

# MAKING SPACE 365



Οδηγός Πολιτικής  
Δράσης και  
Δημιουργικών  
Εκδηλώσεων  
Νέων



Μεγιστοποίηση των  
δυνατοτήτων των  
νέων μέσω  
δημιουργικής και  
πολιτιστικής  
δημιουργικότητας  
στην κοινότητα.



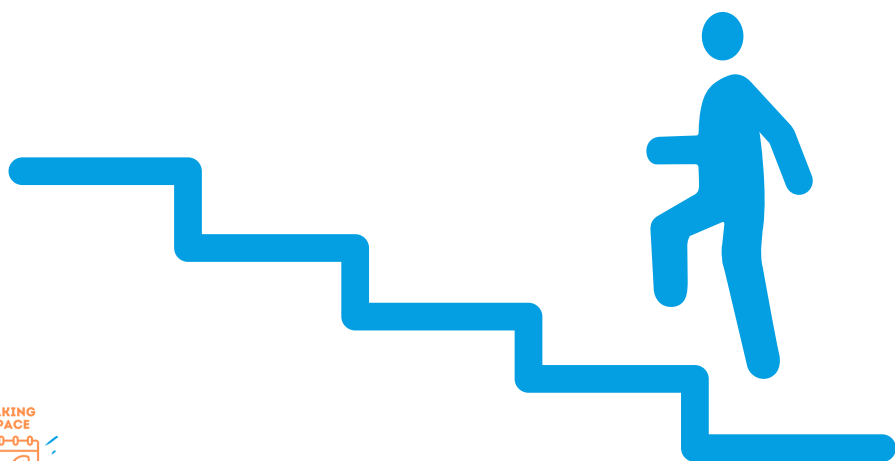
2020-1-PT02-KA227-YOU-007635



# MAKING SPACE 365

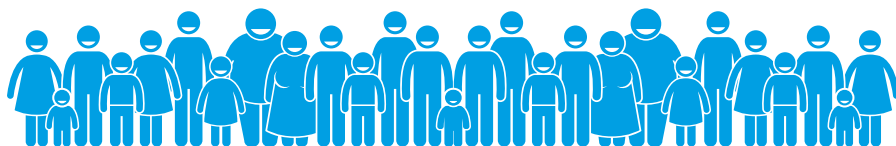
## Οδηγός Πολιτικής Δράσης και Δημιουργικών Εκδηλώσεων Νέων

Εισαγωγή	1
Μέρος 1 - Ιδέες και Σχεδιασμός Εκδηλώσεων	2
Μέρος 2 - Προυπολογισμός και Χρηματοδότηση	10
Μέρος 3 - Marketing και Αφοσίωση	19
Μέρος 4 - Ανθρώπινο Δυναμικό	25
Μέρος 5 - Εφαρμογή Εκδηλώσεων	32
Μέρος 6 - Διαχείριση κινδύνων, αξιολόγηση και παρακολούθηση	40
Επίλογος	48



# ΚΑΛΩΣΗΡΘΑΤΕ!

Στο **Making Space 365 Οδηγός πολιτικής δράσης και δημιουργικής εκδήλωσης για τη νεολαία** η δράση των πολιτών προάγει την ποιότητα ζωής σε μια κοινότητα. Περιλαμβάνει την ανάπτυξη γνώσεων, δεξιοτήτων, αξιών και κινήτρων για να κάνετε τη διαφορά. Η συμμετοχή στα κοινά και η δράση των πολιτών μπορεί να περιλαμβάνουν εθελοντισμό για να βοηθήσουν την κοινότητα ή συγκέντρωση χρημάτων για καλό σκοπό. Τέτοιες δραστηριότητες διαμορφώνουν δυναμικά τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι μαθαίνουν να αλληλεπιδρούν με την κοινότητά τους και αναπτύσσουν δεξιότητες, αξίες και μια αίσθηση ενδυνάμωσης για να γίνουν ενεργοί πολίτες. Αναλαμβάνοντας δράσεις πολιτών, οι άνθρωποι μπορούν να ενισχύσουν τη δημιουργικότητα και την καινοτομία τους και να έχουν μια μοναδική ευκαιρία να αναπτύξουν δεξιότητες και ικανότητες που θα τους βοηθήσουν να οικοδομήσουν μια σταθερή θέση στον κόσμο της απασχόλησης. Αυτός ο οδηγός θα περιέχει βασικές πληροφορίες, συμβουλές και συστάσεις που μπορείτε να χρησιμοποιήσετε για να εφαρμόσετε με επιτυχία όλα τα κύρια στάδια του σχεδιασμού εκδηλώσεων για νέους δημιουργικής και πολιτικής δράσης, από την ιδέα της εκδήλωσης έως την υλοποίηση, την αξιολόγηση και την παρακολούθηση.



1

# ΙΔΕΕΣ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ. ΑΠΟΚΛΙΝΟΥΣΑ ΣΚΕΨΗ, ΙΔΕΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΕΝΤΑΞΗ ΣΕ 6 ΒΗΜΑΤΑ



Είτε οργανώνετε μια μικρή συνάντηση είτε  
ενορχηστρώνετε ένα μεγάλο συνέδριο, ο  
προγραμματισμός εκδηλώσεων είναι ένα τεράστιο έργο.

Κάθε εκδήλωση, όσο απλή ή σύνθετη και αν είναι, απαιτεί  
**λεπτομερή σχεδιασμό και οργάνωση.**

Από τη δημιουργία ενός ακριβούς προϋπολογισμού έως  
την προώθηση της εκδήλωσής σας, **υπάρχουν ορισμένα  
στοιχεία** που πρέπει να αρχίσετε να εξετάζετε νωρίς για  
να κάνετε τη διαδικασία όσο το δυνατόν πιο απαλλαγμένη  
από άγχος.



## **ΒΗΜΑ 1:**

### **ΣΗΜΕΙΩΣΤΕ ΚΑΙ ΟΡΙΣΤΕ ΤΟΥΣ ΣΤΟΧΟΥΣ ΣΑΣ**

Για κάθε επιτυχημένη εκδήλωση, πρέπει να έχετε ένα **σαφές σχέδιο / στόχο**. **Κάνετε ερωτήσεις που θα δώσουν μια σαφή εικόνα** για το τι χρειάζονται για να είναι επιτυχείς. Ερωτήσεις όπως οι εξής:

- **Λόγοι διοργάνωσης των εκδηλώσεων**
- **Προσδοκίες από τα γεγονότα**
- **Μέτρηση της επιτυχίας της εκδήλωσης**
- **Εάν είναι παρόντες όλοι οι ενδιαφερόμενοι**

Οι προκαταρκτικές λεπτομέρειες της εκδήλωσης περιλαμβάνουν:

- **Ημερομηνίες.**
- **Συμμετέχοντες.**
- **Τοποθεσία.**
- **Τύπος εκδήλωσης.**

Η ανάπτυξη των στόχων σας και του προκαταρκτικού πεδίου εφαρμογής του έργου σας επιτρέπει να πλαισιώσετε την εκδήλωσή σας και να λάβετε buy-in από την ηγεσία.

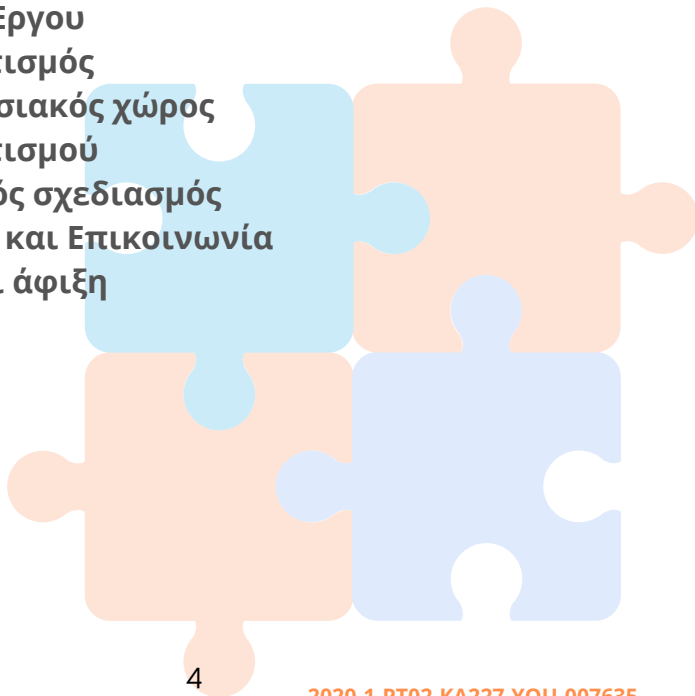


## **ΒΗΜΑ 2:** **ΑΝΑΠΤΥΣΣΟΝΤΑΣ ΚΑΙ** **ΔΙΑΧΕΙΡΙΖΟΝΤΑΣ ΤΗΝ ΟΜΑΔΑ**

Πρέπει να προσκαλέσετε άτομα στην ομάδα σας και να τους αναθέσετε ρόλους και ευθύνες. Πρέπει να βεβαιωθείτε ότι όλοι όσοι εργάζονται για εσάς βρίσκονται στην ίδια σελίδα. Θα ήταν καλύτερο να είχατε ένα καλά δομημένο σχέδιο και προσδοκίες από την ομάδα σας. **Κάθε άτομο πρέπει να γνωρίζει πότε και τι θα κάνει κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης.**

Παράδειγμα κατανομής ρόλων:

- Υπεύθυνος Έργου
- Προγραμματισμός
- Χώρος/εκθεσιακός χώρος
- Προγραμματισμού
- Δημιουργικός σχεδιασμός
- Μάρκετινγκ και Επικοινωνία
- Εγγραφή και άφιξη
- Χορηγίες





## **ΒΗΜΑ 3:**

### **ΔΗΜΙΟΥΡΓΩΝΤΑΣ ΕΝΑΝ**

### **ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟ ΤΗΣ ΕΚΔΗΛΩΣΗΣ**

Μετά την ανάθεση ρόλων και ευθυνών, το επόμενο μεγάλο και σημαντικό βήμα είναι ο «**Προϋπολογισμός**».

Έχετε ένα μέλος της ομάδας που μπορεί να εργάζεται με αριθμούς και χρήματα;

Μπορείτε να **αναζητήσετε χορηγούς** και άλλες ροές εσόδων για να βοηθήσετε με το κόστος της εκδήλωσης.

Η δημιουργία ενός προϋπολογισμού είναι ένα **ουσιαστικό πρώιμο βήμα** στον προγραμματισμό εκδηλώσεων που βοηθά στην αποσαφήνιση άλλων πτυχών του σχεδίου σας.



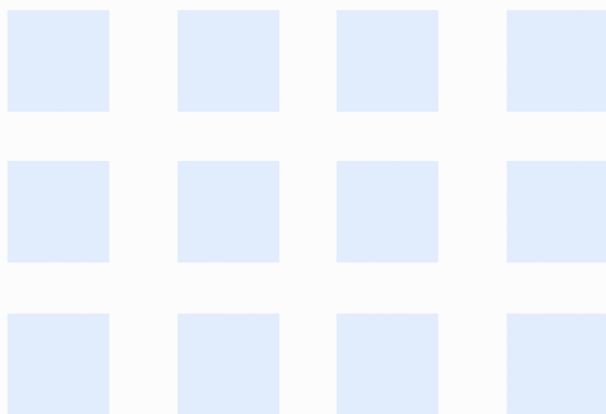
## **ΒΗΜΑ 4:** **ΚΛΕΙΔΩΜΑ ΤΩΝ ΔΙΑΔΙΚΑΣΤΙΚΩΝ**

**Ημερομηνία.** Εξετάστε πολλούς παράγοντες όταν εξετάζετε την ημερομηνία που θα επιλεγεί, παράγοντες όπως το σχολικό ημερολόγιο, τις αργίες, τον ανταγωνισμό για εκδηλώσεις του κλάδου κ. λπ.

