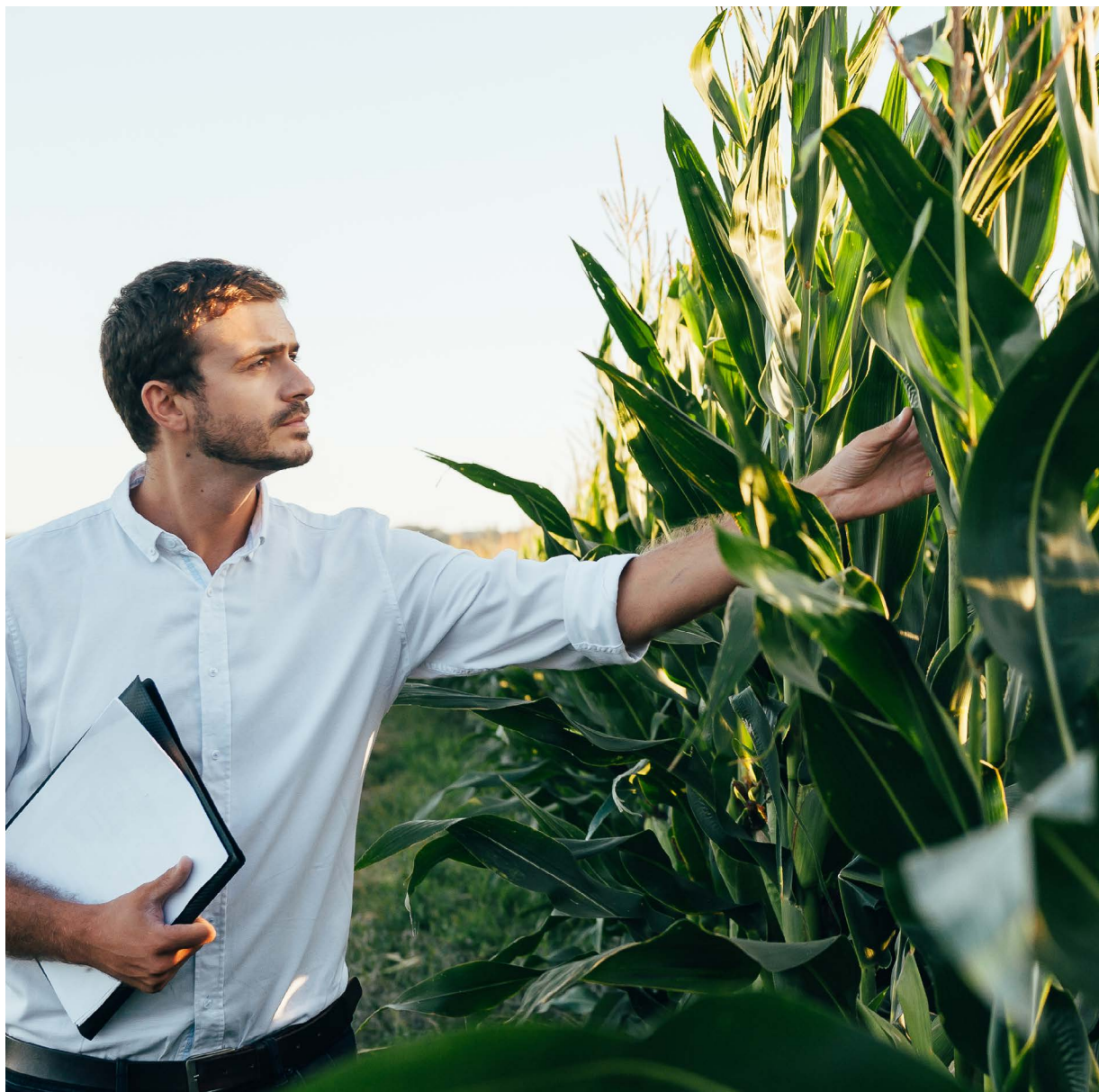




FarmDemo

**SAVJETI ZA RJEŠAVANJE
IZAZOVA S KOJIMA
SE SUOČAVAJU DEMO
ORGANIZATORI**

Autori: Ellen Bulten, Delphine Neumeister
Suradnici: Laure Triste, Cynthia Giagnocavo, Herman Schoorlemmer



U tablici su prikazana pitanja koja su se tijekom projekta NEFERTITI pojavila među stručnjacima za vrijeme organiziranja njihovih demonstracija. Kao odgovor na ta pitanja pružamo praktične savjete za njihovo rješavanje i/ili primjere načina na koji ta pitanja možete upotrijebiti za formuliranje ciljeva.

