



# PROGRAM FUNKCJONOWANIA I ROZWOJU 2022-2027

**dla**

Muzeum im. o. Emila Drobrego w Rybniku

**autor**

dr Wojciech Dominiak

Katowice 2022





## ZAŁOŻENIA WSTĘPNE

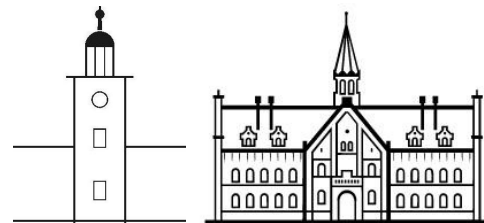
Koncepcja funkcjonowania i rozwoju Muzeum im. o. Emila Drobnego w Rybniku na lata 2022 - 2027 sporządzona została w oparciu o analizę kondycji muzeum, przeprowadzoną przed objęciem przeze mnie obowiązków dyrektora rybnickiego muzeum. Dokument ten stanowił punkt wyjścia do wprowadzenia zmian w obszarze organizacyjno-funkcyjnym jednostki oraz działań na substancji muzealnej. Ich efektem było wprowadzenie nowej struktury organizacyjnej muzeum, w wyniku której doszło do wyodrębnienia pionu merytorycznego (Dział Historii, Kultury Regionu i Rzemiosła) oraz wzmocnienia Działu Edukacji i Promocji. W efekcie zmian reorganizacyjnych Muzeum w Rybniku zarządza nowym obiektem o charakterze edukacyjnym, funkcjonującym pod odrębną marką "Edukatorium Juliusz". Prócz działalności wystawienniczej w edukatorium prowadzone są różne formy edukacyjne (warsztaty, ścieżki tematyczne, zajęcia edukacyjne, spotkania). Dlatego też niniejsza koncepcja funkcjonowania i rozwoju, prócz założeń strategicznych dla instytucji, została podzielona na dwa moduły: odrębnie dla marki Muzeum im. o. Emila Drobnego w Rybniku oraz dla Edukatorium Juliusz.

## CELE STRATEGICZNE - MUZEUM W RYBNIKU

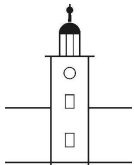
- 1 zoptymalizować działania i procesy zarządzania, wrdożyć TQM
- 2 zapewnić odpowiednie warunki przechowywania zbiorów
- 3 pozyskać środki zewnętrzne i rozpocząć proces budowy nowej siedziby rybnickiego muzeum
- 4 przebudować i unowocześnić ofertę wystaw stałych

## CELE STRATEGICZNE - EDUKATORIUM JULIUSZ

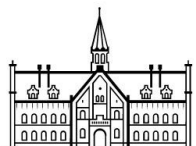
- 1 branding marki: zbudować silną markę, rozpoznawalną w całym kraju
- 2 zrealizować samofinansujący się model biznesowy
- 3 osiągnąć i utrzymać roczną frekwencję na poziomie 20-30 tys. zwiedzających
- 4 uruchomić "Pawilon Juliusz" w ramach edukatorium



## MISJA

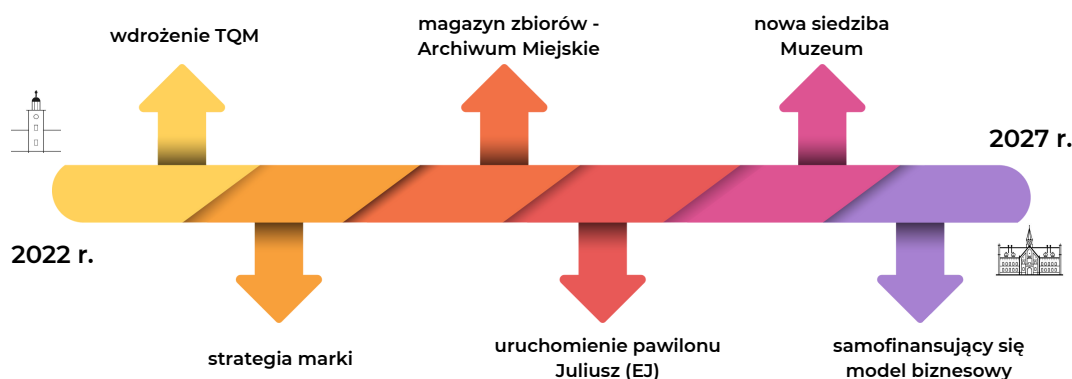


Dziedziczymy przeszłość i odpowiedzialnie przekazujemy ją przyszłym pokoleniom.