**Ωρα.** Πώς μπορείτε να μεγιστοποιήσετε τη συμμετοχή;

**Τόπος συγκέντρωσης.** Πρέπει να βεβαιωθείτε ότι ο χώρος που θα επιλέξετε μπορεί να φιλοξενήσει τους επισκέπτες μη ιδιοκτητών ξενοδοχείων.

**Ατζέντα.** Ορίστε την ατζέντα σας όσο το δυνατόν νωρίτερα!





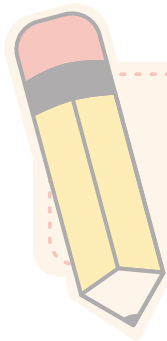


## **ΒΗΜΑ 5:**

### **ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΠΩΝΥΜΙΑΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗ**

Όταν σκέφτεστε την επωνυμία εκδηλώσεων, συνήθως περιλαμβάνει:

- Όνομα συμβάντος. Το πρώτο κρίσιμο βήμα, το όνομα της εκδήλωσής σας είναι το πρώτο πράγμα που θα δουν οι συμμετέχοντες, οπότε θέλετε να αντικατοπτρίζει το όραμά σας για την εκδήλωση.
- Θέμα. Ένα όνομα από μόνο του δεν μπορεί να πει όλη την ιστορία. Συχνά οι εκδηλώσεις θα δημιουργήσουν ένα θέμα για να συνδέσουν την εκδήλωση.
- Λογότυπο, χρώματα, τυπογραφία. Θα πρέπει να υπάρχει συνέπεια σε όλα τα σημεία επαφής μάρκετινγκ.
- Διακόσμηση, email, σήμανση και πολλά άλλα. Ενώ κάθε σημείο επαφής δεν χρειάζεται να είναι υπερ-επώνυμο. Τα επιμέρους στοιχεία θα πρέπει να ενωθούν για να υποστηρίξουν την ιστορία που αφηγείστε.



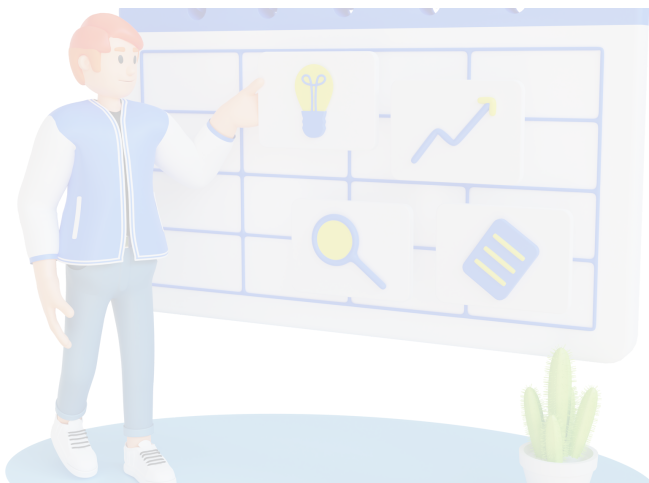
*What's in a name?*



## **ΒΗΜΑ 6:** **ΈΝΑ ΓΕΝΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΓΙΑ ΚΑΘΕ ΠΡΟΒΛΗΜΑ**

Το γενικό σχέδιο θα πρέπει να περιλαμβάνει τα ακόλουθα στοιχεία:

- Ο χώρος, η εφοδιαστική των προμηθευτών και η τροφοδοσία
- Διαχείριση μπάντας, DJ, ηχείου και ψυχαγωγίας.
- Ένα εκτιμώμενο χρονοδιάγραμμα για κάθε εκδήλωση.
- Σήμανση και Εκτύπωση
- Στοιχεία επικοινωνίας για νέους και υπάρχοντες προμηθευτές
- Προγραμματισμός, ψυχαγωγία και δραστηριότητες
- Σχέδιο δημοσίων σχέσεων



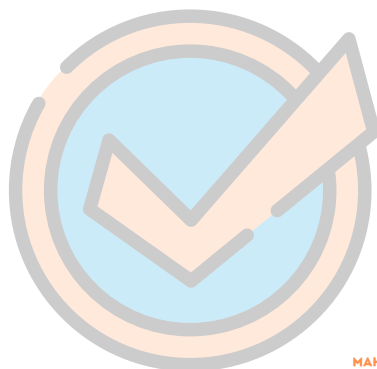
# ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

Ναι, ο προγραμματισμός εκδηλώσεων μπορεί να είναι αρκετά αγχωτικός και να αποστραγγίζει πολλή ενέργεια και χρήματα, ειδικά όταν δεν έχει προγραμματιστεί σωστά. Ως εκ τούτου, **η καλή οργάνωση είναι το αντίδοτο για μια επιτυχημένη εκδήλωση.**

Τα γεγονότα πηγάζουν πάντα από έναν ιδιότυπο στόχο, ο οποίος πρέπει να διατηρείται ανέπαφος σε όλα τα στάδια σχεδιασμού.

Πολλοί ειδικοί θα ζητούσαν από τους διοργανωτές εκδηλώσεων να σκεφτούν την τελευταία εκδήλωση που παρακολούθησαν, τους στόχους για τον προγραμματισμό της εκδήλωσης και πόσα μπόρεσαν να επιτύχουν μέσω της εκδήλωσης.

Αυτό σηματοδοτεί μόνο τη σημασία του πρώτου βήματος από τα έξι βήματα και πρέπει να ακολουθηθεί δεόντως.



**2**

## **ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ. ΑΠΟ ΤΟ ΜΗΔΕΝ ΣΤΟΝ ΗΡΩΑ ΣΕ 6 ΒΗΜΑΤΑ**

**Η ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΟΥ  
ΕΡΓΟΥ ΣΑΣ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ  
ΦΑΙΝΕΤΑΙ ΠΡΟΚΛΗΣΗ.  
ΑΚΟΛΟΥΘΗΣΤΕ ΤΑ ΕΞΙ  
ΒΗΜΑΤΑ ΜΑΣ ΓΙΑ ΝΑ  
ΜΑΘΕΤΕ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΕΣ  
ΜΕΘΟΔΟΥΣ ΚΑΛΥΨΗΣ ΤΟΥ  
ΚΟΣΤΟΥΣ.**

**ΕΔΩ ΜΠΟΡΕΙΤΕ ΝΑ ΑΝΑΚΑΛΥΨΕΤΕ ΤΑ  
ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΕΝΟΣ ΚΑΛΟΥ ΕΡΓΟΥ,  
ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΓΙΑ ΤΟ ΠΩΣ ΝΑ ΚΑΝΕΤΕ ΜΙΑ  
ΑΝΤΑΛΛΑΓΗ, ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΓΙΑ ΤΗ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗ  
ΧΡΗΜΑΤΩΝ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΚΑΙ ΤΗΝ  
ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ, ΒΑΣΙΚΕΣ  
ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗ ΣΥΝΤΑΞΗ  
ΠΡΟΤΑΣΕΩΝ ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΗΣ ΚΑΙ ΜΕΡΙΚΕΣ ΙΔΕΕΣ  
ΓΙΑ ΤΟ ΠΟΥ ΝΑ ΑΝΑΖΗΤΗΣΕΤΕ ΤΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ.**



## ΒΗΜΑ 1:

### ΚΑΛΗ ΙΔΕΑ ΓΙΑ ΕΝΑ ΚΑΛΟ ΞΕΚΙΝΗΜΑ

#### Ελέγξτε εάν το έργο σας είναι:

- **Σημαντικό** - λύνει ένα πραγματικό πρόβλημα (παρέχει στα παιδιά ευκαιρίες ανάπτυξης, ενσωματώνει την κοινότητα).
- **Αποτελεσματικό** - φέρνει ένα αποτέλεσμα που μπορεί να αποδειχθεί και να μετρηθεί (δημιουργήστε μια έκθεση, ταινία, διδάξτε μια συγκεκριμένη δεξιότητα).
- **Συγκεκριμένο** - ξέρετε τι και πότε θα συμβεί.
- **Ρεαλιστικό** - είστε σε θέση να εκτελέσετε προγραμματισμένες δραστηριότητες εντός συγκεκριμένης χρονικής περιόδου.
- **Ενημερωμένο** - αναφέρεται στα τρέχοντα προβλήματα και την τρέχουσα κατάσταση των αποδεκτών.
- **Κατάλληλα διατυπωμένο** - προσαρμοσμένο στις ανάγκες.
- **Καλά ισορροπημένο** - η κλίμακα των υποτιθέμενων δραστηριοτήτων είναι κατάλληλη για τις δυνατότητές σας και του χορηγού.

Εάν η ιδέα σας πληροί όλα τα κριτήρια - ελέγξτε τι θα χρειαστείτε για να εφαρμόσετε το σχέδιό σας. Σκεφτείτε τους πόρους - πράγματα, μέρη, αφοσίωση και άτομα που χρειάζεστε.

Θυμηθείτε ότι είναι πολύ πιο εύκολο να λάβετε βοήθεια χωρίς μετρητά στην αρχή. Ξεκινήστε με τις επαφές σας. Χρησιμοποιήστε όλες τις γνωριμίες σας και την προηγούμενη συνεργασία σας.





## ΒΗΜΑ 2:

### ΧΟΡΗΓΙΑ Ή ΑΝΤΑΛΛΑΓΗ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ

Οι θεσμοί και οι άνθρωποι στους οποίους απευθύνεστε για βοήθεια έχουν επίσης τις δικές τους **ανάγκες, κίνητρα, στόχους και απαιτήσεις**. Όταν υποβάλλετε αίτηση για χορηγό, εξετάστε το. Σκεφτείτε τι μπορείτε να τους προσφέρετε και σκεφτείτε επίσης **«έξω από το κουτί...»**

Γιατί να μην προτείνετε μια προσφορά εθελοντισμού εργαζομένων; Πολλές εταιρείες έχουν ένα τέτοιο σχέδιο εθελοντισμού σύμφωνα με τους εταιρικούς τους στόχους. Ή μήπως προσφέρετε μια ενδιαφέρουσα βραδιά ένταξης για οικογένειες, εργαστήρια για τα παιδιά των εργαζομένων;

**ΑΥΤΗ Η ΙΔΕΑ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΕΚΤΙΜΗΘΕΙ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΟΥ ΑΝΑΖΗΤΑ ΝΕΕΣ ΛΥΣΕΙΣ ΚΑΙ ΑΣΥΝΗΘΙΣΤΕΣ ΜΕΘΟΔΟΥΣ ΠΑΡΑΚΙΝΗΣΗΣ ΤΩΝ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ.**

Θυμηθείτε ότι θα είναι πολύ πιο εύκολο για εσάς να λάβετε υποστήριξη από μια εταιρεία, η οποία δεν συνεπάγεται κανένα κόστος, π.χ. από μια μεταφορική εταιρεία μπορείτε να έχετε την ευκαιρία να οργανώσετε δωρεάν μεταφορά των συμμετεχόντων στο έργο, από έναν εκδοτικό οίκο - βιβλία για βραβεία, από ένα λογιστικό γραφείο - υλικά γραφείου που απαιτούνται για εργαστήρια. Μια τέτοια εφάπαξ βοήθεια μπορεί να κοστίζει πολύ λίγο στη δεδομένη εταιρεία και μπορεί να αποφέρει πολλά οφέλη εικόνας ή κοινωνικής ευθύνης.