Svakako preporučujemo organizatorima demonstracija da pogledaju primjere ciljeva u četvrtom stupcu tablice. Kao što ćete vidjeti, ti su ciljevi usmjereni na **postupak** organiziranja demo događaja. Ujedno su dovoljno konkretni da se njima može upravljati i na njih odgovarati. Postavljanjem takvih ciljeva za postupak organiziranja demonstracija organizaciji tim može jednostavnije evaluirati i poboljšati buduće postupke dizajniranja demonstracija te učiti o njima.

Naravno, ti ciljevi služe kao *primjeri*; organizacijski tim može ih koristiti kao inspiraciju ili, ako je moguće, prilagoditi ih svojem specifičnom kontekstu. Pri formuliranju vlastitih ciljeva imajte na umu sljedeća pitanja: **što, gdje, kako i kada?** Na taj način formulirate konkretne ciljeve. Ujedno imajte na umu da za jedan demo događaj možete formulirati više ciljeva. Na primjer, možete formulirati cilj za pripremu demo događaja, tijekom demo događaja i nakon demo događaja. Ili možete odabrati neke od kategorija (1. stupac) i formulirati ciljeve o nekoliko kategorija za jedan demo događaj.

KATEGORIJA	PITANJA KOJA SE JAVLJAJU	SAVJETI	PRIMJERI CILJEVA
CILJ I CILJANA PUBLIKA	Kako doprijeti do ciljane publike?	<ul style="list-style-type: none"> • Upotrijebite popis korisnika elektroničke pošte poljoprivrednika povezanih grupa s kojima možda surađujete. • Upotrijebite službene popise korisnika elektroničke pošte (npr. od vladinih tijela). • Upotrijebite grupe iz aplikacije WhatsApp (posebno ako su njihovi članovi specifična ciljana skupina kao što su poljoprivrednici zainteresirani za preciznu poljoprivredu). • Upotrijebite mreže za savjetovanje. • Upotrijebite Twitter za dopiranje do šire publike. • Upotrijebite LinkedIn kako biste pozvali stručnjake kao što su savjetnici, kreatori politika, istraživači (također objavite poziv u svim relevantnim grupama na LinkedInu u kojima sudjelujete kako biste došli do konkretne skupine). • Upotrijebite relevantne Facebook grupe kako biste došli do konkretne publike (npr. grupa u kojoj sudionici razmjenjuju informacije o konkretnom stroju). • Formuliranje jasnih i konkretnih ciljeva može olakšati određivanje ciljane publike. 	
	Kako privući (dovoljan broj) sudionika koje zanima tema demonstracija?		<p>Cilj je demo događaja X privući 30 ljudi koje zanima mješoviti uzgoj usjeva.</p> <p><i>Osvrnite se nakon događaja na ostvarenje tog cilja. Jeste li ostvarili svoj cilj? Ako jeste: kako ste privukli te osobe, kroz koje ste ih kanale pronašli itd.?</i></p>
	Kako privući kreatore politika na demo događaj?	<ul style="list-style-type: none"> • Načine aktivnog uključivanja kreatora politika potražite u Radnom paketu 6. • Uvrstite (konkretnu) poljoprivrednu politiku kao temu svojeg demo događaja (npr. zajedničku poljoprivrednu politiku, programe za ekologiju itd.). • Kreatori politike mogu biti voljniji pridružiti im se ako postoji veliki događaj, u vrijeme izbora i kada je na događaju prisutan novinar. • Pokušajte sa slanjem osobne pozivnice (umjesto slanja e-pošte na info@...). • Suradujte s drugima koji su već uspostavili odnose s kreatorima politika (npr. grupa poljoprivrednika ili organizacija za savjetovanje). • U pozivnicama kreatorima politika jasno istaknite vrijednost projekta NEFERTITI. • Pobrinite se da se tu nalaze i drugi sudionici od interesa kreatorima politika (npr. voditelje organizacije za savjetovanje). 	

