

## 阿姆斯特丹的各博物馆一起工作

阿姆斯特丹是荷兰的首都和文化中心，拥有 40 多个博物馆和被列为世界文化遗产的运河带。自 90 年代以来，文化部门在阿姆斯特丹文化研究所（ACI）下发展成为各文化协会。1994 年在（阿姆斯特丹博物馆馆长会议）下博物馆组织成立了 OAM，2013 年 OAM 又成立了 SAM（阿姆斯特丹博物馆基金会）。该基金会任命了一位负责人，以增加他们的共同利益。在合同协议中制定了三点：保持众多博物馆的各自独立性、活动是具有一定的组织结构、项目必须在足够数量的博物馆（包括稍后加入的可能性）参与下才可进行。

## SAM 和他过去的发展

超过 1300 万访客，进入博物馆后首先与我们的前台同事会面。为此我们为那些同事提供额外的关于酒店业技能的集体培训项目。我们不断努力提高项目服务质量。多年来，对学习的需求也一直在增长。在 2015 年，我们根据需求成立了阿姆斯特丹博物馆学院（AMA）。2016 年，350 多位前台同事得到了希尔顿酒店，梵高博物馆，荷兰博物馆协会，阿姆斯特丹市场部，荷兰手语中心，阿姆斯特丹警察局，阿姆斯特丹邮轮港口，阿姆斯特丹公共交通和 Tropenmuseum 的多元化培训内容。博物馆手势也是博物馆的 9 个培训项目之一。除此之外，我们制作了一本帮助聋人游客更好理解内容的小册子。从 2017 年起，学院还向负责社交媒体，国际贸易，营销（如小型博物馆的营销计划）和销售等其他同事提供培训课程。我们所有的培训内容，在线讲座平台和培训模块都可以在网站上获得。除了阿姆斯特丹博物馆学院，SAM 建立了促进各方合作的举措，下面会具体描述博物馆间现有的合作。

- 在“分享·关怀”的主题下，我们博物馆的 40 位社交媒体负责人通过分享知识，了解展品，设计宣传活动和开发一些有创意的点子一起合作。
- 试点项目“大数据在眼镜蛇博物馆”是基于游客通过一个带传感器的钥匙绳。传感器通过与收集器的每个项目连接，跟进游客的路线。
- 实行在线购票服务是我们的目标。已经有 35 家（71%）的博物馆可通过电子票（26 家），手机票（15 家）或打印的 PDF 票（27 家）购票参观。14 家博物馆仍需要建设在线票务业务。最近的一个例子是安妮·弗兰克之家。他们于 2016 年 5 月 1 日开始通过新的入口系统来调整他们的访客流量。从 9:00 至 15:30，游客只能使用已预定的线上门票参观，非预定不可进入。15:30 到当天闭馆的时间，允许在售票处买票参观。
- AdamNet 是 35 个阿姆斯特丹图书馆的组合目录，其中 11 个是属于我们博物馆的。自 2012 年以来，包括 Worldcat，游客可以用阿姆斯特丹访问卡使用里面的设备。
- Museumn8 是阿姆斯特丹的博物馆之夜，创立于 2000 年。每年 11 月的第一个周六，参与博物馆的营业时间从 19:00 到第二天 2:00 将安排特别的活动。大多数属于我们协会内的博物馆参加这项互动活动，游客访问量在一晚上达到 32,000 人。
- 发展可持续和环保项目。自 2009 年我们在 Plantage 的 14 家博物馆达成合作，来使其运营更加绿色：此项合作通过每年减少 3% 的二氧化碳排放，监测能源使用情况，共享可持续能源领域等。带来的一些结果是：减少了 13% 的电力，14% 的气体 and 44% 的二氧化碳。自 2011 年以来的成本降低了 € 300,000。

- 阿姆斯特丹艺术大学的 Reinwardt 为我们培养了众多实习生和未来的同事。2016 年 Reinwardt 庆祝了其成立 40 周年。从 2012 年至今，为 34 家提供了 120 多名学生实习机会。
- SAM 还提供其他的**服务**：成人地图（每年 500,000 册）和家庭地图（每年 100,000 册）。他们是免费的，并有荷兰语和英语双重选择。成本费用由广告收入支付。我们同时会印刷了一本正在规划的书（2017-2025 年的博物馆规划），还制作了一本小册给各负责人，营销经理还有学校，册子的内容包括了联系人的电话和他们的照片，以便大家可以联系彼此。
- 我们的商品与我们的合作伙伴合作，有 8% 的回扣。我们的产品包括纸牌游戏、四方游戏、彩色图画书，食谱，玻璃清洁布和 iPhone 的手机保护壳。我们的出版物也是出售的。接下来，我们会与迪斯尼（萨诺马）合作，合作包括杂志，彩色图片和海报，史基浦和荷兰皇家航空的产品（天空店）和其他促销（在机场我们有 7 个博物馆参与其中的展览、一个博物馆 café Frames，还有各种形式的促销活动。）
- 我们的所有服务都在我们的网站上看到（AmsterdamMuseum.org），该网站支持荷兰语、英语和俄语，内容订阅和每年常规的出版内容都在阿姆斯特丹历史博物馆的管控之下。

