάλι μέσω του οποίου θα μοιραστείτε το περιεχόμενό σας. Μόλις ορίσετε το κοινό-στόχο σας, ξεκινήστε να ορίζετε επίσης πού κυρίως βρίσκεται το κοινό αυτό, καθώς και πώς θα το προσεγγίσετε με το περιεχόμενό σας.

- Είναι το κοινό-στόχος σας ενεργό κυρίως στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης; Σε ποιες πλατφόρμες;
- Ποια είναι τα πιο συνήθη μορφότυπα που χρησιμοποιούν οι πλατφόρμες αυτές;
- Ποιο είναι το υπάρχον υλικό που σχετίζεται με τον τομέα του τουρισμού στις πλατφόρμες αυτές;



# Αφήγηση ιστοριών για ψηφιακές περιηγήσεις πόλης

3. Βεβαιωθείτε ότι το περιεχόμενό σας μπορεί να κοινοποιηθεί. Επιδιώξτε τη δημιουργία μίας αίσθησης σύνδεσης με το κοινό σας, ώστε να το εμπλέξετε ενεργά με το περιεχόμενό σας, και να παρακινήσετε τα άτομα αυτά να το μοιραστούν με άλλους.

- Για να το επιτύχετε αυτό, χρειάζεται να επεξεργαστείτε το δίδαγμα ή τον σκοπό που βρίσκεται πίσω από την ιστορία σας.



[www.diothercity.eu](http://www.diothercity.eu) | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

Το έργο #DiOtherCity συγχρηματοδοτείται από το πρόγραμμα ERASMUS+ της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Ιούνιος 2021 μέχρι Μάιος 2023). Το παρόν περιεχόμενο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο του συγγραφέα, και η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν. (Κωδικός έργου: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).

# Αφήγηση ιστοριών για ψηφιακές περιηγήσεις πόλης

4. Κάντε το περιεχόμενό σας ενδιαφέρον και ελκυστικό.

- Πειραματιστείτε με τρέχοντα και ευρέως διαδεδομένα μορφότυπα ανάλογα με το είδος του περιεχομένου σας και το κανάλι που χρησιμοποιείτε.
- Δώστε προσοχή στην ποιότητα των ηχητικών στοιχείων και των βίντεο που περιλαμβάνει η περιήγησή σας.
- Γίνετε δημιουργικοί και πειραματιστείτε με διαφορετικές οπτικές (για παράδειγμα, αφηγηθείτε την ιστορία ενός μέρους από διαφορετικές οπτικές γωνιές).



# Ορίστε την ιστορία πίσω από την περιήγηση πόλης σας

Ακολουθούν μερικές χρήσιμες ερωτήσεις να έχετε κατά νου:

## Τι είδους περιήγηση σχεδιάζετε να κάνετε;

1. **Με οπτικό περιεχόμενο** (με βίντεο στο YouTube; Στο Instagram; Σε ποια μορφή; Vlogs; Reels; Βίντεο στο Tiktok; κ.λπ.)
2. **Με ηχητικό περιεχόμενο** (Διαδικτυακές ηχητικές εκπομπές; Υπάρχει κάποιο επιπλέον υλικό; Σε ποιες μορφές;)



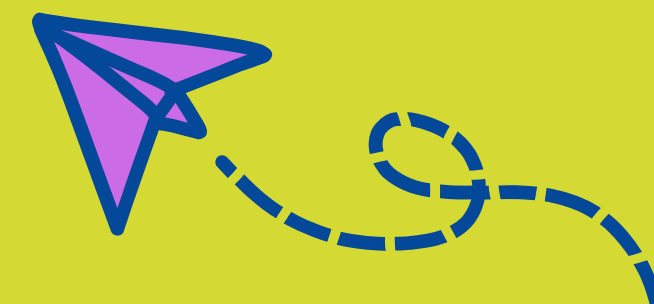
## Ποιος είναι ο κύριος χαρακτήρας της ιστορίας;

1. **Ποιος ή τι αφηγείται την ιστορία;** (Εγώ; Ένας φανταστικός χαρακτήρας; Ένα αντικείμενο; Το ίδιο το μέρος; κ.λπ.)
2. **Από ποια οπτική γωνία γίνεται η αφήγηση της ιστορίας;**



## Ποιος είναι ο σκοπός;

1. **Προσφορά προτάσεων** (Συμβουλές σχετικά με το τι να δει κανείς; Τι να φάει; Τι να κάνει; κ.λπ.)
2. **Ενημέρωση** (Ιστορικά γεγονότα; Περιέργεια; κ.λπ.)
3. **Διασκέδαση** (Εξερεύνηση μιας γειτονιάς; Θεματικές περιηγήσεις; κ.λπ.)





