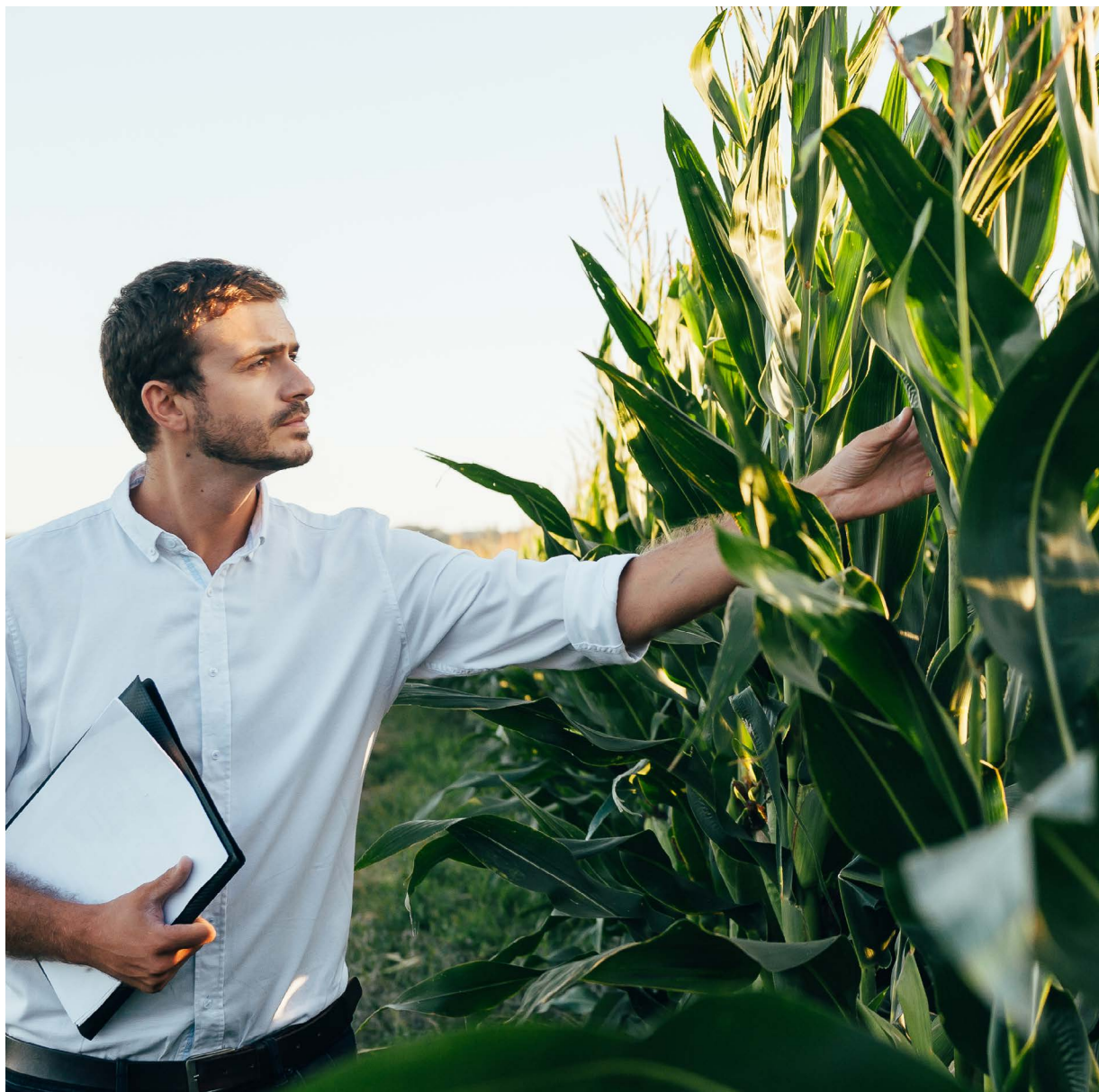




FarmDemo

**TIPY, JAK SI PORADIT  
S VÝZVAMI, KTERÝM  
ORGANIZÁTOŘI  
DEMONSTRAČNÍCH AKCÍ ČELÍ**

Autorky: Ellen Bulten, Delphine Neumeister  
Příspěvatelé: Laure Triste, Cynthia Giagnocavo, Herman Schoorlemmer



V tabulce uvádíme přehled otázek, které vyvstaly v projektu NEFERTITI mezi odborníky při organizaci jejich demonstrací. V odpovědích na tyto otázky poskytujeme praktické tipy, jak na tyto otázky reagovat, anebo příklady toho, jak tyto otázky využít k formulaci cílů, na které se chcete zaměřit.

