



UNIVERSITY OF
WEST ATTICA

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ

Πτυχιακή Εργασία

Γραφιστικός επανασχεδιασμός της εταιρικής ταυτότητας και της ιστοσελίδας του Εθνικού
Μουσείου Σύγχρονης Τέχνης - ΕΜΣΤ .

Συγγραφέας:

Πάυλος Βαλλιανάτος

A.M.: 16054

Επιβλέπον καθηγητής:

Δρ. Σοφία Μυτιληναίου

Ακαδημαϊκός Υπότροφος - Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής

ΑΘΗΝΑ ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ 2023



UNIVERSITY OF
WEST ATTICA
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ

Diploma Thesis

Graphic redesign of the brand Identity and the Website of the
National Museum of Contemporary Art - EMST.

Author:

Pavlos Vallianatos

Registration Number:

16054

Supervisor:

Sofia Mytilinaiou

ATHENS FEBRUARY 2023



UNIVERSITY OF
WEST ATTICA
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ

Μέλη Εξεταστικής Επιτροπής συμπεριλαμβανομένου και του Εισηγητή:

Η πτυχιακή/διπλωματική εργασία εξετάστηκε επιτυχώς
από την κάτωθι Εξεταστική Επιτροπή:

/α	ΟΝΟΜΑ ΕΠΩΝΥΜΟ	ΒΑΘΜΙΔΑ/ΙΔΙΟΤΗΤΑ	ΨΗΦΙΑΚΗ ΥΠΟΓΡΑΦΗ
	Δρ. Σοφία Μυτιληναίου	Ακαδημαϊκός Υπότροφος Πανεπιστημίου	
	Δρ. Ρωσσέτος Μετζητάκος	Επίκουρος Καθηγητής Πανεπιστημίου	
	Δρ. Ευάγγελος Χατζηθεοδώρου	Αναπληρωτής Καθηγητής Πανεπιστημίου	

Δήλωση συγγραφέα Πτυχιακής Εργασίας

Ο κάτωθι υπογραφών Παύλος Βαλλιανάτος του Δημητρίου με αριθμό μητρώου 16054, φοιτητής του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής της Σχολής Εφαρμοσμένων Τεχνών και Πολιτισμού του Τμήματος Γραφιστικής και Οπτικής Επικοινωνίας, δηλώνω υπεύθυνα ότι: «Είμαι συγγραφέας αυτής της πτυχιακής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην εργασία. Επίσης, οι όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε ακριβώς είτε παραφρασμένες, αναφέρονται στο σύνολό τους, με πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Επίσης, βεβαιώνω ότι αυτή η εργασία έχει συγγραφεί από μένα αποκλειστικά και αποτελεί προϊόν πνευματικής ιδιοκτησίας τόσο δικής μου, όσο και του Ιδρύματος. Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου».

Ο Δηλών :

Παύλος Βαλλιανάτος



Ευχαριστίες

Πρωτίστως αισθάνομαι την ανάγκη να εκφράσω την ατελείωτη ευγνωμοσύνη μου στη μητέρα μου, Ίνα Μαρία και στον πατέρα μου Δημήτρη, για την υποστήριξη κάθε επιλογής που έκανα και για τη μεγάλη στήριξη που μου πρόσφεραν σε όλη τη διάρκεια των σπουδών μου.

Θα ήθελα ιδιαίτερα να ευχαριστήσω όλους τους συμμαθητές και τους φίλους μου που με βοήθησαν μέσα από την κριτική, την αλληλεπίδραση απόψεων και ιδεών και την υποστήριξή τους σε όλα τα στάδια της φοιτητικής μου ζωής για να με κάνουν καλύτερο στην πορεία που θέλω ακολουθήσω ως γραφίστας.

Επιπρόσθετα θα ήθελα να ευχαριστήσω ειλικρινά την επιβλέπουσα καθηγήτριά μου Δρ. Σοφία Μυτιληναίου για την μεγάλη της υποστήριξη, την καθοδήγηση, τα κίνητρα και την αφιέρωση του πολύτιμου χρόνου της, καθώς και για την εμπιστοσύνη που πρόσφερε από την αρχή μέχρι την ολοκλήρωση της πτυχιακής μου.

Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους τους καθηγητές της σχολής γραφιστικής του ΠΑΔΑ που μου έδωσαν ερεθίσματα, χρόνο και πολύτιμες γνώσεις όλα αυτά τα χρόνια για να με βοηθήσουν να εξελιχτώ ως νέος γραφίστας.

Περιεχόμενα

Περίληψη	7
1. Εισαγωγή	8
2. Η δημιουργία User Experience (Ux) για ιστοσελίδες μουσείων τέχνης	9
2.1) Μελέτη ανταγωνιστών για την δημιουργία ιστοσελίδας μουσείου	9
2.1.1) Στόχοι μελέτης ανταγωνιστών	10
2.1.2) Μεθοδολογία	10
2.2) Σενάριο χρήσης (Journey map)	11
2.2.1) Τι είναι το σενάριο χρήσης;	12
2.2.2) Η διαδικασία δημιουργίας σεναρίου χρήστη	12
2.3) Ροή χρηστών (user flow)	13
2.3.1) Η διαδικασία σχεδιασμού	14
2.3.2) Βασικά στοιχεία ροής χρηστών	15
2.3.3) Πλεονεκτήματα μιας καλά σχεδιασμένης ροής χρήστη	16
3. Η δημιουργία User Interface (UI) για ιστοσελίδες μουσείων τέχνης	17
3.1) Αρχές Σχεδιασμού	17
3.2) Τεχνικές σχεδίασης User Interface	18
3.3) Λειτουργίες σχεδίασης User Interface	19
4. Το User Experience (UX) στην ιστοσελίδα του ΕΜΣΤ	20
4.1) Η διαδικασία μελέτης ανταγωνιστών για την ιστοσελίδα του ΕΜΣΤ	21
4.2) Το Σενάριο Χρήσης (Journey Maps) του ΕΜΣΤ	23
4.3) Η ροή χρήστη του ΕΜΣΤ	26
5) Συμπεράσματα	29
6. Βιβλιογραφία	31

Περίληψη

Η πτυχιακή αυτή αφορά τον γραφιστικό επανασχεδιασμό της επωνυμίας και της ιστοσελίδας για κινητό και οθόνη υπολογιστή του Εθνικού Μουσείου Σύγχρονης Τέχνης. Σε αυτό το θεωρητικό μέρος παρουσιάζονται οι διαδικασίες που πρέπει να εφαρμοστούν προκειμένου να τεθούν οι βάσεις για ένα άψογο User Experience design και User interface στους ιστότοπους των μουσείων και συγκεκριμένα του ΕΜΣΤ. Παρουσιάζεται λοιπόν η μελέτη ανταγωνιστών, τα σενάρια χρήσης, τα πρόσωπα των χρηστών και οι ροές χρηστών. Τέλος, αυτές οι τεχνικές παρουσιάζονται στην πράξη, πώς εκτελούνται, τι οφέλη προσφέρουν για την υλοποίηση responsive σχεδίασης ιστοσελίδων και καταλήγουν στα συμπεράσματα αυτής της μελέτης.

ABSTRACT

The thesis concerns the graphic redesign of the brand and responsive website (for phone and desktop computer) of the National Museum of Contemporary Art in Athens. In this theoretical part of this thesis, the procedures that must be applied in order to create the foundations for a flawless user experience on museum websites and especially EMST are presented. More specifically, the types of UX Flow, the creation of Ux mapping (journey map and user personas) and Competitors analysis are presented. Finally, these techniques are presented in practice, how they are performed, what it provides for the implementation of web design and the conclusions of this study.

1. Εισαγωγή

Το Εθνικό Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης (ΕΜΣΤ) στεγάζεται μόνιμα στο πρώην ιστορικό Εργοστάσιο Φιξ. Είναι πλήρως ανοιχτό στο κοινό από το 2020 και παρέχει ευκαιρίες στο κοινό ώστε να αλληλεπιδράσει με τη σύγχρονη τέχνη μέσω των μόνιμων συλλογών, εκθέσεων, εκδηλώσεων, προγραμμάτων και εκδόσεων.

Μέσω αυτής της πτυχιακής εργασίας το ΕΜΣΤ επανασυστήνεται με τον σχεδιασμό μιας νέας εταιρικής ταυτότητας η οποία προβάλλει ένα σύγχρονο και διαχρονικό Brand. Ο στόχος της πτυχιακής εργασίας είναι να δημιουργήσει μια καθαρή και ευέλικτη επωνυμία που μπορεί να χρησιμοποιηθεί τόσο σε έντυπη όσο και σε ψηφιακή μορφή. Το δεύτερο μέρος της πτυχιακής εργασίας απαρτίζεται από τον επανασχεδιασμό ανταποκρίσιμης ιστοσελίδας (responsiveness website) για οθόνη κινητού, τάμπλετ και υπολογιστή στην οποία χρήστες-επισκέπτες μπορούν πλοηγηθούν σε αυτήν επιτυγχάνοντας τους στόχους τους εύκολα και αποτελεσματικά.

Στο κομμάτι της θεωρητικής εργασίας θα αναλυθούν οι μέθοδοι μελέτης και σχεδιασμού του User Experience (UX) και του User Interface (UI) για τη δημιουργία της ιστοσελίδας του μουσείου. Στη συνέχεια της εργασίας θα τεκμηριωθεί πως οι μέθοδοι αυτοί βοήθησαν και χρησιμοποιήθηκαν από τα αρχικά στάδια της διαδικασίας επανασχεδιασμού της ιστοσελίδας του ΕΜΣΤ μέχρι και την υλοποίησή της.

2. Η δημιουργία User Experience (Ux) για ιστοσελίδες μουσείων τέχνης

Η επιτυχία μιας ιστοσελίδας μουσείου εξαρτάται από την ικανότητά του να προσελκύει επισκέπτες και να επικοινωνεί αποτελεσματικά πληροφορίες σχετικά με τις εκθέσεις, τις συλλογές και τα προγράμματα του μουσείου. Το User Experience Design (UX) είναι μια κρίσιμη πτυχή του σχεδιασμού της ιστοσελίδας, καθώς καθορίζει πόσο εύκολα οι επισκέπτες μπορούν να πλοηγηθούν σε αυτήν και να έχουν άμεση και εύκολη πρόσβαση στις πληροφορίες που χρειάζονται την στιγμή που τις χρειάζονται.

Ουσιαστικά ένας από τους σημαντικότερους στόχους της σχεδίασης ενός ισορροπημένου User Experience design είναι να δημιουργηθεί ευχρηστία στην πλοήγηση. Η ευχρηστία (usability) αναφέρεται στην ευκολία με την οποία οι χρήστες μπορούν να χρησιμοποιήσουν και να πλοηγηθούν σε μία ιστοσελίδα. Μία ιστοσελίδα μουσείου θα πρέπει να είναι εύκολη στην πλοήγηση, με σαφείς, ξεκάθαρες επιλογές μενού, έχοντας μια λογική ροή πληροφοριών. Οι χρήστες θα πρέπει να μπορούν να βρουν αυτό που αναζητούν μέσα σε λίγα κλικ, χωρίς να τους δημιουργούνται αρνητικά συναισθήματα όπως το να απογοητεύονται ή να μπερδεύονται.

Ένας αποτελεσματικός τρόπος για να διασφαλιστεί η ευχρηστία είναι να δημιουργηθεί μια σαφής δομή της ιστοσελίδας, με οργανωμένες ενότητες για εκθέσεις, συλλογές, προγράμματα και άλλους βασικούς τομείς του μουσείου. Αυτή η δομή πρέπει να είναι συνεπής και ξεκάθαρη σε όλη την ιστοσελίδα, όπως για παράδειγμα με σαφείς και αναγνωρίσιμους τίτλους.

2.1) Μελέτη ανταγωνιστών για την δημιουργία ιστοσελίδας μουσείου

Με τον αυξανόμενο αριθμό μουσείων και πολιτιστικών ιδρυμάτων που έχουν δημιουργήσει μια ιστοσελίδα, είναι σημαντικό να έχουμε πλήρη κατανόηση του ανταγωνισμού. Η μελέτη ανταγωνιστών είναι ένα σημαντικό σημείο της διαδικασίας στρατηγικού σχεδιασμού και είναι επιτακτική ανάγκη για τους οργανισμούς να κατανοήσουν τα δυνατά και τα αδύναμα σημεία των ανταγωνιστών τους προκειμένου να αναπτύξουν μια ιδιαίτερη και ξεχωριστή παρουσία στο διαδίκτυο.

2.1.1) Στόχοι μελέτης ανταγωνιστών

Ο πρωταρχικός στόχος της μελέτης ανταγωνιστών είναι να εντοπιστούν οι βασικοί ανταγωνιστές στην αγορά και να μελετηθούν οι στρατηγικές, οι προσφορές, τα δυνατά και τα αδύνατά τους σημεία. Αυτές οι πληροφορίες χρησιμοποιούνται στη συνέχεια για την ανάπτυξη μιας ολοκληρωμένης στρατηγικής για τον σχεδιασμό της ιστοσελίδας του μουσείου που αξιοποιεί τα δυνατά σημεία του οργανισμού και αντιμετωπίζει τις αδυναμίες του ανταγωνισμού.

Οι στόχοι της μελέτης ανταγωνιστών για μία ιστοσελίδα μουσείου περιλαμβάνουν:

1. Κατανόηση του κοινού: Η μελέτη ανταγωνιστών προσφέρει πολύτιμες πληροφορίες για το κοινό (χρήστες) και για τις προτιμήσεις του, οι οποίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τη δημιουργία ενός πιο ελκυστικού και φιλικό προς τον χρήστη ιστότοπο.
2. Εύρεση δυνατών ανταγωνιστών: Η μελέτη ανταγωνιστών δίνει τη δυνατότητα στα μουσεία να εντοπίσουν τους βασικούς ανταγωνιστές τους στον ψηφιακό χώρο, κάτι που μπορεί να τα βοηθήσει να κατανοήσουν τον ανταγωνισμό και τις τάσεις που κυριαρχούν στην αγορά.
3. Κατανόηση του ανταγωνισμού: Η μελέτη ανταγωνιστών παρέχει μια ολοκληρωμένη κατανόηση του ανταγωνισμού, συμπεριλαμβανομένων των δυνατών και των αδύνατων σημείων τους, τα οποία μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την ανάπτυξη μιας ξεχωριστής παρουσίας στο διαδίκτυο.
4. Εντοπισμός ελλείψεων στην αγορά: Η μελέτη ανταγωνιστών βοηθά τα μουσεία να εντοπίσουν κενά - ελλείψεις στην αγορά, τα οποία μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την ανάπτυξη μοναδικών και διαφοροποιημένων λειτουργιών ώστε να ξεχωρίσουν από τα υπόλοιπα μουσεία.

2.1.2) Μεθοδολογία

Η μελέτη ανταγωνιστών είναι μια συστηματική διαδικασία που περιλαμβάνει πολλαπλά βήματα, συμπεριλαμβάνει την αναγνώριση των ανταγωνιστών, την συλλογή δεδομένων, την ανάλυση των δεδομένων και την ανάπτυξη προτάσεων. Τα ακόλουθα βήματα περιγράφουν τη μεθοδολογία για τη διεξαγωγή μιας μελέτης ανταγωνιστών για ένα ιστότοπο μουσείου:

1. Προσδιορισμός ανταγωνιστών: Το πρώτο βήμα για τη διεξαγωγή μιας μελέτης ανταγωνιστών είναι ο εντοπισμός των βασικότερων από αυτούς στην αγορά. Αυτό μπορεί να γίνει ερευνώντας σχετικές ιστοσελίδες και ψηφιακές πλατφόρμες, καθώς και επικοινωνώντας με ειδικούς και ενδιαφερόμενους του κλάδου.
2. Συλλογή δεδομένων: Το δεύτερο βήμα είναι η συλλογή δεδομένων για τους βασικούς ανταγωνιστές. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει πληροφορίες για τις λειτουργίες τους, το κοινό τους και τις ψηφιακές στρατηγικές που ακολουθούν.
3. Ανάλυση δεδομένων: Το τρίτο βήμα στη διαδικασία είναι η ανάλυση των δεδομένων που συλλέχθηκαν στο προηγούμενο βήμα. Αυτό περιλαμβάνει την αξιολόγηση των δυνατών και αδύνατων σημείων των ανταγωνιστών και τον εντοπισμό σημείων όπου η ιστοσελίδα του μουσείου μπορεί να βελτιωθεί.
4. Προτάσεις: Το τελικό βήμα είναι η ανάπτυξη προτάσεων με βάση την ανάλυση δεδομένων. Αυτές οι προτάσεις μπορεί να περιλαμβάνουν αλλαγές στην ψηφιακή στρατηγική του μουσείου, τη δημιουργία νέων λειτουργιών και την ανάπτυξη μιας πιο φιλικής προς τον χρήστη ιστοσελίδας.

2.2) Σενάριο χρήσης (Journey map)

Στη σημερινή ψηφιακή εποχή, είναι ζωτικής σημασίας για τα μουσεία να έχουν ισχυρή διαδικτυακή παρουσία για να προσεγγίσουν ένα ευρύτερο κοινό. Ο ιστότοπος ενός μουσείου χρησιμεύει ως εικονική αναπαράσταση του μουσείου, προσφέροντας στους χρήστες πληροφορίες για τα εκθέματα, τις εκδηλώσεις και τις υπηρεσίες του. Η διαδικασία δημιουργίας ιστοσελίδας μουσείου μπορεί να είναι περίπλοκη και απαιτεί προσεκτικό σχεδιασμό και εκτέλεση. Ένα χρήσιμο εργαλείο σε αυτή τη διαδικασία είναι το σενάριο χρήσης.

