



FarmDemo

**TERVEZÉSI ÚTMUTATÓ
FARMBEMUTATÓKHOZ**





Bevezetés

A farmbemutatókat legalább két évszázada szervezik meg, eredetileg azért, hogy bemutassák az újdonságokat a gazdák számára. Manapság már a gazdák és más szereplők közötti tapasztalatcserére és tudásszerzésre is szolgálnak. A termelők egyre gyakrabban nyitják meg gazdaságaikat társaik és a nagyközönség számára a vállalkozásfejlesztési stratégiák jegyében (pl.: rövid élelmiszer-beszállítói láncok, közösség által támogatott mezőgazdaság). A bemutatók az egyszeri „földlátogatási nap” eseményektől kezdve a többéves farmfigyelésig terjednek, amikor is a termelők, tanácsadók és az ipari szereplők rendszeresen találkoznak, hogy a gazdálkodási lehetőségeket helyben értékeljék az állandó „kísérleti gazdaságokban”, ahol a kutatók az innovatív technológiákat és módszereket tesztelik és mutatják be. A farmbemutatók így széleskörű megközelítési skálát követnek, különböző célokkal jönnek létre, és számos eltérő szereplő közreműködésével indulnak el és szerveződnek. Ennek a sokszínűségnek köszönhetően nincs „szabvány” előírás a sikeres farmon folyó bemutató eseményekhez. Ez az útmutató a legfontosabb elemeket tekinti át, amelyeket a farmon folyó bemutatók előkészítése, megvalósítása és

értékelése során figyelembe kell venni. Ez 6 egyszerű lépést javasol a farmon folyó bemutatók tervezéséhez, a célok pontos meghatározásától kezdve az alapos értékelésen át a folytatás kijelöléséig. Eközben az útmutató konkrét tippeket és trükköket kínál valamint sajátos eszközöket biztosít az esemény tervezéséhez.



Az on-line verzió elérhető:

<https://farmdemo.eu>

Ez az útmutató a 3 Farm-Demo projekt szoros együttműködésével valósulhatott meg, amely projekt az Európai Unió Horizon 2020 kutatási és innovációs program támogatásában részesült a No. 727388 (PLAID), No. 728061 (Agridemo-F2F) és No. 772705 (NEFERTITI) támogatási megállapodás alapján.

TERVEZZE MEG A FARMON FOLYÓ BEMUTATÓJÁT 6 LÉPÉSBEN

1 A bemutató céljai és célcsoportjai



- Határozza meg a pontos célokat
- Célozza meg a céljainak megfelelő mezőgazdász közönségét
- Hívjon meg más szereplőket is a hatás növelése érdekében

-7-

2 Bemutató farm



- Válassza ki a céljainak megfelelő helyszínt biztosító farmot
- Keressen megbízható, innovatív szemléletű helyszínt biztosító gazdát
- Gondoskodjon megközelíthetőség és adottságok szempontjából jó helyszínre

-11-

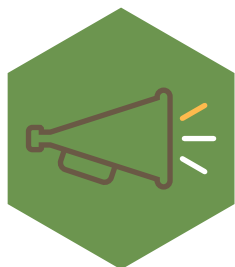
3 A bemutató összeállítása



- Állítson össze a céljainak megfelelő, összehangolt szervező csapatot
- Biztosítson elegendő időt a kommunikációra és kapcsolatépítésre
- Az alkalmas periódus kiválasztásakor vegye figyelembe az értékesítést
- Kompenzálja a helyszínt biztosító gazdákat

-13-

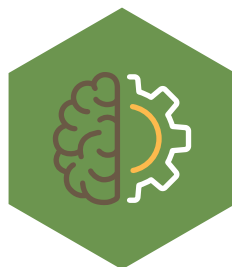
4 Promóció



- Határozza meg a céljaival megegyező elsődleges üzeneteket
- Igazítsa a szóhasználatot a célközönségéhez
- Törekedjen az egyértelmű, vonzó meghívásra
- Használjon több kommunikációs csatornát

- 17 -

5 Tanulási és támogatási módszerek



- Igazítsa a tanulási tartalmat a mezőgazdasági gyakorlathoz
- Ösztönözze a résztvevőket az aktív tudáscserére
- Használjon többféle tanulási módszert
- Ossa fel a nagyobb csoportokat

- 20 -

6 Értékelés és utókövetés



- Értékelje, hogy a céljai mennyiben valósultak meg
- Használja és fogatosítsa az értékelés eredményeit
- Szervezen utókövetési tevékenységeket a résztvevőknek és a nem résztvevőknek

- 25 -



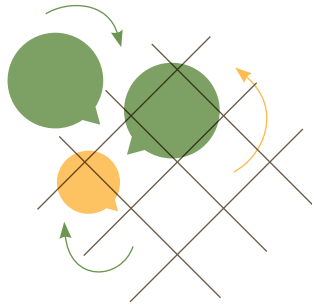
1

A bemutató céljai és célcsoportjai

„Mit szeretne elérni a bemutatóval?”

Minden bemutató eseménynél elsődleges az egyértelmű cél(ok) és kulcsfontosságú üzenetek mielőbbi meghatározása. Ezek határozzák meg az összes további döntést, amelyet a bemutató esemény előkészítése és megvalósítása közben meg kell hozni: az összeállítást, a meghívni kívánt szereplőket, a hatékonyság értékelését.

Kezdje azzal, hogy válaszol a „miért” (miért szervezzük ezt a bemutatót), majd a „mit” kérdésre (mit szeretnénk bemutatni). A bemutató céljának meghatározását követi a „ki” (a bemutató célközönsége) és a „hogyan” (a bemutató összeállítása és a tanulási módszerek).



Az egyes bemutatók egyben találkozóhelyek is.

TIPP

Szenteljen külön figyelmet a regionális mezőgazdasági fejlesztéseknek és kihívásoknak, mert ez vonzó lehet a gazdák számára, és növelheti az elérni kívánt hatást.

MIÉRT SZERETNÉ MEGSZERVEZNI A BEMUTATÓ ESEMÉNYT?

Ez határozza meg a bemutató mögötti motivációt vagy igényt.



Lehetséges célok:

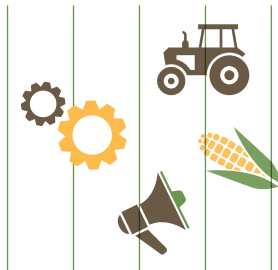
- **Közös tudásszerzés.** Célul tűzheti ki az (új) tudás megszerzését úgy, hogy a bemutatón megjelenő résztvevők együttes tudásából merít.
- **Innováció alkalmazása.** A bemutatók segítenek az új lehetőségek, újítások vagy gyakorlati tapasztalatok átvételére, amelyek közvetlenül a farmokon alkalmazhatók. Ezek az innovációk származhatnak kutatásból, (termékértékesítéshez kapcsolódó) üzleti tevékenységekből vagy úttörő gazdáktól, és arra biztatják a gazdákat, hogy megalapozott döntést hozzanak a bemutatott gyakorlatok vagy innovációk saját farmjukon való használatát illetően.
- **Problémák megoldása.** A bemutatók hasznos platformot biztosítanak a kapcsolódó területek és a helyi gazdák igényeinek összekapcsolására. Lehetséges megoldásokat mutathat be a gazdák problémáira, például a farmokon tapasztalható munkaerő-hiány és a változó éghajlatban javasolt gabonatermesztési módszerek kapcsán. Emellett alátámaszthatja a helyi körülmények között lefolytatott kutatásokat és megvalósított innovációkat, és a gazdák igényeire szabhatja azokat.
- **Képzés.** A bemutatók platformként szolgálnak a készségfejlesztéshez és a kapacitásépítéshez is, így támogatva az innovatív gyakorlatok bevezetését a gazdaságokban.
- **Tudatosság megeremtése.** A bemutatók növelhetik a tudatosságot olyan témákban, mint például a társadalmi szükségletek. A fenntarthatósági témák mellett gyakran nem kapnak elég nyilvánosságot és hangsúlyt, de gyakran a bemutató részét képezik, hogy ebben is növeljék a résztvevők tudatosságát.
- **Kapcsolatépítés.** A bemutató események a résztvevők számára találkozási helyként is szolgálnak. A rendszeres (pl.: éves) bemutató események kapcsolatépítési eseményként is hasznosíthatók, amely mindenkit összegyűjt, aki a program, a hálózat vagy a projekt része. Ezek hozzájárulhatnak az együttműködés megerősítéséhez és fejlesztéséhez, és a lehetséges partneri kapcsolatokat a kooperatív problémakezelés felé tereli mind nemzeti, mind nemzetközi szinten. Emellett a kapcsolatépítés társadalmi aspektusa is nagyon vonzó egyes résztvevőknek, mivel itt más gazdákkal is találkozhatnak.
- **Kutatási program végrehajtása.** A farmon folytatott bemutató események az alkalmazott kutatási eredményekhez kapcsolódó tudás gyakorlatba való átültetésének platformjai is lehetnek. A újdonságok és gyakorlatok „valós” gazdálkodási körülmények között próbálhatók ki, hasonlíthatók össze vagy igazolhatók.
- **Szabályok teljesítése.** A bemutatók lehetőséget nyújtanak a gazdák számára az új jogszabályok és rendelkezések megismerésére, valamint specifikus gyakorlatokat és példákat is bemutatnak arra vonatkozóan, hogyan lehet ezeknek a saját farmjukon megfelelni.

