

# FIRE OPLEVELSESDOMÆNER

## HVAD

Modellen "Fire oplevelsesdomæner" beskriver forskellige typer af oplevelser.

Oplevelsesdomænerne ligger i spændet mellem om kunden er **passiv** eller **aktiv** deltager og mellem at **oplevelsen går ind i kunden** (absorbering) og at **kunden går ind i oplevelsen** (fordybelse).

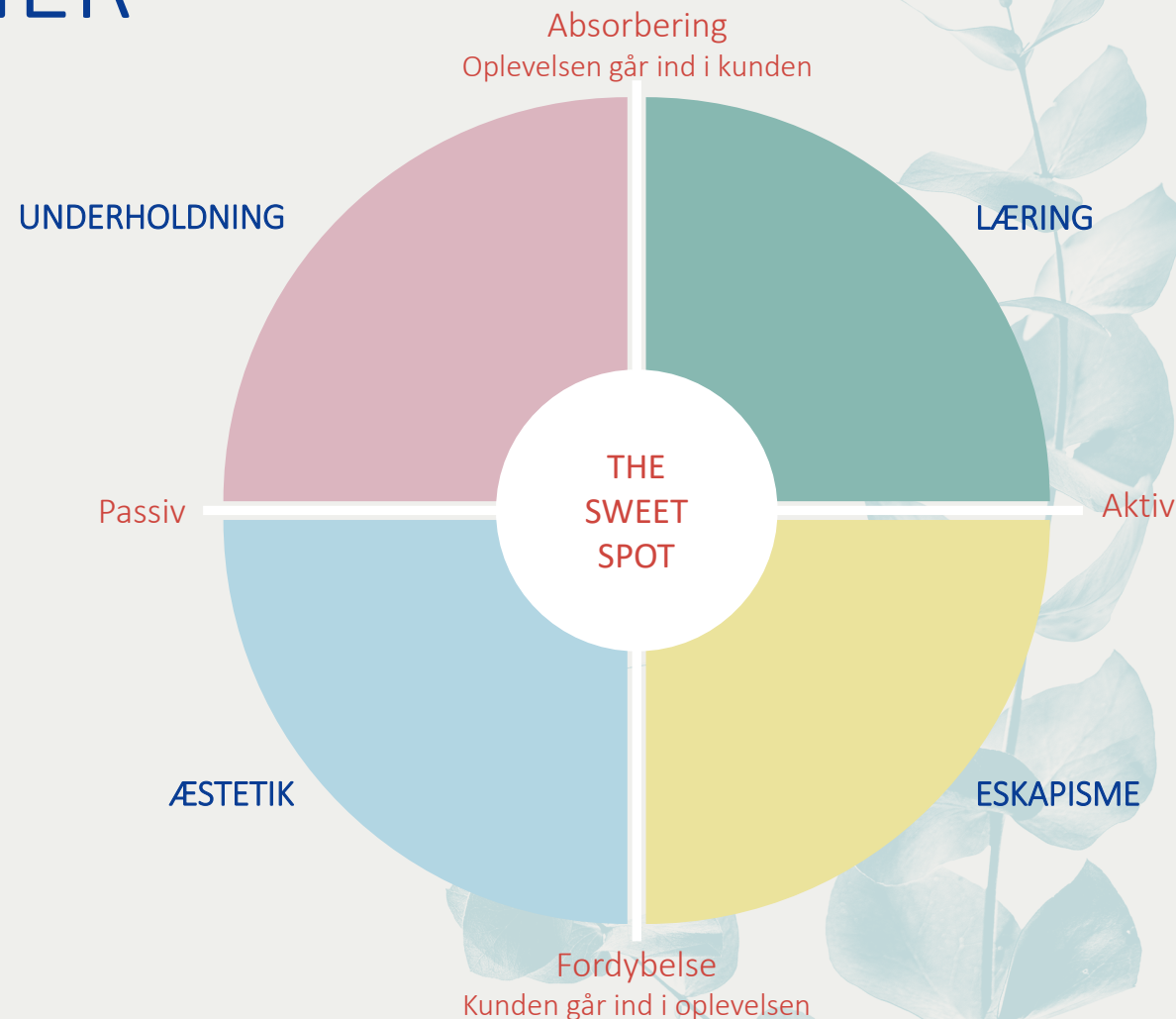
En oplevelse kan høre hjemme i et af de fire domæner, eller den kan være sammensat af flere deloplevelser fra hvert sit domæne. Tænk fx på et restaurantbesøg: maden er ét element, indretningen og stemningen et andet – og tilsammen udgør de oplevelsen.

Jo flere domæner oplevelsen trækker på, jo tættere er man på at ramme **'the sweet spot'**, hvor kunden får en totaloplevelse.

## HVORDAN KAN DU BRUGE MODELLEN?

Brug modellen til at vurdere en oplevelse, du allerede udbyder eller som omgiver dit produkt. Eller brug den til at udvikle en ny oplevelse.