KATEGORIJA	PITANJA KOJA SE JAVLJAJU	SAVJETI	PRIMJERI CILJEVA
CILJ I CILJANA PUBLIKA	Kako odrediti interes i profil ciljane skupine?		<p>U našem prvom ovogodišnjem demo događaju zatražit ćemo od najmanje 20 ekoloških poljoprivrednika da popune brzu anketu u programu Mentimeter (mentimeter.com) o svojim interesima i profilu.</p> <p><i>Osvrnite se na ishode ankete i donesite zaključke o istoj za buduće demonstracije. Razmislite: je li to funkcioniralo? Jesu li sudionici zaista zainteresirani? Itd.</i></p>
DEMONSTRACIJSKO POLJOPRIVREDNO GOSPODARSTVO	Kako motivirati poljoprivrednike da održe demo događaj?	Pobrinite se da poljoprivrednik domaćin ima poticaj za suradnju s vama: što on/ona time dobiva?	
	Kako se bolje uskladiti s drugim postojećim događajima?		<p>Tijekom ove demonstracijske godine surađivat ćemo s najmanje jednim drugim relevantnim projektom EU-a i jednim lokalnim događajem u organizaciji skupine poljoprivrednika.</p> <p><i>Osvrnite se na te suradnje, što ste naučili, što je bilo dobro, što je bilo loše, jesu li te suradnje imale neku vrijednost? Zašto?</i></p>
	Možemo li podijeliti primjere najbolje prakse motivirajućih mladih poljoprivrednika, novih članova, novih volontera na poljoprivrednim gospodarstvima i novih potrošača na poljoprivrednim gospodarstvima?		<p>Svaka dva mjeseca organizirat ćemo sastanke putem Skypea s drugim organizatorima demonstracija u cilju razmjene najboljih praksi, praktičnih savjeta i iskustava.</p> <p><i>Podijelite dobre primjere s vašim kolegama!</i></p>
	Kako pronaći motivirajuće poljoprivrednike?	<ul style="list-style-type: none"> • Iskoristite svoje veze za traženje savjeta: primjerice od poljoprivrednih stručnjaka, savjetnika, drugih istraživača. • Obavezno prije događaja izgradite određeni odnos s poljoprivrednikom domaćinom. 	