Organizátorům demonstrace doporučujeme podívat se na příklady cílů ve čtvrtém sloupci tabulky. Jak si povšimnete, jsou tyto cíle zaměřeny na **proces** organizace demonstračních akcí. Jsou také dostatečně specifické, aby se daly zvládnout a zodpovědět. Stanovením těchto cílů v procesu organizování demonstrací může organizační tým snadněji vyhodnocovat, učit se a zlepšovat budoucí procesy tvorby demonstračních akcí.

Tyto cíle slouží samozřejmě jako *příklady*; organizační tým je může pojmout jako inspiraci nebo je případně přizpůsobit své konkrétní situaci. Při formulaci vlastních cílů nezapomínejte na otázky: **co, kde, jak a kdy?** Tak formulujete cíle, které jsou specifické. Také nezapomínejte na to, že pro jednu demonstrační akci můžete formulovat více než jeden cíl. Můžete například formulovat cíl pro přípravu demonstrační akce, během ní a po ní. Nebo můžete vybrat některé z kategorií (sloupec 1) a formulovat cíle týkající se několika kategorií pro jednu demonstrační akci.

KATEGORIE	VYVSTÁVAJÍCÍ OTÁZKA	TIPY	PŘÍKLADY CÍLŮ
<b>CÍL A CÍLOVÉ PUBLIKUM</b>	Jak <b>oslovit cílové publikum?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Použijte seznamy adres od zemědělců z přidružených skupin, se kterými můžete pracovat.</li> <li>Použijte oficiální seznamy adres (např. od vládních orgánů).</li> <li>Použijte skupiny na WhatsAppu (zejména pokud jsou jejich členové konkrétní cílovou skupinou jako zemědělci zajímající se o precizní zemědělství).</li> <li>Použijte sítě poradců.</li> <li>Použijte Twitter k oslovení širší veřejnosti.</li> <li>Použijte LinkedIn k pozvání profesionálů, jako jsou poradci, tvůrci politik, výzkumní pracovníci (pozvánku také zveřejněte v jakékoli významné skupině na LinkedInu, které jste součástí, abyste zacílili na určitou skupinu).</li> <li>Použijte příslušné skupiny na Facebooku, abyste zacílili na konkrétní publikum (např. skupina, kde účastníci sdílejí informace o konkrétních strojích).</li> <li>Formulace jasných a specifických cílů může usnadnit určení toho, kdo by měl být vaším cílovým publikem.</li> </ul>	
	Jak <b>přilákat dostatek účastníků</b> , kteří se zajímají o téma demonstrační akce?		<p>Cílem demonstrační akce X je přilákat 30 lidí, kteří se zajímají o pěstování meziplovin.</p> <p><i>Poté se zamyslete nad tím, jak jste tohoto cíle dosáhli. Dosáhli jste svého cíle? Pokud ano: jak jste tyto lidi přilákali, prostřednictvím kterých kanálů jste je našli atd.?</i></p>
	Jak při demonstrační akci <b>zacílit na tvůrce politik?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Požádejte WP6 o pomoc ohledně toho, jak aktivně zapojit tvůrce politik.</li> <li>Do své demonstrační akce zahrňte (konkrétní) zemědělskou politiku jako téma (např. SZP, ekoschéma atd.).</li> <li>Tvůrci politik mohou mít větší zájem připojit se, pokud půjde o velkou událost, v období před volbami nebo pokud je na akci přítomen tisk.</li> <li>Zkuste zaslat osobní pozvánku (namísto e-mailu na adresu info@...).</li> <li>Spolupracujte s ostatními osobami, které již navázaly vztahy s tvůrci politik (např. skupina zemědělců nebo poradní organizace).</li> <li>V pozvánce tvůrcům politik jasně vyjádřete hodnotu projektu NEFERTITI.</li> <li>Ujistěte se, že na akci budou i jiní účastníci, kteří jsou pro tvůrce politik zajímaví (např. vedoucí představitel poradní organizace).</li> </ul>	

