

# Fræðsluvefur ÚTÓN -þarfagreining-

## ALMENN VERKEFNISLÝSING

### 1. Drög að þarfagreiningu fyrir heimasíðu

Markmið síðunnar er að vera spegill á innanalandsstarf ÚTÓN og vera í því tilliti fræðslu- og fréttaveita. Vefnum er þannig ætla að veita aðgang að upplýsingum, s.s. efni úr fræðsludagskrá sem lýtur að öllum þeim þáttum sem teknir eru fyrir varðandi samningagerð, viðskipti og markaðssetningu; og gera starfsemi ÚTÓN enn sýnilegri þeim sem nýta sér og geta nýtt sér starfsemi hennar.

Innihald síðunnar

1. Yfirlit yfir fræðsludagskrá ÚTÓN
2. Fræðsluefni af námskeiðum
3. Fréttir
4. Hlekkir á gagnlegar upplýsingar um alþjóðlega samningagerð og tónlistarviðskipti
5. Um ÚTÓN
6. Yfirlit yfir starfsfólk ÚTÓN og leiðir til að hafa samband

### 2. Aðaltilgangur heimasíðunnar

Að endurspegla og veita greiðan aðgang að fræðslustarfi ÚTÓN og um leið koma á framfæri fréttum og fréttatilkynningum frá skrifstofunni.

### 3. Aukatilgangur heimasíðunnar

- Að auka þekkingu á alþjóðaviðskiptum, markaðssetningu og tengslamyndum.

-Að skapa vettvang fyrir íslenska tónlistarmenn til að afla sér upplýsinga og skiptast á upplýsingum

-Skapa tengslanet meðal íslenskra tónlistarmanna

### 4. Langtímamarkmið heimasíðunnar

-Að skapa íslenskan og alþjóðlegan þekkingarbanka með upplýsingum um menningarviðskipti

-Að gera fræðsluvefinn að eðlilegum þætti í starfsemi tónlistarmanna.

## MARKHÓPUR

### 1. Markhópur

-Íslenskir tónlistarmenn og tónskáld

-Þeir sem starfa í íslenskum tónlistargeira

## **2. Hvað gerir notandinn á heimasíðunni? (T.d. skráning, log on, leita að upplýsingum, kaupa tiltekna vöru, gefa upp netfang, óska eftir meiri upplýsingum, o.sv.frv.)**

- Leitar að upplýsingum
- Gerist áskrifandi af fréttabréfi
- Skráir sig á námskeið og fræðslukvöld
- Fylgist með starfsemi ÚTÓN á Íslandi

## **3. Hvað þykir þessu fólki vænt um? Af hverju hefur það áhuga á síðunni? Hvað verður til þess að það heimsækir síðuna og hvað verður til þess að það heimsæki síðuna aftur?**

Tónlistar- og bransafólk sem vill verða betra í sínu fagi. Gott flæði og uppfærsla á upplýsingum verða til að fólk heimsæki síðuna reglulega. Heimsóknir verða vegna þess að fólk vill aðgang að efni fræðsluefni, starfsemin spyrst út og til að leita frekari upplýsinga eftir að hafa séð tilkynningar í fjölmiðlum og á vefmiðlum. Tenging við félög tónlistarmanna og fyrirtækja verður virkjuð og samstarf eft á milli aðila um aðgang að mikilvægum upplýsingum sem hafa verið teknar saman á öllum stöðum.

## **YFIRBRAGÐ/VIÐMIÐUNARREGLUR/SKYNJUN**

### **1. Hvað viltu að markhópnum finnist um fyrirtækið og heimasíðuna**

- Auðvelt í notkun
- Gagnlegar upplýsingar
- Viðbót við það þá þekkingu sem fyrir er

### **2. Hvernig mun heimasíðan gera þetta að veruleika?**

- Reglulegar uppfærslur
- Viðeigandi efni
- Góð hönnun
- Fróðlegt og áhugavert fréttabréf

### **3. Hvaða lýsingarorð er hægt að nota til að lýsa því hvernig markhópurinn lítur á heimasíðuna?**

Fræðandi, áreiðanlegt, þjónustulundað

### **5. Hver eru “specific visual goals” sem heimasíðan á að hafa?**

Grípandi – skemmtilegt – traust - aðgengilegt

## **SAMSKIPTALEIÐIR/STRATEGY**

### **1. Hver eru aðalskilaboðin sem þið eruð að reyna að koma til markhópsins?**

Áreiðanleg, uppfærðar upplýsingar, fagmannleg, skilvirk, gagnleg.

## **2. Hvernig komið þið þessum skilaboðum á framfæri?**

Með vel gerðu og gagnlegu efni, settu fram á fagmannlegan máta.

## **3. Hvernig mælið þið hvort síðan sé árangursrík?**

Með því að halda utan um heimsóknafjöld, samkipti á forum og skráningum á póstlista.