Zaszczepić w odwiedzających wiedzę, że człowiek jest częścią natury.

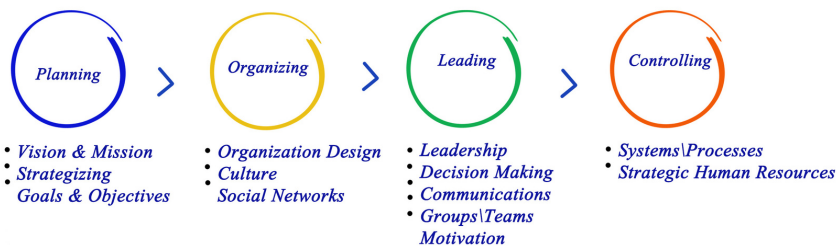
## RAMY CZASOWE CELÓW STRATEGICZNYCH

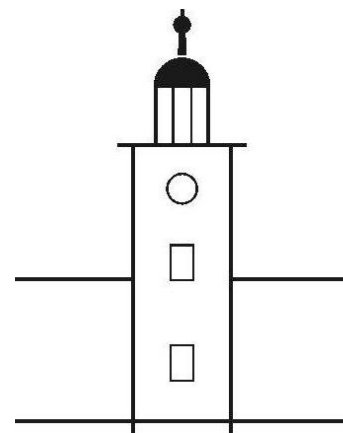


## MODEL ZARZĄDZANIA EDUKATORIUM JULIUSZ (TQM)

- ocena problemu (CEO + Dział Edukacji i Promocji; dalej DEP)
- analiza otoczenia marketingowego (specjalista ds. marketingu i CEO)
- rozwój przypadku biznesowego (specjalista ds. marketingu i CEO)
- stworzenie rozwiązania i symulacja działania (CEO + DEP)
- plan wdrożenia (specjalista ds. marketingu i CEO)
- szkolenie i wdrożenie projektu (specjalista ds. marketingu)
- utrzymanie wskaźników (specjalista ds. marketingu i CEO)
- analiza skuteczności działania, dane wejściowe do planowania (CEO)

### Management Functions



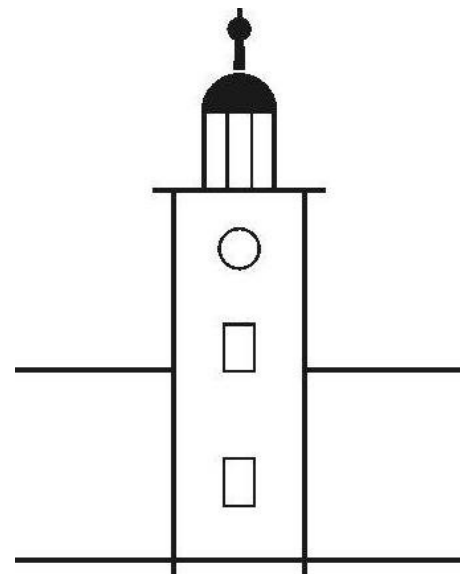


# MAPA CELÓW STRATEGICZNYCH



Ukazana na diagramie mapa celów strategicznych Muzeum w Rybniku (Ratusz) wyznacza główne kierunki podejmowanych działań, zarówno w układzie poziomym (chronologicznie) jak i układzie pionowym (według działań miękkich i twardych). W dalszej części dokumentu zostaną omówione cele operacyjne, umożliwiające realizację założeń strategicznych.





# REALIZACJA CELÓW STRATEGICZNYCH

2022 - 2027

## • **Bezpieczeństwo finansowe**

- zwiększenie wpływów, pozyskiwanie źródeł zwiększenia przychodów, w tym finansowania pozabudżetowego
- wykorzystanie narzędzi finansowania społecznościowego (tzw. crowdfundingu) przy zakupach cenniejszych i wyjątkowych artefaktów związanych z regionem
- pozyskanie sponsora strategicznego muzeum

2023 - 2026

## • **Rebranding marki**

- stworzenie w skali regionu nowoczesnego profilu muzeum oferującego szeroki wachlarz działań edukacyjnych
- realizacja międzynarodowych projektów wystawienniczych i muzealnych wzmocni markę muzeum na arenie międzynarodowej
- kontynuacja działalności naukowej, prowadzonej na bardzo wysokim poziomie

