



Cafe Europe nasıl kurulur?

Project Cafe Europe
2020-1-NL02-KA205-002961



Avrupa Komisyonu'nun bu yayının üretimine verdiği destek, yalnızca yazarların görüşlerini yansıtan içeriklerin onaylandığı anlamına gelmez ve burada yer alan bilgilerin herhangi bir şekilde kullanılmasından Komisyon sorumlu tutulamaz.

CONTENTS/İÇİNDEKİLER

GİRİŞ	4
BİR CAFE EUROPE AÇMAK İÇİN YOL HARİTASI	5
ÖĞRENME AMAÇLARI VE HEDEFLER	6
ÖĞRENME SONUÇLARI	6
ORTAKLIK TIPLERİ	6
POTANSİYEL ORTAKLARI DEĞERLENDİRME	7
1. BİR ODAK GRUP OLUŞTURMANIN AMACI	11
2. BİR İSİM NEYİ İFADE EDER?	11
3. BİR ODAK GRUBU NE ZAMAN OLUŞTURULMALIDIR?	12
4. ODAK GRUP NASIL KURULUR?	12
- KATILIMCILARIN SEÇİLMESİ	13
- KONUM	13
5. SORULAR	13
STEP 2 SÜRECİ PLANLAMA	14
<i>AMAÇLAR VE HEDEFLER</i>	14
BAŞLANGIÇ-STRATEJİ BELİRLEME	14
PLANLAMA	16
3.1 ZAMAN PLANLAMASI VE ÇİZELGESİ	17
3.2 HARCAMA PLANI (BÜTÇE)	18
STEP 3. BÖLGENİZİ TANIMAK	19
<i>ÖĞRENME AMAÇ VE HEDEFLERİ</i>	19
ULAŞIM	19
KAFEYE ERİŞİLEBİLİRLİK	20
KÂRLILIK	21
GÜVENLİK	21
<i>GÜVENLİK</i>	22
<i>SARF MALZEMESİ ALIMI VE İMHASI</i>	22
<i>VARDİYALAR VE DÖNÜŞÜMLÜ ÇALIŞMA</i>	22
<i>GÜVENLİK PLANI</i>	22
<i>GELİR VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK</i>	22
STEP 4. GENÇLİK ÇALIŞANLARI VE GÖNÜLLÜLERİN EĞİTİMİ	23
<i>ÖĞRENME AMAÇLARI VE HEDEFLERİ</i>	23
<i>ÖĞRENME SONUÇLARI</i>	23
GİRİŞ	23
1. TAKIM KURMAK VEYA TAKIM ÜYELERİ ARASINDAKİ BAĞLARI GÜÇLENDİRMEK Mİ?	23
1.1 TAKIM ÜYELERİNİN ARALARINDAKİ BAĞLARIN GÜÇLENDİRİLMESİ NEDEN ÖNEMLİDİR?	24
1.2. TAKIM BAĞLARINI GÜÇLENDİRME KURALLARI	24
2.1. NEDEN TAKIM OLUŞTURMAYA YATIRIM YAPMAK GEREKİR?	26
2.2. BAŞARILI BİR TAKIM NASIL OLUŞTURULUR?	27
1. S.M.A.R.T HEDEFLER BELİRLEYİN	27
2. TAKIMINIZDA ROLLER VE SORUMLULUKLARI BELİRLEYİN!	27
3. TAKIM OLUŞTURMA BECERİLERİ	28
4. PROBLEM ÇÖZME	29

5. TAKIM KURMA ETKİNLİKLERİ VE ARAÇLARI	29
STEP 5. CAFE EUROPE: KURULUŞ VE DEKORASYON	30
ÖĞRENME AMAÇLARI VE HEDEFLERİ	30
ÖĞRENME SONUÇLARI	30
GİRİŞ	30
HEDEF GRUBUN İHTİYAÇLARINI KEŞFEDİN	31
DEKORASYON VE İÇ MEKÂNDAKİ OLANAKLAR	31
ORTAK HEDEFLER BELİRLEYİN	32
GÖREV DAĞILIMI YAPIN	32
BİR GÖREVLENDİRME PROGRAMI OLUŞTURUN	33
CAFE EUROPE ORTAMINI TEST EDİN VE DEĞERLENDİRİN	33
STEP 6 CAFE EUROPE'İNİZİ TANITIN	34
BİR LOGO YARATMAK	34
SOSYAL MEDYA HESABI	35
WEB SİTESİ KURMA	36
TANITIM VIDEOSU ÇEKME	37
TANITIM İÇİN DOĞRU TOPLUMSAL FIGÜRÜ SEÇMEK	37
ETKİNLİKLER	38
YEREL SANATÇILARLA BİRLİKTE ETKİNLİKLER DÜZENLEMELİK	38
MÜZİKAL ETKİNLİKLER	39
TANITIM GÜNLERİ	39
SOSYAL ERİŞİM PROGRAMI	39
GÜÇ BİRLİĞİ YAPMAK	40
"KULAKTAN KULAĞA" YAYGINLAŞTIRMA	41
STEP 7 CAFE EUROPE AÇILIŞ	41
ÖĞRENME AMAÇLARI VE HEDEFLERİ	41
ÖĞRENME SONUÇLARI	41
GİRİŞ	41
1.AÇILIŞ ETKİNLİĞİ İÇİN AMAÇ VE HEDEFLERİNİZİ TANIMLAYIN	41
2. BÜTÇENİZİ PLANLAYIN	42
3.TAKIMINIZI KURUN VE ONLARA İLHAM VERİN	42
4.ZAMAN, TARİH VE LOKASYON BELİRLEYİN	42
5.BİR ETKİNLİK MARKASI OLUŞTURUN	43
6.PROGRAM YAPIN	43
7.KONUŞMACI, SPONSOR VE KATILIMCILARI BELİRLEYİN	44
SÜRDÜRÜLEBİLİR CAFE EUROPE	45
ÖĞRENME AMAÇ VE HEDEFLERİ	45
ÖĞRENME SONUÇLARI	46
YEREL TOPLUMUN İLGİSİNİ NASIL ÇEKEBİLİRSİNİZ?	46
TÖRENLER	46
ÖYKÜLER	46
İLETİŞİME AÇIK BİR TOPLULUK LİDERİ OLMAK	47
KENDİNİZ OLMaktan VAZGEÇMEYİN	47
EĞLENCELİ OLUN	47
FARKINDALIK NASIL ARTTIRILIR?	47
HİKAYELERİNİZİ PAYLAŞIN	47
BAĞIŞ TOPLAMA ETKİNLİKLERİ	48
EĞİTİM ETKİNLİKLERİ	48
BAŞKALARININ ÖNEMLİ BULABİLECEĞİ İÇERİKLER	48

BİLGİLENDİRİCİ BROŞÜRLER	48
DEVLET YETKİLİLERİ	49
NASIL SPONSOR BULABİLİRSİNİZ?	49
YEREL İŞLETMELER	49
SIZINLE AYNI AMACA SAHİP ŞİRKETLERLE İŞBİRLİĞİ YAPMA	49
DIĞER İŞLETMELER TARAFINDAN DÜZENLENEN BENZER BAĞIŞ TOPLAMA ETKİNLİKLERİ	50
SPONSORLARINIZLA NASIL İLETİŞİM KURMALISINIZ	50
EK	53

GİRİŞ

Cafe Europe projesi, gençler için güçlü ve verimli bir sosyal ve ticari büyüme alanı oluşturma hedefine sahiptir. Sosyal kapsayıcılık sağlayacak, mültecilerin ve göçmenlerin istikrarlı bir network oluşturmalarına ve pazara girmelerine yardımcı olacak ve göçmen gençleri ilgilendiren sosyal sorunları çözecektir.

