

Πώς να διοργανώσω τη δική μου εκδήλωση;



Οδηγός για εργαζόμενους με νέους



MyGRANT METAMORPHOSIS

***Πώς να διοργανώσω τη
δική μου εκδήλωση;***

Εταίροι:

Arbeitskreis Ostviertel e.V.

VITECO

Polskie Gry Planszowe

Ε.Κ.Ε.Φ.Ε. "Δημόκριτος"

Έργο:

2018-2-DE04-KA205-016979

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στην παραγωγή της παρούσας έκδοσης δεν συνιστά αποδοχή του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών, και η Επιτροπή δεν μπορεί να αναλάβει την ευθύνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of European Union



Περιεχόμενα

	Εισαγωγή	5
1	Πώς θα συμμετάσχουν οι νέοι στην ανάπτυξη ιδεών	6
1.1	 Σημασία της συμμετοχής των νέων	6
1.2	 Πρακτικός οδηγός για τη συμμετοχή των νέων στην ανάπτυξη ιδεών	7
1.3	 Αντλήστε έμπνευση	9
1.4	 Αναφορές	12
2	.. Σχεδιασμός και οργάνωση εκδηλώσεων	12
2.1	..Απαραίτητα βήματα για τον σχεδιασμό μιας εκδήλωσης	13
2.2	 Μικρά τεχνάσματα για μεγάλα αποτελέσματα	17
2.3	 Αντλήστε έμπνευση	18
3	 Πώς να αποκτήσετε κεφάλαιο ή εξοπλισμό	20
3.1	..Προγραμματισμός του προϋπολογισμού της εκδήλωσης	21
3.2	 Μέθοδοι εύρεσης κεφαλαίου και εργαλείων	23
3.3	 Αντλήστε έμπνευση	28
4	 Επιτυχής καθοδήγηση μιας ομάδας	29
4.1	 Ο σχεδιασμός	30
4.2	 Η φάση εργασίας	34
4.3	 Παρακολούθηση	35
4.4	 Αντλήστε έμπνευση	36

5	 Προώθηση εκδηλώσεων	38
5.1	 Προώθηση εκδηλώσεων	38
5.2	 Διαδικτυακά εργαλεία	40
5.3	 Άνθρωποι	45
5.4	 Εργαλεία εκτός σύνδεσης	46
5.5	 Αντλήστε έμπνευση	47
5.6	 Αναφορές	49
6	 Συμπεράσματα	51

Εισαγωγή

Οι εκδηλώσεις είναι ένας καλός τρόπος για τη συμμετοχή των τοπικών αρχών, την δημιουργία νέων επαφών αλλά και νέων συνεργασιών. Ταυτόχρονα, μέσω των εκδηλώσεων, όχι μόνο γνωστοποιούμε στον κόσμο τον σκοπό σας, αλλά επίσης δημιουργείται στο κοινό μία αίσθηση κοινότητας.

Συνήθως, όταν οι άνθρωποι σκέφτονται να οργανώσουν μια καλλιτεχνική ή πολιτιστική εκδήλωση, πιστεύουν ότι απαιτείται υψηλός προϋπολογισμός ή μεγάλος αριθμός χορηγών για τη χρηματοδότησή της. Στην πραγματικότητα, είναι δυνατόν να σχεδιάσετε και να πραγματοποιήσετε μια εξαιρετική εκδήλωση με χαμηλό κόστος. Στη συνέχεια του οδηγού θα έχετε την ευκαιρία να ανακαλύψετε πώς να το κάνετε!

Αυτός ο οδηγός απευθύνεται σε όσους εργάζονται με νέους, εθελοντές, ενώσεις νέων με ή χωρίς μεταναστευτικό υπόβαθρο, και έχει ως στόχο να τους παρέχει πρακτικές συμβουλές για το πώς να δημιουργήσουν ποιοτικές καλλιτεχνικές εκδηλώσεις χαμηλού κόστους.

Αυτό που μπορεί να φαίνεται ως περιορισμός, είναι αντίθετα ευκαιρία για την εξάσκηση των δεξιοτήτων επίλυσης προβλημάτων, την ανακάλυψη νέων δυνατοτήτων και τη δημιουργία νέων συνεργασιών.

Θα σας καθοδηγήσουμε, βήμα προς βήμα, για να σχεδιάσετε, να οργανώσετε, να χρηματοδοτήσετε και να προωθήσετε την εκδήλωσή σας.

Μέσα σε αυτόν τον οδηγό θα έχετε την ευκαιρία να αντλήσετε έμπνευση από τις πραγματικές ιστορίες και τις χρήσιμες συμβουλές ενώσεων ή οργανισμών που έχουν εμπειρία στη διοργάνωση πολυπολιτισμικών καλλιτεχνικών εκδηλώσεων με χαμηλό προϋπολογισμό.

«Οι περιορισμοί υπάρχουν μόνο στο μυαλό μας. Αλλά αν χρησιμοποιήσουμε τη φαντασία μας, οι δυνατότητές μας γίνονται απεριόριστες.»

-Jamie Paolinetti

Ας ξεκινήσουμε!

1. Πώς θα συμμετάσχουν οι νέοι στην ανάπτυξη ιδεών

Η ενεργός συμμετοχή μας δίνει τη δύναμη να επηρεάσουμε τον κόσμο γύρω μας και επιτρέπει στους νέους να χρησιμοποιήσουν τη δημιουργικότητά τους δουλεύοντας σε κοινές δραστηριότητες.

Είναι σημαντικό οι νέοι να αναλαμβάνουν πρωτοβουλίες και να έχουν το θάρρος να κάνουν τη φωνή τους να ακουστεί, γιατί αυτό τους δίνει τη δυνατότητα να αναπτυχθούν, να αποκτήσουν νέες δεξιότητες και να ενδυναμωθούν.

Σε αυτό το κεφάλαιο, θα συζητήσουμε τη σημασία της συμμετοχής των νέων στην ανάπτυξη ιδεών. Επίσης, θα σας δώσουμε πρακτικές συμβουλές και θα σας προτείνουμε πιθανές δραστηριότητες που μπορείτε να κάνετε ώστε να προσελκύσετε τους νέους να συμμετάσχουν. Τέλος, μπορείτε να διαβάσετε την εμπνευσμένη ιστορία της PRISM - μιας κοινωνικής επιχείρησης στη Σικελία που συμμετέχει σε διεθνείς δραστηριότητες με νέους.

1.1. Σημασία της συμμετοχής των νέων

Οι νέοι διαθέτουν μια εξαιρετική δύναμη, η οποία είναι πολύ σημαντικό να διοχετευτεί σωστά, γιατί αν παραπλανηθούν ή χειραγωγηθούν, μπορούν να προκαλέσουν μεγάλο κοινωνικό πρόβλημα. Οι νέοι επηρεάζονται αναπόφευκτα από το περιβάλλον τους και είναι σημαντικό, μέσω της συμμετοχής τους σε εκδηλώσεις, εθελοντικές δραστηριότητες και πολιτιστικές ενώσεις, να κατανοήσουν την αξία της ενεργού συμμετοχής τους στην κοινωνική ζωή.

Η φωνή των νέων αντικατοπτρίζει ατομικές εμπειρίες καθώς και ομοιότητες, όσον αφορά τις προοπτικές και τις προκλήσεις, που ξεπερνούν τα διεθνή σύνορα. Επίσης, αποδεικνύει την ευφυΐα, το πάθος των νέων και την επιθυμία τους για αλλαγή.

Ενθαρρύνοντας τους νέους και κάνοντας τη φωνή τους να ακουστεί, αναπτύσσεται το αίσθημα ευθύνης τους. Αν οι νέοι γνωρίζουν ότι η γνώμη τους μετράει, θα ενδιαφερθούν περισσότερο για τα κοινοτικά και κοινωνικά προβλήματα και μπορεί να είναι πιο πρόθυμοι να συμβάλλουν ουσιαστικά οι ίδιοι με τη βοήθειά τους.

Υπό αυτή την έννοια, οι ενώσεις νέων, οι εθελοντικές ενώσεις και οι πολιτιστικές εκδηλώσεις είναι θεμελιώδους σημασίας. Δημιουργούν έναν χώρο στον οποίο οι νέοι μπορούν να αισθάνονται ασφαλείς, καθώς και να μοιράζονται τις σκέψεις και τις απόψεις τους με τους συνομηλίκους τους, χωρίς την προστασία μιας οθόνης και κυρίως χωρίς τον φόβο ότι θα κριθούν.

Αλλά ας δούμε μαζί, πώς θα δημιουργήσουμε αυτόν τον ασφαλή χώρο και πώς θα ενθαρρύνουμε τους νέους να αναπτύξουν ιδέες.

1.2. Πρακτικός οδηγός για τη συμμετοχή των νέων στην ανάπτυξη ιδεών

1

♦ ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΣΤΕ ΕΝΑ ΘΕΤΙΚΟ ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΕΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Είναι σημαντικό να δημιουργηθεί ένα ασφαλές περιβάλλον στο οποίο οι νέοι μπορούν να αισθάνονται άνετα να εκφράζουν τις ιδέες τους. Μια εποικοδομητική αντιπαράθεση θα δημιουργηθεί μέσα στην ομάδα και κανείς δεν θα κρίνεται για τις ιδέες του. Ένας καλός τρόπος είναι να σπάσετε τον πάγο με ένα αρχικό μικρό παιχνίδι. Μπορείτε να βρείτε εύκολα και διασκεδαστικά παιχνίδια στην ενότητα energizer του εγχειριδίου μας για νέους εργαζόμενους, «Πολυμέσα & Τέχνη για Κοινωνική Ένταξη».

2

♦ ΔΩΣΤΕ ΧΩΡΟ ΣΤΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟΤΗΤΑ

Οι καλύτερες ιδέες προκύπτουν από τη δημιουργική σκέψη. Η μεγάλη πρόκληση για τη δημιουργία σπουδαίων ιδεών είναι να απελευθερωθείτε από τις συμβατικές σκέψεις που καταλαμβάνουν τον περισσότερο χρόνο του εγκεφάλου σας.

Παρέχετε στους νέους χρώματα, στυλό, χαρτιά, post-it, μαρκαδόρους και όλα τα απαραίτητα για την απελευθέρωση της φαντασίας και της δημιουργικότητας. Ενθαρρύνετε και προωθήστε τη δημιουργική σκέψη των νέων, διότι είναι σημαντικό να αναπτύξουν βασικές δεξιότητες για την καθημερινή ζωή, όπως: η **ευέλικτη σκέψη, η επίλυση προβλημάτων, η επικοινωνία, η ικανότητα ομαδικής εργασίας**.

Οι ασκήσεις δημιουργικότητας είναι ένας πολύ καλός τρόπος για να ανακαλύψετε νέες ιδέες και να βελτιώσετε τη συνολική δημιουργικότητα. Ένα παράδειγμα άσκησης είναι τα λεγόμενα

Έξι Καπέλα Σκέψης (Six Thinking Hats). Πρόκειται για μια στρατηγική που χρησιμοποιείται για την αξιολόγηση της βελτιστοποίησης ενός προϊόντος ή μιας ιδέας. Σε μια ομάδα, ένα άτομο ή μια μικρή ομάδα “φοράει” ένα από τα καπέλα. Κατά την αξιολόγηση της εν λόγω ιδέας, κάθε “καπέλο” διατηρεί την οπτική γωνία που του έχει ανατεθεί:

- **Λογική:** Το καπέλο της λογικής αντιπροσωπεύει τα γεγονότα που σχετίζονται με το προϊόν ή την ιδέα.
- **Αισιοδοξία:** Το καπέλο της αισιοδοξίας αντιπροσωπεύει τις δυνατότητες του προϊόντος ή της ιδέας χωρίς εμπόδια.
- **Κρίση:** Το καπέλο της κρίσης αντιπροσωπεύει τις προκλήσεις ή τα προβλήματα του προϊόντος ή της ιδέας εξετάζοντας την αντίθετη άποψη.
- **Συναίσθημα:** Το καπέλο του συναισθήματος αντιπροσωπεύει τα συναισθήματα ή τις αντιλήψεις που σχετίζονται με το έργο ή την ιδέα.
- **Δημιουργικότητα:** Το καπέλο της δημιουργικότητας εισάγει νέες ιδέες ή δυνατότητες για την ιδέα ή το προϊόν.
- **Διαχείριση:** Το καπέλο της διαχείρισης επιβλέπει τη συζήτηση και διασφαλίζει ότι η ομάδα εκπροσωπεί όλες τις απόψεις.



3

♦ ΚΑΘΟΔΗΓΗΣΤΕ ΤΟΝ ΚΑΤΑΙΓΙΣΜΟ ΙΔΕΩΝ

Ο καταιγισμός ιδεών είναι μια δημοφιλής ομαδική τεχνική για τη δημιουργία ιδεών που βασίζονται στην αυθόρμητη και αφιltrάριστη δημιουργικότητα. Η μέθοδος του καταιγισμού ιδεών αποσκοπεί στη γρήγορη και αφιltrάριστη συλλογή ιδεών, γνωρίζοντας ότι **κανείς δεν θα τις επικρίνει ή θα τις κρίνει**. Οι ιδέες αυτές συλλέγονται αρχικά χωρίς αξιολόγηση ή λογοκρισία, για να αναλυθούν και να διερευνηθούν αργότερα.

Μερικοί χρήσιμοι κανόνες:

- **Καμία κριτική, συζήτηση ή σχόλια κατά τη διάρκεια της συνεδρίασης.** Όστε να μην διαταραχθεί ή διακοπεί η ροή των ιδεών. Είναι σημαντικό οι νέοι να αισθάνονται άνετα να μοιραστούν τις ιδέες τους χωρίς το φόβο της κριτικής.
- **Σκεφτείτε διαγώνια και αφήστε ο ένας να εμπνεύσει τον άλλον.** Κατά τη διάρκεια του καταιγισμού ιδεών μπορείτε να εκφράσετε ανεξάρτητες ιδέες, αλλά μπορεί να συμβεί να συνδεθούν οι ιδέες μεταξύ τους, μερικές φορές με ασυνήθιστο τρόπο και τότε είναι που αναπτύσσονται σπουδαίες ιδέες!
- **Καθοδηγήστε τον καταιγισμό ιδεών.** Ο συντονιστής προετοιμάζει την εισαγωγή. Ρωτάει για το πρόβλημα ή το θέμα συνοπτικά και χωρίς να μπαίνει σε πολλές λεπτομέρειες. Αλλιώς, μπορεί να επηρεάσει άθελά του τις ιδέες που ακολουθούν. Δίνει τροφή για σκέψη στην αρχή αλλά και όταν η δραστηριότητα φτάνει, αναπόφευκτα, σε αδιέξοδο.
- **Εμπλέξτε όλους τους συμμετέχοντες.** Όλες οι ιδέες είναι απαραίτητες και σημαντικές. Απευθύνετε ερωτήσεις σε όσους δεν έχουν μιλήσει ακόμη, χωρίς όμως να τους αγχώνετε, αν δεν έχουν ιδέες.

1.3. **Αντλήστε έμπνευση**

Το [PRISM](#) προωθεί την αριστεία καθώς και τις επαγγελματικές και επιχειρηματικές ικανότητες που έχουν οι άνθρωποι, ιδίως των νέων, παρέχοντάς τους έγκυρη υποστήριξη για την έκφρασή τους σε ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο.

Το PRISM είναι αφιερωμένο στην έρευνα και την κατάρτιση στον τομέα της συνεργασίας και της διεθνοποίησης, καθώς και στην προώθηση των ευκαιριών που παρέχουν αυτές οι δραστηριότητες. Ειδικότερα, το PRISM αναλύει τόσο τις κοινές προκλήσεις όσο και τα δυνατά σημεία των Ευρω-Μεσογειακών περιοχών, σχεδιάζοντας και προωθώντας λύσεις και κοινές παρεμβάσεις.

Υπό αυτό το πρίσμα, το PRISM, έχει υλοποιήσει έργα και έχει παράσχει υπηρεσίες κατάρτισης, προσανατολισμού, προώθησης, ανάπτυξης και δημιουργίας ικανοτήτων σχετικά με τα ακόλουθα θέματα:

- Μεταναστευτικό φαινόμενο
- Κοινωνικές Πολιτικές
- Προστασία και προώθηση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων
- Διαπολιτισμικότητα και Ένταξη



Συνεργάζονται στενά με τους νέους μετανάστες για την επίτευξη των στόχων που προβλέπονται σε φιλόδοξα προγράμματα όπως το AMIF/FAMI - Asylum Migration Integration Fund.