2023 - 2026

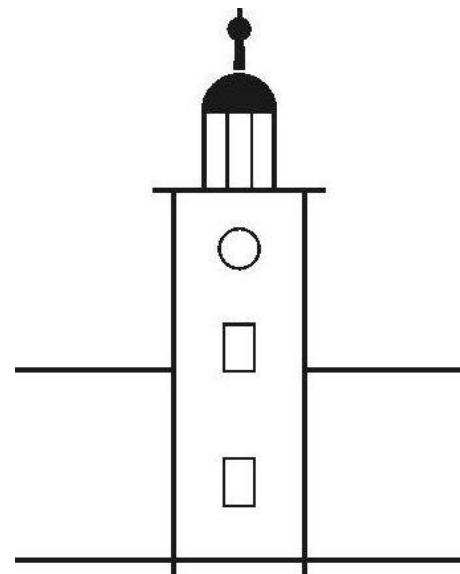
## • **Promocja**

- spójna i profesjonalna kampania nowego profilu Muzeum w Rybniku w *social mediach*, analiza konkurencyjności
- konieczność przebudowania strony internetowej WWW (także wersje obcojęzyczne), ujednoczenie jej szaty graficznej (SIW i KV - przykład Edukatorium Juliusz) i wzbogacenie jej o formularze automatycznej rezerwacji, zakupu biletów oraz e-sklep (system IKSORIS)
- zaoferowanie do nabycia w sklepiku muzealnym bogatej oferty *brandowanych* pamiątek, tzw. „gadżetów” z *landmarkiem* muzeum. Sklepik należy umiejscowić na trasie zwiedzania, przy wyjściu z ekspozycji/budynku
- współpraca z Instytucjami muzealnymi z Czech i Niemiec i realizacja wspólnych projektów muzealnych (w tym z funduszy EU)

2023 - 2024

## • **Infrastruktura lokalowa: nowa siedziba muzeum**

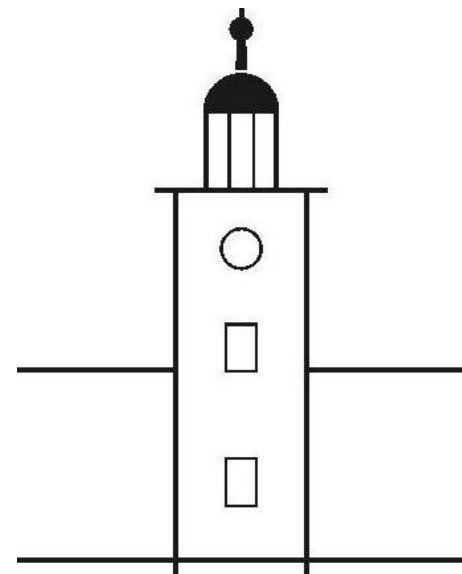
- określenie zapotrzebowania na powierzchnię lokalową (przestrzeń funkcjonalna, użytkowa, wystawiennicza)
- określenie źródeł pozyskania środków pozabudżetowych na realizację inwestycji, współdziałanie z organem prowadzącym
- przygotowanie dokumentacji projektowej, redakcja wniosków aplikacyjnych