2.2.1) Τι είναι το σενάριο χρήσης;

Το σενάριο χρήσης είναι μια οπτική αναπαράσταση του user experience design ενός συγκεκριμένου χρήστη ή πελάτη καθώς αλληλεπιδρά με μια επωνυμία ή ένα προϊόν. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την κατανόηση του ταξιδιού του πελάτη και τον εντοπισμό σημείων όπου μπορεί να βελτιωθεί το User Experience Design. Η διαδικασία περιλαμβάνει τη συλλογή πληροφοριών σχετικά με τους στόχους, τις προκλήσεις, τα βήματα και τα σημεία επαφής του χρήστη κατά τη διάρκεια του ταξιδιού του και στη συνέχεια τη δημιουργία μιας οπτικής αναπαράστασης αυτών των πληροφοριών.

2.2.2) Η διαδικασία δημιουργίας σεναρίου χρήστη

Η διαδικασία δημιουργίας μιας ιστοσελίδας μουσείου χρησιμοποιώντας το σενάριο χρήσης περιλαμβάνει διάφορα βήματα, τα οποία περιγράφονται παρακάτω.

Βήμα 1: Καθορισμός των Personas - κοινού

Το πρώτο βήμα για τη δημιουργία ενός σεναρίου χρήσης για μία ιστοσελίδα μουσείου είναι να οριστούν οι Personas, οι οποίοι είναι φανταστικοί χαρακτήρες που αντιπροσωπεύουν τους διαφορετικούς τύπους χρηστών που θα χρησιμοποιήσουν την ιστοσελίδα. Αυτό το βήμα βοηθά στον εντοπισμό των αναγκών, των στόχων και των προτύπων συμπεριφοράς διαφορετικών ομάδων χρηστών και στην προσαρμογή της ροής των χρηστών στις συγκεκριμένες ανάγκες τους.

Βήμα 2: Συλλογή πληροφοριών

Εφόσον καθοριστεί το κοινό, το επόμενο βήμα είναι να συλλεχθούν πληροφορίες για το ταξίδι του. Αυτές οι πληροφορίες μπορούν να ληφθούν μέσω έρευνας. Οι πληροφορίες που συλλέγονται θα πρέπει να περιλαμβάνουν τους στόχους, τις προκλήσεις, τα βήματα και τα σημεία επαφής του χρήστη κατά τη διάρκεια του ταξιδιού του, όπως η ιστοσελίδα του μουσείου, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και οι φυσικές επισκέψεις στο μουσείο.

Βήμα 3: Δημιουργία του σεναρίου χρήσης

Το επόμενο βήμα είναι να δημιουργηθεί το σενάριο χρήσης. Το σενάριο χρήσης θα πρέπει να δημιουργηθεί με τρόπο που να είναι εύκολα κατανοητό και οπτικά ελκυστικό. Θα πρέπει να περιλαμβάνει ένα χρονοδιάγραμμα του ταξιδιού του χρήστη, συμπεριλαμβανομένων των στόχων, των προκλήσεων, των ενεργειών και των σημείων επαφής του. Αυτή η οπτική αναπαράσταση θα βοηθήσει στον εντοπισμό σημείων όπου μπορεί να βελτιωθεί το user experience design.

Βήμα 4: Ιδέες προς βελτίωση

Μόλις δημιουργηθεί το σενάριο χρήσης, το επόμενο βήμα είναι να εντοπιστούν τα σημεία όπου μπορεί να βελτιωθεί το User Experience Design. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει τη βελτίωση της πλοήγησης στην ιστοσελίδα, την προσθήκη πιο ελκυστικού περιεχομένου ή την προσθήκη επιπλέον λειτουργιών, όπως εικονικές περιηγήσεις ή αγορά εισιτηρίων μέσω της ιστοσελίδας.

Βήμα 5: Εφαρμογή βελτιώσεων

Το τελευταίο βήμα είναι η εφαρμογή των βελτιώσεων που εντοπίστηκαν στο προηγούμενο βήμα. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει την ενημέρωση του σχεδιασμού της ιστοσελίδας, την προσθήκη νέου περιεχομένου ή την εφαρμογή νέας τεχνολογίας για τη βελτίωση του User Experience Design. Είναι σημαντικό να αξιολογηθεί και να ενημερώνεται τακτικά ο ιστότοπος για να διασφαλίζεται ότι συνεχίζει να ανταποκρίνεται στις ανάγκες του κοινού της.

2.3) Ροή χρηστών (user flow)

Η ροή χρήστη (user flow) αναφέρεται στην σειρά βημάτων που κάνει ένας χρήστης για να ολοκληρώσει ένα στόχο του σε μία ιστοσελίδα. Στα πλαίσια της δημιουργίας μιας ιστοσελίδας μουσείου, η ροή των χρηστών πρέπει να εξετάζεται διεξοδικά και να σχεδιαστεί ώστε να διασφαλιστεί ένα λειτουργικό user experience design ώστε να καθοδηγούνται αποτελεσματικά οι επισκέπτες της σε αυτήν. Μια καλά σχεδιασμένη ροή χρηστών μπορεί να βοηθήσει τους επισκέπτες να βρουν γρήγορα και εύκολα αυτό που αναζητούν, ενώ μια κακώς σχεδιασμένη ροή χρηστών μπορεί να οδηγήσει σε σύγχυση και απογοήτευση.

Σε αυτό το σημείο, θα διερευνηθεί η διαδικασία δημιουργίας μιας ροής χρηστών για μία ιστοσελίδα μουσείου, με έμφαση στη διαδικασία σχεδιασμού, στις βασικές εκτιμήσεις και στις βέλτιστες πρακτικές. Θα εξεταστούν επίσης τα οφέλη μιας καλά σχεδιασμένης ροής χρηστών και πώς μπορεί να βελτιώσει το user experience design καθώς και να υποστηρίξει τους στόχους του μουσείου.

2.3.1) Η διαδικασία σχεδιασμού

Η διαδικασία σχεδιασμού για τη δημιουργία μιας πετυχημένης ροής χρηστών για μία ιστοσελίδα μουσείου περιλαμβάνει συνήθως τα ακόλουθα βήματα:

1. Καθορισμός των στόχων του χρήστη: Το πρώτο βήμα είναι να προσδιοριστούν οι στόχοι του χρήστη όταν επισκέπτεται τον ιστότοπο. Αυτό μπορεί να είναι η αγορά ενός προϊόντος, η εγγραφή σε μια υπηρεσία ή η εύρεση πληροφοριών. Μόλις καθοριστούν οι στόχοι του χρήστη, μπορεί να δημιουργηθεί μια ροή που καθοδηγεί τον χρήστη προς αυτόν τον στόχο.
2. Προσδιορισμός βημάτων χρήστη: Στη συνέχεια, προσδιορίζονται τα συγκεκριμένα βήματα που πρέπει να ολοκληρώσει ο χρήστης για να πετύχει τον στόχο του. Για παράδειγμα, εάν ο στόχος του χρήστη είναι να αγοράσει ένα εισιτήριο, τα βήματα θα μπορούσαν να περιλαμβάνουν την περιήγηση στην αγορά εισιτηρίων, την προσθήκη τους στο καλάθι και το check out.
3. Αποτύπωση της ροής: Χρησιμοποιώντας ένα διάγραμμα ροής, χαρτογραφείτε τη ροή χρήστη. Ξεκινώντας από την αρχική σελίδα μελετάτε πώς ο χρήστης περιηγείται στον ιστότοπο για να ολοκληρώσει τον στόχο του. Χρησιμοποιώντας βέλη για να την σύνδεση της κάθε σελίδας και επισημαίνοντας το κάθε βήμα για να γίνει η ροή εύκολη στην οπτικοποίηση.
4. Προσθήκη λεπτομερειών: Μόλις καθοριστεί η βασική ροή, προσθέτονται λεπτομέρειες όπως κουμπιά και σύνδεσμοι. Βεβαιώνοντας ότι ο χρήστης μπορεί εύκολα να ολοκληρώσει κάθε εργασία και ότι η ροή είναι λειτουργική.
5. Έλεγχος της ροής: Έλεγχος της ροής των χρηστών με πραγματικούς χρήστες ή μέσω λογισμικού δοκιμών χρηστών. Με αυτό το τρόπο, προσδιορίζονται τυχόν σημεία όπου οι

χρήστες ενδέχεται να αντιμετωπίσουν προβλήματα και στην συνέχεια γίνονται οι απαραίτητες αλλαγές.

6. Επανάληψη: Μετά τον έλεγχο και τις απαραίτητες αλλαγές στη ροή πρέπει να επαναληφθεί ο έλεγχος μέχρι να βελτιστοποιηθεί το User Experience Design.

Η δημιουργία μιας ροής χρηστών είναι ένα σημαντικό βήμα στη διαδικασία σχεδιασμού ιστότοπου. Βοηθά τους σχεδιαστές να δημιουργήσουν ένα εξαιρετικό User Experience Design και διασφαλίζει ότι οι χρήστες μπορούν να επιτύχουν εύκολα τους στόχους τους στον ιστότοπο. Ακολουθώντας αυτά τα βήματα, μπορεί να δημιουργηθεί μια αποτελεσματική ροή χρηστών.

2.3.2) Βασικά στοιχεία ροής χρηστών

Κατά το σχεδιασμό μιας ροής χρηστών για ένα ιστότοπο ενός μουσείου, υπάρχουν πολλά βασικά στοιχεία που πρέπει να ληφθούν υπόψη, όπως:

- Ευχρηστία: Η ροή χρήστη πρέπει να σχεδιάζεται ώστε να είναι διαισθητική και εύκολη στη χρήση, με σαφή και συνοπτικά βήματα που καθοδηγούν τον χρήστη στον επιθυμητό προορισμό του.
- Προσβασιμότητα: Η ροή χρηστών θα πρέπει να σχεδιαστεί ώστε να είναι προσβάσιμη σε όλους τους χρήστες, συμπεριλαμβανομένων εκείνων με αναπηρίες.
- Κινητά: Η ροή των χρηστών θα πρέπει να δημιουργηθεί λαμβάνοντας υπόψη και τις κινητές συσκευές, καθώς ένας μεγάλος αριθμός χρηστών επισκέπτονται ιστοσελίδες από τα smartphones και τα tablet τους. Αυτό σημαίνει ότι η ροή πρέπει να σχεδιαστεί ώστε να ανταποκρίνεται και να προσαρμόζεται σε διαφορετικά μεγέθη οθόνης.
- Branding: Η ροή των χρηστών πρέπει να σχεδιάζεται έτσι ώστε να αντικατοπτρίζει την επωνυμία και την ταυτότητα του μουσείου.

2.3.3) Πλεονεκτήματα μιας καλά σχεδιασμένης ροής χρήστη

Μια καλά σχεδιασμένη ροή χρηστών μπορεί να αποφέρει πολλά οφέλη σε μία ιστοσελίδα ενός μουσείου, όπως:

- Βελτιωμένο User Experience Design: Μια καλά σχεδιασμένη ροή χρήστη μπορεί να βελτιώσει το user experience design, καθιστώντας ευκολότερο και πιο ευχάριστο για τους χρήστες να βρουν τις πληροφορίες που αναζητούν και να ολοκληρώσουν τους στόχους τους στον ιστότοπο.
- Αφοσίωση χρηστών: Μια καλά σχεδιασμένη ροή χρηστών μπορεί να ενθαρρύνει τους χρήστες της να εξερευνήσουν τις συλλογές και τις εκθέσεις του μουσείου σε μεγαλύτερο βάθος, οδηγώντας λοιπόν στην αφοσίωση τους και σε βαθύτερη σύνδεση με το μουσείο.
- Αύξηση κερδών: Μια καλά σχεδιασμένη ροή χρηστών μπορεί να αυξήσει το ποσοστό κερδών, καθώς καθοδηγεί τους χρήστες στη διαδικασία αγοράς εισιτηρίων ή πραγματοποίησης δωρεών πιο ομαλά και αποτελεσματικά.
- Καλύτερη πλοήγηση: Μια καλά σχεδιασμένη ροή χρηστών μπορεί να βελτιώσει την πλοήγηση στον ιστότοπο, διευκολύνοντας τους επισκέπτες να βρουν αυτό που αναζητούν και μειώνοντας τον κίνδυνο δημιουργίας αρνητικών συναισθημάτων.

Μια καλά σχεδιασμένη ροή χρηστών είναι απαραίτητη για μια επιτυχημένη ιστοσελίδα μουσείου, καθώς βοηθά στην αποτελεσματική καθοδήγηση των χρηστών σε αυτήν, στη βελτίωση του User Experience Design και στην ενίσχυση των στόχων του μουσείου. Ακολουθώντας τα βήματα της διαδικασίας σχεδιασμού και λαμβάνοντας υπόψη τα βασικά στοιχεία μπορεί να δημιουργηθεί μια ροή χρηστών που είναι αποτελεσματική, ελκυστική και ωφέλιμη τόσο για τους επισκέπτες-χρήστες όσο και για το μουσείο.

3. Η δημιουργία User Interface (UI) για ιστοσελίδες μουσείων τέχνης

Μία ιστοσελίδα μουσείου τέχνης είναι από τις πιο σημαντικές πλατφόρμες για κάθε μουσείο ώστε να παρουσιάσει το περιεχόμενό του, όπως τη συλλογή, τις εκθέσεις και άλλες εκδηλώσεις του. Ένα καλοσχεδιασμένο και μελετημένο User Interface (UI) μπορεί να βελτιώσει σημαντικά το user experience design του ιστότοπου, προσελκύοντας περισσότερους επισκέπτες και βελτιώνοντας την εικόνα που προβάλλει το μουσείο καθώς και το όραμα του. Ωστόσο, ο σχεδιασμός ενός επιτυχημένου User Interface για ένα ιστότοπο μουσείου τέχνης είναι μια πολύπλοκη διαδικασία. Στην συνέχεια αυτής της ενότητας θα αναλυθεί το πώς δημιουργείται ένα επιτυχημένο User Interface για μία ιστοσελίδα μουσείου τέχνης, συμπεριλαμβανομένης μιας επισκόπησης των αρχών σχεδιασμού, των τεχνικών και των τεχνολογιών που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τη δημιουργία μιας υψηλής ποιότητας User Experience.

Το User Interface (UI) είναι κύριο στοιχείο στον ιστότοπο και είναι ιδιαίτερα σημαντικό για ιστότοπους μουσείων, οι οποίες εξυπηρετούν μεγάλο και ποικιλόμορφο εύρος κοινού. Το User Interface μιας ιστοσελίδας μουσείου πρέπει να είναι διαισθητικό, ελκυστικό και σαφές, καθώς διαδραματίζει κρίσιμο ρόλο στη διασφάλιση ότι οι χρήστες μπορούν να έχουν πρόσβαση σε όλες τις πληροφορίες με ευκολία και να αλληλεπιδρούν με το περιεχόμενο της ιστοσελίδας. Στην συνέχεια, θα αναφερθούν βασικά ζητήματα για τη δημιουργία ενός ολοκληρωμένου user Interface σε μία ιστοσελίδα μουσείου.

3.1) Αρχές Σχεδιασμού

Προτού αναλυθούν οι τεχνικές του σχεδιασμού User Interface, είναι σημαντικό να ληφθούν υπόψη οι αρχές σχεδιασμού που καθοδηγούν τη δημιουργία ενός αποτελεσματικού User Interface.

- Σχεδιασμός με επίκεντρο τον χρήστη: Για την δημιουργία ενός επιτυχημένου User Interface πρέπει να πραγματοποιηθεί μεγάλη μελέτη ώστε να σχεδιαστεί επικεντρώνοντας στην οπτική γωνία του χρήστη, με έμφαση στην ικανοποίηση των αναγκών, των προτιμήσεων και των προσδοκιών του. Η σχεδίαση με επίκεντρο τον χρήστη περιλαμβάνει την κατανόηση των στόχων, των καθηκόντων και των συμπεριφορών του χρήστη και την προσαρμογή του σχεδιασμού ώστε να ανταποκρίνεται σε αυτές τις ανάγκες.

- **Απλότητα:** Ένας απλός σχεδιασμός User Interface καθοδηγεί τους χρήστες σε έναν ιστότοπο πιο αποτελεσματικά από έναν σύνθετο σχεδιασμό. Ο σχεδιασμός θα πρέπει να στοχεύει στην απλοποίηση των βημάτων και της πλοήγησης του χρήστη παρέχοντας σαφείς, συνοπτικές και εύκολα κατανοητές πληροφορίες.
- **Συνέπεια:** Η συνέπεια στη σχεδίαση User Interface αναφέρεται στη χρήση συνεπών οπτικών στοιχείων, όπως τυπογραφία, χρώματα και μοτίβα πλοήγησης, σε όλη την ιστοσελίδα. Η συνέπεια βελτιώνει την κατανόηση της δομής της ιστοσελίδας του χρήστη και του παρέχει μια αίσθηση οικειότητας και άνεσης.
- **Σαφήνεια:** Μια σαφής σχεδίαση User Interface επιτρέπει στον χρήστη να βρίσκει εύκολα αυτό που ψάχνει και να κατανοεί τη λειτουργικότητα της ιστοσελίδας. Η σαφήνεια μπορεί να επιτευχθεί με τη χρήση καθαρής γλώσσας, ευανάγνωστης τυπογραφίας και διαισθητικής πλοήγησης.
- **Αισθητική:** Μια οπτικά ελκυστική σχεδίαση User Interface ενισχύει την αφοσίωση του χρήστη και του δημιουργεί ευχάριστα συναισθήματα καθώς πλοηγείται στην ιστοσελίδα. Ο σχεδιασμός θα πρέπει να στοχεύει στη δημιουργία ενός ευχάριστου και συναισθηματικά συναρπαστικού User Experience Design.