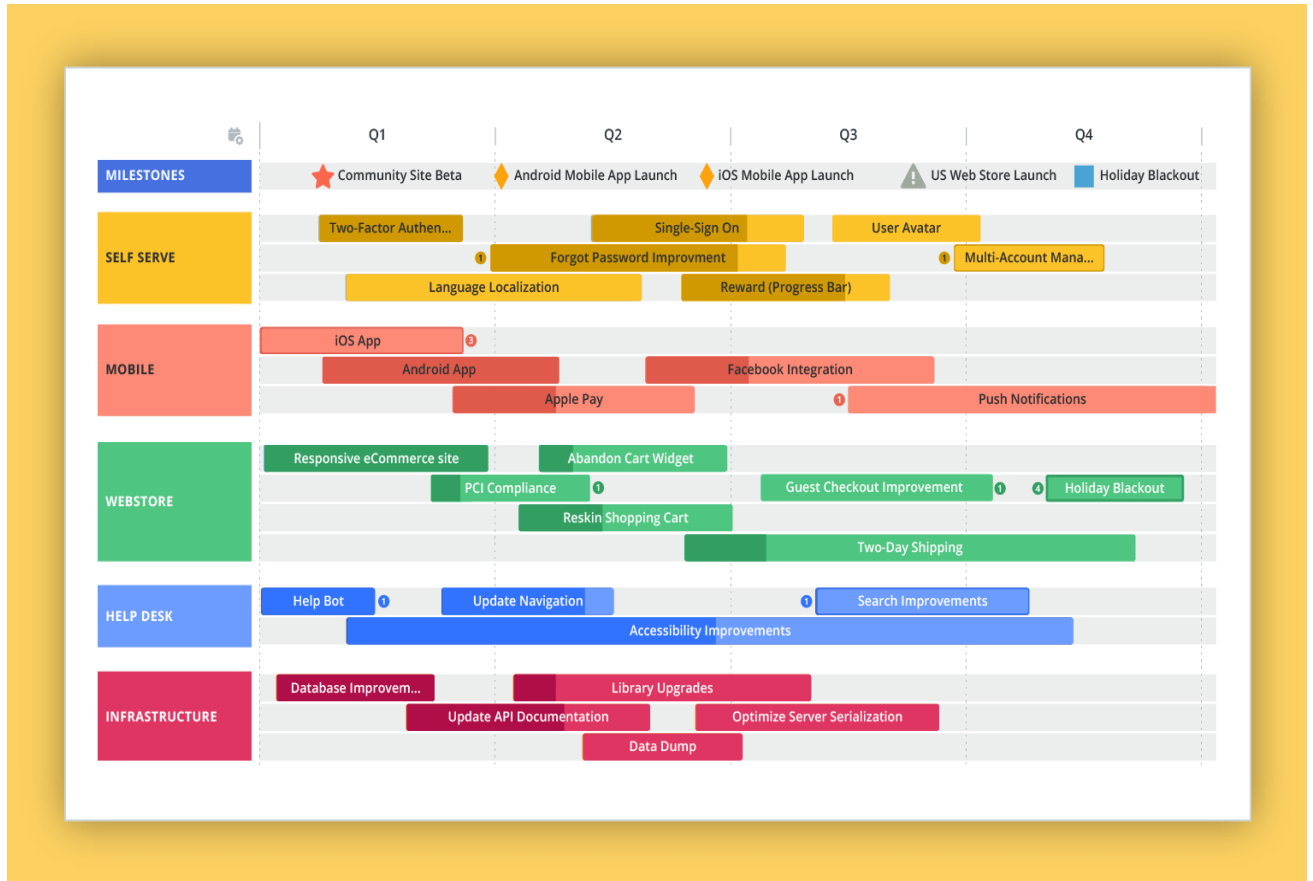
Biz, tüm gençlerin katılabileceği sosyal ve ticari aktiviteler için bir buluşma yeriyiz. Genç göçmenler ve mültecilerden yerli gençlere kadar herkesi sosyal becerilerini geliştirmeye, yabancı kültürler hakkında daha fazla bilgi edinmeye, ağlarını genişletmeye ve çalışma deneyimi kazanmaya davet ediyoruz. Kafe, iş deneyimi kazanmak için bir yer olarak hizmet ettiği gibi, aynı zamanda örneğin, ikinci el giysiler, el sanatları veya tablolar satmak için de bir alan sağlar. Bu deneyim, gençlere diğer alanlardaki iş gücüne katılmak için kendi portföylerini ve özgeçmişlerini oluşturma fırsatı verir.

Proje ortağı ülkelere yeni gelen göçmen gençler , bir etkinlik düzenlemek veya bir iş planı üzerinde birlikte çalışmak için yerli gençlerle birlikte projeler üstlenmeye teşvik edilecektir. Cafe Europe buluşma yerleri, iş tarafının yanı sıra, entegrasyona, yerel dil ve gelenekleri öğrenmeye, gençleri eğitime veya çalışmaya hazırlamaya odaklanacaktır. Gençlerin yapamadıkları şeyler yerine yapabilecekleri güçlü bir odak noktamız olacaktır.

Genç mültecilerin ve göçmenlerin kendilerini geliştirebilecekleri bir yere sahip olmaları gerekiyor, çünkü istatistiksel olarak konuşursak, mültecilerin ve göçmenlerin büyük bir kısmı hiçbir zaman mali açıdan bağımsız olma çizgisine ulaşamıyor. Birçoğu tüm yaşamları boyunca hükümetlerin faydasına olacak bağlamlarda düşünülür. Bunun Avrupa'da henüz gerçekleşmemesi üzücü; ama Cafe Europe projesi, yerli Avrupalıların sahip olduğu aynı fırsatları göçmenlere ve mültecilere de vermek istiyor yani herkesin mali açıdan bağımsız olması ve kendi hayatından en iyi şekilde yaşayabilmesi için eşit fırsatlar. Bu, onlara toplumda çok daha güçlü bir konum sağlayacak ve daha da fazla geliştirebilecekleri kendi network'lerini bulmalarını sağlayacaktır.

Peki, bir Cafe Europe nasıl kurulur? Bu el kılavuzu, ilk (ve son) adımlarda size yardımcı olur. Her şey (yerel) toplumunuzun da katılımıyla başlar. İlgili paydaşlar nerede bulunur? Gençlik çalışanlarını ve gönüllüleri nasıl işe alırsınız? Hedef kitleye nasıl ulaşırsınız? Ayrıca planlama, bölgenizi tanımlama, gönüllülerin eğitimi, mekân, tanıtım ve sürdürülebilirlik gibi konular detaylı olarak ele alınacaktır. Bu ilk bakışta çok fazla bilgi gibi görünüyor ve öyle de..Bu yüzden bu konuları mantıksal bir yapı içinde ele aldık Bu sayede her şeyi adım adım rahatlıkla okuyabilir veya daha sonra referans olarak kullanabilirsiniz.

BİR CAFE EUROPE AÇMAK İÇİN YOL HARİTASI



• STEP 1 - YEREL TOPLUMUN İLGİSİNİ PROJENİZE ÇEKMEK

"Bir toplumun büyüklüğü en doğru şekilde üyelerinin eylemlerini ne kadar şefkatli gerçekleştirdiğiyle ölçülür." - Coretta Scott King

Öğrenme amaçları ve hedefler

Bu bölüm aşağıdaki hedeflere ulaşmanızı sağlayacaktır:

- Yerel toplumdaki diğer kuruluşlarla stratejik ortaklıklar kurma fırsatlarını belirleyin;
- Sosyal yardım için öncelikli hedef kitleleri belirleyin.

Öğrenme sonuçları

Bu hedeflere ulaşarak, Cafe Europe aşağıdaki uzun vadeli kapasite geliştirme hedeflerine ulaşabilecektir:

- Gençlerle çalışan diğer kuruluşlarla daha güçlü ortaklıklar;
- Gençler için daha geniş bir kaynak yelpazesine genişletilmiş erişim,
- Dezavantajlı ve savunmasız gençler için geliştirilmiş destek.

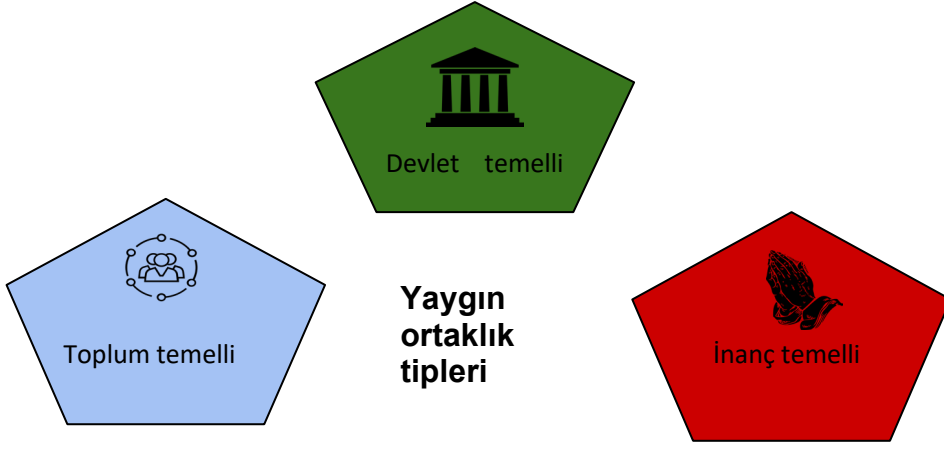
Bir Cafe Europe'u başarılı bir şekilde başlatmak için bölgenizde ortaklıklar kurmak önemlidir. Bunun arkasındaki nedenlerden biri, uzmanlık gerektiren tüm konulara 'kurum içi' ihtiyacınız olmamasıdır. Bölgede aynı amaç için çalışan ortaklar olabilir. Ortaklık terimi ve işbirliği, koalisyon, ağ, görev grubu, çalışma grubu, işbirliği ve diğerleri gibi ilgili terimler, çok çeşitli ilişkileri ve yapıları tanımlamak için kullanılır. Bu bölümün amaçları açısından ortaklık, bir Cafe Europe inşa etmek için birlikte çalışmayı kabul eden benzer ilgi alanına sahip bir grup kuruluşu ifade eder. Ortaklıklarla çalışmak, birlikte çalışmayı öğrendikleri ve birbirlerini nasıl bulacaklarını bildikleri için bölgedeki göçmen ve yerli gençlere yönelik destek sistemini de güçlendirebilir.

