

MAKING SPACE 365

Pilietinio
aktyvumo ir
kūrybiškumo
renginių
vadovas
jaunimui



JAUNŲ ŽMONIŲ
POTENCIALO
DIDINIMAS PER
KŪRYBINĮ IR
KULTŪRINĮ
VERSLUMĄ
BENDRUOMENĖJE



2020-1-PT02-KA227-YOU-007635



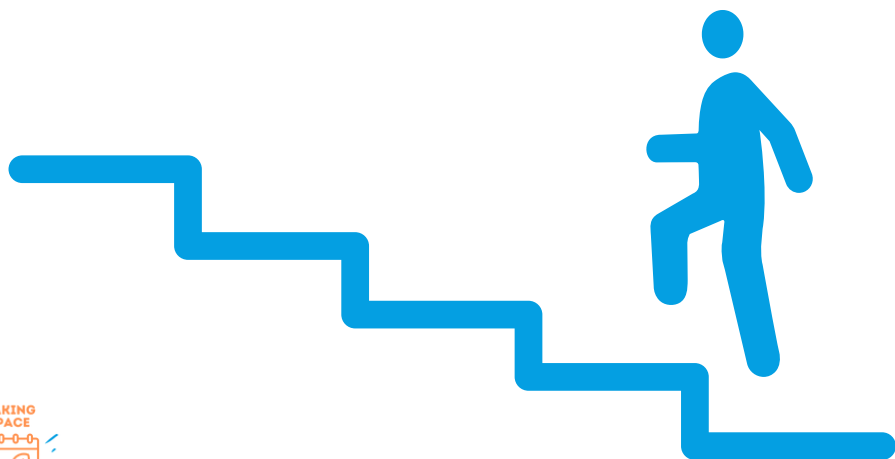
MAKING SPACE 365

PILIETINIO AKTYVUMO IR KŪRYBIŠKUMO RENGINIŲ VADOVAS

Įvadas

1 dalis - Renginio idėja ir planavimas	1
2 dalis - Biudžeto sudarymas ir finansavimas	2
3 dalis - Rinkodara ir sudominimas	10
4 dalis - Žmogiškieji ištekliai	19
5 dalis - Renginio įgyvendinimas	25
6 dalis - Rizikos valdymas, įvertinimas ir tolesni veiksmai	32
	40
	48

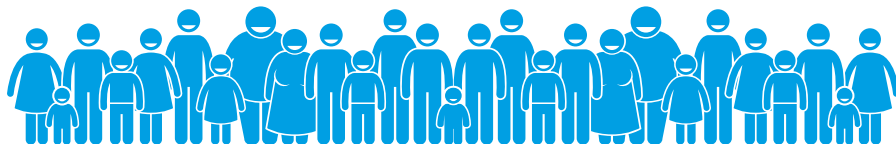
Išvados



SVEIKI!

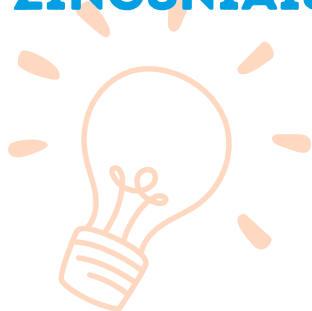
Apie Pilietinio aktyvumo ir kūrybiško renginių vadovą jaunimui „Making Space 365“ (liet. *kurkime erdvę 365*).

Pilietinė veikla skatina gyvenimo kokybę bendruomenėje. Tai žinių, įgūdžių, vertybių ugdymas ir motyvacija keistis. Pilietinis aktyvumas ir pilietinė veikla gali pasireikšti per savanorišką veiklą siekiant padėti bendruomenei renkant lėšas geram tikslui pasiekti. Tokia veikla reikšmingai prisideda prie to, kaip žmonės mokosi bendrauti su savo bendruomene ir ugdo įgūdžius, vertybes bei įgalinimo jausmą, kad taptų aktyviais piliečiais. Imdamiesi pilietinių veiksmų žmonės gali sustiprinti savo kūrybiškumą ir novatoriškumą bei turėti unikalią galimybę ugdyti įgūdžius ir kompetencijas, kurios padėtų jiems užimti tvirtą poziciją darbo rinkoje. Šiame vadove bus pateikta esminė informacija, patarimai ir rekomendacijos, kuriomis galėsite sėkmingai įgyvendinti visus pagrindinius kūrybiškumo ir pilietinio aktyvumo jaunimo renginių planavimo etapus – nuo renginio idėjos iki įgyvendinimo, vertinimo ir tolesnių veiksmų.



1

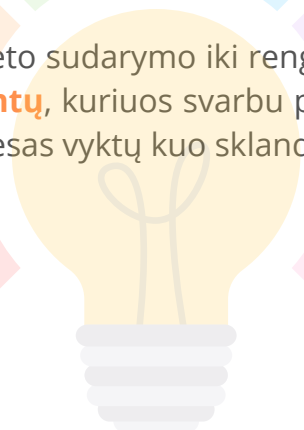
RENGINIO IDĖJA IR PLANAVIMAS. SKIRTINGAS MĄSTYMAS, IDĖJOS IR ĮTRAUKIMAS 6 ŽINGSNIAIS



Nesvarbu, ar organizuojate nedidelį susitikimą, ar organizuojate didelę konferenciją, renginio planavimas yra svarbi užduotis.

Kiekvienas renginys, nesvarbu ar paprastas, ar sudėtingas, reikalauja **detalaus planavimo ir organizavimo**.

Nuo tikslaus biudžeto sudarymo iki renginio reklamos – yra **keletas komponentų**, kuriuos svarbu pradėti svarstyti kuo anksčiau, kad procesas vyktų kuo sklandžiau.





1. ŽINGSNIS:

ATKREIPKITE DĖMESĮ IR APIBRĖŽKITE SAVO TIKSLUS

Kiekvienam sėkmingam renginiui reikia **turėti aiškų planą/tikslą**. Jūs **užduosite klausimus, kurie suteiks aiškias gaires**, ko organizatoriams reikia, kad renginiai būtų sėkmingi. Tokie klausimai kaip:

- **Renginių organizavimo priežastys**
- **Renginio lūkesčiai**
- **Renginio sėkmės matavimas**
- **Ar dalyvauja visos suinteresuotosios šalys**

Pirminė renginio informacija:

- **Data (-os)**
- **Dalyviai**
- **Vieta**
- **Renginio tipas**

Apibrėžę savo tikslus ir preliminarią renginio apimtį, galėsite suplanuoti renginį bei pasitelkti lyderystę.



2. ŽINGSNIS:

SUBURKITE IR VALDYKITE SAVO KOMANDĄ

Turite kviesti žmones į savo komandą ir priskirti jiems vaidmenis bei pareigas. Turite įsitikinti, kad visi komandos nariai supranta, kas vyksta. Būtų geriausia, jei turėtumėte gerai parengtą planą ir žinotumėte savo komandos lūkesčius. **Kiekvienas asmuo turi žinoti, kada ir ką veiks renginio metu.**

Vaidmenų paskirstymo pavyzdys:

- **Projekto vadovas**
- **Projektavimas**
- **Renginio vieta**
- **Planavimas**
- **Kūrybinis dizainas**
- **Rinkodara ir komunikacija**
- **Išankstinė registracija ir registracija renginio metu**
- **Rėmėjai**





3. ŽINGSNIS: SUDARYKITE RENGINIO BIUDŽETĄ

Paskyrus vaidmenis ir pareigas, kitas svarbus ir svarbus žingsnis yra „**Biudžetas**“.

Ar turite komandos narį, kuris gerai skaičiuoja ir gali dirbti su pinigais?

Galite ieškoti **rėmėjų ir kitų pajamų šaltinių**, kurie padėtų padengti renginio išlaidas.