之后，SAM 将代表各博物馆整合各方的利益（阿姆斯特丹节的一部分），合作伙伴包括城市的水上物流、许可证、签约、管家和旅游专车。所有的可见性和推动性都是 SAM 推动博物馆发展任务的一部分。SAM 也为我们的博物馆们积极的参加演讲、展会等。总之在一起工作是非常值得的！

## 一个城市是如何体现对游客的“欢迎”

城市或乡村的市场推广有利于吸引游客到博物馆参观。城市与其博物馆之间互相合作是理所当然的事情。城市以多样化的方式营销自己，在维基百科上显示自己的官方网站。阿姆斯特丹博物馆们，他们的收藏、历史和一些负责人将为游客提供更多语言上的便利。一开始在一起工作总是要一步步进行的。如果门票可以网上购买，那这些数据可以被分清。大多数游客是如何到达乡村或城市的？在入口处是否有被好好照顾呢？

如果从阿姆斯特丹的上空俯瞰，中央火车站上印着巨大的“Amsterdam”。当飞机驾驶过 ING 的门口，可以看到“欢迎您到阿姆斯特丹”的字样。当你走不同城市的设计 USP 门口（阿姆斯特丹），会再次看见“欢迎你”的字样。在海关的桌在上，工作人员欢迎您到达阿姆斯特丹机场。在取行李的路上，史基浦机场至少有 7 个阿姆斯特丹博物馆的灯箱海报（阿姆斯特丹历史博物馆，国立博物馆，市立博物馆，海事博物馆，自然科学博物馆）。在莫斯科 SVO 机场的柱子上，有莫斯科世界遗产的宣传海报。或像在雅加达机场，赞助商（MUFG）打着广告“欢迎您到印度尼西亚”和“精彩的印度尼西亚”。一些阿姆斯特丹的博物馆在阿姆斯特丹机场有自己的纪念品商店，或把他们的商品放在“我是阿姆斯特丹”的直营商店。博物馆在机场销售商品不罕见。阿姆斯特丹自然科学博物馆在机场的一个休息室里，设计了一个需要骑自行车来充电的充电点。同时在附近的一道门，游客们可以听到来自阿姆斯特丹阿蒂斯动物园里的鸟等来自自然的声音。阿姆斯特丹的博物馆们也有自己的博物馆咖啡馆

*Frames*。在这里，市立博物馆常有临时展览。走出最后的海关检查，在你拥抱你的家人或见到出租车司机之前，史基浦机场有一幅以世界遗产阿姆斯特丹的运河区为背景的欢迎标志“欢迎来到阿姆斯特丹”。而在机场外面，你可以找到一个“I Amsterdam”的 3D 字母标志。

博物馆和航空公司的合作有很多优势。对于飞航空公司来说，博物馆的展示可以是多样的。有关飞机的名称（KLM 的飞机名字有叫阿姆斯特丹的'博物馆广场、向日葵、梵高的其他作品等，或俄罗斯国际航空公司的飞机与经营着一家博物馆的著名俄罗斯人有着同样的名字）。在飞机杂志里（KLM 的荷兰先驱报有很多关于阿姆斯特丹世界遗产和博物馆的介绍，和阿姆运河区的地图等），空中的商城（和或网上商店）有时会合作销售博物馆的纪念产品。在荷兰皇家航空的商店里，有卖显示着梵高绘画作品的围巾或维米尔作品的丝绸披肩。阿姆斯特丹的运河上的各个精巧的小型博物馆与荷兰皇家航空公司有四方合作协议。超过 10 个阿姆小型博物馆被复刻为代尔夫特蓝瓷的微型房子作为礼物给所有 KLM 的商务舱乘客。另外在晚餐的餐具垫或小吃的包装纸上会发现梵高或维米尔的作品。梵高的各种绘画作品也是阿姆斯特丹到亚洲的 KLM 长途航班上的屏保。除了这些，火车票或登机牌，也可以设计为一个打折券或某些博物馆的免费门票。与 KLM 或阿姆斯特丹史基浦机场的工作人员卡有相同功能。在与阿姆斯特丹市场推广部门的合作中，所有员工卡的持有者（超过 30,000 人）和 Skyteam 常驻旅客（白金，黄金，白银和象牙身份的乘客）在进入博物馆时有特别的优惠。

如果你开车前往一个地方，在路上会有一些指示牌提示你附近的博物馆或世界遗产。比如在阿姆斯特丹周围的 A10，可以看到一个标志显示这里能开往阿姆斯特丹的运河区。

很多城市都有 3D 字母城市标志。莫斯科有“WOW 莫斯科”的口号，或者在纽约市中心发现“我爱变化多端的纽约”等。在阿姆斯特丹，城市推广部门和阿姆斯特丹博物馆一起，将“I Amsterdam”的字母放在国立博物馆门前，所以这里成为游客在阿姆最喜欢自拍的地方之一。