## **ΒΗΜΑ 3**

### **ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗ ΧΡΗΜΑΤΩΝ**

### **ΜΕΣΩ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ**



**Να είστε ορατοί.** Οι πληροφορίες και ο αριθμός λογαριασμού θα πρέπει να εμφανίζονται σε διάφορα σημεία στον ιστότοπο, στα προφίλ κοινωνικών μέσων ή στο ιστολόγιο της δραστηριότητας, στο υποσέλιδο ηλεκτρονικού ταχυδρομείου κάθε διοργανωτή εκδήλωσης και σε διαφημιστικό υλικό.

**Δώστε στους δωρητές σας διαφορετικούς τρόπους για να συνεισφέρουν στον λογαριασμό σας:** παραδοσιακή μεταφορά, μια ηλεκτρονική μεταφορά όπου αντιγράφουν τα δεδομένα από τον ιστότοπό σας ή ηλεκτρονικές πληρωμές. Βάλτε όλες τις πληροφορίες για μια γρήγορη μεταφορά.

**Απλοποιήστε όσο το δυνατόν περισσότερο τη διαδικασία πληρωμής** - π.χ. προετοιμάστε έτοιμα ποσά προς μεταφορά.

**Δημοσιεύστε πληροφορίες** (κατά προτίμηση ενημερωτικά γραφήματα) παρουσιάζοντας τον τρόπο χρήσης των κεφαλαίων. Δείξτε διάφορες πηγές χρηματοδότησης και υποδείξτε πού ακριβώς εξακολουθείτε να μην έχετε δωρεές.

**Επαινέστε τους δωρητές σας** - αν το θέλουν. Ίσως ένας από αυτούς να γράψει συστάσεις για εσάς ή να σας αφήσει να καταγράψετε μια σύντομη συνέντευξη.

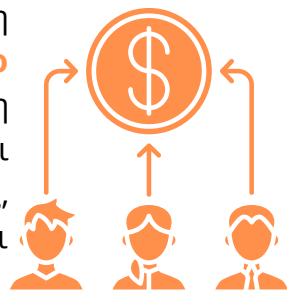
**Πρόταση άλλων επιλογών υποστήριξης**, π.χ. συμμετοχή στις δραστηριότητες ως εθελοντής.



## ΒΗΜΑ 4

### ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ – ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ

Ένα συνεχώς αυξανόμενο εργαλείο για τη **συγκέντρωση κεφαλαίων στο διαδίκτυο** είναι η συμμετοχική χρηματοδότηση, δηλαδή η κοινωνική χρηματοδότηση, η οποία βασίζεται στην απόκτηση μεγάλου αριθμού εφάπαξ, μικρών πληρωμών που πραγματοποιούνται από άτομα που ενδιαφέρονται για το έργο.



Στην περίπτωση αυτή, οι πληρωμές είναι τόσο μικρές που δεν αποτελούν μείζονα οικονομική πρόκληση για τον δωρητή. Ως εκ τούτου, πρέπει να υπάρχουν αρκετές ώστε το έργο / εκδήλωση να αποκτήσει τα κατάλληλα κεφάλαια.

Η **κοινωνική χρηματοδότηση** είναι χρήσιμη για την εύρεση κεφαλαίων για έναν πολύ συγκεκριμένο σκοπό (διοργάνωση μιας παράστασης, ντοκιμαντέρ, οργάνωση έκθεσης ή ακόμη και έκδοση βιβλίου).

Οι δράσεις κοινωνικής συγκέντρωσης χρημάτων πραγματοποιούνται μέσω ειδικών πυλών. Τέτοιες πύλες έχουν πολύ σαφή διάταξη και ακριβείς κανονισμούς. Το σύνθημα του έργου σας για το οποίο θέλετε να συγκεντρώσετε χρήματα πρέπει να βασίζεται σε ένα **απλό και σύντομο μήνυμα** (διαφημιστικό μουσικό βίντεο, σαφώς καθορισμένοι στόχοι, σαφής και πιασάρικη αποστολή).





## **ΒΗΜΑ 5:**

### **ΣΥΝΤΑΞΗ ΠΡΟΤΑΣΕΩΝ ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΗΣ**

Στην περίπτωση των κεφαλαίων που λαμβάνονται από επιχορηγήσεις, δεσμευόμαστε από κανονισμούς, ημερομηνίες χρέωσης, ελέγχους και πολλούς άλλους περιορισμούς. Ωστόσο, μπορεί να αποδειχθεί ότι μόνο αυτή η μορφή συγχρηματοδότησης του έργου μας είναι διαθέσιμη.

**Διαβάστε προσεκτικά τους κανονισμούς! Δώστε ιδιαίτερη προσοχή στα εξής:**

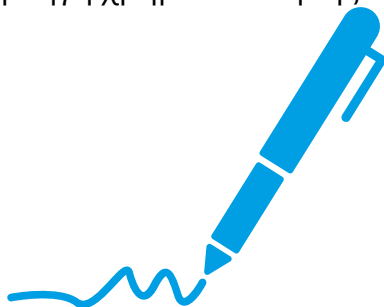
- Προθεσμίες υποβολής αιτήσεων
- Ποιος μπορεί να υποβάλει αίτηση χρηματοδότησης;
- Ποσά συγχρηματοδότησης, ιδίως συμμετοχής
- Τι θα πληρώσει ο χορηγός βοήθειας; - επιλέξιμες και μη επιλέξιμες δαπάνες
- Προθεσμίες για την υλοποίηση των δραστηριοτήτων
- Συνεργάτες - μερικές φορές απαιτούνται επιστολές προθέσεων

**Συνήθως, τα έντυπα επιχορήγησης περιέχουν παρόμοια στοιχεία:**

- **Μια σύνθετη περιγραφή του έργου** (σύντομη απάντηση: Τι αφορά το έργο; Ποιο είναι το πιο σημαντικό / τι το διακρίνει; Τι θα συμβεί; Σε ποιους απευθύνεται και με ποιον (συνεργάτες); Ποιο θα είναι το αποτέλεσμα;

**Στόχοι που συνάδουν** με τους στόχους του διαγωνισμού επιχορήγησης και **SMART** (Συγκεκριμένοι, Μετρήσιμοι, Εφικτοί, Ρεαλιστικοί, Χρονικά προσδιορισμένοι). Διαβάστε περισσότερα και για αυτούς αργότερα!

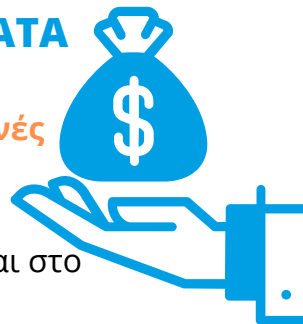
- **Αποτελέσματα:** ποσοτικά: αριθμός συμμετεχόντων στην κατάρτιση, αντίγραφα του υλικού που προετοιμάστηκε στο πλαίσιο του σχεδίου, χρήστες του ιστότοπου, ώρες εργαστηρίου, σελίδες δημοσίευσης κ.λπ. και ποιοτική: αύξηση των γνώσεων, των ικανοτήτων, των δεξιοτήτων, περιγραφή της αλλαγής που πραγματοποιήθηκε χάρη στις δράσεις που αναλήφθηκαν.
- **Περιγραφή των δραστηριοτήτων:** θα πρέπει να είναι συγκεκριμένη, μέχρι το σημείο, δείχνοντας τόσο τον τρόπο υλοποίησης, τις μεθόδους όσο και την κλίμακα του έργου.
- **Χρονοδιάγραμμα έργου:** συνάδει με την περιγραφή των δραστηριοτήτων και τον προϋπολογισμό. Δώστε προσοχή στη συνεπή ονοματολογία, τις λεπτομέρειες και τους αριθμούς που δείχνουν το πεδίο εφαρμογής και την κλίμακα του έργου σας.
- **Προϋπολογισμός:** καταγράψτε όλες τις δαπάνες που προβλέπονται στις προγραμματισμένες δραστηριότητες, εκτιμήστε τις υπηρεσίες - ελέγξτε πόσο κοστίζει, συνδυάστε τα στοιχεία του προϋπολογισμού ανάλογα με το είδος του κόστους, δείξτε τη μέθοδο υπολογισμού. Για κάθε σχεδόν έργο θα χρειαστούμε τη λεγόμενη ίδια συνεισφορά - χρήματα που πρέπει να διατεθούν σε δραστηριότητες έργων από άλλη πηγή χρηματοδότησης.





## ΒΗΜΑ 6:

### ΠΟΥ ΝΑ ΨΑΞΕΤΕ ΓΙΑ ΧΡΗΜΑΤΑ



Πρώτα απ' όλα - χρησιμοποιήστε τις μηχανές αναζήτησης!

Οι διαγωνισμοί επιχορήγησης ανακοινώνονται στο πλαίσιο:

- Τοπικά και περιφερειακά δημόσια κονδύλια (μικρές επιχορηγήσεις και τοπικές πρωτοβουλίες)
- Εθνικοί δημόσιοι πόροι
- Εθνικά ιδιωτικά κεφάλαια
- Δημόσιοι πόροι της ΕΕ (π. χ. πρόγραμμα «Ευρώπη για τους πολίτες», Διεθνές Ταμείο Visegrad, Δημιουργική Ευρώπη, Erasmus+)

Όπως μπορείτε να δείτε, υπάρχουν πολλές πιθανές πηγές χρηματοδότησης για έργα. Μπορείτε **να εστιάσετε στις επαφές με τοπικές επιχειρήσεις ή άλλα ιδρύματα** που μπορούν να σας παρέχουν οικονομική ή υλική υποστήριξη.

Μπορείτε επίσης να δοκιμάσετε την τύχη σας σε διαγωνισμούς επιχορήγησης!

Ανεξάρτητα από το τι επιλέγετε, θυμηθείτε ότι το πιο σημαντικό πράγμα στη συγκέντρωση χρημάτων είναι **η ικανότητα να "πουλήσετε" την ιδέα σας**, να δημιουργήσετε σχέσεις, να πείσετε τους άλλους - να περάσετε στους άλλους το πάθος σας!

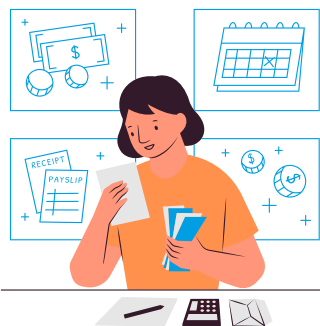
# ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

**Θυμηθείτε: μπορείτε να κάνετε σχεδόν τα πάντα με μηδενικό προϋπολογισμό. Χρειάζεται μόνο λίγη δημιουργικότητα και έξυπνες λύσεις.**

Εάν έχετε μια υπέροχη ιδέα, θα βρείτε πάντα ποιος την υποστηρίζει. Φυσικά, δεν είναι πάντα εύκολο να διαχειριστείτε εκδηλώσεις με μηδενικό προϋπολογισμό. Λάβετε υπόψη: συνήθως, εάν έχετε μικρό προϋπολογισμό - θα πρέπει να καταβάλλετε περισσότερη προσπάθεια για τη διαχείριση της διαδικασίας διαχείρισης εκδηλώσεων.