Δεδομένης της ποικιλίας των θεμάτων και των δραστηριοτήτων στις οποίες εμπλέκονται οι νέοι που έρχονται σε επαφή με το PRISM, παρουσιάζουν ορισμένες χρήσιμες συμβουλές που μπορούν να λειτουργήσουν σε όλους τους τομείς:

1

♦ ΠΑΡΟΧΗ ΠΟΙΚΙΛΙΑΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΜΠΛΟΚΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΑΡΑΚΙΝΗΣΗ ΤΩΝ ΝΕΩΝ

Οι δραστηριότητες παρακίνησης περιλαμβάνουν κυρίως:

- Καλλιτεχνικές δραστηριότητες, οι οποίες μπορεί να περιλαμβάνουν τη διοργάνωση παραστάσεων
- Αθλητικές δραστηριότητες
- Εθνικές και διεθνείς ανταλλαγές και ταξίδια νέων
- Δραστηριότητες στη φύση (π.χ. κοινοτικά πάρκα)
- Δραστηριότητες ενεργούς ιδιότητας του πολίτη (π.χ. σχετικές με το τοπικό περιβάλλον)
- Άλλες ομαδικές δραστηριότητες (π.χ. μαγείρεμα από κοινού, διοργάνωση εκδήλωσης)

Οι δραστηριότητες αυτές μπορούν να αναπτυχθούν σε συνεργασία με τοπικές υπηρεσίες και οργανώσεις. Για παράδειγμα, οι αθλητικές δραστηριότητες μπορούν να αναπτυχθούν σε συνεργασία με τοπικούς αθλητικούς συλλόγους, ενώ οι δήμοι μπορούν να προωθήσουν τις δραστηριότητες στη φύση και τις δραστηριότητες ενεργούς ιδιότητας του πολίτη.

2

♦ ΕΞΑΣΦΑΛΙΣΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΠΟΥ ΠΡΟΩΘΟΥΝ ΤΗΝ ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Οι κινητήριες δραστηριότητες, παρέχουν στους νέους ένα ασφαλές περιβάλλον για να περνούν το χρόνο τους. Επιπλέον, οι δραστηριότητες αυτές μπορεί να δώσουν στους νέους ένα βήμα για να μοιραστούν τα προβλήματά τους και μια ευκαιρία για το προσωπικό να προσφέρει υποστήριξη. Ένα τυπικό μαθησιακό περιβάλλον, καθώς και οι κινητήριες δραστηριότητες, πρέπει να θέτουν συγκεκριμένους στόχους και να καθοδηγούνται από επαγγελματίες (π.χ. εκπαιδευτικούς, εργαζόμενους με νέους, συμβούλους κ.λπ.). Οι δραστηριότητες αυτές αποσκοπούν στο να βοηθήσουν τους νέους να γνωρίσουν καλύτερα τον εαυτό τους και να αλληλεπιδράσουν με τους άλλους, και θα πρέπει, για

παράδειγμα, να προωθούν τη συνεργασία και την επίλυση συγκρούσεων. Αυτό, θα ενισχύσει την ικανότητα των μαθητών να αντιμετωπίζουν δυσκολίες ή προκλήσεις.

3

♦ ΟΙΚΟΔΟΜΗΣΗ ΣΧΕΣΕΩΝ ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗΣ ΜΕΤΑΞΥ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΜΕΛΩΝ ΤΟΥ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ

Ένας βασικός παράγοντας για να μπορέσουν οι νέοι να επιτύχουν στην εκπαίδευση και την κατάρτιση, είναι οι ενήλικες γύρω τους να δείξουν ότι πιστεύουν στις ικανότητές τους και να τους υποστηρίξουν προς την επίτευξη των στόχων τους. Οι κινητήριες δραστηριότητες, που φέρνουν κοντά το προσωπικό και τους νέους σε μια άτυπη δραστηριότητα, μπορούν να βοηθήσουν τους νέους να δημιουργήσουν μια θετική σχέση με ένα μέλος του προσωπικού. Αυτό το μέλος του προσωπικού μπορεί να αποδειχθεί ότι είναι ο ενήλικος με τον οποίο μπορούν να “συνδεθούν” και ο οποίος τους παρακινεί να εργαστούν για την επίτευξη μιας εξειδίκευσης.

1.4. Αναφορές

<https://www.ionos.it/startupguide/produttivita/brainstorming/>

<https://ideadrop.co/innovation-strategy/top-10-activities-to-help-boost-your-creative-thinking/>

<https://www.indeed.com/career-advice/career-development/creativity-exercise>

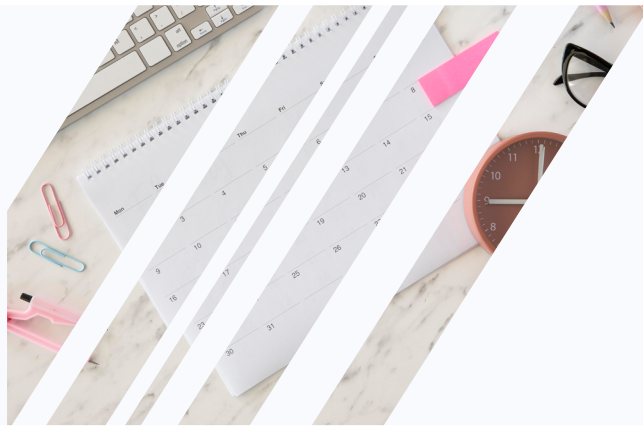
<https://www.inc.com/kevin-daum/7-ways-to-generate-great-ideas.html>

2. Σχεδιασμός και οργάνωση εκδηλώσεων

Το μυστικό για τη δημιουργία της τέλει καλλιτεχνικής εκδήλωσης χαμηλού κόστους, έγκειται στον **προγραμματισμό** και τη **σκληρή δουλειά**. Αν είστε πρόθυμοι να βάλετε την καρδιά και την ψυχή σας σε μία εκδήλωση, με τον ένα ή τον άλλο τρόπο, θα την πραγματοποιήσετε και η ικανοποίηση και η χαρά θα αποδώσει καρπούς.

Στην πραγματικότητα, ο σχεδιασμός μιας εκδήλωσης απαιτεί πολύ χρόνο και προσπάθεια. Το να σχεδιάσετε και να οργανώσετε μια εκδήλωση, μπορεί να είναι προκλητικό, αγχωτικό και χρονοβόρο, αλλά μπορεί επίσης να είναι διασκεδαστικό και ένα χρήσιμο εργαλείο για να γνωρίσετε άλλους ανθρώπους και να ξεδιπλώσετε τη δημιουργικότητά σας. Μην τρομάξετε όμως από τον τεράστιο όγκο δουλειάς που απαιτείται, προχωρήστε σταδιακά, δουλέψτε ομαδικά και θα δείτε ότι όλα θα γίνουν πιο εύκολα.

Ας ανακαλύψουμε λεπτομερώς το πώς μπορεί να γίνει αυτό!



2.1. Απαραίτητα βήματα για τον σχεδιασμό μιας εκδήλωσης

1

♦ ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΑΠΤΩΝ ΣΤΟΧΩΝ ΚΑΙ ΣΚΟΠΩΝ

Γιατί διοργανώνετε μια εκδήλωση; Σκεφτείτε ποιους στόχους θέλετε να επιτύχετε και ποιους θέλετε να προσελκύσετε στην εκδήλωσή σας.

Ξεκινήστε από τον καταιγισμό ιδεών και τις ιδέες που προτείνουν οι νέοι - μπορούν να σας καταπλήξουν με τις ιδέες τους. Στην πραγματικότητα, για να οργανώσετε μια εκδήλωση, είναι απαραίτητο **να έχετε μια ιδέα**, η οποία δεν είναι απαραίτητο να είναι η καλύτερη ιδέα που υπήρξε ποτέ. Το σημαντικό είναι να είναι αποτέλεσμα ενός ευρέους οράματος, το οποίο μπορεί να αναπτυχθεί βραχυπρόθεσμα, μεσοπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα, αυξάνεται όλο και περισσότερο.

Αυτό θα σας βοηθήσει να παραμείνετε επικεντρωμένοι στη μεγάλη εικόνα, καθ' όλη τη διάρκεια του σχεδιασμού σας. Αλλά να θυμάστε, οι στόχοι και οι σκοποί πρέπει να είναι

ρεαλιστικοί! Κατά τον σχεδιασμό οποιασδήποτε εκδήλωσης, θα πρέπει να προσδιορίσετε ένα σύνολο στόχων που θα υποστηρίζουν τον τελικό σας στόχο. Με ορισμένους τους σκοπούς και τους στόχους σας, μπορείτε να δημιουργήσετε ένα προκαταρκτικό πεδίο εφαρμογής της εκδήλωσης. Το πεδίο εφαρμογής σας θα πρέπει να προσφέρει βασικές λεπτομέρειες και να υποδεικνύει τον τρόπο με τον οποίο θα επιτύχετε τους περιγραφόμενους στόχους σας.

2

◆ ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥ ΣΤΟΧΕΥΟΜΕΝΟΥ ΚΟΙΝΟΥ ΣΑΣ

Το να μιλάτε χωρίς να έχετε ένα ακροατήριο που ενδιαφέρεται να σας ακούει είναι εντελώς άχρηστο.

Το στοχευόμενο κοινό, συνδέεται στενά με τον τελικό στόχο της εκδήλωσης. Θα είναι το κοινό στο οποίο θα επικοινωνήσετε το μήνυμά σας κατά τη διάρκεια της εκδήλωσής σας.

Ποιο είναι το κοινό μου; Είναι νέοι; Ποιο είναι το υπόβαθρό τους; Θέλω μια εκδήλωση με μικρό, συγκεκριμένο κοινό ή μια εκδήλωση ανοιχτή σε όλους, όσο περισσότεροι τόσο το καλύτερο;

Είναι σημαντικό να θέσετε στον εαυτό σας αυτά τα ερωτήματα από την αρχή, διότι θα καθορίσουν όλες τις επιλογές σας κατά τη διοργάνωση της εκδήλωσης.

3

◆ ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑΣ

Η επιλογή της ιδανικής ημερομηνίας για την εκδήλωση είναι μια περίπλοκη και σημαντική πτυχή. Όταν σχεδιάζετε μια εκδήλωση, θα πρέπει να λάβετε υπόψη σας τα εξής:

- Δώστε στον εαυτό σας αρκετό χρόνο!
- Λάβετε υπόψη σας τις νόμιμες και θρησκευτικές αργίες.
- Ελέγξτε το ημερολόγιο της κοινότητας της περιοχής.
- Αποφύγετε τις περιόδους σχολικών / εργασιακών διακοπών.
- Λάβετε υπόψη σας τον καιρό / την εποχή.
- Ελέγξτε τις ημερομηνίες με τους βασικούς συμμετέχοντες - ομιλητές, παρουσιαστές, διοργανωτές.

Μόλις ορίσετε την ημερομηνία, μπορείτε να αρχίσετε να κλείνετε τα πάντα και να σχεδιάζετε τις δραστηριότητες προώθησης.

Να θυμάστε ότι η εποχή του έτους έχει σημαντικό αντίκτυπο στην προθυμία των καλεσμένων να παρευρεθούν σε μια εκδήλωση.

4

◆ ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΗΣ ΤΟΠΟΘΕΣΙΑΣ

Η επιλογή και ο σχεδιασμός του χώρου διεξαγωγής θα έχει σημαντικό αντίκτυπο σε όλα τα στοιχεία του σχεδιασμού της εκδήλωσης και στη συνολική ασφάλεια και επιτυχία της εκδήλωσης.

Παράγοντες που πρέπει να ληφθούν υπόψη κατά την επιλογή της τοποθεσίας / του χώρου διεξαγωγής:

- **Εσωτερικές ή εξωτερικές επιλογές.** Για παράδειγμα, οι υπαίθριες εκδηλώσεις παρουσιάζουν τα δικά τους προβλήματα, όπως ο καιρός και η συμμόρφωση με τους περιορισμούς θορύβου σε εξωτερικούς χώρους, ενώ παράλληλα διασφαλίζεται ότι η μουσική θα μπορεί να ακουστεί από όλους τους παρευρισκόμενους, αλλά έξω έχετε περισσότερο χώρο για τις δραστηριότητές σας.
- **Προσβασιμότητα.** Διαθέτει ο χώρος της εκδήλωσης προσβάσιμες εισόδους και ανελκυστήρες; Διαθέτει ο χώρος προσβασιμότητα για άτομα με ειδικές ανάγκες; Υπάρχουν τουαλέτες για όλα τα φύλα; Θα έχετε χώρο για διερμηνείς / μουσικούς / στρογγυλά τραπέζια; Αυτοί και πολλοί άλλοι παράγοντες, συμβάλλουν στην επιλογή ενός χώρου στον οποίο όλοι οι συμμετέχοντες θα αισθάνονται άνετα.
- **Μέγεθος.** Μια εκδήλωση για 50 άτομα θα χρειαστεί έναν πολύ διαφορετικό χώρο από μια εκδήλωση για 500 άτομα.



- **Υποδομές και μεταφορές**, όπως ο χώρος στάθμευσης. Υπάρχει χώρος στάθμευσης ή είναι εύκολη η πρόσβαση μέσω των μέσων μαζικής μεταφοράς;
- **Ασφάλεια και προστασία**.
- **Ασφάλιση**. Θα χρειαστεί να αγοράσετε ξεχωριστή ασφάλεια; Ποιοι είναι οι κανόνες ευθύνης τους;
- **Οπτικοακουστικά μέσα**. Εάν η εκδήλωσή σας χρειάζεται ηχεία και μικρόφωνα, βεβαιωθείτε ότι είναι εύκολο να τα εγκαταστήσετε στον διαθέσιμο χώρο. Το ίδιο ισχύει και για την πρόσβαση στο Wi-Fi (και τις συνδέσεις κινητών τηλεφώνων!) ή οποιεσδήποτε άλλες τεχνολογικές ανάγκες έχει η εκδήλωσή σας.
- **Κόστος** – κατάθεση ή όχι.

5

◆ **ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΩΝ ΟΜΙΛΗΤΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΠΡΟΣΚΕΚΛΗΜΕΝΩΝ**

Μια εκδήλωση είναι τόσο καλή όσο οι ομιλητές και οι προσκεκλημένοι της. Επιλέξτε αξιόλογους και, αν είναι δυνατόν, γνωστούς ομιλητές και προσκεκλημένους, διότι ένα δημοφιλές πρόσωπο προσελκύει μεγαλύτερο ακροατήριο. Στην πραγματικότητα, μια εκδήλωση στην οποία συμμετέχει ένας influencer ή ένα γνωστό πρόσωπο, είναι δυνατόν να έχει μεγαλύτερη απήχηση. Επίσης, αν θέλετε να στείλετε ένα μήνυμα μέσω της εκδήλωσης, με αυτόν τον τρόπο, μπορείτε να το διαδώσετε σε μεγαλύτερο κοινό. Αλλά να θυμάστε, οι καλεσμένοι πρέπει να είναι δραστήριοι και να έχουν θετική ενέργεια. Μπορεί να έχουν όλο το ταλέντο του κόσμου, αλλά αν δεν χαίρονται που βρίσκονται εκεί και δεν υποστηρίζουν τον σκοπό της εκδήλωσης, θα διαδώσουν αυτή την αρνητικότητα.

6

◆ **ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΑΤΖΕΝΤΑΣ**

Τα χρονοδιαγράμματα των εκδηλώσεων είναι σημαντικά για την παρακολούθηση των καθηκόντων, των ευθυνών και των προθεσμιών που έχουν ανατεθεί σε κάθε μέλος και πρέπει να ολοκληρωθούν πριν από την εκδήλωση.

Στο πλαίσιο ενός πλήρους και λεπτομερούς χρονοδιαγράμματος και ατζέντας μιας εκδήλωσης, είναι σημαντικό να ληφθεί υπόψη η πιθανότητα να πάει κάτι στραβά. Επομένως, είναι σχετικό να σχεδιάσετε μια λεπτομερή ατζέντα και να ορίσετε

ένα σχέδιο Β, ακόμη και ένα σχέδιο Γ. Για παράδειγμα, φέρτε μαζί σας κάποια όργανα που μπορούν να παιχτούν μαζί σε περίπτωση που το ηχοσύστημα δεν λειτουργεί. Από ένα πρόβλημα μπορεί να γεννηθεί μια ευκαιρία για διασκέδαση.