KATEGORIE	VYVSTÁVAJÍCÍ OTÁZKA	TIPY	PŘÍKLADY CÍLŮ
<b>CÍL A CÍLOVÉ PUBLIKUM</b>	Jak určit zájem a profil cílové skupiny?		<p>Během své první demonstrační akce tohoto roku požádáme nejméně dvacet ekologických zemědělců, aby vyplnili rychlý průzkum na portále Mentimeter (<a href="https://www.mentimeter.com">mentimeter.com</a>) o svých zájmech a profilu.</p> <p><i>Zamyslete se nad výsledky průzkumu a vytvořte si o nich závěry pro účely budoucích demonstrací. Uvažujte nad otázkami jako „Fungovalo to?“. Mají účastníci opravdový zájem? Atd.</i></p>
<b>DEMONSTRAČNÍ FARMA</b>	<b>Jak</b> motivovat zemědělce k tomu, aby pořídali demonstrační akci?	Ujistěte se, že hostitelský zemědělec má motivaci ke spolupráci s vámi: co tím získá?	
	Jak se lépe zkoordinovat s ostatními akcemi, které probíhají?		<p>Během tohoto předváděcího roku budeme spolupracovat s alespoň jedním dalším relevantním projektem EU a jednou místní akcí organizovanou skupinou zemědělců.</p> <p><i>Zamyslete se nad tím, jak jste spolupracovali, co jste se naučili, co proběhlo dobře, co proběhlo špatně a jestli ty spolupráce za to stály. Proč?</i></p>
	Můžeme se podělit o příklady osvědčených postupů, jak inspirovat mladé zemědělce, nově příchozí, nové dobrovolníky na farmě a nové zákazníky na farmě?		<p>Každé dva měsíce uspořádáme setkání s ostatními organizátory demonstračních akcí přes Skype, abychom sdíleli osvědčené postupy, praktické tipy a zkušenosti.</p> <p><i>Sdílejte tyto vhodné příklady se svými kolegy.</i></p>
	Jak najít inspirativní zemědělce?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• K získání tipů využijte vlastní kontakty: například od zemědělských odborníků, poradců, jiných výzkumných pracovníků.</li> <li>• Vytvořte si s hostitelským zemědělcem určitý vztah před akcí.</li> </ul>	

KATEGORIE	VYVSTÁVAJÍCÍ OTÁZKA	TIPY	PŘÍKLADY CÍLŮ
<b>USPOŘÁDÁNÍ DEMONSTRAČNÍ AKCE</b>	Jak pro demonstrační akci vytvořit správný <b>harmonogram</b> ?	<p>Při přípravě akce může být užitečné vytvořit jak harmonogram (krátký přehled ve stylu „co a kde“), tak scénář (podrobnější rozpis toho, kdo co dělá, kde, kdy, v jakém pořadí, co se má říkat, jaké nástroje se mají použít atd.).</p> <p>Pokud harmonogram/scénář budete sdílet se všemi zúčastněnými osobami, můžete se tak vyhnout nedorozumění a ujistit se, že všichni vědí, co se od nich očekává.</p> <p><i>Máte vhodnou šablonu pro harmonogram/scénář? Podělte se o ni se svými kolegy.</i></p>	<p>Při přípravě demonstrační akce X si vytvoříme podrobný harmonogram s upřesněním času, místa, rolí a nezbytností.</p> <p><i>Po akci zhodnoťte, co bylo užitečné a co ne. Co by se podle vás mělo příště změnit? Vytvořte si závěry pro účely budoucích akcí.</i></p>
	Jak zorganizovat <b>interaktivnější akce</b> ?		<p>Během demonstrační akce X bude čas na prezentace omezený na 10 minut, během akce zorganizujeme minimálně tři různé aktivity a vyhodnotíme je.</p> <p><i>Zamyslete se nad typy aktivit, které jste zorganizovali, a nad tím, jak dobře proběhly. Vytvořte si závěry pro účely budoucích akcí.</i></p>
<b>PROPAGACE</b>	Jak oslovit <b>cílové publikum</b> ?	<p>Pokud chcete cílit na konkrétní publikum (např. ekologičtí zemědělci), použijte specifické kanály pro šíření informací.</p>	<p>Před demonstrační akcí X prozkoumáme vhodné kanály pro komunikaci a šíření informací, abychom oslovili cílové publikum A, a na konci akce provedeme rychlý průzkum, abychom zjistili, jak se účastníci o akci dozvěděli.</p>
	Jak <b>využít sociální média</b> , aby se lidé zapojili?		<p>Před demonstrační akcí X o proximálním snímání půdy použijeme platformu sociálních médií Y, abychom pozvali účastníky na akci a taky abychom s nimi komunikovali prostřednictvím dotazů/stanovisek.</p> <p>Během demonstrační akce X budeme akci (její části) vysílat živě na Facebooku a komunikovat s online účastníky prostřednictvím chatu.</p> <p>Po demonstrační akci X budeme pokračovat v diskuzi a výměně znalostí o proximálním snímání půdy na sociálních médiích a od online i fyzicky přítomných účastníků si vyžádáme zpětnou vazbu.</p> <p><i>Výše uvedené příklady ukazují, jak můžete formulovat cíle pro přípravu akce, během akce a po akci. Poté můžete stručně popsat, jak jste použili sociální média, a zhodnotit úspěchy, nezdarů, získané poznatky atd.</i></p>