Επομένως, προγραμματίστε την εκδήλωση και τον προϋπολογισμό σας εκ των προτέρων και αξιολογήστε πόσο προϋπολογισμό και προσπάθεια χρειάζεστε για να φέρετε στο σχεδιασμό και την υλοποίηση της εκδήλωσης.

Να θυμάστε ότι ο προϋπολογισμός δεν είναι βασικός πόρος, καθώς θα μπορούσε να εξεταστεί στην αρχή.



**3**

## **MARKETING ΚΑΙ ΑΦΟΣΙΩΣΗ. ΑΥΤΟΠΡΟΒΟΛΗ ΧΩΡΙΣ ΝΤΡΟΠΗ ΣΕ 6 ΒΗΜΑΤΑ**

Εν ολίγοις, το μάρκετινγκ εκδηλώσεων χρησιμοποιεί διαφορετικές στρατηγικές και κανάλια προώθησης για να ενημερώσει για την εκδήλωσή σας και τελικά να οδηγήσει την εγγραφή σε εκδηλώσεις.

Η αφοσίωση στην εκδήλωση, γνωστή και ως αφοσίωση κοινού, αναφέρεται στην ικανότητα μιας εκδήλωσης να κρατά την προσοχή του κοινού της και να προωθεί την πλήρη συμμετοχή των συμμετεχόντων στην εκδήλωση. Οι καθηλωτικές εκδηλώσεις είναι συναρπαστικές και ενδιαφέρουσες. τραβούν την προσοχή του κοινού τους από την αρχή και την κρατούν σφιχτά.

Υπάρχουν πολλές διαφορετικές μετρήσεις που μπορούν να χρησιμοποιήσουν οι σχεδιαστές για να μετρήσουν την αφοσίωση και πολλά από αυτά εξαρτώνται από τη ρύθμιση της εκδήλωσης. Σε μια προσωπική διάλεξη ή συνέδριο, οι συμμετέχοντες συμμετέχουν σε συζητήσεις, αλληλεπιδρούν μεταξύ τους και παραμένουν προσεκτικοί καθ' όλη τη διάρκεια της εκδήλωσης. Τα αφοσιωμένα μέλη του κοινού τείνουν να κάνουν ερωτήσεις και να παρέχουν πληροφορίες.





## **ΒΗΜΑ 1:**

### **ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΑΦΟΣΙΩΣΗΣ ΠΡΙΝ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΚΔΗΛΩΣΗ**

Κατά τη διάρκεια αυτού του σταδίου, εργάζεστε για να δημιουργήσετε ενδιαφέρον γύρω από την εκδήλωση.

Η τακτική επαφή με το κοινό πριν από μια εκδήλωση είναι ζωτικής σημασίας για την προώθηση της συμμετοχής και τη δημιουργία ενθουσιασμού.

Διευκολύνετε τους συμμετέχοντες και τους πιθανούς συμμετέχοντες να επικοινωνούν με την ομάδα σχεδιασμού εκδηλώσεων. Δημιουργήστε μια σελίδα εκδήλωσης στο Facebook, προσκαλέστε μέλη του κοινού-στόχου σας, προσθέστε ετικέτες σε εταιρείες με σχετικό περιεχόμενο και προωθήστε ελκυστικό, διαδραστικό περιεχόμενο στη σελίδα της εκδήλωσης. Απαντήστε σε ερωτήσεις σχετικά με τους λογαριασμούς σας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, στείλτε τακτικές υπενθυμίσεις μέσω email και διευκολύνετε τους συμμετέχοντες να εγγραφούν για ενημερώσεις.

Το SEO (βελτιστοποίηση μηχανών αναζήτησης) εξελίσσεται συνεχώς και είναι καλή πρακτική να ενημερώνετε όσο το δυνατόν περισσότερο για τις τάσεις. Αν δεν γνωρίζετε ποια λέξη-κλειδί να χρησιμοποιήσετε για την εκδήλωσή σας, δοκιμάστε να παίξετε με το Εργαλείο σχεδιασμού λέξεων-κλειδιών της Google ή με την Εξερεύνηση λέξεων-κλειδιών του Moz. Ας υποθέσουμε ότι δεν έχετε αφιερώσει χρόνο χρησιμοποιώντας αυτά τα εργαλεία σχεδιασμού. Σε αυτήν την περίπτωση, μπορεί να εκπλαγείτε πώς διαφορετικές λέξεις έχουν ριζικά διαφορετική τροχιά αναζήτησης.



## **ΒΗΜΑ 2:**

### **ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΚΑΙ ΕΓΓΡΑΦΗ ΣΕ ΕΚΔΗΛΩΣΗ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ**

Περιγράψτε τη διαδικασία εγγραφής με μεγάλη λεπτομέρεια. Οι σχεδιαστές θα πρέπει να γνωρίζουν πότε θα ανοίξουν οι εγγραφές, πόσο καιρό θα είναι και πόσα εισιτήρια ή θέσεις. Εάν εκτελείτε διαφορετικές προσφορές, έχετε το σχέδιο να περιγράψετε λεπτομερώς τη διάρκεια και τα όρια κάθε προσφοράς.



## **ΒΗΜΑ 3:**

### **ΔΕΣΜΕΥΣΗ ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΗΣ ΕΚΔΗΛΩΣΗΣ**

Δώστε προσοχή στην ενέργεια και το επίπεδο συμμετοχής του κοινού καθ' όλη τη διάρκεια της εκδήλωσης. Ενσωματώστε έναν συνδυασμό δραστηριοτήτων για να διατηρήσετε υγιή επίπεδα αφοσίωσης, ειδικά εάν η εκδήλωσή σας είναι μεγάλης διάρκειας. Ρυθμίστε τις θέσεις που προωθούν την αφοσίωση και τη συνομιλία από άτομο σε άτομο. Συμπεριλάβετε συμμετοχικές δραστηριότητες που κάνουν το κοινό σας να ξεσηκωθεί και να κινηθεί. Μπορείτε επίσης να χρησιμοποιήσετε μια εφαρμογή για κινητά για να επικοινωνήσετε με τους συμμετέχοντες στην εκδήλωση. Εξασφαλίστε επαρκή διαλείμματα και αναψυκτικά και δώστε διαφημιστικά αντικείμενα όπου είναι δυνατόν.



## **ΒΗΜΑ 4:**

### **ΨΗΦΙΟΠΟΙΗΘΕΙΤΕ ΚΑΙ ΕΝΙΣΧΥΣΤΕ ΤΗΝ ΠΡΟΣΟΧΗ**

Μετρήστε την προσοχή ζωντανά σε μια εφαρμογή εκδηλώσεων ή σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Παρακολουθήστε αναλυτικά τα στοιχεία και μετρήστε τις δραστηριότητες, τις ενημερώσεις περιεχομένου και πολλά άλλα. Χρησιμοποιήστε hashtag εκδηλώσεων και προωθήστε διαδικτυακές συζητήσεις πριν από την εκδήλωση. Ζητήστε από τους συμμετέχοντες να συμμετάσχουν σε ζωντανές δημοσκοπήσεις, να απαντήσουν σε ερωτήσεις trivία ή να ψηφίσουν για τα αποτελέσματα.



## **ΒΗΜΑ 5:**

### **ΕΝΙΣΧΥΣΤΕ ΤΗΝ ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΕΠΩΝΥΜΙΑΣ ΣΑΣ**

Μην χάσετε την ευκαιρία να προωθήσετε την εταιρεία σας στην εκδήλωση. Κάντε το όνομα, την οπτική εικόνα, τα προϊόντα και τις υπηρεσίες σας αναγνωρίσιμα, ώστε οι συμμετέχοντες να συσχετίσουν την εκδήλωση με την επωνυμία σας.







## **ΒΗΜΑ 6:**

### **ΑΛΛΗΛΕΠΙΔΡΑΣΗ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΕΚΔΗΛΩΣΗ**

Κρατήστε ανοιχτό τον βρόχο επικοινωνίας παρακολουθώντας τα μέλη του κοινού μετά την εκδήλωση. Μπορείτε να το κάνετε αυτό στέλνοντας ευχαριστίες σε όλους τους συμμετέχοντες μετά την εκδήλωση ή ζητώντας απαντήσεις σε μια έρευνα παρακολούθησης. Ενθαρρύνετε τα σχόλια και τη δημοσίευση περιεχομένου και φωτογραφιών εκδηλώσεων. Δημιουργήστε ένα hashtag μετά την εκδήλωση για χρήση από τους συμμετέχοντες στην εκδήλωση, ώστε να μπορείτε εύκολα να προβάλετε και να παρακολουθήσετε την αφοσίωσή τους μετά την εκδήλωση.

**ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΣΥΜΒΟΥΛΗ!** Ζητήστε από ένα μέλος της ομάδας εκδηλώσεων να τραβήξει βίντεο με τις καλύτερες στιγμές της εκδήλωσης και να τραβήξει φωτογραφίες καθ' όλη τη διάρκεια. Εξετάστε το ενδεχόμενο να δημιουργήσετε ένα διαδικτυακό βίντεο, ένα άλμπουμ φωτογραφιών ή μια ομάδα στο Facebook για να συζητήσουν και να μοιραστούν οι συμμετέχοντες τις εμπειρίες τους.



# ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

- Το μάρκετινγκ και η αφοσίωση συμβαίνουν **πριν, κατά τη διάρκεια και μετά** από μια εκδήλωση!
- Υπάρχουν πολλοί τρόποι για να τραβήξετε την προσοχή του κοινού σας, από συναρπαστικές συνεδρίες ομιλίας έως διαδραστικούς θαλάμους εκθεμάτων έως διασκεδαστικούς διαγωνισμούς και δραστηριότητες δικτύωσης.
- Η τεχνολογία διαδραματίζει κρίσιμο ρόλο στον επιτυχημένο σχεδιασμό εκδηλώσεων. Κάντε την έρευνά σας και βρείτε τις καλύτερες μεθόδους για την εκδήλωσή σας!
- Μην κάθεστε μόνο την ημέρα - δώστε προσοχή στην ενέργεια και το επίπεδο συμμετοχής του κοινού καθ' όλη τη διάρκεια της εκδήλωσης. Εάν χρειάζεστε διευκρινίσεις σχετικά με τις προτιμήσεις του κοινού σας, μη διστάσετε να τους ρωτήσετε!
- Μην χάσετε την ευκαιρία να προωθήσετε την εταιρεία σας στην εκδήλωση.



