m-appka ciszy

ETAPY	PRZYGOTOWANIE	BUDOWA ŚWIADOMOŚCI - KAMPANIA INFORMACYJNA	KORZYSTANIE	KORZYŚCI

KROKI UŻYTKOWNIKA

BUDOWA ŚWIADOMOŚCI - KAMPANIA INFORMACYJNA

- dowiaduje się o szkodliwości hałasu
- dowiaduje się o aplikacji umożliwiającej unikanie hałasu

KORZYSTANIE

- pobiera aplikację
- uzupełnia dane o sobie w profilu, np. preferencje, tolerancja na hałas (choroby, zaburzenia), wiek
  - nie zgadza się na udostępnienie lokalizacji
  - zgadza się na udostępnienie lokalizacji
- poranek
  - wyświetla heat-mapę hałasu województwa - zapoznaje się ze stanem aktualnym (może sprawdzić poziom hałasu w różnych miejscach, nie tylko "u siebie")
  - planuje dzień - wpisuje lokalizacje, w których planuje być i zapoznaje się z przewidywanym hałasem (na podstawie danych historycznych) - może zmienić plany, by ograniczyć wpływ hałasu
  - planuje trasę zgodnie z wybranymi kryteriami: hałas/ szybkość dotarcia - system dobiera trasę do preferencji, które można zmienić w każdej trasie
- w ciągu dnia
  - zapoznaje się z ciekawostkami (moduł strefa wiedzy)
  - zapoznaje się z listą dobrych praktyk - jak odpocząć od hałasu, np. stopery, wyciszenie, medytacja, wizualizacja, ćwiczenia oddechowe (moduł strefa wiedzy)
  - sprawdza, na jaki hałas był narażony w lokalizacjach, które odwiedził (po wpisaniu przebytej trasy) i gdzie może odpocząć - sugerowane ciche miejsca
  - otrzymuje alert o czasie potrzebnym do zniwelowania skutków przebywania w hałasie
  - otrzymuje alert o przekroczeniu granicy dopuszczalnego hałasu
  - otrzymuje alert-sugestię o cichym miejscu (np. parkuj w pobliżu jego obecnej lokalizacji)
  - dorażnie oznacza miejsca tymczasowego hałasu, np. roboty drogowe - wypełnia formularz" (bez decybeli, oznaczenie subiektywnej oceny)
  - znajduje na mapie ciche miejsca i sprawdza, jak zostały one ocenione przez użytkowników, np. kawiarnie, sklepy, parki)
  - planuje "cichy weekend/urlop" - w oparciu o dane z aplikacji i oceny użytkowników (kawiarnie, agroturystyki, tereny zielone)
  - wpisuje miejsca (adresy) w których był i aplikacja podsumowuje ekspozycję na hałas z całego dnia
  - aplikacja na bazie info o lokalizacjach analizuje ekspozycję na hałas
- wieczór
  - przegląda statystyki gromadzone przez cały czas - zapoznaje się z zestawieniami tygodniowymi, miesięcznymi itp., sprawdza powiązanie swojej ekspozycji na hałas z własną oceną nastroju (budowa samoświadomości)
  - ocenia miejsca przyjazne pod kątem ciszy lub hałasu - skala "gitoniczków" + obowiązkowe uzasadnienie

ocenia swój nastrój w danej lokalizacji / na danej trasie (lokalizacja lub samodzielne wskazania adresów) oraz wystawia ocenę podsumowującą swój nastrój przez cały dzień

- jednorazowo
- cyklicznie - aplikacja uczy się zwyczajów użytkownika, zapisuje najczęściej używane trasy i ulubione miejsca

KORZYŚCI

- odkrywa nową możliwość troski o zdrowie
- podnosi jakość swojego życia
- poznaje nowe ciche miejsca na Mazowszu
- zapoznaje się z danymi dot. hałasu w województwie - analizy na przestrzeni czasu (raporty roczne)
- podnosi poziom świadomości na temat sytuacji Mazowsza
- jest beneficjentem działań podejmowanych przez samorządy na podstawie zgromadzonych danych na temat hałasu

KANAŁY

BUDOWA ŚWIADOMOŚCI - KAMPANIA INFORMACYJNA

- internet
  - przestrzenie publiczne, np. skwery i place
  - urzędy w woj. mazowieckim
  - komunikacja, np. Koleje Mazowieckie
- lokalna prasa i media tradycyjne