KATEGORIE	VYVSTÁVAJÍCÍ OTÁZKA	TIPY	PŘÍKLADY CÍLŮ
PROPAGACE	Jak optimálně využít <b>kanály sociálních médií</b> ?	<p>Využijte různé kanály, abyste přilákali různé osoby (např. s ohledem na věk).</p> <p>Příklady: použijte Twitter, Facebook a skupiny na WhatsAppu, abyste informovali o akci a pozvali účastníky. Požádejte příslušné strany (např. univerzity, organizace zemědělců, poradní organizace) o retweet, sdílení, lajky atd., aby došlo k oslovení širšího publika. Mějte ale na paměti, že v důsledku toho se může objevit široké publikum. Pokud chcete cílit na určitou skupinu, možná budete chtít využít specifické e-mailové seznamy nebo skupiny na Facebooku atd.</p>	
VZDĚLÁVÁNÍ A FACILITACE	Jak použít a představit <b>různé vzdělávací metody</b> ?		Během demonstrační akce X integrujeme vzdělávací metody a, b a c a tyto metody zhodnotíme spolu s účastníky.
	Jak jednat s účastníky, kteří se <b>zdráhají sdílet a vyměňovat</b> znalosti?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pokud vytvoříte menší diskuzní skupiny, může to pomoci navodit bezpečnou atmosféru, ve které budou účastníci sdílnější.</li> <li>• Také zajistěte, aby některé okamžiky během akce byly neformální, aby se účastníci mohli vzájemně poznat.</li> <li>• Zahrňte do akce několik cvičení k prolomení ledů (viz také tipy u další otázky).</li> <li>• Pokládejte otázky a vyzývejte konkrétní účastníky, aby odpovídali (tak také zabráníte tomu, aby konverzaci převzala jedna nebo více osob).</li> <li>• Přemýšlejte nad tím, jak chcete účastníky rozdělit, pokud vytvoříte menší skupiny (např. vytvoříte skupinu pro „začátečníky“ a pro „pokročilé“).</li> <li>• Ujistěte se, že jsou určeny osoby, které mají diskuze usnadňovat (také v menších skupinách).</li> </ul>	
	Které <b>nástroje</b> je možné prozkoumat, <b>aby účastníkům pomohly se otevřít</b> ?	<p><b>Několik návrhů</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Demonstrační akci začněte tím, že se postupně všichni představí.</li> <li>• Použijte cvičení k prolomení ledů / dodání energie (např. podělte se o zajímavost; najděte tři věci, které máte s osobou vedle sebe společné; cvičení „velká myšlenková mapa“; hra na architektu).</li> </ul> <p>Podívejte se na tuto kapitolu z příručky MSP, kde najdete inspiraci pro úvod během akce, která účastníkům pomůže cítit se mezi sebou navzájem lépe.</p>	<p>Během demonstrační akce X budeme zvláštní pozornost věnovat nástrojům, které účastníkům pomohou se více otevřít. Použijeme alespoň dva různé nástroje a na konci akce požádáme účastníky o zpětnou vazbu.</p> <p><i>Poté zhodnoťte, které nástroje jste použili a jak je účastníci hodnotí. Vytvořte si závěry pro účely budoucích akcí.</i></p>