Biudžeto sudarymas yra esminis **ankstyvojo renginių planavimo žingsnis**, padedantis išsiaiškinti kitus plano aspektus.

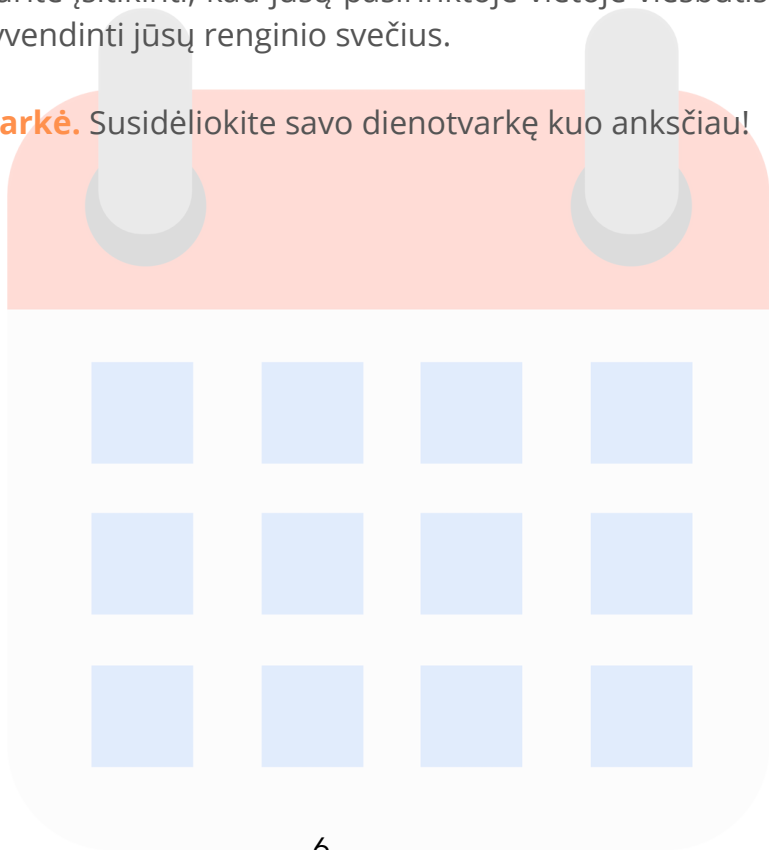
4. ŽINGSNIS: **UŽTIKRINKITE LOGISTIKĄ**

Data. Apsvarstykite daugybę veiksnių, kai rinksitės renginio datą, pvz., mokyklos kalendorių, atostogas, konkurenciją dėl komercinių renginių ir kt.

Laikas. Kaip galite padidinti dalyvių skaičių?

Vieta. Turite įsitikinti, kad jūsų pasirinktoje vietoje viešbutis gali apgyvendinti jūsų renginio svečius.

Dienotvarkė. Susidėliokite savo dienotvarkę kuo anksčiau!



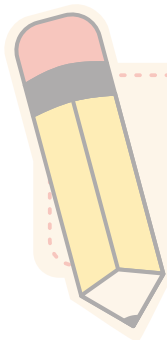


5. ŽINGSNIS:

SUKURKITE RENGINIO PREKĖS ŽENKLĄ IR REKLAMĄ

Kalbant apie renginio prekės ženklo kūrimą, svarbūs tokie elementai:

- Renginio pavadinimas. Pirmas svarbus žingsnis. Jūsų renginio pavadinimas yra pirmas dalykas, kurį dalyviai pamatys, jis turi atspindėti jūsų renginio viziją.
- Tema. Vien pavadinimas negali papasakoti visos istorijos. Dažnai sugalvojama tema, susijusi su renginiu.
- Logotipas, spalvos, tipografija. Visuose rinkodaros sąlyčio taškuose turėtų būti nuoseklumas.
- Vietos dekoras, el. paštas, iškabos ir kt. Nors kiekvienas prekės ženklas neturi būti per didelis. Atskiri elementai turėtų būti susiję, kad atspindėtų jūsų pasakojamą istoriją.

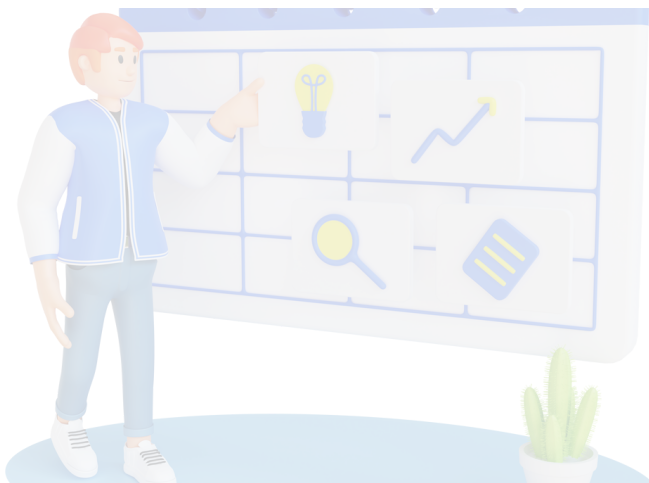


Kas slypi pavadinime?

6 ŽINGSNIS: **SUDARYKITE PLANĄ KIEKVIENAI PROBLEMAI SPRĘSTI**

Bendrajame plane turėtų būti šie elementai:

- Renginio vieta, logistika ir maitinimas;
- Grupės, didžėjai, pranešėjai ir pramogų valdymas;
- Numatomas kiekvieno įvykio laikas;
- Informaciniai ženklai ir jų įrengimas;
- Naujų ir esamų prekyautojų kontaktinė informacija;
- Projektavimas, pramogos ir užsiėmimai;
- Viešinimo planas.



APIBENDRINIMAS

Taip, renginių planavimas gali būti gana įtemptas ir atimti daug energijos bei daug kainuoti, ypač kai jis netinkamai suplanuotas. **Todėl gerai organizuotas renginys lemia sėkmingą įgyvendinimą.**

Renginys visada kyla iš specifinio tikslo, kuris turi būti nepakitęs planavimo etapuose.

Daugelis specialistų prašytų renginių planuotojų pagalvoti apie paskutinį renginį, kuriame jie dalyvavo, kokius tikslus išsikėlė šis renginys ir kiek daug jiems pavyko pasiekti šiuo renginiu.

Tai tik rodo pirmojo žingsnio iš šešių žingsnių svarbą, kurio turi būti tinkamai laikomasi.



2

BIUDŽETO SUDARYMAS IR FINANSAVIMAS.

NUO NULIO IKI HEROJAUS 6 ŽINGSNIAIS

JŪSŲ RENGINIO
FINANSAVIMAS GALI
ATRODYTI KAIP IŠŠŪKIS.
ATLIKITE ŠEŠIS MŪSŲ
ŽINGSNIUS, KAD
SUŽINOTUMĖTE APIE
SKIRTINGUS IŠLAIDŲ
PADENGIMO BŪDUS,

ČIA RASITE GERO PROJEKTO YPATYBES,
PATARIMUS, KAIP ATLIKTI MAINUS,
PATARIMUS, KAIP PRITRAUKTI LĖŠŲ IR
PASITELKTI SOCIALINĮ FINANSAVIMĄ,
ESMINĖS INFORMACIJOS APIE
DOTACIJŲ PARAIŠKŲ RENGIMĄ IR
KELETĄ IDĖJŲ,
KUR IEŠKOTI FINANSAVIMO.