MIT SZERETNE BEMUTATNI?

A bemutató témái rendkívül sokrétűek lehetnek, szólhatnak például termékről, gépről, bizonyos eljárásokról, menedzsmentről vagy marketingről is.

A bemutatott téma sajátosságai befolyásolják a bemutató összeállítását és azt, hogy potenciálisan mely célcsoportok érhetők el velük. Olyan innovációról van szó, amely a mezőgazdasági közösség számára teljesen ismeretlen és nem támasztható alá valós helyzetből vett példákkal, esetleg néhány gazda már alkalmazta, vagy pedig széles körben elterjedt gyakorlatról beszélünk, amelyet a gazdák a saját igényeik szerint optimalizálhatnak és finomíthatnak?

A bemutató esemény erőssége gyakran ennek egyszerűségében rejlik. Ezért tanácsos korlátozni az egy eseményre tervezett témák számát. Ha több témával szeretne foglalkozni, akkor érdemes fontolóra venni egy bemutató eseménysorozat megszervezését, vagy gondoskodni arról, hogy minden témára elegendő időt szánjanak.



A témaválasztásról dönthetnek fentről a szervezők, a gazdák képviselői vagy a projekt, amelyben a bemutatót megvalósítják, illetve születhet döntés alulról, a gazdák vagy egy korábbi bemutató esemény résztvevőinek bevonásával, ha egy bemutató eseménysorozatba kívánunk bekapcsolódni. Bárhogy is döntünk, az érdekes, inspiráló és releváns témák kiválasztásához elengedhetetlen az előzetes, alapos átgondolás és megbeszélés.



Bemutatósorozat vs. egynapos esemény

Ez a bemutató összeállításánál fontos kérdés, amely eldönti, hogy egynapos bemutatót vagy egy egyetlen téma köré épülő bemutatósorozatot szervezünk, vagy pedig egy korábbi visszatérő (hálózati) eseményt szervez meg ugyanaz a szervező csapat.

Bizonyos esetekben a bemutatósorozatokat tekintik a hatékonyabbnak, mert:

- A résztvevők megismerhetik egymást és elkezdhetnek megbízni egymásban (kevésbé vonakodnak az információk megosztásától)
- A bemutatók az alkalmazási folyamat számos lépését érinthetik (több megcélzott hatás)
- Lehetővé teszik a szezonálisitást és azt, hogy idővel fejlődjünk
- Több gazdát és számos érdekelt felet lehet elérni
- A bemutatók támaszkodhatnak a korábbi bemutatók jóhírére
- A szervezés és az összeállítás javítható/fejleszhető

KIT CÉLOZ MEG?

A célcsoport(ok) kiválasztása attól függ, hogy mit szeretne elérni a bemutatóval. Ha például intenzív, egy specifikus témával kapcsolatos tudáscserét vagy tudásszerzést terveznek, akkor kisebb célcsoport meghatározása javasolt, amely tagjai „ugyanazt a nyelvet” beszélik, ezzel biztosítva a kvalitatív, intenzív interakciót. A specifikus célcsoportok azonosítása meghatározza, hogy milyen információs csatornát kell használni az elérésükhöz.

A célcsoport a következők szerint határozható meg:

- Specifikus ágazatok (pl.: tejtermelők, cukorrépa-termesztők)
- Specifikus régió (pl.: megye-specifikus, nemzeti vagy nemzetközi)
- Az adott módszerrel kapcsolatos tapasztalatuk, pl.: kezdők vagy szakértők. A céltől függően a szervezők célozhatják csak a tapasztalt gazdákat (pl.: egy gyakorlat vagy innováció fejlesztéséhez), vagy invitálhatják mindkettőt (ha a cél a tapasztalat- és tudáscsere). A „szakértő” gazdák segíthetnek a párbeszéd kezdeményezésében a bemutató események alatt, és bátoríthatják a többieket a kérdések feltevésére.
- Gazdák típusai (pl.: innovatív szemléletű gazdák a további fejlesztést igénylő témákhoz, „átlagos” gazdák a használatra kész bemutató témákhoz, fiatal gazdák vagy újonnan érkezők)
- Résztvevők neme, biztosítva, hogy a farm minden releváns képviselője részt vehet és üdvözölve érezheti magát.

Az elérni kívánt céltől függően gyakran hasznos meghívni más szereplőket is, akik hosszú távon hozzájárulhatnak a bemutató esemény hatásosságához:

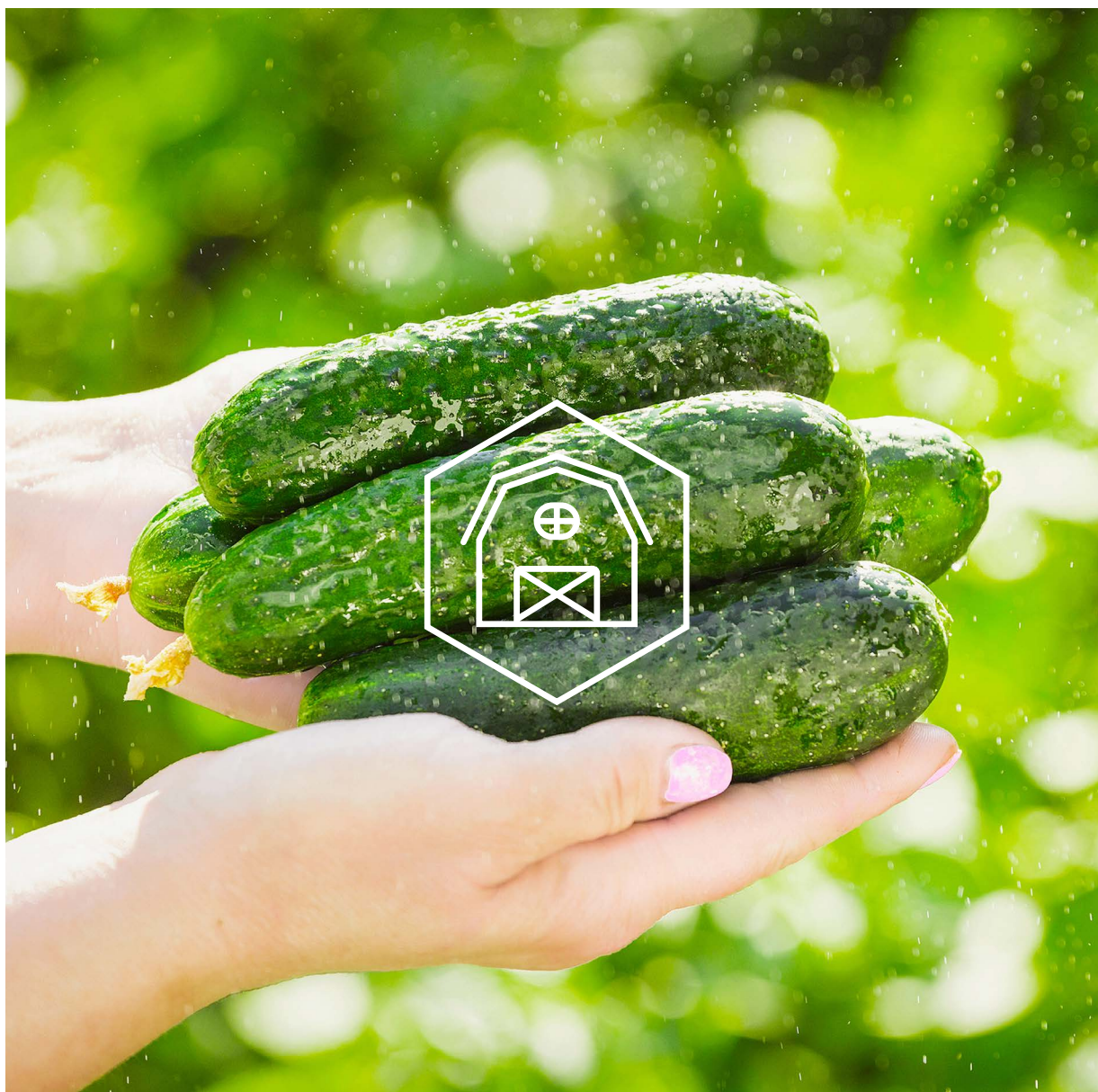
- A mezőgazdasági tanácsadók potenciálisan képesek „terjeszteni” a bemutató kulcsfontosságú üzeneteit. Ők továbbíthatják és növelhetik a bemutató tartalmát azoknak a gazdáknak, akik nem vesznek részt az eseményen, valamint összeköthetik az adott gyakorlatokat vagy innovációkat alkalmazó gazdákat az érdeklődőkkel.
- A mezőgazdasági sajtó, amely képes a szélesebb közönséggel is megismertetni a bemutatott témákat.
- A mezőgazdasági-élelmiszeripari lánc szereplői (pl.: beszállítók, élelmiszer-előállítók, fogyasztók...) fontos partnerek a kooperatív megoldások terén, jelenlétük erősítheti a termelők és piacok közötti kapcsolatokat. Emellett hozzájárulhatnak a bemutatóhoz a más területekről nyert adatokkal és tapasztalatokkal.
- A döntéshozók felhívhatják a figyelmet a szabályozási korlátokra és ösztönzőkre, amelyek egyrésztől növelhetik a bemutató tartalmának skáláját, ugyanakkor segíthetnek is a gazdákat érintő korlátok gyakorlati problémáival kapcsolatban, mivel ezek alapján akár javíthatók a szabályozások. Másrészt viszont a gazdák gyakran vonakodnak részt venni és megosztani a tapasztalataikat egy csoporton belül, ha hivatalos személyek is jelen vannak.
- A (mezőgazdasági) tanulók és tanárok kutatási újításokat hozhatnak magukkal, illetve kérdezhetnek is a gazdáktól az általuk alkalmazott termelési módszerekről, így ismereteket szerezhetnek a gazdálkodási gyakorlatokról. Segíthetnek a megfigyelésben és az értékelésben, tanulhatnak a közös szervezésről, illetve hasznos segítők lehetnek.



