GWIDI GHAL KOMUNIKAZZJONI TA' QABEL, WAQT U WARA L-AVVENIMENT DEMO

Awturi: Vanev Dimitar, Triste Laure

1

Komunikazzjoni qabel l-avveniment demo

1 Lista ta' parteċipanti potenzjali u partijiet interessati relatati mal-avveniment demo

2 Iżviluppa invitazzjoni (**għamel link**) u aġenda għal avveniment.

3 Qassam l-invitazzjoni u l-aġenda lil parteċipanti potenzjali u partijiet interessati minn tal-inqas 2-3 ġimgħat qabel l-avveniment.

4 Ipprepara u pprintja l-materjal li sejjer jiġi mqassam waqt l-avveniment demo (per eżempju, informazzjoni fuq l-organiżazzjoni, fuljetti, brochures, eċċetera...)

5 Ipprepara materjal ta' riklamar ghal organiżazzjoni tiegħek ghat-tqassim waqt l-avveniment demo (per eżempju, brieret, poncho's, pinen, notebooks, eċċetera...)

MINIMUM REQUIRED ELEMENTS FOR A FARM DEMO PROGRAMME

Welcome/introduction

Demonstration

Facilitated discussion

Participant evaluation of the demo

Clear conclusion/key messages

Time for social interaction (food and drinks)

6 Iżviluppa stqarrija ghal avveniment li jkun ġej (**Mudell ghal-istampa).**

PRESS RELEASE

Include information to attract the attention of your target group (specific industry, specific age, specific familiarity with the demo topic, ...).

Use an active writing style.

Include all details regarding the location and date of the event.

7 Stqarr l-avveniment tiegħek li jkun ġej fuq il-pjattaforma NEFERTITI 2-3 ġimgħat qabel l-avveniment (**Gwidi fuq kif tistqarr l-avveniment tiegħek li jkun ġej fuq il-pjattaforma NEFERTITI**)

8 Ibagħat l-invitazzjoni u l-istqarrija lil midja lokali, regjonali u nazzjonali (radju, TV, gazzetti, magazines, siti fuq l-internet, eċċetera.) 2-3 ġimgħat qabel l-avveniment. Jekk possibli, agħtihom intervista bl-informazzjoni tar-razzett ospitanti, il-bdiewa ospitanti, id-demonstratur u/jew is-suġġett tad-demo.
Erġa ibagħat l-informazzjoni xierqa lil-midja 3 ijiem qabel l-avveniment.

9 Ippostja fuq il-midja soċjali bħal Facebook, Twitter, eċċ. bil-kontijiet tal-midja soċjali tiegħek. L-ewwel darba ppostja 2-3 ġimgħat qabel u erġa' ippostja bħala tfakkira 3 ijiem qabel l-avveniment. Biex twessa' l-firxa tiegħek, tista' ukoll tippubblika fuq il-kont tal-midja soċjali NEFERTITI:

FACEBOOK
www.facebook.com/NEFERTITI.EU
(Nefertiti - Networking European Demonstration Farms - @NEFERTITI. EU)

TWITTER
twitter.com/NEFERTITI_EU?lang=en
(NEFERTITI@NEFERTITI_EU). Għal Twitter jekk jogħġbok uża l-hashtag: #NEFERTITIEU.

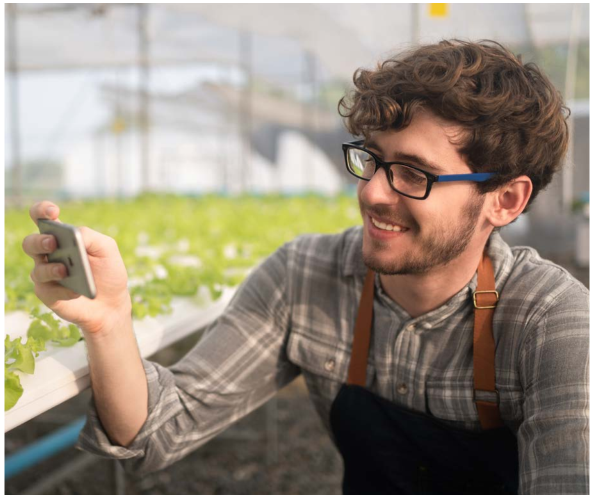
LINKEDIN:
www.linkedin.com/company/nefertiti-h2020
(NEFERTITI H2020)

10 Ipprepara banners, bnadar, roll ups biex jiġu ppreżentati waqt l-avveniment demo

11 Ipprepara **lista ta' attendenza/kunsens** infurmat biex jiġu ffilmjati u ritrattati biex il-parteċipanti jiffirmawhom meta jidħlu fl-avveniment. Tista' żżid formulazzjoni għall-kunsens infurmat mal-lista ta' attendenza.