1. ŽINGSNIS: GERA IDĖJA GERAI PRADŽIAI

Patikrinkite, ar jūsų projektas yra:

- **Svarbus** – sprendžia realią problemą (pvz., suteikia vaikams ugdymo galimybes, integruoja bendruomenę);
- **Efektyvus** – atneša efektą, kurį galima pademonstruoti ir išmatuoti (sukurti parodą, filmuoti, išmokyti konkretaus įgūdžio);
- **Konkretus** – žinote, kas ir kada bus;
- **Realistiškas** – gebate atlikti suplanuotą veiklą per tam tikrą laiką;
- **Aktualus** – nurodo esamas problemas ir esamą gavėjų situaciją;
- **Adaptuotas** – pritaikytas pagal poreikius;
- **Gerai subalansuotas** – numatomos veiklos mastas atitinka Jūsų ir dotacijos davėjo galimybes.

Jei jūsų idėja atitinka visus kriterijus – patikrinkite, ko jums reikės planui įgyvendinti. Pagalvokite apie išteklius – reikalingas priemones, vietą, įsitraukimą ir asmenis, kurių jums reikia.

Atminkite, kad pradžioje gauti pagalbą be finansinės paramos yra daug lengviau. Pradėkite nuo savo kontaktų; pasinaudokite visomis savo pažintimis ir anksčiau užmegztu bendradarbiavimu.



2. ŽINGSNIS: **RĒMIMAS ARBA PREKYBA MAINAIS**

Institucijos ir žmonės, į kuriuos kreipiatės pagalbos, taip pat turi savo **poreikius, motyvus, tikslus ir reikalavimus**. Kreipdamiesi dėl rėmėjo, apsvarstykite tai. Pagalvokite apie tai, ką galite jiems pasiūlyti, taip pat pagalvokite apie „**kūrybišką mąstymą...**“

Kodėl nepasiūlius darbuotojui savanorystės galimybės? Daugelis įmonių turi tokį savanorystės planą, atitinkantį jų įmonės tikslus. O gal pasiūlyti įdomų integracijos vakarą šeimoms, dirbtuves darbuotojų vaikams?

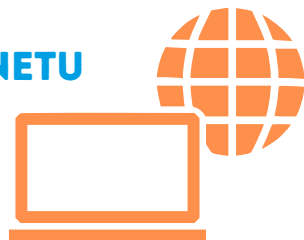
ŠIA IDĖJĄ GALBŪT ĮVERTINS ĮMONĖ, IEŠKANTI NAUJŲ SPRENDIMŲ IR NEĮPRASTŲ DARBUOTOJŲ MOTYVAVIMO METODŲ.

Atminkite, kad jums bus daug lengviau gauti paramą iš įmonės, nepatiriančios jokių išlaidų, pvz. iš transporto įmonės galite gauti nemokamą projekto dalyvių pervežimą, iš leidyklos - knygas apdovanojimams, iš buhalterijos - seminarams reikalingos kanceliarinės medžiagos. Tokia vienkartinė pagalba konkrečiai įmonei gali kainuoti labai nedaug, o tai gali atnešti daug įvaizdžio ar socialinės atsakomybės naudos.



3. ŽINGSNIS:

LĚŠŲ RINKIMAS INTERNETU



Būkite matomi. Informacija ir banko sąskaitos numeris turėtų būti keliose svetainėse, socialinių tinklų profiliuose ar veiklos tinklaraštyje, kiekvieno renginio organizatoriaus el. pašto poraštėje, reklaminėje medžiagoje.

Sudarykite galimybes savo aukotojams prisidėti prie jūsų sąskaitos papildymo įvairiais būdais: tradicinis pervedimas; pervedimas internetu, kai jie nukopijuoja duomenis iš jūsų svetainės, arba mokėjimai internetu. Įdėkite visą informaciją, kad būtų lengva padaryti pavedimą.

Kiek įmanoma supaprastinkite mokėjimo procesą – pvz. paruošti pervedimas sumas.

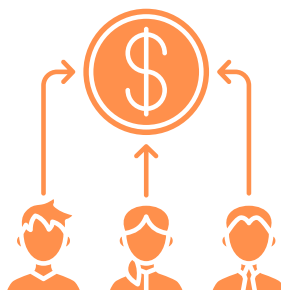
Paskelbkite informaciją (pageidautina infografiką) Pristatykite lėšų panaudojimo būdą. Parodykite įvairius finansavimo šaltinius ir nurodykite, kur tiksliai jums dar trūksta lėšų.

Vertinkite savo rėmėjus - galbūt vienas iš jų parašys jums rekomendacijas arba leis įrašyti trumpą interviu.

Pasiūlykite kitus paramos variantus, pvz. įsijungti į savanorišką veiklą jūsų organizacijoje.

4. ŽINGSNIS: **SUTELKTNIS FINANSAVIMAS - SOCIALINIS FINANSAVIMAS**

Vienas iš vis populiariausių lėšų pritraukimo internetu priemonių yra **sutelktinis finansavimas**, t. y. socialinis finansavimas, kurio pagrindas yra daugybės vienkartinių nedidelių mokėjimų, kuriuos atlieka projektu susidomėję žmonės. Šiuo atveju išmokos yra tokios mažos, kad nesukelia didelių finansinių iššūkių rėmėjui; todėl projektui / renginiui turi pakakti fondo lėšų.



Socialinis finansavimas padeda ieškant lėšų labai konkrečiam tikslui (spektaklio pastatymui, dokumentiniam filmui, parodos organizavimui ar net knygos leidybai).

Socialinių lėšų rinkimo akcijos vykdomos per specialius portalus. Tokie portalai turi labai aišką išdėstymą ir tikslus reglamentus. Jūsų projekto, kuriam norite surinkti pinigų, šūkis turi būti grįstas **paprasta ir trumpa žinute** (reklaminio muzikiniu klipu, aiškiai apibrėžtais tikslais, aiškia ir patrauklia misija).

5. ŽINGSNIS: **DOTACIJOS PARAIŠKŲ RENGIMAS**



Lėšų, gautų iš dotacijų, atveju esame saistomi taisyklių, atsiskaitymo datų, kontrolės ir daugelio kitų apribojimų. Tačiau gali pasirodyti, kad galimas tik toks mūsų projekto finansavimo būdas.

Atidžiai perskaitykite taisykles! Ypatingą dėmesį atkreipkite į:

- Paraiškų teikimo terminus;
- Kas gali kreiptis dėl finansavimo;
- Finansavimo sumą, ar reikia nuosavo įnašo;
- Už ką rėmėjas sumokės – tinkamos ir netinkamos išlaidos;
- Veiklos įgyvendinimo terminai;
- Partneriai – kartais reikalingi ketinimų protokolai;

Paprastai dotacijų paraiškose yra panašūs elementai:

Trumpas projekto aprašymas (trumpai: apie ką yra projektas? Kas yra svarbiausia / kuo jis išskirtinis? Kas projekte vyksta? Kam jis yra skirtas ir su kuo įgyvendinamas (kokie partneriai)? Koks bus efektas?

Tikslai, atitinkantys dotacijų konkurso ir **SMART** (konkretūs, išmatuojami, realistiški, prasmingi ir įgyvendinami laiku) tikslus. Daugiau apie juos skaitykite toliau!

- **Rezultatai:** kiekybiniai: mokymų dalyvių skaičius, projekte parengtos medžiagos kopijų skaičius, interneto svetainės naudotojai, kūrybinių dirbtuvių valandos, publikacijų puslapiai ir kt. ir kokybiniai: žinių, kompetencijų, įgūdžių padidėjimas, pokyčio, įvykusio dėl atliktų veiksmų, aprašymas.
- **Veiklų apibūdinimas:** turėtų būti konkretus, tiksliai nurodantis įgyvendinimo būdą, metodus ir projekto mastą.
- **Projekto tvarkaraštis:** atitinka veiklos aprašymą ir biudžetą. Atkreipkite dėmesį į nuoseklią nomenklatūrą, detales ir skaičius, rodančius jūsų projekto apimtį ir mastą.
- **Biudžetas:** surašykite visas planuojamoje veikloje numatytas išlaidas, įvertinkite paslaugas – patikrinkite, kiek kainuoja, derinkite biudžeto punktus pagal išlaidų rūšį, parodykite skaičiavimo būdą. Beveik kiekvienam projektui mums reikės vadinamojo nuosavo indėlio – pinigų, kurie turi būti skirti projekto veiklai iš kito finansavimo šaltinio.





