

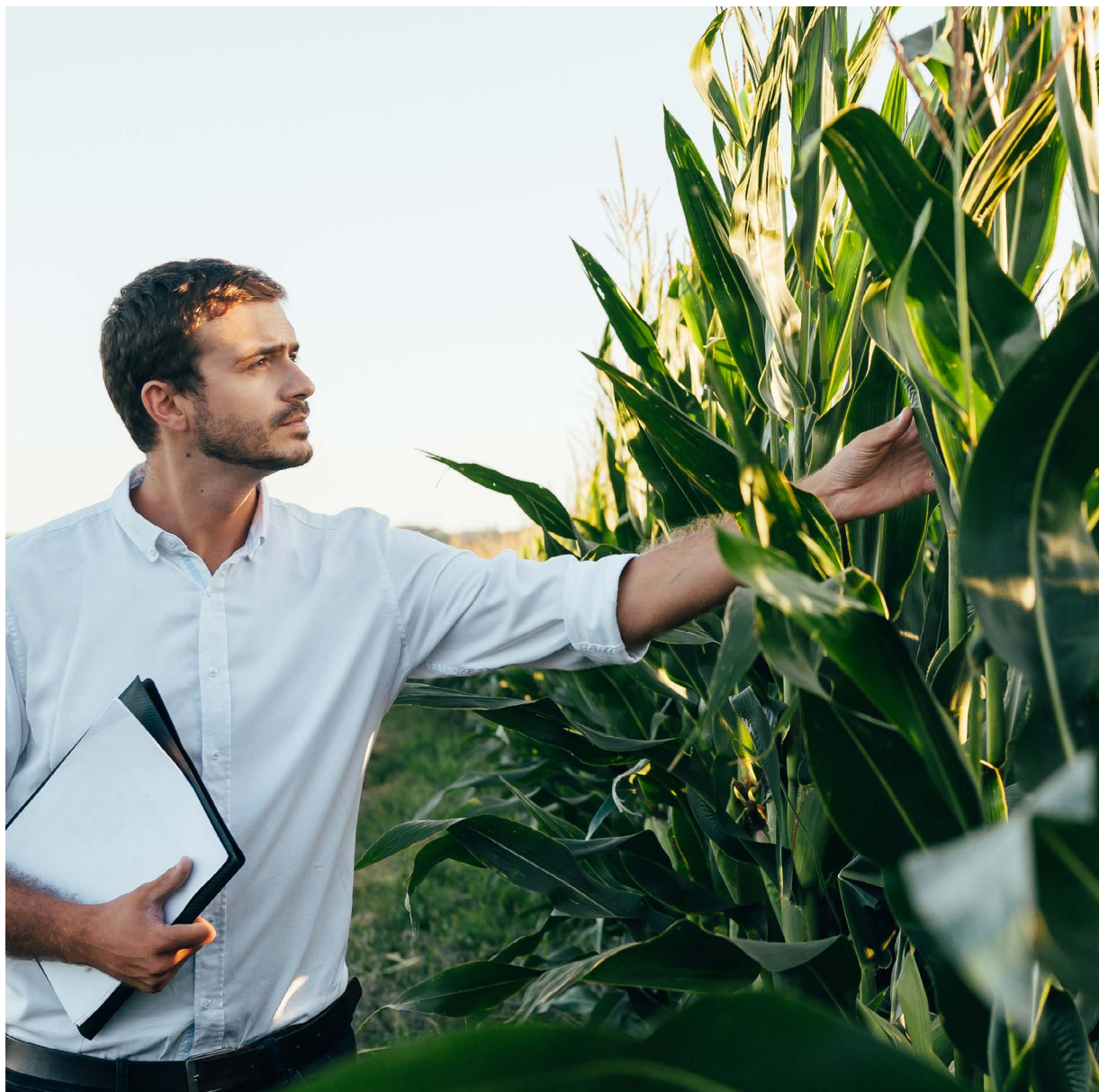


FarmDemo

TIPS OM HUR UTMANINGAR SOM DEMOORGANISATÖRER MÖTER SKA HANTERAS

Författare: Ellen Bulten, Delphine Neumeister

Bidragsgivare: Laure Triste, Cynthia Giagnocavo, Herman Schoorlemmer



I tabellen ger vi en översikt över frågorna som uppstod i NEFERTITI-projektet bland organisatörer när de organiserade demonstrationer. Som svar på dessa frågor tillhandahåller vi praktiska tips om hur du kan hantera dessa frågor och/eller exempel på hur du kan använda dessa frågor för att formulera mål.