KATEGORIJA	PITANJA KOJA SE JAVLJAJU	SAVJETI	PRIMJERI CILJEVA
POSTAVLJANJE DEMONSTRACIJE	Kako izraditi dobar raspored demonstracije?	<p>Moglo bi biti korisno izraditi raspored (brzi pregled što i kako) i scenarij (veća razrada tko što radi, gdje, kada, kojim redoslijedom, što reći, koje alate primijeniti itd.) u pripremi događaja.</p> <p>Razmjena rasporeda/scenarija sa svima koji su uključeni može biti način da se izbjegnu pogrešne informacije i da se osigura da svi znaju što se od njih očekuje.</p> <p><i>Imate li dobar predložak za raspored/scenarij? Podijelite to sa svojim kolegama!</i></p>	<p>Tijekom pripreme demo događaja X izradit ćemo detaljan raspored u kojem će biti naznačeni vrijeme, mjesto, uloge i ono što je potrebno.</p> <p><i>Nakon svakog događaja ocijenite: što je bilo korisno, a što nije? Što mislite da biste drugi put trebali promijeniti? Donesite zaključke za buduće događaje.</i></p>
	Kako organizirati interaktivnije događaje ?		<p>Tijekom demonstracije X, vrijeme za prezentaciju bit će ograničeno na 10 minuta, organizirat ćemo najmanje tri različite aktivnosti tijekom događaja i ocijeniti ih.</p> <p><i>Osvrnite se na vrste aktivnosti koje se organizirali i koliko ste s njima zadovoljni. Donesite zaključke za buduće događaje.</i></p>
PROMIDŽBA	Kako doprijeti do ciljane publike ?	Upotrijebite specifične kanale za širenje informacija ako se želite usmjeriti na specifičnu publiku (npr. ekološke poljoprivrednike).	Prije demo događaja X istražiti ćemo prikladne kanale za komunikaciju i širenje informacija kako bismo došli do ciljane publike A, a na kraju ćemo provesti kratku anketu kako bismo od sudionika saznali na koji su način saznali za događaj.
	Kako iskoristiti društvene mreže za uključivanje sudionika?		<p>Prije demo događaja X o proksimalnom opažanju tla upotrijebit ćemo platformu društvene mreže Y kako bismo pozvali sudionike na događaj i povezali se s njima postavljajući pitanja/izjave.</p> <p>Tijekom demo događaja uživo ćemo prenositi (dijelove) događaja na Facebooku i sudjelovati u razgovoru sa sudionicima na internetu.</p> <p>Nakon demo događaja nastaviti ćemo s raspravom i razmjenom znanja o proksimalnom opažanju tla na društvenim mrežama te ćemo za povratne informacije upitati sudionike na internetu i sudionike „uživo“.</p> <p><i>Navedeni primjeri pokazuju kako možete formulirati ciljeve za pripremanje događaja, tijekom događaja i nakon događaja. Nakon toga možete ukratko opisati kako ste upotrebljavali društvene mreže i ocijeniti uspjehe, neuspjehe, naučene lekcije itd.</i></p>

KATEGORIJA	PITANJA KOJA SE JAVLJAJU	SAVJETI	PRIMJERI CILJEVA
PROMIDŽBA	Kako na optimalan način iskoristiti kanale društvenih mreža?	<p>Iskoristite različite kanale kako biste privukli raznoloku publiku (npr. u smislu dobi).</p> <p>Primjeri: upotrijebite Twitter, Facebook i WhatsApp grupe kako biste ljude obavijestili od događaja i pozvali sudionike. Zatražite od relevantnih strana (npr. sveučilišta, organizacija poljoprivrednika, organizacija za savjetovanje) da podijele „lajkaju“ itd. vašu objavu kako biste doprli do šire publike. Ipak, budite svjesni da raznolika publika može doći kao rezultat toga. Ako se želite usmjeriti na specifičnu skupinu morat ćete upotrijebiti poseban popis korisniak elektroničke pošte ili grupu na Facebooku itd.</p>	
UČENJE I MODERIRANJE	Kako upotrebljavati i uvoditi razne metode učenja?		Tijekom demo događaja X integrirat ćemo metode učenje a, b i c te ćemo sa sudionicima ocijeniti te metode.
	Kako postupati sa sudionicima koji nevoljko dijele i razmjenjuju znanje?	<ul style="list-style-type: none"> • Stvaranje manjih podskupina za raspravu može pridonijeti sigurnijem okruženju u kojem će sudionici dijeliti svoje znanje. • Pobrinite se da tijekom događaja postoje određeni neformalni trenutki tijekom kojih se sudionici mogu međusobno upoznati. • Tijekom događaja uvrstite određene vježbe za probijanje leda (vidjeti i savjete za sljedeće pitanje). • Postavljajte pitanja i pozovite određene sudionike da odgovore (to je i način da izbjegnute da jedna ili dvije osobe imaju monopol nad razgovorom). • Razmislite o tome kako želite podijeliti sudionike ako ih stavite u manje skupine (npr. početnička i napredna skupina). • Pobrinite se da odredite moderatore za moderiranje rasprava (također i u manjim skupinama!). 	
	Koji se alati mogu istražiti kao pomoć sudionicima da se otvore?	<p>Prijedlozi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Započnite demo događaj tako što ćete u prvom krugu omogućiti svim sudionicima da se predstave i upoznaju. • Upotrijebite vježbu za probijanje leda/poticanje (npr. zamolite ih da podijele nešto zabavno; pronađu tri stvari koje su im zajedničke s osobom do njih; vježba „mega mentalne mape“; vježba „instant arhitekt“). <p>Pogledajte ovo poglavlje iz MSP vodiča (vodič za partnerstva s više dionika) za inspiraciju za uvode tijekom događaja koja će vam pomoći da se sudionici osjećaju ugodnije.</p>	<p>Tijekom demo događaja X posebnu ćemo pozornost posvetiti alatima koji sudionicima pomažu da se više otvore. Upotrijebit ćemo najmanje dva različita alata i zatražit ćemo povratne informacije od sudionika na kraju događaja.</p> <p><i>Nakon toga ocijenite koje se alate upotrijebili i kako su ih sudionici ocijenili. Donesite zaključke za buduće događaje.</i></p>

