

Mikroprojekt jest współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu INTERREG V-A Republika Czeska – Polska 2014-2020 oraz z budżetu państwa za pośrednictwem Euroregionu Beskidy

Projekt pt. „ŁAŁ – odkryj pasję”

Instrukcja Know-How

Jak zrobić event „ŁAŁ – odkryj pasję?”?

Mikroprojekt jest współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu INTERREG V-A Republika Czeska – Polska 2014-2020 oraz z budżetu państwa za pośrednictwem Euroregionu Beskidy

Projekt pt. „ŁAŁ – odkryj pasję”

1. Określ cel

Na początku określ, po co w ogóle robisz projekt. Nam zależało na integracji lokalnej społeczności – polskiej i czeskiej, a także na wskazaniu alternatywnych form spędzania czasu. W jaki sposób? Młodzież z Bielska-Białej i okolic mogła wziąć udział w warsztatach i zajęciach przygotowanych przez pasjonatów. Skąd wziąć pasjonatów? To nie jest trudne! W każdym lokalnym środowisku jest masa osób, które mają pasję i chętnie o niej opowiedzą albo się nią podzielą.

Ważnym jest, aby określić, na ile osób chcesz zorganizować wydarzenie, ile osób ma w nim wziąć udział, a także jaki cel chcesz osiągnąć. Czy osoby, które wezmą udział w wydarzeniu, mają poznać jak najwięcej nowych form spędzania czasu? A może ważniejsze będzie umożliwienie od razu zdobycia nowych umiejętności? Albo pomoc w dotarciu do np. klubów sportowych w twojej okolicy.

2. Zbierz ekipę!

Kiedy już znasz swój cel i wiesz, do czego zmierzasz, zbierz ekipę, która pomoże Ci w realizacji! Mogą to być twoi przyjaciele, rodzeństwo albo wolontariusze z innych organizacji – osoby, które już wiele działają społecznie i wspomogą cię swoim doświadczeniem.

Opowiedz im o ŁAŁ, pokaż stronę i film na YT. Może się zainteresują? A kiedy tak, spotkajcie się wszyscy, najpierw na luźną rozmowę, poznajcie lepiej i zastanówcie się, jak widzicie event.

3. Osobowość prawna

Najlepiej byłoby, gdyby w organizacji wydarzenia pomogłaby ci szkoła albo fundacja czy stowarzyszenie lub inna organizacja posiadająca własną siedzibę i osobowość prawną. Jeżeli nie masz doświadczenia w organizacji podobnych eventów, zorganizowanie ŁAŁ bez pomocy podobnych podmiotów może być trudne.

Spróbuj przedstawić swój pomysł dyrektorowi szkoły albo poszukaj fundacji działających w twojej okolicy. Jeśli nie wiesz, jak się do tego zabrać, napisz do nas!

4. Miejsce

Przy organizacji wydarzenia bardzo ważne jest określenie, gdzie wydarzenie będzie się odbywać. Jeżeli w organizacji pomaga ci szkoła albo jakaś organizacja (patrz p. 3), bardzo możliwe, że posiada ona swoją siedzibę, w której możliwe będzie zorganizowanie eventu. Warto określić, ile ma trwać wydarzenie: kilka godzin czy kilka dni, a także jak duża powierzchnia będzie potrzebna: wystarczy jedna sala czy potrzeba ich kilka. Ile spotkań ma odbywać się jednocześnie?

Planując spotkania, należy pamiętać, że potrzebne będą nie tylko sale, w których będą odbywały się atrakcje. Przydałyby się także: pomieszczenie, w którym organizatorzy będą mogli zostawić swoje rzeczy, w zimie czy w przypadku złej pogody szatnia, w której goście będą mogli zostawić swoje rzeczy; jeżeli planujecie poczęstunek, miejsce, w którym tworzący atrakcje, będą mogli napić się herbaty.

5. Podział obowiązków

Macie ekipę, z którą jesteście gotowi organizować event? Wiecie, na ile osób planujecie wydarzenie? Macie miejsce? Czas na podział obowiązków!

Mikroprojekt jest współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu INTERREG V-A Republika Czeska – Polska 2014-2020 oraz z budżetu państwa za pośrednictwem Euroregionu Beskidy

Projekt pt. „ŁAŁ – odkryj pasję”

Oto działki, które my proponujemy, aby wprowadzić. W dalszej części zostaną omówione szczegółowo ich zadania i obowiązki:

Promocja – której zadaniem jest dotarcie do jak największej liczby odbiorców.