2.2. Μικρά τεχνάσματα για μεγάλα αποτελέσματα

♦ ΜΕΙΩΣΤΕ ΤΗΝ ΤΡΟΦΟΔΟΣΙΑ, ΑΛΛΑ ΜΗΝ ΑΦΗΣΕΤΕ ΤΑ ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΑ

Ένα από τα πρώτα έξοδα που πρέπει να μειωθούν όταν σχεδιάζετε μια εκδήλωση χαμηλού κόστους είναι η τροφοδοσία. Αυτό δεν αποκλείει την προσφορά αναψυκτικών στους συμμετέχοντες. Το φαγητό είναι μια σημαντική στιγμή του μοιράσματος. Ακόμη περισσότερο, αν στην ομάδα ή τον οργανισμό σας υπάρχουν άτομα που προέρχονται από διαφορετικές περιοχές, μπορείτε να ετοιμάσετε τυπικά πιάτα που θα προσφέρονται δωρεάν ή με ένα μικρό αντίτιμο, γεγονός που θα σας επιτρέψει να αυτοχρηματοδοτήσετε την εκδήλωση. Μπορείτε να ανακαλύψετε περισσότερα σχετικά με τον τρόπο εύρεσης κεφαλαίου στο επόμενο κεφάλαιο.

♦ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΤΕΙΤΕ ΔΗΜΟΣΙΟΥΣ Η ΑΣΤΙΚΟΥΣ ΧΩΡΟΥΣ

Συνήθως, κατά τη διοργάνωση μιας εκδήλωσης, η τοποθεσία έχει το μεγαλύτερο κόστος. Λάβετε υπόψη σας τους δημόσιους και αστικούς χώρους. Επικοινωνήστε με τοπικούς φορείς παρουσιάζοντας την εκδήλωσή σας και δείξτε τους την αξία της. Μπορούν να σας προσφέρουν μεγάλους χώρους δωρεάν ή με χαμηλό κόστος. Επίσης, για τους δημόσιους χώρους, ζητήστε πάντα την άδεια των τοπικών αρχών για να οργανώσετε την εκδήλωσή σας εκεί.

♦ ΑΠΕΛΕΥΘΕΡΩΣΤΕ ΤΗ ΦΑΝΤΑΣΙΑ ΚΑΙ ΤΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟΤΗΤΑ ΣΑΣ

Ακόμη και αν διοργανώνετε μια εκδήλωση χαμηλού κόστους, αυτό δεν σημαίνει ότι δεν μπορεί να είναι μια αξιόλογη και όμορφη εκδήλωση. Σκεφτείτε διαφορετικά και απελευθερώστε τη φαντασία σας! Με μερικά χαρτιά, χρώματα και δημιουργικότητα, μπορείτε να διακοσμήσετε τον χώρο και να τον κάνετε πιο φιλόξενο και ταυτόχρονα να διασκεδάσετε κατά την προετοιμασία του.

2.3. Αντλήστε έμπνευση



Η ΜΚΟ [Mine Vaganti NGO \(MVNGO\)](#) είναι ένας μη κερδοσκοπικός οργανισμός που ιδρύθηκε στη Σαρδηνία το 2009, οι υπηρεσίες του οποίου περιλαμβάνουν εκπαίδευση και κατάρτιση, σχεδιασμό και ανάπτυξη έργων, θεματική έρευνα, διεθνή κινητικότητα και συμβουλευτική - στους τομείς της νεολαίας, των ενηλίκων, της εκπαίδευσης και του αθλητισμού.

Η MVNGO προωθεί τον διαπολιτισμικό διάλογο, την κοινωνική επιχειρηματικότητα, την κοινωνική ένταξη μέσω του αθλητισμού, της τυπικής και μη τυπικής εκπαίδευσης, συμπεριλαμβανομένων των μειονεκτούντων ατόμων, όπως οι μετανάστες και τα άτομα με αναπηρία.

Η MVNGO έχει διοργανώσει πολυάριθμες δημόσιες εκδηλώσεις, δραστηριότητες και συναντήσεις στο ιστορικό κέντρο του Sassari με στόχο τη συμμετοχή των τοπικών νέων NEETs, επιτρέποντάς τους να γνωρίσουν τις ευρωπαϊκές ευκαιρίες και να καταπολεμήσουν την ανεργία και πολλοί από αυτούς εργάζονται τώρα στην MVNGO ή συνεργάζονται μαζί τους.

Ένας άλλος σκοπός της MVNGO είναι η προώθηση της κοινωνικής και πολιτιστικής ένταξης των μεταναστών.

Σύμφωνα με την εμπειρία της MVNGO εμπειρία, αυτό που είναι πάντα σημαντικό είναι να σχεδιάζεται προσεκτικά ο προϋπολογισμός. Στη συνέχεια, το πρώτο πράγμα που πρέπει να γίνει, αν έχετε χαμηλό προϋπολογισμό, είναι **να βρείτε έγκαιρα έναν χώρο διεξαγωγής**, διότι αυτό θα είναι πιθανότατα το μεγαλύτερο στοιχείο του προϋπολογισμού. Κατά την επιλογή του χώρου, θα μπορούσατε επίσης να εξετάσετε το ενδεχόμενο να οργανώσετε την εκδήλωσή σας σε λιγότερο δημοφιλείς ημερομηνίες και αυτό θα μπορούσε να σας προσφέρει μια καλή συμφωνία με τους χώρους. Πριν κλείσετε έναν χώρο, φροντίστε να τον επισκεφθείτε και να βεβαιωθείτε ότι οι υλικοτεχνικές διακανονισμοί δεν θα δυσχεράνουν τη διοργάνωση.

Το ίδιο ισχύει και για τα έξοδα μεταφοράς, τα τρόφιμα και τα ποτά. Σκεφτείτε πραγματικά αν χρειάζεται να ταξιδέψουν οι άνθρωποι σε διαφορετική τοποθεσία ή αν μπορείτε να καταφέρετε να μείνετε κοντά. Όσον αφορά το φαγητό, μην σκέφτεστε πολύ μεγάλα πράγματα. Θα πρέπει να είναι καλό αλλά όχι απαραίτητα πολύ φανταχτερό.

Ένα άλλο πράγμα που θα μπορούσατε να κάνετε για να εξοικονομήσετε χρήματα είναι να βρείτε εναλλακτικές λύσεις αντί να έχετε έντυπο υλικό και **η τεχνολογία μπορεί να είναι ο μεγαλύτερος σύμμαχός σας**, υπό αυτή την έννοια. Μπορείτε να διαφημίσετε την εκδήλωσή σας στο διαδίκτυο και να εκτυπώσετε λιγότερες αφίσες και φυλλάδια, για παράδειγμα.

Σε γενικές γραμμές, ένα καλό πράγμα που πρέπει να θυμάστε είναι ότι όσο πιο πάγιοι είστε σε ιδέες και στοιχεία όσον αφορά την εκδήλωσή σας, τόσο πιο δύσκολο θα είναι να τα αποκτήσετε, σύμφωνα με τον προϋπολογισμό σας. Ίσως αυτό που σας προσφέρεται δωρεάν ή με χαμηλότερο κόστος να μην είναι ακριβώς αυτά που ιδανικά θέλατε, αλλά μπορεί και πάλι να κάνει τη δουλειά; Μπορεί να είναι λιγότερο κομψό, αλλά εξακολουθεί να εξυπηρετεί τη λειτουργία, οπότε σας εξοικονομεί χρήματα που μπορείτε να ξοδέψετε σε κάτι άλλο.

Σκεφτείτε επίσης να **ανακυκλώνετε αντικείμενα** αντί να παίρνετε καινούργια για κάθε εκδήλωση. Για παράδειγμα, αν χρειάζεστε ένα σκηνικό ή ένα πανό, μπορείτε να το σχεδιάσετε και να το κατασκευάσετε με τέτοιο τρόπο ώστε να μπορεί να επαναχρησιμοποιηθεί, αλλάζοντας μόνο ορισμένα μέρη ή τίποτα απολύτως.

Τέλος, αξιοποιήστε στο έπακρο τα προγράμματα εθελοντισμού. **Εμπλέξτε εθελοντές στην εκδήλωσή σας**, καθώς είναι ένας καλός τρόπος για να αποκτήσετε επιπλέον ανθρώπινο δυναμικό και υποστήριξη για εσάς και την ομάδα σας. Σε αντάλλαγμα, χρειάζονται απλώς τη σωστή καθοδήγηση ή/και καλά προνόμια, όπως δωρεάν είσοδο ή πρόσβαση στο συνέδριο, τις συναυλίες ή οτιδήποτε άλλο, σε αντίθεση με το να είναι απλώς ένας συμμετέχων ή να μην είναι εκεί.

Το να είστε σε θέση να οργανώσετε μια ωραία εκδήλωση σας κάνει πάντα να αισθάνεστε ευτυχισμένοι για αυτό που έχετε πετύχει. Στο τέλος της ημέρας, **η σκληρή δουλειά αποδίδει καρπούς**. Το να μπορείς να δεις όλα όσα σχεδιάσες να πραγματοποιούνται πραγματικά, σου δίνει ένα **καταπληκτικό αίσθημα υπερηφάνειας και ολοκλήρωσης**.

Σίγουρα, μπορεί να αντιμετωπίσατε μερικά προβλήματα κατά τη διάρκεια της διαδικασίας σχεδιασμού, αλλά αν το έχετε σχεδιάσει σωστά, αυτά είναι απλώς δευτερεύοντα ζητήματα που μπορούν να επιλυθούν σε χρόνο μηδέν.

Έχετε δουλέψει σκληρά για να σκεφτείτε, να διαχειριστείτε και να διευθύνετε την εκδήλωση και όταν αυτή τελειώσει, το μόνο που απομένει είναι **να συγχαρείτε τον εαυτό σας και την ομάδα σας για το αποτέλεσμα** και να εκμεταλλευτείτε την ευκαιρία να αξιολογήσετε την εκδήλωση, όλα τα υπέρ και τα κατά, για να συνεχίσετε να βελτιώνεστε και να οργανώσετε μια ακόμη πιο επιτυχημένη εκδήλωση στο μέλλον.

3. Πώς να αποκτήσετε κεφάλαιο ή εξοπλισμό

Για τον σχεδιασμό και την οργάνωση μιας εκδήλωσης είναι σημαντικό να εξασφαλιστούν η χρηματοδότηση, καθώς και τα κατάλληλα εργαλεία για την υλοποίησή της. Μερικές φορές, ακόμη και η καλύτερη ιδέα και το καλύτερο σχέδιο, που πρόκειται να υλοποιηθεί, εξαρτάται από τους πόρους που διαθέτει κάποιος. Για το λόγο αυτό, σε αυτό το μέρος του οδηγού μπορείτε να βρείτε τρόπους με τους οποίους μπορούν να αποκτηθεί το κεφάλαιο και ο κατάλληλος εξοπλισμός για την προγραμματισμένη εκδήλωση.

Ο σχεδιασμός των δραστηριοτήτων αναζήτησης πόρων μπορεί να είναι το κλειδί, διότι όταν αναγνωρίζετε τις διάφορες επιλογές σας, γνωρίζετε καλύτερα πώς να διαφοροποιήσετε τα καθήκοντα και το κεφάλαιο. Χάρη στις αποκτηθείσες και τεκμηριωμένες πληροφορίες -είναι δυνατόν να προγραμματίσετε τις πιο σημαντικές δαπάνες. Γνωρίζετε τι είναι απαραίτητο - στοιχεία χωρίς τα οποία η εκδήλωση δεν θα πραγματοποιηθεί. Τότε είναι ευκολότερο να προσελκύσετε πιθανούς χορηγούς, εταίρους, οργανισμούς και τη δημόσια διοίκηση.

Ένα σημαντικό καθήκον, κατά τη διαδικασία του σχεδιασμού, είναι η σωστή επιλογή των πόρων και των εργαλείων. Σε αυτό το κεφάλαιο παρουσιάζονται μερικές προτάσεις για να διαλέξετε. Εξετάστε την καταλληλότερη για εσάς προσέγγιση, διότι σε κάθε χώρα υπάρχουν διαφορετικοί τρόποι άντλησης πόρων και, κυρίως, κάθε εκδήλωση είναι διαφορετική και ανάλογα με αυτό αλλάζουν και οι πόροι και ο εξοπλισμός που απαιτούνται.

3.1. Προγραμματισμός του προϋπολογισμού της εκδήλωσης

Η εύρεση του κεφαλαίου και η απάντηση στο ερώτημα “Πώς θα βρούμε κεφάλαιο και εξοπλισμό;”, θα πρέπει να ξεκινά ως ο σχεδιασμός του προϋπολογισμού μιας εκδήλωσης. Για τον καλύτερο προγραμματισμό του προϋπολογισμού μιας εκδήλωσης, είναι απαραίτητο να απαντηθούν ορισμένα σημαντικά ερωτήματα, όπως: ποια είναι τα συγκεκριμένα έξοδα, για παράδειγμα - διαφήμιση, απαραίτητα εργαλεία, φυλλάδια, τροφοδοσία, μικρόφωνο, φωτισμός κ.λπ. Ποια μπορεί να είναι τα έσοδα από την εκδήλωση; Θα έχω κάποια υποστήριξη; Ποια έξοδα είναι απαραίτητα;

Πριν από την αναζήτηση ευκαιριών χρηματοδότησης υπάρχει ένας κατάλογος πραγμάτων που πρέπει να εξετάσετε, προκειμένου να προσδιορίσετε καλύτερα ποιο είναι το απαραίτητο κεφάλαιο και πώς θα το επιτύχετε.

- Ποια είναι η ιδέα;
- Ποια είναι τα συγκεκριμένα καθήκοντα;
- Ποιος είναι ο απαιτούμενος προϋπολογισμός;
- Αναμένονται οικονομικά κέρδη;
- Ποια είναι τα αναμενόμενα άλλα κέρδη (μη υλικά);
- Εκτίμηση - όλα τα έξοδα κατανέμονται μεταξύ των αποφευκτέων και των αναπόφευκτων.
- Απαιτούνται κάποιες κρατήσεις, επαγγελματικές ή άλλου είδους άδειες;
- Μπορούν να εμφανιστούν απροσδόκητα έξοδα, π.χ. έξοδα τοποθεσίας, μεταφοράς και άλλα;
- Ποιοι είναι οι πιθανοί χορηγοί;
- Είναι απαραίτητη η διαφήμιση;
- Είναι δυνατόν να συνδέσετε την εκδήλωσή σας με άλλες δραστηριότητες, όπως η ένταξη εργαζομένων, φεστιβάλ, διακοπές;
- Ποιες είναι οι πολιτιστικές και κοινωνικές αξίες που απορρέουν από την εκδήλωση;

Αφού περιγράψετε καλύτερα την εκδήλωση που πρόκειται να οργανώσετε, είναι δυνατόν να προβλέψετε όλα τα πιθανά έξοδα της προγραμματισμένης εκδήλωσης.

Παρακάτω μπορείτε να βρείτε έναν κατάλογο με τα έξοδα που ενδέχεται να αντιμετωπίσετε κατά τη διοργάνωση μιας εκδήλωσης. Μην τρομάζετε από αυτόν τον μακρύ κατάλογο! Είναι απλώς ένα παράδειγμα πιθανών εξόδων. Έχετε την ευκαιρία να επιλέξετε τις προτεραιότητές σας και κατά συνέπεια τα απαραίτητα έξοδα. Ποια έξοδα ισχύουν για την εκδήλωσή σας;

Πιθανά έξοδα που πρέπει να ληφθούν υπόψη:

- ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ: • ενοίκιο • καθαρισμός • αμοιβή μέσων ενημέρωσης
- ΤΡΟΦΟΔΟΣΙΑ: • φαγητό και ποτά • εξυπηρέτηση • εθελοντές
- ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ: • μεταφορά των συμμετεχόντων και του εξοπλισμού • πρόσθετες επισκέψεις στις εγκαταστάσεις • χρηματοδότηση τοπικών μεταφορών ή δωρεάν εισιτήρια
- ΣΚΗΝΟΓΡΑΦΙΑ: • στοιχεία διακόσμησης π.χ. φωτισμός • πρόσθετος εξοπλισμός • έπιπλα, τραπέζια, καρέκλες
- ΠΟΛΥΜΕΣΑ: • φωτισμός • ήχος • κόστος παραγωγής βίντεο • τεχνικός αναγνώστης
- ΤΥΠΟΓΡΑΦΙΚΑ: • προσκλήσεις • φυλλάδια, αφίσες, πανό • ταυτότητες
- ΔΩΡΑ: • κόστος δώρου • κόστος πακέτου
- ΑΞΙΟΘΕΑΤΑ: • ιπρόσθετα αξιοθέατα • εκφωνητής
- ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΙΣ: • υπαίθρια • διαδίκτυο, ραδιόφωνο κ.λπ
- ΕΞΟΔΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΕΞΟΔΑ:
 - Διαχειριστής εκδηλώσεων • φωτογράφος / εικονολήπτης.
- ΑΛΛΑ: • Όλα τα άλλα έξοδα που δεν εντάσσονται σε καμία κατηγορία

Ένα συγκεκριμένο σχέδιο με σαφώς καθορισμένο και εφικτό στόχο και η εξοικείωση με τον προϋπολογισμό σας δίνουν το σωστό δρόμο για να κάνετε την εκδήλωσή σας πραγματικότητα.