3.2) Τεχνικές σχεδίασης User Interface

Οι ακόλουθες τεχνικές σχεδίασης User Interface μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τη δημιουργία ενός επιτυχημένου User Interface για μία ιστοσελίδα μουσείου τέχνης:

- **Οπτική ιεραρχία:** Η οπτική ιεραρχία είναι η διάταξη των οπτικών στοιχείων της ιστοσελίδας για την επικοινωνία της σχετικής σημασίας τους. Η χρήση της οπτικής ιεραρχίας μπορεί να καθοδηγήσει τον χρήστη ώστε να κατανοήσει με μεγαλύτερη ευκολία τις πιο σημαντικές πληροφορίες, όπως τις επιλεγμένες εκθέσεις ή τις τρέχον εκθέσεις του μουσείου.
- **Πλοήγηση:** Η πλοήγηση είναι μια κρίσιμη πτυχή της σχεδίασης User Interface, καθώς καθορίζει την ικανότητα του χρήστη να βρίσκει εύκολα και να έχει πρόσβαση στο περιεχόμενο της ιστοσελίδας. Η πλοήγηση πρέπει να είναι σαφής, συνεπής, διαισθητική, και να έχει

σχεδιαστεί ώστε ο χρήστης με τον ελάχιστο αριθμό κλικ που απαιτούνται να έχει πρόσβαση σε πληροφορίες.

- **Τυπογραφία:** Η τυπογραφία είναι η χρήση γραμματοσειρών και άλλων στοιχείων κειμένου για τη βελτίωση της αναγνωσιμότητας του περιεχομένου της ιστοσελίδας. Με την χρήση της καλά μελετημένης και ισορροπημένης τυπογραφίας μπορεί να βελτιωθεί η κατανόηση και η αλληλεπίδραση του χρήστη με την ιστοσελίδα.
- **Εικόνες:** Οι εικόνες είναι μια κρίσιμη πτυχή μιας ιστοσελίδας μουσείου τέχνης, καθώς επιτρέπει στον χρήστη να κάνει προεπισκόπηση της συλλογής και των εκθέσεων του μουσείου. Η χρήση εικόνων, βίντεο και άλλων πολυμέσων υψηλής ποιότητας μπορεί να βελτιώσει την αφοσίωση του χρήστη και να δημιουργήσει ένα οπτικά ελκυστικό User Interface.

3.3) Λειτουργίες σχεδίασης User Interface

Οι ακόλουθες λειτουργίες σχεδίασης User Interface μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τη δημιουργία ενός ολοκληρωμένου User Interface για μία ιστοσελίδα μουσείου τέχνης:

- **Responsive design:** Το Responsive design επιτρέπει στην ιστοσελίδα να προσαρμόζεται σε διαφορετικά μεγέθη οθόνης και συσκευών, διασφαλίζοντας έναν συνεπές User Experience σε όλες τις πιθανές συσκευές.
- **Προσβασιμότητα:** Η προσβασιμότητα αναφέρεται στη σχεδίαση της ιστοσελίδας ώστε να διασφαλιστεί ότι όλοι οι χρήστες, συμπεριλαμβανομένων εκείνων με αναπηρίες, μπορούν να έχουν πρόσβαση και να την χρησιμοποιούν. Οι λειτουργίες προσβασιμότητας μπορούν να περιλαμβάνουν εναλλακτικό κείμενο για εικόνες, λεζάντες για βίντεο και άλλες λειτουργίες που διασφαλίζουν ότι η ιστοσελίδα είναι προσβάσιμη σε όλους τους χρήστες.
- **Λειτουργία αναζήτησης:** Η ιστοσελίδα θα πρέπει να διαθέτει λειτουργία αναζήτησης που να επιτρέπει στον χρήστη να βρίσκει συγκεκριμένες πληροφορίες γρήγορα και εύκολα.

- **Analytics-Αναλυτικά Στοιχεία:** Τα εργαλεία Analytics μπορούν να παρέχουν πληροφορίες για τη συμπεριφορά και τις προτιμήσεις του χρήστη, επιτρέποντας στο μουσείο να βελτιώσει τη σχεδίαση και τη λειτουργικότητα της ιστοσελίδας.

4. Το User Experience (UX) στην ιστοσελίδα του ΕΜΣΤ

Σε αυτό το κεφάλαιο θα αναλυθεί η διαδικασία της μελέτης ανταγωνιστών (Competitor analysis), το σενάριο χρήσης (Journey map) και η ροή του χρήστη (user flow) για την σχεδίαση του User Experience Design του νέου ιστότοπου του ΕΜΣΤ. Επιπρόσθετα, θα διερευνηθούν οι τρέχουσες αδυναμίες της ιστοσελίδας του ΕΜΣΤ και πως μέσω των προαναφερόμενων διαδικασιών μπορούν να αντιμετωπιστούν και να βελτιωθούν αποτελεσματικά. Στόχος είναι να επανασχεδιαστεί μια ιστοσελίδα πιο ευέλικτη, λειτουργική και ευχάριστη στην πλοήγηση η οποία θα παρέχει πολλαπλές νέες δυνατότητες, οι οποίες θα βελτιώσουν το User Experience στην ιστοσελίδα.

Η νέα ιστοσελίδα παρέχει:

1. Πιο σύνθετο τρόπο πλοήγησης στον οποίο η περιήγηση του χρήστη είναι πιο ευέλικτη και ευχάριστη
2. Δυνατότητα ψηφιακής αγοράς εισιτηρίων
3. Πληροφορίες και αγορά εισιτηρίων για προγράμματα ξενάγησης
4. Ολοκληρωμένη ενημέρωση για την προσβασιμότητα του μουσείου με τα μέσα μαζικής μεταφοράς
5. Δυνατότητα υπολογισμού διαδρομής από την τοποθεσία του χρήστη προς το μουσείο μέσω google maps
6. Δυνατότητα υπολογισμού διαδρομής από την τοποθεσία του χρήστη προς το Parking Fix μέσω google maps
7. Νέα διαρρύθμιση πληροφοριών για την αρχιτεκτονική και την ιστορία μέσω χρονολογίου του κτιρίου Φίξ
8. Ανταποκριτικός σχεδιασμός (Responsiveness) για οθόνες κινητού, τάμπλετ και υπολογιστή
9. Νέα σελίδα “Επικοινωνήστε μαζί μας” με επιπλέον απαραίτητες και χρήσιμες πληροφορίες

4.1) Η διαδικασία μελέτης ανταγωνιστών για την ιστοσελίδα του ΕΜΣΤ

Η μελέτη ανταγωνιστών αποτελεί το πρώτο κομμάτι της διαδικασίας σχεδιασμού και μελέτης του User Experience Design (Ux) για την πτυχιακή αυτή. Αυτή η έρευνα είναι μια από τις απαραίτητες φάσεις για τη διεξαγωγή ανάλυσης έναντι των υπηρεσιών και προϊόντων άλλων ανταγωνιστών που μπορούν να προστεθούν ή και να επανασχεδιαστούν στη νέα ιστοσελίδα του ΕΜΣΤ. Τα μουσεία / ανταγωνιστές μπορούν διαχωριστούν σε δύο διαφορετικές κατηγορίες ανταγωνιστών, στους άμεσους και στους έμμεσους, με βάση την θεματολογία του κάθε μουσείου. Στην προκειμένη περίπτωση η μελέτη ανταγωνιστών της πτυχιακής περιέχει μόνο άμεσους ανταγωνιστές, από διάφορες χώρες του κόσμου.

Τα μουσεία αυτά είναι:

- MoMA / Museum of Modern Arts
- SFMoMA / San Francisco Museum of Modern Art
- M+ / Museum of Visual Culture
- Denver Art Museum

4.2) Το Σενάριο Χρήσης (Journey Maps) του ΕΜΣΤ

Το σενάριο χρήσης έχει καθοριστικό ρόλο στην διαδικασία βελτίωσης του User Experience Design καθώς εντοπίζονται σε βάθος τα συναισθήματα των ενδεχόμενων χρηστών (Personas) της ιστοσελίδας. Το κεφάλαιο αυτό περιέχει ένα (1) σενάριο χρήσης σε γραπτή και οπτική μορφή (εικόνα 4.2.1) καθώς και πέντε (5) προφίλ personas.

User Activities	Κράτηση Εισητηρίων	Εξερεύνηση έργα συλλογής	Ενημέρωση εκθέσεων	Ενημέρωση Προσβασιμότητας	Ενημέρωση Τοποθεσίας
User Tasks	Πηγαίνει στην σελίδα "ΕΙΣΗΤΗΡΙΑ"	Πηγαίνει στην σελίδα "ΕΡΓΑ"	Πηγαίνει στην σελίδα "ΕΚΘΕΣΕΙΣ"	Πηγαίνει στην σελίδα "ΕΠΙΣΚΕΨΗ"	Πηγαίνει στην σελίδα "ΕΠΙΣΚΕΨΗ"
User Stories	Επιλέγει ημερομηνία	Επιλέγει την χρήση φίλτρων για πιο στοχευμένη εξερεύνηση (άμα χρειαστεί)	Επιλέγει την/τις εκθέσεις που του ενδιαφέρουν		Έχει την δυνατότητα να εισάγει το μέρος-αφετηρίας του
	Επιλέγει ώρα επίσκεψης	Πατάει κλικ στο έργο που το ενδιαφέρει για περισσότερες πληροφορίες			Πατάει το CTA "ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ"
	Επιλέγει είδος εισητηρίου και αριθμός εισητηρίων				
	Πατάει "Συνέχεια" (CTA) για την ολοκλήρωση αγοράς				
	Συμπληρώνει τα στοιχεία χρεωστικής κάρτας				
	Πατάει "Πληρωμή" (CTA) για την ολοκλήρωση της αγοράς				

Εικόνα 4.2.1
Σενάριο Χρήσης



“ Μου αρέσει να ενημερώνομαι πλήρως πρώτου επισκέπτομαι τα μουσεία. Ειδικά για το περιεχόμενο τους. Γίνεται πιο ευχάριστη η επίσκεψη και έχω περισσότερο χρόνο να παρατηρώ και να κατανοώ τα έργα, χωρίς την βοήθεια ξεναγού. Αποφεύγω της ξεναγήσεις. ”

Βιογραφικό

Η Μαρία είναι απόφοιτη του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής με πτυχίο στην Γραφιστική. Μετακόμισε ξανά στην Αθήνα για να εργαστεί ως νέα γραφίστρια σε ένα δημιουργικό γραφείο για να συνεχίσει τους στόχους της μετά την αποφοίτησή της. Της αρέσει να ζωγραφίζει, να διαβάζει και πηγαίνει σε γκαλερί τέχνης και μουσεία τον ελεύθερο χρόνο της για να πάρει έμπνευση και ιδέες. Της αρέσει να εξερευνεί μόνη της τα μουσεία χωρίς ξεναγήση.

Μαρία Αντωνέλου

23 • Γραφίστρια • Θεσσαλονίκη

Κίνητρα

Φιλομαθής	<input type="checkbox"/>
Δημιουργική	<input type="checkbox"/>
Παρατηρητική	<input type="checkbox"/>

Προβληματισμοί

- Δεν μου αρέσει η ποληκοσμία και οι μεγάλες αναμονές στην ουρά έκδωσι εισιτηρίων.
- Δεν θέλω να συμμετάσχω σε ξεναγήσεις γιατί δεν αισθάνομαι ελευθερία. Προτιμώ να εξερευνώ μόνη μου.

Στόχοι

- -Θέλει να μπορεί να πραγματοποιώ τις ξεναγήσεις μόνη μου γύρω από το μουσείο
- Θέλω να ενημερώνομαι πλήρως για το περιεχόμενο του μουσείου (π.χ Έργα και καλλιτέχνες).

Χρήση Τεχνολογιάς

•Website •App •Google



“ Είμαι λάτρης των μουσείων. Είναι ένας τρόπος να περνάω παραγωγικά τον ελεύθερό μου χρόνο με τον συζηγό και τα ανίψια μου. Λόγο της φυσικής μου καταστάσης και την ηλικία περιορίζομαι λίγο στις επιλογές που έχω. ”

Βιογραφικό

Ο Κα Στεργίου είναι συνταξιούχος από το 2020. Δούλεψε ως δασκάλα 4ο δημοτικό Κηφισιάς. Έχει τρομερή αγάπη στα παιδιά και ιδιαίτερα στα δύο της ανίψια της που την επισκέπτονται κάθε χρόνο στην Αθήνα. Ως συνταξιούχος ασχολείται με οικιακά θέματα του σπιτιού και και απολαμβάνει την κεραμική ως χόμπι. Της αρέσουν γενικά οι τέχνες και προσπαθεί να αξιοποιήσει τον ελεύθερό της χρόνο επισκέπτοντας μουσεία, εκθέσεις και γκαλερί .

Αλεξία Στεργίου

65 • Συνταξιούχος • Κηφισιά, Αθήνα

Κίνητρα

Φιλομαθής	<input type="checkbox"/>
Δημιουργικός	<input type="checkbox"/>
Παρατηρητικός	<input type="checkbox"/>

Προβληματισμοί

- Δεν έχω μεγάλη επίγνωση στην τεχνολογία, αποφεύγω τα τάμπλετ και τα κινητά αφής .
- Είμαι σε μια ηλικία που το σώμα μου δεν έχει μεγάλες αντοχές, αποφεύγω το πολύ περπάτημα και τους μεγάλους εκθισιακούς χώρους σε μουσεία.
- Η προσβασιμότητα με όχημα διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο για μένα.

Στόχοι

- Να κλείσω ξενάγηση με ξεναγώ.
- Να αγοράσω κάτι όμορφο στα ανίψια μου ως ενθυμιά από την επίσκεψη στο Μουσείο. .
- Εύκολη πρόσβαση με το αμάξι στο μουσείο (π.χ χώρος στάθμευση κοντά στο μουσείο)

Χρήση Τεχνολογιάς

- Website •Google



“ Λόγο της δουλειά μου συνεργάζομαι με γραφιστές. Παρόλο που δεν είμαι καλλιτεχνική ψυχή με έχουν παροτρύνει να επισκεφτομαι Μουσεία τέχνης για να διευρύνω τα ερεθίσματα μου και να ξεφύγει το μυαλό μου από κουτάκια. ”

Βιογραφικό

Ο Αντώνης δουλεύει ως Web developer σε μια Εταιρία στην Θεσσαλονίκη. Επισκέφεται συχνά την Αθήνα λογο προσωπικών υποχρεώσεων ή λογο υποχρεώσεων της εργασίας του. Τον τελευταίο καιρό επισκέπτεται μαζί με την κοπέλα του ή τους συνάδερφους του μουσεία και θέατρα για να ξεφύγει από την πίεση και την κούραση της δουλειάς του.

Αντώνης Τουμάσης

32 • Web Developer • Θεσσαλονίκη

Κίνητρα

Φιλομαθής	<input type="checkbox"/>
Δημιουργικός	<input type="checkbox"/>
Παρατηρητικός	<input type="checkbox"/>

Προβληματισμοί

- Δεν μου αρέσει να περιμένω πολύ ώρα σε ουρές κατα την άφιξη μου σε μουσεία .
- Οι αποστάσεις είναι ένα μικρό θέμα για μένα καθώς χρησιμοποιώ συχνά τα μέσα μαζικής μεταφοράς στην Αθήνα.
- Έλλειψη σαφών πληροφοριών που επηρεάζουν τον προγραμματισμό.

Στόχοι

- Να έχω την δυνατότητα για Online κράτηση.
- Να μου παρέχει εύκολη και γρήγορη πρόσβαση με τα μέσα μαζικής μεταφοράς.
- Να έχω μια πλήρης εικόνα για της υπηρεσίες και το περιεχόμενο του μουσείου που θα επισκεφτώ.