Grafika – która zajmuje się tworzeniem grafik – a może ich być naprawdę sporo!

Twórcy atrakcji – kontakt z twórcami atrakcjami.

Zasoby ludzkie – czyli po prostu HR, tj. odpowiedzialność za naszą własną ekipę!

Marketing – pozyskiwanie ewentualnych sponsorów.

Logistyka – czyli wszelkie sprawy związane z przygotowaniem miejsca i sprzętu.

Oczywiście są to jedynie nasze propozycje – można je dowolnie przerabiać, zmieniać czy dostosowywać do wydarzenia, które planujecie zorganizować. Oprócz tego warto wybrać lidera, który będzie zarządzał całą inicjatywą. Brak jednoznacznej informacji, kto jest odpowiedzialny za projekt, może powodować rozmycie się odpowiedzialności, wiele nieścisłości i problemów.

6. Obowiązki lidera

Głównymi zadaniami liderami jest planowanie, organizowanie, motywowanie i kontrolowanie. Co to oznacza i dlaczego lider jest taki ważny? Aby zaplanować wydarzenie, powinniście przewidzieć wszystkie (czy jak najwięcej!) rzeczy, które będzie trzeba zrobić. Możecie je sobie zapisać – ta instrukcja powinna wam w tym pomóc, a potem przydzielić do każdej osoby odpowiedzialne. Podział obowiązków i zwała ekipa bardzo pomogą – zadań tych nie musi robić sam lider!

Motywowanie i kontrolowanie to główne zadania lidera. Bardzo często jest tak, że ktoś nie wywiązuje się ze swoich zadań albo nie robi ich w sposób satysfakcjonujący lidera. *Grafiki się spóźniają, a promocja narzeka, że nie ma czego wrzucić na Facebooka.* Co robić w takiej sytuacji? Nie ma jednoznacznych odpowiedzi i trzeba sobie uzmysłwić, że wielu doktorów i profesorów zarządzania cały czas się nad tym zastanawia. Zakładamy jednak, że skoro nikt nikomu nie płaci za organizację tego eventu, to każdy zgłosił się, ponieważ chce pracować. Zastanówmy się więc, dlaczego może nie robić.

1. Nie wie jak? – Zapytajmy, wytłumaczymy, poprośmy, by powtórzył, czy zrozumiał.

2. Nie ma czasu? – Zapytajmy, czy termin mu odpowiada – być może w tym czasie ma szkołę albo inne ważne zajęcia. Termin nie może być za krótki – co oczywiste – ani za długi – ponieważ wtedy wielu osobom trudniej się zabrać do pracy, poza tym pewne rzeczy należy zrobić w określonym terminie i nie można ich oddalać.

3. Nie jest zmotywowany – dlaczego?

Tutaj przechodzimy do motywacji, która jest niezwykle trudna i jej również poświęcono wiele prac naukowych. Jeżeli ktoś zgłosił się do pomocy przy wydarzeniu i bardzo chciał brać w nim udział, ma czas i zadanie nie przekracza jego umiejętności, dlaczego więc nagle nie pomaga nam albo zawala swoje obowiązki?

Wymieniamy kilka przykładów, które mogą być przyczyną:

– Być może ta osoba inaczej wyobrażała sobie projekt i przestał się jej podobać albo nie zgadza się z jakąś decyzją – np. chciała, aby wydarzenie było dwudniowe, a nie jednodniowe i projekt wydaje się za mało ambitny – albo odwrotnie: osoba ta wątpi, że projekt się uda, przez co za mało się angażuje.

Rozwiązaniem może być rozmowa, znalezienie kompromisu i wspólne rozwiewanie wątpliwości. Za mało ambitny projekt? Spróbujmy w ten sposób, a jak się uda, następnym

Mikroprojekt jest współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu INTERREG V-A Republika Czeska – Polska 2014-2020 oraz z budżetu państwa za pośrednictwem Euroregionu Beskidy

Projekt pt. „ŁAŁ – odkryj pasję”

razem zrobimy większy! Zbyt ryzykowny? Przeanalizujemy jeszcze raz wszystko i pomyślimy, czy to się uda. Jeśli nie, może faktycznie spróbujemy na początek mniej ambitnie?

– Źle dobrane stanowisko także potrafi męczyć, np. jeżeli ktoś na początku zgłosił się do promocji, bo lubi Facebooka, ale w trakcie działań stwierdza, że nie czuje się dobrze i nudzi go dodawanie postów, ale np. bardzo dobrze posługuje się programami graficznymi i wolałby jednak robić obrazki.