3.2. Μέθοδοι εύρεσης κεφαλαίου και εργαλείων

Αφού καθορίσετε καλύτερα τον απαραίτητο προϋπολογισμό, είναι καιρός να καταλάβετε πώς θα βρείτε κεφάλαια και εργαλεία για την εκδήλωσή σας. Έχετε διάφορες δυνατότητες, όπως:

- A.** Επιχορηγήσεις
- B.** Χορηγοί
- Γ.** Συνεργασία: τοπικές/κρατικές αρχές
- Δ.** Δημιουργικές δραστηριότητες



A. Επιχορηγήσεις και δωρεές

Ανάλογα με το θέμα της εκδήλωσης, μπορεί κανείς να εξετάσει το ενδεχόμενο να υποβάλει αίτηση για κρατική ή τοπική δωρεά. Κατ' αρχάς, συνιστάται να αναζητήσετε τις επιχορηγήσεις, οι οποίες συμπίπτουν με πολιτιστικές και διαπολιτισμικές δραστηριότητες. Δεύτερον, θα πρέπει να αναζητήσει κανείς τις βάσεις δεδομένων στο διαδίκτυο, σε επίπεδο τοπικής πόλης ή χώρας ή ακόμη και Ευρωπαϊκής Ένωσης. Καλό είναι επίσης να αναζητήσει κανείς πληροφορίες στην πρεσβεία, όπου συνήθως υποστηρίζεται ο διαπολιτισμικός διάλογος.

Να θυμάστε ότι η αναζήτηση της κατάλληλης επιχορήγησης και η υποβολή αίτησης μπορεί να είναι πολύ χρονοβόρα. Μπορεί να διαρκέσει αρκετές εβδομάδες ή ακόμη και αρκετούς μήνες. Αλλά, τελικά, η επιχορήγηση που θα αποκτηθεί, θα επιτρέψει τη χρηματοδότηση της προγραμματισμένης εκδήλωσης, μερικές φορές ακόμη και χωρίς προσωπικό κόστος. Σε ορισμένες περιπτώσεις μπορεί να έχετε ακόμη και τη δυνατότητα να λάβετε βοήθεια για τη συμπλήρωση της αίτησης από κάποιον εμπειρογνώμονα π.χ. δωρεάν.

B. Χορηγοί

Το θέμα της χορηγίας είναι αξιοσημείωτο, διότι πολλές εκδηλώσεις έγιναν δυνατές χάρη στη σύνδεση μιας ιδέας με ένα ίδρυμα/ εταιρεία/ιδιώτη που την υποστηρίζει. Η χορηγία μπορεί να λάβει πολλές μορφές:

- **Απόκτηση οικονομικής υποστήριξης** με αντάλλαγμα το δικαίωμα τοποθέτησης ενός λογότυπου στα άρθρα της εκδήλωσης ή στον ιστότοπό της
- **Υποστήριξη σε προϊόντα και υπηρεσίες.**
- **Απόκτηση συνεργάτη στα μέσα ενημέρωσης**, ο οποίος θα διαφημίσει την εκδήλωση με αντάλλαγμα την αναφορά του κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης.

Η εύρεση χορηγού για την προγραμματισμένη εκδήλωση είναι ίσως η πιο δημοφιλής και αποτελεσματική επιλογή. Ωστόσο, απαιτεί προετοιμασία και απάντηση σε ορισμένα ερωτήματα, τα οποία μπορεί να προκύψουν. Για παράδειγμα: Πόσα άτομα θα λάβουν μέρος στην εκδήλωση; Ποιο είναι το σχέδιο μάρκετινγκ; Τι είδους ομάδα θα είναι;

Όταν αποφασίζετε να αναζητήσετε χορηγούς για την εκδήλωσή σας, να θυμάστε ότι είναι σημαντικό να ξεκινάτε από σαφείς κανόνες, σχέδια και πληροφορίες. Να είστε καλά προετοιμασμένοι όταν παρουσιάζετε τον εαυτό σας και την εκδήλωσή σας στον δυνητικό χορηγό, ώστε ο χορηγός να μπορεί να κατανοήσει την αξία σας και ταυτόχρονα πόσα θα κερδίσει η εταιρεία, η ένωση ή το ίδρυμά του, συμμετέχοντας στην εκδήλωσή σας.

Πώς να βρείτε χορηγό;

- Κοιτάξτε γύρω σας:** Ίσως ένα τοπικό σχολείο, μια εταιρεία, ένας οργανισμός ή ακόμη και ένας φίλος σας μπορεί να γίνει χορηγός.
- Ψάξτε στο διαδίκτυο:** Υπάρχουν ειδικά εργαλεία για την αναζήτηση χορηγού, όπως το [SponsorMyEvent](#), όπου οι οργανισμοί αναζητούν χορηγούς και οι χορηγοί αναζητούν εκδηλώσεις.



- c) **Ψάξτε για παρόμοιες εκδηλώσεις**, με αυτή που διοργανώνετε και δείτε προσεκτικά, ποιος τις βοήθησε και ποιος ήταν ο χορηγός. Αποκτήστε χορηγούς από τον τομέα της επιχείρησής σας, τότε η αποτελεσματικότητα της απόκτησής τους θα πρέπει να είναι πολύ μεγαλύτερη. Θα έχετε πλεονέκτημα έναντι άλλων που προσεγγίζουν τον ίδιο χορηγό, επειδή έχετε τον ίδιο στόχο.

Το σημαντικό είναι ότι αυτά τα τρία πράγματα ενεργούν σε αρμονία μεταξύ τους - ο χορηγός, το στοχευόμενο κοινό, η εκδήλωση.

Περιορίστε τις επιλογές των αιτήσεων σας στους χορηγούς των οποίων οι αξίες σχετίζονται στενά με τις αξίες της εκδήλωσής σας. Με αυτόν τον τρόπο, θα μπορέσετε να επικεντρωθείτε σε εκείνους που είναι σημαντικοί και μπορούν να επιτύχουν. Θυμηθείτε επίσης να εξετάσετε την εκδήλωσή σας και να μάθετε αν υπάρχει κάτι μοναδικό σε αυτήν, καθώς αυτό μπορεί να ενθαρρύνει τον πιθανό χορηγό να συμμετάσχει στην εκδήλωσή σας. Γράψτε τη σωστή προσφορά, στην οποία θα περιλαμβάνετε τις σωστές πληροφορίες σχετικά με το τι σας κάνει αξιόπιστους. Περί τίνος πρόκειται η εκδήλωση; Τι είδους κοινό θα προσελκύσει; Τα βασικά στοιχεία - αριθμός συμμετεχόντων, στατιστικά στοιχεία για τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης κ.λπ. Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε δωρεάν υποδείγματα για τη συμμετοχή σε εκδηλώσεις (δείτε βιβλιογραφία: Sponsorship Proposal template).

Γ. Εταίροι

Παρόμοια με τη χορηγία, η εταιρική σχέση επιτρέπει την ευκολότερη άντληση κεφαλαίων και τη μείωση του κόστους. Χάρη στην ανταλλαγή εμπορευμάτων / υπηρεσιών, μπορείτε να αποκτήσετε νέες δυνατότητες για την εκδήλωσή σας, όπως τροφοδοσία, εγκαταστάσεις, εργαλεία, υλικά, διαφημίσεις, διαμονή.



Σύμπραξη με κοινοτικές οργανώσεις

Οι κοινοτικές οργανώσεις επικεντρώνονται συνήθως σε κοινωνικά ζητήματα που προωθούν την ένταξη και τις κοινωνικές σχέσεις. Τέτοιες οργανώσεις

μπορούν να συμβάλουν σημαντικά στη διοργάνωση της εκδήλωσής σας, επειδή διαθέτουν πόρους, όπως κεφάλαια για την απόκτηση των απαραίτητων ειδών για την ομάδα, π.χ. χαρτί για τα φυλλάδια, φαγητό για τους εθελοντές και άλλα υλικά - άρθρα, σκηνικά συνεδρίων κ.λπ. Επιπλέον, η εμπειρία και οι δεξιότητές τους μπορούν να αποτελέσουν χρήσιμο πόρο για την οργάνωση και τη διαχείριση της εκδήλωσης. Μερικές φορές οι οργανώσεις διαθέτουν εκπαιδευμένο προσωπικό, το οποίο μπορεί να σας βοηθήσει επιδέξια στην οργάνωση της εκδήλωσης, στο σχεδιασμό εντυπωσιακών φυλλαδίων, στην επαφή με τα μέσα ενημέρωσης ή το δίκτυό τους ή μπορεί να κάνει πολλά άλλα χρήσιμα πράγματα.

Τοπικές αρχές

Οι τοπικές αρχές μπορούν να υποστηρίξουν πρωτοβουλίες διαφόρων οργανώσεων. Παρουσιάζοντας συγκεκριμένες ιδέες και πρωτοβουλίες μπορείτε να υπολογίζετε στη βοήθεια της τοπικής αυτοδιοίκησης. Θα πρέπει να ενημερώσετε για τις προγραμματισμένες εκδηλώσεις, να οργανώσετε συναντήσεις με τις τοπικές αρχές για να λάβετε την αναφορά και την υποστήριξή τους.

Οι τοπικές αρχές είναι συνήθως έτοιμες να υποστηρίξουν διαπολιτισμικές και καλλιτεχνικές εκδηλώσεις επειδή:

- Ενισχύουν την κοινότητα
- Προάγουν την οικονομική ανάπτυξη
- Προωθούν τον τουρισμό στην περιοχή

Για να αποκτήσετε κεφάλαια από τις τοπικές αρχές είναι καλή ιδέα να επωφεληθείτε από πράγματα όπως (ανάλογα με τη χώρα): Στρατηγικό σχέδιο εκδηλώσεων (τρέχον), Ετήσιο χαρτοφυλάκιο εκδηλώσεων (που διοργανώνονται από το συμβούλιο), Κεφάλαιο εκδηλώσεων.

Δ. Δημιουργικές δραστηριότητες

Πολλές δραστηριότητες θα είναι διαφορετικές μεταξύ τους, γι' αυτό μπορεί να χρειαστεί να σκεφτείτε έξω από τα συνηθισμένα. Σίγουρα, σε όλες τις εκδηλώσεις θα ήταν χρήσιμο να χρησιμοποιήσετε τη δημιουργικότητά σας. Σε αυτή τη διαδικασία ξεχάστε τις λύσεις του εγχειριδίου και δημιουργήστε κάτι νέο, το οποίο θα αναδείξει την αξία της πρωτοβουλίας.

Χρησιμοποιήστε τη φαντασία σας για να παρουσιάσετε και να προωθήσετε την εκδήλωσή σας. Για παράδειγμα: μια ενδιαφέρουσα επιστολή, ένα ποίημα, ένα βίντεο.

Εργαλεία που μπορείτε να χρησιμοποιήσετε:

Χρηματοδότηση από τον κόσμο (Crowdfunding)

Αυτός ο τύπος χρηματοδότησης γίνεται όλο και πιο δημοφιλής και διαδεδομένος. Δίνει μια μεγάλη ευκαιρία για διαφημιστικές και προωθητικές δραστηριότητες για την εκδήλωση. Μερικές φορές βοηθά να ελέγξετε πώς αντιδρά ο κόσμος και αν του αρέσει η συγκεκριμένη ιδέα. Είναι ένας εξαιρετικός τρόπος για όσους κάνουν τα πρώτα τους βήματα για να αποκτήσουν χρηματοδότηση για τις εκδηλώσεις τους ή για πιο πειραματικές δραστηριότητες. Είναι ένα μέσο που σας επιτρέπει να σχεδιάσετε και να προωθήσετε μια ιδέα, ανεβάζοντας διάφορα μέσα - εικόνες και βίντεο.

Είναι σημαντικό, πριν δημοσιεύσετε τις ιδέες σας, να λάβετε υπόψη σας ποια από τις διαθέσιμες επιλογές είναι η καταλληλότερη για το στοχευόμενο κοινό σας. Μπορείτε να ξεκινήσετε τη δοκιμή σας με τις μεγαλύτερες πλατφόρμες, όπως το [Kickstarter](#) ή εκείνες που ειδικεύονται στις εκδηλώσεις, όπως το [Eventbrite](#).

Άγγελοι των Επιχειρήσεων

Πίσω από αυτό το όνομα κρύβονται άνθρωποι και οργανισμοί που ενδιαφέρονται για επενδυτικές ευκαιρίες. Πλατφόρμες όπως το Angelsden και το Fundingpost, μπορούν να βοηθήσουν στην επαφή σε προσωπικό επίπεδο ή σε άλλες εκδηλώσεις που σχετίζονται με την προγραμματισμένη εκδήλωση.

Διαγωνισμοί

Αναζητήστε διαγωνισμούς, οι οποίοι θα προβάλλουν τις δραστηριότητές σας (ιδίως τις ασυνήθιστες), για παράδειγμα, την καινοτομία στην εφαρμογή και την ενσωμάτωση των συμμετεχόντων στην εκδήλωση, τον διαπολιτισμικό διάλογο κ.λπ.

3.3. Ήντλήστε έμπνευση

Θα ήθελα να σας ρωτήσω σχετικά με την απόκτηση χρηματοδότησης και εργαλείων για τη διοργάνωση μιας εκδήλωσης.

Έχετε διοργανώσει κάποια τέτοια εκδήλωση όπου καταφέρατε να το κάνετε χωρίς, για παράδειγμα, εξοπλισμό ή χρηματοδότηση; Μπορείτε να μας πείτε για μια τέτοια διοργάνωση και πώς την αποκτήσατε;

«Το 2014, μαζί με έναν φίλο μου, αποφάσισα να οργανώσω το Φεστιβάλ του ουκρανικού θεάτρου “Ανατολή-Δύση”.

Είχαμε 4 ομάδες από την Ουκρανία, αλλά δεν είχαμε ούτε την οργάνωση, ούτε πηγές ή άλλους πόρους.

Αρχικά, κάναμε φίλους στο Κέντρο Νεολαίας της Κρακοβίας, οι οποίοι λειτούργησαν ως διοργανωτές στην πρώτη έκδοση του Φεστιβάλ (και αργότερα και μέχρι σήμερα είναι συνδιοργανωτές).

Στη συνέχεια, κατόπιν σύστασης του Κέντρου Νεολαίας, απευθυνθήκαμε στο Πανεπιστήμιο και στην κ. Πρύτανη, η οποία επίσης μας υποστήριξε. Είναι συνεργάτες του Φεστιβάλ μέχρι σήμερα.

Η πρώτη διοργάνωση πραγματοποιήθηκε χωρίς δική μας οικονομική συνεισφορά, καθώς και με επιχορηγήσεις από διάφορους φορείς και μεγάλη προσωπική δέσμευση.

Το φεστιβάλ συνεχίζεται μέχρι σήμερα και έχει πλέον την υποστήριξη του Δημαρχείου της Κρακοβίας, του Υπουργείου Πολιτισμού και Εθνικής Κληρονομιάς και πολλών άλλων εταιρών».

4. Επιτυχής καθοδήγηση μιας ομάδας

Αυτό το κεφάλαιο περιγράφει τον τρόπο με τον οποίο μπορείτε να ηγηθείτε και να συνοδεύσετε μια **διαπολιτισμική και εθελοντικά εργαζόμενη** ομάδα στο σχεδιασμό, την υλοποίηση και την ολοκλήρωση μιας διαπολιτισμικής εκδήλωσης πολυμέσων με πολύχρωμο καλλιτεχνικό πρόγραμμα και **περιορισμένο προϋπολογισμό**.

Ο αριθμός των ομάδων με διαπολιτισμική ποικιλομορφία αυξάνεται παγκοσμίως - η παγκοσμιοποίηση μας παρέχει καθημερινά δεκάδες παραδείγματα αυτού του γεγονότος. Αρκεί να κοιτάξετε τους παίκτες μιας ποδοσφαιρικής ομάδας, το καστ και την ομάδα μιας ταινίας ή απλώς να επικεντρωθείτε στο πόσες διαφορετικές γλώσσες ακούτε να μιλούν στο σούπερ μάρκετ. Η εργασία σε διαπολιτισμικές ομάδες δεν αποφέρει μόνο πολλά οφέλη, αλλά θέτει και νέες απαιτήσεις για τους μάνατζερ, όπως η ανάπτυξη πολιτισμικής ευαισθησίας, η αντιμετώπιση διαπολιτισμικών συγκρούσεων, η εξέταση της διαφοροποιημένης αλληλεπίδρασης και η ενθάρρυνση της συνεργασίας με την ανάπτυξη διαπολιτισμικής “σκέψης έξω από το κουτί”. Ως ηγέτης ομάδας, απαιτείται πολιτισμική γνώση, διαφάνεια και ικανότητα για να μπορέσει μια διαπολιτισμική ομάδα να αναγνωριστεί με επιτυχία ως ομάδα.