TIPP

A férfi és női házigazdák jelenléte a nőket és a férfiakat egyaránt bátorítja a részvételre.





2

Bemutató farm

A bemutató eseményeknek különféle helyszínek adhatnak otthont, a gazdák saját farmjaitól kezdve az egyetemek által bérelt állami földterületeken át a egészen a kutatóközpontokig és külső helyszínekig. A bemutatóhoz megfelelő helyszín kiválasztásának van néhány feltétele.

? „Tudnak majd azonosulni a gazdák a helyszínt biztosító farmmal?”

A bemutató hatékonyabb lehet akkor, ha a helyszínt biztosító farm ugyanolyan „valós” körülmények között működik, mint az átlagos farmok. Egyrészt például az úttörő gazdák bemutatják az innovatív és a kísérleti módszereket.

? „A vendéglátó 'jó gazda', megbízható, 'bölcs', innovatív és produktív?”

A vendéglátó nyilvános jelenléte szintén szerepet játszik abban, hogy egy esemény mennyire vonzó a potenciális résztvevők számára. Biztonságos olyasvalakit választani, akit már ismer, vagy aki egy szervezet kijelölt helyszíne évek óta, amely idő alatt kísérleteket végeztek nála. Ez azért jó opció, mert a bemutató események, így a farm előkészítése a vendégek számára gyakran rengeteg erőfeszítést igényel a vendéglátó részéről. Másrészt viszont néha megfontolandó a „szokásos” helyett mást választani.

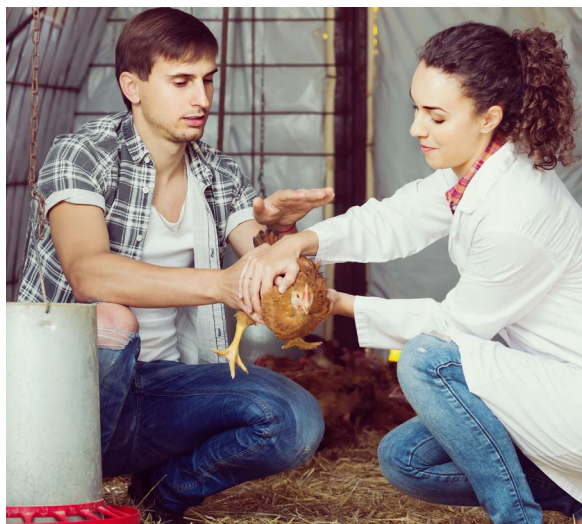
? „A helyszínt biztosító farm megfelelő a bemutató esemény számára, figyelembe véve a témát, az elhelyezkedést és a tervezett tevékenységeket?”

Ellenőrizze, hogy a vendéglátó gazda tevékenységei, gyakorlati és a farmjának lehetőségei megfelelnek-e a bemutató céljának és a résztvevők várható számának. Az utazási idő fontos tényező lehet, habár a résztvevők szívesen utaznak olyan bemutatókra, ahol a saját régiójukban kevésbé ismert innovatív módszereket ismertetnek.



Olyan helyszín választása, amely befolyásolja a bemutató megközelíthetőségét:

- Földrajzi (elhelyezkedés, utazási idő, jó és könnyű megközelítés a célközönség számára)
- Szociális (lehetőségek, a látogatók kényelme és biztonsága)



TIPPEK

Ellenőrizze az EU-szerte jelen lévő bemutató farmok listáját a FarmDemo hub -on:

<https://farmdemo.eu>

A kereskedelmi cégek és a farmok közötti együttműködés előnyös lehet: lehetővé teszi a résztvevők számára a legújabb innovációk megismerését egy ténylegesen működő farmon.

Egy „nem tipikus” farm inspiráló lehet, és növelheti a jelenlegi gyakorlatokkal kapcsolatos visszajelzési kedvet.

A széleskörű résztvevői csoportok eléréséhez hasznos lehet ugyanazon bemutató megszervezése különböző helyszíneken a régióban/országban, illetve eltérő típusú farmokon.

Növelje a távoli vendéglátó farmok megközelíthetőségét csoportszállítás megszervezésével.

Biztosítson szállítási lehetőségeket, hogy több helyszínt látogatását lehetővé tegye.



3

A bemutató összeállítása

SZERVEZŐ CSAPAT

„Milyen típusú partnereket (pl.: gazdák, gazdaszervezetek, tanácsadók, mezőgazdasági üzletek) kíván bevonni a bemutató szervezésébe, hogy a lehető legsikeresebben érje el a kitűzött cél(oka)t?”

A számos szereplő közötti együttműködés jelenthet némi kihívást az eltérő szakmai háttér, készségek, tudás, munkavégzési rutin és motiváció miatt. Ennek kiküszöbölésére fontos, hogy egyetértés szülessen a célokat, a tartalmakat és a munkaerő elosztását illetően.

A regionális AKIS (lásd a négyzetet) meghatározhatja a szervezett bemutató események kereteit. A jó együttműködés és a regionális AKIS szereplők már meglévő hálózata leegyszerűsíti a szervezést és a bemutató stratégiájának létrehozását, valamint a téma régióhoz igazítását. Emellett kihasználhatja az elérhető társadalmi tőkét és kapcsolatrendszert a megfelelő profilok és kompetenciák felkutatásához, amelyek segítik a bemutató szervezését. A bemutató sikeressége gyakran a szervező csapat helyi megítélésétől is függ. A szervező csapatok ezért hasznát vehetik a köztisztelőben álló helyi szervezetekkel való együttműködésnek, mivel azok számos gazdával kapcsolatban állnak.

A regionális Mezőgazdasági Tudás- és Innovációs Rendszer (AKIS) magában foglalja a teljes mezőgazdasági tudáscsere rendszert a régió belül, amelyben az emberek és szervezetek, például a tanácsadó szolgáltatások, kutatók, szabályozások és gazdaszervezetek együtt dolgozhatnak.

A kereskedelmi partnerekkel való együttműködés a tudás- és információ-átadás terén rendkívül hatékony bemutató eseményeket tud realizálni. Szükséges azonban megállapodást kötni a kereskedelmi cégekkel a bemutató előtt, így elkerülhető, hogy a gazdák árusítóhelyként tekintsenek az eseményre.

Ez elkerülhető egynél több kereskedelmi cég bevonásával vagy „semleges” felek, például nem-kereskedelmi tanácsadó szolgáltatók és kutatók meghívásával a kereskedelmi cég mellett.



Szerepek a szervező csapatban

A szerepek tisztázása és a (mind hozzáértésben, mind számban) megfelelő személyzet összeállítása nagyban segítheti a bemutató esemény előkészítését és kialakítását. Négy fontos szerepet kell betölteni a bemutató esemény alatt:

- a helyszínt biztosító gazda
- az előadó személy,
- a logisztikai menedzser/koordinátor
- az oktató

TIPPEK

Gondoskodjon időben a bemutató helyét biztosító család szervezésbe való bevonásáról

Hívjon meg több szervezetet, akiknek azonosak a céljaik, hogy elérje a célcsoport(ka)t

Vonja be a szabályozó hatóságokat: a megfelelő (pl.: információ tisztázása/együttműködési szándék kimutatása) vonzó a gazdáknak, a nem megfelelő visszatartja őket

Az oktató számos helyzetben hasznos lehet. Az oktató irányíthatja a párbeszédet, és semleges harmadik félként vesz részt benne.



KIEGYENSÚLYOZOTT PROGRAM

A bemutató számára rendelkezésre álló idő meghatározza a tartalmával kapcsolatos döntéseket és a használt tanulási módszereket. A rendelkezésre álló idő egy órától fél napig, egy napig, vagy akár több napig is terjedhet. Ne felejtse el elegendő időt biztosítani a beszélgetésekre, illetve a kérdésekre és a válaszokra csakúgy, mint a kapcsolatépítésre és a szociális interakciókra.