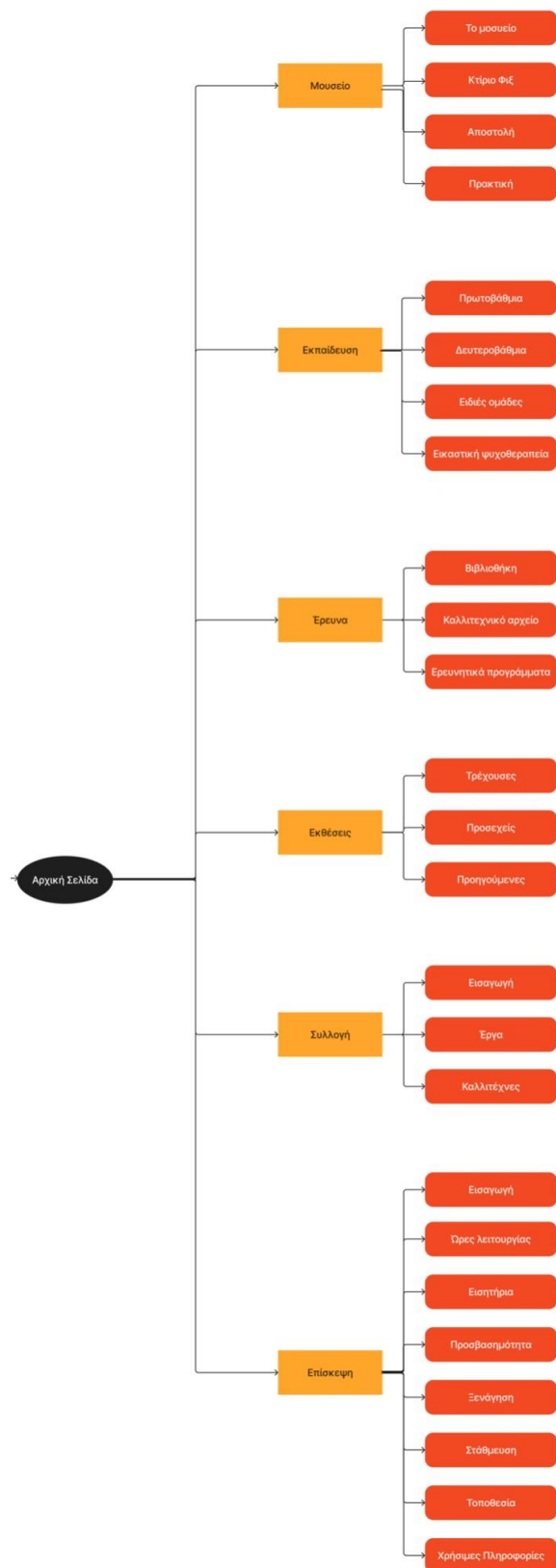
Χρήση Τεχνολογιάς

- Website •Google •App

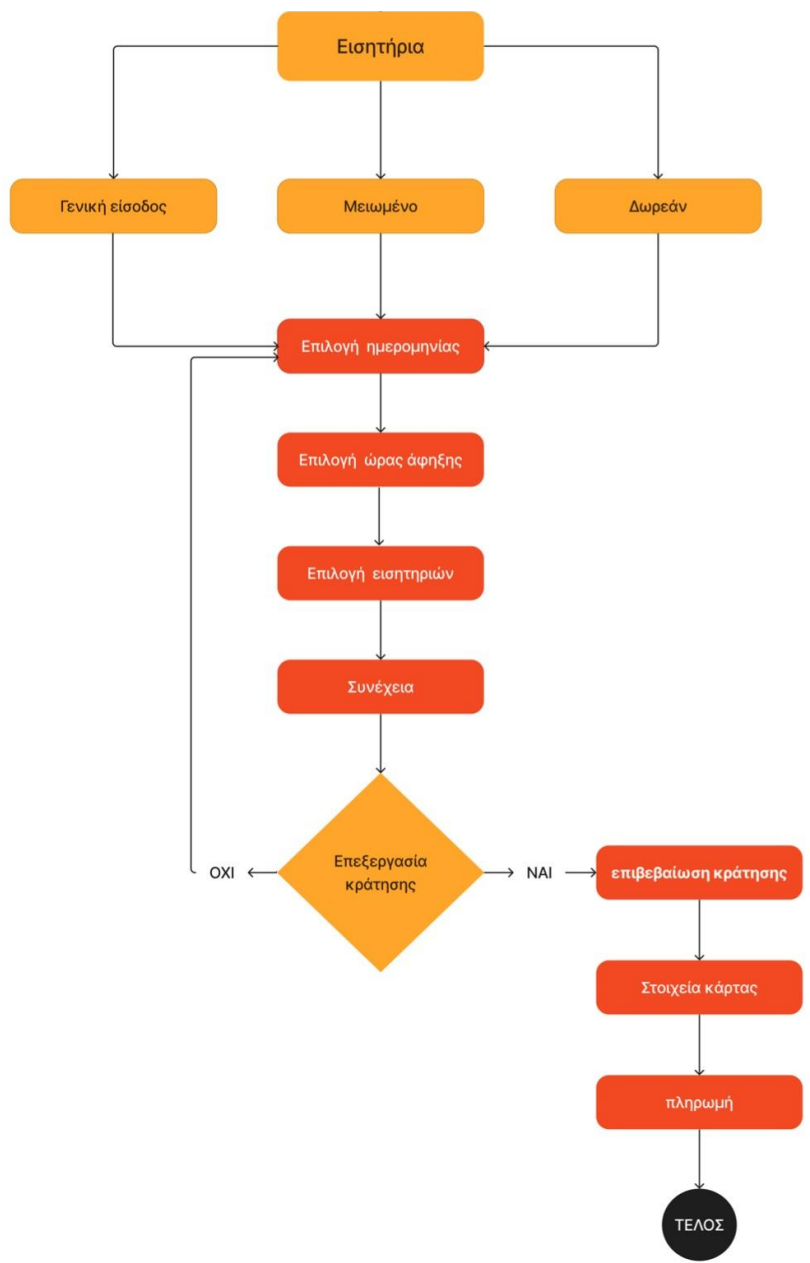
4.3) Η ροή χρήστη του ΕΜΣΤ

Για τη δημιουργία της ροής χρηστών (User Flow), η διαδικασία που ακολουθήθηκε ήταν αρχικά η έρευνα και η καταγραφή όλων των ενεργειών που μπορεί να πραγματοποιήσει ο χρήστης μέσω της ιστοσελίδας του ΕΜΣΤ. Στη συνέχεια, ξεκίνησε η διαδικασία οπτικοποίησης των ενεργειών/περιηγήσεων του χρήστη με την σχεδίαση των διαγραμμάτων ροής (Flowchart). Το γράφημα είναι ο σκελετός της ροής χρήστης, συμπεριλαμβανομένων όλων των αποφάσεων που μπορεί να λάβει ένας χρήστης κατά την περιήγηση του στην ιστοσελίδα του ΕΜΣΤ. Κατά τη διάρκεια αυτής της διαδικασίας, μελετήθηκαν πολλές άλλες παρόμοιες ιστοσελίδες με βάση τα συμπεράσματα της μελέτης ανταγωνιστών, προκειμένου να μην παραληφθεί κάτι που θα μπορούσε να επηρεάσει αρνητικά την αποτελεσματικότητα του User Experience.

Ακολουθούν δύο διαγράμματα ροής (Flowchart):



Εικόνα 4.3.1) Διάγραμμα ροής 1: Οι πρώτες πιθανές αποφάσεις του χρήστη όταν επισκέπτεται την Ιστοσελίδα του ΕΜΣΤ.



Εικόνα 4.3.2) Διάγραμμα ροής 2 : Η οπτικοποίηση αυτού το διαγράμματος προβάλλει όλα τα πιθανά βήματα για την αγορά εισιτηρίων.

5) Συμπεράσματα

Η δημιουργία ενός επιτυχημένου User Experience για μία ιστοσελίδα μουσείου σαν το Εθνικό Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης της Αθήνας απαιτεί μια συνολική ισορροπία στοιχείων, όπως η χρηστικότητα και η πλοήγηση, ο οπτικός σχεδιασμός και η ανταπόκριση. Λαμβάνοντας υπόψη τις ανάγκες και τις προτιμήσεις των επισκεπτών και εξισορροπώντας προσεκτικά αυτά τα στοιχεία, τα μουσεία μπορούν να δημιουργήσουν ένα ιστότοπο που επικοινωνεί αποτελεσματικά τις πληροφορίες και να προσελκύει όλο και περισσότερο τους επισκέπτες μέσω του διαδικτύου, παρέχοντας ένα αξέχαστη και εμπλουτισμένο User Experience Design. Η τακτική αξιολόγηση και η βελτίωση του User Experience Design σε ένα ιστότοπο μουσείου είναι επίσης σημαντική, λαμβάνοντας υπόψη σχόλια από τους επισκέπτες και μελετώντας τα αναλυτικά στοιχεία για την βέλτιστη κατανόηση του τρόπου που χρησιμοποιούν την ιστοσελίδα.

Ο σχεδιασμός ενός επιτυχημένου User Interface για μία ιστοσελίδα μουσείου τέχνης πρέπει να μελετάτε και να υλοποιείται με επίκεντρο τον χρήστη και τις ανάγκες του. Πρέπει να έχει στόχο την απλότητα, την συνέπεια, την σαφήνεια και την αισθητική. Η χρήση οπτικής ιεραρχίας, πλοήγησης, τυπογραφίας, εικόνων και άλλων τεχνικών σχεδίασης User Interface μπορεί να βελτιώσει το User Experience Design και την αφοσίωση του χρήστη στον Ιστότοπο. Ο αποκριτικός σχεδιασμός, η προσβασιμότητα, η λειτουργία αναζήτησης και τα αναλυτικά στοιχεία είναι βασικές τεχνολογίες σχεδιασμού User Interface που μπορούν να βελτιώσουν τη λειτουργικότητα και τη χρηστικότητα του ιστότοπου. Ακολουθώντας αυτές τις αρχές και τεχνικές που προαναφέρθηκαν, ένα μουσείο τέχνης μπορεί να δημιουργήσει ένα πετυχημένο User Interface που θα ενισχύει το User Experience του ιστότοπου του και θα προσελκύσει περισσότερους επισκέπτες στο μουσείο.

Όλα όσα προαναφέρθηκαν αποτελούν αναγκαίες διαδικασίες για την επίτευξη και υλοποίηση ενός λειτουργικού User Experience Design και User interface. Ωστόσο είναι σημαντικό να αναφερθεί πως η πτυχιακή αυτή καλύπτει μόνο ένα μέρος της έρευνας και των διαδικασιών για την ολοκληρωμένη σχεδίαση του User Experience Design. Αξίζει να αναφέρουμε πως η δημιουργία ενός πλήρους User Experience Design αποτελείται από πολλές ακόμα διαδικασίες για την βελτιστοποίηση της και πρέπει συνεχώς να εξελίσσεται και να επαναλαμβάνεται η μελέτη της. Επομένως η πτυχιακή αυτή εστιάζει στο User Experience Design όσον αφορά την ιστοσελίδα του ΕΜΣΤ, όμως το User

Εxperience ενός ολόκληρου οργανισμού/ιδρύματος είναι μία τεράστια μελέτη που αφορά πολλά περισσότερα από ότι μόνο τον ιστότοπο του.

6. Βιβλιογραφία

1. Cooper, Alan, et al. *About Face*. John Wiley & Sons, 2014.
2. Garrett, Jesse James. *The Elements of User Experience*. New Riders Pub, 2011.
3. Gibbons, Sarah. “Journey Mapping 101.” *Nielsen Norman Group*, 2018, <https://www.nngroup.com/articles/journey-mapping-101/>.
4. “How Channels, Devices, and Touchpoints Impact the Customer Journey.” *Nielsen Norman Group*, <https://www.nngroup.com/articles/channels-devices-touchpoints/>. Accessed 17 Feb. 2023.
5. Interaction Design Foundation. *The Basics of User Experience Design: A UX Design Book* . Mads Soegaard, 2018, <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.free-ebooks.net/computer-internet/The-Basics-of-User-Experience-Design/pdf?dl&preview>.
6. Kalbach, James. *Designing Web Navigation*. O’Reilly Media, 2007.
7. Krug, Steve. *Don’t Make Me Think, Revisited*. New Riders, 2013.
8. Lidwell, William, et al. *Universal Principles of Design, Revised and Updated*. Rockport Pub, 2010.
9. Moiety, Linn. *User Experience of Art Museums Online* . Malmö University , 2022.
10. Mote, Malay. “How UX Research Can Benefit Your Business.” *Adobe*, 2021, <https://xd.adobe.com/ideas/process/user-research/ux-research-competitive-edge/>.
11. Munro, Lindsay. “Understanding User Journey vs. User Flow | Adobe XD Ideas.” *Adobe*, 2020, <https://xd.adobe.com/ideas/process/user-research/user-journey-vs-user-flow/>.
12. Prof. Dr. Kameas, and Polymeropoulou, editors. *The Future of Museum Professionals in the Digital Era* . Hellenic Open University Press , 2020.
13. Pusa, S., and L. Uusitalo. *Creating Brand Identity in Museums: A Case Study*. 2014.
14. Symbola Foundation, et al. *Museum of the Future Insights and Reflections from 10 International Museums*. 2017.
15. “The Definition of User Experience (UX).” *Nielsen Norman Group*, <https://www.nngroup.com/articles/definition-user-experience/>.



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ
UNIVERSITY OF WEST ATTICA

ΣΧΟΛΗ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ
ΤΜΗΜΑ ΓΡΑΦΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΟΠΤΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

SCHOOL OF APPLIED ARTS AND CULTURE.
DEPARTMENT OF GRAPHIC AND VISUAL COMMUNICATION

ΠΤΥΧΙΑΚΗ

Γραφιστικός επανασχεδιασμός της εταιρικής ταυτότητας και της ιστοσελίδας του Εθνικού Μουσείου Σύγχρονης Τέχνης - ΕΜΣΤ.

Πτυχιακή εργασία του φοιτητή:
Πάυλος Βαλλιανάτος
Α.Μ 16054

Επιβλέπον καθηγητής:
Δρ. Μυτιληναίου Σοφία

ΑΘΗΝΑ ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ 2023



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ
UNIVERSITY OF WEST ATTICA

ΣΧΟΛΗ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ
ΤΜΗΜΑ ΓΡΑΦΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΟΠΤΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

SCHOOL OF APPLIED ARTS AND CULTURE.
DEPARTMENT OF GRAPHIC AND VISUAL COMMUNICATION

THESIS

Graphic redesign of the brand Identity and the Website
of the National Museum of Contemporary Art - EMST.

Thesis of the student:
Pavlos Vallianatos
REG.N 16054

Supervisor:
Dr. Sofia Mytilinaiou

ATHENS FEBRUARY 2023

ΕΘΝΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΣΥΓΧΡΟΝΗΣ ΤΕΧΝΗΣ



BRANDING

**ΥΠΑΡΧΟΝ
ΛΟΓΟΤΥΠΟ**

ΕΜΙΣΤ

**National Museum
of Contemporary Art Athens**

ΕΠΝΕΥΣΗ

Λέξεις κλειδιά που ξεχωρίζουν την σύγχρονη τέχνη με προηγούμενα καλλιτεχνικά κινήματα .

Λέξεις-φράσεις κλειδιά

1. Η ύλη που αλλάζει μορφή (ΕΜΣΤ. ΕΚΘΕΣΗ ΤΗΣ ΣΥΛΛΟΓΗΣ)

<https://www.youtube.com/watch?v=nyvPRbWBm1g>

<https://www.emst.gr/exhibitions/ekthesi-syllogis>

2. Απόρριψη της φόρμας-αντικειμένου

3. Μεταμόρφωση

4. Ταυτότητα

5. Hyper individualistic

ΠΡΟΣΧΕΔΙΑ

ΕΜΣΤ	ΕΜΣΤ	ΕΜΣΤ	ΕΜΣΤ
ΕΜΣΤ	ΕΜΣΤ	ΕΜΣΤ	ΕΜΣΤ
ΕΜΣΤ	ΕΜΣΤ	ΕΜΣΤ	ΕΜΣΤ
ΕΜΣΤ	ΕΜΣΤ	ΕΜΣΤ	ΕΜΣΤ

ΕΠΑΝΑΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΛΟΓΟΤΥΠΟΥ

1 ΕΜΣΤ



2 ΕΜΣΤ



3 ΕΜΣΤ

4 ΕΜΣΤ



5 ΕΜΣΤ



6 ΕΜΣΤ

Σ Σ Σ Σ Σ Σ

Σ Σ Σ Σ Σ Σ

Εθνικό Μουσείο
Σύγχρονης Τέχνης

**ΤΕΛΙΚΟ
ΛΟΓΟΤΥΠΟ**

ΕΜΣΤ

**Εθνικό Μουσείο
Σύγχρονης Τέχνης**

ΤΕΛΙΚΟ
ΛΟΓΟΤΥΠΟ

ΕΜΙΣΤ

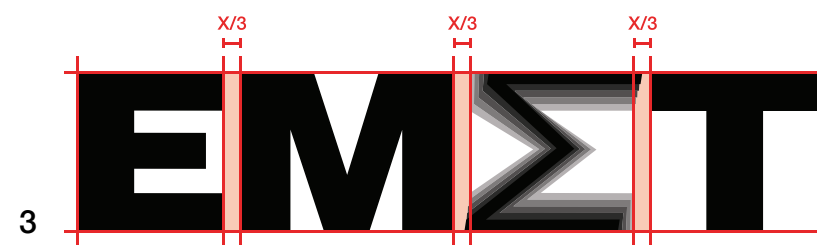
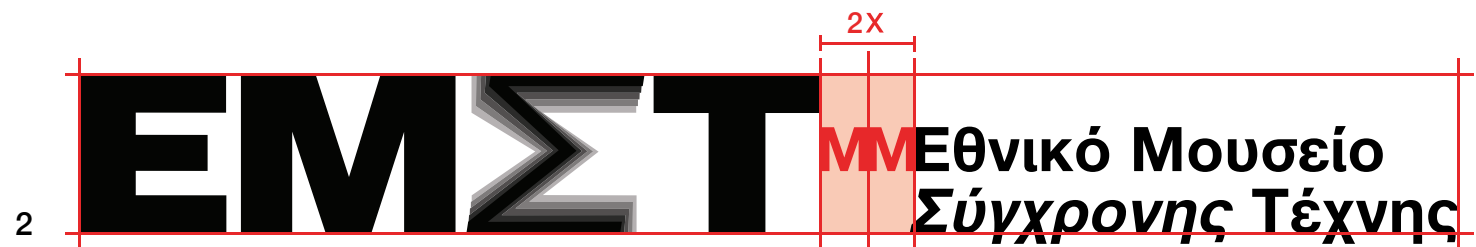
Εθνικό Μουσείο
Σύγχρονης Τέχνης

ΚΕΝΑ

1. Η απόσταση μεταξύ του σήματος με το όνομα του λογότυπου έχει τιμή X που ισούται με το πλάτος του γράμματος «M» από την λέξη Μουσείο.