Ortaklıkların önemini kabul etmek zor değil, ancak bu ortaklıkların nasıl kurulacağını anlamak önemlidir. Diğer kuruluşlarla ortaklıklar zaman ve çaba gerektirir, ancak iyi organize edilirlse Cafe Europe'un hedeflerine daha etkin ve daha az kaynakla ulaşılmasına yardımcı olabilirler.

Ortaklık tipleri

Ortaklıklar bir yerel toplumdaki, bir bölgeden, bir eyaletten ve hatta bir bütün olarak ulusal olabilir. Boyutları ve yapıları ne olursa olsun, belirli hedefler dizisine ulaşmak için yapılabilir çalışmalarını tespit etmek ve/veya desteklemek için var olurlar.





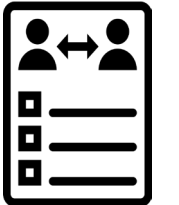
Bazı yaygın ortaklık türleri şunlardır:

- Toplum temelli: Topluluğunuzun ön saflarında sizinle birlikte çalışan kuruluşlara bakın. Yerel kâr amacı gütmeyen kuruluşlar, farklı türde hizmetler sunuyor olsanız bile, değerlerinizin onların değerlerine uygun olduğunu görebilir.
- Devlet temelli: Yerel devlet kurumları, ortaklıklar kurmak için uygun kuruluşlar olabilir. Özellikle eğitim kurumları mükemmel ortaklar olabilir ve kuruluşunuzun hizmet verdiği kitlelere erişim sağlayabilir.Devletiniz, Cafe Europe'unuz için yararlı olabilecek yerel nüfus hakkında veriler de sunabilir.
- İnanç temelli: Yerel dini topluluklar genellikle bir toplum için önemli kaynaklar olarak kabul edilir. Bu topluluklarda genellikle gönüllü çalışan kişiler bulunur. Katılımcılarınızın arka planını ve ortaklığın ne amaçla kurulduğunu göz önünde bulundurun.

Cafe Europe'un hedeflerini desteklemek için beraber çalışmaya karar veren ortaklar, birlikte , bir Cafe Europe organizasyonu(STK) -kar amacı gütmeyen -kurmaya bile karar verebilir.


Potansiyel ortakları değerlendirme

Potansiyel ortaklarınızın Cafe Europe'unuzu geliştirmenize yardımcı olmasını sağlamak için , ortak seçerken stratejik olarak göz önünde bulundurmanız gereken bazı şeyler vardır. Aşağıdaki çalışma sayfası, potansiyel ortakları değerlendirirken düşünme sürecinize rehberlik edecek sorular sorar.



Sorular	Yanıtlarınız
<p>Organizasyon tipi Ne tür bir organizasyon kurmanın en faydalı olacağını düşünün. Kar amacı gütmeyen bir kuruluş mu? Doğası gereği dini bir kuruluş mu? Büyük mü küçük mü? Organizasyonu tanımlayın.</p>	
<p>Hedef kitle Hangi kitlelere ulaşmaya çalışıyorsunuz ve bu kitleye ulaşmada en çok size kim yardımcı olur?</p>	
<p>Kazançlar ve karşılaşılabileceğiniz zorluklar Bu organizasyon ne gibi faydalar sağlayacaktır? Dezavantajları nelerdir?</p>	
<p>Kazançlar ve zorluklar Bu kuruluşun veya bireyin toplumda saygın bir yeri var mı ? Kendinizi kötü bir üne sahip bir kuruluşla ilişkilendirmek, topluluktaki konumunuza zarar verebilir.</p>	
<p>Hedefler, Amaçlar ve Sonuçlar Ortak kuruluşların her biri birlikte çalışarak neyi başarmak istiyor?</p>	



<p>Amaç Bu hedeflere ulaşmak için ne tür bir kurumsal ilişki gereklidir?</p> 	
<p>Kalite Bu tür kurumsal ilişkileri desteklemek için yeterli güven ve bağlılık var mı?</p> 	
<p>Kaynaklar Bu tür bir organizasyonel ilişki için zaman, beceriler, müşteri kitlesini anlama, finansal kaynaklar, toplum desteği, bağlılık, sağlık ve insan kaynakları gibi kaynaklar var mı? Yoksa, bu kaynaklara erişilebilir mi?</p> 	

Kaynak

https://publications.jsi.com/JSIInternet/Inc/Common/download_pub.cfm?id=14333&lid=3

Kurumun değerleri sizinkilere nasıl uyuyor? Misyonunuz ve hedefleriniz birbiriyle uyumlu değilse, bir ortaklığı yönetmeyi çok daha zor bulacaksınız. Kuruluşunuzun değerlerini ve potansiyel ortağınızın değerlerini listeleyin ve nerede benzeştiklerini görün: (değerlerin uyumluluğu).



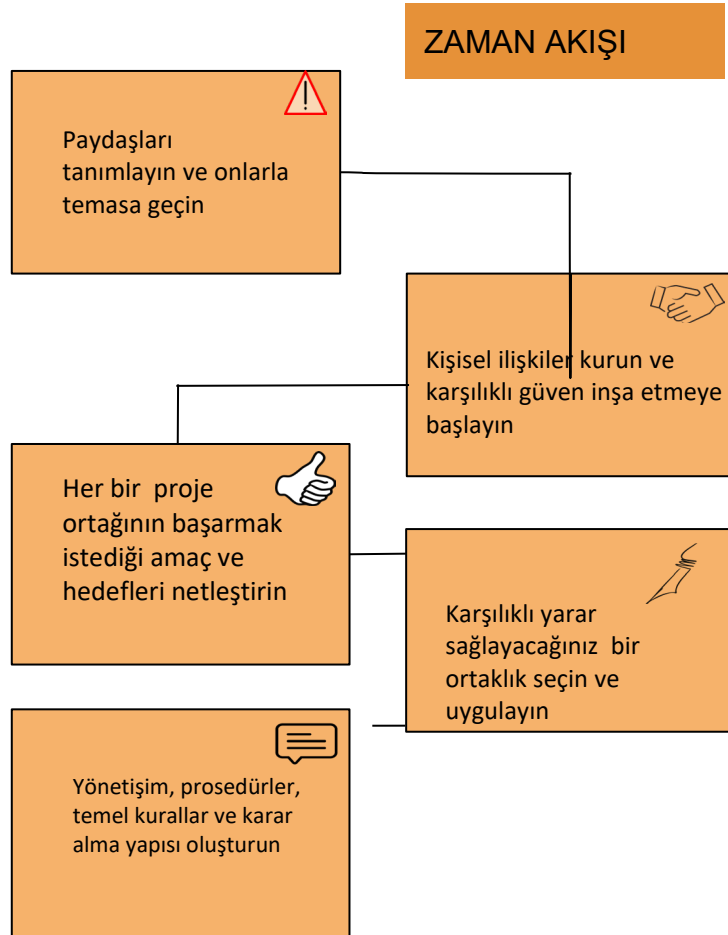
Cafe Europe değerleri	Potansiyel ortağınızın değerleri

İçinde bulunduğunuz topluluğu tanımak, iletişiminizi uygun şekilde uyarlamayı mümkün kılar. İlk olarak, mesajınızın hangi kilit topluluklara odaklanacağını seçin. Farklı gruplar için farklı mesajlara ve bu grupların her birine ulaşmak için farklı kanallara ve yöntemlere ihtiyacınız olacak. Ardından, iletişiminizi davranışlarını, bilgilerini veya koşullarını etkilemeyi umduğunuz kişilere mi yönlendirmeniz gerektiğini veya iletişiminizin dolaylı olması gerekip gerekmediğini düşünün. Bazen, örneğin, bir grubu etkilemek için, mesajınızı onların sözlerine önem verdikleri kişilere yöneltmeniz gerekir – din adamları, toplum liderleri, politikacılar vb. Bazen doğrudan etkilenenler yerine politika yapıcılar uygun hedeftir. Bunlar, hedef kitlenizi tanımlamanın birçok olası yolundan yalnızca birkaçıdır. Bunu yaptıktan sonra, onlara nasıl ulaşacağınız konusunda kurumunuz fikir sahibi olacaktır.

Hedef topluluklar	Anahtar kişiler	Bağlantı kurma fikirleri
Örnek: - Öğrenciler	Örnek: <ul style="list-style-type: none"> - Müdür - Öğretmenler - Sosyal uzmanlar - Fakülte dekanı - Yönetim kurulu üyeleri 	Örnek: <ul style="list-style-type: none"> - Katılımcı olmak - Cafe Europe'ı kuran organizasyonda staj yapmak - Start-up döneminde beyin fırtınası yapmak - Gençlerden oluşan bir ağ kurmak

Paydaş/ortak haritası oluşturun

Yerel hükümet, gençlik organizasyonları, liseler, spor kulüpleri,



BİR ODAK GRUBU KURMAK İÇİN İPUÇLARI&ÖNERİLER

*“ Yaptığım başarılı işlerin yarısı, eğer odak gruplarla çalışmasaydım asla başarıya ulaşmazdı”.-
John Hurt*

1. Bir odak grup oluşturmanın amacı

Bir odak grubu, projeye ilgili konulara ilişkin fikirler verir. Bir Cafe Europe'un nasıl başlatılacağına dair birden fazla bakış açısı elde etmek için konuşma, tartışma ve beyin fırtınası yapma fırsatları sunar.