Ved at se på, om din oplevelse har elementer fra alle fire domæner, kan du vurdere, hvor tæt oplevelsen er på at ramme **'the sweet spot'**, og du kan overveje, hvilke elementer du kan tilføje for at gøre oplevelsen - endnu - bedre. Se vejledning side 3.



# FIRE OPLEVELSESDOMÆNER

- **UNDERHOLDNING**

Du tilrettelægger oplevelsen, så kunden kan koble af, læne sig tilbage og bogstavelig talt 'nyde showet'. Kunden er passiv og oplevelsen går ind i kunden.

Eksempler: at gå i biografen, i teatret eller til koncert.

- **LÆRING**

Du inddrager kunden i oplevelsen ved at dele viden, bede kunde gøre noget eller tage stilling til noget. Oplevelsen går ind i kunden, men her tager kunden selv aktivt del i oplevelsen.

Eksempel: En restaurant, der udbyder madkurser til sine gæster.

- **ESKAPISME**

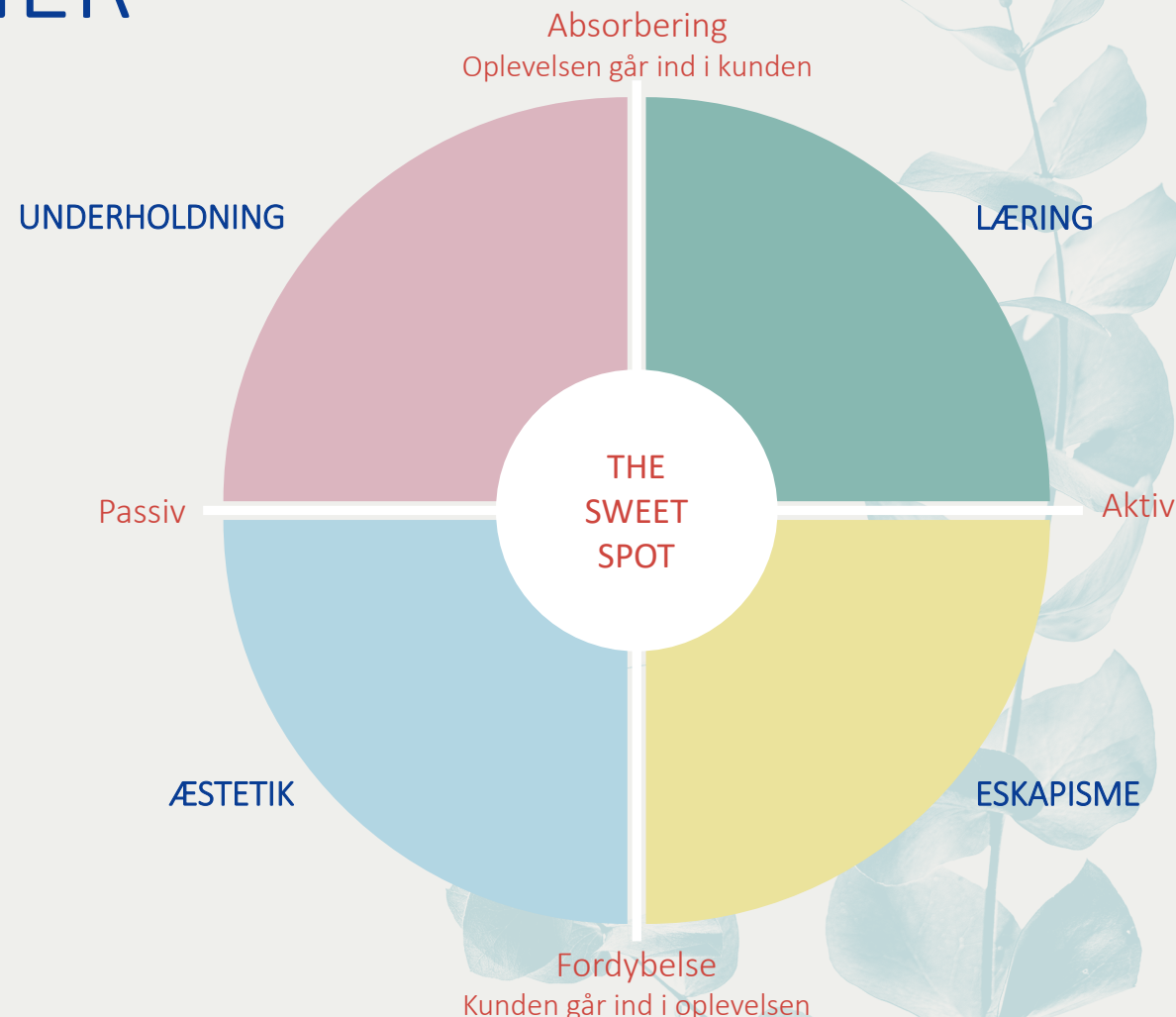
Du iscenesætter du en oplevelse, hvor kunden får en pause fra hverdagen og fysisk lader sig opsluge af en anden virkelighed. Kunden er aktiv og går ind i oplevelsen.

Eksempler: forlystelsesparker, escape rooms eller forskellige oplevelser inden for sport og sundhed.