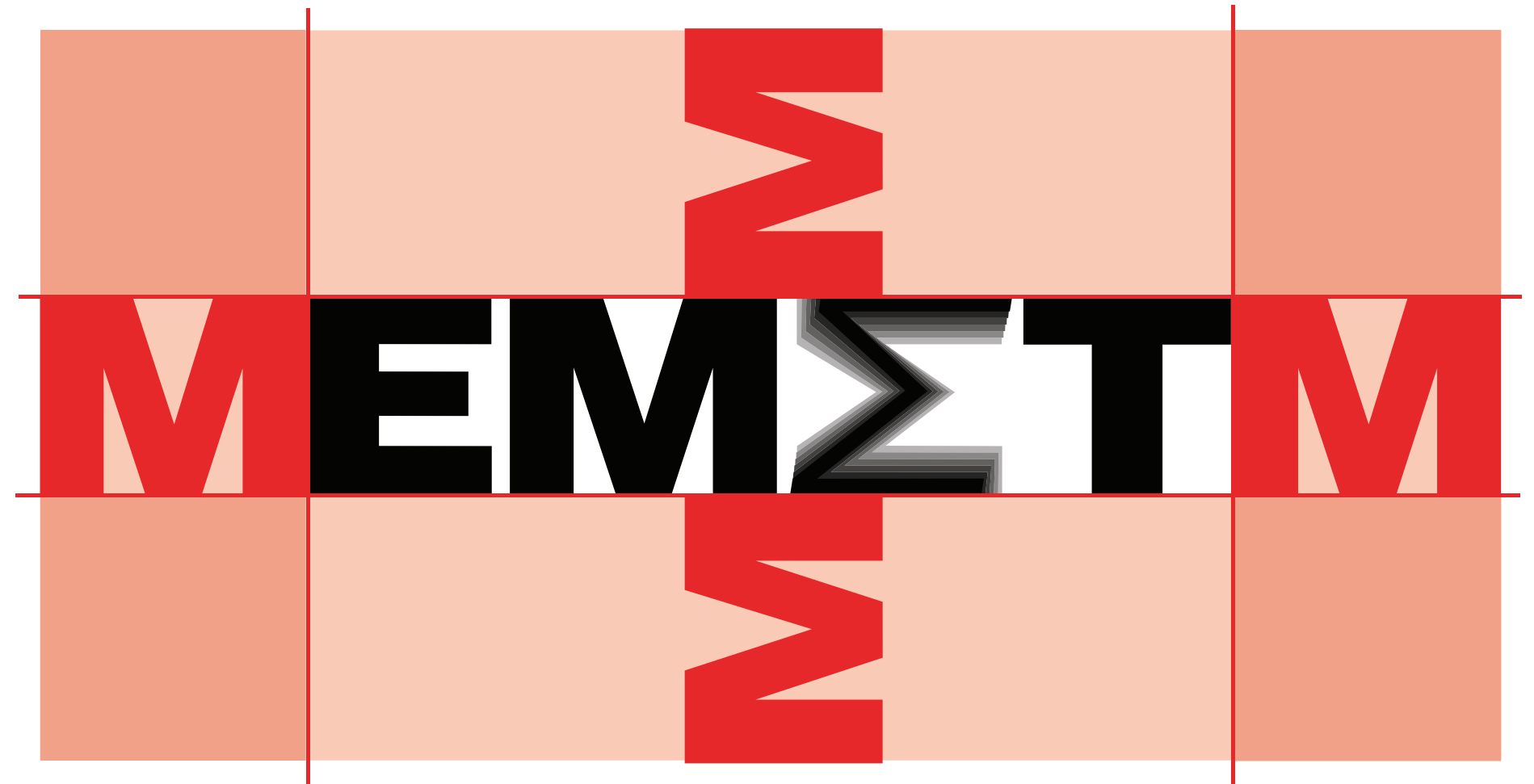
2. Στην οριζόντια διάταξη του λογότυπου το κενό μεταξύ του σήματος της επωνυμίας και του ονόματος έχει τιμή $2X$.

3. Τα κένα μεταξύ των χαρακτήρων του σήματος έχουν ίση απόσταση $X/3$.



ΕΛΕΥΘΕΡΟΣ ΧΩΡΟΣ

Ο ελεύθερος χώρος μεταξύ του λογότυπου του μουσείου με άλλα στοιχεία (π.χ κείμενο, τίτλους, εικόνες και σχέδια) ισούτε με το πλάτος του γράμματος «Μ».



**ΤΥΠΟΓΡΑΦΙΑ
ΛΟΓΟΤΥΠΟΥ**

Helvetica Neue Bold

Aa

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 !?@#\$%&/()=+-*,.::;**

Helvetica Neue Bold Italic

Aa

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 !?@#\$%&/()=+-*,.::;***

ΤΥΠΟΓΡΑΦΙΑ BRANDING

Η Helvetica Neue είναι η κύρια και μοναδική οικογένεια γραμματοσειρών που χρησιμοποιείται στην εταιρική ταυτότητα του ΕΜΣΤ. Χρησιμοποιείται για επικεφαλίδες, υπότιτλους, λεζάντες, σώμα κειμένου και αριθμών σελίδων.

1. Helvetica Neue Bold χρησιμοποιείται για τις επικεφαλίδες.

2. Helvetica Neue Medium χρησιμοποιείται για υπότιτλους και αριθμούς σελίδων.

3. Helvetica Neue Regular χρησιμοποιείται για το σώμα του κειμένου.

1 **Aa**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 !?@#\$%&/()=+-*,.;**

2 **Aa**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 !?@#\$%&/()=+-*,.;**

3 **Aa**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 !?@#\$%&/()=+-*,.;**

ΣΕΙΡΑ ΧΡΩΜΑΤΩΝ

Η σειρά χρωμάτων αποτελείται από τα πρωτεύοντα χρώματα και τα δευτερεύοντα χρώματα της παλέτας της εταιρικής ταυτότητας του ΕΜΣΤ.

1. Πρωτεύοντα χρώματα :

Η σειρά χρωμάτων αυτή προέρχεται από τα χρώματα του λογότυπου. Το μαύρο είναι το κύριως χρώμα που εμφανίζεται σε όλα τα γράμματα του λογότυπου. Οι αποχρώσεις του γκρι προέρχονται από το γράμμα «Σ» του σήματος.

2. Δευτερεύοντα χρώματα :

Η σειρά αυτή αποτελείται από το κόκκινο χρώμα Pantone 485c και το μπεζ χρώμα Pantone 486C. Χρησιμοποιούνται για δεύτερον και τριτέτευον γραφιστικά στοιχεία και πληροφορίες σε έντυπα.



Pantone: -
CMYK: 75, 68, 67, 90
RGB: 0, 0, 0
HEX: #000000



Pantone: -
CMYK: 71, 65, 64, 68
RGB: 40, 40, 40
HEX: #272727



Pantone: Cool Gray 11C
CMYK: 71, 65, 64, 68
RGB: 81, 82, 81
HEX: #515251



1 Pantone: Cool Gray 10c
CMYK: 53, 45, 45, 10
RGB: 123, 123, 123
HEX: #7b7b7b



Pantone: Cool Gray 6C
CMYK: 38, 30, 31, 0
RGB: 165, 164, 164
HEX: #a5a4a4



Pantone: Cool Gray 1C
CMYK: 12, 9, 10, 0
RGB: 221, 221, 221
HEX: #dddddd



2 Pantone: 485 C
CMYK: 8, 96, 100, 1
RGB: 220, 44, 39
HEX: #dc2c27



Pantone: 468 C
CMYK: 14, 17, 38, 0
RGB: 221, 203, 164
HEX: #ddcba4

ΙΣΤΟΤΟΠΟΣ

ΤΩΡΙΝΟΣ ΙΣΤΟΤΟΠΟΣ

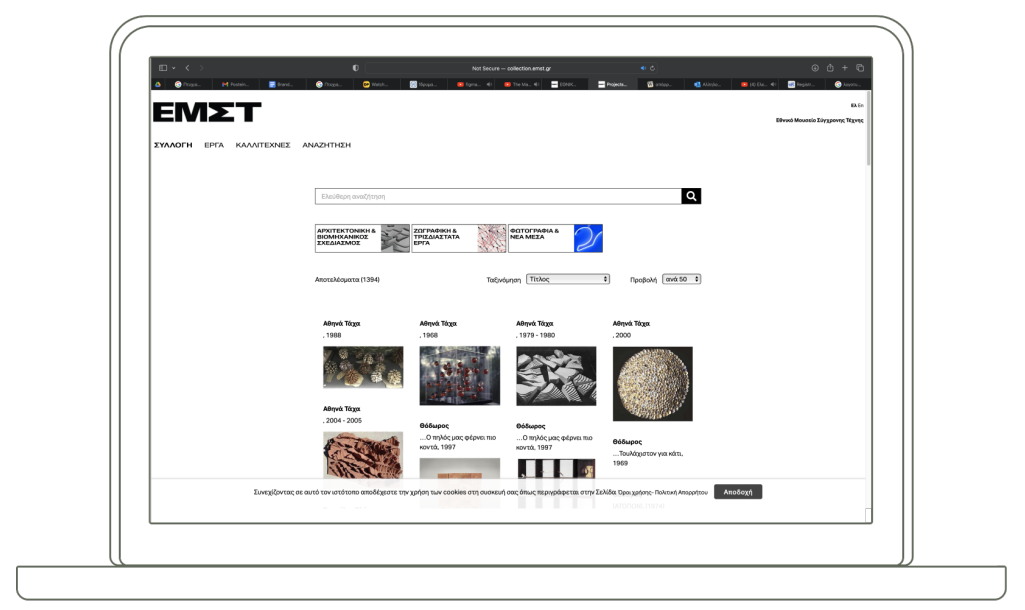
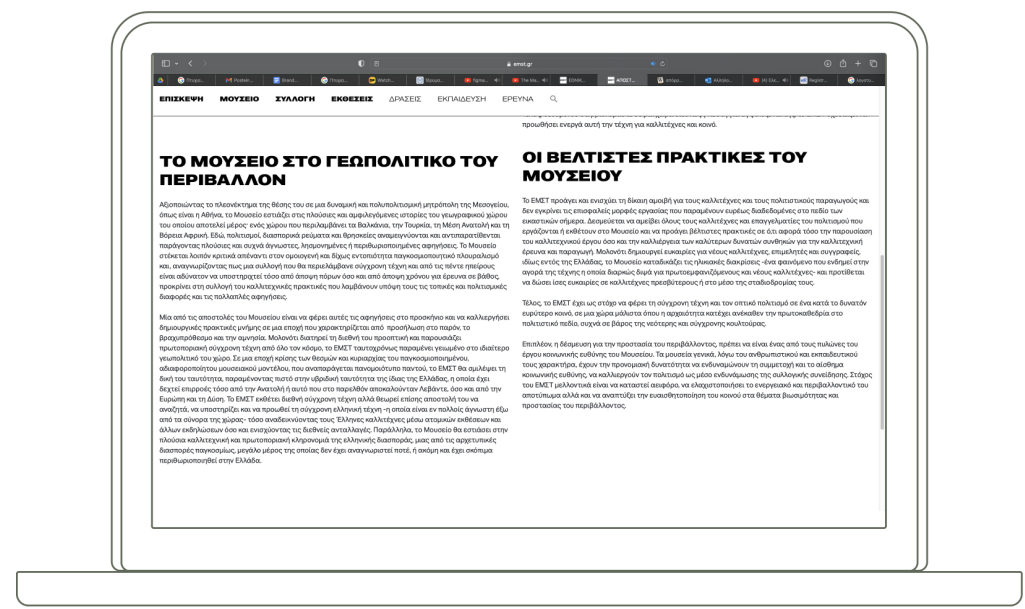
1. Δομή κειμένου : Τεράστιες αράδες, μικρά κενά - ελεύθερος χώρος δεξιά και αριστερά του κειμένου

2. Περιπλοκή πλοήγηση σε συγκεκριμένες σελίδες

3. Ελλιπής πληροφορία σε συγκεκριμένες υπηρεσίες (Τοποθεσία, Προσβασιμότητα, Στάθμευση)

4. Η σελίδα της συλλογής του μουσείου ανοίγει σε καινούργιο παράθυρο.

5. Μη δυνατή αγορά εισιτηρίων.



UX DESIGN

1. Μελέτη ανταγωνισμού
2. Personas
3. Σενάριο χρήσης
4. Ροή χρήστη

UX DESIGN

Μελέτη ανταγωνισμού

1. MoMA / Museum of Modern Arts
2. M+ / Museum of Visual Culture
3. SFMoMA / San Francisco Museum of Modern Art
4. Denver Art Museum

Services	ΕΜΣΤ	MoMA	M+	SF MO MA	DENVER art MUSEUM
Επίσκεψη	One Page* -ώρες λειτουργίας -πληροφορίες : επιστημον. προσβασιμ. τοποθεσία, χάρτη M, μετρα προστασίας, ΑΜΕΑ, παροχές, -Συνθεση Τμήματα Εκπαίδευσης + Έρευνα	Full screen menu* -περιχει όλες τις χρήσιμες πληροφο και υπηρεσίες -Η κάθε υπηρεσία έχει το δικό της act button (+) -Έχει visitor guides* -Προγράμματα οικιαγί Μενού - Φουτερ	*Slide menu -περιχει όλες τις χρήσιμες πληροφο και υπηρεσίες -Οι υπηρεσίες έχουν το δικό της act button (+) *ευχάριστο Animation -Προγράμματα οικιαγί Μενού - τολμηρό & απλο design	*Hamburger Menu Visit -> Plan your Visit -Visitor Guidelines -Group Visits -Visiting for Kids -Accessibility *Απλη και καθαρή πληροφο για την προσβαση με μια (using hows) *Έχει χάρτη και τοποθεσία (g maps)	Visit -> Play your Visit -Hero section με κίνηση + act button -> Filter -Αναλυτικές πληροφο για την προσβαση με μια (using hows) *Έχει χάρτη και τοποθεσία (g maps)
Εκθέσεις	-Εκθ : τρεχουσές + προηγούμενες (περισσότερα -> χρονοδιάγραμμα) -πληροφορίες, καταλόγος, Ύλικό, πολυμέσα, καλλιτέχνες , συνδέει με εναντί	-Whats on -> in the Galleries -τρεχουσές + προηγούμενες -Καθαρό και λειτουργικό με χρήση χρωματιστων πλαίσιων στην καθε έκθεση - Dynamic scroll	-Whats on -> Exhibitions -τρεχουσές + Online + προηγούμενες + Memb. -Μελλοντικές + Memb. *Καθαρό και λειτουργικό με χρήση χρωματιστων πλαίσιων στην καθε έκθεση - Dynamic scroll	Whats on -> -Horizontal Nav Bar -Current -Upcoming -Past *Past -> short->Click pop up Filter (A-Z, Z-A, Oldest,resent) *Συνδεση ευκολη με την αγορά εισιτηριου	Art -> Exhibitions -Horizontal Nav Bar -Current -Upcoming -Past *Έκθεση της τρέχουσας σε μεγάλες διαστάσεις -Οι εκθέσεις έχουν εξωφυλλο με background photograph
Συλλογή	-New Tab *Δεν έχει συνθετη πληροφο* -Ελευθερη αναζητηση -3 κατηγορίες -Με ταξινόμηση με φίλτρο(Τίτλος,ημερομηνία,καλλιτέχνης) -Εργά σε καθετη σειρά (4 στήλες) με σελίδες -Αναζητηση Καλλιτεχ.	Arts & Artis + Whats On -Collection -Research bar: Πολύλες κατηγορίες (είδος, τεχνική) & φίλτρα : χρονολογια-έτος -Εργά σε καθετη σειρά (6 στήλες)	Whats On -> Online Collection -ελευθερη Αναζητηση -Research bar: Πολύλες κατηγορίες (είδος, τεχνική) & φίλτρα : collection Highlights -Εργά σε καθετη σειρά (6 στήλες) *2 ειδών ταξινόμηση	Artists + Artworks -Action Button -> σε ολη σελίδα που έχει όλες τις κατηγορίες τεχνική με filter + Τίτλο (βίντεο πη). *Το κάθε είδος τεχνική έχει την δικια του σελίδα με Navbar Horiz	Art -> Collection -Hero section (type), date, name, special exhibition *Slide Navbar -> Types of arts στην πρώτη σελίδα της Collection *Art stories, hero section stories about Artists
Μουσείο πληροφο	-Περιχει όλες τις απαραίτητες πληροφορίες (Γενικές, ιστορία, κτήριο, προσωπικό, οραμα) -Practical Ask + θέσεις Εργασ -Χάρτης M -Χρονολογιο Microsite (in other Page)	-Δυτερον σταστικο Μενού -> About us -Πληροφ. για διαφορες υπηρεσίες, οι οποίες εμφανίζονται σε μια σελίδα με εικονες και τίτλους -Vid yto - Who we are*	-Περιχει όλες τις απαραίτητες πληροφορίες *nice architecture photography *2D illustration -Structure of the Building *προσωπικό-> Ανοιγει Open overlay slide in	Footer -> About SFMoMA -Περιχει όλες τις απαραίτητες πληροφορίες *παρουσίαση ιστορίας με χρονολογιο	Footer -> About Us -Απαραίτητες πληροφορίες *2D illustration της ιστορίας, χρονολογιο, κτήριο, καθαρό απλο και λειτουργικό
E-Shop	-	-Ναι -ανοιγει σε αλλη σελίδα -> MoMA design store -Μεγάλη γκαμα με Drop-Down Menu -login + Καλαθη (icons)	-Ναι -Nav link *ανοιγει σε αλλη Tab -> M+ shop -Μεγάλη γκαμα με Drop-Down Menu -login + Καλαθη (icons) -Ελευθερη αναζητηση *Chat with us	-Ναι -ανοιγει σε αλλη σελίδα με ίδιο Design -Drop-Down (info-prices) -Menu -login + Καλαθη (icons) -Ελευθερη αναζητηση *Chat with us	-Ναι -Παρουσίαση ιστορίας -login + Καλαθη (icons) *Chat with us
Online Book	-	-Ναι -εμφανίζεται ως nav link στο homepage, plan your visit, -Δυτερον σταστικο Μενού -Member + not Member -καθαρή και λειτουργυ καθοδηγηση	-Ναι -Visit -> Get Tickets -πρωτη σελίδα έχει κυρια ταξινόμηση -Ανοιγει σε αλλη Site (city lines) *δεν περιχει ημερολόγιο -Καθαρή πληροφο συνθετη πληροφο	-Ναι *Action Button Get Tickets στο Homepage με icons * περιχει ημερολόγιο + open h *πολο πληροφο -Καθαρή πληροφο συνθετη πληροφο	-Ναι *Hero design & Use σχεδιαστικά δεν μοιάει με το design το μουσειου
Εκπαίδευση	-Bar Nav* -Online Booking* -Γενικές Πληροφορίες -Προγράμματα Πρωτ Βαθ + Δευτερο Βαθ + ειδικές Ομάδες Εικαστικ Ψυχοθεραπεία* -Δεν έχει συνθετη πληροφο*	Research and learning -Education Partnership -Γενικές Πληροφορίες -Προγράμματα Πρωτ Βαθ + Δευτερο Βαθ + ειδικές Ομάδες Εικαστικ Ψυχοθεραπεία* -Δεν έχει online booking +	Visit -> Learning -προγράμματα που περιλαμβάνουν εργαστήρια, ομιλίες, παραστάσεις και ανοιχόμενες εκδηλώσεις -Προγράμματα Πρωτ Βαθ + Δευτερο Βαθ + καθηγητές	Menu -> For education -έχει όλα τα εκπαιδευτικα προγράμματα για διαφορες ηλικίες *εκπαιδευτικα Προγμ για καθηγητες *γινικα το Design έχει μεγάλο white spaces *open Link	Program -> Creativity research *Hero section -> Field type, Community Project, Online User *Second Navbar horiz *Horizontal scroll -> education programms *hero section a list *Πολλα προγράμματα
Έρευνα	-Γενικές Πληροφ -Βιβλιοθήκη -> προβολή κάποιων τόμων (προσβαση με ραντεβού) -Καλλιτεχν αρχεία -Έρευνας Προγρ+ έρασεις (*Δεν έχει συνθετη πληροφο*) -FAQ	Research and learning -Archives - με προσβαση στα αρχεία -Λίστα επικοινωνιές, επιστημονικά -ελευθερη Αναζητηση -Ολοκληρωμένο , με πολλές επιλογές και καταχώριση αρχείων	Visit -> Research Center -Γενικές Πληροφ, ωρες λειτουργιές, *Guideline -> Action Button (+&-) reveals info *Ευκολη προσβαση στην Βιβλιοθήκη & και αρχεία (αν το On Coll	Footer -> Research -Digital Publicatio *Books -> slider -πλοισο φωτογραφικο υλικό + σελόντα. *Δεν έχει φίλτρα μονο ταξινόμηση σε κατηγορίες	Program -> Creativity research *Hero section -> Field type, Community Project, Online User *Second Navbar horiz *Horizontal scroll -> education programms *hero section a list