Όταν ηγείστε μιας ομάδας εθελοντών, συνιστάται οι ηγέτες της ομάδας να αναλαμβάνουν **υποστηρικτικό ρόλο**. Ένας αρχηγός ομάδας που λειτουργεί σε υποστηρικτικό ρόλο αντιλαμβάνεται τις ατομικές ανάγκες των μελών της ομάδας, παρακολουθεί καθώς και υποστηρίζει και απαιτεί από αυτά. Ο στόχος είναι να δημιουργηθεί μια ατμόσφαιρα στην οποία τα μέλη της ομάδας μπορούν να εργάζονται ανεξάρτητα, αλλά βρίσκουν πάντα βοήθεια στη διαμόρφωση, το πεδίο εφαρμογής και το σχεδιασμό.

Ένας καλός αρχηγός ομάδας:

- προάγει το ομαδικό πνεύμα και την ομαδική συνοχή,
- ενθαρρύνει όλα τα μέλη της ομάδας να συνεισφέρουν απόψεις και ιδέες,
- ακούει όλα τα μέλη της ομάδας,
- επικοινωνεί με σαφήνεια και διαφάνεια,
- αναθέτει καθήκοντα ανάλογα με τις δυνάμεις του,
- διασκεδάζει και επιτρέπει τη διασκέδαση στην εργασία.



Πώς μπορούν να εφαρμοστούν αυτές οι κατευθυντήριες γραμμές στη διαχείριση διαπολιτισμικών εκδηλώσεων με εθελοντές;

4.1. □ σχεδιασμός

Το σημείο εκκίνησης: Μπορεί να είστε δάσκαλος σε σχολείο, κοινωνικός λειτουργός σε κέντρο νεολαίας ή μέλος του προσωπικού σε εκκλησιαστικό ίδρυμα. Έχετε μια ομάδα εθελοντών με διαφορετικό υπόβαθρο και χαρακτηριστικά και από κοινού θα θέλατε να οργανώσετε μια διαπολιτισμική και πολυμεσική εκδήλωση.

Ο σχεδιασμός βασίζεται σε δύο βασικά στοιχεία: αφενός, έχετε ένα σταθερό και σαφώς καθορισμένο σύνολο καθηκόντων που πρέπει να εκτελεστούν για να εξασφαλιστεί η επιτυχία της εκδήλωσης. Από την άλλη πλευρά, έχετε μια ομάδα που πρέπει να φέρει εις πέρας αυτά τα καθήκοντα με τη μεγαλύτερη δυνατή επιτυχία. Η πρόκληση είναι να φέρετε σε επαφή αυτά τα δύο στοιχεία.

Ας ξεκινήσουμε με τα καθήκοντα που πρέπει να φέρει σε επαφή η διοίκηση της ομάδας σε ένα πρώτο βήμα. Κάθε εκδήλωση φέρνει μαζί της ένα σταθερό σύνολο καθηκόντων, ο πυρήνας των οποίων δεν αφήνει πολλά περιθώρια για δημιουργικότητα, όπως ένα οικονομικό σχέδιο. Ωστόσο, η πορεία προς κάθε εργασία θα πρέπει να σχεδιαστεί όσο το δυνατόν πιο ατομικά και διασκεδαστικά. Ανάλογα με την κατάσταση στην οποία οργανώνεται η εκδήλωση, μπορεί να είναι δυνατή η αναδρομή σε εκδηλώσεις που έχουν ήδη πραγματοποιηθεί και το υλικό σχεδιασμού που είναι ακόμη διαθέσιμο.

Κατά το σχεδιασμό θα πρέπει να ληφθούν υπόψη τα ακόλουθα καθήκοντα:

- **Η μορφή ή η εστίαση του περιεχομένου**

Βασικές ερωτήσεις: Θα είναι μια συναυλία, μια ανάγνωση, μια πολύχρωμη πολιτιστική βραδιά, ένα εργαστήριο; Θα πραγματοποιηθεί διαδικτυακά ή/και εκτός σύνδεσης; Ποιος είναι ο τίτλος της; Σε ποια ομάδα-στόχο απευθύνεται;

Ιδανικά, οι περιστάσεις θα επιτρέψουν στην ομάδα να αναπτύξει η ίδια τη βασική ιδέα της μορφής με την υποστήριξη του επικεφαλής της ομάδας, προκειμένου να προωθηθεί ένας υψηλός βαθμός ταύτισης!

- **Ο χωροταξικός και χρονικός σχεδιασμός**

Βασικές ερωτήσεις: Θα πραγματοποιηθεί η εκδήλωση σε συγκεκριμένη τοποθεσία; Ποιες τεχνικές απαιτήσεις πρέπει να πληροί η τοποθεσία; Σε ποια ημερομηνία και ώρα; Υπάρχουν ανταγωνιστικές εκδηλώσεις την ίδια ώρα; Ταιριάζει η τοποθεσία και η ώρα με την ομάδα-στόχο;

Εδώ είναι πλεονέκτημα να έχετε τοπικές γνώσεις ως επικεφαλής και να αφήσετε την ομάδα να κάνει έρευνα και να συζητήσει από κοινού. Η διοίκηση θα πρέπει να ενεργεί διορθωτικά κατά τη διάρκεια της συζήτησης και κατά τη διαδικασία λήψης αποφάσεων, να υιοθετεί όσο το δυνατόν περισσότερες προτάσεις με θετικό τρόπο και να αιτιολογεί πάντα κατανοητά τυχόν απορρίψεις.

- **Σχεδιασμός προϋπολογισμού**

Βασικές ερωτήσεις: Πόσα χρήματα είναι ήδη διαθέσιμα συνολικά; Ποιες πηγές εσόδων μπορούν να δημιουργηθούν λαμβάνοντας υπόψη τις δυνατότητες, π.χ. δωρεές, χορηγίες, διαγωνισμοί, είσοδοι, πώληση ποτών; Ποιες σταθερές δαπάνες μπορούν να αναμένονται; Ποια

μεταβλητά έξοδα θα μπορούσαν να αντιμετωπιστούν;
Ο προγραμματισμός του προϋπολογισμού είναι σημαντικός και συχνά αποδεικνύεται βαρετή εργασία για μια ομάδα εθελοντών. Επομένως, ο αγωγός θα πρέπει να αναλάβει μια ιδιαίτερα ισχυρή λειτουργία παρακολούθησης σε αυτό το σημείο και, ανάλογα με τον πλούτο της εμπειρίας, να παρέχει πολλές συγκεκριμένες κατευθυντήριες γραμμές ή να παρέχει άμεσα συγκεκριμένα (πραγματικά!) παραδείγματα σχεδίων προϋπολογισμού (π.χ. από προηγούμενες εκδηλώσεις).

- **Διαφήμιση και εργασία στον Τύπο**

Βασικές ερωτήσεις: Ποια διαφήμιση απευθύνεται ή προσεγγίζει τους ανθρώπους; Ποια διαφημιστικά μέτρα μπορούν να αντέξουν οικονομικά; Ποιες δυνατότητες σχεδιασμού του διαφημιστικού υλικού είναι γνωστές και μπορούν να χρησιμοποιηθούν; Πώς προσεγγίζουμε τον Τύπο; Πότε ενημερώνουμε τον Τύπο και πότε δημοσιεύουμε τη διαφήμιση;

Το έργο αυτό περιλαμβάνει πολύ χώρο για δημιουργικό σχεδιασμό. Πρέπει να γραφτούν κείμενα, να δημιουργηθούν έντυπα και ψηφιακά σχέδια. Ίσως μπορούν να παραχθούν ακόμη και μικρά διαφημιστικά βίντεο ή podcasts; Ειδικά όταν η ομάδα-στόχος και η ομάδα είναι κοντά η μία στην άλλη, ο εκπαιδευτής μπορεί να βασιστεί σε μεγάλο βαθμό στη δημιουργική ενέργεια και την εμπειρία της ομάδας και να κάνει ένα βήμα πίσω.

- **Απόκτηση καλλιτεχνών**

Βασικές ερωτήσεις: Ποιος είναι ο στόχος της εκδήλωσης και ποιοι καλλιτέχνες αναζητούνται; Πού βρίσκονται οι καλλιτέχνες; Τι μπορεί να τους προσφερθεί; Ποια είναι η συνολική εντύπωση που πρέπει να μεταφέρει η εκδήλωση;

Και εδώ η ομάδα μπορεί να δράσει πολύ ελεύθερα, ιδίως αν η όλη ιδέα για την εκδήλωση προέρχεται από αυτήν. Καθώς πρόκειται για μια μικρή εκδήλωση με περιορισμένο προϋπολογισμό, ο επικεφαλής θα πρέπει να ξεκαθαρίσει πόσο μικρές μπορούν να είναι οι αποστάσεις: Οι ντόπιοι καλλιτέχνες μπορούν συνήθως να προσεγγιστούν εξ ολοκλήρου μέσω των καναλιών τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ή των γνωστών τους. Τα σκληρά γεγονότα, όπως οι πιθανές αμοιβές και τα νομικά ζητήματα, θα πρέπει να διευκρινιστούν από τον υπεύθυνο του έργου εκ των προτέρων και να συζητηθούν με την ομάδα.

- **Εστίαση και διακόσμηση**
Καθοδηγητικές ερωτήσεις: Τι είδους τροφοδοσία περιμένει τους επισκέπτες, τους καλλιτέχνες και την οργανωτική ομάδα; Πώς πρέπει να σχεδιαστεί ο χώρος; Από πού μπορούν να αποκτηθούν τέτοιες υπηρεσίες και υλικά σε λογική τιμή;
Ενώ η διακόσμηση αφήνει και πάλι πολλά περιθώρια δημιουργικής ελευθερίας και εργασίας χαμηλού προϋπολογισμού, η τροφοδοσία είναι ένα σοβαρό και συνήθως ακριβό ζήτημα. Εδώ, ο επόπτης θα πρέπει να ζητήσει εμπειρία από την ομάδα και κατά τα άλλα να φροντίσει να γίνουν επαφές με την τοπική σκηνή: υπάρχει ίσως ένας φούρνος, ένα σούπερ μάρκετ ή μια πιτσαρία που θα ήθελε να υποστηρίξει μια μικρή εκδήλωση;

Αφού καθοριστούν τα βασικά καθήκοντα, εναπόκειται στον ηγέτη να οργανώσει και να προετοιμάσει την ομάδα. Το πρώτο βήμα είναι να έχει μια ακριβή ιδέα των καθηκόντων, τα οποία θα πρέπει να αντιπροσωπεύουν ρεαλιστικά (και με κίνητρα!) τον φόρτο εργασίας και τις απαιτήσεις. Τα μη ελκυστικά καθήκοντα μπορούν να γίνουν ευχάριστα από το γεγονός ότι συνήθως απαιτούν ιδιαίτερη υπευθυνότητα και μπορούν να αποτελέσουν μια επιτυχημένη ευκαιρία για προσωπική ή και επαγγελματική ανάπτυξη.

Προκειμένου να διασφαλιστεί η πρόοδος σε κάθε τομέα εργασιών, τουλάχιστον δύο άτομα θα πρέπει να εργάζονται σε κάθε εργασία, με ένα άτομο να έχει πάντα την κύρια ευθύνη. Είναι ωραίο αν η ομάδα οργανώνεται κατάλληλα, αλλά η εμπειρία δείχνει ότι αυτό δεν λειτουργεί πάντα απόλυτα και ορισμένα καθήκοντα καταλαμβάνονται από πολύ λίγα ή από πάρα πολλά άτομα. Σε αυτή την περίπτωση απαιτούνται οι διπλωματικές ικανότητες του ομαδικού συνεργάτη. Επιπλέον, θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη τα δυνατά σημεία και οι αναπτυξιακές επιθυμίες και ευκαιρίες όλων των εμπλεκόμενων. Αυτές μπορούν να προωθηθούν με τη συνεργασία με νέους συνεργάτες ή με την εργασία σε προηγούμενως άγνωστους τομείς δραστηριότητας. Κατά τον καταμερισμό των ομάδων, ο διευθυντής θα πρέπει επίσης να διασφαλίζει ότι υπάρχει ο κατάλληλος συνδυασμός μεταξύ των πλεονεκτημάτων μιας μικτής ομάδας με διαφορετικό υπόβαθρο και εμπειρίες (ιδιαίτερα χρήσιμη για δημιουργικές εργασίες) και των πλεονεκτημάτων της ομοιογενούς εργασίας (ιδιαίτερα πλεονέκτημα για επιμελείς εργασίες). Η ηγεσία θα πρέπει να αναγνωρίζει τις πολιτισμικές διαφορές στη συνεργασία και να ευαισθητοποιεί την ομάδα σε αυτές.



Ένα συγκεκριμένο παράδειγμα από την πράξη που εμφανίζεται συχνά είναι τα μέλη της ομάδας που έχουν αδυναμία στη συγγραφή κειμένων. Αν δεν ενδιαφέρονται καθόλου για τη συγγραφή, τότε δεν έχει νόημα να αναλάβουν την εργασία του Τύπου. Ωστόσο, αν αυτά θέλουν να βελτιώσουν τις δεξιότητές τους στη συγγραφή κειμένων, ο διευθυντής θα πρέπει να αφήσει το άτομο να συνεργαστεί με κάποιον άλλο έμπειρο, ώστε να διασφαλιστεί η ποιότητα της εκδήλωσης και η μαθησιακή πρόοδος του συγκεκριμένου ατόμου.

Προκειμένου να επιτευχθούν καλά αποτελέσματα, τα μέλη της ομάδας πρέπει να αισθάνονται άνετα με τον όγκο εργασίας. Όπως και στην επαγγελματική ζωή, οι εθελοντές δεν πρέπει ποτέ να επιβαρύνονται υπερβολικά, αλλά ούτε και να βαριούνται επειδή δεν έχουν αρκετές προκλήσεις. Παρ' όλα αυτά, ο όγκος εργασίας πρέπει να είναι περίπου ο ίδιος για όλους τους συμμετέχοντες, έτσι ώστε όλοι να αισθάνονται ότι αντιμετωπίζονται δίκαια. Κατά τον προγραμματισμό μιας εκδήλωσης αυτό είναι μερικές φορές δύσκολο, επειδή οι διάφορες εργασίες σε κάθε στάδιο δεν έχουν την ίδια ένταση. Προκειμένου να αποφευχθούν εγκαίρως τα αρνητικά συναισθήματα, ο επικεφαλής πρέπει να επικοινωνεί αυτό το γεγονός ανοιχτά και να διατηρεί μια καλή εποπτεία και, εάν είναι απαραίτητο, να σχηματίζει μικρές ομάδες των δύο ή τριών ατόμων ξανά και ξανά για να επιτύχει έναν ομοιόμορφο φόρτο εργασίας για όλα τα μέλη της ομάδας. Κατά τη διάρκεια της φάσης σχεδιασμού, η ηγεσία πρέπει να παρατηρεί συνεχώς τις διαδικασίες εργασίας και να είναι πάντα παρούσα σε ερωτήσεις καθώς και σε ασάφειες. Εάν διαπιστωθεί ότι ένας τομέας εργασίας προχωράει προς το παρόν με αργούς ρυθμούς, θα πρέπει να καθίσει κανείς μαζί με την ομάδα, να εντοπίσει τα προβλήματα και να δώσει νέες επιλογές δράσης. Οι μικρές ομάδες μπορούν επίσης να διαφοροποιηθούν σε περίπτωση που δεν λειτουργούν καλά σε κάποιο σημείο. Ο ομαδάρχης πρέπει να είναι ανοιχτός στα προβλήματα της ομάδας, όχι μόνο σε επαγγελματικό, αλλά και σε κοινωνικό επίπεδο.