A jó program megfelelő változatosságot biztosít a bemutató eseményen. Tartalmaznia kell legalább:

- Köszöntőt/bemutatózást, lehetőleg a helyszínt biztosító gazdával együtt
- Az innováció tényleges bemutatását (prezentációval egybekötve vagy anélkül)
- Közös beszélgetést vagy interaktív kérdező és válaszadási lehetőséget
- A bemutató résztvevők által végzett értékelését
- Hivatalos eseményzárást, kitérve az egyértelmű következtetésekre és az útravaló üzenetekre
- Időt a kötetlen beszélgetésekre és kapcsolatépítésre (biztosítson ételt és italt! – lásd még a Tanulási és támogatási módszerek című részt)
- Visszajelzés-értékelés az eseményről

TIPPEK

A helyszínt biztosító gazda által elmondott köszöntőt nyagra értékeli

Vezessék körbe a vendégeket a farmon

VÁLASSZON MEGFELELŐ IDŐPONTOT

A bemutató időzítése kulcsfontosságú a látogatók száma szempontjából. Habár ez nem tervezhető mindig pontosan (pl.: ha véletlenül épp az évszak első melegebb hetére esik), mégis végezhet előzetes felmérést azokkal az időpontokkal kapcsolatban, amikor a gazdáknak kevesebb munkájuk akad a farmon. Vegye figyelembe a napközbeni (pl.: fejesi idő) és/vagy a hétközbeni (pl.: tanítási nap) időzítést is.

A megfelelő időpont kiválasztásával gyakran több szempontot is áthidalhatunk. Például az olyan időszakok, amikor sok látó van a földeken általában egybeesnek azzal az időszakkal, amikor a munka is sok farmon.

TIPPEK

A rendszeresen megszervezett bemutatókra válasszon fix időpontot (pl.: szeptember utolsó hétvégéje, vagy 6 havonta az évszakok közötti eltérések bemutatásához)

Vegye figyelembe az egyéb eseményeket

FELSZERELTSÉG ÉS ESZKÖZÖK

A vendégszerető légkör és a jó kiszolgálás mindig hozzáad a bemutató hatékonyságához. Gondoskodjon a megfelelő felszereltségről, a jó megközelítésről, a mosdókról, parkolóról, illetve a tiszta, megfelelően előkészített környezetről stb...

ELLENŐRZŐLISTA:

- Tiszta audio és vizuális eszközök
- (Bio) biztonsági intézkedések
- Mosdók
- A megközelíthetőség növelése érdekében biztosítson közlekedési lehetőséget a kerekesszékesek számára is
- Biztosítson útjelző táblákat és bannereket, valamint parkolót
- Biztosítson árnyékos, fedett helyeket, amelyek védenek az időjárási körülményekkel szemben
- Tüntesse fel a szponzorok logóit és bannereit, ha vannak ilyenek
- Gondoskodjon ételről és italról!



KÖLTSÉGVETÉS

- ? „Ki fogja finanszírozni a bemutató eseményt?”
- ? „Kell a résztvevőknek belépődíjat fizetniük?”
- ? „Befolyásolja a költségvetés a résztvevők összeállítását és számát?”

A költségvetésnek fedeznie kell az összes kiadást a szállítási költségek, a szervezési kiadások és a hirdetési költségek tekintetében. Ezen kívül biztosítson kompenzációt a gazdának a ráfordított idő és a bevételkiesés fedezésére (beleértve az előkészületi időt).

A rendelkezésre álló költségvetés függ a szervező csapat támogató partnereitől, és nagy hatással lehet a bemutató összeállítására és méretére, valamint szerepe lehet bizonyos döntésekben, pl.: a célcsoport méretével vagy a résztvevők belépődíjával, vagy a meghívott bemutatókkal kapcsolatban. A korlátozott források azonban nem feltétlenül befolyásolják a bemutató eredményességét. A kevésbé költséges módszerek ugyanolyan hatékonyak lehetnek, mint a drágábbak, viszont nagyobb figyelmet igényelnek a bemutató tervezési szakaszában.

A nagyobb eseményeknél a további segítség (pl.: emberi vagy anyagi források) fedezhetők szponzorálásból is, lehetőség szerint a partner szervezetek részéről.

REGISZTRÁCIÓ

Ez lehetővé teszi a résztvevőkkel való könnyű kapcsolatfelvételt a bemutató után az utókövetés és értékelés céljából, valamint a becsült látogatószám ismeretével elősegíti a hatékony szervezést. A bemutató eseményre való regisztrációnak egyszerűnek és gyorsnak kell lennie.

TIPPEK

Regisztrálja a résztvevőket az esemény előtt, hogy felmérhesse a közönséget és érdekes anyagokat küldhessen nekik az esemény előtt

Gondoskodjon a résztvevők kapcsolattartási listájáról





4

Promóció

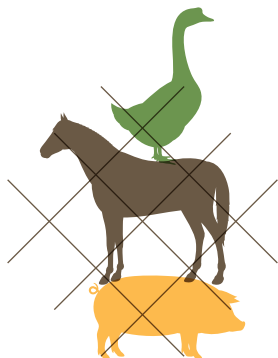
A CÉLCSOPORTRA SZABOTT EGYÉRTELMŰ MEGHÍVÁS

„Kik értesüljenek a tervezett bemutatóról?”

A hatékony toborzás befolyásolja a bemutató látogatószámát.

TIPP

Ha helyesnek látja, a meghívó az egész családnak szóljon.



Alapvető fontosságú, hogy a meghívót a célcsoportra szabja. Igazítsa a szóhasználatot (szakkifejezéseket) a célközönségéhez.

Néhány kérdést figyelembe kell vennie a meghívó tervezésekor

(lásd <https://thefloorisyours.be/en/pitchinghandson/>)

Ki a célközönség?

- Mindegyik célközönségnek egyedi elvárásai és problémái vannak. Ha lehetséges, egyszerre egy célközönségre fókuszáljon.
- Nevezze meg a célcsoportot a meghívóban (pl.: csak biogazdálkodók, vagy bio- és nem biogazdálkodók egyaránt). Ezzel biztosíthatja, hogy a konkrét téma iránt érdeklődő gazdák számára teszi vonzóvá az eseményt.

Mi a fő üzenet?

Milyen tevékenységre szólít fel?

- Fejezze ki egyértelműen, hogy egy bemutató eseményen való részvételre szól a meghívás.
- Válasszon egy jó nevet a bemutató eseménynek, amely az alap üzenetet is tükrözi

Milyen problémákkal küzd a célközönsége, és hogyan fogja azokat megoldani?

- Tegyen egyértelmű említést a bemutató célkitűzéseire vonatkozóan, mert ez is hozzájárulhat a bemutató eredményességéhez.
- Ha van olyan előadó, képzett oktató vagy vendéglátó gazda, akit ismerhetnek, említse meg őket nyíltan a meghívóban, mert az ő jelenlétük is vonzó lehet a gazdák számára.

Milyen előnyökhöz juthat a célközönség?

- Határozza meg, hogy milyen hozzáadott értéket nyújt a bemutató a résztvevők számára.

TIPPEK

Minden szervezőt említsen meg a meghívóban

Tegyen említést a belépődíjról, ha lesz ilyen.

Tegye a meghívót látványossá, és törekedjen a kiegyensúlyozott információ-átadásra. Ehhez használhatja a következő szoftvereket: www.lucidpress.com/pages/examples/online-invitation-maker és <https://spark.adobe.com/make/invitation-maker>

Tegye felismerhetővé a bemutató eseménysorozatot fix sablon használatával. A „márkának” szintén meg kell jelennie az esemény elnevezésében. Ez segít a bemutató esemény beazonosításában, és ha már jó hírnevet szerzett, még sikeresebben tudja vonzani a résztvevőket.

A meghívó legyen egyértelmű és figyelemfelkeltő. Ne „gondolja túl”, ne használjon túl sok betűtípust. Egy kedves fotó a gazdáról (vagy a farmról) megfelelő lehet.



HASZNÁLJA A MEGFELELŐ KOMMUNIKÁCIÓS CSATORNÁT

Több kommunikációs csatorna is használható a résztvevők eléréséhez. A meghívás közölhető szórólapon, levélben, e-mailben, poszteren, újsághirdetésben, weboldalakon, a közösségi médiában, szóbeszéddel, vagy akár rádió- és televízióhirdetésekből is. A meghívás terjesztéséhez találkozók, személyes kapcsolatok, saját kapcsolatrendszerek vagy e-mail listák, illetve más szervezetek hálózatai (pl.: gazdák egyesületei, tanácsadói hálózatok), és iskolai kihirdetések is hasznosak lehetnek.

TIPPEK

Küldjön személyes meghívót

Használja a kommunikációs csatornák kombinációját

Gondolja át, hogy ki fogja továbbítani a meghívást

Tegyen külön erőfeszítést a nehezen mozgósítható gazdák elérésére!