6. ŽINGSNIS: KUR IEŠKOTI PINIGŲ



Visų pirma – naudokitės paieškos sistemomis!

Dotacijų konkursais skelbiamos paraiškos šioms lėšoms gauti:

- Vietos ir regioninės viešosios lėšos (mažos dotacijos ir vietos iniciatyvos)
- Nacionalinės viešosios lėšos
- Nacionaliniai privatūs fondai
- ES viešosios lėšos (pvz., programa „Europa piliečiams“, Tarptautinis Višegrado fondas, „Kūrybiška Europa“, „Erasmus+“)

Kaip matote, potencialių projektų finansavimo šaltinių yra gana daug. Galite **sutelkti dėmesį į ryšius su vietinėmis įmonėmis ar kitomis institucijomis**, kurios gali suteikti jums finansinę ar materialinę paramą.

Taip pat galite išbandyti savo laimę dotacijų konkursuose!

Nepriklausomai nuo to, ką pasirinksite, atminkite, kad renkant lėšas svarbiausias dalykas yra **gebėjimas „parduoti“ savo idėją**, užmegzti santykius, įtikinti kitus – užkrėsti kitus savo aistra!

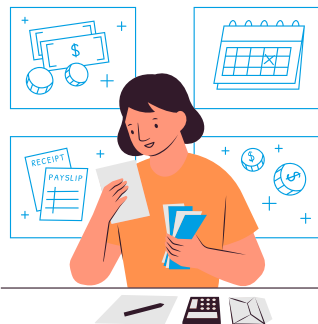
APIBENDRINIMAS

Atminkite: beveik viską galite padaryti su nuliniu biudžetu. Tereikia šiek tiek kūrybiškumo ir protingų sprendimų.

Jei turite puikią idėją, visada rasite, kas ją palaikys. Žinoma, ne visada lengva suvaldyti renginius su nuliniu biudžetu. Turėkite omenyje: paprastai, jei turite nedidelį biudžetą, turėtumėte įdėti daugiau pastangų, kad galėtumėte valdyti renginių organizavimo procesą.

Todėl iš anksto suplanuokite renginį ir biudžetą bei įvertinkite, kiek biudžeto ir pastangų jums reikia skirti renginio planavimui ir įgyvendinimui.

Atminkite, kad pinigai nėra esminis išteklius, kaip būtų galima manyti pradžioje.



3

RINKODARA IR SUDOMINIMAS. BEGĖDIŠKA SAVIREKLAMA 6 ŽINGSNIAIS

Trumpai tariant, renginių marketingas naudoja skirtingas reklamos strategijas ir kanalus, kad kiti sužinotų apie jūsų įvykį ir galiausiai paskatintų registruotis į renginį.

Sudominimas renginiu, taip pat žinomas kaip auditorijos įtraukimas, reiškia gebėjimą atkreipti auditorijos dėmesį ir skatinti visapusišką renginio dalyvių dalyvavimą. Įtraukiantys įvykiai žavi ir įtikina; jie nuo pat pradžių patraukia auditorijos dėmesį ir jį išlaiko.

Yra daug skirtingų metodų, kuriuos planuotojai gali naudoti įsitraukimui įvertinti, ir daug kas priklauso nuo įvykio sudėties.

Pavyzdžiui, paskaitoje ar konferencijoje įsitraukę dalyviai dalyvauja diskusijose, bendrauja vieni su kitais ir išlieka dėmesingi viso renginio metu. Įsitraukę auditorijos nariai linkę užduoti klausimus ir pateikti savo nuomonę.





1. ŽINGSNIS: **PADIDINKITE SUSIDOMĖJIMĄ PRIEŠ RENGINĮ**

Šiuo etapu stengiatės sukurti susidomėjimą įvykiu.

Reguliarus bendravimas su auditorija prieš renginį yra labai svarbus norint paskatinti atvykti ir sukurti susidomėjimą.

Suteikite potencialiems dalyviams sąlygas susibendrauti su renginių planavimo komanda. Sukurkite Facebook renginio puslapį, pakvieskite savo tikslinės auditorijos narius, pažymėkite organizacijas, susijusias su renginio turiniu ir reklamuokite įtraukiantį, interaktyvų turinį renginio puslapyje. Atsakinėkite į klausimus savo socialinės žiniasklaidos paskyrose, reguliariai siųskite priminimus el. paštu ir pasiūlykite dalyviams naujienų prenumeratą.

SEO (optimizavimas paieškos sistemoms) nuolat tobulinamas, todėl gera praktika yra kuo geriau informuoti apie tendencijas. Jei nežinote, kokį raktinį žodį naudoti renginyje, pabandykite žaisti su „Google“ raktinių žodžių planavimo priemone arba „Moz“ raktinių žodžių naršykle. Jeigu dar nesinaudojote šiais planavimo įrankiais, galite nustebti, kaip skirtingi žodžiai turi radikaliai skirtingą paieškos srautą.





2. ŽINGSNIS:

PASIRUOŠKITE ATVIRO RENGINIO REGISTRACIJAI

Išsamiai apibūdinkite registracijos procesą. Renginio organizatoriai turėtų žinoti, kada bus atidaryta registracija, kiek laiko ji truks ir kiek yra bilietų ar vietų. Jei vykdote skirtingas reklamas, turėkite planą išsamiai nurodydami kiekvienos reklamos trukmę ir apribojimus.



3. ŽINGSNIS:

ĮSITRAUKIMAS Į VEIKLĄ

Viso renginio metu atkreipkite dėmesį į publikos energijos ir dalyvavimo lygį. Įtraukite įvairių veiklų, kad išlaikytumėte sveiką įsitraukimo lygį, ypač jei jūsų renginys yra ilgas. Numatykite sėdėjimo tvarką, kuri skatintų įsitraukimą ir asmeninį pokalbį. Įtraukite tokią veiklą, kuri priverčia auditoriją dalyvauti. Taip pat galite naudotis mobiliąja programėle bendraujant su renginio dalyviais. Užtikrinkite tinkamas pertraukėles ir gaiviuosius gėrimus ir, jei įmanoma, dovanokite rėmėjų produktus.



4. ŽINGSNIS:

PASITELKITE SKAITMENINĘ ERDVĘ IR PADIDINKITE ĮSITRAUKIMĄ

Išmatuokite teisioginį įsitraukimą renginio programėlėje arba socialinėje žiniasklaidoje. Analizuokite ir matuokite veiklą, turinio atnaujinimus ir kt. Naudokite įvykio žymas ir reklamuokite internetines diskusijas prieš renginį. Paprašykite dalyvių dalyvauti tiesioginėse apklausose, atsakyti į klausimus arba balsuoti dėl galimų rezultatų.



5. ŽINGSNIS:

SUKURKITE PREKĖS ŽENKLO ŽINOMUMĄ

Nepraleiskite progos pareklamuoti savo prekės ženklo renginyje. Paryškinkite savo prekės ženklo vardą, vizualinį įvaizdį, produktus ir paslaugas, kad dalyviai susietų renginį su jūsų prekės ženklu.