Vi uppmuntrar i hög grad demonstrationsorganisatörer att titta på de målexempel som ges i den fjärde kolumnen i tabellen. Dessa mål fokuserar på **processen** i organiserandet av demoevent. De är också tillräckligt specifika, vilket gör dem hanterbara och nåbara. Genom att ställa in sådana mål för processen i organiserandet av demonstrationer är det lättare för det organiserande teamet att utvärdera, lära och förbättra organiserandet av framtida demoevent.

Givetvis fungerar dessa mål som *exempel*: organisationsteamet kan använda dem som inspiration eller, om tillämpligt, anpassa dem till det specifika sammanhanget. När du formulerar dina egna mål kan du utgå från frågorna **vad, var, hur och när**? Då formulerar du mål som är specifika. Tänk också på att du kan formulera mer än ett mål för ett demoevent. Du kan till exempel formulera ett mål för förberedelsen av demon, under demon och efter demon. Du kan också välja några av kategorierna (kolumn 1) och formulera mål om vissa kategorier för ett demoevent.

KATEGORI	FRÅGA SOM UPPSTÅTT	TIPS	EXEMPEL PÅ MÅL
MÅL OCH MÅL GRUPP	Hur når du din målgrupp?	<ul style="list-style-type: none"> Använd e-postlistor från lantbrukare i associerade grupper som du kanske arbetar med. Använd officiella e-postlistor (t.ex. från offentliga organ). Använd WhatsApp-grupper (särskilt om deras medlemmar är en specifik målgrupp, till exempel lantbrukare som är intresserade av precisionsjordbruk). Använd rådgivares nätverk. Använd Twitter för att nå en mer allmän publik. Använd LinkedIn för att bjuda in yrkespersoner som rådgivare, beslutsfattare, forskare (lägg också in en inbjudan i alla relevanta LinkedIn-grupper som du ingår i för att nå en specifik grupp). Använd relevanta Facebook-grupper för att nå en specifik publik (t.ex. en grupp där deltagare delar information om specifika maskiner). Genom att formulera tydliga och specifika mål blir det lättare att fastställa vem som är din målgrupp. 	
	Hur kan du locka (tillräckligt med) deltagare som är intresserade av demoämnet?		<p>Målet för demoevent X är att locka 30 personer som är intresserade av samodling.</p> <p><i>Reflektera efteråt kring hur du gick till väga för att nå detta mål. Uppnådde du målet? Om ja: hur kunde du locka dessa personer, genom vilka kanaler kunde du hitta dem osv.?</i></p>
	Hur kan du nå beslutsfattare för ett demoevent?	<ul style="list-style-type: none"> Be om hjälp av WP6 om hur du aktivt kan involvera beslutsfattare. Inkludera (en specifik) lantbrukspolicy som ett ämne i din demo (t.ex. CAP, miljösystem osv.). Beslutsfattare kan vara mer benägna att delta om det handlar om ett stort event, om det är valtider och om pressen är närvarande på eventet. Försök skicka en personlig inbjudan (istället för att mejla till info@...). Samarbeta med andra som redan har etablerade relationer med beslutsfattare (t.ex. lantbruksgrupper eller rådgivande organisationer). Beskriv tydligt värdet av NEFERTITI i inbjudningar till beslutsfattare. Se till det finns andra deltagare som beslutsfattare kan vara intresserade av (t.ex. chefen för en rådgivande organisation). 	

