



Povzetek projekta Po kreativni poti do znanja 2017 – 2020, 2. odpiranje, za namen objave in predstavitve na spletni strani sklada

1. Polni naslov projekta: "We explain"- potencial uporabe razlagalnih videov v logistiki in turizmu

- V katero področje na prvi klasifikacijski ravni KLASIUS-P-16 se uvršča projekt glede na vsebinsko zasnovu (neustrezno področje izbrišite):

1088 - Interdisciplinarne izobraževalne aktivnosti/izidi, pretežno transport, varnost, gostinstvo in turizem, osebne storitve

2. V sodelovanju z: (navede se univerza oz. samostojni visokošolski zavod, ki je prijavil projekt in članica, ki je nosilka projekta ter partner/ja – podjetje/ji oz. organizacija, ki je/sta bilo/i vključeno/i v projekt)

Univerza v Mariboru, Fakulteta za logistiko;

Univerza v Mariboru, Fakulteta za turizem;

RAZISKAVE IN RAZISKAVE, poslovne storitve in razvoj, d.o.o.

3. Besedilo:

- Opredelite problem, ki se je razreševal tekom izvajanja projekta

Razlagalni videi so v svetu že precej poznani, v slovenskem okolju pa so relativno novi. V sodobnem poslovnem okolju je vse večji poudarek na digitalnem marketingu. Podjetje, ki je sodelovalo pri prijavi na razpis, sodeluje pri pripravi in nastajanju razlagalnih video vsebin. Gre za animirane kratke filme, ki nastajajo v obliki stripa oz. risanja na belo tablo. Razlagalni videi imajo izredno visoko sporočilno vrednost in postajajo pomemben del marketinškega spleta. Še posebej lahko njihovo dodano vrednost vidimo v B2C in B2B predstavitev v storitveni dejavnosti. Zato se nam zdi izredno smiselna povezava storitvene dejavnosti logistike in turizma z razlagalnimi videi. V projektu je bil opravljen pregled dobrih praks na področju razlagalnih video vsebin po svet in pri nas. Nadalje smo v projektu pogledali, kateri so potencialni deležniki s področja logistike in turizma, ki bi jim lahko bila storitev zanimiva in predvsem poskusiti ugotoviti, kje bi lahko bila konkretna dodana vrednost razlagalnih videov za omenjeni storitveni dejavnosti. Izvedli smo tudi dve krajši kvantitativni raziskavi, kako razlagalne vsebine sprejema občinstvo. V okviru projekta smo ugotovili, kateri so najpogosteje uporabljeni mediji za spremljanje video razlagalnih vsebin, kaj vse pri njihovem spremljanju opazijo študentje in kaj tisti iz podjetij. Preverili smo, kjer je največji potencial uporabe pri potrošnikih. Hkrati smo predstavili različne primere iz področja logistike in turizma, kjer bi bila uporaba tovrstnih video razlagalnih vsebin še posebej smiselna. Gre predvsem za promoviranje trajnostnih in družbeno odgovornih praks v logistiki in za razlago in promocijo bolj zapletenih procesov v logistiki in proizvodnji. V turizmu je po naših ugotovitvah ključno povezovalno področje med videi in vsebino v t. i. »zgodbarjenju«, v promoviranju trajnosti, posebnosti in avtentičnosti posamezne destinacije in njenih dogodkov. Študentje so na ta način dobili poglobljen vpogled v to, kaj so video razlagalne vsebine in kje vse ter zakaj bi bila smiselna njihova uporaba na področju logistike in turizma.