- **ÆSTETIK**

Du iscenesætter rummet og omgivelserne, så de taler til alle kundens sanser og giver kunden mulighed for at lade sig opsluge af oplevelsen. Kunden er passiv og går ind i oplevelsen.

Eksempler: museumsbesøg, en restaurants smukke anretninger eller en butiks hyggelige eller smagfulde indretning.



## VURDER/DESIGN DIN OPLEVELSE:

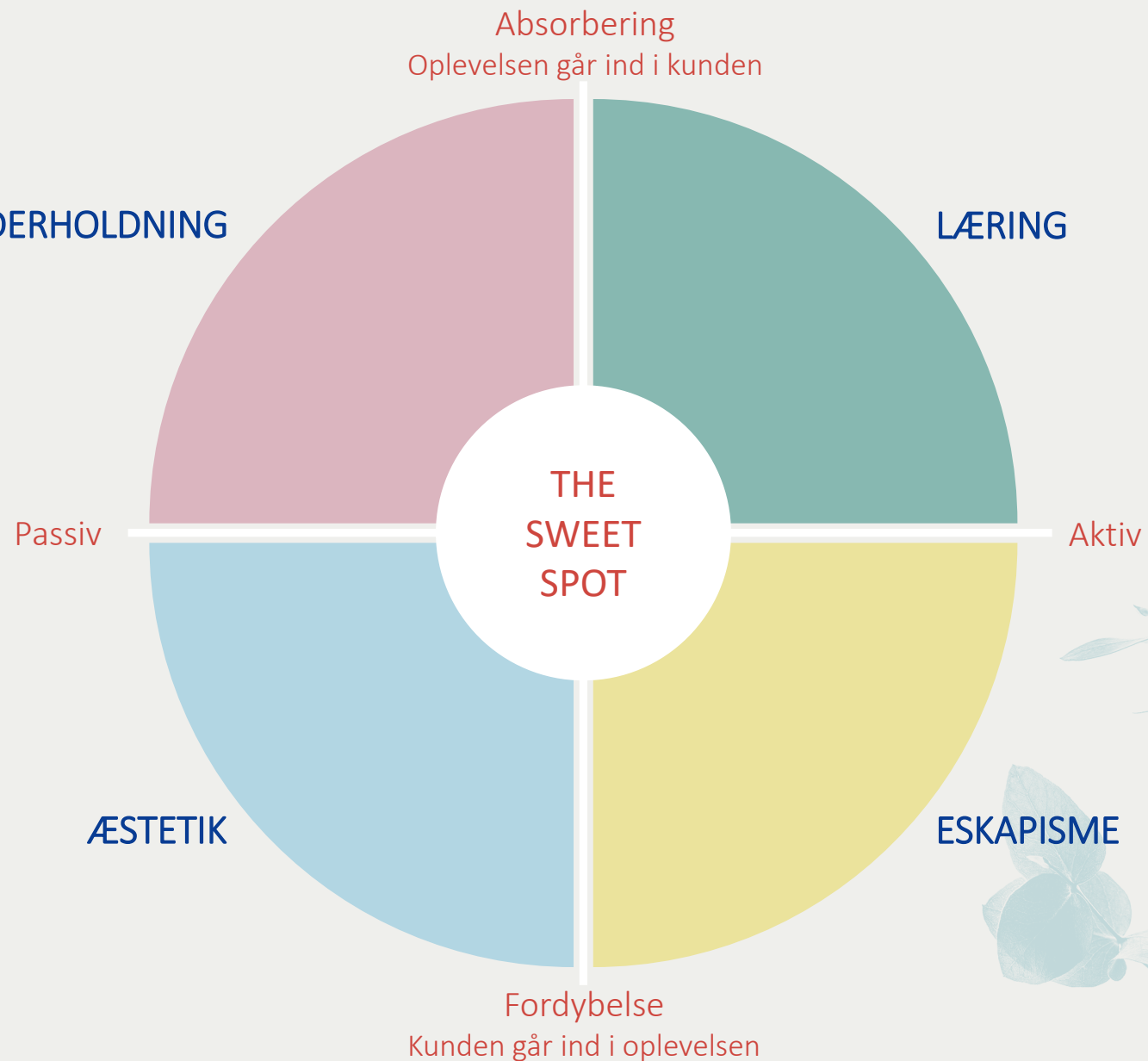
1. Hvad vil du gerne opnå med oplevelsen?

---

---

2. Tegn/skriv ind i modellen:

- Hvilket domæne ligger den vigtigste del af oplevelsen i?
- Se på hvert element i oplevelsen: hvilket domæne ligger den i?



3. Har den samlede oplevelser elementer fra alle fire domæner?

Hvis ikke, så overvej, hvordan du kan styrke oplevelsen ved at tilføje elementer fra det eller de domæner, der ikke indgår endnu.

Tegn gerne de nye elementer ind i modellen.

### OBS!

Sørg for en naturlig sammenhæng mellem elementerne, så de understøtter hinanden og underbygger den samlede oplevelse.