Odak grupları, konuları tartışmanın yanı sıra, gençlerin ve paydaşların nasıl işbirliği yaptıkları, nasıl iletişim kurdukları ve nasıl geçindikleri hakkında fikir

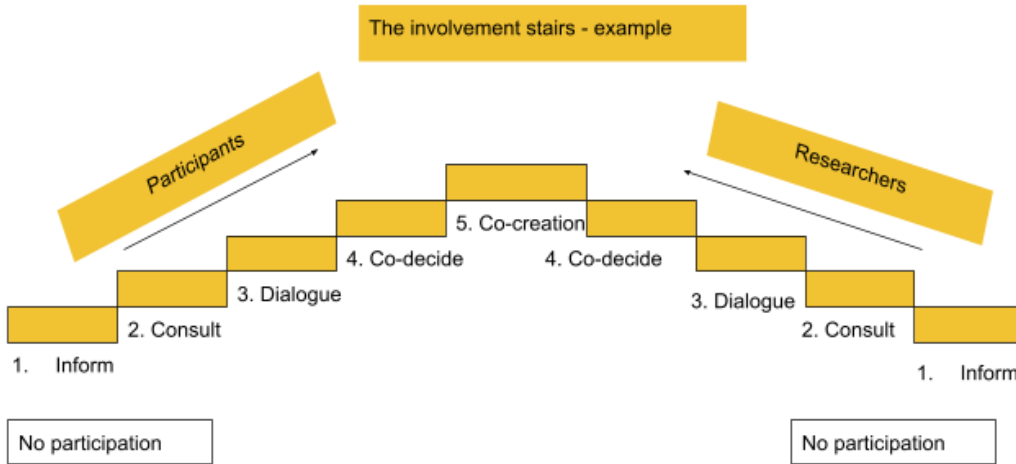


verir (Eelderink, 2020). Odak grupları içinde yukarıda bahsedilen zorlukları ve başarıları gözlemleyebilirsiniz.

2. Bir isim neyi ifade eder?



Odak grubu, thinktank, ekip...?? Grubunuza çeşitli isimler verebilirsiniz. Hedefiniz ve odak noktanız net olmalıdır. Hedef kitlenize uygun bir isim seçin veya uygun bir isim seçmelerine izin verin.



Aşağıdan yukarıya çeviri: No participants_Katılım yok; 1. Bilgilendirin 2. Danışın 3. Diyalog kurun 4. Ortaklaşa karar verin 5. Birlikte kurun

Merdivenlerin sol tarafı: 'katılımcılar' Merdivenlerin sağ tarafı: 'araştırmacılar'

Toplum odaklı bir proje olarak Cafe Europe, gençlerin ve diğer paydaşların katılımını teşvik eder. Projeye katılan odak gruplarına liderlik eden ortaklar (araştırmacılar), gençleri merdiveni tırmanmaya teşvik edeceklerdir. 5. Adım: "birlikte yaratma" 'ya doğru çalışmak gençler ve diğer katılımcılar arasında sahiplenmeyi ve sorumluluğu teşvik eder. Cafe Europe fiziksel olarak kurulduğunda, katılımcıların rolleri artabilir.

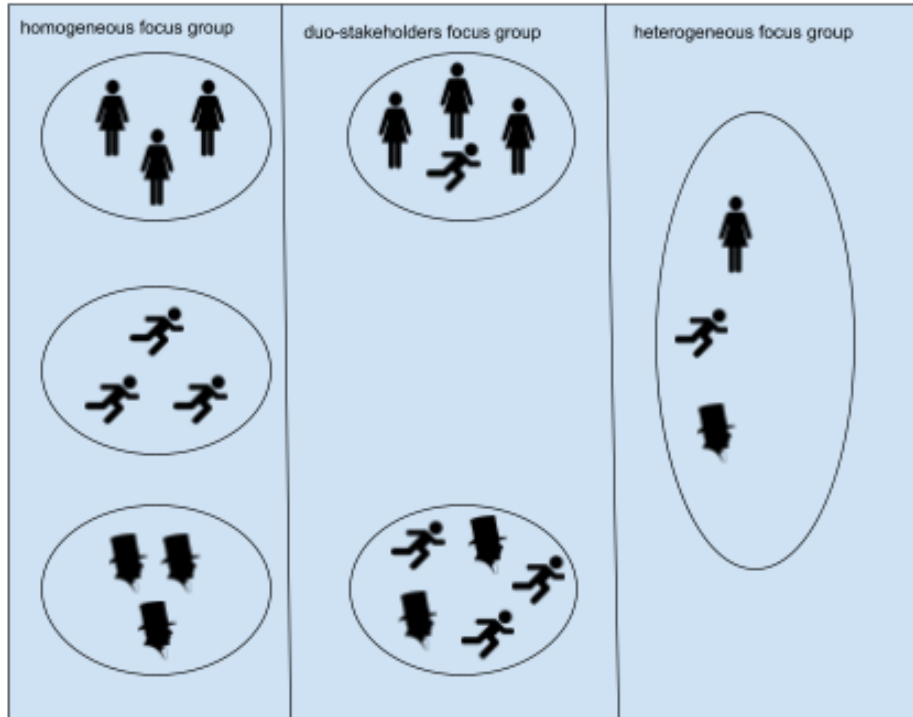
3. Bir odak grubu ne zaman oluşturulmalıdır?

Bir odak grubu, projenin farklı aşamalarında yardımcı olur. Cafe Europe'ın oryantasyon konuları/muhtemel zorlukları hakkında okumaya hemen başlayabilirsiniz. Proje sürecinde odak grubu daha ayrıntılı konuları tartışmaya başlar ve projenin sonunda sonuçların değerlendirilmesine yardımcı olabilir. (Eelderink, 2020).

4. Odak grup nasıl kurulur?

Özellikler

- Katılımcılar: 4-10
- Homojen- ikili katılım- heterojen



(Eelderink, 2020)

Cafe Europe kurarken bu projenize dahil edeceğiniz odak grup heterojen olacaktır. İki ana gruba başlayacak olsak da bu gruplar süreç içinde değişebilir. Bu, insanların hangi temalar üzerinde ortaklaşa çalışacaklarına bağlıdır, vb.. Katılımcıların karar verme sürecine dahil olduğundan emin olun.

Odak grupları içinde bulunması gerekli iki kilit grup adayları:

- Gençler: yerli ve yeni gelenler(ev sahibi ülkeye yeni gelen göçmenler) ve gençlik çalışanları/gönüllüler
- Paydaşlar

- Katılımcıların seçilmesi

o Davet ettiğiniz katılımcıların içsel olarak motive olduğundan emin olun

o Gençlere kendiniz yaklaşın veya kartopu tekniğini kullanın (bu teknikte gençler diğer akranlarına sorar). Bire bir görüşmeler de tavsiye edilir. Odak grup toplantıları başlamadan önce projenin tanıtılmasına yardımcı olur.

o Bölgenizdeki yeni gelen nüfusla ilgili verileri arayın. Bir daire diyagramı oluşturmak, çeşitli temsilcilerden oluşan bir grubun tespit edilmesine yardımcı olur

o Çeşitlilik olacağından emin olun: yaş, cinsiyet, (kültürel) geçmiş, yetenekler, eğitim düzeyi ve daha fazlası...

o Paydaş analizi, ulaşmanız gereken kurumları değerlendirmede önemli bir araçtır. 'Olası yerel ortaklarınızın kategorilerini incelemek, yerelde bir harita oluşturmanıza yardımcı olabilir. Muhtemel paydaş kategorileri şunlardır:

- Ortaklar(paydaşlar)
- Basın/medya
- Yerel yönetim
- 'Eşzamanlı'
- İlgili grupları
- Yerli halk

Muhtemel ortakları belirlemenin alternatif bir yolu, projeye ilgili konular/meseleler hakkında beyin fırtınası yapmaktır. Bu konuları/meseleleri analiz etmek ilgili yerel kurum veya kişilere ulaşmaya yol açacaktır. Uygun ortak arayışında kendinize soracağınız sorular şunlardır:

- Cafe Europe ile ilgili hangi olası lokasyonlar ilginizi çeker?
- Mali desteğe ihtiyacınız olsa kime başvurursunuz?
- Hangi yerel işletmeler kendi kendine yeterlilikle ilgili bilgilerini paylaşmaya istekli olur?

- **Konum:** Konumunuzu odak grubunuzun ihtiyaçlarına göre seçtiğinizden emin olun. Hedef kitlenizin ilişki kurabileceği tanıdık bir atmosfer yaratmak için bulunduğunuz yerin havasına, sandalye ve masaların düzenine, kırtasiye malzemelerine, kültürel geleneklere ve "enerjiyi yükselten etkinliklere" (Youtube size ilham verir) dikkat edin. Konular odak grupta, ya da daha küçük alt gruplarda tartışılabilir.