- Opišite potek reševanja problema oz. kratek povzetek projekta

Izvedle so se naslednje aktivnosti, ki so bile predvidene v prijavi projekta:

- Aktivnost 1: Poglobljen teoretični pregled razlagalnih video vsebin in pregled obstoječih praks.
- Aktivnost 2: Terensko delo: predstavitev, kako nastajajo razlagalne video vsebine s strani podjetja.
- Aktivnost 3: Sledil je pregled potencialnega trga v storitveni dejavnosti, s poudarkom na turizmu in logistiki.
- Aktivnost 4: Vsebinska obdelava pridobljenih podatkov in priprava SWOT analize.
- Aktivnost 5: Priprava ustreznega anketnega vprašalnika. Sledilo je delo na terenu: izvajanje terenske ankete skupaj s podjetjem in izvajanje spletne ankete. Izvedeni sta bili dve anketi: anketa za podjetja in anketa za študente.
- Aktivnost 6: Priprava zaključnega poročila, kjer je zajeta celotna vsebina projekta vezana na razlagalne video vsebine na področju logistike in turizma (s konkretnimi primeri in predstavitevijo dodane vrednosti za vse deležnike).

Izvedeni so bili tudi prenosi znanj, ki so se izkazali za izredno koristne, predvsem pri iskanju novih idej za nadaljnje sodelovanje med partnerji.

- Navedite in opišite rezultate projekta ter njihov doprinos k družbeni koristnosti

V okviru projekta je bil opravljen celosten pregled področja razlagalnih video vsebin: od teoretičnega pregleda, pregleda obstoječih video razlagalnih vsebin po svetu, do pregleda obstoječega trga v Sloveniji. Sledil je pregled potencialne uporabe v logistiki in turizmu v Sloveniji in priprava ustreznih vsebin in pristopov pomembnih za predstavljanje razlagalnih videov v logistiki in turizmu v Sloveniji.

Rezultati projekta so torej kažejo v opravljeni SWOT analizi in analizi rezultatov izvedenih anket in podrobnem pregledu trga (in njegovih značilnosti) s področja logistike in turizma, ki je primeren za uporabo razlagalnih video vsebin.

Ključen pa je rezultat v obliki pregleda konkretnih primerov potencialne uporabe razlagalnih videov v logistiki in turizmu, zlasti v povezavi s "storytellingom" (zgodbarjenjem).

Ugotovili smo, da je velik potencial uporabe tovrstnih vsebin zlasti pri mlajši populaciji. Hkrati smo predstavili različne primere iz področja logistike in turizma, kjer bi bila uporaba tovrstnih video razlagalnih vsebin še posebej smiselna. Gre predvsem za promoviranje trajnostnih in družbeno odgovornih praks v logistiki (kot na primer promoviranje praks delitvene ekonomije in trajnostne mobilnosti) in za razlago in promocijo bolj zapletenih procesov v logistiki in proizvodnji. Na področju turizma je po naših ugotovitvah ključno potencialno področje za uporabo razlagalnih video vsebin povezano s trendom »zgodbarjenja« (torej ne promoviranja zgolj samih destinacij ampak predvsem njihovih zgodb) ter v promoviranju trajnosti, posebnosti in avtentičnosti posameznih destinacij in dogodkov in doživetij, ki jih tam ponujajo.

Iz tega se lahko izpeljemo tudi nadalje koristi za širšo družbo in korist. Na primer, nivo zaznavanja in zanimanja, ki se vzbuja s tovrstnimi video razlagalnimi vsebinami (na primer zlasti pri skupini mlajše generacije), in njihova potencialna uporaba je smiselna tudi na ostalih splošno družbeno pomembnih področjih (na primer v šolstvu, pri predstavitvi kakšnih bolj zapletenih javnih postopkih in podobno).

Študenti so na ta način pridobili ustrezna dodatna znanja in konkretnem obravnavanem primeru iz gospodarstva, mentorji pa so svoje teoretično znanje povezavi s praktičnimi realnimi primeri.

4. Priloge:

- Slikovno gradivo: Priložite vsaj dve sliki npr. sliko končnega produkta, sliko študentov pri delu na projektu, sliko s sestankov ipd. Pri pošiljanju slik bodite pozorni, v kolikor

gre za končni produkt, da bo zadoščeno zahtevam glede informiranja in obveščanja (ustrezni logotipi itd.).