Rozwiązanie: Rozmowa, co danej osobie nie pasuje. Jeżeli istnieje możliwość, zamiana obowiązkami. Jeśli nie, być może połączenie działań: niech obie osoby robią i grafiki, i wrzucają posty – pójdzie na kompromis.

– Za mało ambitne zadanie także potrafi nudzić, zwłaszcza jeżeli jest żmudne. Ile można ciągle robić to samo?

Rozwiązanie: Pomaganie sobie i wymienianie się nudną pracą.

– Niektórzy mogą nie chcieć pracować, ponieważ po prostu są za mało zmotywowani, nie czują wydarzenia. Nie wiedzą, co właściwie szykują i jak to ma wyglądać.

Rozwiązanie: obejrzyjcie film z wydarzenia ŁAŁ – odkryj pasję. Porozmawiajcie wspólnie, jak planujecie własne wydarzenie. Twórcie wizje, które każdy będzie miał przed oczami.

– Może się zdarzyć, że komuś źle się współpracuje z grupą – nie czuje się zintegrowany albo wkurza na inne osoby, przez co nie chce spędzać czasu z pozostałymi organizatorami.

Rozwiązanie: próba integracji, wspólne spędzenie czasu. W jaki sposób? Już sami wymyślcie! Przecież niedługo będzie organizować event przedstawiający alternatywne formy spędzania czasu!

Wydawałoby się jednak, że najbardziej banalne przyczyna leży w zwykłej motywacji wynikającej z braku oceniania. Ktoś może robić źle, bo nie wie, że robi źle. Albo robić dobrze, a potem nagle zacząć zawałać z terminami, bo nie jest na bieżąco oceniany. I tutaj przechodzimy do kolejnej kwestii.

Jak kontrolować i oceniać pracę?

– Jeżeli ustalasz terminy, sprawdzaj, czy dana osoba ich dotrzymuje. Napisz po prostu: „cześć, na kiedy dasz radę przygotować grafikę?” albo „cześć, myślałeś już, kogo zaprosimy na nasze wydarzenie?” lub od razu pytając, czy dana osoba nie ma problemów: „słuchaj, a odnośnie tamtego posta, to nie potrzebujesz pomocy?”.

– Chwal, jeżeli coś jest dobrze zrobione. Osoby, które pracują za darmo, lubią być doceniane. Jeżeli z jakichś przyczyn ktoś inny chwali tobie cudzą pracę, przekazuj opinie, np. „ej, słuchaj, bo ludziom bardzo się podał żart, który wymyśliłeś i użyliśmy go w poście”.

– Jeżeli ktoś nie daje rady z terminami, zapytaj, dlaczego i jak możesz pomóc. Zaproponuj pomoc i jeśli jest taka potrzeba, wspierajcie się nawzajem z resztą zespołu.

– Nie bądź złośliwy i staraj się na spokojnie omawiać cudze błędy, skupiając się na wynikach i wyciągając naukę na przyszłość. Jeżeli jedna osoba coś zawali, nie wytykaj jej winy, nie komentuj przy wszystkich, porozmawiajcie w cztery oczy, a ewentualne rzeczy do poprawienia zgłoście na spotkaniu podsumowującym – pamiętajcie, że popełnione błędy, to nauka na przyszłość.

– Pamiętajcie, że wszyscy jesteście jedną drużyną i wspólnie robicie event!

Mikroprojekt jest współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu INTERREG V-A Republika Czeska – Polska 2014-2020 oraz z budżetu państwa za pośrednictwem Euroregionu Beskidy

Projekt pt. „ŁAŁ – odkryj pasję”

7. Zadania promocji.

Promocja to zespół, którego zadaniem jest ściągnięcie na wydarzenie jak największej liczby osób. Jakie są propozycje naszych działań, w ramach których możemy tego dokonać:

– Założenie wydarzenia na Facebooku – obowiązkowo! Jest to darmowa i chyba najlepsza forma promocji. W opisie warto zwrócić uwagę na wiele aspektów wydarzenia: dla kogo, czy jest darmowe, czy trzeba zgodę rodzica itd.

– „Kurenda” po szkołach – świetna metoda, bo jednak mimo że większość naszego życia rozgrywa się w Internecie, to kontakt face-to-face wciąż odgrywa największą rolę. Co rozumiemy przez kurendę? Przejdźcie się po klasach, szkołach i opowiedzenie, czym jest wydarzenie, zaproszenie wszystkich, odpowiedzenie na ewentualne pytania – jeśli widzicie, że jakieś się powtarzają, warto odpowiedzieć na nie także w Internecie – w wydarzeniu na FB można stworzyć FAQ – zbiór najczęściej zadawanych pytań.