# REALIZACJA CELÓW STRATEGICZNYCH

- 2023** ● **Zmiana modelu zarządzania**
- wprowadzenie zadaniowego modelu zarządzania (zarządzanie projektami, bieżące raportowanie i analiza zgromadzonych danych, optymalizacja kosztów świadczonych usług zewnętrznych) - *Total Quality Management*
  - wdrożenie nowoczesnych narzędzi IT w zakresie zarządzania pracą organizacji
  - usprawnienie decyzyjności w obszarach działalności merytorycznej
- 2024 - 2025** ● **Infrastruktura lokalowa: magazyn zbiorów (realizacja)**
- inwentaryzacja zbiorów muzealnych pod kątem ich wartości historycznej i warunków przechowywania
  - ustalenie harmonogramu przeniesienia zbiorów do Archiwum Miejskiego
  - translokacja zbiorów do nowych przestrzeni magazynowych
- 2024 - 2027** ● **Usystematyzowanie kluczowych obszarów działalności muzealnej**
- planowanie perspektywiczne (3-letnie) działalności wystawienniczej i naukowej
  - opracowanie wystaw plenerowych ważnych wydarzeń o zasięgu regionalnym, ich ekspozycja w przestrzeni miasta w niewralgicznych miejscach
  - podniesienie jakości obsługi turysty zagranicznego (obsługa znająca podstawowe zwroty w języku obcym)
  - wprowadzić systemy spersonalizowanego zwiedzania z wykorzystaniem nowoczesnych technologii w kilku językach: standardy RFID, QR
  - prowadzić badania naukowe i kwerendy muzealne oraz archiwalne w obszarach tematycznych poszczególnych działów, zadbać o atrakcyjną szatę graficzną i ich odpowiednią promocję (uczestnictwo w konferencjach naukowych o charakterze krajowym i międzynarodowym)
  - wprowadzenie hybrydowego modelu ważniejszych wydarzeń (wydarzenie + streaming)
  - opracować atrakcyjny program działań edukacyjnych (różne grupy docelowe, segmentacja rynku)
- 2025 - 2027** ● **Infrastruktura lokalowa: nowa siedziba muzeum (realizacja)**
- zlecenie projektu scenariusza wystaw stałych (przy współudziale pracowników merytorycznych Muzeum)
  - przystosowanie obiektu do potrzeb użytkowych i funkcjonalnych Muzeum (prace budowlane)
  - wykonanie wystawy, przeprowadzka do nowej siedziby, otwarcie obiektu





# REALIZACJA CELÓW STRATEGICZNYCH

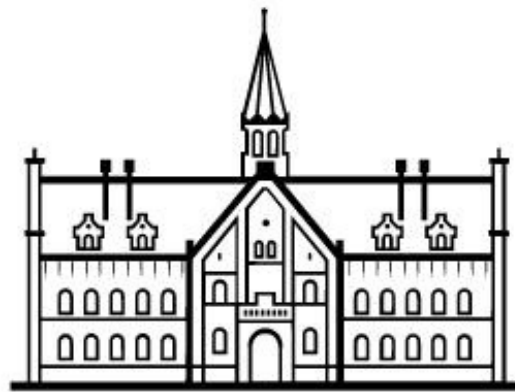
2026 - 2027

● **Zwiększenie zasięgu oddziaływania**

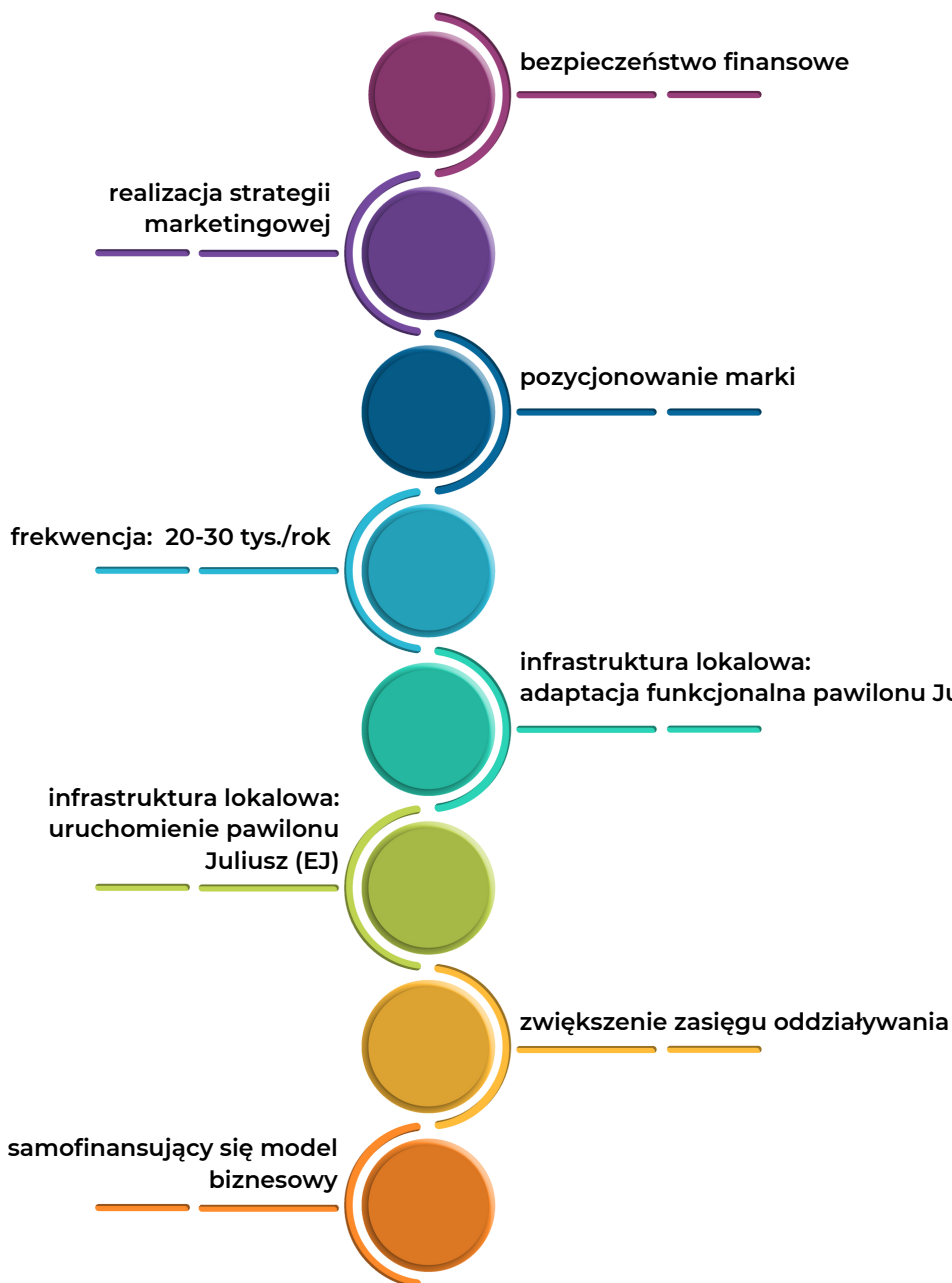
- opracowanie strategii marketingowej pozycjonowania marki w nowym otoczeniu funkcjonowania Muzeum
- wdrożenie działań i kampanii promocyjnych w związku ze zmianą profilu działalności instytucji
- prognozowanie stopy zwrotu nakładów poniesionych na realizację działań promocyjnych