**4**

# **ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ. ΔΕΝ ΘΑ ΣΠΑΤΑΛΑΣ ΠΟΛΥΤΙΜΟ ΧΡΟΝΟ! ΣΕ 6 ΒΗΜΑΤΑ**

**ΜΙΑ ΚΑΛΗ ΙΔΕΑ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟ ΤΟ  
ΗΜΙΣΥ ΤΗΣ ΔΟΥΛΕΙΑΣ. ΓΙΑ ΝΑ  
ΜΗΝ ΧΑΘΟΥΝ ΟΙ ΙΔΕΕΣ, ΕΙΝΑΙ  
ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ ΝΑ ΕΧΕΤΕ ΜΙΑ  
ΟΜΑΔΑ ΓΙΑ ΝΑ ΣΑΣ ΒΟΗΘΗΣΕΙ ΝΑ  
ΤΙΣ ΚΑΝΕΤΕ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ!**

**ΚΑΛΗ ΟΜΑΔΑ ΔΕΝ ΣΗΜΑΙΝΕΙ  
ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΑ ΚΑΛΟΙ ΦΙΛΟΙ. ΜΙΑ ΚΑΛΗ  
ΟΜΑΔΑ ΑΠΟΤΕΛΕΙΤΑΙ ΑΠΟ ΑΝΘΡΩΠΟΥΣ  
ΠΟΥ ΠΙΣΤΕΥΟΥΝ ΣΤΗΝ ΙΔΙΑ ΙΔΕΑ, ΠΟΥ  
ΤΗΝ ΚΑΤΑΛΑΒΑΙΝΟΥΝ, ΠΟΥ ΕΙΝΑΙ  
ΠΡΟΘΥΜΟΙ ΝΑ ΑΦΙΕΡΩΣΟΥΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ  
ΠΟΥ ΘΑ ΕΙΝΑΙ ΠΑΘΙΑΣΜΕΝΟΙ ΜΕ ΤΗΝ  
ΑΛΛΑΓΗ ΤΟΥ ΚΟΣΜΟΥ!**



## ΒΗΜΑ 1

### ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΕ ΤΑ ΑΤΟΜΑ ΠΟΥ ΧΡΕΙΑΖΕΣΤΕ

Σε κάθε έργο υπάρχουν μερικοί βασικοί ρόλοι:

- **Ηγέτης** - το άτομο που βλέπει τη μεγάλη εικόνα του έργου.
- **Διευθυντής** - αυτός, ο οποίος μετατρέπει την ιδέα σε πραγματικότητα.
- **Λογιστής** - το άτομο, το οποίο θα σας διαβεβαιώσει ότι δεν θα χρεοκοπήσετε.



Για όλους τους άλλους ρόλους - πρέπει να χαρτογραφήσετε το έργο σας για να δείτε τι είδους άτομα μπορεί να χρειαστείτε.

Ίσως θα πραγματοποιήσετε μια συναυλία - στην περίπτωση αυτή, θα χρειαστείτε ένα άτομο που καταλαβαίνει πώς γίνεται η σκηνική εργασία.

Ή θα έχετε μια ζωντανή μετάφραση, οπότε ο χειριστής έχει ανάγκη.

Εάν έχετε ήδη μια ομάδα που σας βοήθησε να βρείτε την ιδέα, είναι σημαντικό να καταλάβετε τι έχετε ήδη στη διάθεσή σας και ποιοι άνθρωποι μπορεί να λείπουν ακόμα.

Επομένως, το πρώτο βήμα στον προγραμματισμό ανθρώπινου δυναμικού μπορεί να γίνει μόνο όταν έχετε μια σαφή εικόνα του γεγονότος!



## **ΒΗΜΑ 2:**

### **ΠΟΥ ΝΑ ΒΡΕΙΤΕ ΤΟΥΣ ΚΑΤΑΛΛΗΛΟΥΣ ΑΝΘΡΩΠΟΥΣ;**

Μόλις μάθετε τους ρόλους που δεν έχουν ακόμη βρεθεί, μπορείτε να αρχίσετε να αναζητάτε κατάλληλους υποψηφίους.

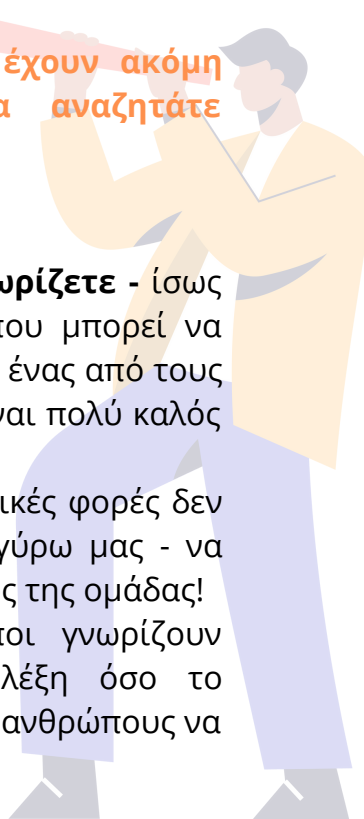
*Αλλά πού να τους βρείτε;*

- **Σκεφτείτε τους ανθρώπους που γνωρίζετε** - ίσως έχετε ήδη συνεργαστεί με κάποιον που μπορεί να καλύψει τον ρόλο που λείπει; Ή μήπως ένας από τους φίλους / συμμαθητές / γείτονές σας είναι πολύ καλός σε κάτι;
- **Κάντε μια ανοιχτή πρόσκληση** - μερικές φορές δεν γνωρίζουμε τι θησαυροί βρίσκονται γύρω μας - να είστε ανοιχτοί σε κάθε πιθανό νέο μέλος της ομάδας!
- **Διαδώστε τις φήμες** - οι άνθρωποι γνωρίζουν άλλους ανθρώπους, διαδώστε τη λέξη όσο το δυνατόν περισσότερο και αφήστε τους ανθρώπους να σας προσεγγίσουν για τον εαυτό τους.

**Πάνω απ 'όλα, να είστε ανοιχτόμυαλοι και να θυμάστε ότι η εύρεση των σωστών ανθρώπων μπορεί να πάρει χρόνο.**

Γι ' αυτό είναι σημαντικό να αρχίσετε να ψάχνετε για μέλη της ομάδας νωρίς και **να μην το αφήσετε για την τελευταία μέρα.**

**Ακόμα και ο καλύτερος υποψήφιος δεν μπορεί να υλοποιήσει μεγάλες ιδέες σε μια μέρα!**





## ΒΗΜΑ 3:

### ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΜΕ ΠΙΘΑΝΑ ΜΕΛΗ ΤΗΣ ΟΜΑΔΑΣ

**ΚΑΘΩΣ ΟΙ ΦΗΜΕΣ ΔΙΑΔΙΔΟΝΤΑΙ, ΟΛΟ ΚΑΙ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟΙ ΑΝΘΡΩΠΟΙ ΕΡΧΟΝΤΑΙ ΣΕ ΕΣΑΣ ΜΕ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΕΣ ΕΜΠΕΙΡΙΕΣ ΚΑΙ ΙΔΕΕΣ. ΠΩΣ ΕΠΙΛΕΓΕΤΑΙ ΑΥΤΟΥΣ ΠΟΥ ΤΑΙΡΙΑΖΟΥΝ ΚΑΛΥΤΕΡΑ;**

**Αυτά είναι τα πιο σημαντικά βήματα, τα οποία θα σας βοηθήσουν με τις συνεντεύξεις!**

- Αφιερώστε τουλάχιστον **30 λεπτά** για κάθε συνέντευξη.
- Κάντε την **έρευνά** σας για τον υποψήφιο πριν φτάσουν.
- Έχετε **όλες τις πληροφορίες** σχετικά με τον υποψήφιο διαθέσιμες.
- Μάθετε **τι ψάχνετε** σε ένα πιθανό μέλος της ομάδας.
- Ακολουθήστε μια **συνεπή** δομή συνέντευξης.
- Κάντε τις **σωστές** ερωτήσεις.
- **Να είστε σαφείς** σχετικά με το τι θα απαιτήσει ο ρόλος και τι ψάχνετε.
- Καθορίστε πώς θα **αξιολογήσετε** κάθε υποψήφιο.

## ΘΥΜΗΘΕΙΤΕ!

Μερικές φορές θέλουμε πραγματικά να συνεργαστούμε με τους φίλους μας, αλλά να είστε σίγουροι, ότι **η φιλία είναι πολύ πιο σημαντική από τη δουλειά**. Ακόμη και ο καλύτερος φίλος σας πρέπει να συμμετέχει στη συνέντευξη, πρέπει να είστε αντικειμενικοί για να είστε πραγματικός ηγέτης.



## STEP 4:

### ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΟΜΑΔΑΣ ΚΑΙ ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΓΙΑ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

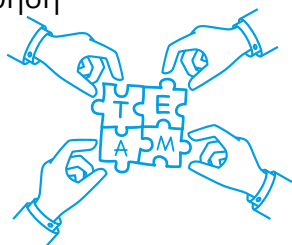
**ΓΙΑ ΝΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΗΣΕΙ ΜΙΑ ΟΜΑΔΑ, ΕΙΝΑΙ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ ΟΛΟΙ ΝΑ ΓΝΩΡΙΖΟΥΝ ΤΙ ΝΑ ΠΕΡΙΜΕΝΟΥΝ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΑΛΛΟΥΣ. ΑΥΤΟ ΑΠΑΙΤΕΙ ΟΜΑΔΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ!**

**Γιατί χρειαζόμαστε την ανάπτυξη μιας ομάδας;**

- Χτίζει εμπιστοσύνη
- Ρυθμίζει την επικοινωνία
- Αυξάνει την παραγωγικότητα
- Φέρνει τους ανθρώπους κοντά
- Προωθεί τη δημιουργικότητα και τη μάθηση
- Δημιουργεί υγιή ανταγωνισμό
- Κάνει τους ανθρώπους πιο αποδεκτούς
- Επιλύει εντάσεις και συγκρούσεις
- Τα μέλη της ομάδας μπορούν να αποκτήσουν δεξιότητες
- Βελτιώνει την κουλτούρα των ομάδων

Μερικές ιδέες για δραστηριότητες ανάπτυξης ομάδας:

<https://www.workamajig.com/blog/team-building-activities>



**"Η ΟΜΑΔΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ ΞΕΚΙΝΑ ΜΕ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗΣ. ΚΑΙ Ο ΜΟΝΟΣ ΤΡΟΠΟΣ ΓΙΑ ΝΑ ΤΟ ΚΑΝΟΥΜΕ ΑΥΤΟ ΕΙΝΑΙ ΝΑ ΞΕΠΕΡΑΣΟΥΜΕ ΤΗΝ ΑΝΑΓΚΗ ΓΙΑ ΤΟ ΑΤΡΩΤΟ." – PATRICK LENCIONI**

Είτε η ομάδα σας είναι νέα και άπειρη είτε μεγαλύτερη και πιο έμπειρη, είναι σημαντικό να συνειδητοποιήσετε ότι **όλοι χρειάζονται εμπιστοσύνη και ασφάλεια**. Για να κάνουμε ευχάριστη την εργασία σε μια ομάδα, πρέπει να επενδύσουμε στους ανθρώπους που εργάζονται εκεί.