KATEGORI	FRÅGA SOM UPPSTÅTT	TIPS	EXEMPEL PÅ MÅL
MÅL OCH MÅLGRUPP	Hur du fastställer målgruppens intresse och profil?		<p>I vår första demo i år kommer vi att be minst 20 ekologiska lantbrukare att fylla i en snabb mentimeter-enkät (mentimeter.com) om deras intressen och profil.</p> <p><i>Reflektera över enkätens resultat och dra slutsatser av det för framtida demonstrationer. Reflektera: fungerade detta? Är deltagarna verkligen intresserade? Osv.</i></p>
DEMONSTRATIONSGÅRD	Hur kan du motivera lantbrukare till att vara värd för ett demoevent?	Se till att det finns ett incitament för värdlantbrukaren att samarbeta med dig: vad vinner han/hon på det?	
	Hur kan du koordinera bättre med andra event som pågår?		<p>Under detta demoår kommer vi att samarbeta med minst 1 annat relevant EU-projekt och 1 lokalt event som organiseras av en lantbrukargrupp.</p> <p><i>Reflektera över hur du hanterade dessa samarbeten, vad du lärde dig, vad gick bra, vad gick fel, var dessa samarbeten värt det? Varför?</i></p>
	Kan vi dela exempel på bästa praxis från inspirerande unga lantbrukare, nya aktörer, nya volontärer på gården och nya konsumenter på gården?		<p>Vi kommer att organisera en Skype-session med andra demonstrationsorganisatörer varannan månad för att dela bästa praxis, praktiska tips och erfarenheter.</p> <p><i>Dela de bra exemplen med dina kollegor!</i></p>
	Hur kan vi hitta inspirerande lantbrukare?	<ul style="list-style-type: none"> Använd dina egna kontakter för att be om tips, till exempel från lantbruksexperter, rådgivare eller andra forskare. Se till att bygga någon form av relation med värdlantbrukaren före eventet. 	

KATEGORI	FRÅGA SOM UPPSTÅTT	TIPS	EXEMPEL PÅ MÅL
DEMONS UPPLÄGG	Hur fastställer du ett bra tidsschema för en demo?	<p>Det kan hjälpa att både skapa ett tidsschema (snabb översikt över vad och när) och ett manus (utveckla mer om vem som gör vad, var, när, i vilken ordning, vad som ska sägas, vilka verktyg som ska användas osv.) under förberedelsen av ett event.</p> <p>Att dela ett tidsschema/manus med alla inblandade kan vara ett sätt att undvika missförstånd och se till att alla vet vad som förväntas av dem.</p> <p><i>Har du en bra mall för ett tidsschema/manus? Dela med dina kollegor!</i></p>	<p>För att förbereda demoevent X kommer vi att skapa ett detaljerat tidsschema som specificerar tid, plats, roller och nödvändigheter.</p> <p><i>Utvärdera efter eventet: vad var användbart och vad var inte användbart? Vad tycker du att du ska ändra nästa gång? Dra slutsatser för framtida event.</i></p>
	Hur kan du organisera mer interaktiva event ?		<p>Under demo X kommer tiden för presentationer att begränsas till 10 minuter, vi kommer att organisera minst 3 olika aktiviteter under eventet och utvärdera dem.</p> <p><i>Reflektera över typerna av aktiviteter som du organiserade och hur bra de gick. Dra slutsatser för framtida event.</i></p>
MARKNADSFÖRING	Hur når du din målgrupp ?	Använd specifika spridningskanaler om du vill nå en specifik publik (t.ex. ekologiska lantbrukare).	<p>Före demoevent X kommer vi att utforska lämpliga kommunikations- och spridningskanaler för att nå målgrupp A och vi kommer att genomföra en snabb enkät i slutet av eventet för att fråga hur deltagarna hörde talas om eventet.</p>
	Hur ska du använda sociala medier för att få folk att bli engagerade?		<p>Före demoevent X om proximal jordavkänning kommer vi att använda social medieplattform Y för att bjuda in deltagare till eventet och även interagera med dem genom ställa frågor/ påståenden.</p> <p>Under demoevent X kommer vi att livestreama (delar av) eventet på Facebook och interagera med online-deltagare i chatten.</p> <p>Efter demoevent X kommer vi att fortsätta diskussionen och kunskapsutbytet om proximal jordavkänning på sociala medier och be om feedback från både online- och "live"-deltagare.</p> <p><i>Exempel ovan visar hur du kan formulera mål för att förbereda ett event, under ett event och efter eventet. Efteråt kan du kortfattat beskriva hur du använde sociala medier och utvärdera framgångar, misslyckanden, lärdomar osv.</i></p>