KATEGORIE	VYVSTÁVAJÍCÍ OTÁZKA	TIPY	PŘÍKLADY CÍLŮ
VZDĚLÁVÁNÍ A FACILITACE	Jak usnadnit <b>výměnu znalostí ve velkých skupinách?</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Tento</b> akční katalog je také dobrým zdrojem nástrojů facilitace (katalog je výsledkem projektu Engage2020).</li> <li>• Příručka MSP a akční katalog, na které odkazujeme výše, poskytují mnoho dalších nástrojů pro facilitaci a mnohostranná partnerství.</li> <li>• <i>Pokud najdete jiné relevantní (online) zdroje s nástroji facilitace, podělte se o ně se svými kolegy.</i></li> </ul>	
	Jak <b>motivovat zemědělce</b> ke sdílení znalostí?	Jednoduchý způsob je prostě se zemědělci zeptat, co by chtěli z účasti na demonstrační akci nebo z hostování demonstrační akce získat, přičemž se pak snažte jejich potřebám vyhovět. Pobídku také zahrňte do své pozvánky (Co tím získají?).	
VYHODNOCENÍ A NÁSLEDNÉ KROKY	Jak můžeme <b>měřit dopad?</b>	Zaměřit se na toto téma je nadále obtížné, protože měření dopadu vyžaduje určitý čas pro shromáždění údajů a dodatečnou analýzu údajů. Organizátoři demonstrační akce by mohli spolupracovat s univerzitami a požádat studenty o vypracování analýzy dopadů, aby získali informace. Organizační tým může v předstihu určit, jak bude měřit dopad akce, když se zamyslí nad těmito otázkami: Kdy považujeme demonstrační akci za úspěšnou? Jaký druh dopadu chceme měřit? Dopad použitých metod? Dopad na zavádění inovací?	Svou demonstrační akci považujeme za úspěšnou, když nastane X. Dopad své demonstrační akce změříme monitorováním Y. Dopad metod použitých během demonstrační akce změříme monitorováním Z. Dopad demonstrační akce na zavádění inovací změříme monitorováním Z.
	Jak <b>zůstat v kontaktu</b> s účastníky po akci?	Některá centra mají dobré zkušenosti s poskytnutím prostoru online (jako je skupina na Facebooku), kde účastníci mohou sdílet zkušenosti a klást dotazy. Způsobem, jak zůstat v kontaktu, může být i vytvoření e-mailového seznamu a zaslání dodatečných informací, poděkování nebo fotek/videí z akce (samozřejmě s ohledem na pravidla pro ochranu osobních údajů).	Po demonstrační akci vymyslíme způsob, jak účastníci mohou zůstat v kontaktu s námi i se sebou navzájem, a požádáme je o hodnocení našich metod.  <i>Můžete být konkrétnější a zmínit metody/nástroje, které budete zkoušet a hodnotit. Při následném hodnocení procesu organizace demonstrační akce je samozřejmě možné zohlednit zpětnou vazbu od účastníků.</i>
	Jak <b>usnadnit zpětnou vazbu</b> (ve velkých skupinách)		Během demonstrační akce X použijeme k usnadnění zpětné vazby od skupiny metodu Y.  <i>Poté se zamyslete nad účinností použitých metod a vytvořte si závěry pro účely budoucích akcí.</i>