## **ΒΗΜΑ 5:** **ΠΑΡΑΚΙΝΗΤΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ**

**Έχετε ήδη καταφέρει να δημιουργήσετε μια ομάδα. Αλλά θυμηθείτε ότι όλοι πρέπει να δουν το νόημα σε αυτό που κάνουν.**

**Ένα σύστημα κινήτρων μπορεί να βοηθήσει να διασφαλιστεί αυτό!**

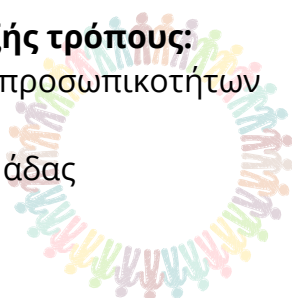
**Υπάρχουν δύο τύποι κινήτρων, τα οποία επηρεάζουν τους ανθρώπους:**

- **Εγγενή κίνητρα** - είναι ένα κίνητρο για συμμετοχή σε μια συγκεκριμένη δραστηριότητα που προέρχεται από την ευχαρίστηση στην ίδια τη δραστηριότητα (π. χ. ένα πραγματικό ενδιαφέρον για ένα θέμα που μελετάται) και όχι λόγω οποιωνδήποτε εξωτερικών οφελών που θα μπορούσαν να επιτευχθούν (π. χ. χρήματα, πιστώσεις μαθημάτων).
- **Εξωγενή κίνητρα** - είναι ένα εξωτερικό κίνητρο για συμμετοχή σε μια συγκεκριμένη δραστηριότητα, ειδικά κίνητρα που προκύπτουν από την προσδοκία τιμωρίας ή ανταμοιβής (π. χ. ολοκλήρωση μιας αντιπαθητικής αγωγείας σε αντάλλαγμα για πληρωμή).

**Αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο είναι τόσο σημαντικό να κατανοήσουμε τις ατομικές και ομαδικές πηγές κινήτρων.**

**Μπορείτε να το κάνετε αυτό με τους εξής τρόπους:**

- Κατανόηση των συγλ εργασίας ή των προσωπικοτήτων των ανθρώπων
- Ατομικές συνομιλίες με τα μέλη της ομάδας
- Συνεδρία καταγισμού ιδεών
- Ανώνυμη έρευνα







## **ΒΗΜΑ 6:** **ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΚΔΗΛΩΣΗΣ**

**ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ - ΕΙΝΑΙ ΕΝΑ ΑΠΟ ΤΑ ΠΙΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΑ ΜΕΡΗ ΟΠΟΙΟΥΔΗΠΟΤΕ ΕΡΓΟΥ. ΠΑΝΤΑ ΝΑ ΒΡΙΣΚΕΤΕ ΧΡΟΝΟ ΓΙΑ ΝΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΕΤΕ ΤΙΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΕΣ ΚΑΙ ΟΜΑΔΙΚΕΣ ΣΑΣ ΕΜΠΕΙΡΙΕΣ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΕΚΔΗΛΩΣΗ!**



### **Γιατί είναι σημαντικό;**

- Για να μάθετε από τα λάθη σας και να επισημάνετε τυχόν σημεία βελτίωσης
- Για να βρείτε πτυχές για την προσωπική σας ανάπτυξη
- Για να μοιραστείτε τα συναισθήματά σας και να έχετε ικανοποιητικό κλείσιμο

**Μερικές ερωτήσεις που θα σας βοηθήσουν να αξιολογήσετε προσωπικές και ομαδικές εμπειρίες:**

- Πώς αισθάνεστε μετά την εκδήλωση;
- Ποια δυνατά και αδύναμα σημεία έχετε παρατηρήσει τόσο από προσωπική όσο και από ομαδική άποψη;
- Τι θα κάνατε διαφορετικά την επόμενη φορά;
- Τι θα κρατήσετε την επόμενη φορά; Τι λειτούργησε καλύτερα;
- Το καλύτερο μάθημα που πήρατε κατά τη διάρκεια αυτής της εμπειρίας;
- Ποιο ήταν το πιο δύσκολο κομμάτι της διαδικασίας και ποιες ήταν οι καλύτερες στιγμές;

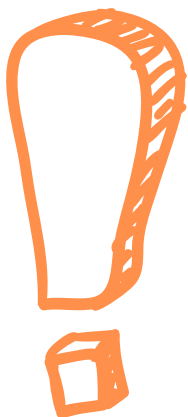
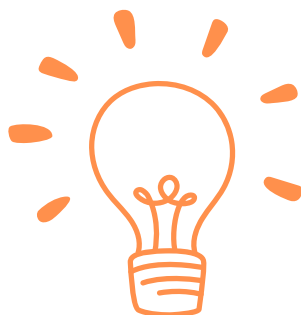
**ΘΑ ΚΑΛΥΨΟΥΜΕ ΑΥΤΗΝ ΤΗΝ ΕΝΝΟΙΑ ΣΕ ΕΠΟΜΕΝΗ ΕΝΟΤΗΤΑ**



5

## ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ. ΑΥΞΩΝΟΝΤΑΣ ΤΟ ΠΑΙΧΝΙΔΙ ΣΑΣ ΤΗΝ ΗΜΕΡΑ ΣΕ 6 ΒΗΜΑΤΑ

Η ΗΜΕΡΑ ΤΗΣ ΕΚΔΗΛΩΣΗΣ ΕΦΤΑΣΕ  
ΕΠΙΤΕΛΟΥΣ! ΚΑΙ ΤΩΡΑ ΤΙ;  
ΤΗΝ ΗΜΕΡΑ ΤΗΣ ΕΚΔΗΛΩΣΗΣ,  
ΥΠΑΡΧΟΥΝ ΠΟΛΛΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ  
ΠΟΥ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΛΗΦΘΟΥΝ  
ΥΠΟΨΗ ΓΙΑ ΝΑ ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΤΕΙ ΟΤΙ  
ΟΛΑ ΘΑ ΚΥΛΗΣΟΥΝ ΟΜΑΛΑ.



ΕΙΝΑΙ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ ΝΑ ΕΙΣΤΕ  
ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΜΕΝΟΙ ΓΙΑ ΟΤΙΔΗΠΟΤΕ ΜΠΟΡΕΙ  
ΝΑ ΠΡΟΚΥΨΕΙ.

ΣΕ ΑΥΤΗ ΤΗΝ ΕΝΟΤΗΤΑ, ΘΑ ΣΑΣ ΔΩΣΟΥΜΕ  
ΕΝΑΝ ΚΑΤΑΛΟΓΟ ΕΞΙ ΒΑΣΙΚΩΝ ΒΗΜΑΤΩΝ,  
ΚΑΘΩΣ ΚΑΙ ΠΡΟΣΘΕΤΕΣ ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ, ΓΙΑ ΝΑ  
ΣΑΣ ΒΟΗΘΗΣΟΥΜΕ ΝΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΤΕΙΤΕ ΚΑΙ ΝΑ  
ΕΚΤΕΛΕΣΕΤΕ ΜΕ ΕΠΙΤΥΧΙΑ ΤΗΝ ΕΚΔΗΛΩΣΗ ΣΑΣ.



## **ΒΗΜΑ 1:**

### **ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΤΕ ΕΝΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΚΑΙ ΕΛΕΓΞΕΤΕ ΤΟΝ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟ ΣΑΣ**



#### **Προετοιμάστε ένα πρόγραμμα:**

Η δημιουργία ενός λεπτομερούς προγράμματος εκδηλώσεων, ωρών και τοποθεσιών μπορεί να βοηθήσει στην ομαλή διεξαγωγή της ημέρας και να διασφαλίσει ότι όλοι βρίσκονται στην ίδια σελίδα.

#### **Ελέγξτε τον εξοπλισμό:**

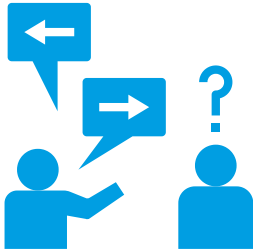
Η διασφάλιση της σωστής λειτουργίας όλου του εξοπλισμού και η άμεση διαθεσιμότητα εφεδρικών επιλογών μπορεί να συμβάλει στην ελαχιστοποίηση των διαταραχών κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης.





## **ΒΗΜΑ 2:**

### **ΝΑ ΠΑΡΕΧΕΤΕ ΚΑΤΑΛΛΗΛΗ ΚΑΘΟΔΗΓΗΣΗ ΚΑΙ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΣΤΑ ΜΕΛΗ ΤΗΣ ΟΜΑΔΑΣ ΚΑΙ ΣΤΟΥΣ ΕΘΕΛΟΝΤΕΣ**



#### **Παρέχετε σαφείς ρόλους και αρμοδιότητες:**

Η σαφής κοινοποίηση των ρόλων και των αρμοδιοτήτων μπορεί να συμβάλει στην ελαχιστοποίηση της σύγχυσης και να διασφαλίσει ότι όλοι γνωρίζουν τι αναμένεται από αυτούς.

#### **Προσφέρετε υποστήριξη και πόρους:**

Βεβαιωθείτε ότι όλοι έχουν πρόσβαση σε όλους τους απαραίτητους πόρους και υποστήριξη καθ' όλη τη διάρκεια της εκδήλωσης.





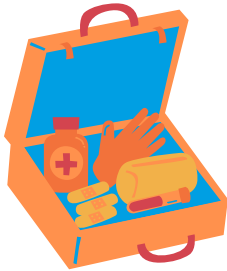
## **ΒΗΜΑ 3:**

### **ΕΣΤΙΑΣΤΕ ΣΤΗΝ ΑΣΦΑΛΕΙΑ**

Στην ιδανική περίπτωση, στην εκδήλωσή σας, όλα θα κυλήσουν ομαλά. Ωστόσο, πρέπει να είστε πάντα προετοιμασμένοι. Η εστίαση στην ασφάλεια αποτελεί βασικό μέρος της διαχείρισης εκδηλώσεων. Ακολουθούν μερικές συμβουλές:

#### **Αναπτύξτε ένα ολοκληρωμένο σχέδιο ασφάλειας:**

Καθορίστε διαδικασίες έκτακτης ανάγκης και διαδικασίες για την αντιμετώπιση διαφόρων τύπων έκτακτης ανάγκης.

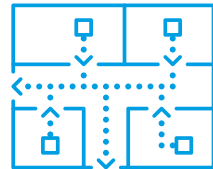


#### **Να υπάρχουν σταθμοί πρώτων βοηθειών:**

Η παροχή σταθμών πρώτων βοηθειών με εκπαιδευμένο προσωπικό μπορεί να βοηθήσει να διασφαλιστεί ότι οι συμμετέχοντες και οι εθελοντές έχουν πρόσβαση σε άμεση ιατρική φροντίδα σε περίπτωση έκτακτης ανάγκης.



#### **Να έχετε σαφές σχέδιο εκκένωσης.**



#### **Εκπαιδεύστε το προσωπικό και τους εθελοντές στις διαδικασίες ασφαλείας.**

Βεβαιωθείτε ότι όλοι γνωρίζουν τι πρέπει να κάνουν και σε ποιον πρέπει να απευθυνθούν σε περίπτωση έκτακτης ανάγκης.