4.2. Η φάση εργασίας

Λίγο πριν από την εκδήλωση ο φόρτος εργασίας φτάνει στο αποκορύφωμά του. Δεν μπορούν όλοι να εργαστούν καλά υπό πίεση χρόνου. Ο επόπτης θα πρέπει να είναι σε θέση να ηρεμήσει τα ανασφαλή ή αγχωμένα μέλη της ομάδας και φυσικά να είναι το πρώτο πρόσωπο επαφής σε κάθε μικρή ομάδα για την επίλυση προβλημάτων. Οι τελικές εργασίες κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης πρέπει να συζητηθούν ξανά στον κύκλο, επειδή υπάρχουν ομάδες σε τομείς εργασίας που δεν έχουν να κάνουν τίποτα άλλο κατά

τη διάρκεια της εκδήλωσης, όπως η ομάδα που δημιουργήσε και διένειμε το διαφημιστικό υλικό. Ωστόσο, η εκδήλωση φέρνει νέα καθήκοντα - συμπεριλαμβανομένης της απόκτησης καλλιτεχνών, της διακόσμησης και της τροφοδοσίας, καθώς και της τεχνικής και δημοσιογραφικής υποστήριξης της εκδήλωσης. Σε περίπτωση περιορισμένου προϋπολογισμού, η ομάδα σχεδιασμού μπορεί να αναλάβει μόνη της πολλά καθήκοντα, όπως η τροφοδοσία και η διακόσμηση. Υπάρχει η δυνατότητα αναζήτησης χορηγών και διοργάνωσης και επίβλεψης λαχειοφόρων αγορών, όπως η τόνμπολα. Για να οργανώσει κανείς δώρα για τη λαχειοφόρο αγορά θα πρέπει να έρθει σε επαφή με διάφορα καταστήματα, εταιρείες, λιανοπωλητές και εστιατόρια. Εκτός από τη συγκέντρωση των βραβείων, η φροντίδα της λαχειοφόρου αγοράς απαιτεί πολλή δουλειά. Όλα τα βραβεία πρέπει να καταγράφονται και να αριθμούνται, να προετοιμάζονται και να πωλούνται παρτίδες και στο τέλος να μοιράζονται τα βραβεία. Συνήθως είναι μια μεγάλη μέρα όταν πρέπει να κάνετε τόσα πολλά μόνοι σας, αλλά παρόλα αυτά η οργανωτική ομάδα πρέπει να είναι σε θέση να απολαύσει το τελικό αποτέλεσμα.

Αυτό απαιτεί ικανή **κατανομή του χρόνου και των ομάδων**. Η οργανωτική ομάδα πρέπει να χωρίζεται σε βάρδιες για να παραμένει σε φόρμα. Η διοίκηση πρέπει επίσης να προσεγγίζει την ομάδα, όχι μόνο να παρατηρεί και να καθοδηγεί την εργασία, αλλά και να βοηθά στην αντιμετώπιση των καθηκόντων και να δίνει θετική ανατροφοδότηση, καθώς η πίεση που φέρνει μαζί της μια εκδήλωση είναι συνήθως πολύ εξαντλητική για την ομάδα. Κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης, κάθε μέλος της ομάδας θα πρέπει να κάνει ένα σύντομο διάλειμμα όπου μπορεί να παρακολουθήσει το πρόγραμμα ή να λάβει μέρος σε κάποια δραστηριότητα. Μια επιχείρηση καθαρισμού στο τέλος της εκδήλωσης δεν θα πρέπει επίσης να παρατείνεται και θα πρέπει να πραγματοποιείται από τον ηγέτη στο πλαίσιο της λειτουργίας του ως πρότυπο. Η βραδιά ολοκληρώνεται με μια ευχαριστήρια ομιλία, ώστε όλη η ομάδα να φύγει από την εκδήλωση με ένα καλό συναίσθημα.

4.3. Παρακολούθηση

Μετά την εκδήλωση θα πρέπει να υπάρξει συνεδρία ανατροφοδότησης. Αυτή μπορεί να πραγματοποιηθεί ως ομαδική συνεδρία, αλλά μπορούν να γίνουν και ατομικές συζητήσεις - ανάλογα με τη χρονική δυνατότητα. Η ανατροφοδότηση με τη μορφή συνεδρίας θα πρέπει επίσης να προσφέρει τη δυνατότητα μιας σύντομης προσωπικής συζήτησης. Κατά τη διάρκεια της συνεδρίας ανατροφοδότησης διευκρινίζονται οι ανοικτές ερωτήσεις και συλλέγονται όλα όσα πήγαν καλά ή άσχημα. Είναι

λογικό να τεκμηριώνεται αυτή η ανατροφοδότηση σε γραπτή μορφή, ώστε να αποφεύγονται πιθανά λάθη σε μελλοντικές εκδηλώσεις.

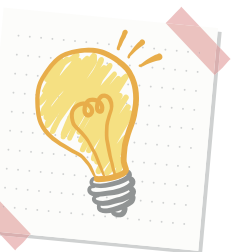
Η κεντρική και πιο χρήσιμη πληροφορία που μπορεί να αντλήσει η διαχείριση μιας εκδήλωσης από την ανατροφοδότηση είναι η άποψη ενός εθελοντή. Παρακάτω μπορείτε να διαβάσετε μερικές σκέψεις ενός εθελοντή που συμμετείχε μαζί με άλλους εθελοντές στη διοργάνωση μιας διαπολιτισμικής εκδήλωσης σε ένα συνοικιακό σπίτι στη Γερμανία.

4.4. Αντλήστε έμπνευση

Στην αρχή όλα μοιάζουν λίγο σουρεαλιστικά.

«Τώρα υποτίθεται ότι πρέπει να οργανώσω μόνη μου μια ολοκληρωμένη εκδήλωση με εκατό επισκέπτες; Δεν ξέρω καν πώς να το κάνω αυτό!»

Φυσικά, όλοι γύρω σου το ξέρουν αυτό. Γι' αυτό σας δίνουν αμέσως ένα χέρι βοήθειας και έναν κατάλογο ελέγχου με σημαντικές ερωτήσεις. Ποιον και τι πρέπει να οργανώσω πού και πότε;



Οι πρώτες ημέρες είναι συναρπαστικές. Ξαφνικά έχετε πολλές ευθύνες και σας επιτρέπεται να κάνετε τα πάντα μόνοι σας, όπως εσείς το βλέπετε. Φυσικά, έχετε επίσης πολλές ερωτήσεις, αλλά οι άνθρωποι γύρω σας μπορούν πάντα να τις απαντήσουν πολύ καλά και έτσι περνάτε από τις ερωτήσεις στις απαντήσεις και στις νέες ιδέες. Μετά από αυτή την πολύ συναρπαστική φάση η συνήθεια σιγά σιγά τρυπώνει μέσα σου. Έχετε ήδη γράψει μερικά μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, έχετε διαλέξει μερικά αντικείμενα για να παραγγείλετε και τώρα έχετε μια πρώτη ιδέα για το πώς μπορεί να μοιάζει η τελική εκδήλωση. Τώρα λοιπόν ήρθε η ώρα να μείνετε συντονισμένοι. Τηλεφωνείτε μετά από καλλιτέχνες ή χορηγούς, ελέγχετε τα συμβόλαια, συζητάτε ξανά και ξανά την πορεία των εκδηλώσεων με όλους τους συμμετέχοντες. Είναι πολύ συναρπαστικό να βρίσκεστε σε τόσο στενή επαφή με τους ανθρώπους που θα εμφανιστούν αργότερα. Εσείς οι ίδιοι είστε ένα σημαντικό πρόσωπο επαφής για αυτούς τους ανθρώπους και γνωρίζετε τα πάντα για τα πάντα. Μερικές φορές όχι, αλλά και αυτό δεν πειράζει. Φυσικά, λάθη μπορούν να συμβούν και ακόμα κι αν το παρακάτω ακούγεται πολύ κλισέ: μαθαίνεις από τα λάθη. Κατά κανόνα, όμως, κανείς δεν θυμώνει γι' αυτό, εννοώ ότι το κάνουμε αυτό για πρώτη φορά! Η δυναμική της ομάδας αλλάζει επίσης κατά τη διάρκεια της διοργάνωσης. Παρατηρείτε ποιος είναι καλός σε τι, ποιος βρίσκει τα καθήκοντα ευκολότερα

και ποιος απολαμβάνει να κάνει τι. Έτσι η ομάδα χωρίζεται σε τομείς ευθύνης σχεδόν τυχαία και ο καθένας καλλιεργεί τον δικό του τομέα.

Στη συνέχεια, κάποια στιγμή έρχεται η κρίσιμη φάση. Το γεγονός πλησιάζει όλο και περισσότερο και συχνά προκύπτουν όλο και περισσότερα άλυτα ερωτήματα. Πολύ μικρά πράγματα για τα οποία κανείς δεν έχει σκεφτεί προηγουμένως. Σε αυτό το σημείο μπορεί να είναι πιο αγχωτικό, αλλά τουλάχιστον για μένα προσωπικά δεν υπήρξε ποτέ αμηχανία. Αν θέλετε να σχεδιάσετε μια εκδήλωση πρέπει να εμπλακείτε σε κάποιο βαθμό και να σταθείτε πίσω από τις αποφάσεις που παίρνετε. Μπορεί στο τέλος να μην είναι τέλειο, αλλά και αυτό δεν πειράζει. Τελικά, το πιο συναρπαστικό πράγμα που βρήκα ήταν να πάω ο ίδιος σε αυτό το πάρτι (δυστυχώς όχι ως επισκέπτης) και να δω πώς υλοποιούνται όλα όσα δουλεύεις για αρκετούς μήνες. Φυσικά, αυτό συνδέεται και με πολύ άγχος. Τα μικροσκοπικά κενά για τα οποία μιλούσα μόλις τώρα; Ναι, μπορούν επίσης να τραβήξουν την προσοχή κάποιου την ίδια την ημέρα. Τότε μπορεί να τρέχετε πέρα δώθε και να προσπαθείτε να τα επιδιορθώσετε. Αλλά και εδώ, υπάρχει μια ομάδα πίσω σας. Όλοι, συμπεριλαμβανομένων των καλλιτεχνών, για παράδειγμα, θέλουν να πετύχει η μέρα.

Εκ των υστέρων, είστε πρώτα απ' όλα κουρασμένοι. Αλλά όσο περισσότερο μιλάς γι' αυτό, τόσο περισσότερο συνειδητοποιείς ότι πραγματικά τα κατάφερες και μπορείς να είσαι πολύ περήφανος για τον εαυτό σου, καθώς και για όλους τους εμπλεκόμενους.

Συνοψίζοντας, **συμμετέχετε σε κάτι μεγάλο**. Αποκτά κανείς ένα απίστευτο μέγεθος **ευθύνης** και είναι απλά ένα **καλό συναίσθημα** να μπορείς να κάνεις κάτι που μόλις πρόσφατα πήρε σάρκα και οστά στο μυαλό μας. Όπως όλα στη ζωή, θα υπάρξουν σκαμπανεβάσματα, αλλά νομίζω ότι αυτό είναι που κάνει την όλη εμπειρία τόσο διαφοροποιημένη και συναρπαστική. Τέλος, **αναπτύσσεστε** απίστευτα με αυτή την εργασία και μπορείτε να πάρετε πολλά μαζί σας για όλη σας τη ζωή. Εγώ για παράδειγμα, έχω μάθει καλά να αυτοσχεδιάζω και γενικά να προγραμματίζω καλύτερα. Και αν μπορείς να φύγεις από μια εμπειρία με τέτοια λόγια, ήταν σίγουρα πολύ εμπλουτιστική.

Τι πρέπει λοιπόν να προσέξετε όταν οργανώνετε μια εκδήλωση με εθελοντές; Νομίζω ότι το πιο σημαντικό σημείο εδώ είναι η κατανομή των καθηκόντων. Ιδανικά σύμφωνα με τις δυνάμεις και τα ενδιαφέροντα και με τέτοιο τρόπο ώστε κανένα άτομο να μην αισθάνεται μειονεκτικά. Στη συνέχεια, όλοι ελέγχουν και συμφωνούν μεταξύ τους. Πολλά καθήκοντα είναι αλληλοεξαρτώμενα, έτσι ώστε να πρέπει να εμπιστευόμαι το

άλλο άτομο ότι θα ενεργήσει σύμφωνα με το σχέδιο και ότι εργαζόμαστε από κοινού για την επίτευξη του στόχου. Τέλος, βέβαια, ότι πρέπει να δίνεις ένα χεράκι στους εθελοντές αν παρατηρείς ότι δεν προχωρούν πουθενά και ότι δεν πρέπει να πέφτουν σε κάθε τοίχο. Σε μερικούς τοίχους ίσως, αλλά όχι σε εκείνους που θα μπορούσαν να καταρρεύσουν στη χειρότερη περίπτωση. Πιστεύω επίσης ότι ως καθηγητής θα πρέπει να συνεργάζεστε ως ένα βαθμό για να δημιουργείται ένα αίσθημα συνοχής και όχι ως “μας δίνουν τα καθήκοντα και πρέπει να τα κάνουμε όλα μόνοι μας! Επίσης, δεν είναι κακό να αφιερώνεις χρόνο για να δουλέψεις με τους εθελοντές σε δύσκολες εργασίες αντί να τους τις εξηγείς και μετά να τους αφήνεις πάλι μόνους τους. Αυτό συμβαδίζει με το να έχετε ενδιάμεσα συνεδρίες για να ρωτάτε συγκεκριμένα ποια εργασία έχει γίνει μέχρι πού και αν χρειάζεται βοήθεια. Είναι απλά σημαντικό να είμαστε όλοι μαζί και να το βλέπουμε έτσι”.

5. Προώθηση εκδηλώσεων

Οι διαπολιτισμικές εκδηλώσεις μπορούν να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο στην οικοδόμηση γεφυρών μεταξύ των νέων μεταναστών και των τοπικών κοινοτήτων. Η διοργάνωση μιας τέτοιας εκδήλωσης όμως μπορεί να αποδειχθεί δύσκολο έργο, ιδίως αν αναλογιστεί κανείς ότι παρά το γεγονός ότι η χρηματοδότηση στον τομέα αυτό έχει αυξηθεί, εξακολουθεί να είναι ανεπαρκής για τη διοργάνωση εκδηλώσεων μεγάλης κλίμακας. Επιπλέον, η έλλειψη πολιτικής και δημόσιας υποστήριξης καθιστά ακόμη πιο δύσκολο για τους εργαζόμενους στον τομέα της νεολαίας να επιτύχουν τους στόχους τους. Ο παρών οδηγός απευθύνεται σε εργαζόμενους και εθελοντές στον τομέα της νεολαίας και παρέχει έναν λεπτομερή κατάλογο προσιτών τρόπων και πρακτικών εργαλείων για την επιτυχή προώθηση μιας διαπολιτισμικής εκδήλωσης προς την κατεύθυνση της ένταξης και ενσωμάτωσης μεταναστών ή/και μη μεταναστών νέων.

5.1. Προώθηση εκδηλώσεων

Η προώθηση εκδηλώσεων περιλαμβάνει όλες τις προσπάθειες που καταβάλλονται για την επιτυχή προώθηση μιας εκδήλωσης. Στόχος της προώθησης εκδηλώσεων είναι να διευρυνθεί ο αριθμός των ατόμων που γνωρίζουν την εκδήλωση και, κατά συνέπεια, να αυξηθεί η συμμετοχή όσον αφορά τον αριθμό των εγγεγραφών ή των πωλήσεων εισιτηρίων. Είναι σημαντικό να

δημιουργηθεί προσμονή και ενθουσιασμός 3-6 μήνες πριν από την πραγματοποίηση της εκδήλωσης. Αναπτύξτε μια ισχυρή στρατηγική πριν από την εκδήλωση που θα αυξήσει την ευαισθητοποίηση και τις εγγραφές εισιτηρίων. Αυτή είναι η ευκαιρία σας να εξηγήσετε γιατί η εκδήλωσή σας θα αξίζει τον κόπο να την παρακολουθήσουν και να ενθαρρύνετε τους ανθρώπους να εγγραφούν. Αποφύγετε να επιλέξετε δημοφιλείς ημερομηνίες όπως τα Χριστούγεννα ή το Ραμαζάνι.



Μέσω ενός αποτελεσματικού σχεδίου προώθησης μπορείτε να αυξήσετε την ευαισθητοποίηση σχετικά με την εκδήλωση και να δημιουργήσετε μια αλυσίδα από στόμα σε στόμα, για να κάνετε τους υποστηρικτές σας να διαδώσουν το μήνυμα για εσάς. Καθώς το λέτε σε περισσότερους ανθρώπους, αυτοί θα το πουν σε περισσότερους ανθρώπους, και ούτω καθεξής και ούτω καθεξής.

Στον σημερινό κόσμο, τα διαδικτυακά εργαλεία είναι σαφώς ο καλύτερος τρόπος για την προώθηση οποιασδήποτε εκδήλωσης με οποιονδήποτε προϋπολογισμό. Η προώθηση μιας εκδήλωσης στο διαδίκτυο δεν είναι μόνο φθηνή, αλλά μπορεί να είναι και εξαιρετικά αποτελεσματική. Για παράδειγμα, μέσω της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, θα διαπιστώσετε ότι συνδέεστε με το κοινό με έναν πολύ άμεσο, προσωπικό και αποτελεσματικό τρόπο. Επιπλέον, το μάρκετινγκ FOMO είναι μια εξαιρετική τεχνική για την αύξηση της συμμετοχής σε μια εκδήλωση. Το "FOMO" σημαίνει Fear Of Missing Out (φόβος του να μη συμμετέχετε κάτι), ένα ψυχολογικό έναυσμα, στο οποίο οι άνθρωποι δεν μπορούν να μην ανταποκριθούν.