A RÉSZTVEVŐKEL VALÓ KOMMUNIKÁCIÓ A BEMUTATÓ ELŐTT

Már előzetesen elkezdhet kommunikálni a várt résztvevőkkel:

- Extra információ a helyszínt biztosító farmról, a bemutató tartalma, földterületen végzett próbák, ...
- Kérje meg a résztvevőket, hogy töltsék ki az on-line regisztrációs formulát (pl.: speciális érdeklődési területek)
- Kérje meg a résztvevőket, hogy készüljenek vonatkozó kérdésekkel

Ajánljon fel extra ösztönzőket a látogató gazdáknak:

- Teszt minták
- Ingyenes termőföld-elemzés
- Nemzeti mezőgazdasági bajnokság
- Étél és ital
- Bemutató
- Party
- Elnyerhető díjak



5

Tanulási és támogatási módszerek bemutató eseményekhez

Számos tanulási módszer alkalmazható az ismeretek közvetítésére és átadására, valamint a készségek fejlesztésére. Fontos felismerni, hogy nem létezik egyetlen jó módszer, de a választás számos tényezőtől függ, pl.: a csoport méretétől és összetételétől. A bemutató eseménynek emellett a tevékenységek jól átgondolt és kiegyensúlyozott kombinációját kell magában foglalnia a megfelelő tanulási feltételek megteremtéséhez.



CSOPORT MÉRETE ÉS ÖSSZETÉTELE

A csoport mérete függ a bemutató céljaitól, és elsődleges fontosságú a bemutató esemény formátumára nézve.

- Kisebb csoportok (8-15 résztvevő):
 - Hatékonyabb a tudáscseréhez, a visszajelzéshez, és az alaposabb páros tanuláshoz
 - Egyszerűbben kezelhető
 - Az egymással állandó kapcsolatot fenntartó, kisebb zárt csoportokban már kialakult a bizalom, így lehetséges a hatékony párbeszéd kialakítása.
- Nagyobb csoportok:
 - Ha a cél a figyelemfelhívás és az ismeretek széleskörű átadása
 - Segít vonzóbbá tenni a szponzorok és farmellátó cégek számára
 - Megfelelő audio és vizuális eszközök szükségessé

A homogénebb csoportok nyitottabbak a megosztás terén és könnyebben bíznak meg a többi résztvevőben, míg a kevésbé homogén csoportokban könnyebben indul vita és kapcsolatépítés, mivel ugyanazt a problémát különböző szempontokból tudják közösen megvizsgálni. Ez természetesen akkor is fontos tényező, amikor a meghívottakról gondolkodunk.

A résztvevők közötti ismeretség foka ugyanakkor nagy hatással lehet a csoportdinamikára, és befolyásolhatja egyes tanulási módszerek alkalmazhatóságát a többivel szemben. Még szervezettebb támogatási módszerekre van szükség a kapcsolatépítés, a megosztási kedv és a beszélgetések elindításához az olyan csoportok esetében, ahol a felek nem ismerik egymást. Egy tehetséges, barátságos oktató kellemes légkört és környezetet teremthet, ami elősegíti, hogy a gazdák nyíltan beszéljenek, és jó párbeszéd alakuljon ki.

TIPP

Ossza fel a nagyobb csoportokat kisebbekre, ezzel elősegítve az aktív részvételt és a beszélgetésekbe való bekapcsolódást.



Ez az alacsony igénybevételű állatgondozásról szóló videó bemutatja, hogyan használja ki a vendéglátó gazda a valós gazdálkodási körülményeket a módszer elmagyarázásához ppt prezentáció helyett.

www.youtube.com/watch?v=vAcn7WlO-cE&feature=youtu.be

A MEGFELELŐ TANULÁSI MÓDSZEREK KIVÁLASZTÁSA

3 fő alapelvünk van:

- 1 | Igazítsa a tanulási tartalmat a mezőgazdasági gyakorlathoz
- 2 | Ösztönözze a résztvevőket az aktív tudáscserére
- 3 | Használjon többféle tanulási módszert

1 | A tanulási tartalmat mezőgazdasági gyakorlathoz igazítása

Ügyeljen a tágabb kontextusra is. A bemutatott gyakorlat vagy innováció hatását az egész farmra tekintve vegye figyelembe, és tárgyalja a tágabb kontextust is (pl.: szociális, gazdasági, politikai). Ezekkel a plusz információkkal a résztvevők még alaposabb döntést hozhatnak arról, hogy szeretnék-e alkalmazni az adott gyakorlatot vagy sem.

Használja fel a helyszínt biztosító farmot és a vendéglátó gazda tapasztalatait.

Egy másik farm meglátogatásának lehetősége gyakran az egyik fő motiváció a gazdáknak arra, hogy megjelenjenek egy-egy bemutatón, így fontos, hogy a tartalmat a vendéglátó farm tényleges farmirányítási feltételeire szabják, és a lehető legtöbb gyakorlati példát említsék meg. Ez azt is jelenti, hogy figyelmet kell fordítani a problémákra, hibákra, kudarcokra vagy egy adott gyakorlat negatív mellékhatásaira is. Ezek a problémák ugyanis gyakran gátat szabnak egy-egy gyakorlat alkalmazásának. Tehát ha ezek felmerülnek, és elmagyarázzuk, hogyan lehet őket kezelni, akkor előfordulhat, hogy a résztvevők mégis az adott gyakorlat vagy innováció alkalmazása mellett döntenek.

2 | Ösztönözze a résztvevőket az aktív tudáscserére

Biztosítson lehetőséget a közvetlen páros tudáscserére.

Növelheti a prezentációban és bemutatón való részvételi kedvet, ha pl.: folyamatosan megadja a résztvevők számára a lehetőséget a tapasztalataik megosztására a közönséggel, párbeszédetek szervezésével kisebb csoportok számára, vagy workshopok szervezésével, amelyekben stimulálódik az aktív tudáscsere. Biztosítson lehetőséget a kötetlen tudáscsere megvalósításához is azzal, hogy elég időt biztosít a gazdáknak a közös beszélgetésekre, például az ebéd alatt, esetleg egy ital elfogyasztása vagy egy workshop során.

TIPP

NE FELEDKEZZEN MEG AZ ÉTELÉRŐL ÉS AZ ITALRÓL!

Reggeli vagy ebéd, amely alatt megtarthatók a beköszönő beszélgetések

A „formális rész” utáni étel- és ital fogyasztás, mialatt az emberek megoszthatják egymással a látottakat

Vonultasson fel házi készítésű termékeket, lehetőleg a vendéglátó farm alapanyagaiból

Gondoskodjon a segédszervezőktől vagy szponzoroktól beszerezhető, helyi forrásból származó élelmiszerekről

Gondoskodjon frissítőről és harapnivalóról a szünetek idejére

Vonultasson fel széleskörű tapasztalatokat, és törekedjen arra, hogy meglepje a résztvevőket.

Gyűjtsön össze többféle tevékenységet. A példák szemléltethetők a termőföldön tett sétákkal, az előadó által tartott gyakorlati bemutató megfigyelésével és az egyes tevékenységek kipróbálásának lehetőségével. Ezek a gyakorlati tevékenységek fokozzák az ismeretek megszerzését és megértését csakúgy, mint a résztvevők közötti interakciót. Ha a bemutatót egy meglepő elemmel is tarkítja, akkor a résztvevők valószínűleg tovább fognak emlékezni az információra. Ez a meglepetés sokféle módon elérhető, pl.: ügyes történetmesélési technikákkal, eredeti, összpontosítást igénylő tevékenységekkel, vagy akár magának a terméknek vagy innovációnak a leleplezésével a bemutató esemény alatt.



Ábra 1. A „Földes a nadrágom” elnevezésű teszt képei, amelyek jól példázzák a termőtalaj állapotát vizsgáló meglepő, de egyszerű elemet. (források: <https://cereals-blog.ahdb.org.uk/when-i-soiled-my-undies/> (bal); ILVO (jobb))



Ez a videó a „Földes a nadrágom” elnevezésű tesztet mutatja be meglepő, de egyszerű módszerként, mivel ez a talaj állapotát hivatott tesztelni egy eltemetett pamut alsóneművel. www.nrcs.usda.gov/wps/portal/nrcs/detail/or/soils/health/?cid=nrcseprd1470410

Teremtse stimuláló, ismerős környezetet. Úgy rendezze el a termet/helyiséget, hogy mindenki kényelmesen hallhassa és érthesse az előadó(ka)t és a többi résztvevőt. Néhány ötlet:

- Használjon mikrofont, hogy minden résztvevő hallhassa az előadót (különösen kültéren).
- Használjon mindenki számára látható vizuális szemléltető anyagokat (tehát ne legyen kis betűméret, amely csak az első sorból látható).
- Ha zárt térben vannak, rendezze a székeket körbe/félkörbe, hogy mindenki tisztán láthassa a többieket.
- Szervezzen „piacot” különböző standokkal/előadókkal, hogy az emberek kisebb csoportokban körbe sétálhassanak.
- Gondolja végig, hol lesznek a beszélgetések, figyelembe véve, hogy a gazdák általában kényelmesebben érzik magukat a mezőn vagy az istállóban, mint egy iskola jellegű teremben.
- Készüljön néhány vicces bevezető frázissal, amellyel oldhatja a hangulatot az elején. Ehhez találhat inspirációt az interneten, például: www.thebalancecareers.com/top-ice-breakers-1918426 vagy www.icebreakers.ws/large-group

3 | Használjon többféle tanulási módszert

Törekedjen a sokféleségre. Különböző tanulási módszerek alkalmazhatók a bemutatók során, pl.: poszterek, prezentációk, kísérletek, beszélgetések, workshopok, stb. Ezek az előadó és a résztvevők közötti interakciót, a gazdák részéről szükséges aktív részvételt és a különféle tanulási stílusokat tekintve eltérőek. Ismételjük, hogy a tanulási módszerek kombinációjának kiválasztása függ az adott nap céljától, valamint a csoport összetételétől és méretétől. Néhány lehetséges tanulási módszer áttekintése megtalálható: 28-30.