6. ŽINGSNIS: **SUSITARIMAI PO RENGINIO**

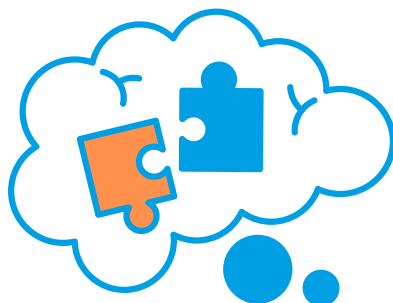
Palaikykite atvirą komunikaciją, stebėdami auditorijos narius pasibaigus renginiui. Tai galite padaryti išsiųsdami padėkas visiems dalyviams po renginio arba prašydami užpildyti apklausą apie renginį. Skatinkite atsiliepimus apie renginio turinį bei skelbkite nuotraukas po renginio. Sukurkite po įvykio skirtą grotažymę, kurią galėtų naudoti renginio dalyviai, kad galėtumėte lengvai peržiūrėti ir stebėti jų veiklą po įvykio.

PRO PATARIMAS! Tegul renginio komandos narys fotografuoja ir nufilmuoja svarbiausius renginio momentus. Apsvarstykite galimybę sukurti internetinį vaizdo įrašą, nuotraukų albumą ar „Facebook“ grupę, kurioje dalyviai galėtų diskutuoti ir pasidalinti savo patirtimi ar nuotraukomis.



APIBENDRINIMAS

- Rinkodara ir įsitraukimas vyksta **prieš renginį, jo metu ir po jo!**
- Yra daug būdų, kaip atkreipti auditorijos dėmesį – nuo įtraukiančių kalbėjimo sesijų iki interaktyvių parodų ar smagių konkursų ir tinklaveiklos.
- Technologijos vaidina lemiamą vaidmenį sėkmingam renginių planavimui. Išanalizuokite ir raskite geriausius būdus savo renginiui!
- Nebūkite per daug atsipalaidavę – atkreipkite dėmesį į publikos energijos ir dalyvavimo lygį viso renginio metu. Jei jums reikia paaiškinimų dėl auditorijos nuostatų, nedvejodami pasiklauskite jų pačių!
- Nepraleiskite progos pareklamuoti savo organizaciją renginyje.



4

ŽMOGIŠKIEJI IŠTEKLIAI. NEŠVAISTYKITE BRANGAUS LAIKO! 6 ŽINGSNIAI

**GERA IDĖJA - TAI TIK PUSĖ
DARBO. KAD IDĖJOS NETAPTŲ
SKURDŽIOS, SVARBU TURĖTI
KOMANDĄ, KURI PADĖTŲ TAI
ĮGYVENDINTI!**

**GERA KOMANDA NEBŪTINAI REIŠKIA
GERUS DRAUGUS. GERĄ KOMANDĄ
SUDARO ŽMONĖS, KURIE TIKI TA PAČIA
IDĖJA, KURIE JĄ SUPRANTA, KURIE
NORI SKIRTI LAIKO IR AISTRINGAI
KEIČIA PASAULĮ!**



1 ŽINGSNIS:

ATRASKITE ŽMONES, KURIŲ JUMS REIKIA

Kiekviename projekte yra keletas pagrindinių vaidmenų:

- **Lyderis** - asmuo, kuris mato bendrą projekto vaizdą;
- **Vadybininkas** - tas, kuris idėją paverčia realybe;
- **Apskaitininkas** - asmuo, kuris užtikrins, kad jūs nebankrutuosite.



Visiems kitiems vaidmenims – turite susiplanuoti savo projektą, kad pamatytumėte, kokių žmonių jums gali prireikti.

Galbūt surengsite koncertą – tokiu atveju reikės žmogaus, kuris supranta, kaip atliekamas sceninis darbas.

Arba turėsite tiesioginę transliaciją, todėl bus reikalingas operatorius.

Jei jau turite komandą, kuri padėjo jums sugalvoti idėją, svarbu suprasti, **ką jau turite ir kokių žmonių dar gali prireikti.**

Todėl pirmąjį žingsnį žmogiškųjų išteklių planavime galima žengti tik tada, kai turite aiškų renginio vaizdinį!



2 ŽINGSNIS:

KUR RASTI KOMANDOS NARIUS ?

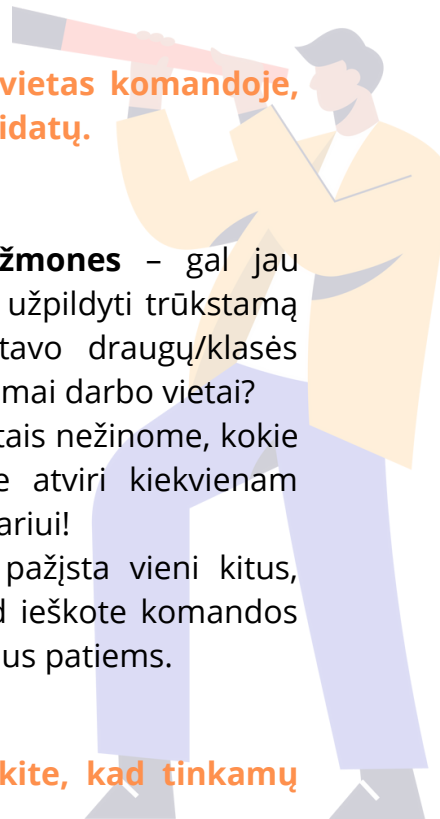
Kai žinosite dar neužimtas darbo vietas komandoje, galite pradėti ieškoti tinkamų kandidatų. Bet kur juos rasti?

- **Pagalvokite apie pažįstamus žmones** – gal jau dirbote su žmogumi, kuris galėtų užpildyti trūkstamą darbo vietą? O gal vienas iš tavo draugų/klasės draugų/kaimynų turi įgūdžių reikiamai darbo vietai?
- **Padarykite atvirą kvietimą** - kartais nežinome, kokie lobiai slypi aplink mus – būkite atviri kiekvienam potencialiam naujam komandos nariui!
- **Paskleiskite gandus** – žmonės pažįsta vieni kitus, paskleiskite žinią kuo plačiau, kad ieškote komandos nario ir leiskite žmonėms pasiekti jus patiemis.

Visų pirma, būkite atviri ir atminkite, kad tinkamų žmonių paieška gali užtrukti.

Todėl svarbu anksti pradėti ieškoti komandos narių ir nepalikti to paskutinei dienai.

Net geriausias kandidatas negali įgyvendinti didelių idėjų per vieną dieną!





3 ŽINGSNIS: POKALBIAI SU POTENCIALIAIS KOMANDOS NARIAIS

SKLINDANT ŽINIAI, VIS DAUGIAU ŽMONIŲ
ATEINA PAS JUS TURĖDAMI ĮVAIRIOS
PATIRTIES IR IDĖJŲ
KAIP IŠSIRINKTI LABIAUSIAI TINKANČIUS?

- Tai yra svarbiausi žingsniai, kurie padės jums interviu metu!
- Kiekvienam pokalbiui skirkite **bent 30 minučių**.
- **Panagrinėkite** kandidato gyvenimo aprašymą prieš jam atvykstant.
- Turėkite **visą informaciją** apie kandidatą.
- Žinokite, **ko ieškote** potencialiame komandos naryje.
- Laikykitės **nuoseklios** interviu struktūros.
- Užduokite **teisingus** klausimus.
- **Aiškiai supraskite**, kokių įgūdžių reikia darbo vietai užimti.
- Nuspręskite, **kaip vertinsite** kiekvieną kandidatą.

PRISIMINKITE!

Kartais tikrai norime dirbti su draugais, bet būkite tikri, kad **draugystė yra daug svarbesnė už darbą**. Net jūsų geriausias draugas turėtų dalyvauti pokalbyje, o jūs turite būti objektyvus, kad būtumėte tikras lyderis.