Services	ΕΜΣΤ	MoMA	M+	SF MO MA	DENVER art MUSEUM
Δράσεις + προγράμματα	-Τρέχουσες Δράσεις & Προηγούμενες Δράς (Πληροφ προσβασιμ + Πληροφ Δράσεις) -Χρονολογιο -> Πρηγ Δράς *Δεν έχει φίλτρα ή κατηγορίες για πιο στοχευμένη πληροφο	Καθαρό και απλο design -Φίλτρα + χρονολογιο *Φίλτρα προφερουν όλα τα είδη προγραμμάτων *Χρονολογιο -Events & programs *Slides στην αρχηκη με τα κυρια events *Συνδεει με exhibition	Whats on -> Events *Guideline -> Action Button (+&-) reveals info (περιχει και ημερολόγιο με icon) *Χρονολογιο -Events & programs *Slides στην αρχηκη με τα κυρια events *Συνδεει με exhibition	Menu -> Events -Upcoming *Filters + ημερολόγιο -Events from today-1 month latter -Newsletter -Open Links *Action Button for Tickets *Απλο και γραγορο	Menu -> Programs -Horiz navbar: creative prog, events and talks gallery tours ,at home activities *It is easy with howz scroll (vid yto) *using Guidelines -Πολες πληροφο και προγράμματα
Εστιατόριο καφε Πληροφορίες	Επισκεψη -> Παροχές -Δεν έχει δικό του page + catlogy *No digital Menu + Online Reservation -Καρε μπαρ + εστιατοριο	Plan your visit -> Restaurant *Cafe -Γενικές πληροφορίες -απλο και καθαρο design *Digital Menu (own page)	Shop&Dine -Restaurant *Cafe -Πολλές πληροφο. -Γενικές πληροφορίες -απλο και καθαρο design *reservation option *Action Button -> host a event (wedding etc.)	-	Visit -> Dining *Τολμηρο Μενου *Reservation -Οραιο φωτογραφικο υλικό με φραγη -Καλη δομη της πληροφορίας
Χάρτης (interactive)	-	-	-	-	-
Τοποθεσία	-Πληροφορίες : Διευθυνση, Προσβαση σταθμησης (πληροφ : μετρό , οχη τραμ + λεωφορία) -Google maps pin	Plan your visit -> Location, Hours & admission. -Πληροφορίες : Διευθυνση, ώρες λειτουργ και visitor guide-> Map + αγορά εισιη.	Plan your visit -> getting here *download map *έχει δικό του χάρτη με την τοποθεσία του *Guideline -> Action Button (+&-) reveals info - προσβαση με μια *συνδεση accessibility	Footer -> View on map *ανοιγει καταευθαν με το Google map	Plan your visit & Accessibility ->Direction & parking *open link instead of the website in description *open link instead of the website
Μέλος	-	Ναι -Παρέχει διαφορα προγράμματα τιμη/χρόνο -Γενικές πληροφορίες + Οφέλη *οραιο design με εικονογραφησης και χρωματικα πλαίσια/action buttons	Ναι -Παρέχει διαφορα προγράμματα τιμη/χρόνο -Γενικές πληροφορίες + Οφέλη *οραιο design με slider στο πάνω μέρος	Ναι -Menu -> ways to give -Ανοιγει αλλη Tab -Με required field για το χρηματικο ποσο και προσωπικα στοιχεία -δεν έχει φίλτρα για - απλο χωρις πολλές πληροφορίες	Footer -> make a support -> donation
Newsletter	*Pop up : γραφή, γενικές πληροφορίες για την υπηρεσία -ενημερωσης πρόγραμμα, τις εκθέσεις, τις εκδηλώσεις και τις δραστηριότητες του	Δυτερον σταστικο Μενού ή footer -Magazine. *σε μικρό required field -καταχορηση email για signur	-	Ναι -Footer-> Newsletter -σε ανοιγει σε αλλη Tab	Ναι -Footer-> Newsletter -σε ανοιγει σε αλλη Tab
Contact Us	*Έχει κηπη στο footer για τηλεφωνο χωρις περατηριον πληροφο	Δυτερον σταστικο Μενού -> About us -> Contact Us *Για όλες της υπηρεσίες email + τηλ *Text Box -> συγκεκρ πληροφο *επιλογ-> Μελος ή σχ	Δυτερον σταστικο Μενού -> Contact Us -Για όλες της υπηρεσίες email + τηλ *Text Box -> συγκεκρ πληροφο *επιλογ-> Μελος ή σχ	Ναι -Footer-> Contact us -Έχει όλες της πληροφο	Ναι -Footer-> Contact us -Έχει όλες της πληροφο *Ευκολη προσβαση
Donate	-	Ναι -Δυτερον σταστικο Μενού -> Support -Γενικές Πληροφορίες *Ανοιγει Page με φίλτρα -> ποσο, ταμείο *Πλατφορμα καταχωρηση στοιχειων	Join & support -> donate -Οραιο ταξινόμηση Πληροφ -Αρκετες πληροφοριες -Συνθετο	Ναι -Menu -> ways to give -Ανοιγει αλλη Tab -Με required field για το χρηματικο ποσο και προσωπικα στοιχεία -δεν έχει φίλτρα για - απλο χωρις πολλές πληροφορίες	Footer -> make a support -> donation *open link instead of the website in description *open link instead of the website

Services	ΕΜΣΤ	MoMA	M+	SF MO MA	DENVER art MUSEUM
Βιβλιοθήκη + Αρχεία	Έρευνά -> Βιβλιοθήκη -Γενικές Πληρ -Προβολή κάποιων τόμων (προσβαση με ραντεβού) -Επικοινωνία + FAQ *Δεν έχει φίλτρα , μηχανη αναζητησης και πληροφο περιεχομ βιβλ	Research and learning-> library *Contact the Library -προσβαση με ραντεβού required field -Επικοινωνία + FAQ *Ευκολη της βιβλιοθήκης -Library highlights-> προβολή κάποιων τομ.	*Guideline -> Action Button (+&-) reveals info M+ Library Special Collection-> *Online collection-> παρουσιάζει καθε βιβλιο με click pop up *group-εικον εξωφυλλ explore more + info	Footer -> Library + Archives -Library -> FAQ + Library Appointment Request Form (Open links.) *Open links : library catalog with filters and free research machines (new Tab)	Creativity Resource-> Online Library -Hero section μηχανη αναζητησης αναζητησης *open links -> explore more + info *online Catalog (new tab)
Προσβασιμότητα	Επίσκεψη -> Προσβαση -Για μεσα χάρτη M + τοποθεσία -Για Αμεα -Παροχές -Τμήμα εκπαίδευσης *Δεν έχει δικό του Page, ελλειψη κάποιων πληροφοριων, βαρετο γραφο icons ?	περιχει όλες τις πληροφορίες -καθητη ταξινόμηση -πολλες υπηρεσίες για *Action Button (+&-) reveals info *εξτρα πληροφ στο footer -> contact us -No Maps	περιχει όλες τις πληροφορίες *Action Button (+&-) reveals info *εξτρα πληροφ στο footer -> contact us -No Maps	Plan your Visit -> Accessibility -Horizontal Nav Bar -groups -Museum Map/location *accessibility guide *open link instead of the website in description *open link instead of the website	Visit -> Accessibility -Horizontal Nav Bar -groups -Museum Map/location *accessibility guide *open link instead of the website in description *open link instead of the website
360 ξενάγηση	-	-	-	-	-
Επιλογή γλωσσών	NAI EN + EL	-	NAI EN + CH + SK	-	-
Chat with us	-	-	-	Μονο στο E-shop	NAI -Πάντου -δενά κάτω -EN+Sp
Footer	Ενα από φουτερ σταθερο -> ως προς τις πληροφορίες : Εγγραφή Newsletter, Social Media, Τηλ , Μουσείο, επισκεψη, Τυπος, Ανακοινωση-Νέα, διαγωνισμη, Οροι χρήσης - Απαρατηρητο	-About us, support us -magazine, research and learning -Login -Social Media (icons only) - αδειο σχετικά Μεγάλο	Το φουτερ έχει action buttons για υπηρεσίες που συνδεονται με άλλα τομ. *Contextual footer -> αλλάζει το περιεχομένο αναλογα με την τοποθεσία *ιδιαιτερο.	Footer *Αποτελίτε απο δυο μερη -Είναι σταθερό -Περιχει όλες της απαιτητες πληροφο *στο δευτερο κομμάτι περιχει ορούς, πολιτικη,audio app	*Είναι πάντες -έχει όλες τις απαραίτητες πληροφορίες -About , resource , support, contact us -newsletter, social media
Ημερολόγιο	-	*χρηση ημερολογιου μονο στην αγορά εισιτηριων	-Events -Booking Group Program	-	-Programs & Talks -accessibility *Calendar (New Tab) *Με φίλτρα στο hero section, when click hero (scroll)
Social Media	NAI -> footer	NAI -> footer *χρηση icons μονο	NAI -> Main Menu icons+text	NAI -> footer *χρηση icons μονο	Footer->CONNECT -WITH US -online icons -online icons

UX DESIGN

Personas



Αλεξία Στεργίου

65 • Συνταξιούχος • Κηφισιά, Αθήνα

Κίνητρα

Φιλομαθής ██████████
Δημιουργικός ██████████
Παρατηρητικός ██████████

Προβληματισμοί

- Δεν έχω μεγάλη επήνωση στην τεχνολογία, αποφεύγω τα τσάμπλετς και τα κινητά αφής .
- Είμαι σε μια ηλικία που το σώμα μου δεν έχει μεγάλες αντοχές, αποφεύγω το πολύ περπάτημα και τους μεγάλους εκθεσιακούς χώρους σε μουσεία.
- Η προσβασιμότητα με όχημα διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο για μένα.

Στόχοι

- Να κλείσω ξενάγηση με ξεναγώ.
- Να αγοράσω κάτι όμορφο στα αντάρια μου ως ενδυμίο απο την επίσκεψη στο Μουσείο. .
- Εύκολη πρόσβαση με το αμάξι στο μουσείο (π.χ χώρος στάθμευση κοντα στο μουσείο)

Χρήση Τεχνολογιάς

•Website •Google

Βιογραφικό

“ Είμαι λάτρης των μουσείων. Είναι ένας τρόπος να περνάω παραγωγικά τον ελεύθερό μου χρόνο με τον συζύγο και τα ανήψια μου. Λόγω της φυσικής μου καταστάσεως και την ηλικία περιορίζεται λίγο στις επισκέψεις που έχω. ”

“ Ο Κα Στεργίου είναι συνταξιούχος απο το 2020. Δούλη ως δασκάλα 4ο δημοτικό Κηφισιάς. Έχει τρομερή αγάπη στα παιδιά και ιδιαίτερα στα δυο της ανήψια της που την επισκέπτονται κάθε χρόνο στην Αθήνα. Ως συνταξιούχος ασχολείται με οικιακά θέματα του σπιτιού και και απασχολείται την κερσελιά ως χόμπι. Της αρέσουν γενικά οι τέχνες και προσπαθεί να αξιοποιήσει τον ελεύθερό της χρόνο επισκεπτόντας μουσεία, εκθέσεις και γκαλερί . ”



Μαρία Αντωνέλου

23 • Γραφίστρια • Θεσσαλονίκη

Κίνητρα

Φιλομαθής ██████████
Δημιουργική ██████████
Παρατηρητική ██████████

Προβληματισμοί

- Δεν μου αρέσει η ποληκοσμία και οι μεγάλες αναμονές στην ουρά έκδωση εισητηρίων.
- Δεν θέλω να συμμετάσχω σε ξεναγήσεις γιατί δεν αισθάνομαι ελεύθερία. Προτιμώ να εξερευνώ μόνη μου.

Στόχοι

- -Θέλει να μπορεί να πραγματοποιη τις ξεναγήσεις μόνη μου γύρω από το μουσείο
- Θέλω να ενημερώνομαι πλήρως για το περιεχόμενο του μουσείου (π.χ Έργα και καλλιτέχνες).

Χρήση Τεχνολογιάς

•Website •App •Google

Βιογραφικό

“ Μου αρέσει να ενημερώνομαι πλήρως πρώτου επισκέπτομαι το μουσείο. Ειδικά για το περιεχόμενο τους. Γίνεται πιο ευχάριστη η επίσκεψη και έχω περισσότερο χρόνο να παρατηρώ και να κατανοώ τα έργα, χωρίς την βοήθεια ξεναγού. Αποφεύγω της ξεναγήσεις. ”

“ Η Μαρία είναι απόφοιτη του Πανεπιστημίου Διπλής Απλής με πτυχίο στην Γραφική. Μετακόμισε ένα στην Αθήνα για να εργαστεί ως νέα γραφίστρια σε ένα δημοσικό γραφείο για να συνεχισι τους σίτους της μετά την αποφοίτηση της. Της αρέσει να ζωγραφίζει, να διαβάζει και πηγαίνει σε γκαλερί τέχνης και μουσεία τον ελεύθερο χρόνο της για να πάρει έμπνευση και ιδέες. Της αρέσει να εξερευνεί μόνη της τα μουσεία χωρίς ξενάγηση. ”



Αντώνης Τουμάσης

32 • Web Developer • Θεσσαλονίκη

Κίνητρα

Φιλομαθής ██████████
Δημιουργικός ██████████
Παρατηρητικός ██████████

Προβληματισμοί

- Δεν μου αρέσει να περιμένω πολύ ώρα σε ουρές κατα την άφιξη μου σε μουσεία .
- Οι αποστάσεις είναι ένα μικρό θέμα για μένα καθώς χρησιμοποιώ συχνά τα μέσα μαζικής μεταφοράς στην αθήνα.
- Έλλειψη σαφών πληροφοριών που επηρεάζουν τον προγραμματισμό.

Στόχοι

- Να έχω την δυνατότητα για Online κράτηση.
- Να μου παρέχει εύκολη και γρήγορη πρόσβαση με τα μέσα μαζικής μεταφοράς.
- Να έχω μια πλήρη εικόνα για τις υπηρεσίες και το περιεχόμενο του μουσείου που θα επισκεφτώ.


Χρήση Τεχνολογιάς

•Website •Google •App

Βιογραφικό

“ Λόγω της δουλειάς μου συνεργάζομαι με γραφιστές. Παρόλο που δεν είμαι καλλιτεχνική ψυχή με έχουν παροτρίνει να επισκεφτομαι Μουσεία τέχνης για να διατηρώ τα γούστα μου και να ξεφύγω το μισό μου από κοινότητα. ”

“ Ο Αντώνης δουλεύει ως Web developer σε μια εταιρία στην Θεσσαλονίκη. Επισκεφεται συχνά την αθήνα λόγω προσωπικών υποχρεώσεων ή λόγω υποχρεώσεων της εργασίας του. Τον τελευταίο καιρό επισκέπτεται μαζί με την κοπέλα του ή τους συνάδελφους του μουσεία και θέσει για να ξεφύγει απο την πίση και την κόπωση της δουλειάς του. ”



Βασίλης Φραγκιάς

44 • Ιστορικός • Κουκάκι, Αθήνα

Κίνητρα

Φιλομαθής ██████████
Δημιουργικός ██████████
Παρατηρητικός ██████████

Προβληματισμοί

- Αποφύγω την αναμονή όσο γίνεται, θελώ να εξητηρηθώ γρήγορα και εύκολα στις ανάγκες μου.
- Δεν μου αρέσει η ελλειψη πληροφοριών για σημαντικά θέματα.
- Δεν αντέχω την ποληκοσμία.

Στόχοι

- Να μπορώ να κάνω απλά και εύκολα την κράτηση μου.
- Να μου προσφέρεται πλήρης ενημέρωση σε όλες τις υπηρεσίες.
- Να έχω ευχάριστες αναμνήσεις και να μεθάνω πράγματα απο την επίσκεψη μου στα μουσεία και στις εκθέσεις.