Alkalmazkodjon a közönség tagjainak különböző tudásszintjéhez és tanulási stílusához. Ha lehetséges, tájékozódjon előre a résztvevők tudásszintjével kapcsolatban. Ha ez nem megoldható, kezdjen alapvető információkkal a kezdők kedvéért. A jellemző tanulói típusok (<https://blog.prezi.com/the-four-different-types-of-learners-and-what-they-mean-to-your-presentations-infographic>):

- Az auditív tanulók szívesebben hallják az információkat. Gyakran beszélnek magukban tanulás vagy gondolkodás közben. Ez támogatható azzal, ha megkérjük a közönséget az elhangzott kulcsüzenetek hangos elismertetésére, pl.: kérdések feltevésével.
- A vizuális tanulók szívesebben látják az információt és vizualizálják a gondolatok közötti kapcsolatokat, például információs diagramokkal, táblázatokkal, sémákkal és színekkel.
- Az olvasó/író tanulók szívesebben olvassák vagy írják le az információt jegyzetekbe.
- A kinezetikus (fizikai) tanulók szívesebben végzik el ténylegesen, saját kezükkel a feladatokat és kísérleteket.



Ábra 2. Különböző típusú tanulók és hogyan kell őket figyelembe venni az előadás során (Forrás: <https://tutoringwithatwist.ca/var-k-learning-styles/>)

Használjon megfelelő oktatási eszközöket. Az oktatási eszközök az előadás során használt különböző anyagok, melyek megkönnyítik a tanulást (pl.: Kiadványok, videók, interaktív elektronikus szavazási rendszerek), azáltal, hogy:

- Növelik az interakciót: például szavazási rendszerek vagy interaktív applikációk alkalmazásával (pl.: www.mentimeter.com or <https://kahoot.com>)
- Megjelenítik a tartalmat: pl: a gazdaságban használt eszközök bemutatásával, megnyerő infografikával készült plakátokkal (ingyenes online infografika készítő: www.canva.com/create/infographics), „jó” és „rossz” gyakorlatok bemutatásával.
- Kiegészítő információt biztosítanak a bemutató eseményekre: pl.: a helyszínt biztosító farmról vagy a résztvevők listájáról további információt tartalmazó füzetek. Egy ilyen példa a Teagasc által kiadott „séta a farmon” füzet (www.teagasc.ie/rural-economy/organics/farm-walks)
- Hazavihető információt biztosítanak: pl: gyakorlati információt tartalmazó füzet a bemutatott innovációról. Ez különösen fontos, mivel a résztvevők nem mindig tudnak jegyzeteket készíteni. Hivatkozzon weboldalra, Instagramra, Facebookra, amennyiben rendelkezésre áll.

TIPP

Gondolja át hogyan lehet kiosztani az anyagot a bemutató esemény során. Ha a prezentációk közben osztják ki, az elterelheti a résztvevők figyelmét. Ezen információ egy része előzetesen elküldhető a résztvevőknek.



SZAKSZERŰ ÉS GÖRDÜLÉKENY BEMUTATÓ ESEMÉNY

Kövesse a „hármasszabályt”. Adjon meg kulcsfontosságú üzeneteket, amelyeket többször megismételnek a bemutató rendezvényen, majd összefoglalják annak végén is, mint „útravaló” üzeneteket a résztvevők számára. Itt hasznos ésszel tartani a „hármasszabályt”. Ez a reklámkampányokban rendszeresen használt elv szerint három kulcsfontosságú üzenet megfogalmazása hatékonyabb, mint más számok.

Alkalmazzon megfelelő oktatót. A bemutatók során gyakran hiányzik az aktív részvétel ösztönzése. Ez valószínűleg az előadók hiányzó oktatói képességének tudható be. A jó oktató fontosságát nem lehet túlbecsülni, hiszen az egész esemény során kulcsfontosságú a szerepe: biztosítja, hogy minden gördülékenyen haladjon, aktív bevonja a résztvevőket a megbeszélésekbe, vezeti őket az esemény során. Továbbá összegyűjtheti az esemény során felmerülő kérdéseket.



Ábra 3. Használja a hármasszabályt a kulcsfontosságú üzeneteinek közvetítésére

A megfelelő időbeosztás biztosítása Semmi sem zavaróbb annál, mint amikor a résztvevő kénytelen a program vége előtt távozni, vagy úgy érzi a program váratlanul ért véget. Jelöljön ki egy időmérőt, aki a rendezvény során segít tartani a menetrendet. Ez a személy lehet valaki a szervező vagy oktató csoportból, vagy bizonyos esetben (pl.: kisebb csoportok esetén) egy résztvevő.

Készüljön fel a váratlan eseményekre. Bármikor bekövetkezhet egy váratlan esemény, ezért javasolt előre gondolkodni és felkészülni az ilyen helyzetekre. Ilyen lehet például rossz időjárás jelentés, túl magas vagy túl alacsony csoportlétszám, a várttól eltérő csoportösszetétel (pl.: kevés aktív gazda), problémák a felszereléssel, problémák a szántóföldi kísérlettel, stb. Rossz időjárásjelentés esetén a bemutató elhalasztható, vagy alternatívaként beltéri prezentáció, videó, bemutató és megbeszélés szervezhető.



6 Értékelés és utókövetés

AZ ESEMÉNY FELÉPÍTÉSÉNEK ÉS HATÁSÁNAK ÉRTÉKELÉSE

Az esemény értékelése segít javítani a jövőbeli események szervezését. Fontos az értékelés összekapcsolása az esemény céljával: Amennyiben a cél a hálózatépítés volt, arra kell fókuszálni, hogy a résztvevők képesek voltak-e hálózatuk bővítésére. Amennyiben a cél az innováció alkalmazása volt, a szervezőknek meg kell figyelniük a résztvevők hajlandóságát az innováció alkalmazására.

Visszajelzés kérhető a felépítésről (program, helyszínek, létesítmények, téma,...) és a bemutató szervezéséről, de akár arról is, hogy mit tanultak a résztvevők és szerintük mi alkalmazható a saját gazdaságukban:

Rövidebb táv:

„Milyen útravalóval távoznak a látogatók?”

- Know-why (motiváció, tudatosság): a résztvevők tudatában vannak annak, hogy léteznek specifikus problémák vagy kihívások és/vagy a jövőben rendelkezésre állnak és szükségesek lehetnek új lehetőségek.
- Know-what (a bemutató témája): a résztvevők tájékoztatást kapnak a specifikus újdonságokról (új gyakorlatok, anyagok, fajták, gépezetek, stb.)
- Know-how: a résztvevők az új információt saját gyakorlatukhoz köthetik és képesek felmérni a lehetőségeket, hogy saját gazdaságukban alkalmazhassák.

Hosszabb táv:

„Mit kezdenek a látogatók az útravalóval?”

Ez a hatás ritkán származik csak a bemutatóból és kevésbé egyértelmű az értékelése az időbeli eltolódás miatt. Időbe telik, hogy a résztvevők tényleges változtatásokat vigyenek végbe a gazdasági gyakorlatukban, mivel ehhez pénzügyi befektetésre, új készségekre és tudásra, valamint a gazda szokásos rutinjának és gondolkodásmódjának újrászervezésére van szükség. A változtatásra vonatkozó tényleges döntést sem csupán a bemutató esemény befolyásolja, hanem számos egyéb információs forrás, mint például (mezőgazdasági) sajtókiadványok, utánkötető bemutató események, workshopok, hírlevelek, tanácsadókkal való kapcsolattartás, más gazdák, stb.

Az értékelés különböző módokon hajtható végre. Ilyenek például:

- A bemutató eseményen a résztvevőkkel folytatott közvetlen beszélgetések.
- A résztvevők visszajelzésének megkönnyítése a bemutató esemény során űrlapok felhasználásával és megbeszélések alapján.
- Utólagosan kiküldött űrlapok a résztvevők számára. Az exit-poll veszélye, hogy a résztvevők túl gyorsan töltik ki azokat, mivel sietnek, hogy másokkal beszélhessenek, vagy haza igyekeznek.
- Nyomonkövető e-mailek vagy telefonhívások. A hatás értékelése érdekében várhat pár hetet, vagy akár hónapot a nyomonkövető telefonhívás előtt.
- A bemutató szervezőinek a bemutató esemény során töltsék ki értékelési űrlapjaikat.