5. Sorular

Odak grupları ile yapılacak toplantıların alternatifleri bire bir görüşmelerdir. Aynı sorular bir anket için kullanılabilir. Katılımcı sayısına bağlı olarak çevrimiçi bir anket önerilir, çünkü yüzyüze görüşmeler daha fazla zaman alır. Ortaya çıkan verileri değerlendirmek ise daha karmaşıktır.

STEP 2 SÜRECİ PLANLAMA

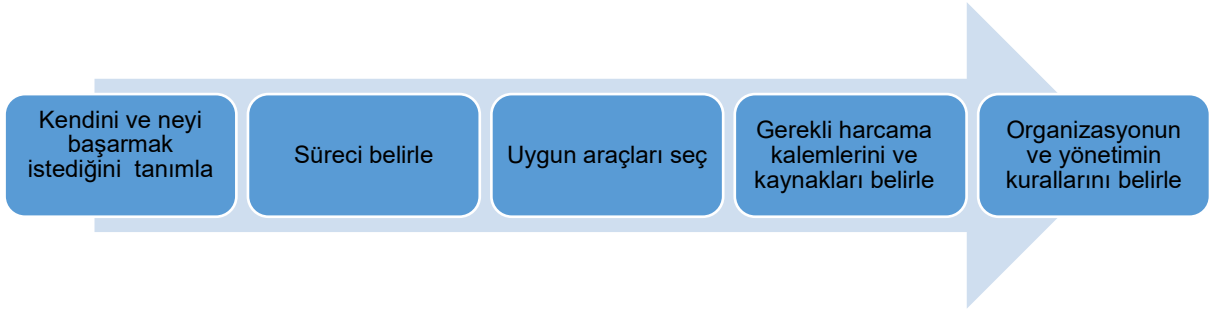
“Mantığını kullan , arkasından doğru kelimeler takip edecektir.”-Lewis Carroll

Amaçlar ve hedefler

Bu bölüm, Cafe Europe'un başarılı bir şekilde kurulması için gerekli olan planlama sürecine odaklanmaktadır. Cafe Europe'un kurucusu ve işletmecisi tarafından hazırlık çalışmalarına başlamadan önce kuruluş, program içeriğinin tanımı, zaman çizelgesi, kapasite ve maliyet açısından planlanması gereken adımlara dikkat edilecektir.

Yukarıdaki Lewis Carroll'un sözü, eylemlerimizi anlamlandıran ve bir hedef haline gelen fikirlere atıfta bulunur. Planlama, hedefe ulaşmak için bir sonraki gerekli adımdır.

Bu açıdan ele alınması gereken en önemli konu aşağıdaki adımlardır:



Başlangıç-Strateji belirleme

Strateji, bir hedefe ulaşmayı amaçlayan uzun vadeli bir faaliyet planı olarak görülmektedir. Bu, stratejinin belirtilen (stratejik hedef) gerçekleştirme sürecini, yani yerel ve göçmen gençler için bir buluşma yeri olan Cafe Europe'u kurarak işletecekleri süreci belirlenmesi anlamına gelir. Bir strateji belirlemeden önce, 'biz kimiz' (Cafe Europe ile ilgili olarak) konusunda net olmalıyız. Bu, misyonumuzu ve ayrıca "uzun vadede elde etmek istediğimiz şeyi, yani vizyonumuzu ortaya koymak anlamına gelir. Bu bağlamda strateji, seçtiğimiz yol anlamına gelir.

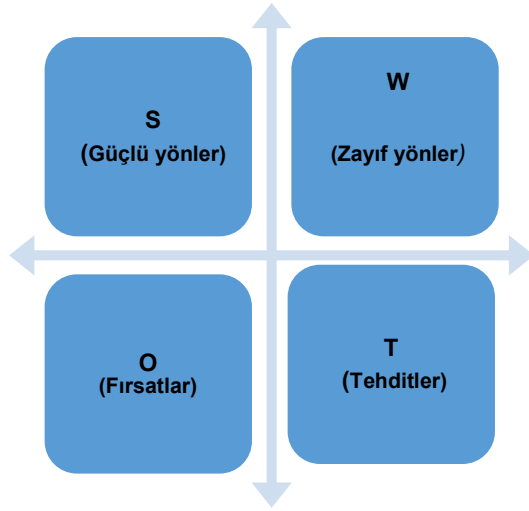
İlk olarak, stratejimizin bir parçası olan Cafe Europe'u fiziksel olarak mı yoksa çevrimiçi olarak mı seçeceğimize karar vermekle karşı karşıya kalacağız. Daha önce de belirtildiği gibi, strateji bize Cafe Europe'u nasıl inşa edeceğimizi, örneğin sıfırdan başlayıp başlamayacağımızı veya Cafe Europe'un belirli bir zaman çerçevesi içinde faaliyet göstereceği ve bundan yararlanacağı mevcut bir gençlik kulübünden ve mevcut ekipman ve tesislerden faydalanıp faydalanmayacağımızı söyler.

Örneğin, kafemiz her ayın ilk cuma günü çalışacaktır. Sadece bir buluşma yeri mi yoksa küçük bir işletme faaliyetinin parçası mı olacağı, küçük sanat objelerinin satışı, konferanslar, iş kulübü vb. gibi etkinliklerin içeriklerinin belirlenmesi önemlidir.

Herhangi bir stratejik karar, genellikle, güçlü ve zayıf yönlerimizi, dışardan kaynaklanabilecek fırsat ve tehditleri ve ayrıca ilgili tüm insan gruplarının potansiyel risklerini ve ilgi alanlarını haritalayan bir analizin sonucuna dayanır.

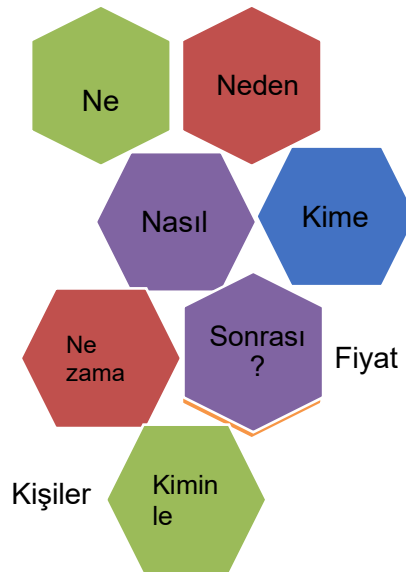
Başlangıç noktası, kendimizi içinde bulunduğumuz mevcut durumu hem dış çevreyle ilgili olarak hem de içerden analiz etmektir.

Uygun bir yöntem SWOT analizi gibi görünmektedir. SWOT analizi, mevcut durumun (iç faktörler) ve çevrenin mevcut durumunun (dış faktörler) analizine ve değerlendirilmesine odaklanır. İç ortamda güçlü ve zayıf yönler belirlenir. Dış çevreyi kontrol edemeyiz, o , bizden bağımsız olarak vardır ve biz fırsatlar ve gelebilecek tehditleri belirleriz.



Kullanılan kaynaklar da dahil olmak üzere hem hedefin hem de prosedürün (yol) belirli parametrelerini netleştirmek ve her şeyi özel olarak tanımlamak önemlidir.

Bundan sonra aşağıdaki soruları cevaplayarak ve bu temel soruların cevaplarını kayıt ederek yardımcı olacağız.



Ne - bizim için hedef anlamına gelir, ne elde etmek istediğimiz sorusuna bir cevaptır (ölçülebilir parametre)

Neden - sorunun tanımı, ihtiyaç (ankete bakın)

Kimin için - hedef grup gençliği

Nasıl - prosedür, faaliyetler

Ne zaman - hedefe ulaşmak için son tarih, zaman çizelgesi

Ne kadar - bütçe, maliyetler, finansman kaynakları

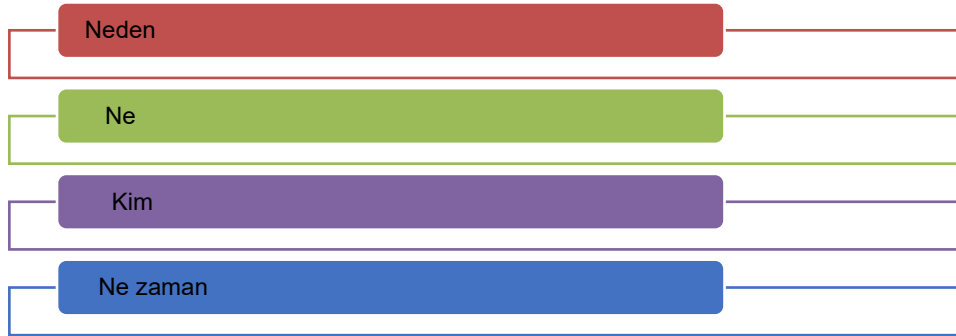
Kiminle - insanlar, sorumluluğun tanımı.

Planlama

" İyi bir plan, başarının ön şartıdır". (Anonim)

Belirtilen hedefe ulaşmak için, yapmamız gereken her şeyi açıkladığımız bir plana sahip olmak önemlidir. Böyle bir planın bir örneği, PRINCE2 proje yönetimi metodolojisi kapsamındaki bir plandır.