KATEGORI	FRÅGA SOM UPPSTÅTT	TIPS	EXEMPEL PÅ MÅL
MARKNADSFÖRING	Hur du kan utnyttja sociala mediekkanaler optimalt?	Använd flera kanaler för att locka en blandad publik (t.ex. avseende ålder). Exempel: använd Twitter-, Facebook- och WhatsApp-grupper för att informera personer om eventet och bjuda in deltagare. Be relevanta parter (t.ex. universitet, lantbrukarorganisationer, rådgivande organisationer) att retweeta, dela, gilla osv. för att nå en bredare publik. Men tänk på att det kan leda till att en bred publik kommer. Om du vill nå en specifik grupp kan du till exempel använda specifika e-postlistor eller Facebook-grupper osv.	
INLÄRNING OCH STÖD	Hur kan du använda och introducera olika inlärningsmetoder ?		Under demoevent X kommer vi att integrera inlärningsmetod a, b och c och vi kommer att utvärdera dessa metoder med deltagarna.
	Hur ska du hantera deltagare som är ovilliga att dela och utbyta kunskap?	<ul style="list-style-type: none"> • Indelning i mindre undergrupper för diskussion kan bidra till att skapa en trygg miljö där deltagarna kan dela med sig. • Se till att det också finns några informella moment under eventet där deltagarna kan lära känna varandra. • Inkludera några isbrytarövningar under eventet (se även tips för nästa fråga). • Ställ frågor och bjud in specifika deltagare att svara (det är också ett sätt att undvika att 1 eller vissa personer lägger beslag på samtalet). • Fundera över hur du vill dela upp deltagarna om du delar in dem i mindre grupper (t.ex. en "nybörjargrupp" och en "avancerad" grupp). • Se till att det finns utsedda facilitatorer som leder diskussionerna (även i mindre grupper!). 	
	Vilka verktyg kan utforskas för att hjälpa deltagarna att öppna sig ?	<p>Några förslag</p> <ul style="list-style-type: none"> • Starta en demo med en presentationsrunda för att lära känna varandra. • Använd en isbrytar-/energigivande övning (t.ex. berätta något intressant, hitta 3 saker som du har gemensamt med personen bredvid dig, "mega mind map"-övning). <p>Läs det här kapitlet i MSP Guide för inspiration om presentationer under ett event som kan hjälpa deltagarna att bli mer bekväma med varandra.</p>	<p>Under demoevent X kommer vi att ägna särskild uppmärksamhet åt verktyg som hjälper deltagarna att öppna upp mer. Vi kommer att använda minst 2 olika verktyg och be om återkoppling från deltagarna i slutet av eventet.</p> <p><i>Utvärdera efteråt vilka verktyg du använde och hur deltagarna utvärderade dem. Dra slutsatser för framtida event.</i></p>

KATEGORI	FRÅGA SOM UPPSTÅTT	TIPS	EXEMPEL PÅ MÅL
INLÄRNING OCH STÖD	Hur kan du stödja kunskapsutbyte i stora grupper?	<ul style="list-style-type: none"> • Denna Action Catalogue är också en bra källa till stödverktyg (katalogen är ett resultat av Engage2020-projektet). • Ovan länkade MSP Guide och Action Catalogue tillhandahåller många fler verktyg för stöd och samverkan mellan flera intressenter. • <i>Om du hittar andra relevanta källor (online) med stödverktyg får du gärna dela dem med dina kollegor!</i> 	
	Hur kan du uppmuntra lantbrukare att dela med sig av kunskap?	Ett enkelt sätt är att fråga lantbrukare vad de skulle vilja vinna på att delta på ett demonstrationsevent eller på att vara värd för ett demonstrationsevent och se till att du tillgodoser deras behov. Se också till att inkludera ett incitament i inbjudan (Vad får de ut av det?!).	
UTVÄRDERING OCH UPPFÖLJNING	Hur kan vi mäta effekten?	Det här är ett svårt ämne att tackla eftersom det krävs ganska lång tid för att samla in data och utföra dataanalys för att mäta effekten. Demoorganisatörer kan samarbeta med universitet och be studenter utföra en effektanalys för att få insikter. Organisationsteamet kan i förväg specificera hur du vill mäta effekten av eventet genom att fundera på följande frågor: När anser vi att en demo är framgångsrik? Vilken slags effekt vill vi mäta? Effekten av metoderna som använts? Effekten på innovationsanvändning?	Vi anser att vårt demoevent var framgångsrikt när X händer. Vi kommer att mäta effekten av vårt demoevent genom att övervaka Y. Vi kommer att mäta effekten av metoderna som användes under demoeventet genom att övervaka Z. Vi kommer att mäta effekten av demoeventet på innovationsanvändning genom att övervaka Z.
	Hur kan du hålla kontakten med deltagare efter eventet?	Vissa hubbar har bra erfarenhet av att erbjuda utrymme online (till exempel en Facebook-grupp) där deltagarna kan fortsätta att dela med sig av erfarenheter och ställa frågor. Att sammanställa en sändlista och skicka ytterligare information, ett tackmeddelande eller bilder/filmer från eventet kan också vara ett sätt att hålla kontakten (givetvis inom ramen för GDPR-regler).	Efter demo X kommer vi att skapa ett sätt för deltagarna att hålla kontakten med oss och med varandra och be deltagarna utvärdera våra metoder. <i>Du kan vara mer specifik och nämna metoder/verktyg som du ska testa och utvärdera. Du kan givetvis ta hänsyn till återkoppling från deltagare i utvärderingen av demoorganiseringen i efterhand.</i>
	Hur kan du stödja återkoppling (i stora grupper)		Under demoevent X kommer vi att använda metod Y för att underlätta återkoppling från gruppen. <i>Reflektera efteråt kring hur effektiva metoderna som användes var och dra slutsatser för framtida event.</i>