KATEGORIJA	PITANJA KOJA SE JAVLJAJU	SAVJETI	PRIMJERI CILJEVA
UČENJE I MODERIRANJE	Kako omogućiti razmjenu znanje u velikim skupinama?	<ul style="list-style-type: none"> • Ovaj Katalog aktivnosti dobar je izvor alata za moderiranje (katalog je rezultat projekta Engage2020). • Prethodne poveznice na MSP vodič i Katalog aktivnosti omogućuju više alata za moderiranje i partnerstva s više dionika. • <i>Ako pronađete druge relevantne (internetske) izvore s alatima za moderiranje, podijelite ih sa svojim kolegama!</i> 	
	Kako potaknuti poljoprivrednike na podjelu znanja?	Jednostavan je način upitati poljoprivrednike što bi htjeli dobiti sudjelovanjem u demonstracijskom događaju ili ugošćavanjem demonstracijskog događaja te stoga udovoljite njihovim prohtjevima. Ujedno se pobrinite da u svoju pozivnicu uključite poticaj (Što oni time dobivaju?!).	
PROCJENA I AKTIVNOSTI KOJE SLIJEDE	Kako možemo mjeriti učinak?	Ova je tema prilično zahtjevna jer za je mjerenje učinka potrebno određena količina vremena za prikupljanje podataka i dodatnu analizu podataka. Organizatori demo događaja mogli bi surađivati sa sveučilištima i zatražiti od studenata da provedu analizu učinka radi dobivanja uvida. Organizacijski tim može unaprijed utvrditi kako će mjeriti učinak događaja promišljajući o sljedećim pitanjima: Kada smatramo da je demo događaj bio uspješan? Koju vrstu učinka želimo mjeriti? Učinak korištenih metoda? Učinak na prihvaćanje inovacija?	Smatramo da je naš demo događaj uspješan kad se ostvari X. Mjerit ćemo učinak našeg demo događaja praćenjem Y. Mjerit ćemo učinak metoda korištenih tijekom demo događaja praćenjem Z. Mjerit ćemo učinak demo događaja na prihvaćanje inovacija praćenjem Z.
	Kako ostati u kontaktu sa sudionicima nakon događaja?	Neki centri imaju dobra iskustva s omogućivanjem prostora na internetu (kao što je Facebook grupa) na kojem sudionici mogu nastaviti s razmjenom iskustava i postavljanjem pitanja. Kreiranje popisa korisnika elektroničke pošte i slanje određenih dodatnih informacija, zahvalnica ili fotografije/videozapisi događaja također su dobar način da ostanete u kontaktu (naravno, imajući u vidu pravila GDPR-a...).	Nakon demo događaja X osmislit ćemo način da sudionici ostanu s nama i međusobno u kontaktu te ćemo zatražiti da ocijene našu metodu (ili više njih). <i>Možete biti i konkretniji te navesti metode/alate koje ćete ispitati i ocijeniti. Nakon toga možete razmotriti povratne informacije sudionika u ocjenjivanju postupka organizacije demo događaja.</i>
	Kako olakšati povratne informacije (u velikim skupinama)		Tijekom demo događaja X upotrijebit ćemo metodu Y kako bismo olakšali povratne informacije od skupine. <i>Kasnije se osvrnite na učinkovitost korištenih metoda i donesite zaključke za buduće događaje.</i>