– Reklama na własnym profilu – post na Instagramie czy zdjęcie w tle na Facebooku informujące o wydarzeniu mogą przyciągnąć wielu waszych znajomych, którzy normalnie nie dowiedzieliby się, że istnieje podobne wydarzenie. Warto jednak uważać z udostępnianiem postów – jeżeli np. chodzicie do jednej klasy i wszyscy udostępnicie post tego samego dnia, to wasi pozostali znajomi z klasy mogą się zniechęcić przez nadmierny spam na tablicy. Lepiej wtedy zaplanować, że codziennie inna osoba udostępni post.

– Plakaty – ich druk niestety wiąże się już z kosztem, ale można spróbować poprosić w szkole czy innych miejscach – może Urząd Miejski albo Miejski Dom Kultury akurat mają drukarkę i pozwolą wydrukować kilka sztuk, żeby powiesić w szkołach.

– Ulotki – tak jak i w przypadku plakatów, warto pomyśleć o ich druku, mimo że wiąże się z kosztami. Bardzo fajnie jest stworzyć ulotki z harmonogramem i listą atrakcji.

– Kontakt z lokalnymi mediami – warto stworzyć listę lokalnych mediów, jeśli jest ich więcej w regionie; jeśli mniej, to po prostu napisać. Przedstawić projekt, opowiedzieć, jeśli sobie zażyczą i zechcą opublikować informacje o projekcie, to napisać i wysłać notkę prasową! Jeśli opowiecie z entuzjazmem, to na pewno się zgodzą i chętnie zareklamują wydarzenie!

Uwaga: pamiętajcie, żeby reklamę wybierać proporcjonalną do rozmachu wydarzenia. Jeżeli macie tylko 30 miejsc, nie ogłaszajcie się we wszystkich warszawskich szkołach i nie piszcie do dziesięciu tysięcy uczniów, bo nie pomieścicie się, chyba że znajdziecie większą salę! Ale jeżeli macie 200 miejsc, a tylko 30 osób dołączyło na Facebooku do wydarzenia, mimo że polegacie głównie na reklamie w social mediach, to także warto pomyśleć albo o mniej sali, albo trzeba bardzo wzmocnić promocję! Pusta sala wygląda słabo.

Promocja to także odpowiadanie na pytania w sieci i śledzenie mediów społecznościowych. Należy pamiętać, że warto być dla wszystkim miłym, a jako organizatorzy wydarzenia powinno się dbać o język i kulturę osobistą.

Wydawać by się mogło, że promocja to praca przede wszystkim przed wydarzeniem, ale nic bardziej mylnego! Podczas wydarzenia promocja może robić zdjęcia, kręcić filmy, przeprowadzać wywiady i relacje, a po wszystkim napisać artykuł, który również można podrzucić mediom. Może akurat materiały prasowe zainteresują dziennikarzy i napiszą o waszym wydarzeniu coś więcej?

Mikroprojekt jest współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu INTERREG V-A Republika Czeska – Polska 2014-2020 oraz z budżetu państwa za pośrednictwem Euroregionu Beskidy

Projekt pt. „ŁAŁ – odkryj pasję”

8. Zadania grafiki

Wydawać by się mogło, że grafika to prosta sprawa. Może tak, ale bardzo ważna! Ciekawe grafiki na wydarzeniu na Facebooku, wymiarowe zdjęcie w tle – mogą przyczynić się do poprawy promocji i większych zasięgów wydarzenia.

Jeżeli istnieje taka możliwość, dobrze przygotować plakaty, ulotki i harmonogram atrakcji – zwłaszcza jeśli planowane jest ich więcej niż kilka albo odbywają się jednocześnie. Jeśli dojazd na miejsce jest skomplikowany, można pokusić się o mapkę.

Możecie także przygotować identyfikatory dla organizatorów i oczywiście dyplomy z podziękowaniem – dla twórców atrakcji, partnerów – np. dla osoby udostępniającej miejsce – i wolontariuszy.

9. Kontakt z twórcami atrakcji

Jeżeli zapraszamy jedną osobę – wydaje się proste, ale i wtedy dobrze ustalić, czy na pewno wszystko się zgadza, osoba ta wie, jak dojechać itd. Kiedy twórców atrakcji jest więcej, np. kilkudziesięciu, to do ogarnięcia tego wszystkiego potrzebny jest cały zespół!