PRINCE2: "Proje planı, projeyi uygulamak için ihtiyaç duyulan ana ürünleri, kilometre taşlarını, faaliyetleri ve kaynakları tanımlayarak proje hedeflerine nasıl ve ne zaman ulaşılabileceğine dair bir beyandır.



• Neden?

Proje hangi gerekçelerle uygulanıyor? Proje hangi sorunu veya eksikliği çözmelidir? Bu projeyi uygulamak için neden kaynak ve çaba harcamamız gerekiyor?

Örneğin; Yerel gençler ve genç göçmenler için buluşma yeri yok.

• Ne?

Projenin amacı ve çıktısı nedir? Projenin ana ürünleri veya çıktıları nelerdir?

Örneğin; Cafe Europe, gayri resmi gençlik toplantıları için bir yerdir, ancak ayda iki kez düzenli etkinlikler sunar (dersler, oturumlar, dil kursları, küçük sanat eserlerinden oluşan bir pazar)

• Kim?

Projenin uygulanmasında kimler yer alacak? Ve projedeki bireysel katılımcıların sorumluluğu ne olacak? Projedeki katılımcılar nasıl organize edilecek?

Örneğin; Kar amacı gütmeyen kuruluş “Europ efor the Young/Gençler için Avrupa”, yarı zamanlı koordinatör, gönüllüler.

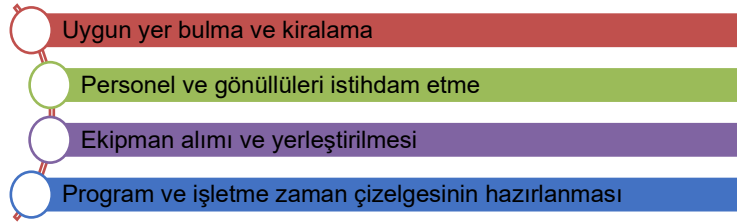
- Ne zaman?

Proje takvimi nedir? Projenin uygulanması sırasında önemli kilometre taşları nelerdir? Projenin zaman çizelgesi nedir ve kilometre taşları olarak bilinen özellikle önemli noktalar ne zaman olacak, tamamlandı mı?

Örneğin; Cafe Europe, 1 Ağustos 2021'den itibaren faaliyete başlayacak.

Hedefe ulaşmak için kaynakların, zamanın ve maliyetlerin planlanması önemlidir. İyi bir planın temeli, hedefe ulaşmak için yapmamız gereken tüm eylemleri tanımlamaktır.

Cafe Europe'u başarılı bir şekilde açmak için gerekli aktiviteleri belirleme örneği



3.1 Zaman Planlaması ve çizelgesi

Gantt diyagramı zamanlama yapmak için kullanılır. Her aktivitenin süresini ve önemli olayları gösteren kilometre taşlarını görüntüler. Aynı zamanda, faaliyetleri zaman çizelgesinde grafiksel olarak görüntüler.

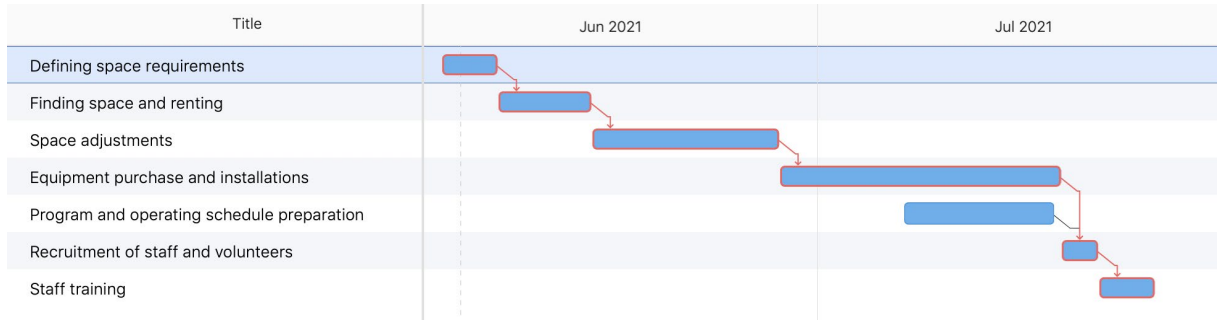
Cafe Europe'u açmaya yönelik faaliyetlere örnekler şunlar olabilir:

- Cafe Europe için alan gereksinimlerinin belirlenmesi (konum, boyut, ekipman)
- Yer bulma ve kiralama
- Cafe alanında ayarlamalar
- Ekipman alımı ve kurulumları
- Program ve çalışma planı hazırlama
- Personel ve gönüllülerin işe alınması
- Personel eğitimi

Etkinliklerin zamanlaması ve zaman içindeki dağılımı, Gantt şemasında gösterilir. Bir Gantt diyagramı oluşturmak için çeşitli araçlar vardır, örneğin Microsoft project [Project Management Software | Microsoft Project](#)

Projenin takibini yapmak için ve proje ilerlemesinin başarısını kontrol etmek için kullanılan kilometre taşları da planlamada önemlidir.

Bir ,‘kilometre taşı‘, bir projenin ilerlemesi sırasında gerçekleşen kesin bir ana olay, sonuçların hangi bölümünün tamamlandığı konusunda genellikle doğrulanabilir ve ölçülebilir bir zaman noktası olarak tanımlanır. Kilometre taşları programda belirlenir. Cafe Europe'un hazırlanması ve açılış sürecinde, mevcut tesislerin kiralanması , Cafe Europe'ın açılış ve lansmanı ve orada gerçekleşecek çeşitli etkinliklerin (örneğin etnik yemek tadımı, iş kulübü ve daha fazlası ile çok kültürlü akşamlar) düzenlenmesi için bir ön koşul olan gelişmiş bir Cafe Europe operasyonel planı bir kilometre taşı olarak kabul edilebilirler.



3.2 Harcama planı (bütçe)

Projenin başarılı bir şekilde uygulanması, gerçekçi maliyet hesaplamasına dayanmaktadır. Bu, projenin finansal boyutunun gerekli tüm maliyetleri karşıladığı anlamına gelir.

Maliyet ve toplam maliyeti ne olacak sorusunun cevabını bilmemiz gerekmektedir. Bunun koşulları, çalışanlara ödenecek ücret maliyetlerinin, gerekli ekipman ve malzeme alımlarının gerçekçi bir şekilde belirlenmesidir. Ayrıca sağlanması gereken hizmetler (kiralama, enerji, internet, tanıtım) gibi..

Dengeli bir bütçenin yanı sıra optimal maliyet ayarları için aşağıdan yukarıya ve yukarıdan aşağıya yöntemlerini kullanabiliriz. Bu yöntem, belirli bir süre boyunca planlanan tüm faaliyetlerin maliyetinin ayrıntılı bir hesaplamasını ve nihai olarak kaynaklara erişim ve onların sınırlı olması açısından harcamalarda olası azalmaları sunar. Ortaya çıkan maliyetlendirme belgesi bütçedir, bütçe örneği aşağıdaki resimde gösterilmektedir.

Bütçe

Bütçe (yıl)	

Harcama kalemi	Birim	Adet	Fiyat/birim (EUR)	Total (EUR)
1. Personel harcamaları				
1.1 Koordinator (0,5)	aylık	12	1 000	12 000
1.2.1 Uzman 1	Saat	30	20	600
1.2.2 Uzman 2	Saat	50	20	1000
2. Ekipman				
2.1 Mobilya (masa/sandalye takımı)	adet	30	40	12 000
2.2 Bilgisayar, printer set	adet	1	1100	11 000
3. Kira ve hizmetler				
3.1 Mekân kirası (50 m2)	aylık	12	600	7 200
3.2 Hizmetler (elektrik, internet, vb)	month	12	150	1 800
Total:				45 600

STEP 3. BÖLGENİZİ TANIMAK

Öğrenme amaç ve hedefleri

Bu El Kılavuzu, Cafe Europe Konsorsiyumu'nun potansiyel katılımcılar ve paydaşlarla gerçekleştirdiği ve kafenin lokasyonu, düzeni ve yönetimi ile ilgili soruları içeren bir anket aracılığıyla oluşturulmuştur. Bu rehberin amacı, bir kafe mekânının konumuna karar verirken dikkat edilmesi gereken yönleri sıralayarak Cafe Europe 'un kurulmasını kolaylaştırmaktır.

Öğrenme sonuçları

Bu bölümdeki bilgileri kullanarak, bir kuruluş veya birey, Cafe Europe kurarken, konumuyla ilgili olarak göz önünde bulundurulması gereken hususların ayrıntılı bir listesine, uygun konumun hangi özelliklere sahip olması gerektiğiyle ilgili önerilere ulaşabilecektir.

Ulaşım

Katılımcıların çoğu kendi aracına sahip olamayacağından, belki de en önemli husus kafenin konumudur. Konum, tercihen herkesin erişebileceği bir toplu taşıma aracına yakın olması gözetilerek seçilmelidir.

