

Inhoud

Op weg naar de beste bibliotheek of boekhandel	8
HOOFDSTUK 1	
Een nieuwe boekbeleving in een nieuw tijdperk	15
Aan de slag	22
<i>Intermezzo. Vlaamse bibliotheek en boekhandel in cijfers</i>	23
HOOFDSTUK 2	
Echt leven is dingen ervaren	27
Ervaringen als bouwsteen van de antieke en moderne wijsbegeerte	27
Ervaringen en esthetiek vanaf de romantiek tot het Amerikaans pragmatisme van Dewey	28
De hedendaagse grondleggers van de concepten ervaring en beleving in economie en marketing	33
Aan de slag	36
<i>Intermezzo. Eerlijk waar?</i>	37
HOOFDSTUK 3	
Definitie en soorten belevissen	41
Wat zijn belevissen?	41
Welke soorten belevissen zijn er?	43
Educatieve belevissen	45
Ontspannende belevissen	48
Escapistische belevissen	50
Esthetische belevissen	52
Onvergetelijke belevissen	56
Aan de slag	57
<i>Intermezzo. Non-profitorganisaties maken het verschil</i>	58

HOOFDSTUK 4	
De fysieke en digitale omgeving van belevissen	63
Fysieke omgeving	63
Infrastructuur	63
Medewerkers	65
Virtuele omgeving	69
Beleviscreatieregels in de praktijk	71
Zorg voor authenticiteit	71
Kies een thema	74
Betrek alle zintuigen	76
Bied memorabilia aan	77
Let op de signalen	78
Aan de slag	82
<i>Intermezzo. De bibliotheek als fysieke en digitale plek van belevissen</i>	83
HOOFDSTUK 5	
Interactie en cocreatie bij belevissen	85
Nieuwe concurrentieomgeving	85
Cocreatie	91
Gebruikers leren kennen	92
Gebruikers betrekken	95
Cocreatieregels in de praktijk	97
Fundamenten van cocreatie	98
Interactiepunten	100
Aan de slag	107
<i>Intermezzo. Klantenpanels</i>	109

HOOFDSTUK 6	
Beleviscreatie managen	111
Strategisch management	112
Organisatiemanagement	116
Marketing	118
Aan de slag	121
<i>Intermezzo. Multichannel Experiences – Een belevenis speelt zich af op diverse kanalen (tegelijk)</i>	122
Conclusie	124
Verantwoording	126
Hoe de drie auteurs boeken beleven	127
Leeswijzer	129