



RUMMET SOM EN DEL AF OPLEVELSEN

Virksomheder kan arbejde med rummenes indhold og muligheder for at ændre gæsternes oplevelser. I forrige afsnit blev der præsenteret eksempler på, hvordan virksomheder gennem NICE har arbejdet med rummet. Nogle steder udvidede medarbejderne et rums funktion. Det skete blandt andet hos Zoologisk Have, hvor medarbejderne ændrede elefantburet til også at være åbent for gæsterne. Ligeledes transformerede medarbejderne hos Tirpitz caféen til et samtalerum. Andre virksomheder tog udgangspunkt i et rums forhindringer. Medarbejderne i Tivoli Hotel & Congress Center besluttede sig for eksempel for at bevæge sig mere ud fra skranken. Hos Torvehallerne og Dronning Louise arbejdede medarbejderne med at guide gæsterne bedre rundt i virksomhedens rum. Og i Ribe eksperimenterede byens aktører med at forstå byen som et samlet rum med en indgang, midte og udgang.

Alle rum kan ses som oplevelsesrum. Når gæster træder ind i en virksomheds rum, oplever de rummene samtidig med, at de påvirker og bliver påvirket af dem. Det gælder uanset om det er en hotellobby eller en zoologisk have. Ligesom unikke oplevelser, kan gode oplevelsesrum ikke defineres på forhånd. De opleves forskelligt af forskellige mennesker, og de er i konstant

af skranken mellem medarbejderen og gæsten. Går medarbejderen helt banalt om på den anden side af skranken, kan der opstå nye muligheder for at interagere.

Et rums indhold kan påvirke gæsternes forståelse af samt handlemuligheder i virksomheden. For eksempel kan sanselige elementer som dæmpet lys, lyd og temperatur opfordre gæsterne til en rolig adfærd. Omvendt kan farver, musik og varme skabe mere aktivitet. Gæster kan også ubevidst gentage vaner og rutiner, der er knyttet til genstande som de kender fra andre rum. For eksempel kan en klassisk hotelreception få gæster til at opføre sig formelt frem for afslappet.

For at arbejde med rum kræver det, at medarbejderne reflekterer over deres hverdagserfaringer. De skal lægge mærke til, hvordan de selv og gæsterne handler i og reagerer på virksomhedens rum. De skal få overblik over rummenes indhold og opbygning. Dertil skal de vurdere, hvordan rummene kan udnyttes og ændres for at skabe bedre møder med gæsterne. Denne slags overvejelser kan bruges til at finde frem til rummenes eksisterende potentialer og udfordringer. Derfor kan de med fordel bruges i udviklingen af eksperimenter.