4 ŽINGSNIS:

KOMANDOS FORMAVIMAS IR PASIRUOŠIMAS DARBUI

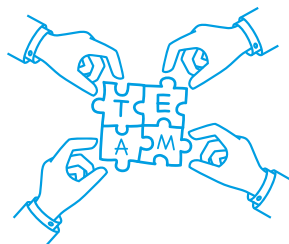
KAD KOMANDA VEIKTŲ, SVARBU, KAD VISI ŽINOTŲ, KO TIKĖTIS IŠ KITŲ. TAM REIKIA KOMANDOS FORMAVIMO!

Kodėl mums reikia komandos formavimo?

- Kuria pasitikėjimą
- Sureguliuoja komunikaciją
- Padidina produktyvumą
- Suartina žmones
- Skatina kūrybiškumą ir mokymąsi
- Sukuria sveiką konkurenciją
- Padeda kitus žmones labiau priimti
- Sumažina įtampą ir konfliktus
- Komandos nariai gali įgyti įgūdžių
- Tai gerina komandos kultūrą

Keletas idėjų komandos formavimo veiklai:

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



"KOMANDINIS DARBAS PRASIDEDA NUO PASITIKĖJIMO KŪRIMO. IR VIENINTELIS BŪDAS TAI PADARYTI YRA ĮVEIKTI MŪSŲ NEPAŽEIDŽIAMUMO POREIKĮ." - PATRIKAS LENCIONI

Nesvarbu, ar jūsų komanda yra jauna ir nepatyrusi, ar žmonės vyresni ir labiau patyrę, svarbu suvokti, kad kiekvienam reikia **pasitikėjimo ir saugumo**. Kad darbas komandoje būtų malonus, turime investuoti į dirbančius žmones.

5 ŽINGSNIS: MOTYVACINĖ SISTEMA

Jau spėjote suburti ko koman
Tačiau atminkite, kad kiekvienas turi matyti savo
veiklos prasmę.
Motyvacinė sistema gali padėti tai užtikrinti!

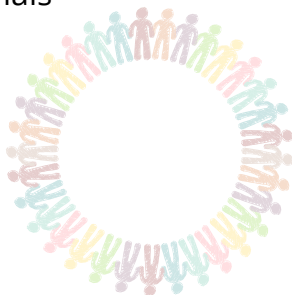
Yra du motyvacijos tipai, kurie veikia žmones:

- **Vidinė motyvacija** - yra paskata užsiimti konkrečia veikla, kuri kyla iš malonumo pačia veikla (pvz., nuoširdaus susidomėjimo studijuojamu dalyku), o ne dėl bet kokios išorinės naudos, kurią galima gauti (pvz., pinigai, kurso kreditai).
- **Išorinė motyvacija** - yra išorinė paskata užsiimti konkrečia veikla, ypač motyvacija, kylanti iš bausmės ar atlygio lūkesčių (pvz., atlikti nemėgstamą darbą mainais už atlygį).

Labai svarbu suprasti individualius ir komandos motyvacijos šaltinius.

Tai padaryti padeda tokie metodai:

- Žmonių darbo stilių ar asmenybių supratimas
- Individualūs pokalbiai su komandos nariais
- Smegenų šturmo sesija
- Anoniminiai klausimai





6 ŽINGSNIS: RENGINIO VERTINIMAS

REFLEKSIJA - VIENA IŠ SVARBIAUSIŲ BET KURIO PROJEKTO DALIŲ. VISADA RASKITE LAIKO ĮVERTINTI SAVO ASMENINĘ IR KOMANDINĘ PATIRTĮ PO RENGINIO!



- **Kodėl tai svarbu?**
- Mokytis iš savo klaidų ir pabrėžti bet kokią tobulėjimą
- Norėdami rasti savo asmeninio augimo aspektus
- Pasidalyti savo jausmais ir tinkamai užbaigti renginį

Keletas klausimų, kurie padės įvertinti asmeninę ir komandinę patirtį:

- Kaip jaučiatės po renginio?
- Kokias stipriąsias ir silpnąsias puses pastebėjote tiek asmeniniu, tiek komandos požiūriu?
- Ką kitą kartą darytumėte kitaip?
- Ką darytumėte taip pat kitą kartą? Kas pavyko geriausiai?
- Geriausia pamoka, kurią išmokote šios patirties metu?
- Kokia buvo sunkiausia proceso dalis ir kokios buvo geriausios akimirkos?

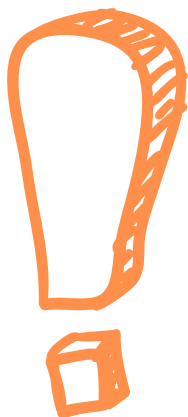
ŠIĄ KONCEPCIJĄ APŽVELGSIME KITAME MODULYJE



5

RENGINIO ĮGYVENDINIMAS. DIENOS ŽAIDIMAS 6 ŽINGSNIAIS

RENGINIO DIENA PAGALIAU ČIA!
KAS DABAR?
RENGINIO DIENĄ REIKIA
ATSIŽVELGTI Į DAUGYBĘ
VEIKSNIŲ, KAD VISKAS VYKTŲ
SKLANDŽIAI.



SVARBU BŪTI PASIRUOŠUS VISKAM, KAS
GALI ĮVYKTI.

ŠIAME SKYRIUJE PATEIKSIME ŠEŠIS
ESMINIUS ŽINGSNIUS BEI PATARIMŲ,
PADĖSIANČIŲ SĖKMINGAI VALDYTI IR
ORGANIZUOTI RENGINĮ.

1 ŽINGSNIS:

PARUOŠKITE PLANĄ IR PATIKRINKITE ĮRANGĄ



Paruoškite planą:
sudarykite išsamų įvykių, laiko ir vietų tvarkaraštį, kad renginys vyktų sklandžiai ir užtikrintumėte, kad visi vienodai supranta informaciją.

Patikrinkite įrangą:

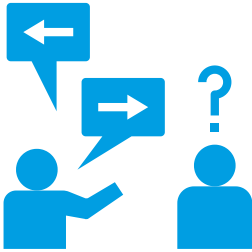
Patikrinę, ar visa įranga tinkamai veikia, o taip pat turėdami atsarginę įrangą, galite sumažinti trikdžius renginio metu.





2 ŽINGSNIS:

TEIKITE TINKAMUS NURODYMUS IR PAGALBĄ KOMANDOS NARIAMS IR SAVANORIEMS



Nurodykite aiškius vaidmenis ir pareigas:

Aiškiai nurodant vaidmenis ir atsakomybę, galima sumažinti painiavą ir užtikrinti, kad visi žino, ko iš jų tikimasi.

Siūlykite pagalbą ir išteklius:

Įsitikinkite, kad viso renginio metu visi turi prieigą prie reikiamų išteklių ir gauna tinkamą pagalbą.

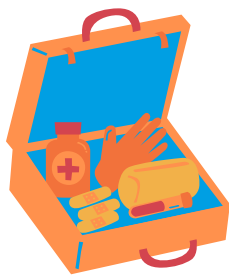


3 ŽINGSNIS: **SUTELKITE DĖMESĮ Į SAUGĄ**

Idealiu atveju jūsų renginyje viskas vyks sklandžiai. Tačiau jūs visada turite būti pasiruošę. Dėmesys saugai yra pagrindinė renginių valdymo dalis. Štai keletas patarimų:

Sukurkite išsamų saugos planą.

Nustatykite avarines procedūras ir procedūras įvairių tipų ekstremalioms situacijoms valdyti.

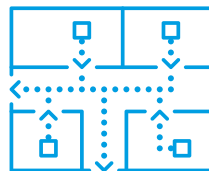


Įrenkite pirmosios pagalbos stoteles:

Pirmosios pagalbos stočių, kuriose dirba apmokytas personalas, įrengimas gali padėti užtikrinti, kad nelaimės atveju dalyviai ir savanoriai nedelsiant gautų medicininę pagalbą.