KATEGORIE	VYVSTÁVAJÍCÍ OTÁZKA	TIPY	PŘÍKLADY CÍLŮ
<b>VIRTUÁLNÍ DEMONSTRAČNÍ AKCE</b>	Jak připravit virtuální demonstraci?	<p><b>Připravte se dobře, dokonce ještě lépe než u „běžné“ demonstrační akce.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Připravte dobrý program.</li> <li>• Nástroje vyzkoušejte před demonstrační akcí.</li> <li>• Připravte pomocí nich vstup ostatních řečníků (načasování, interakce atd.).</li> </ul> <p><b>Připravte atraktivní materiál.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Využijte svědectví: abyste byli připraveni, s krátkými a jasnými sděleními, otevřeně smyšlejícími řečníky.</li> <li>• Poskytujte videa s vysokou kvalitou (už existující nebo vytvořená speciálně pro demonstrační akci).</li> <li>• Používejte vizuální pomůcky: obrázky, barvy, fotky...</li> </ul> <p><b>Nezanedbávejte propagaci a pozvánky.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Používejte různé kanály: Facebook, WhatsApp, webové stránky, e-maily účastníkům předchozích akcí/workshopů.</li> <li>• Akci rozdělte do různých dnů, pokud se zaregistruje příliš mnoho lidí.</li> </ul>	
	Jak ve virtuální demonstrační akci vytvořit interakci?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Na začátku pusťte krátké video, aby se lidé seznámili s přednášejícím a s tématem demonstrační akce.</li> <li>• Využívejte ankety (Mentimeter) nebo poznámky (k dispozici je spousta online nástrojů, viz pokyny pro virtuální demonstrační akce).</li> <li>• Poskytněte prostor pro diskusi: otevřete otázky a odpovědi, chat...</li> </ul> <p><b>Diskuzi moderujte.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Začněte několika pravidly o tom, jak se během online schůze chovat (např. ztišit mikrofon).</li> <li>• Zdůrazněte, že je důležité respektovat načasování, a to ještě víc než během běžné demonstrační akce.</li> <li>• Moderátor a facilitátor by měly být dvě různé osoby.</li> </ul> <p>Nezapomeňte na hodnocení, jehož výsledky lze později sdílet.</p>	



KATEGORIE	VYVSTÁVAJÍCÍ OTÁZKA	TIPY	PŘÍKLADY CÍLŮ
	Co dělat v případě <b>technických problémů</b> ?	<p><b>Na technické problémy se připravte, i když nemůžete předvídat vše.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nejdřív vše vyzkoušejte na různých elektronických zařízeních (počítač, tablet a mobil), abyste měli jistotu, že to funguje na všech.</li> <li>• Připravte si leták o použití vybraného nástroje a pošlete ho účastníkům s několikadenním předstihem.</li> <li>• Vytvořte skupinu na WhatsAppu nebo poskytněte jinou podporu souběžně s demonstrační akcí, abyste pomohli lidem, kteří mají potíže s připojením.</li> <li>• V chatu sdílejte odkazy, se kterými během demonstrační akce pracujete, aby je ostatní mohli sledovat u sebe, pokud sdílení obrazovky nefunguje dobře.</li> <li>• Zůstaňte v klidu, některé problémy se dají řešit velice snadno.</li> </ul> <p><b>Dbejte na ochranu osobních údajů.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Při připojení se k webináři si vyžádejte souhlas.</li> <li>• Poskytněte seznam účastníků, abyste podpořili síť kontaktů.</li> </ul>	
	Jaké pokyny můžeme použít ke <b>zlepšení interakce</b> během webináře / virtuální demonstrační akce?	<p><b>PŘÍKLADY PROGRAMŮ</b></p> <p><b>Program orientovaný na video</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Úvod moderátora.</li> <li>• Sedm videí s časem na otázky a interakci mezi účastníky po každém videu.</li> <li>• Dodatečný čas na otázky na konci.</li> </ul> <p><b>Moderátor, předvádějící zemědělec a tazatel</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Uvítání</li> <li>• Spuštění videa</li> <li>• Rozhovor se zemědělcem</li> <li>• Otevření otázek a odpovědí</li> <li>• Kvíz z portálu Mentimeter</li> <li>• Konec akce</li> </ul>	



## PARTNEŘI NEFERTITI



Tento projekt získal finanční prostředky z programu Evropské unie pro výzkum a inovace Horizont 2020 v rámci grantové dohody č. 772705.

DALŠÍ NÁSTROJE NA

[trainingkit.farmdemo.eu](https://trainingkit.farmdemo.eu)