Po pierwsze trzeba sprawdzić, kto w jakich godzinach może prowadzić atrakcje, opracować harmonogram tak, aby każdemu pasował, a atrakcje nie nakładały się na siebie, sale pasowały do wymagań prowadzących – np. jeśli potrzebny jest rzutnik, to sala z rzutnikiem itp.

Po drugie trzeba się upewnić, że każdy wie jak dojechać, można także przypomnieć o wydarzeniu.

Po trzecie warto zadbać o twórcę atrakcji już na miejscu. Przygotować mu coś do picia albo drobny poczęstunek, o ile są na to koszty. Zapytać, czy nie potrzebuje pomocy z rozłożeniem się, podpięciem laptopa do rzutnika.

Na koniec twórcy atrakcji należy podziękować! Można wręczyć dyplom, można zrobić jakiś prezent, można po prostu uścisnąć dłoń i powiedzieć miłe słowo.

Warto także robić zdjęcia na wykładach i warsztatach. Wiele osób cieszy się, gdy trafiają one potem do Internetu, a nawet sama chętnie je wrzuca.

10. Zasoby ludzkie

Działka przydatna, jeżeli ekipa jest duża, a sporo osób się nie zna. Będzie to wtedy osoba odpowiedzialna za integrację, dbanie o salę organizatorów w czasie wydarzenia, podział obowiązków, wzajemne motywowanie, wręczanie podziękowań i ogólnie dobrą atmosferę!

11. Marketing

Czasami do organizacji wydarzenia będą potrzebni partnerzy. Jest to pojęcie bardzo szerokie. Upraszczając, jakich partnerów możemy wyróżnić, tj. z kim będziecie mieli albo możecie mieć do czynienia:

– szkoła/stowarzyszenie albo fundacja – czyli organizacje, które mogą być formalnym organizatorem albo współorganizatorem,

– sponsorzy/darczyńcy – czyli organizacje lub osoby, od których coś dostanie. To mogą być pieniądze, a może być barter, czyli np. wynajem sal za darmo, pożyczenie jakichś przedmiotów, jedzenie, picie albo cokolwiek innego!

– patroni.

Co daje patronat? Przede wszystkim podnosi prestiż wydarzenia. Może się np. zdarzyć tak, że będzie organizowali noc filmową. Część rodziców będzie bała się wysłać

Mikroprojekt jest współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu INTERREG V-A Republika Czeska – Polska 2014-2020 oraz z budżetu państwa za pośrednictwem Euroregionu Beskidy

Projekt pt. „ŁAŁ – odkryj pasję”

swoje dziecko na wydarzenie, która trwa całą noc, a organizatorem jest „jakaś fundacja”. Patronat np. Urzędu Miejskiego powoduje, że wzrasta ranga wydarzenia. Rodzic może założyć, że skoro Miasto zaufało organizatorom, to znaczy, że dziecku nic się nie stanie.

Czym różni się sponsor od darczyńcy? Upraszczając, darczyńca daje nam coś za darmo, a ze sponsorem wiąże nas umowa sponsorska, dlatego na początku – dopóki nie mamy doświadczenia – duże bezpieczniej pozyskiwać darczyńców. Bardzo często różne firmy zechcą wesprzeć nas, gdy usłyszą, że potrzebujemy pomocy przy organizacji tak fajnego wydarzenia. Mogą nam pomóc coś wydrukować, dać wodę do picia dla uczestników, kupić poczęstunek, wypożyczyć np. dystrybutor z wodą albo przeznaczyć kupony na nagrody dla uczestników w konkursie.

Jak można się odwdzięczyć? Najlepiej zapytać, ale w dobrym guście jest zaproponować umieszczenie logo firmy na ulotkach czy plakatach – jeżeli je drukujemy, opublikować informacje o sponsoringu na stronie na Facebooku, a po wydarzeniu wręczyć podziękowanie.

12. Logistyka

Trudno brzmiąca działka, do której lubimy wrzucać wszystkie logistyczno-techniczne kwestie. Jakie? Naprawdę bardzo dziwne! Od ustawienia krzeseł poprzez przygotowanie rzutników aż po dowieszenie nagłośnienie sprzętu na imprezę i wycięcie zalaminowanie dokumentów.

13. Podsumowanie

Po wszystkim nie zapomnij podsumować swojego wydarzenia: wyciągnąć wniosków i zastanowić się, co mogłoby być lepiej, co poszło dobrze i jak rozwijać wydarzenie, a także czego się nauczyłeś.

Pamiętaj, że to, jakie wydarzenie zorganizujecie, zależy w głównej mierze od was! Mamy nadzieję, że know-how pomoże wam w zarażeniu innych pasją!