Turėkite aiškų evakuacijos planą.



Supažindinkite darbuotojus ir savanorius su saugos procedūromis.

Įsitikinkite, kad visi žino, ką daryti ir į ką kreiptis nelaimės atveju.

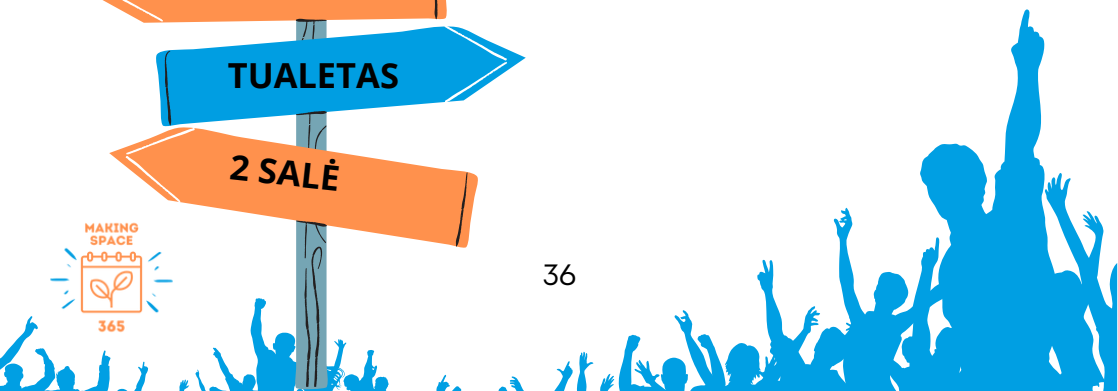
4 ŽINGSNIS: KONTROLIUOKITE MINIĄ

Užtikrinkite, kad dalyviai būtų nukreipti ten, kur jie turi būti, o **avariniai išėjimai** būtų aiškiai pažymėti ir neužstatyti.



Paskirkite keletą savanorių, kurie padėtų dalyviams susiorientuoti.

Padėkite ženklus su skirtingomis sekcijomis (pvz., 1 salė, 2 salė, baras, tualetas, restoranas ir kt.)



5 ŽINGSNIS: **BŪKITE LANKSTŪS**

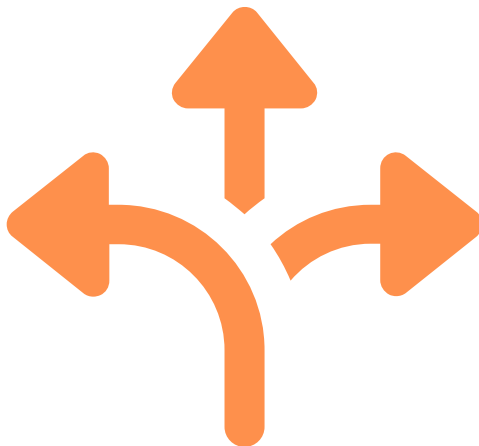
Yra daug dalykų, kurie renginio metu gali vykti ne pagal planą.

NEPANIKUOKITE!

Tikėkitės netikėtumų ir būkite pasiruošę prireikus koreguoti planus. Išlikite ramūs, susikauptę ir būkite pasirengę išspręsti visas iškilusias problemas.

Planas nenumatytiems atvejams:

Turėkite nenumatytų atvejų planą, jei kas nors nutiktų ne taip. Tai gali padėti sumažinti trikdžius ir užtikrinti, kad renginys vyktų sklandžiai.



6 ŽINGSNIS: **VERTINKITE**

Vertindami komandą ir parodydami **dėkingumą komandos nariams**, savanoriams, dalyviams, rėmėjams ir kitoms suinteresuotosioms šalims, galite pakelti jų nuotaiką ir užtikrinti jų nuolatinį dalyvavimą kituose renginiuose. Tai gali padėti **sukurti palankią ir teigiamą atmosferą**, kuri prisidės prie jūsų renginio sėkmės.

Štai sąrašas, kuriuos galite vadovautis norėdami parodyti, jog juos **vertinate**:

- Pripažinkite pastangas.
- Suteikite pripažinimą (apdovanojimus, sertifikatus ir kt.).
- Sukurkite teigiamą atmosferą.
- Pateikite grįžtąmajį ryšį.
- Parodykite dėkingumą.



APIBENDRINIMAS

Jūsų renginio diena yra jaudinanti, bet įtempta. Vykdydami šiame skyriuje nurodytus veiksmus ir patarimus, galite sumažinti trikdžius, užtikrinti, kad jūsų renginys vyktų sklandžiai ir sukurti sėkmingą bei įsimintiną patirtį renginio dalyviams.

Būdami pasiruošę ir organizuoti bei sutelkę dėmesį į savo savanorių bei dalyvių poreikius, galite sėkmingai įgyvendinti savo renginį ir pasiekti savo tikslus.

Nepamirškite įvertinti renginio jam pasibaigus ir panaudoti gautus atsiliepimus, kad kitus renginius įgyvendintumėte dar geriau.

Sėkmės ir sėkmingo renginio!



6

RIZIKOS VALDYMAS, ĮVERTINIMAS IR TOLESNI VEIKSMAI

REFLEKSIJA IR TRUMPAS APRAŠYMAS!

ORGANIZUOJANT RENGINIUS
VISUOMET YRA DAUG KINTANČIŲ
DALIŲ IR DAUGYBĖ NEŽINOMŲJŲ ,
KURIEMS RENGINIŲ
ORGANIZATORIAI TURI PASIRUOŠTI.

REFLEKSIJOS METU
GALIMA ATPAŽINTI IR
ĮVERTINTI TEIGIAMĄ
PATIRTĮ BEI GERIAU
NUSTATYTI BŪDUS, KAIP
PAGERINTI SAVO
PRAKTIKĄ IR PASLAUGŲ
TEIKIMĄ.





1 ŽINGSNIS:

RENGINIO APRAŠYMAS IR TIKSLAS

Įvykio apžvalga – tai galimybė įvertinti, kaip įvyko renginys, ir surinkti atsiliepimus apie problemas, riziką ir išmoktas pamokas.

Tai turėtų vykti susitikimo su komanda metu, kuomet turime galimybę aptarti įvykį. Turi būti aptarti klausimai susiję su renginiu: svarbiausius dalykus, trūkumus, nusivylimus ir mokymosi galimybes. Tai turėtų būti **rami diskusija**, o ne oficialus susitikimas, tačiau laikykitės darbotvarkės ir numatytų klausimų!

**KAS SEKĖSI GERAI, KAS GALĖJO
BŪTI GERIAU, KAS VYKO PUIKIAI,
KAS ITIN BUVO BLOGAI,
NEAPSIŽIŪRĖJIMAI IR MOKYMOŠI
GALIMYBĖS.**

**RENGINYS NESIBAIGIA TOL,
KOL NESIBAIGĖ!**



2 ŽINGSNIS:

**KOKIUS KLAUSIMUS TURIU
UŽDUOTI?**

**AR IŠKILO KOKIŲ NORS
PROBLEMŲ, KURIŲ MES
NEGALEJOME SUVALDYTI?**

**AR PATEISINOME AUDITORIJOS
LUKESČIUS? AR MES JUOS VIRŠIJOME?**

**AR ĮVYKĖME TAI, KA
PAŽADĖJOME?**

**KAS SEKĖSI GERAI? KOKIE
BUVO PAGRINDINIAI
MOMENTAI?**

**AR RĖGINYS ATITIKO SUPLANUOTĄ
BIUDŽETĄ? AR JIS BUVO VIRŠYTAS?**

**AR BUVO SRIČIŲ, KURIOSE
REIKĖJO DAUGIAU INVESTICIJŲ?**

**AR KOMANDOS NARIAI ELGĖSI
TAIP, KAIP TIKĖTASI?**

**AR BUVO KOKIŲ NORS
REIKSMINGŲ PROBLEMŲ
TIEKEJAMS ARBA SU TEIKEJAIS?**



3 ŽINGSNIS:

APŽVELKITE SAVO RENGINIO TIKSLUS

Pirmas žingsnis planuojant renginį – **suformuluoti**, jei dar to nepadarėte, strateginį organizacijos tikslą ir patvirtinti, kad planuojamas renginys jam tinka.