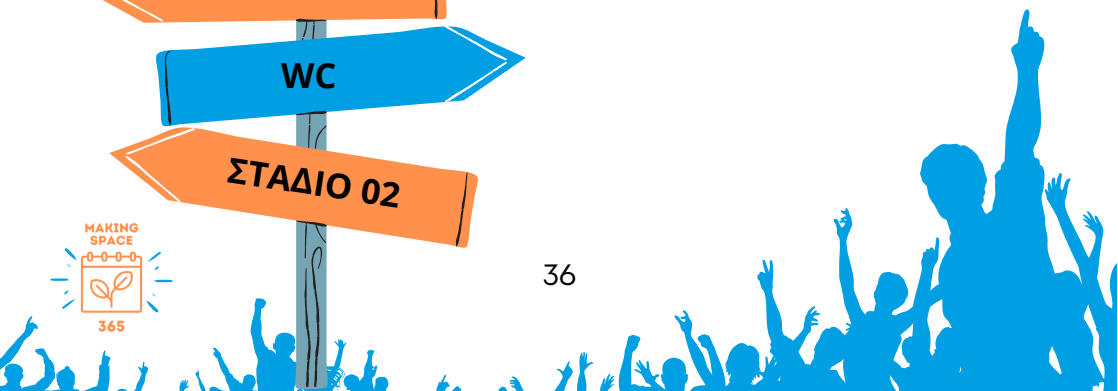
## **ΒΗΜΑ 4:** **ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΟΥ ΕΛΕΓΧΟΥ ΤΟΥ ΠΛΗΘΟΥΣ**

Βεβαιωθείτε ότι οι παρευρισκόμενοι καθοδηγούνται και κατευθύνονται εκεί που πρέπει να βρίσκονται και ότι οι **έξοδοι κινδύνου** είναι σαφώς σημειωμένες και προσβάσιμες.



**Αναθέστε σε κάποιους εθελοντές** να βοηθήσουν στην καθοδήγηση των συμμετεχόντων.

**Τοποθετήστε πινακίδες** με τα διάφορα τμήματα (π.χ. Στάδιο 01, στάδιο 02, μπαρ, τουαλέτες, εστιατόριο κ. λπ. )





## **ΒΗΜΑ 5: ΝΑ ΕΙΣΤΕ ΕΥΕΛΙΚΤΟΙ**

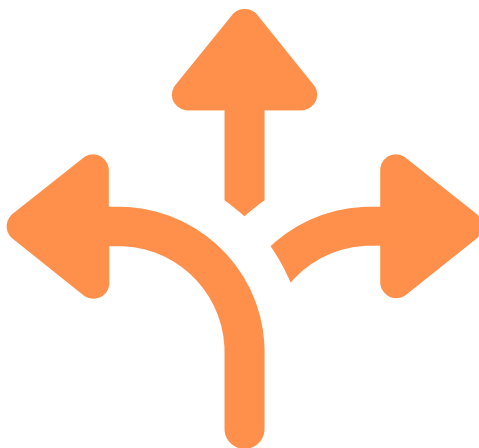
Υπάρχουν πολλά πράγματα που μπορεί να μην εξελιχθούν σύμφωνα με το σχέδιο κατά τη διάρκεια μιας εκδήλωσης.

## **ΜΗΝ ΠΑΝΙΚΟΒΑΛΛΕΣΤΕ!**

**Περιμένετε το απροσδόκητο** και να είστε προετοιμασμένοι να προσαρμόσετε τα σχέδιά σας αν χρειαστεί. Μείνετε ήρεμοι, συγκεντρωμένοι και να είστε έτοιμοι να αντιμετωπίσετε τυχόν προβλήματα που μπορεί να προκύψουν.

### **Ετοομαστείτε για τα απρόβλεπτα:**

Διαθέστε ένα σχέδιο έκτακτης ανάγκης σε περίπτωση που κάτι πάει στραβά. Αυτό μπορεί να συμβάλει στην ελαχιστοποίηση των διαταραχών και να διασφαλίσει την ομαλή διεξαγωγή της εκδήλωσης.





## ΒΗΜΑ 6: ΔΕΙΞΤΕ ΕΚΤΙΜΗΣΗ

**Δείχνοντας εκτίμηση και ευγνωμοσύνη** στα μέλη της ομάδας, στους εθελοντές, στους συμμετέχοντες, στους υποστηρικτές και σε άλλους ενδιαφερόμενους, μπορείτε να βοηθήσετε στη δημιουργία ηθικού και να εξασφαλίσετε τη συνεχή συμμετοχή τους σε μελλοντικές εκδηλώσεις. Αυτό μπορεί να βοηθήσει στη **δημιουργία μιας υποστηρικτικής και θετικής ατμόσφαιρας** που συμβάλλει στη συνολική επιτυχία της εκδήλωσής σας.

Ακολουθεί ένας κατάλογος με πράγματα που μπορείτε να κάνετε για να δείξετε την **εκτίμησή** σας:

- Αναγνωρίστε τις προσπάθειές τους.
- Παρέχετε αναγνώριση (βραβεία, πιστοποιητικά κ.λπ.).
- Δημιουργήστε μια θετική ατμόσφαιρα.
- Παρέχετε ενημέρωση.
- Δείξτε ευγνωμοσύνη.





# ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

Η ημέρα της εκδήλωσής σας είναι μια συναρπαστική αλλά και δυνητικά αγχωτική στιγμή. Ακολουθώντας τα βήματα και τις συμβουλές που περιγράφονται σε αυτή την ενότητα, μπορείτε να ελαχιστοποιήσετε τις διαταραχές, να διασφαλίσετε την ομαλή διεξαγωγή της εκδήλωσής σας και να δημιουργήσετε μια επιτυχημένη και αξέχαστη εμπειρία για τους συμμετέχοντες.

Με την προετοιμασία, την οργάνωση και την εστίαση στις ανάγκες των εθελοντών και των συμμετεχόντων, μπορείτε να πραγματοποιήσετε με επιτυχία την εκδήλωσή σας και να επιτύχετε τους στόχους σας.

Θυμηθείτε να αξιολογήσετε την εκδήλωση μετά το τέλος της και να χρησιμοποιήσετε τα σχόλια που θα λάβετε για να κάνετε βελτιώσεις για μελλοντικές εκδηλώσεις.

**Καλή τύχη, και να έχετε μια επιτυχημένη εκδήλωση!**



6

## ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΚΙΝΔΥΝΩΝ, ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΚΑΙ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΑΝΑΣΤΟΧΑΣΜΟΙ ΚΑΙ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ!

Στον κλάδο των εκδηλώσεων, υπάρχουν πάντα πολλά κινούμενα μέρη ανά πάσα στιγμή, με πλήθος άγνωστων παραγόντων για τους οποίους οι επαγγελματίες των εκδηλώσεων πρέπει να προετοιμάζονται.

Ο αναστοχασμός σας επιτρέπει να εντοπίζετε και να εκτιμάτε τις θετικές εμπειρίες και να εντοπίζετε καλύτερα τους τρόπους με τους οποίους μπορείτε να βελτιώσετε την πρακτική σας και την παροχή υπηρεσιών.





## **ΒΗΜΑ 1:**

### **ΤΙ ΕΙΝΑΙ Η ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΚΔΗΛΩΣΗ ΚΑΙ ΠΟΙΟΣ Ο ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ**

Ο απολογισμός μιας εκδήλωσης είναι η ευκαιρία να αξιολογηθεί η πορεία μιας εκδήλωσης και να συγκεντρωθούν σχόλια σχετικά με τυχόν προβλήματα, κινδύνους και διδάγματα.

Θα πρέπει να είναι μια συνάντηση με την ομάδα που θα παρέχει την ευκαιρία να συζητηθεί το γεγονός. Οι ερωτήσεις που θα καλύψουμε στη συνέχεια, μπορεί να είναι τα κυριότερα σημεία, οι παραλείψεις και τυχόν ευκαιρίες μάθησης.

Θα πρέπει να είναι μια **χαλαρή συζήτηση** μεταξύ συναδέλφων και όχι μια τυπική συνάντηση, αλλά να τηρείτε μια ατζέντα και μια σειρά ερωτήσεων!

**ΤΙ ΠΗΓΕ ΚΑΛΑ, ΤΙ ΘΑ ΜΠΟΡΟΥΣΕ  
ΝΑ ΕΙΧΕ ΠΑΕΙ ΚΑΛΥΤΕΡΑ,  
ΙΔΙΑΙΤΕΡΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΑ ΣΗΜΕΙΑ,  
ΠΑΡΑΛΛΕΙΨΕΙΣ ΚΑΙ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ  
ΜΑΘΗΣΗΣ**

**ΜΙΑ ΕΚΔΗΛΩΣΗ ΔΕΝ ΕΧΕΙ  
ΤΕΛΕΙΩΣΕΙ ΜΕΧΡΙ ΝΑ ΤΕΛΕΙΩΣΕΙ!**



## **ΒΗΜΑ 2:**

**ΤΙ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΚΑΝΩ;**

**ΥΠΗΡΞΑΝ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΠΟΥ  
ΔΕΝ ΗΤΑΝ ΥΠΟ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ  
ΜΑΣ;**

**ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΘΗΚΑΜΕ ΣΤΙΣ  
ΠΡΟΣΔΟΚΙΕΣ ΤΟΥ ΑΚΡΟΑΤΗΡΙΟΥ; ΤΙΣ  
ΞΕΠΕΡΑΣΑΜΕ;**

**ΠΑΡΑΔΩΣΑΜΕ ΑΥΤΟ ΠΟΥ  
ΥΠΟΣΧΕΘΗΚΑΜΕ;**

**ΤΙ ΠΗΓΕ ΚΑΛΑ; ΠΟΙΕΣ ΗΤΑΝ  
ΜΕΡΙΚΕΣ ΣΤΙΓΜΕΣ-ΚΛΕΙΔΙΑ;**

**ΠΕΤΥΑΜΕ ΤΟΝ ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟ  
ΜΑΣ; ΜΗΠΩΣ ΤΟΝ ΞΕΠΕΡΑΣΑΜΕ;**

**ΥΠΗΡΧΑΝ ΤΟΜΕΙΣ ΠΟΥ ΑΠΑΙΤΟΥΣΑΝ  
ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ ΧΡΟΝΟ;**

**ΠΑΡΕΔΩΣΕ ΤΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΤΑ ΑΝΑΜΕΝΟΜΕΝΑ;**

**ΥΠΗΡΧΑΝ ΣΗΜΑΝΤΙΚΑ ΖΗΤΗΜΑΤΑ  
ΜΕ ΤΟΥΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ Ή ΤΟΥΣ  
ΠΑΡΟΧΟΥΣ;**



## ΒΗΜΑ 3:

### ΣΚΕΦΤΕΙΤΕ ΤΟΥΣ ΣΤΟΧΟΥΣ ΤΗΣ ΕΚΔΗΛΩΣΗΣ ΣΑΣ

Το πρώτο βήμα στο σχεδιασμό μιας εκδήλωσης είναι να **διατυπώσετε**, αν δεν το έχετε ήδη κάνει, το στρατηγικό στόχο του οργανισμού και να επιβεβαιώσετε ότι η προγραμματισμένη εκδήλωση εντάσσεται σε αυτόν.

Αποτελεσματικός σχεδιασμός σημαίνει ότι θα γνωρίζετε εκ των προτέρων τι θέλετε να επιτύχετε, όχι μόνο στην προοπτική της συγκεκριμένης εκδήλωσης, αλλά και στη **μακροπρόθεσμη προοπτική** του οργανισμού σας. Η διαδικασία αυτή απαιτεί να είναι όλοι **ξεκάθαροι σχετικά με τους πραγματικούς στόχους** της εκδήλωσης, ώστε να **μεγιστοποιηθεί η δυναμική** της και να διασφαλιστεί μια ανοιχτή και ειλικρινής συζήτηση.