12 Ipprepara **formola ta' evalwazzjoni** ghal parteċipanti (fuq karta jew onlajn), biex titqassam fost il-parteċipanti fuq karta matul/wara l-avveniment jew tintbagħat bl-email wara. Inkludi mistoqsijiet dwar l-istrateġija tal-komunikazzjoni.

13 Assenja l-kompitu biex tagħmel ritratti, vidjows, u posts fuq il-midja soċjali matul l-avveniment lil xi ħadd mit-tim tal-organizzazzjoni. Aħseb dwar vidjows li trid tagħmel, sabiex tkun lest li tagħmel is-shots it-tajbin waqt l-avveniment.



2

Miżuri ta' komunikazzjoni waqt l-avveniment demo

1. Poġġi l-bandiera, roll-up, banner, eċċ tal-organizzazzjoni tiegħek fuq il-post ospitanti
2. Staqsi lill-parteċipanti biex jiffirmaw fil-lista tal-attendenza u l-kunsens infurmat biex jiġu ffilmjati u fotografati
3. Ipprepara l-materjali ta' informazzjoni ta' disseminazzjoni u goodies biex jitqassmu lill-parteċipanti.
4. Jekk il-ġurnalisti jiġu mistiedna, attribwixxi lilhom ħin speċjali qabel ma jibda l-avveniment, sabiex ma jfixklux l-organizzazzjoni demo meta jibda l-programm. Spjegalhom l-iskop u r-riżultati mistennija mill-avveniment. Jekk l-avveniment tiegħek huwa marbut ma' proġett iktar wiesa, tinsiex issemmi l-iskop u l-attivitajiet ewlenin tiegħu.
5. Ipprovdi posts diretti waqt l-avveniment demo fuq diversi kanali tal-midja soċjali.
6. Ħu r-ritratti u agħmel il-vidjows waqt l-avveniment.
7. Staqsi lill-parteċipanti biex jimlew il-formola tal-evalwazzjoni tal-parteċipanti.

3 Miżuri ta' komunikazzjoni wara l-avveniment demo

1 Żviluppa stqarrija b'xi stampi u/jew links għal vidjows dwar ir-riżultati tal-avveniment demo (Mudell għall-istqarrija għall-istampa).

2 Aqsam posts qosra dwar ir-riżultati tal-avveniment demo fuq diversi kanali tal-midja soċjali – Facebook, Twitter, eċċ. inkluż fuq il-kontijiet tal-midja soċjali istituzzjonali tiegħek u jekk rilevanti (u disponibbli bil-Malti) fuq il-kontijiet tal-midja soċjali NEFERTITI (ara preċedenti).

3 Agħmel vidjo qasir dwar l-avveniment u aqsmu fuq il-midja soċjali u YouTube.

4 Analizza l-formola ta' evalwazzjoni tal-parteċipant (inklużi l-mistoqsijiet dwar l-istrateġija ta' komunikazzjoni), irrifletti fuq l-istrateġija ta' komunikazzjoni (ilħaqt lil min ridt tilħaq?, Il-promozzjoni tiegħek inġabret mill-mezzi multipli tal-midja?) u ħu nota il-lezzjonijiet mitgħallma għal l-avveniment demo li jmiss.

5 Irrevedi l-kummenti ta' segwitu disponibbli mibgħuta fuq il-midja soċjali wara l-avveniment.

NEFERTITI
FARMDEMO

IMSIEĦBA NEFERTITI

Dan il-proġett irċieva finanzjament mill- programm qafas għar-riċerka u l-innovazzjoni Orizzont 2020 tal-Unjoni Ewropea taħt il-ftehim ta' għotja Nru 772705.

IKTAR GĦODDA FUQ

trainingkit.farmdemo.eu