Χρήση Τεχνολογιάς

•Website •Google

Βιογραφικό

“ Τα μουσεία τέχνης για μένα είναι ένας χώρος στον οποίο μπορώ να ανέλω διαφορετικές πληροφορίες για την λοιογραφία, την κουλτούρα και τα κοινωνικο-πολιτιστικά θέματα που πολλές φορές συνάπτουν με την ιστορία μας . ”

“ Ο Βασίλης Φραγκιάς είναι ιστορικός σπούδς ζει προσωρινά στο κέντρο της Αθήνας. Του αρέσει να επισκέπτεται μουσεία , κυρίως με καλλιτεχνικό περιεχόμενο, καθώς θέλει να διερευνά τις γνώσεις του στην ιστορία της τέχνης και την σχέση της τέχνης με ιστορικά γεγονότα που έχουν στην Ελλάδα. Μετα την επίσκεψη των εκθεσιών του αρέσει να κάθεται με την παρία του ή με την συζύγο του για καφέ και να συζητάνε για τα έργα που είναι στο μουσείο. ”



Iris Guelter

31 • Γιατρός • Αμβουργό, Γερμανία

Κίνητρα

Φιλομαθής ██████████
Δημιουργική ██████████
Παρατηρητική ██████████

Προβληματισμοί

- Δεν μου αρέσουν η χρονική καθυστέρηση στο πρόγραμμα μου.
- Θέλω να νιώσω ασφάλεια στα μέρη που παω μετα παιδιά μου.
- Μερικές φορές δεν είμαι σίγουρη αν το περιεχόμενο του μουσείου είναι κατάλληλο για τα παιδιά μου .

Στόχοι

- Θέλω να παιδιά μου να περνάνε το χρόνο τους στα μουσεία ευχάριστα.
- Να υπάρχει πλήρης και καθαρή ενημέρωση για της παροχές του μουσείου.
- Το μουσείο να παρέχει ασφάλεια και ευχάριστες δραστηριότητες / προγράμματα στα παιδιά .

Χρήση Τεχνολογιάς

•Website •Google •App

Βιογραφικό

“ Λατρεύω να γνωρίζω την κουλτούρα και ιστορία της κάθε χώρας που επισκεπτόμαι. Τα μουσεία δίνουν μέρος για αυτό σκοπό. Επειδή έχω αναπτύξει παιδιά προσπαθώ να αποφανώ τις φορές. Θέλω να μπειναι γρήγορα και εύκολα στο μουσείο. ”

“ Η Iris δουλεύει ως παιδίατρος σε νοσοκομείο στο Αμβούργο. Το καλοκαίρι πησι για πρώτη φορά μετα τρα της παρία και τον άντρα της στην Αθήνα σε διακοπές. Η Iris δεν γνωρίζει πολλά για την κουλτούρα και τις τέχνες στην Ελλάδα και θέλει μια καλή εικόνα να επισκεφεί τα μουσεία της πρωτεύουσας πρώτου ταξιδιέας στα νησιά του Ιονίου. ”

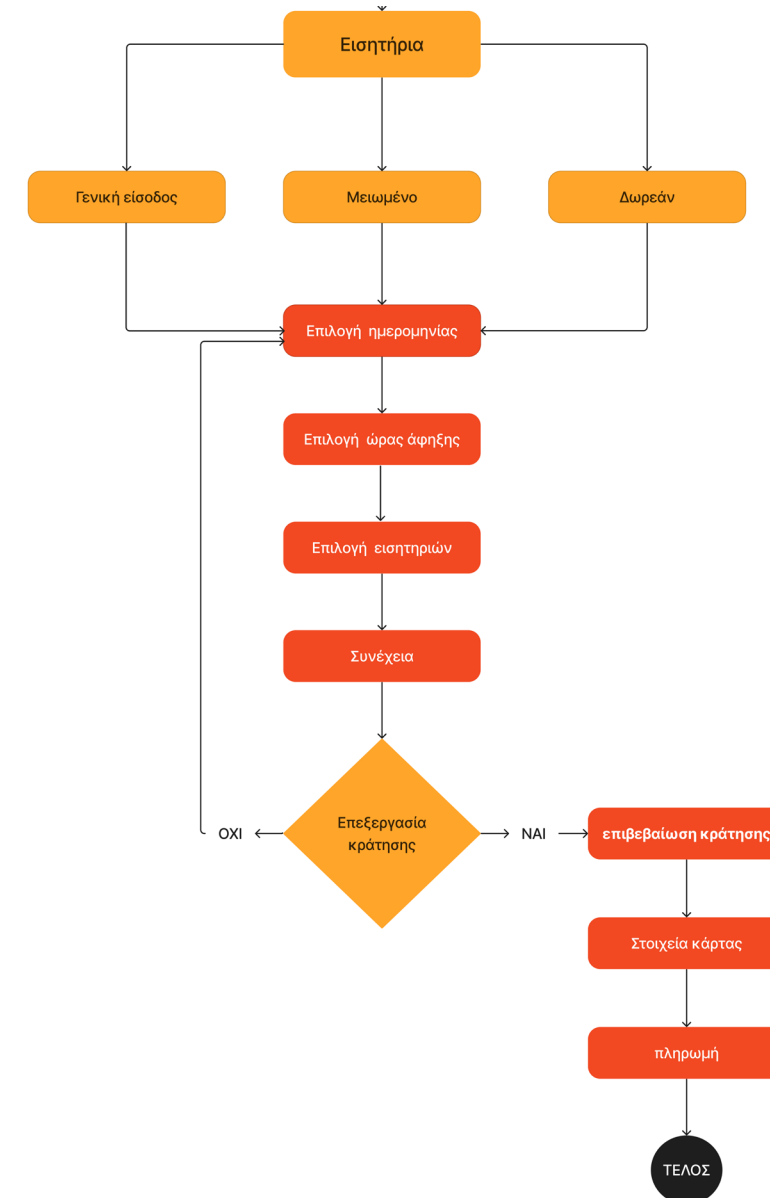
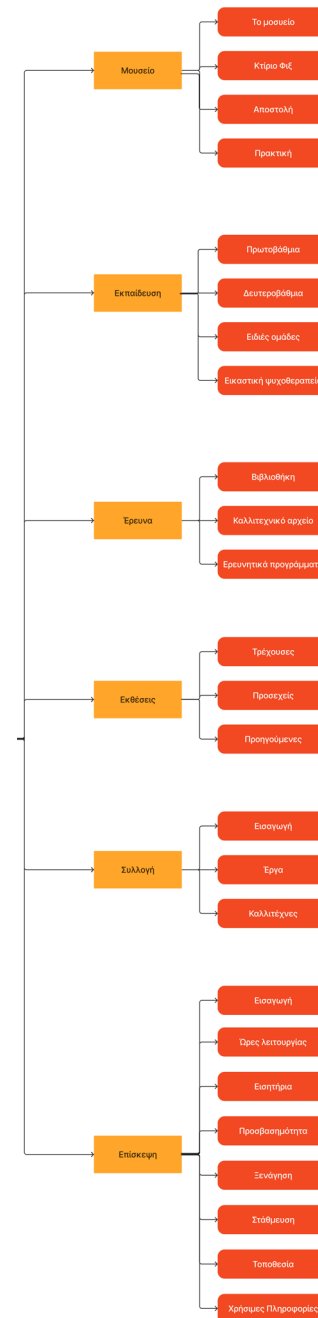
UX DESIGN

Σενάριο χρήσης

User Activities	Κράτηση Εισητηρίων	Εξερεύνηση έργα συλλογής	Ενημέρωση εκθέσεων	Ενημέρωση Προσβασιμότητας	Ενημέρωση Τοποθεσίας
User Tasks	Πηγαίνει στην σελίδα "ΕΙΣΗΤΗΡΙΑ"	Πηγαίνει στην σελίδα "ΕΡΓΑ"	Πηγαίνει στην σελίδα "ΕΚΘΕΣΕΙΣ"	Πηγαίνει στην σελίδα "ΕΠΙΣΚΕΨΗ"	Πηγαίνει στην σελίδα "ΕΠΙΣΚΕΨΗ"
User Stories	Επιλέγει ημερομηνία	Επιλέγει την χρήση φίλτρων για πιο στοχευμένη εξερεύνηση (άμα χρειαστεί)	Επιλέγει την/τις εκθέσεις που του ενδιαφέρουν		Έχει την δυνατότητα να εισάγει το μέρος-αφετηρίας του
	Επιλέγει ώρα επίσκεψης	Πατάει κλικ στο έργο που το ενδιαφέρει για περισσότερες πληροφορίες			Πατάει το CTA "ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ"
	Επιλέγει είδος εισητηρίου και αριθμός εισητηρίων				
	Πατάει "Συνέχεια" (CTA) για την ολοκλήρωση αγοράς				
	Συμπληρώνει τα στοιχεία χρεωστικής κάρτας				
	Πατάει "Πληρωμή" (CTA) για την ολοκλήρωση της αγοράς				

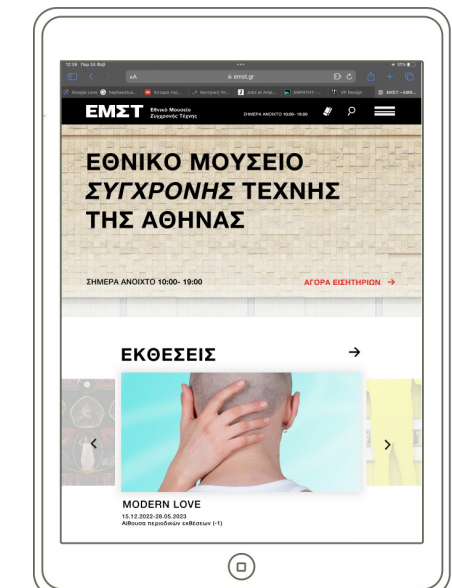
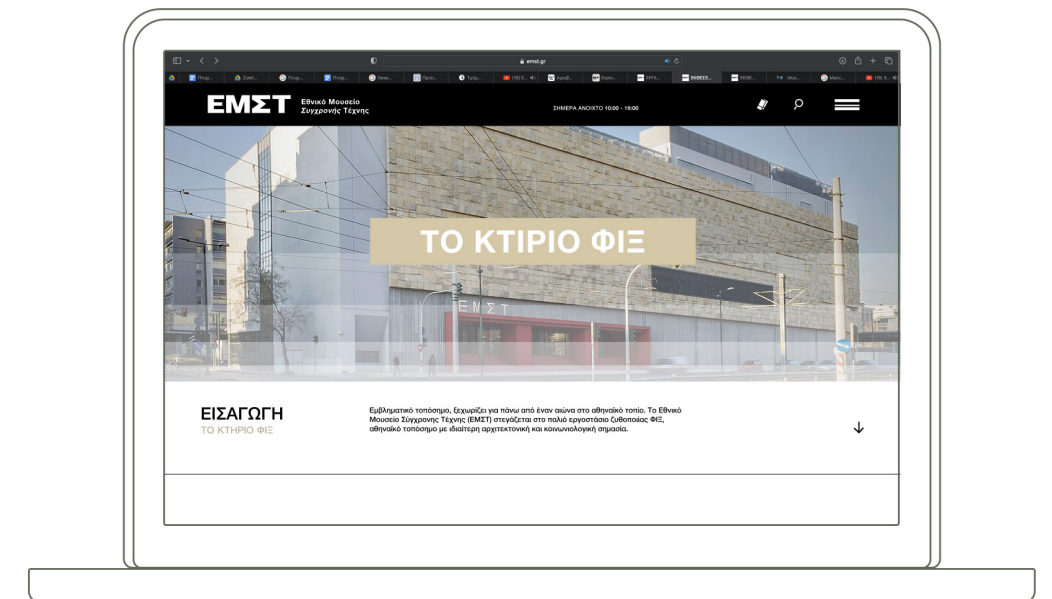
UX DESIGN

Αρχιτεκτονική της Πληροφορίας



ΝΕΟΣ ΙΣΤΟΤΟΠΟΣ

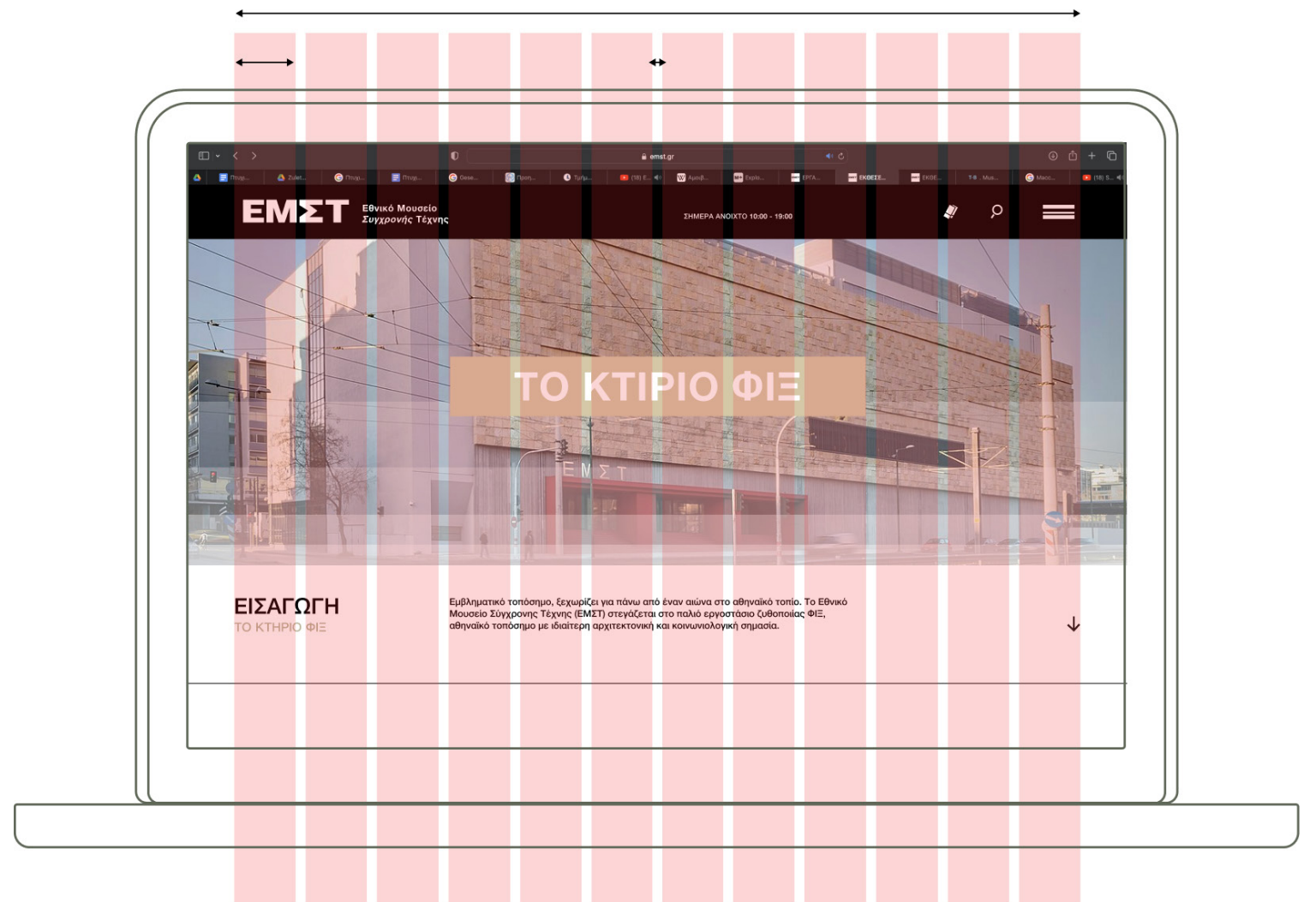
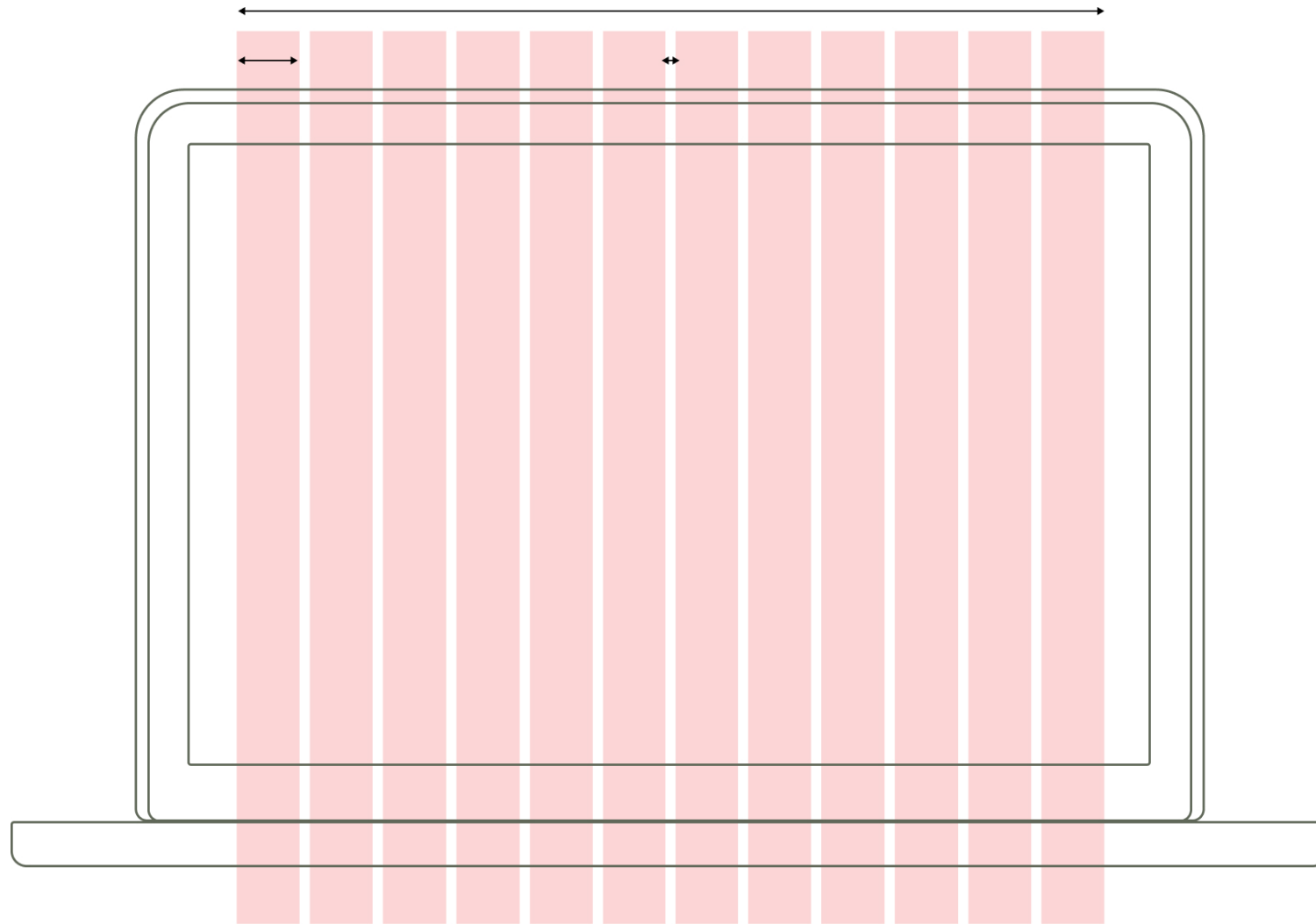
1. Πιο σύνθετο τρόπο πλοήγησης στον οποίο η περιήγηση του χρήστη είναι πιο ευέλικτη και ευχάριστη
2. Δυνατότητα ψηφιακής αγοράς εισιτηρίων
3. Πληροφορίες και αγορά εισιτηρίων για προγράμματα ξενάγησης
4. Ολοκληρωμένη ενημέρωση για την προσβασιμότητα του μουσείου με τα μέσα μαζικής μεταφοράς
5. Δυνατότητα υπολογισμού διαδρομής από την τοποθεσία του χρήστη προς το μουσείο μέσω google maps
6. Δυνατότητα υπολογισμού διαδρομής από την τοποθεσία του χρήστη προς το Parking Fix μέσω google maps
7. Νέα διαρρύθμιση πληροφοριών για την αρχιτεκτονική και την ιστορία μέσω χρονολογίου του κτιρίου Φίξ
8. Ανταποκριτικός σχεδιασμός (Responsiveness) για οθόνες κινητού και υπολογιστή
9. Περισσότερες λειτουργίες για τον χρήστη