Az értékelésen alapuló cselekvés fontos a jövőbeni farmon lefolytatott bemutatón. Tehát az értékelés összegyűjtése után meg kell osztani azt és a jövőbeni tevékenységek javítását végre kell hajtani.

TIPPEK

Csak néhány és releváns kérdést tegyen fel. A sok kérdésből álló kérdőívet az emberek nehezebben töltik ki.

Nagyobb valószínűséggel sikerül a visszajelzések összegyűjtése a nap folyamán, mint a későbbiekben e-mailben



A következő videó bemutatja hogyan szerepel a résztvevők eseményértékelése a bemutató esemény programjában.

www.youtube.com/watch?v=BfkkuhbJ90I&feature=youtu.be

UTÓKÖVETÉSI TEVÉKENYSÉGEK

Az „utókövetés” a bemutató esemény tartalmának továbbfejlesztését és megosztását jelenti, hatásosságának növelése érdekében, az esemény befejezése után. Ugyan az utókövető tevékenységek az esemény után zajlanak, fontos, hogy azt jelezzék és megbeszéljék a résztvevőkkel a bemutató esemény során.

Az utókövetési tevékenységek lehetnek hivatalosak, mint például szervezett nyomon-követési események. Informális utókövetés lehet telefonkapcsolat a résztvevők között, a előadó vagy a résztvevő gazdák beszélgetése a szomszédokkal.



A következő videó bemutatja a bio fajtákkal kapcsolatos tudáscsereplatform előnyeit, valamint, hogy milyen szerepet játszat egy bemutató esemény ebben.

www.youtube.com/watch?v=oQMam6-eKl&feature=youtu.be

A résztvevők megfelelő utókövetési tevékenységei a következők:

- A résztvevők listájának megosztása a résztvevők beleegyezésével (az európai GDPR adatvédelmi szabályai szerint).
- A helyszínt biztosító gazda vagy más előadók kapcsolattartási adatainak megosztása azon résztvevőkkel, akik többet szeretnének tudni vagy saját farmjukon szeretnék alkalmazni a gyakorlatot.
- Információs tájékoztató biztosítása a résztvevők számára.
- Online platform, közösségi média csoport (pl.: WhatsApp), blogok vagy fizikai hálózatok létrehozása, ahol a szakemberek megoszthatják tapasztalataikat más érdeklődő gazdákkal.
- Hírlevél biztosítása vagy weboldal létrehozása, ahol a résztvevők tájékoztatást kapnak a bemutató témájával kapcsolatos további ismeretekről és fejlesztésekről.
- (Csoportos) támogatás biztosítása azon érdeklődő résztvevők számára, akik tervezik a gyakorlatok vagy innovációk megvalósítását.

Megfelelő nyomon-követő tevékenységek azok számára, akik nem tudtak részt venni a bemutató eseményen:

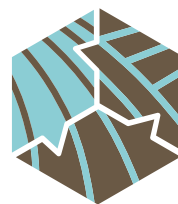
- A bemutató eseményről készült riport vagy videó biztosítása. Egy vonzó videó más gazdákat is vonzhat jövőbeni bemutató eseményeken való részvételre.
- A különböző média források használata (közösségi média, blogok, weboldalak, írott sajtó, rádió, stb.) az eseményről való tájékoztatás érdekében.
- A mezőgazdasági sajtóban a mezőgazdaságban dolgozó gazdáknak szóló sajtócikkek kiadása, valamint a gazdák és tanácsadók számára készült brossúrák kiosztása. Javasolt újságírók meghívása az eseményre, és külön ülés az újságírók számára, így biztosítva a megfelelő üzenet közvetítését cikkekben, hírekben.
- A helyszínt biztosító farmon végzett hosszabb távú kísérletekhez a kísérlet nyilvános hozzáférhetővé tétele, így a helyi gazdák szabadon jönnek és láthatják a kísérlet előrehaladását a bemutató események nélkül.

A különböző tanulási módszerek áttekintése. További információ itt található: trainingkit.farmdemo.eu

MÓDSZER	HASZNOS A BEMUTATÓ CÉLJAI ÉS A HELYZET BEMUTATÁSA SZEMPONTJÁBÓL	MEGFONTOLANDÓ PONTOK / ELŐFELTÉTELEK	JÓ GYAKORLAT PÉLDÁJA
Webinárium	<ul style="list-style-type: none"> Az emberek széles körének eléréséhez, akik nem tudnak személyesen részt venni a bemutató eseményen. 	<ul style="list-style-type: none"> Gondosan mérlegelje a célt és a célközönséget. Pillantson bele a webinárium oktatóanyagokba. 	<ul style="list-style-type: none"> https://www.wiley.com/network/researchers/promoting-your-article/so-you-want-to-create-a-webinar-six-tips-for-success Hogyan készíthet webinárt PowerPointtal: https://www.youtube.com/watch?v=Atzswy5VhFI Ingyenes képzések a webináriumok készítéséről: <ul style="list-style-type: none"> https://webinarsthatwork.net/free-webinar https://www.youtube.com/watch?v=xsXeSupL_d8
Információs panel, állványok, táblák	<ul style="list-style-type: none"> A látogatók önállóan irányíthatják adatgyűjtésüket, saját ütemben, önállóan elolvassa az összes információt Több tesztcsíknál a tábla felvázolhatja az egyes kezeléseket, és jelezheti kit kell keresni további információért A gazdák táblák/poszterek használatával irányíthatók a bemutató helyszínére. 	<ul style="list-style-type: none"> Korlátozott információ közvetíthető a látogatók számára Nincs lehetőség interakcióra A tábla legyen egyszerű, vonzó és könnyen olvasható Meg kell felelniük a bemutatót megfigyelő gazdák vizuális műveltségi szintjének Adjon útmutatást és magyarázatot információs táblákon vagy állványokon. 	<ul style="list-style-type: none"> https://www.youtube.com/watch?v=AwMFhyH7_5g
Előadás vagy tantermi prezentáció	<ul style="list-style-type: none"> A téma és a kontextus bemutatásához egy nagyobb csoportnak; könnyen megvalósítható a farmon. Egyértelmű következtetések és az útravaló üzenetek közléséhez. Képek/video bemutatásához, ha az elő prezentáció nem lehetséges 	<ul style="list-style-type: none"> Az elméleti vagy top-down prezentáció kockáztatja, hogy a résztvevők passzívak maradnak, és nem kerülnek közel a témához A gazdák távol maradása és az interaktivitás hiánya Versenyre kelhet a kültéri bemutatókkal (ha egy nagyobb eseményen van) Kapcsolódási pont a gyakorlathoz és a bemutató farmhoz a prezentáció alatt A prezentációk legyenek rövidek (max. 20 perc) Gondolkodjon a célközönség fejével a prezentáció előkészítésekor. A legutóbbi (tudományos) konferencián használt prezentáció nem fog működni! 	<ul style="list-style-type: none"> https://thefloorisyours.be/en/ https://blog.polleverywhere.com/presentation-advice/ https://www.iowalearningfarms.org/content/field-day-toolkit,30-31.o
Történetmesélés	<ul style="list-style-type: none"> Így a résztvevők könnyebben vissza tudnak emlékezni a főbb üzenetekre Ha van olyan lelkes felhasználója vagy előadója a területről, akik szeretne bemutatni Összeköti az elméletet a gyakorlattal Az egyes technikákat vagy innovatív megközelítéseket már alkalmazó és velük kapcsolatban tapasztalattal rendelkező személyekkel való eszmecsere gyakran nagyon érdekes és gondolatébresztő Az anekdotákkal könnyebben megjegyezhető a tartalom 	<ul style="list-style-type: none"> A történet mesélőjének jól kell tudni élőben is érthetően elmesélni a történetet Gondolja át alaposan, hogy hová helyezi a történetet a bemutatóban, pl.: az elejére, hogy felkeltse az érdeklődést vagy a közepére, hogy példaként használja 	<ul style="list-style-type: none"> https://www.youtube.com/watch?v=yhQxwnT11Tw https://www.youtube.com/watch?v=i68a6M5FFBc