Toplu taşıma konusunu ele almanın ideal yolu, mümkün olduğunca çok sayıda toplu taşıma alternatifine sahip bir yer seçmektir. Bu, tüm katılımcıların kendilerine en uygun aracı seçmelerini

sağlayacaktır. Şehir merkezine yakın alanlar bu gereksinimi karşılamaya yatkındır, bu da uygun bir yer bulmak için onların ideal adaylar oldukları anlamına gelir. Alternatif olarak, katılımcıların hepsi belirli bir bölgeden ise, kafe orada kurulabilir. Dikkate alınması gereken bir diğer faktör de toplu taşıma tarifeleridir. Programlar gün içinde değişebileceğinden, katılımcıların kafeye gidip gelmelerinin bir yolu olduğundan emin olmak önemlidir.

Kafe için yer seçiminden önce aşağıdakileri içeren bir kontrol listesi yapılmalıdır:

1. Toplam toplu taşıma alternatifleri
2. Katılımcıların bulunduğu yere giden ve gelen rotalar
3. Mevcut toplu taşıma tarifeleri
4. Ulaşım maliyeti
5. Ulaşım güvenliği, özellikle geceleri.

Kafeye erişilebilirlik

Kafede her türlü engel için barınma olanakları sağlanmalıdır. Aşağıda, belirli durumlar için bir konaklama listesi bulunmaktadır:

- Bilişsel engellilik: Kafedeki menüler, bilişsel bozukluğu olan kişilere yardımcı olmak için mümkün olduğunca ürünlerinin resimli tasvirlerine sahip olmalıdır. Ürün fotoğrafları bunu yapmanın ideal yoludur. Her menü için olmasa da, gerektiğinde fotoğraflı özel bir menü bulunmalıdır.

- Görme engelliler: Beyaz bastonla kolayca algılanamayan nesnelere ve nesnelere yerleştirmesinden kaçınılmalıdır. Bunlar arasında duvarlara gömülü veya asılı, zemin desteği olmayan sandalyeler ve masalar, kemerli nesnelere ve bitkiler ve kolayca devrilebilen dengesiz nesnelere bulunur.

- İşitme ve konuşma engelliler: Hem menüde hem de kafe çevresinde gerekli tüm bilgiler yazılmalıdır. Bu, kafe içindeki hareket imkanını (örneğin tualete) ve sipariş vermeyi (bir menü aracılığıyla) kolaylaştıracaktır.

- Motor bozuklukları: Seçilen yer herkes tarafından erişilebilir olmalıdır. Dik yokuşlardan, merdivenlerden ve yetersiz yaya alanlarından kaçınılmalıdır. İdeal olarak, kafe zemin katta olmalı veya bundan daha yüksekse bir rampaya sahip olmalıdır. Daha yüksek bir katta ise, tekerlekli sandalyeye sığacak kadar yeterli alana sahip bir asansör bulunmalıdır.

Ek olarak, tesisinizin dışında engebeli zemin, kaygan fayans veya çakıl bulunmamalıdır, çünkü bu, yürüme yeteneği olmayan kişilerin erişilebilirliğini büyük ölçüde bozabilir. Kafe içerisinde yer tahsisi yapılırken tekerlekli sandalyeli kişilerin rahatça hareket edebilecekleri alan bırakılmalıdır. Masalar ayrıca tekerlekli sandalyeli kişilerin rahatça oturabileceği şekilde ayarlanmalıdır.



Kârlılık

Amaç işleyen bir kafe veya başka bir " ticari girişim benzeri" iş kurmaksa, müşteri kazanma şansına sahip olmak için kafenin önünden en azından bir miktar insanın geçmesi gerekir. Konumları seçerken, bölgeden geçen toplam insan sayısı dikkate alınmalıdır. Aynı zamanda, bölgedeki diğer kafe ve benzeri işletmeler de göz önünde bulundurulmalıdır, çünkü bu durum Cafe Europe'a gelebilecek kişi sayısını azaltacaktır.

Öte yandan, ticari açıdan çekici özelliklere sahip alanların iki dezavantajı vardır:

1. Yer kiralamak daha pahalıdır
2. Çok daha fazla rekabete sahiptirler.

Aynı şekilde, çok fazla alternatifin olmadığı lokasyonlar ve ideal olarak gençlere yönelik diğer tesislerin bulunduğu bir alan seçilmelidir. Örnekler; halk kütüphaneleri, gençler için açık çalışma alanları, çalışma alanları, sosyal destek tesisler gibi. Bu özel örnekler, yüksek kârlı ticari alanların getirebileceği rekabet yükü olmadan kafeye olası ziyaretçi sayısının artmasını sağlayacaktır.



Güvenlik

Hem işe alınacak katılımcılar hem de kafeye gelecek müşteriler için bölgenin güvenliği göz önünde bulundurulmalıdır. Katılımcıların kendilerini iyi hissetmelerini sağlamak da önemlidir.

Kafe kurulması düşünülen alanlar, yeterli aydınlatmanın sağlanması ve alanın etrafındaki açık olan diğer mağaza ve kuruluşların sayısının değerlendirilmesi için nihai karardan önce gece ziyaret edilmelidir, bu geceleri o bölgede insanlar olduğu anlamına gelir.

Bu durum, bir lokasyonun güvenliği, kira maliyetleriyle doğrudan ilişkili olduğu için bir risk oluşturmaktadır. Kafenin maliyetini azaltmak için güvenli olmayan alanlardan kaçınmak önemlidir, bu nedenle yukarıda bahsedilen eylemler gerçekleştirilmelidir. Bir kez daha, yukarıda “ticari kazanç”

bölümünde belirtildiği gibi, mümkünse kafe girişimini mevcut bir gençlik girişimi ile birleştirmek tercih edilir. Bu, bütçeyi düşük tutarken aynı zamanda artan bir güvenlik sağlar.

Kafenin bakımı ve potansiyel riskler

Sağlığa ilişkin düzenlemeler: Yiyecek veya içecek servisi içeren her türlü mekânın işletilmesi, farklı ülkelerde farklı izinler gerektirir. Bu durum, özellikle, temel olarak para alışverişi olduğunda ve mekân, resmi olarak bir yiyecek veya içecek distribütörü olduğunda böyledir. Kafeler para alışverişi olmadan kurulursa ve resmi olarak, dükkân yerine çalışma alanı olarak kabul ediliyorsa çalışma izinleri çok daha az katı kurallara bağlıdır. Katılımcılar veya konsorsiyum tarafından çalışma izni alınmak isteniyorsa, katılımcıların özel kurslara katılmaları ve ülkeye göre değişen ancak hijyen kurallarını merkeze alan gerekli nitelikleri edinmeleri gerekecektir. **Temizlik:** Kuruluşun temizliği katılımcılar tarafından yapılmalıdır ve ilk işe alımda, katılımcının eğitimi net olarak üzerinde durulması gereken bir husustur. Ayrıca eğitimle katılımcının profesyonel bir beceri kazanmasının yanı sıra, herhangi bir hijyen riski resmi şikayetlere neden olabileceğinden ve bu durum kafenin işlemlerini engelleyebileceği için eğitim gerekliliktir.

Güvenlik: Kafede bulunacak değerli eşyalar (kahve makineleri veya diğer cihazlar gibi) göz önüne alındığında, katılımcıların kafelerini güvende tutmak için net bir güvenlik protokolü olmalıdır. Önerilen plan ile ilgili hususlar aşağıda bulunabilir.

Sarf malzemesi alımı ve imhası: Kafenin açılışından önce, sarf malzemelerinin satın alınması maliyet ve sürdürülebilirlik açısından tartışılmalıdır. Kafelerin gelir elde etmesi öngörülmezse, özellikle projenin bitişinden sonra, uzun vadede sarf malzemesi elde etmek zor olabilir. Bu nedenle, bu sorunu hafifletmek için, bir tür telafi/ bağış alınması önerilir. Ayrıca atık malzemelerin bertaraf edilmesi sürdürülebilir ve çevre dostu bir şekilde yapılmalıdır. (Hem satın alma hem de atıklardan kurtulma planları aşağıda ayrıntılı olarak açıklanmıştır).

Vardiyalar ve dönüşümlü çalışma: Katılımcılar vardiya ve rotasyonlarla kendi çalışma planlarını tasarlamaktan sorumlu olmalıdır. İlk başta, bu gözetim gerektirebilir, ancak amaç katılımcıların kafeyi bağımsız bir birim haline getirmesi ve gerekmedikçe yardım almadan çalışmalarını olmalıdır. Bir iş planı yaratmak ve personeli koordine etmek, eğitimlerine dahil edilecek bir beceridir.

Güvenlik Planı: Giriş ve çıkış zamanını içeren imzalı "kart basma" planı. Her günün başında ve sonunda bir kişinin envanteri çıkarmaktan ve belirli öğelerin yerinde olduğunu doğrulamaktan sorumlu olacağı envanter kontrol listesi. Bu ikisi bir araya geldiğinde güvenliği artıracak, katılımı takip edecek ve organizasyonu iyileştirecektir. Özellikle açılıştan ve kapanıştan bir saat önce envanter alınacaktır. Güvenliğe ek olarak, envanter, malzeme siparişlerinin verilmesini kolaylaştıracaktır.