GRID SYSTEM

Οθόνη Υπολογιστή

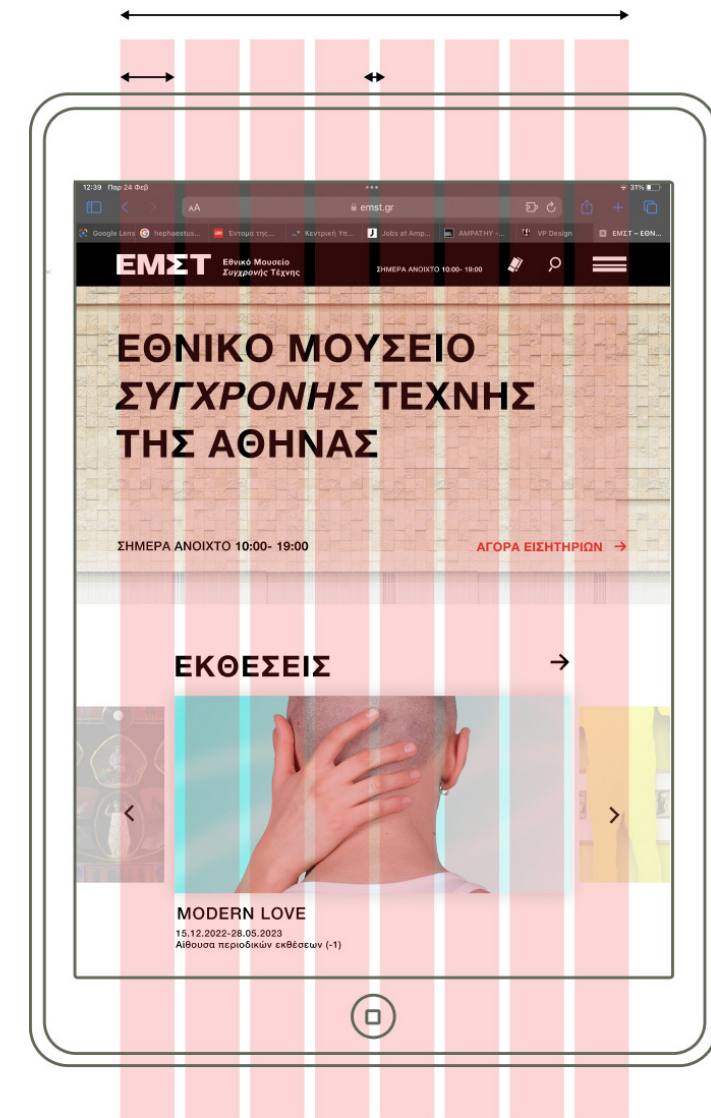
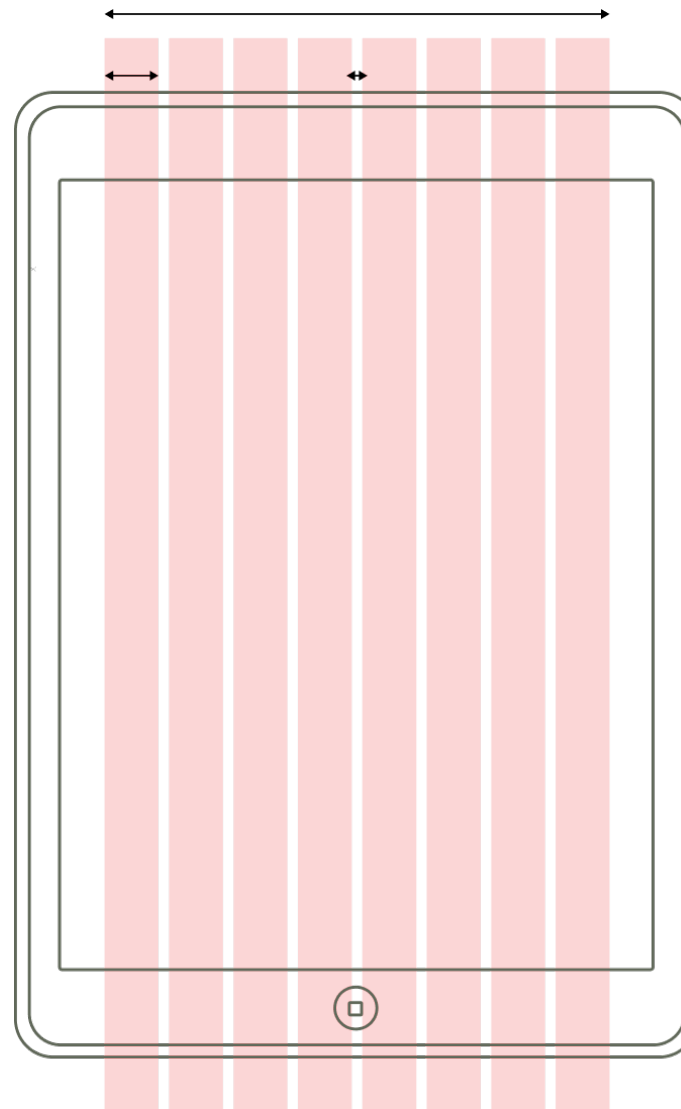
Columns: 12
Type: Stretch
Width: Auto
Margin: 100
Gutter: 20



GRID SYSTEM

Οθόνη Ταμπλετ

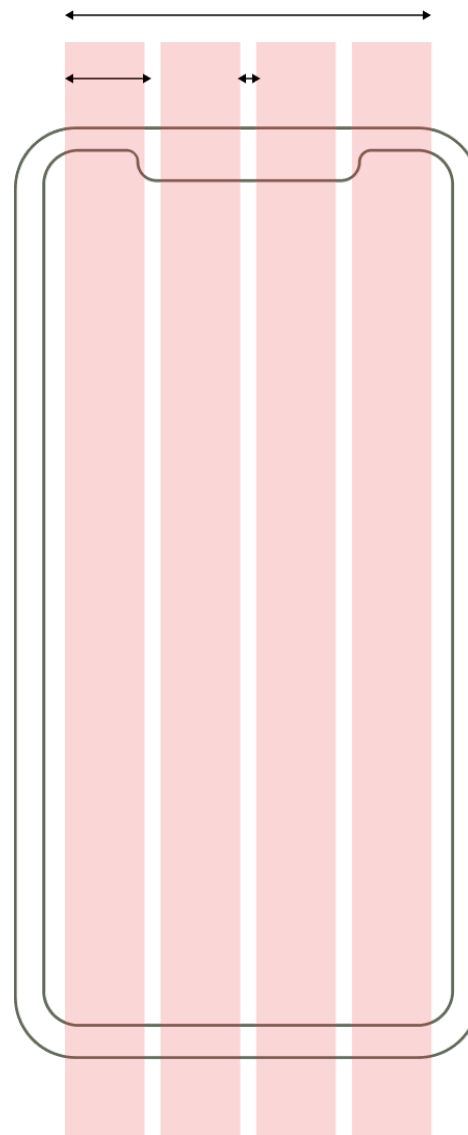
Columns: 8
Type: Stretch
Width: Auto
Margin: 75
Gutter: 20



GRID SYSTEM

Οθόνη κινητού

Columns: 4
Type: Stretch
Width: Auto
Margin: 20
Gutter: 20



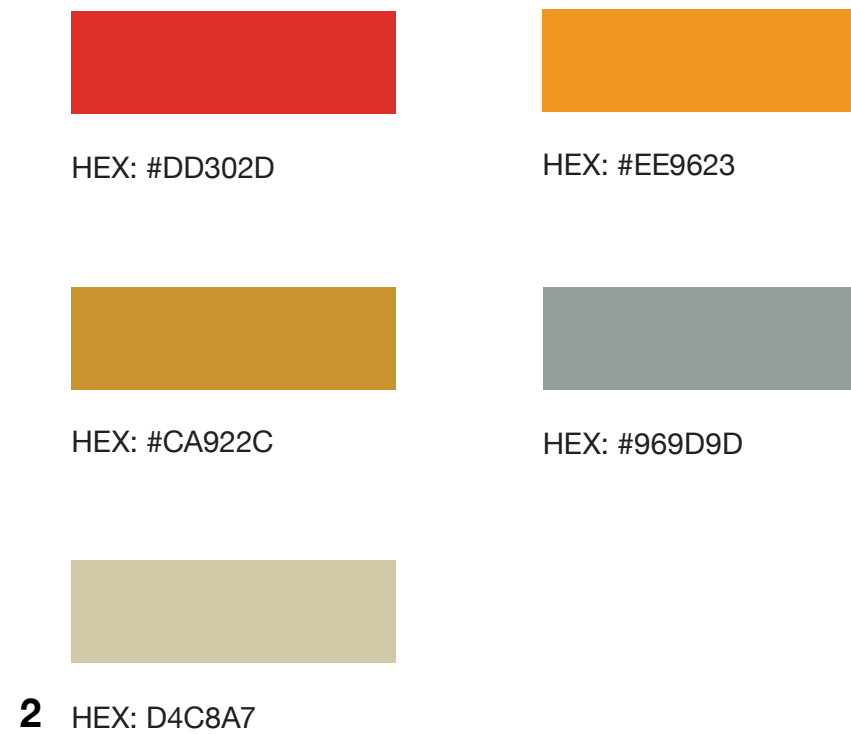
ΣΕΙΡΑ ΧΡΩΜΑΤΩΝ

Ιστότοπος

Η σειρά χρωμάτων αποτελείται από τα πρωτεύοντα χρώματα και τα δευτερεύοντα χρώματα της παλέτας της εταιρικής ταυτότητας της ιστοσελίδας του ΕΜΣΤ.

1. Πρωτεύοντα χρώματα

2. Δευτερεύοντα χρώματα



ΕΠΙΚΕΦΑΛΙΔΕΣ

Οθόνη Υπολογιστή

Η Helvetica Neue είναι η κύρια και μοναδική οικογένεια γραμματοσειρών που χρησιμοποιείται.

H.N -> Helvetican Neue

T -> Τίτλοι

Υ -> Υπότιτλοι

K -> Κείμενο

Λ -> Λεζάντα

Med -> Medium

Reg -> Regular

Med.I -> Medium Italic

T1 H.N Bold 53pt **Aa**

T2 H.N Bold 40pt **Aa**

T3 H.N Bold 30pt **Aa**

T4 H.N Bold 24pt **Aa**

Y1 H.N Med. 24pt **Aa**

Y2 H.N Med. 22pt **Aa**

K1 H.N Reg. 17pt **Aa**

K2 H.N Reg. 13pt **Aa**

Λ1 H.N Med.I 17pt **Aa**

Λ2 H.N Italic 13pt **Aa**

ΕΠΙΚΕΦΑΛΙΔΕΣ

Οθόνη Ταμπλετ

Η Helvetica Neue είναι η κύρια και μοναδική οικογένεια γραμματοσειρών που χρησιμοποιείται.

H.N -> Helvetican Neue

T -> Τίτλοι

Υ -> Υπότιτλοι

K -> Κείμενο

Λ -> Λεζάντα

Med -> Medium

Reg -> Regular

Med.I -> Medium Italic

T1	H.N Bold 50pt	Aa	Y2	H.N Med. 16pt	Aa
T2	H.N Bold 37pt	Aa	K1	H.N Reg. 16pt	Aa
T3	H.N Bold 28pt	Aa	K2	H.N Reg. 12pt	Aa
T4	H.N Bold 21pt	Aa	Λ1	H.N Med.I 16pt	Aa
Y1	H.N Med. 18pt	Aa	Λ2	H.N Italic 12pt	Aa

ΕΠΙΚΕΦΑΛΙΔΕΣ

Οθόνη Κινητού

Η Helvetica Neue είναι η κύρια και μοναδική οικογένεια γραμματοσειρών που χρησιμοποιείται.

H.N -> Helvetican Neue

T -> Τίτλοι

Υ -> Υπότιτλοι

K -> Κείμενο

Λ -> Λεζάντα

Med -> Medium

Reg -> Regular

Med.I -> Medium Italic

T1 H.N Bold 44pt **Aa**

T2 H.N Bold 33pt **Aa**

T3 H.N Bold 24pt **Aa**

T4 H.N Bold 18pt **Aa**

Y1 H.N Med. 18pt **Aa**

Y2 H.N Med. 14pt **Aa**

K1 H.N Reg. 14pt **Aa**

K2 H.N Reg. 10,5pt **Aa**

Λ1 H.N Med.I 14pt **Aa**

Λ2 H.N Italic 10,5pt **Aa**

ΜΑΚΕΤΕΣ

EMΣΤ

EMΣΤ

Εθνικό Μουσείο
Σύγχρονης Τέχνης

Λεωφ. Καλλιρρόης και Αμβρ.
Φραντζή (πρώην εργοστάσιο Φιξ),
Αθήνα
Τκ: 117 43

EMST.gr
211-1019007

Επιμελητής Εκπαίδευσης

Όνοματεπώνυμο
Όνομα.εponimo@emst.gr

11/12/2022

Αγαπητέ κύριε/κα. Επώνυμο ,

Lorem ipsum dolor sit amet . Οι χειριστές γραφικών και τυπογραφικών εργαλείων είναι καλά, στην πραγματικότητα όλα τα επαγγέλματα που ασχολούνται με την επικοινωνία έχουν μια σταθερή σχέση με αυτές τις λέξεις, αλλά το Lorem ipsum είναι ένα εικονικό κείμενο χωρίς καμία έννοια. Είναι μια ακολουθία λέξεων που, καθώς είναι τοποθετημένες, μην διαμορφώνετε προτυπώσεις αίσθησης, αλλά δώστε ζωή σε ένα δοκιμαστικό κείμενο χρήσιμο για τη δοκιμή που στη συνέχεια θα καταληφθούν από κείμενα ad hoc που αποτελούν την επαγγελματίες της επικοινωνίας.

Είναι σίγουρα το πιο διάσημο κείμενο placeholder ακόμη και αν υπάρχουν διαφορετικές εκδόσεις που διακρίνονται από τη σειρά με την οποία εμφανίζονται λατινικές λέξεις.

Το Lorem ipsum περιέχει τις γραμματοσειρές που χρησιμοποιούνται περισσότερο, μια πτυχή που σας επιτρέπει να έχετε μια επισκόπηση της απόδοσης του κειμένου σε όρους επιλογής γραμματοσειράς απ ό μέγεθος γραμματοσειράς .

Με εκτίμηση,
Όνοματεπώνυμο

EMΣΤ

Εθνικό Μουσείο
Σύγχρονης Τέχνης



EMST.gr
welcome@emst.gr
211-1019007

Λεωφ. Καλλιρρόης
και Αμβρ. Φραντζή
Αθήνα
ΤΚ: 117 43



ΓΙΑΤΙ ΕΙΜΑΣΤΕ ΜΑΖΙ

Γενική είσοδος
General admission

28.05.2023
Παρασκευή 14:00

EMΣΤ

EMST.gr

1 DAY PASS
28.05.2023
K4-8937-223

8€



1234237812301407

ΓΙΑΤΙ ΕΙΜΑΣΤΕ ΜΑΖΙ

EMΣΤ

ΜΙΧΑΗΛ ΚΑΡΙΚΗΣ



28.01 ————— 28.05.2023

Εθνικό Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης

EMST.gr



ΤΑ ΠΑΝΤΑ, ΠΑΝΤΟΥ, ΔΙΑΡΚΩΣ

EMΣΤ

ΗΑΝΝΑΗ ΤΟΤΙΚΚΙ



28.01 ————— 28.05.2023

Εθνικό Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης

EMST.gr



MODERN LOVE

Η αγάπη στα χρόνια
της ψυχρής οικειότητας

EMΣΤ



15.12.2022 ————— 28.05.2023

Εθνικό Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης

EMST.gr





ΤΕΛΟΣ