2027

● **Analiza zrealizowanych celów strategicznych, planowanie 2028 - 2032**

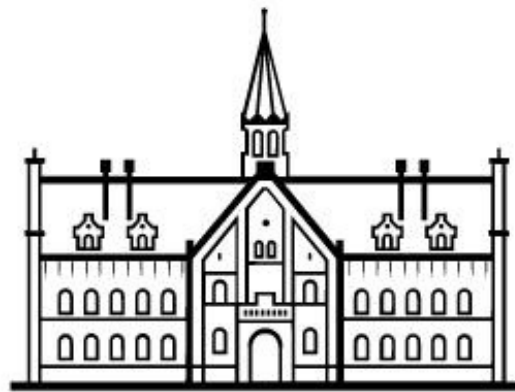


# MAPA CELÓW STRATEGICZNYCH



Ukazana na diagramie mapa celów strategicznych Edukatorium Juliusz wyznacza główne kierunki podejmowanych działań, w układzie poziomym (chronologicznie). W dalszej części dokumentu zostaną omówione cele operacyjne, umożliwiające realizację założeń strategicznych.





# REALIZACJA CELÓW STRATEGICZNYCH

2022 - 2027

## • **Bezpieczeństwo finansowe**

- zwiększenie wpływów ze sprzedaży biletów i usług
- pozyskiwanie źródeł zwiększenia przychodów w postaci szerokiego koszyka usług edukacyjnych
- możliwość komercyjnego wynajmu powierzchni
- wpływy do budżetu z w/w powinny przekroczyć nakłady promocyjne

2022 - 2027

## • **Pozycjonowanie marki**

- realizacja opracowanej strategii marketingowej Edukatorium Juliusz
- stworzenie rozpoznawalnej w skali kraju marki turystycznej
- bieżąca analiza wskaźników i czynników mających wpływ na markę
- ambasador marki
- remarketing i narzędzia remarketingu *Google Ads*