KATEGORIJA	PITANJA KOJA SE JAVLJAJU	SAVJETI	PRIMJERI CILJEVA
VIRTUALNE DEMONSTRACIJE	Kako preprijeti virtualnu demonstraciju ?	<p>Dobro se pripremite, čak i više nego za „klasičan“ demo događaj</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pripremite dobar program. • Isprobajte alate prije demo događaja. • Zajedno s drugim govornicima pripremite njihovo uključivanje (vremenski raspored, interakcija itd.). <p>Pripremite privlačan materijal</p> <ul style="list-style-type: none"> • Upotrijebite iskaze: s ključnim i jasnim porukama, otvorenim govornicima. • Omogućite visokokvalitetne videozapise (već postojeće ili izrađene upravo za demo događaj). • Upotrijebite vizualne materijale: slike, boje, fotografije... <p>Nemojte zanemariti promidžbu i pozive</p> <ul style="list-style-type: none"> • Upotrijebite različite kanale: Facebook, WhatsApp, mrežnu stranicu, slanje prethodnih demo događaja/radionica e-poštom sudionicima. • Podijelite događaj na više dana ako se prijavi previše osoba. 	
	Kako stvoriti interakciju u virtualnom demo događaju?	<ul style="list-style-type: none"> • Na početku prikažite kratki videozapis kako biste ljude upoznali s voditeljem i temom demo događaja. • Upotrijebite ankete (Mentimeter) ili naljepnice (na raspolaganju je puno internetskih alata, vidjeti smjernice za virtualne demo događaje). • Osigurajte prostor za raspravu: pokrenite pitanja i odgovore, razgovor (chat)... <p>Moderirajte raspravu</p> <ul style="list-style-type: none"> • Donesite određena pravila ponašanja na internetskom sastanku (npr. isključite svoj mikrofon). • Naglasite važnost poštovanja vremenskog rasporeda, čak i više nego tijekom klasičnog demo događaja. • Moderator i voditelj trebaju biti dvije različite osobe. <p>Ne zaboravite na ocjenjivanje, a rezultate ocjenjivanja možete kasnije podijeliti.</p>	

KATEGORIJA	PITANJA KOJA SE JAVLJAJU	SAVJETI	PRIMJERI CILJEVA
	Kako riješiti tehničke probleme?	<p>Očekujte tehničke probleme, čak i ako ne možete predvidjeti sve</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prvo isprobajte na različitim elektroničkim uređajima (računalo, tablet i mobitel) kako biste bili sigurni da na svima njima dobro funkcionira. • Omogućite letak za upotrebu odabranog alata i pošaljite ga sudionicima nekoliko dana ranije. • Omogućite WhatsApp grupu ili bilo koju podršku usporedo s demo događajem za pomoć osobama koje imaju poteškoća s povezivanjem. • Podijelite različite poveznice putem kojih se informirate tijekom demo događaja u razgovoru (chatu) kako bi ih osobe samostalno gledale ako dijeljenje zaslona ne funkcionira. • Ostanite mirni, određeni se problemi vrlo lako rješavaju. <p>Zajamčite zaštitu osobnih podataka</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zatražite odobrenje prilikom prijave za webinar. • Omogućite popis sudionika radi promoviranja mrežnih kontakata. 	
	Koje vrste smjernica možemo upotrijebiti za bolju interakciju tijekom webinara/ virtualnog demo događaja?	<p>PRIMJERI PROGRAMA</p> <p>Program usmjeren na videozapise</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uvod moderatora. • Sedam videozapisa s vremenom za pitanja i interakciju među sudionicima nakon svakog videozapisa. • Dodatno vrijeme za pitanja na kraju. <p>Moderator, demo poljoprivrednik i ispitivač</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dobrodošlica • Prikazivanje videozapisa • Intervju s poljoprivrednikom • Otvaranje pitanja i odgovora • Mentimeter anketa • Završetak događaja 	



PARTNERI PROJEKTA NEFERTITI



Ovaj je projekt financiran iz programa Europske unije za istraživanje i razvoj Obzor 2020. sukladno ugovorima o bespovratnim sredstvima br. 772705 (NEFERTITI).

VIŠE ALATA NA
trainingkit.farmdemo.eu