Κατά τη διάρκεια της εκστρατείας προώθησης, χρησιμοποιήστε πιασάρικες φράσεις με μια παιχνιδιοποιημένη προσέγγιση και ενθαρρύνετε το κοινό σας να αποθηκεύσει την ημερομηνία της εκδήλωσης. Μια άλλη πτυχή που πρέπει να σκεφτείτε είναι η γλώσσα που θα χρησιμοποιήσετε για την προώθηση μιας πολυπολιτισμικής εκδήλωσης. Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε τη γλώσσα σας και τα αγγλικά για όλες τις πληροφορίες της εκδήλωσης και να χρησιμοποιήσετε τη γλώσσα που ομιλείται περισσότερο από το κοινό-στόχο σας για τη μετάφραση των βασικών πληροφοριών της εκδήλωσης (όνομα, συνθήματα, ημερομηνία και χώρος διεξαγωγής).

Οι κύριοι τρόποι προώθησης μιας εκδήλωσης είναι τα διαδικτυακά εργαλεία, η συμμετοχή ανθρώπων και τα εργαλεία εκτός σύνδεσης.

Το ψηφιακό μάρκετινγκ έχει πολλά πλεονεκτήματα σε σύγκριση με τα εργαλεία εκτός σύνδεσης και το έντυπο υλικό για την προώθηση μιας εκδήλωσης.

Το κύριο πλεονέκτημα είναι ότι μπορεί να προσεγγιστεί ένα στοχευμένο κοινό με οικονομικά αποδοτικό και μετρήσιμο τρόπο. Ως εκ τούτου, η τάση για την προώθηση μιας εκδήλωσης με χαμηλό προϋπολογισμό, η οποία απευθύνεται κυρίως σε νέους ανθρώπους, είναι “ Πάμε Ψηφιακά “!

5.2. Διαδικτυακά εργαλεία

1

♦ ΔΙΑΛΕΞΤΕ ΕΝΑ ΕΛΚΥΣΤΙΚΟ ΟΝΟΜΑ ΕΚΔΗΛΩΣΗΣ

Για να προσελκύσετε τους συμμετέχοντες, θα πρέπει να βρείτε ένα εξαιρετικό όνομα που να τραβάει την προσοχή τους και να κεντρίζει το ενδιαφέρον τους. Το σωστό όνομα εκδήλωσης μπορεί να εδραιώσει το εμπορικό σήμα της εκδήλωσής σας, να μεταφέρει την αποστολή σας και να βοηθήσει τους ανθρώπους να σας βρουν.

2

♦ ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΣΤΕ ΕΝΑ ΛΟΓΟΤΥΠΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΚΔΗΛΩΣΗ ΣΑΣ

Αν θέλετε να δημιουργήσετε μια καλή πρώτη εντύπωση, ένα καλά σχεδιασμένο λογότυπο εκδήλωσης είναι ο τρόπος. Μπορείτε να δημιουργήσετε το λογότυπο της εκδήλωσής σας χρησιμοποιώντας δωρεάν διαδικτυακά εργαλεία όπως το Canva. Επιλέξτε μόνο ένα ή δύο χαρακτηριστικά που ξεχωρίζουν, όπως ένα νέον χρώμα, και κρατήστε το υπόλοιπο σχέδιο μινιμαλιστικό.

3

♦ ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΣΤΕ ΜΙΑ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ ΕΚΔΗΛΩΣΗΣ

Σήμερα, είναι πολύ εύκολο να δημιουργήσετε έναν ιστότοπο από το μηδέν με ένα μικρό κόστος για το όνομα τομέα και την υπηρεσία φιλοξενίας ιστοσελίδων. Το WordPress είναι ένας από τους φθηνότερους και πιο βολικούς τρόπους για να δημιουργήσετε τον ιστότοπό σας. Μπορείτε επίσης να χρησιμοποιήσετε ένα συγκεκριμένο πρότυπο για εκδηλώσεις για να δημιουργήσετε έναν πιο εντυπωσιακό

ιστότοπο. Βεβαιωθείτε ότι ο ιστότοπός σας περιλαμβάνει το όνομα, την ημερομηνία, την ώρα και τον τόπο διεξαγωγής της εκδήλωσης (προσθέστε έναν χάρτη με μια καρφίτσα στον τόπο διεξαγωγής), το χρονοδιάγραμμά της και τις εγκαταστάσεις του ιστότοπου. Μπορείτε να δημιουργήσετε ένα banner με τις βασικές πληροφορίες της εκδήλωσης και το λογότυπό της, το οποίο οι άνθρωποι μπορούν να μοιραστούν αν θέλουν να διαδώσουν την εκδήλωση. Επίσης, μπορείτε να συμπεριλάβετε κουμπιά κλήσης προς δράση (Call to Action), ώστε οι άνθρωποι να μπορούν να εγγραφούν στον ιστότοπο, να αγοράσουν εισιτήρια για την εκδήλωση και να ενταχθούν στη λίστα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου για να λαμβάνουν νέα σχετικά με αυτή ή μελλοντικές εκδηλώσεις. Οποιοσδήποτε ανακοινώσεις και ειδήσεις σχετικά με την εκδήλωση θα ανεβαίνουν επίσης στον ιστότοπο. Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε δωρεάν επαγγελματικές φωτογραφίες (π.χ. από τις ιστοσελίδες <https://unsplash.com/>, <https://stocksnap.io/> κ.λπ.) προκειμένου να κάνετε τον ιστότοπο πιο ελκυστικό. Χρησιμοποιήστε τη βελτιστοποίηση μηχανών αναζήτησης (Search Engine Optimization) και εγκαταστήστε το Google Analytics, διότι μπορούν να βοηθήσουν την ιστοσελίδα σας να βρεθεί στο διαδίκτυο και να παρακολουθείτε την επιτυχία του μάρκετινγκ σας.

4

◆ **ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΣΤΕ ΕΝΑ HASHTAG ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΚΔΗΛΩΣΗ ΣΑΣ**

Διαλέξτε ένα έξυπνο hashtag ώστε να ξεχωρίζει ή κάντε το προφανές ώστε αν οι χρήστες προσπαθήσουν να το μαντέψουν, να έχουν δίκιο. Πρέπει να είναι σχετικά σύντομο, αλλά μοναδικό. Πριν επιλέξετε το hashtag της εκδήλωσής σας, ελέγξτε διπλά ότι είτε δεν υπάρχουν κρυφά νοήματα πίσω από αυτό είτε ότι χρησιμοποιείται ήδη από μια ομάδα με την οποία δεν θέλετε να συνδεθείτε. Η έναρξη μιας ειδικής καμπάνιας hashtag πριν από την εκδήλωσή σας είναι ένας πολύ καλός τρόπος για να παρακολουθείτε τη δέσμευση και την εμβέλεια.

5

◆ **ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΣΤΕ ΜΙΑ ΕΚΔΗΛΩΣΗ ΣΤΗ ΣΕΛΙΔΑ ΣΑΣ ΣΤΟ FACEBOOK ΚΑΙ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΤΕ ΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ FACEBOOK**

Δημιουργήστε μια εκδήλωση στη σελίδα σας στο Facebook και μοιραστείτε πληροφορίες για την εκδήλωσή σας προκειμένου να δημιουργήσετε προσμονή. Όταν οι άνθρωποι αλληλεπιδρούν με τη σελίδα σας, το Facebook θα ειδοποιήσει τους φίλους τους. Βεβαιωθείτε ότι η καρτέλα “Εκδηλώσεις” είναι μία από τις πρώτες καρτέλες στο Χρονολόγιο της

σελίδας σας στην επιφάνεια εργασίας του Facebook. Το Facebook παρέχει επίσης στους χρήστες τη δυνατότητα να εξατομικεύσουν την εικόνα προφίλ τους στο Facebook, τις φωτογραφίες της σελίδας τους και τις ιστορίες τους με πλαίσια. Μπορείτε να δημιουργήσετε πλαίσια εκδηλώσεων τα οποία οι συμμετέχοντες μπορούν να χρησιμοποιήσουν για να ενημερώσουν τις συνδέσεις τους στο Facebook για το πού βρίσκονται όταν δημοσιεύουν ιστορίες ή ενημερώνουν προσωρινά την εικόνα προφίλ τους. Από αυτή τη λειτουργία, μπορείτε να αποκτήσετε ορατότητα για την εκδήλωσή σας.

6

♦ **ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ GOOGLE DATA HIGHLIGHTER**

Το Data Highlighter είναι ένα εργαλείο για να διδαχθεί η μηχανή αναζήτησης της Google σχετικά με το μοτίβο των δομημένων δεδομένων στον ιστότοπό σας. Απλώς χρησιμοποιείτε το Data Highlighter για να επισημάνετε τα πεδία δεδομένων στον ιστότοπό σας με το ποντίκι και η Google παρουσιάζει τα δεδομένα των συμβάντων σας ως πλούσια σύνολα στις σελίδες αποτελεσμάτων αναζήτησης.

7

♦ **ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΣΤΕ ΜΙΑ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΕΤΙΚΕΤΑ ΕΚΔΗΛΩΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟ INSTAGRAM**

Για να βοηθήσετε τους συμμετέχοντες να διαδώσουν την εκδήλωσή σας στο Instagram, μπορείτε να δημιουργήσετε μια γεωγραφική ετικέτα για αυτήν. Αυτό θα επιτρέψει στους συμμετέχοντες να προσθέσουν την εκδήλωσή σας ως τοποθεσία της ανάρτησής τους στο Instagram. Με αυτόν τον τρόπο, η εκδήλωσή σας θα αποκτήσει μια σελίδα εξερεύνησης της τοποθεσίας και οι άνθρωποι θα μπορούν να περιηγηθούν σε όλες τις αναρτήσεις στο Instagram που έχουν επισημανθεί με τη γεωγραφική ετικέτα της εκδήλωσής σας.

8

♦ **ΠΡΩΘΗΣΤΕ ΤΗΝ ΕΚΔΗΛΩΣΗ ΜΕΣΩ ΑΛΛΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ (SNAPCHAT, TWITTER, PINTEREST)**

Εφόσον η εκδήλωσή σας απευθύνεται σε νέους ανθρώπους, είναι σκόπιμο να τους προσεγγίσετε μέσω των καναλιών που προτιμούν. Οι νεότερες γενιές θέλουν γρήγορη και προσιτή πληροφόρηση. Δεν έχουν χρόνο να αφιερώσουν σε μακροχρόνιες, χρονοβόρες προωθητικές ενέργειες. Το Snapchat είναι ένας ιδανικός τρόπος για να προσεγγίσετε αυτό το κοινό και να εμπλακείτε μαζί τους. Κάντε ένα Geo-filter εκδήλωσης και καθημερινή αντίστροφη μέτρηση για την εκδήλωση, προκειμένου να δημιουργήσετε ενθουσιασμό.

Το Twitter είναι ένα εργαλείο το οποίο οι άνθρωποι χρησιμοποιούν για να μάθουν όλα τα νέα, τις ενημερώσεις και τις τάσεις και η προώθηση της εκδήλωσής σας με τον σωστό τρόπο είναι σημαντική όταν πρόκειται για την αύξηση της ευαισθητοποίησης.

Το Pinterest είναι ένα ισχυρό εργαλείο για να ανακαλύψετε το περιεχόμενό σας και να συνδεθείτε με το κοινό-στόχο σας. Η επιτυχία της προώθησης εκδηλώσεων μέσω του Pinterest αρχίζει και τελειώνει με τα Pins που δημοσιεύετε και τους πίνακες που δημιουργείτε. Μπορείτε να δημιουργήσετε Pins που παρουσιάζουν τον χώρο, το φαγητό, τη διασκέδαση, τις δραστηριότητες και τυχόν παρόμοιες εκδηλώσεις που έχετε διοργανώσει στο παρελθόν. Δεδομένου ότι, το Pinterest είναι μια μηχανή αναζήτησης, είναι συνετό να συμπεριλάβετε σχετικές λέξεις-κλειδιά στα Pins σας. Αυτό θα βοηθήσει επίσης την εκδήλωσή σας να καταταγεί στο Google.



9

♦ ΕΝΕΡΓΟΠΟΙΗΣΤΕ ΤΗΝ ΚΟΙΝΟΠΟΙΗΣΗ ΕΚΔΗΛΩΣΗΣ

Βεβαιωθείτε ότι έχετε δυνατότητες κοινοποίησης στη σελίδα εγγραφών, ώστε οι άνθρωποι να μπορούν να μοιραστούν τη συμμετοχή τους στην εκδήλωσή σας και να προσελκύσουν περισσότερους ανθρώπους.

10

♦ ΜΟΙΡΑΣΤΕΙΤΕ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΣΕ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΚΟΙΝΟΤΗΤΕΣ

Για να αυξήσετε την αλληλεπίδραση, μπορείτε να αναζητήσετε διαδικτυακές κοινότητες στις οποίες βρίσκονται οι ιδανικοί σας συμμετέχοντες και να μοιραστείτε μαζί τους πληροφορίες σχετικά με την εκδήλωσή σας.

11

♦ ΞΕΚΙΝΗΣΤΕ ΜΙΑ ΚΑΜΠΑΝΙΑ ΜΕΣΩ EMAIL

Χρησιμοποιήστε τις λίστες αλληλογραφίας του οργανισμού σας για να ανακοινώσετε την εκδήλωσή σας, να υπενθυμίζετε στους πιθανούς συμμετέχοντες να “σημειώσουν την ημερομηνία” και να τους ζητήσετε να τη διαδώσουν. Μην

υποτιμάτε τη δύναμη μιας μεγάλης λίστας αλληλογραφίας, καθώς είναι αποδεδειγμένο ότι εξακολουθεί να είναι το πιο αποτελεσματικό ψηφιακό κανάλι εκεί έξω. Γίνετε δημιουργικοί με τις γραμματοσειρές, τα γραφικά και τις εικόνες, προκειμένου τα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου να είναι εντυπωσιακά με απλά κείμενα. Επίσης, χρησιμοποιήστε το λογότυπο της εκδήλωσης που δημιουργήσατε. Πρόκειται για μια καμπάνια ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, οπότε είναι απαραίτητη η παρακολούθηση, αλλά μην υπερβάλλετε με την παρακολούθηση και τις υπενθυμίσεις σας, καθώς το κοινό σας μπορεί να ζητήσει να διαγραφεί. Χωρίστε τις λίστες ηλεκτρονικού ταχυδρομείου σε κατηγορίες και δημιουργήστε εκστρατείες ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που απευθύνονται σε αυτές τις μικρότερες ομάδες με πιο στοχευμένα μηνύματα. Αυτό γίνεται ευκολότερο με πλατφόρμες μάρκετινγκ ηλεκτρονικού ταχυδρομείου όπως το MailChimp.

12

◆ **ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΑΥΤΟΚΟΛΛΗΤΩΝ ΓΙΑ ΑΝΤΙΣΤΡΟΦΗ ΜΕΤΡΗΣΗ ΕΚΔΗΛΩΣΗΣ**

Ένας πολύ καλός τρόπος για να ενισχύσετε την προσμονή είναι να δημιουργήσετε ψηφιακά αυτοκόλλητα που σημειώνουν τις ημέρες που απομένουν για την εκδήλωση και να τα μοιραστείτε μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και του ιστότοπου.

13

◆ **ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ PODCAST ΚΑΙ ΑΠΟΣΠΑΣΜΑΤΩΝ ΒΙΝΤΕΟ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΚΔΗΛΩΣΗ**

Χρειάζεται πολύ λιγότερη προσπάθεια για να ακούσετε ένα podcast από ό,τι για να περιηγηθείτε σε μια ροή ειδήσεων. Μπορείτε να δημιουργήσετε podcast για την εκδήλωση με συνεντεύξεις των συμμετεχόντων, εξηγώντας γιατί είναι σημαντικό να παρευρεθείτε στην εκδήλωση. Το βίντεο είναι επίσης ένας πολύ καλός τρόπος για να δείξετε πραγματικά στους ανθρώπους τι μπορούν να περιμένουν από την εκδήλωσή σας. Η συμπερίληψη φωτογραφιών και βίντεο από προηγούμενες εκδηλώσεις ή η απεικόνιση του τι πρόκειται να ακολουθήσει, μπορεί να εμπνεύσει ενθουσιασμό που οδηγεί σε περισσότερες εγγραφές. Μπορείτε να δημιουργήσετε αποσπάσματα βίντεο, να τα ανεβάσετε στο YouTube και να τα μοιραστείτε μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

5.3. Άνθρωποι

1

◆ ΡΩΤΗΣΤΕ ΤΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΣΑΣ ΔΙΚΤΥΟ

Μερικές φορές μπορεί να έχετε φίλους, συγγενείς ή άτομα με τα οποία έχετε στενή εργασιακή σχέση και τα οποία ενδιαφέρονται να συμμετάσχουν. Επομένως, εξετάστε το δίκτυό σας και προσεγγίστε αυτούς που πιστεύετε ότι μπορεί να ενδιαφέρονται.

