

Онлайн-контент

20.09.2021

В 2020 году музеи стали производить огромное количество онлайн-контента.

Создание каждого такого продукта требует ресурсов, поэтому рано или поздно встанет вопрос о монетизации.

Компания Cuseum провела исследование 500 музеев (в основном в США), чтобы узнать, [как виртуальные проекты влияют на доходы музеев](#).

Основной вопрос: какую прибыль получает музей (и получает ли) с учётом стоимости часов работы сотрудников.

Мне кажется, что в наших обсуждениях цифрового в музее не хватает вот этого экономического аспекта.

Например, создаваемый цифровой продукт можно продать только один раз или несколько?

Стоит ли продавать дёшево и охватывать больше людей или же повышать чек?

Примеров монетизации онлайн-проектов в российских музеях пока немного.

Здесь, конечно, много нюансов: например, удобство продажи на сайте, автоматизация этого процесса, дружелюбность интерфейсов.

Год: 2020

Страна: [США](#)

Тематика: [Цифровые технологии](#)

Кто поделился кейсом: Анна Михайлова

[Перейти на сайт](#)