### Ο ΣΤΟΧΟΣ ΤΗΣ ΕΚΔΗΛΩΣΗΣ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΕΞΥΠΗΡΕΤΕΙ ΤΟΝ ΚΥΡΙΟ ΣΤΟΧΟ ΣΑΣ - ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΑ, ΓΙΑΤΙ ΝΑ ΟΡΓΑΝΩΣΕΤΕ ΜΙΑ ΕΚΔΗΛΩΣΗ;

**Μερικές ερωτήσεις που θα σας βοηθήσουν να αξιολογήσετε τους προσωπικούς και ομαδικούς στόχους για να κάνετε την εκδήλωσή σας επιτυχημένη:**

Γιατί διοργανώνετε αυτή την εκδήλωση;

Τι θέλετε να επιτύχετε;

Ποιον θέλετε να προσεγγίσετε;

Έχετε τον προϋπολογισμό και τους πόρους;

Ποιος μπορεί να σας βοηθήσει να επιτύχετε τους στόχους σας;

Έχετε μια ομάδα για να σας βοηθήσει;

**ΓΙΟΡΤΑΣΤΕ  
ΤΙΣ ΝΙΚΕΣ ΚΑΙ  
ΚΑΤΑΓΡΑΨΤΕ  
ΤΙΣ ΓΙΑ  
ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ  
ΧΡΗΣΗ**



## ΒΗΜΑ 4:

### ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ! ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ!

**Μη φοβάστε να ρωτήσετε** τους καλεσμένους της εκδήλωσής σας τι πραγματικά σκέφτονται την ημέρα της εκδήλωσης. Θα μπορούσατε να τους ρωτήσετε απευθείας και να σημειώσετε τα σχόλιά τους με οποιοδήποτε μέσο.

Αλλά ένας πιο διασκεδαστικός τρόπος για να λάβετε ανατροφοδότηση κατά τη διάρκεια της ημέρας είναι να το κάνετε μέρος της εκδήλωσης. Θα μπορούσατε, για παράδειγμα, να προσφέρετε στους επισκέπτες ένα βραβείο αν αφήσουν σχόλια στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης! Έχετε έναν περιπλανώμενο δημοσιογράφο ή έναν vox pop. Χρησιμοποιήστε έναν τοίχο στο Twitter ή το Facebook live ή το Instagram!



Live Social Media



Roaming Interview



Post event survey



Personal Follow up



Competition

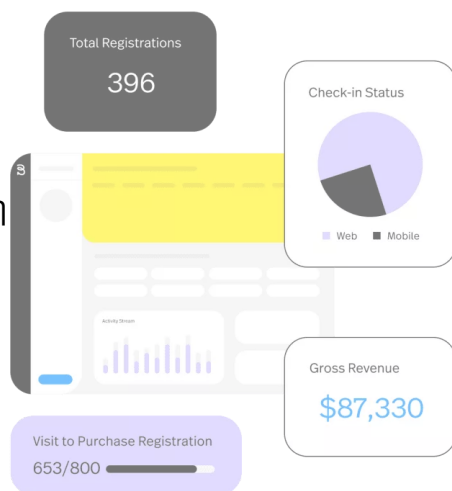


## ΒΗΜΑ 5:

### Συμμετοχή του κοινού 101

Η εμπλοκή του κοινού μετρά τον τρόπο με τον οποίο οι συμμετέχοντες συμμετείχαν στην εκδήλωσή σας και πόσο ευχαριστημένοι ήταν από την εμπειρία. Ανάλογα με τον τύπο της εκδήλωσης που διοργανώνετε, μπορείτε να μετρήσετε τη δέσμευση με τα εξής:

- Συμμετοχή σε συνεδρίες
- Διάρκεια παρακολούθησης της συνεδρίας
- Κρατήσεις συνεδριάσεων
- Συμμετοχή σε συνεδριάσεις
- Συμμετοχή στη δημοσκόπηση
- Αντιδράσεις συνομιλίας (emojis)
- Συνδέσεις
- Κοινωνικά μερίδια
- Συμμετοχή σε συνομιλία
- Υιοθέτηση εφαρμογών εκδηλώσεων
- Έρευνες ικανοποίησης



**"ΑΝ ΘΕΛΕΙΣ ΝΑ ΕΙΣΑΙ ΣΠΟΥΔΑΙΟΣ ΣΤΗΝ ΕΜΠΕΙΡΙΑ, ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΕΙΣΑΙ ΣΠΟΥΔΑΙΟΣ ΣΤΟ ΚΟΙΝΟ - ΚΑΙ ΑΥΤΟ ΣΗΜΑΙΝΕΙ ΝΑ ΚΑΤΑΝΟΕΙΣ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΑ ΤΟ ΚΟΙΝΟ"**

**ERIN MCELROY - ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ, ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ & ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ, IBM**



## ΒΗΜΑ 6:

### ΓΙΝΕΤΕ ΕΞΥΠΝΟΙ, ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΤΕ ΕΞΥΠΝΟΥΣ ΣΤΟΧΟΥΣ

Κατά τη διοργάνωση εκδηλώσεων, αξίζει να εργάζεστε με στόχους SMART. Οι στόχοι **SMART** είναι **συγκεκριμένοι, μετρήσιμοι, εφικτοί, ρεαλιστικοί και περιορισμένοι χρονικά**. Σκεφτείτε αν οι στόχοι σας είναι ρεαλιστικοί και εφικτοί. Βεβαιωθείτε ότι ο στόχος της εκδήλωσής σας πληροί τα κριτήρια **SMART**:

#### SPECIFIC

Όσο πιο συγκεκριμένοι μπορείτε να γίνετε, τόσο ακριβέστερα θα μπορείτε να αξιολογήσετε την εκδήλωσή σας. Ένας συγκεκριμένος στόχος είναι επίσης ευκολότερο να μεταφερθεί στην ομάδα σας.

#### MEASURABLE

Είναι πολύ χρήσιμο αν μπορείτε να ποσοτικοποιήσετε την επιτυχία σας και να την αριθμήσετε. Αυτός ο αριθμός μπορεί να είναι οι πωλήσεις εισιτηρίων, τα χρήματα που συγκεντρώθηκαν ή η συμμετοχή στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

#### ACHIEVABLE

Κάθε στόχος θα πρέπει να ανατεθεί σε ένα άτομο ή μια ομάδα. Με αυτόν τον τρόπο, θα γνωρίζετε ποιος είναι τελικά υπεύθυνος για την επίτευξη του συγκεκριμένου στόχου.

#### REALISTIC

Ίσως το πιο σημαντικό, οι στόχοι σας πρέπει να είναι ρεαλιστικοί. Αν δεν θέσετε ρεαλιστικούς στόχους, το μόνο που θα πετύχετε θα είναι η αποτυχία της εκδήλωσής σας στο σύνολό της.

#### TIME BOUND

Τέλος, θα πρέπει να προσδιορίσετε το χρονικό πλαίσιο εντός του οποίου θα επιτύχετε τους στόχους σας. Αυτό μπορεί να είναι μήνες, εβδομάδες ή ημέρες, ανάλογα με το μέγεθος της εκδήλωσής σας.



## **ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ, ΑΞΙΖΕΙ ΝΑ ΕΡΓΑΖΕΣΤΕ ΜΕ SMART ΣΤΟΧΟΥΣ. ΤΙ ΣΗΜΑΙΝΕΙ ΑΥΤΟ;**

Οι στόχοι SMART είναι συγκεκριμένοι, μετρήσιμοι, εφικτοί, ρεαλιστικοί και περιορισμένοι χρονικά. Σκεφτείτε αν οι στόχοι σας είναι ρεαλιστικοί και εφικτοί. Ανεξάρτητα από την εκδήλωση που διοργανώνετε, βεβαιωθείτε ότι ο στόχος της εκδήλωσής σας πληροί τα κριτήρια SMART - εδώ είναι **4 SMART Στόχοι**:

**ΑΥΞΗΣΗ ΤΟΥ ΑΡΙΘΜΟΥ ΤΩΝ ΝΕΩΝ  
ΑΚΤΙΒΙΣΤΩΝ ΦΕΤΟΣ**

**ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΟΥ ΑΡΙΘΜΟΥ ΤΩΝ ΕΘΕΛΟΝΤΩΝ  
ΠΡΙΝ ΤΟ ΚΑΛΟΚΑΙΡΙ**

**ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ ΤΟΠΙΚΗΣ ΑΛΛΑΓΗΣ ΧΥΖ ΠΡΙΝ  
ΤΟ ΚΑΛΟΚΑΙΡΙ**

**ΠΡΟΣΚΑΛΕΣΤΕ 20 ΥΠΕΥΘΥΝΟΥΣ ΧΑΡΑΞΗΣ  
ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΣΤΗΝ ΕΠΟΜΕΝΗ ΕΚΔΗΛΩΣΗ**

# ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

Η **διαχείριση των κινδύνων** και ο προβληματισμός αποτελούν βασικές πτυχές της διαχείρισης έργων και εκδηλώσεων. Ορίζουμε τον **Κίνδυνο** ως οποιαδήποτε ανεπιθύμητη κατάσταση που μπορεί να οδηγήσει σε αποτυχία ενός γεγονότος και τον **Αναστοχασμό** ως την εξέταση του τι συνέβη, καλό ή κακό. Ενώ υπάρχουν πολλά είδη κινδύνων, όπως κοινωνικοί, πολιτικοί, πολιτιστικοί ή οικονομικοί, και όλοι πρέπει να λαμβάνονται υπόψη.

Η διαχείριση κινδύνων επιδιώκει να εντοπίσει **όλους τους πιθανούς κινδύνους** που μπορεί να προκύψουν από ένα γεγονός και στη συνέχεια να αναπτύξει μέτρα για τη μείωση ή τον μετριασμό των εντοπισμένων κινδύνων. Αν συμβούν πράγματα, τότε αυτά μπορούν επίσης να αντανακλώνται - **μετά το συμβάν**.

Κατά τον προγραμματισμό δημιουργικών εκδηλώσεων και ως επιχειρηματίας, θα δείτε ότι υπάρχουν **πολλά κινούμενα μέρη** κατά καιρούς, με πλήθος αγνώστων που πρέπει να γνωρίζετε και να προετοιμάζεστε. Η **προετοιμασία** και η ικανότητα αντιμετώπισης των προβλημάτων έρχεται συχνά με την εμπειρία και τον προβληματισμό μετά από προηγούμενα γεγονότα.

Με τον καθορισμό της διαχείρισης κινδύνων για την εκδήλωσή σας, **η επιτυχία γίνεται πιο πιθανή** με την ελαχιστοποίηση και την εξάλειψη των κινδύνων και την εκπλήρωση των στοχευμένων στόχων σας, αλλά ο προβληματισμός εξακολουθεί να είναι απαραίτητος. Όταν δεν υπάρχουν στρατηγικές διαχείρισης κινδύνων, οι εκδηλώσεις είναι ευάλωτες και εκτεθειμένες σε προβλήματα.

# MAKING SPACE



365



With the support of the Erasmus+ Programme of the European Union

This publication has been produced with the support of the Erasmus+ Programme of the European Union. The contents of this publication are the sole responsibility of the Making Space project consortium and can in no way be taken to reflect the views of the NA and the Commission

2020-1-PT02-KA227-YOU-007635