2

◆ ΖΗΤΗΣΤΕ ΑΠΟ ΚΑΛΛΙΤΕΧΝΕΣ ΝΑ ΕΜΦΑΝΙΣΤΟΥΝ ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΗΣ ΕΚΔΗΛΩΣΗΣ ΣΑΣ

Ζητήστε από τους καλλιτέχνες να παρουσιάσουν το έργο τους κατά τη διάρκεια της εκδήλωσής σας εθελοντικά ή με μια μικρή αμοιβή και ενημερώστε έγκαιρα το κοινό τους για τη μελλοντική τους συμμετοχή. Ορισμένοι καλλιτέχνες έχουν πολύ σοβαρούς οπαδούς και η γνώση ότι θα εμφανιστούν στην εκδήλωσή σας μπορεί να ενθαρρύνει τους θαυμαστές τους να παρευρεθούν, ακόμη και αν γνωρίζουν ελάχιστα γι' αυτήν.

3

◆ ΠΡΟΣΚΛΗΣΗ ΤΟΠΙΚΩΝ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΩΝ ΚΑΙ ΤΟΠΙΚΩΝ ΟΜΑΔΩΝ

Μπορείτε να επικοινωνήσετε με τοπικούς δημοσιογράφους και οργανισμούς και να τους προσκαλέσετε να παρευρεθούν στην εκδήλωση. Εξηγήστε τους τη σημασία της εκδήλωσης και γιατί πρέπει να την καλύψουν και να την παρακολουθήσουν. Μπορείτε να τους προσφέρετε ένα δωρεάν περίπτερο στο χώρο της εκδήλωσης, προκειμένου να διαφημίσουν τη δουλειά τους.

4

◆ ΔΩΣΤΕ ΔΩΡΕΑΝ ΕΙΣΙΤΗΡΙΑ ΚΑΙ ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ EARLY BIRD

Δώστε στους χορηγούς, τους εκθέτες και τους πωλητές δωρεάν πάσα και/ή προσφορές early bird, εκπτώσεις και κουπόνια, ώστε να τα μοιραστούν με τους καλύτερους πελάτες τους ή να προσκαλέσουν συναδέλφους και φίλους. Ενθαρρύνετε την ανταπόδοση της εύνοιας ζητώντας τους να μοιραστούν την εκδήλωση και να βοηθήσουν στη διάδοση της εκδήλωσης. Έχει διαπιστωθεί ότι οι τιμές early bird είναι η πιο αποτελεσματική τακτική για την ενίσχυση των πωλήσεων εισιτηρίων. Εάν οι άνθρωποι πιστεύουν ότι βρήκαν μια ευκαιρία, είναι πιο πιθανό να το μοιραστούν με άλλους.

5

◆ ΔΩΣΤΕ ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ (ΚΑΙ ΚΙΝΗΤΡΟ) ΣΕ ΕΘΕΛΟΝΤΕΣ

Ζητήστε από τους ανθρώπους να συμμετάσχουν εθελοντικά στην εκδήλωσή σας και προσφέρετέ τους ελεύθερη πρόσβαση σε όλους τους χώρους, δωρεάν φαγητό και ποτά, δωρεάν μπλουζάκια και την ευκαιρία να μιλήσουν με τους συμμετέχοντες στην εκδήλωση.

6

◆ ΜΕΤΑΤΡΕΨΤΕ ΤΟΥΣ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΕΣ ΣΕ ΠΡΕΣΒΕΥΤΕΣ ΤΗΣ ΕΚΔΗΛΩΣΗΣ

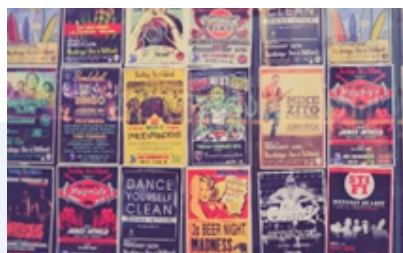
Πείστε τους συμμετέχοντες να το διαδώσουν και ενθαρρύνετε τους να προωθήσουν την εκδήλωση στους φίλους τους, χρησιμοποιώντας ενεργά τα hashtags των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

5.4. Εργαλεία εκτός σύνδεσης

1

◆ ΕΚΤΥΠΩΣΗ ΦΥΛΛΑΔΙΩΝ ΚΑΙ ΑΦΙΣΩΝ

Τα έντυπα μέσα ενημέρωσης μπορούν ακόμη να είναι ένας αποτελεσματικός τρόπος προσέγγισης ορισμένων ακροατηρίων και κοινοτήτων. Διερευνήστε τις ευκαιρίες για αφίσες σε μια παρόμοια εκδήλωση που απολαμβάνει το στοχευόμενο κοινό σας και τοποθετήστε φυλλάδια σε στρατηγικά σημεία, όπως ο χώρος διεξαγωγής της εκδήλωσης, τα κέντρα τουριστικών πληροφοριών και οι κόμβοι μεταφορών. Πολλά καταστήματα θα σας επιτρέψουν μια δωρεάν τοποθέτηση αφίσας ή διαφήμισης μέσα στο κατάστημά τους, κάτι που μπορεί να αποδειχθεί ιδιαίτερα επωφελές για τοπικές εκδηλώσεις.



2

◆ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΠΡΟΣΩΡΙΝΩΝ ΠΙΝΑΚΙΔΩΝ

Δημιουργήστε πινακίδες που οδηγούν τους ανθρώπους εύκολα στην εκδήλωση ή τον χώρο σας. Μπορούν να κατασκευαστούν από οτιδήποτε, όπως οικονομικά αποδοτικό

χαρτόνι ή ανακυκλωμένα υλικά. Απλώς προσέξτε να μην αλλοιώσετε τυχόν υπάρχουσα σήμανση ή να μην μπερδέψετε τους καλεσμένους σας και αφαιρέστε τα μετά.

3

♦ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΤΗΣ ΕΚΔΗΛΩΣΗΣ ΣΤΟ ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ

Είναι απίθανο να μπειτε σε εθνικούς ραδιοφωνικούς σταθμούς, αλλά μπορεί να εκπλαγείτε με τις ευκαιρίες που μπορούν να σας προσφέρουν οι τοπικοί και εθελοντικοί ραδιοφωνικοί σταθμοί. Καταιγισμός ιδεών για την προώθηση της εκδήλωσης κατά την προετοιμασία της και ακόμη και κατά την ημέρα της εκδήλωσης.

5.5. Αντλήστε έμπνευση

Μιλήσαμε με μια εκπρόσωπο μιας μικρής εταιρείας μάρκετινγκ που ασχολείται με τη διοργάνωση συνεδρίων και τη ρωτήσαμε για συμβουλές και ιδέες σχετικά με το πώς να προωθήσετε με επιτυχία μια εκδήλωση με περιορισμένο προϋπολογισμό. Αυτά μας είπε:

Η διοργάνωση και η φιλοξενία μιας εκδήλωσης μπορεί πάντα να αποδειχθεί μια δύσκολη διαδικασία, η οποία απαιτεί πολλή ενέργεια και δέσμευση από όλους τους εμπλεκόμενους. Το μάρκετινγκ (προώθηση) μιας εκδήλωσης μπορεί να αποδειχθεί πιο δύσκολο ζήτημα, καθώς η προώθηση μιας εκδήλωσης χρειάζεται πρωτοτυπία και μια φρέσκια προοπτική προκειμένου να παράγει γόνιμα αποτελέσματα και να καταφέρει να δεσμεύσει τους ανθρώπους. Η απλή αποστολή απευθείας μηνυμάτων στο κοινό σας δεν είναι πλέον αρκετή και αργά ή γρήγορα οι άνθρωποι θα χάσουν το ενδιαφέρον τους ή/και θα θελήσουν να διαγραφούν από τη λίστα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου σας. Προσπαθήστε να διαφοροποιηθείτε υιοθετώντας μια στρατηγική προώθησης που θα ξεχωρίζει και θα ιντριγκάρει το κοινό σας.

Μια στρατηγική που σκεφτήκαμε και η οποία αποδείχθηκε επιτυχής ήταν η χρήση περιεχομένου ως το κύριο μέσο για την προσέλκυση των ανθρώπων σε συνδυασμό με μια διακριτική αλλά αποτελεσματική στρατηγική ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, καθώς και με ορισμένα δωρεάν διαδικτυακά εργαλεία για να καταστεί η προώθηση της εκδήλωσης μια κάπως διαδραστική εμπειρία.

Πρώτον, στείλαμε ένα μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου με μια απλή ερώτηση. Έτσι, αντί να ανακοινώσουμε απλώς την εκδήλωση, περιβάλλαμε την εισαγωγή μας στο δυνητικό μας κοινό με ένα μικρό “μυστήριο” σε μια προσπάθεια να τους ιντριγκάρουμε. Αυτό



που αποκαλύψαμε ήταν το λογότυπο της εκδήλωσης, το οποίο είναι ένα πολύ σημαντικό στοιχείο της στρατηγικής προώθησης, καθώς οι εικόνες μένουν στους ανθρώπους καθώς μπορούν να συνδεθούν με αυτές πιο εύκολα. Προσπαθήσαμε να κάνουμε την ερώτηση όσο το δυνατόν πιο ενδιαφέρουσα και τους δώσαμε μια σειρά από πιθανές απαντήσεις για να επιλέξουν. Αφού επέλεξαν μια απάντηση, κατευθύνθηκαν στον ιστότοπο της εκδήλωσης όπου τους δόθηκε η σωστή απάντηση...

Το δεύτερο μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου προσπάθησε να επικοινωνήσει πιο συναισθηματικό περιεχόμενο, βασιζόμενο στην υπόθεση ότι θα τραβήξει την προσοχή των ανθρώπων αρκετά εύκολα. Για παράδειγμα, μπορείτε να συνδέσετε μια σύντομη ενδιαφέρουσα ιστορία με έναν από τους βασικούς συμμετέχοντες προκειμένου να τον/την συστήσετε. Για περισσότερες πληροφορίες, οι αναγνώστες σας θα πρέπει να κάνουν κλικ στο κουμπί Call to Action, το οποίο θα τους μεταφέρει στον ιστότοπο της εκδήλωσης.

Το τρίτο μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου μπορεί να είναι πιο άμεσο, προκειμένου να εμπλέξει ενεργά το κοινό σας και να παράσχει πιο κρίσιμες πληροφορίες σχετικά με την εκδήλωση. Μην υποτιμάτε και εδώ τη δύναμη ενός μικρού μυστηρίου ή/και ενός εντυπωσιακού περιεχομένου. Προσπαθήστε να κάνετε το περιεχόμενό σας τόσο ελκυστικό όσο και σχετικό με την εκδήλωση και το αντικείμενό της.

Αυτή η στρατηγική έχει πολλές πιθανότητες να αποδώσει το επιθυμητό αποτέλεσμα, καθώς αξιοποιεί το στοιχείο του μυστηρίου και τον φόβο της αποτυχίας (FOMO), τα οποία είναι και τα δύο πολύ ισχυρά ψυχολογικά εργαλεία. Επίσης, το πιθανότερο είναι ότι θα κάνει καλή εντύπωση στους παραλήπτες αυτών των μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, καθώς παρέχει αξία και μια νέα ματιά στον τρόπο προώθησης μιας εκδήλωσης.

Τέλος, αλλά όχι λιγότερο σημαντικό, είναι καλό να ξεκινήσετε την προώθηση της εκδήλωσής σας από τη στιγμή που έχετε μια βασική ιδέα για το πώς θα είναι. Η έγκαιρη ενασχόληση με την προώθηση της εκδήλωσής σας σας δίνει το χρονικό πλεονέκτημα να τρέξετε μια μεγαλύτερης διάρκειας καμπάνια, η οποία μπορεί δυνητικά να φτάσει σε περισσότερους ανθρώπους.

5.6. Αναφορές

Andreia Henriques, Nadine Lyamouri – Bajja, “Step-by-Step together: Support, Tips, Examples and Possibilities for youth work with young refugees”

- Retrieved from: https://pjp-eu.coe.int/documents/42128013/47261953/FINAL+step+by+step+together_reduced_size.pdf/8103c431-afc3-f978-9117-20776950bedf

Laura Bacinskiene, Justina Garbauskaite-Jakimovska, “Integrating refugees through youth work activities”

- Retrieved from: <https://ec.europa.eu/migrant-integration/?action=media.download&uuid=A37B8410-C20A-C37A-495762D3B9205FF9>

Andreia Henriques, “Guidelines on working with young refugees and migrants: Fostering cross-sectoral cooperation”

- Retrieved from: <https://pjp-eu.coe.int/documents/42128013/47262325/FINAL+Guidelines+working+with+young+refugees+and+migrants.pdf/08d37000-706d-2a06-ae51-6b1e43752bb6>

<https://www.eventmanagerblog.com/market-your-event-with-no-money>

<https://www.socialmediaexaminer.com/how-to-create-facebook-event-frame-instagram-event-geotag-and-snapchat-event-filter/>

<https://www.eventbrite.co.uk/blog/how-to-advertise-an-event-ds00/>

<https://www.eventmanagerblog.com/event-promotion>

<https://everwall.com/blog/four-ways-market-event-shoestring-budget/>

<https://www.eventbrite.com/blog/4-fast-ways-to-promote-an-event-on-facebookds00/>

<https://support.google.com/webmasters/answer/2774099>

<https://optinmonster.com/fomo-marketing-examples-to-boost-sales/>

<https://www.socialtables.com/blog/event-planning/how-to-name-an-event/>

<https://www.akvertise.com/how-to-use-pinterest-to-promote-your-event/>

<https://blog.bizzabo.com/tips-for-twitter-event-promotion>

<https://www.eventbrite.com/blog/event-video-examples-ds00/>

<https://blog.bizzabo.com/event-planning-podcasts>

<https://20bedfordway.com/news/snapchat-event-marketing/>

<https://www.nibusinessinfo.co.uk/content/advantages-and-disadvantages-digital-marketing>

Συμπεράσματα

Η διοργάνωση μιας καλλιτεχνικής εκδήλωσης χαμηλού κόστους απαιτεί πολύ προγραμματισμό αλλά και δημιουργική και εξωπραγματική σκέψη. Ευτυχώς, οι νέοι είναι γεμάτοι ενέργεια και αν έχουν τα κατάλληλα εργαλεία, μπορούν να αποτελέσουν πολύτιμη πηγή για τη διοργάνωση της εκδήλωσής σας.

Χαμηλό κόστος δεν σημαίνει απαραίτητα χαμηλή ποιότητα. Οι δυνατότητες που έχετε είναι απεριόριστες, αρκεί να κοιτάξετε προς τη σωστή κατεύθυνση. Επιπλέον, η τεχνολογία θα είναι σύμμαχός σας στην οργάνωση και την προώθηση της εκδήλωσης και σε αυτόν τον οδηγό, δείξαμε ορισμένες πλατφόρμες και διαδικτυακά εργαλεία που μπορείτε να χρησιμοποιήσετε, αλλά αυτά είναι μόνο μερικά από το πλήθος των εργαλείων που μπορείτε να βρείτε στο διαδίκτυο.

Και να θυμάστε, δεν είστε μόνοι σας. Δουλέψτε με την ομάδα σας και συνεργαστείτε με άλλους οργανισμούς, διότι «Ενωμένοι θα σταθούμε, διαιρεμένοι θα πέσουμε».

Τώρα είναι η σειρά σας! Αντλήστε έμπνευση από τις πραγματικές ιστορίες και τις προτάσεις που σας δώσαμε και οργανώστε τη δική σας καλλιτεχνική εκδήλωση!

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στην παραγωγή της παρούσας έκδοσης δεν συνιστά αποδοχή του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών, και η Επιτροπή δεν μπορεί να αναλάβει την ευθύνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

Έργο: 2018-2-DE04-KA205-016979 2018-2-DE04-KA205-016979



Πώς να διοργανώσω τη δική μου εκδήλωση;

Εταίροι:

AKO | Γερμανία



Ε.Κ.Ε.Φ.Ε. "Δημόκριτος" | Ελλάδα



PGP | Πολωνία



VITECO | Ιταλία



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of European Union