KATEGORI	FRÅGA SOM UPPSTÅTT	TIPS	EXEMPEL PÅ MÅL
VIRTUELLA DEMON- STRATIONER	Hur ska du förbereda en virtuell demonstration?	<p>Förbered dig väl, till och med bättre än med en "vanlig" demo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sammanställ ett bra program. • Testa verktygen innan demon. • Förbered talarnas användning av verktygen (timing, interaktion ovs.). <p>Sammanställ tilltalande material</p> <ul style="list-style-type: none"> • Använd berättelser: förberedda, med viktiga och tydliga meddelanden, öppensinnade talare. • Tillhandahåll högkvalitativa videor (som redan finns eller som tagits fram specifikt för demon). • Använd visuella hjälpmedel: bilder, färger, foton osv. <p>Glöm inte att göra reklam och bjuda in</p> <ul style="list-style-type: none"> • Använd olika kanaler: Facebook, WhatsApp, webbplats, mejla till deltagarna för tidigare demonstrationer/workshops. • Dela upp eventet på olika dagar om för många personer registrerar sig. 	
	Hur kan du skapa interaktion i en virtuell demo?	<ul style="list-style-type: none"> • Visa en kort video i början för att folk ska bekanta sig med presentatören och demons ämne. • Använd enkäter (Mentimeter) eller post-it-lappar (många online-verktyg tillgängliga, se riktlinjer för virtuella demonstrationer). • Ge utrymme för diskussion: öppen Q&A, chatt osv. <p>Moderera diskussionen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fastställ några regler i början om hur man ska bete sig på ett online-möte (t.ex. stänga av mikrofonen). • Betona vikten av att respektera tiden, ännu mer än under en vanlig demo. • Moderatoren och facilitatorn ska vara 2 olika personer. <p>Glöm inte att genomföra en utvärdering, vars resultat kan delas efteråt.</p>	

KATEGORI	FRÅGA SOM UPPSTÅTT	TIPS	EXEMPEL PÅ MÅL
	Hur ska du hantera tekniska problem?	<p>Försök förekomma tekniska problem, även om du inte kan förutse allt.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Testa olika elektronisk enheter (dator, surfplatta och mobiltelefon) i förväg för att säkerställa att eventet fungerar bra på dem alla. • Tillhandahåll en broschyr om verktyget som används och skicka den till deltagarna några dagar i förväg. • Erbjud en WhatsApp-grupp eller support parallellt med demon för att hjälpa personer som har svårt att ansluta. • Dela de olika länkarna som du använder under demon i chatten så att folk kan titta på dem själv om det inte går att dela skärm. • Håll dig lugn, vissa problem är lätta att lösa. <p>Säkerställ personligt dataskydd</p> <ul style="list-style-type: none"> • Begär godkännande vid registreringen till webbseminariet. • Tillhandahåll en lista över deltagare för att främja nätverkskontakter. 	
	Vilken typ av riktlinje kan vi använda för att förbättra interaktionen under webbseminarier/ virtuella demonstrationer?	<p>EXEMPEL PÅ PROGRAM</p> <p>Videoorienterade program</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introduktion av moderatorn. • 7 videor med tid för frågor och interaktioner bland deltagarna efter varje video. • Extra tid för frågor i slutet. <p>Moderator, en demolantbrukare och intervjuare</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hälsa välkommen • Visa en video • Intervju med lantbrukaren • Öppen Q&A • Mentimeter-enkät • Slut på eventet 	



NEFERTITI-PARTNERS



Detta projekt har mottagit finansiering av Europeiska unionens forsknings- och innovationsprogram Horisont 2020 enligt bidragsavtal N°772705.

FLER VERKTYG PÅ

trainingkit.farmdemo.eu