2022 - 2027

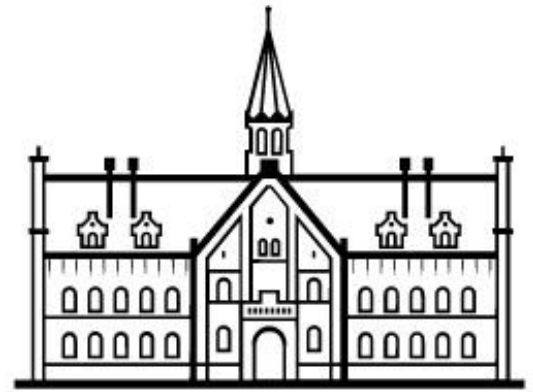
## • **Promocja**

- spójna (KV) i profesjonalna kampania promocyjna Edukatorium Juliusz (realizacja strategii marketingowej), plan mediowy
- kanały i narzędzia działań promocyjnych: *Social media (FB, Instagram, YouTube i inne)*, reklama radiowa, prasowa, bilbordy, *Koleje Śląskie, city light*, blog, targetowanie
- analiza mierników działań marketingowych, dopasowanie narzędzi, kampanie przypominające,
- urynkowanie usług przewodnickich (certyfikacja zewnętrzna przewodników)
- wzajemny kupon rabatowy do Ignacego/Juliusza
- bilet łączony (od początku 2023 r.): Juliusz - Ignacy
- przygotowanie aplikacji wspomagającej zwiedzanie EJ (po uruchomieniu pawilonu Juliusz)
- *brand hero* i różnorodna jego implementacja

2022 - 2027

## • **Edukacja**

- szeroka oferta warsztatów i zajęć edukacyjnych
- możliwość realizacji modułów lekcyjnych przez nauczycieli
- realizacja ścieżki edukacyjnej "Człowiek - maszyna" - wspólnie z Zabytkową Kopalnią Ignacy
- urynkowanie usług edukacyjnych (wewnątrz organizacji)
- nawiązanie współpracy z podmiotami zewnętrznymi (laboratoriami, szkołami medycznymi itp.) i prowadzenie cyklicznych zajęć i spotkań przez pracowników tych podmiotów
- współpraca ze szkołami, z placówkami edukacyjnymi i metodycznymi dla nauczycieli oraz z organizatorami wypoczynku dla dzieci i młodzieży



# REALIZACJA CELÓW STRATEGICZNYCH

- 2023 - 2025** ● **Infrastruktura lokalowa: uruchomienie EJ (pawilon Juliusz)**
  - ścisła współpraca z inwestorem w celu określenia obszaru funkcjonalnego i użytkowego pawilonu Juliusz
  - dostosowanie przestrzeni wystawienniczych do profilu obiektu (wystawy stałe i przestrzeń wystaw czasowych)
  - realizacja prac budowlanych i montaż ekspozycji
  - grupy pilotażowe przed otwarciem Juliusza
  - intensyfikacja kampanii marki
  - otwarcie pawilonu Juliusz w ramach Edukatorium Juliusz
  
- 2025 - 2026** ● **Zwiększenie zasięgu oddziaływania**
  - wyjściową grupę docelową stanowią mieszkańcy aglomeracji śląskiej
  - rozpocząć proces budowy rozpoznawalnej marki poza granicami Polski
  - uzyskany efekt skali przełoży się na zwiększenie wpływów ze sprzedaży usług (wzrosną też koszty bieżące utrzymania obiektu)
  - realizacja powyższych celów strategicznych pozwoli zbliżyć Edukatorium Juliusz do samofinansującego się modelu biznesowego
  
- 2027** ● **Analiza zrealizowanych celów strategicznych, planowanie 2028 - 2032**



## ZAKOŃCZENIE

Niniejszy dokument wskazuje główne kierunki rozwoju Muzeum im. o. Emila Drobrego w Rybniku jak i jego marki indywidualnej - Edukatorium Juliusz. Ujęte w nim cele strategiczne i taktyczne nie określają narzędzi, gdyż te zawarte są w odrębnych opracowaniach (np. strategii marketingowej, strategii marki), których ujawnienie naruszyłoby tajemnicę przedsiębiorstwa.

Działania opisane w przedłożonej koncepcji funkcjonowania mają skutkować zrównoważonym rozwojem dwóch zarządzanych marek w taki sposób, aby w 2027 roku uniknąć dysproporcji atrakcyjności oferty programowej i wystawienniczej obu marek.

Przedstawiona koncepcja funkcjonowania i rozwoju ujmuje szereg działań marketingowych. Wprowadza słownictwo branżowe z teorii zarządzania i marketingu. Zaproponowany styl zarządzania muzeum wynika z jego potencjału lokalowego i szans wprowadzenia modelu biznesowego o dosyć odważnym, rynkowym charakterze, przy jednoczesnym zachowaniu specyfiki muzeum jako instytucji kultury.