MÓDSZER	HASZNOS A BEMUTATÓ CÉLJAI ÉS A HELYZET BEMUTATÁSA SZEMPONTJÁBÓL	MEGFONTOLANDÓ PONTOK / ELŐFELTÉTELEK	JÓ GYAKORLAT PÉLDÁJA
Kérdések és válaszok	<ul style="list-style-type: none"> Fontos az ütemezett, egyoldalú kommunikáció megszakításához Segít megemészteni a hallott információkat 	<ul style="list-style-type: none"> Bátorítja és irányítja a kérdéseket, így mindenki lehetőséget kap a felszólalásra (az oktató szerepe) Tervezzon megfelelő időt Ismételje el a kérdéseket a mikrofonba, hogy mindenki hallhassa őket Mondja el egyértelműen, hogy hány kérdést lehet feltenni/mennyi idő van rá A válaszok legyenek rövidek és pontosak, hogy sok kérdésre maradjon idő Kérje meg a résztvevőket, hogy készüljenek előre kérdésekkel 	<ul style="list-style-type: none"> Példák a kérdésfeltevés bátorítására: https://www.iowalearningfarms.org/content/field-day-toolkit, p. 20-21 https://www.youtube.com/watch?v=P2lgW_SXnEQ
Az interaktív, támogatott beszélgetések az előadók és a résztvevők között vagy csak a résztvevők között	<ul style="list-style-type: none"> Hogy segítsen megemészteni a hallott információkat Visszajelzéseket generálhat a látogató gazdák részéről, ha megkérdezi, ők hogyan alkalmaznák a bemutatott innovációkat a saját farmjukon. Használható a korábbi prezentációkkal kapcsolatos visszajelzésekhez és a hozzájuk való kapcsolódáshoz Segítenek elmélyíteni a bizonyos témákkal kapcsolatos ismereteket és megértést Kis és nagy csoportokkal egyaránt jól működik 	<ul style="list-style-type: none"> Tekintse meg a támogatási útmutatókat Készítse elő a kezdeményező kérdéseket előre a csoport számára Kezdeményezze a beszélgetést egy egyszerű kérdéssel, pl.: egy mindenki által megválaszolható felméréssel Kérje meg a résztvevőket, hogy mutatkozzanak be A témát vagy innovációt már ismerő résztvevők kezdhetik a beszélgetést, és bátoríthatják a többieket, hogy kapcsolódjanak be. Érdekes/szükséges lehet annak biztosítása, hogy legyenek jelen tapasztalt gazdák is Jó hallgatási és támogatási készségek szükségesek: a fő témák átfogalmazása, összefoglalása A nagyobb csoportokat össze fel kisebbekre 	<ul style="list-style-type: none"> Példák a kérdésfeltevés bátorítására: https://www.iowalearningfarms.org/content/field-day-toolkit, p. 20-21
Séta a termőföldön/farmon	<ul style="list-style-type: none"> A valós farmirányítási feltételek és az alkalmazott gyakorlatok megismeréséhez A megállók közötti sétával töltött idő kihasználható a kérdések feltevésére és a kötetlen beszélgetésekre (lásd fent) 	<ul style="list-style-type: none"> Néhány vendéglátó nem kedveli, ha a résztvevők szabadon sétálnak a farmon. Előfordulhat, hogy a fogyatékkal élők és mozgáskorlátozottak számára nem megközelíthető, így ők nem tudnak részt venni. A vendéglátó jelenléte a körsétán, hogy vezethesse a csoportot, és magyarázattal vagy válasszal szolgálhasson a kérdésekre Hagyjon elég időt az állomások között Vegyen figyelembe minden egészségügyi és biztonsági tényezőt a farmon tett sétával/úttal (szállítóeszközzel) kapcsolatban, és végezzen kockázatértékelést a bemutató esemény előtt 	<ul style="list-style-type: none"> Vigye körbe az embereket egy szállítóeszközön, ha a farm területei nehezen megközelíthetők, vagy vannak mozgáskorlátozottak a csoportban.
Az előadó által bemutatott gyakorlati példák	<ul style="list-style-type: none"> A tanulási tartalom és a téma illusztrálásához A prezentáció szórakoztatóvá és figyelemfelkeltővé tételéhez Jól működik a sétával és egyéb prezentációs formákkal együtt 	<ul style="list-style-type: none"> Használjon egyszerű, de meglepő technikákat az üzenet átadásához Gondoskodjon róla, hogy az egész csoportot bevonja Vegye figyelembe a csoport méretét: mindenkinek látnia kell a gyakorlati példát. 	<ul style="list-style-type: none"> Egyszerű eszközök a termőtalaj minőségének teszteléséhez https://www.youtube.com/watch?v=9VWMoDjDm4&feature=youtu.be A termőtalaj strukturális stabilitásának vizualizálására szolgáló teszt (francia nyelven); https://www.youtube.com/watch?v=pRaN6SLUPuk&feature=youtu.be

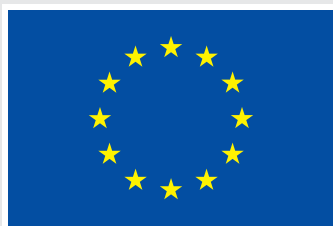
MÓDSZER	HASZNOS A BEMUTATÓ CÉLJAI ÉS A HELYZET BEMUTATÁSA SZEMPONTJÁBÓL	MEGFONTOLANDÓ PONTOK / ELŐFELTÉTELEK	JÓ GYAKORLAT PÉLDÁJA
Több érzékre ható prezentáció a még intenzívebb élményért	<ul style="list-style-type: none"> Segíti a gyakorlat memorizálását és az ismeretek rögzítését Jól működik a sétával és egyéb prezentációs formákkal együtt 	<ul style="list-style-type: none"> Szükséges az elegendő idő biztosítása Építse be a tapasztalatait a prezentációba, pl.: érdeklődéssel: „Ez milyen szagnak tűnik?” „Hogyan írná le a... kapcsolatos érzéseit?” 	<ul style="list-style-type: none"> Példák: <ul style="list-style-type: none"> Érintsék és vizsgálják meg a talajt, miután a gép végigment rajta Hallgassák csendben a méheket a földterület buffer zónájában. Kóstolják meg a farmon készített liszt felhasználásával készült kenyeret, hogy megízlelhessék és értékelhessék a minőségét. A termőtalaj minőségének elemzését szolgáló teszt bemutatása: https://www.youtube.com/watch?v=f-kigHj3vbw A hüvelyesek természetének bemutatása elmagyarázza, hogy az előadó gazda hogyan építette be a tapasztalatait a bemutatóba: https://www.youtube.com/watch?v=10E_13d85-l&feature=youtu.be
A gyakorlatok valós tapasztalatokkal gazdagítják a látogatókat	<ul style="list-style-type: none"> A tevékeny tanulás lehetővé teszi, hogy a résztvevők maguk jöjjenek rá a megoldásra Segíti a gyakorlat memorizálását és az ismeretek rögzítését Segíti a résztvevők készségeinek tökéletesítését 	<ul style="list-style-type: none"> Nem kivitelezhető minden témánál, például, ha licenc szükséges a berendezés használatához vagy az organikus biztonsági szabályok nem teszik azt lehetővé. Biztosítson számára elegendő időt a bemutató eseményen belül. 	<ul style="list-style-type: none"> Próbálják fel a védőruházatot a növényvédőszer alkalmazásakor Hozzák el a saját permetezőjüket kalibrálásra A termőtalaj minőségének elemzését szolgáló teszt bemutatása: https://www.youtube.com/watch?v=f-kigHj3vbw
Workshopok	<ul style="list-style-type: none"> Az alapos beszélgetések és a speciális témákra fókuszálás elősegítésére Az előadott tapasztalat alkalmazására a saját farmon Az eredmények dokumentálhatók 	<ul style="list-style-type: none"> Legalább egy órát vesz igénybe egy teremben vagy kültéren egy asztal körül Lehetőséget kell biztosítani a beszélgetés kulcskifejezéseinek/ egy kérdés megvitatásának eredményeinek jegyzetelésére (pl.: biztosítson alátéteket). Gondosan tervezze meg a workshop célját (bele kell férnie a rendelkezésre álló időbe) és a várt eredményt Előfordulhat, hogy a bemutató sétára számító látogatók nem kívánnak részt venni egy papírt és tollat igénylő workshopon (ez elkerülhető, ha feltünteti a meghívón), így versenyezhet a bemutatókkal Vegye figyelembe a látogatók különböző preferenciáit az alkalmazott módszereknél A csoportokat 3-7 fős kisebb csoportokra kell osztani Tekintse meg a workshopot és a támogatási útmutatókat 	<ul style="list-style-type: none"> Lehetséges workshop támogatási útmutató: https://www.seedsforchange.org.uk/shortfacilitatingworkshops
Vacsora, ital, szállítás, stb. - ezek mind alkalmasak a résztvevők közötti kötetlen beszélgetésekre	<ul style="list-style-type: none"> Lehetőség van szabadon beszélgetni az innovatív gazdálkodási gyakorlatokkal kapcsolatos kudarokról vagy aggodalmakról a produktív, tapasztalaton alapuló közös tanulás reményében A bemutató kötetlen ideje alatt (étel, ital), vagy amikor az állomások között közlekednek A korábbi prezentációk megvitatásához A hallott információk emésztéséhez 	<ul style="list-style-type: none"> Hagyjon megfelelő teret és időt, hogy megvalósulhasson a kötetlen beszélgetés Az ételek/italok/szállítás szponzorálása 	<ul style="list-style-type: none"> Bárhol lehetséges, ha van rá idő, bátorítja a terem elhagyását a kötetlen résznel, és kínáljon a résztvevőknek ételt/italt.



AGRIDEMO



PLAID



Ez az útmutató a 3 Farm-Demo projekt szoros együttműködésével valósulhatott meg, amely projekt az Európai Unió Horizon 2020 kutatási és innovációs program támogatásában részesült a No. 727388 (PLAID), No. 728061 (Agridemo-F2F) és No. 772705 (NEFERTITI) támogatási megállapodás alapján.

TOVÁBBI LEHETŐSÉG ITT

trainingkit.farmdemo.eu