Efektyvus planavimas reiškia, kad iš anksto žinosite, ko norite pasiekti ne tik šio konkretaus renginio perspektyvoje, bet ir **ilgalaikeje savo organizacijos** perspektyvoje. Šiam procesui reikia, kad būtų aiškūs tikrieji renginio tikslai, kad būtų **užtikrinamos galimybės ateityje** ir būtų užtikrinta atvira ir sąžininga diskusija.

RENGINIO TIKSLAS TURI TARNAUTI PAGRINDINIAM JŪSŲ TIKSLUI - KITU ATVEJU KAM ORGANIZUOTI RENGINĮ?

Keletas klausimų, kurie padės įvertinti asmeninius ir komandos tikslus, kad jūsų renginys būtų sėkmingas:

Kodėl organizuojate šį renginį?
Kokių pasiekimų norite pasiekti?
Kokią auditoriją norite įtraukti?
Ar turite biudžetą ir išteklius?
Kas gali padėti jums pasiekti savo tikslus?
Ar turite komandą, kuri jums padės?

**ŠVĘSKITE
LAIMĖJIMUS IR
UŽFIKSUOKITE
JUOS, KAD
GALĖTUMĖTE
NAUDOTI
ATEITYJE**



4 ŽINGSNIS:

ATSILIEPIMAI! ATSILIEPIMAI!

Nebijokite klausti renginio svečių, ką jie iš tikrųjų galvoja apie renginį. Galite paklausti jų tiesiogiai ir užfiksuoti jų atsiliepimus.

Tačiau smagiausia gauti grįžtamąjį ryšį apie renginį paties renginio metu. Pavyzdžiui, galite pasiūlyti svečiams prizą, jei jie paliks atsiliepimą socialinėje medijoje! Pasitelkite tiesioginę transliaciją arba *vox populi*. Naudokite „Twitter“ arba „Facebook“ tiesioginę transliaciją arba „Instagram“!



Tiesioginės transliacijos
socialinėje medijoje



Interviu tiesioginės
transliacijos metu



Atsiliepimas apie renginį



Asmeninis stebėjimas



Konkurencija



5 ŽINGSNIS: AUDITORIJOS ĮTRAUKIMAS 101

Auditorijos įtraukimas matuoja, kaip dalyviai dalyvavo jūsų renginyje ir kaip jie buvo patenkinti patirtimi. Atsižvelgdami į jūsų organizuojamo renginio tipą, įtraukimą galite įvertinti pagal šiuos dalykus:

- Sesijų dalyviai
- Sesijos lankymo trukmė
- Rezervuoti susitikimai
- Dalyvavimas susirinkimuose
- Dalyvavimas apklausoje
- Pokalbių reakcijos (jaustukai)
- Ryšių užmezgimas
- Socialinės akcijos
- Dalyvavimas pokalbiuose
- Renginio programėlės pasirinkimas
- Pasitenkinimo tyrimai



„JEI NORITE DIDŽIUOTIS SAVO PATIRTIMI, TURITE PASIRODYTI TINKAMAI - NES DALYVIAI VISKĄ PASTEBI.“

ERIN MCELROY - IBM SKAITMENINIŲ ĮVYKIŲ IR INOVACIJŲ PROGRAMŲ DIREKTORĖ



6 ŽINGSNIS:

BŪK PROTINGAS NAUDODAMAS SMART TIKSLUS

Organizuojant renginius verta dirbti su **SMART tikslais**. SMART tikslai yra **konkretūs, išmatuojami, prasmingi, realūs ir įgyvendinami laiku**. Pagalvokite, ar jūsų tikslai yra realūs ir pasiekiami. Įsitikinkite, kad jūsų renginio tikslas atitinka SMART kriterijus:

KONKRETŪS

Kuo konkretesnės informacijos gausite, tuo tiksliau galėsite įvertinti savo renginį. Konkretų tikslą lengviau perteikti savo komandai.

IŠMATUOJAMUMI

Būtų labai naudinga išmatuoti savo sėkmę ir ją įvertinti. Tai galėtų būti bilietų pardavimas, surinkti pinigai ar įsitraukimas socialiniuose tinkluose.

PRASMINGI

Kiekvienas tikslas turi būti priskirtas asmeniui ar komandai. Taip sužinosite, kas galiausiai yra atsakingas už to konkretaus tikslo įgyvendinimą.

REALISTIŠKI

Galbūt svarbiausia, kad jūsų tikslai būtų realistiški. Nenustačius realių tikslų, visas jūsų renginys žlugs.

ĮGYVENDINAMI LAIKU

Galiausiai, jūs turite numatyti laikotarpį, per kurį sieksite savo tikslų. Tai gali būti mėnesiai, savaitės arba dienos, priklausomai nuo jūsų renginio dydžio.

ORGANIZUOJANT RENGINIUS VERTA DIRBTI SU SMART TIKSLAIS. KĄ TAI REIŠKIA?

SMART tikslai yra konkretūs, išmatuojami, realistiški, prasmingi ir įgyvendinami laiku. Pagalvokite, ar jūsų tikslai yra prasmingi ir realistiški. Nepriklausomai nuo to, kokį renginį rengiate, įsitikinkite, kad jūsų renginio tikslas atitinka SMART kriterijus – štai 4 SMART tikslai:

**PADIDINTI JAUNŲJŲ AKTYVISTŲ SKAIČIŲ ŠIAIS
METAIS**

**PRIEŠ VASARĄ PADIDINTI SAVANORIŲ
SKAIČIŲ**

ĮGYVENDINTI XYZ PAKEITIMUS IKI KITŲ METŲ

**Į KITĄ RENGINĮ
PAKVIESTI 20 POLITIKOS FORMUOTOJŲ**

IŠVADOS

Rizikos valdymas ir **refleksija** yra svarbūs projektų ir renginių valdymo aspektai. **Riziką** galima apibrėžti per nepageidaujamą situaciją, dėl kurios renginys gali nepavykti, o **refleksiją**, tai yra renginio apsvarstymas: tiek iš gerosios, tiek iš blogosios pusės. Nors yra daug rizikos rūšių, tokių kaip socialinė, politinė, kultūrinė ar finansinė, reikia atsižvelgti į visas.

Rizikos valdymu siekiama identifikuoti **visas galimas rizikas**, kurios gali kilti renginio metu, o tada sukurti priemones, kurios sumažintų arba identifikuotų riziką. Jei kas nors atsitiks, tai gali pastebima ir **po renginio**.

Organizuojant kūrybinius ir verslumo renginius, galima pamatyti, kad yra **daug dinamikos**, kurią reikia išmanyti ir tam pasiruošti. **Pasiruošimas** ir gebėjimas spręsti problemas dažnai ateina su patirtimi ir ankstesnių įvykių apmąstymu.

Jūsų renginio rizikos valdymas **padidina sėkmės tikimybę** sumažina rizikas bei padidina tikslų pasiekiamumo tikimybę. Jei nėra rizikos valdymo strategijų, kyla problemos su renginio organizavimu.

SĖKMĖS ORGANIZUOJANT RENGINĮ!

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 UK and the Commission.

2020-1-PT02-KA227-YOU-007635