KORZYSTANIE

- internet
- smartphone

KORZYŚCI

- internet
- smartphone
- lokalna prasa i media tradycyjne

PUNKTY STYKU

BUDOWA ŚWIADOMOŚCI - KAMPANIA INFORMACYJNA

- strony www Urzędu i InPostu
- aplikacja InPostu
- komercyjne portale www docierające do mieszkańców Mazowsza
- social media
- działania lokalne: eventy, festyny, pikniki - np. silent disco, dyskusja o wpływie hałasu
- plakaty
- artykuły sponsorowane
- reklamy telewizyjne
- programy telewizyjne z gościem-ekspertem

KORZYSTANIE

- smartphone - sklep z aplikacjami
- aplikacja
  - GPS
  - GPS
  - GPS

KORZYŚCI

- aplikacja
- ciche otoczenie
- ciche miejsca Mazowsza
- social media - promocja cichych miejsc, publikacja ciekawostek, sposobów na relaks
- artykuły sponsorowane
- programy telewizyjne z udziałem ekspertów

BACKSTAGE

PRZYGOTOWANIE

- nawiązanie współpracy z pomysłodawcami rozwiązania z Politechniki Warszawskiej (aspekty techniczne sensorów i systemu aplikacji)
- nawiązanie współpracy z InPostem w celu stworzenia siatki sensorów
- nawiązanie współpracy z miastami mającymi mapy akustyczne: W-wa, Radom, Płock - dane historycznych zanim m-appka będzie mieć własne dane
- przygotowanie inf. do STREFY WIEDZY (moduł aplikacji: ciekawostki i rady)
- wybór i zamówienie sensorów hałasu (sound level meter)
- przygotowanie opisu aplikacji - w celu jej zamówienia
- opracowanie dokumentacji przetargowej: sensory i aplikacja - zgodnie ze specyfikacją

BUDOWA ŚWIADOMOŚCI - KAMPANIA INFORMACYJNA

- przygotowanie założeń i harmonogramu kampanii - dwa cele: szkodliwość hałasu i promocja rozwiązania (kooperacja z InPost)
- przygotowanie treści promocyjnych, np. komunikatów o cichych miejscach na Mazowszu, analogia do czystego nieba w Bieszczadach
- opracowanie komunikatów informacyjno-promocyjnych (kooperacja z InPost)
- organizacja działań lokalnych: przygotowanie dyskusji, silent disco, omówienie potrzeby higieny akustycznej
- przygotowanie i wydruk plakatu
- przygotowanie założeń i scenariusza reklamy telewizyjnej i programu eksperckiego

KORZYSTANIE

- nadzór nad dostawcą aplikacji
- stała współpraca z InPost - współodpowiedzialność za siatkę sensorów

KORZYŚCI

- możliwość promocji MŚP
- przygotowanie materiałów promujących efekty

PROCESY WSPIERAJĄCE

PRZYGOTOWANIE

- konsultacja z technicznymi ekspertami w zakresie doboru sensorów hałasu
- rozmieszczenie sensorów na paczkomatach i ich wizualizacji, opisu
- dostarczenie danych historycznych dot. hałasu do aplikacji przez miasta, które dokonywały regularnych pomiarów
- podmiot zewnętrzny: zaprojektowanie i wykonanie aplikacji
- badanie potencjału wykorzystania rozwiązania

BUDOWA ŚWIADOMOŚCI - KAMPANIA INFORMACYJNA

- nawiązanie współpracy z ekspertami w zakresie szkodliwości hałasu
- zlecenie opracowania artykułów
- zlecenie realizacji reklamy tv
- zatrudnienie firmy monitorującej efekty prowadzonej kampanii

KORZYSTANIE

- utrzymanie aplikacji
- bieżąca konserwacja sensorów hałasu

KORZYŚCI

- badanie użytkowników aplikacji (zadowolenie) i badania benchmarkingowe
- regularna obsługa i monitoring mediów społecznościowych i komunikatów w aplikacji
- wdrażanie rozwiązań zmniejszających hałas

Minister Edukacji i Nauki
Politechnika Warszawska
Uniwersytet Warszawski
Mazowsze. serce Polski