# Δομήστε ένα απλό εικονογραφημένο σενάριο

## ΑΡΧΗ

1. Ξεκινήστε με τη σύνθεση ενός ελκυστικού τίτλου. Λειτουργεί σαν μέσο προσέλκυσης της προσοχής του κοινού σας, ωθώντας το να συνεχίσει να παρακολουθεί την περιήγηση.
2. Ίσως να χρειαστεί να αναφέρετε τον σκοπό της πειήγησης με σαφήνεια στις επικεφαλίδες (π.χ. «3 κρυφά σημεία στα προάστια της Ρώμης»).



## ΕΞΕΛΙΞΗ

1. Μείνετε σταθεροί στον προκαθορισμένο σκοπό.
2. Μείνετε σταθεροί στην οπική γωνία του χαρακτήρα που αφηγείται την ιστορία.
3. Βεβαιωθείτε ότι διασφαλίζετε μία καλή ποιότητα περιεχομένου (ανατρέξτε στις συμβουλές για το οπτικοακουστικό υλικό στο 2ο μέρος της ενότητας 3)
4. Διατηρήστε έναν ευχάριστο ρυθμό αφήγησης, ώστε η ιστορία σας να είναι εκλυστική προς το κοινό και να διατηρήσετε το ενδιαφέρον του.

## ΤΕΛΟΣ

1. Βεβαιωθείτε ότι προσφέρετε ένα αίσθημα ολοκλήρωσης στην αφήγησή σας.
2. Φροντίστε να κάνετε το τέλος της ιστορίας σας όσο «πιασάρικη» είναι και η αρχή της.



# «Οι ιστορίες ωθούν τους ανθρώπους σε δράση»

Η αφήγηση ιστοριών πρέπει να είναι πειστική και αρκετά αληθοφανής.

Στην πραγματικότητα, όσο περισσότερο εμπλέκεται το κοινό σας, τόσο μεγαλύτερη είναι η προθυμία του να επενδύσει σε κάτι.

Αυτή η προθυμία αποτελεί μόνο ένα μικρό μέρος της στρατηγικής μάρκετινγκ σας. Αφού κατακτήσετε την προσοχή του κοινού σας, πρέπει να το πείσετε να αγοράσει το προϊόν ή την υπηρεσία που προσφέρετε.

Σύμφωνα με τη στρατηγική του Inbound Marketing, αφού δημιουργήσετε μια καλή ιστορία, καλό είναι να προσθέσετε μια έκκληση για δράση, ώστε να οδηγήσετε τους πελάτες στην ιστοσελίδα σας.



Αν και μπορείτε να πειραματιστείτε με παιχνίδια, εφαρμόζοντας τους μηχανισμούς τους στην περιήγηση πόλης σας, ακολουθούν ορισμένες συμβουλές οι οποίες μπορούν εύκολα να εφαρμοστούν:

## Μορφότυπο παιχνιδιού τύπου «Κυνήγι Θησαυρού»

1. Χρησιμοποιήστε διαδικτυακές πλατφόρμες οι οποίες σας επιτρέπουν να δημιουργήσετε παιχνίδια τύπου «κυνήγι θησαυρού» για να τα δοκιμάσει το κοινό σας.
2. Δημιουργήστε τη δική σας αποστολή, την οποία θα πρέπει να ακολουθήσει το κοινό σας (π.χ. μια σειρά από βίντεο ή επεισόδια podcast που οδηγούν σε ένα συγκεκριμένο σημείο όπου το κοινό μπορεί να αναζητήσει στοιχεία που του επιτρέπουν να ανοίξει τα επεισόδια, των οποίων οι τίτλοι περιέχουν λέξεις-κλειδιά που αποκαλύπτονται μόνο από τα στοιχεία, κ.λπ.)

## Μορφότυπα Προκλήσεων ή Διαγωνισμών

1. Εμπλέξτε το κοινό σας σε σύντομες προκλήσεις καθώς εξερευνούν τα μέρη (π.χ. Βρείτε το παλαιότερο εστιατόριο στην πλατεία κ.λπ.)
2. Δημιουργήστε έναν διαγωνισμό (φωτογραφικός διαγωνισμός, διαγωνισμός με βίντεο ή με ιστορία για κάποιο μέρος, κ.λπ.)
3. Καλέστε το κοινό σας να ακολουθήσει ένα προτεινόμενο χρονοδιάγραμμα (π.χ. 3 μέρες στα προάστια της Ρώμης: Μέρα 1η, κ.λπ.)

## Έκκληση για Δράση

1. Θυμηθείτε να συμπεριλάβετε μία έκκληση για δάση στο τέλος της περιήγησής σας.
2. Χρησιμοποιήστε την για να καλέσετε το κοινό σας να μοιραστεί την εμπειρία της συμμετοχής σας στο κυνήγι θησαυρού, στις προκλήσεις ή στους διαγωνισμούς.
3. **Καλέστε τους να κοινοποιήσουν το περιεχόμενό σας.**
4. **Καλέστε τους να μοιραστούν τα σχόλιά τους και να ξεκινήστε ένα διάλογο μαζί τους.**
5. Οδηγήστε τους σε άλλους πόρους (επιπλέον ή παρόμοιο υλικό).