Gelir ve sürdürülebilirlik: Gelir olmadan, özellikle projenin bitiminden sonra, sürekli malzeme alımı imkânsız olacaktır. Öte yandan, parasal işlemler, resmi izinler, evraklar ve sorumlu bir tüzel kişilik gerektirir ki bu proje için mümkün değildir. Bunu azaltmak için, müşterilere istedikleri her şeyi kafeye bağışlayabilecekleri bir bağış seçeneği eklenmesi önerilir ve tüm gelirler kafenin bakımına gidecektir.

STEP 4. GENÇLİK ÇALIŞANLARI VE GÖNÜLLÜLERİN EĞİTİMİ

Öğrenme amaçları ve hedefleri

Bu bölümü okuyarak, gençlik çalışanları ve gönüllüleri takım oluşturma ve takım bağlarının önemi, neden bunlara yatırım yapmamız gerektiği, gerekli beceriler ve yeterlilikler ve etkili takımların nasıl kurulacağına dair ipuçları hakkında bilgi edinmelidir.

Öğrenme sonuçları

Bu bölümde kazanılan bilgileri kullanarak, gençlik çalışanları ve gönüllüler ekipler içindeki rollerin nasıl tanımlanacağına, sosyal ilişkileri nasıl geliştireceklerine ve işbirlikçi görevlerle ekiplerin birlikte daha iyi çalışmasını sağlayacaklarına dair bilgi edinmiş olacaklardır.

Giriş

“Hiçbirimiz hepimizin toplamı kadar zeki değiliz.” -Ken

Blanchard

Birçoğumuz hayatımızın bir döneminde bir takımın veya grubun parçası olmuş olabiliriz. Lokal veya okul projelerine katılmış, bir spor takımında oynamış veya iş hayatımızda bir takımın parçası olmuş olabiliriz. Bazı insanlar başkalarıyla çalışmaktan gerçekten keyif alırken ve işbirliği onlara çok uygunken, bazıları tek başına olmayı tercih eder. Bu ikinci gruptaki kişiler için, bir gruba uyum sağlamak zaman ve çaba gerektirebilir. Bir ekipte herkesin başkalarıyla yakın çalışması her zaman gerekli değildir, ancak bir ekipte etkin bir şekilde çalışabilme yeteneği günümüzün iş yerlerinde ve genel olarak yaşamda çok önemlidir.



Kapsayıcılığı ve uyumu sağlamak için ekip çalışmasına her üyenin tam ve eşit katılımını teşvik etmek çok önemlidir. Bir takımındaki herkes genel hedeflere ulaşmak için eşit şekilde yatırım yaparsa ve takım üyelerinin birbirlerine bağımlılıklarının farkına varırsa, iyi yönde değişim olacaktır.

1. Takım kurmak veya takım üyeleri arasındaki bağları güçlendirmek mi?

Bir takım oluşturma ve takım üyeleri arasındaki bağları güçlendirme birlikte yürüse ve sürekli süreçler olsa da, aralarında bir farklılık vardır. Evet, ikisi de bir takımı geliştirmeye hizmet etmektedir, ancak beklenen sonuçlarda farklılaşırlar. Bir takımın üyelerinin aralarında bağ oluşturmalarını sağlamak, öncelikle sosyal uyum ve bir takım kimliği oluşturmaya yardımcı olan ortak deneyimleri öne çıkarmakla ilgilidir, oysa , bir takım oluşturmak, daha verimli ve etkili çalışma yolları oluşturmak için üyelerin becerilerini geliştirmelerine odaklanır. Ek olarak, bir takım kurma (teambuilding) etkinliği, genellikle problem çözme, etkili iletişim sağlama veya çatışma yönetimi gibi belirli bir amaca yönelik ve stratejik olarak planlanmış bir etkinlik iken, üyeler arasındaki bağların güçlenmesi (team bonding)

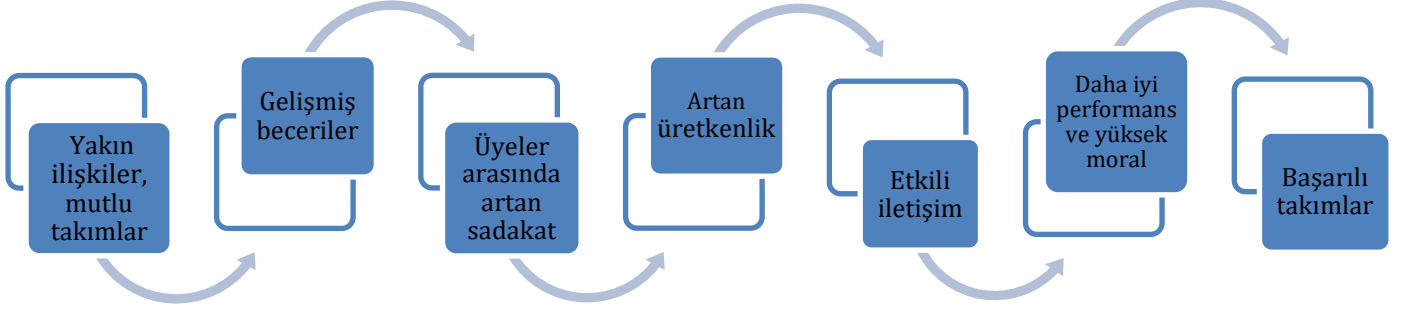
organik olarak gerçekleşir. Ayrıca, bir takım kurma etkinliği, üyeler arasındaki bağları kuvvetlendirme amacına da hizmet edebiliyorken, üyeler arasındaki bağları güçlendirme faaliyeti takım kurma etkinliklerinin amaçlarını taşımayabilir.

Takımınızın ihtiyaçlarına göre üyeler arasındaki bağların güçlendirilmesine veya yepyeni bir ekip oluşturmaya doğru zamanda ve doğru şekilde yatırım yapmak çok önemlidir. Bir takımın üyeleri arasındaki bağları güçlendirme etkinlikleri hem yeni oluşturulan hem de mevcut takımlarda kullanılabilir, ancak bir takımı kurmak ilk adımdır. Bunun içinde, ilk önce üyeleri ortak bir hedefi olan bir grupta birleştirir, ardından ekip üyelerinin birbirini tanımalarına ve aralarında bağ kurmalarına yardımcı olarak ve ilişkilerini güçlendirerek takımı oluştururuz.

1.1 Takım üyelerinin aralarındaki bağların güçlendirilmesi neden önemlidir?

Takım üyelerini kaynaştırma faaliyetleri, takımın ilişkisel yönünü güçlendirmeyi amaçlar. Ortak deneyimler edinmeye yatırım yapmak; üyelerin birbirlerine karşı güven duymasına, iletişimi kolaylaştırmasına, ekibin üretkenliğini, güven ve morali artırmaya yardımcı olacağı için önemlidir.



Takım üyeleri arasında güçlü bağlar kurmanın yararları



1.2. Takım bağlarını güçlendirme kuralları

Takım oluşturma etkinlikleri, karmaşık faaliyet planlamasına ihtiyaç duyabilecekken, ekip üyeleri arasında bağlar kendiliğinden oluşur, şart olmasa da genellikle iş yeri dışında. Takım üyeleri arasındaki bağlar dikkatlice planlanmış ve yapılandırılmış faaliyetler yerine eğlenceli ve arkadaşça bağlantılarla güçlendirilir. Bu durum, üyelerde takım ruhunu geliştirmeye yardımcı olan ve devamlılığı olan bir süreçtir.



 Yapın....	 Yapmayın...
Takım üyeleri arasındaki bağların doğal ortamda gelişmesini teşvik edin	Üyeler arasındaki bağları güçlendirmeye çalışırken, yapay, tuhaf, utandırıcı ve risk içeren etkinlikler düzenlemekten kaçınin

Takım üyelerinin zayıf oldukları yönlerindense güçlü oldukları yönlere odaklanın	Başarısızlık durumunda hatalarına dikkat çekerek üyelerin utanmasına neden olmak, bunun yerine takımın bu hatalardan ders çıkarmasını sağlayın
Tercihen iş yeri dışında sosyal etkinlikleri teşvik edin	Tüm ekip üyelerinin katılmayacağı, anlamsız ve zaman kaybı olarak görecekları faaliyetler düzenlemekten kaçının
Her gün, her yöntemi kullanarak iletişimde olun	Takımdaki üyelerin kişisel ve özel hayatına müdahale olarak algılayacakları algılayacakları sorulardan kaçının
Takım üyelerinin birçok yönden farklı olduğunu hatırlayın	Takım içinde kalıplaşmış yargıların oluşmasına ve büyümesine izin vermeyin
Takım ruhunun bir parçası haline getirmek için düzenli takım üyeleri arasındaki bağları güçlendirme etkinlikleri yaptığınızdan emin olun	Takımdaki herkesin eşit olduğunu varsayan türden aktiviteler organize etmekten kaçının

1.3.Takım bağlarını güçlendirme etkinlikleri örnekleri

Bir takımın üyeleri arasındaki bağlar, genellikle doğal olarak gerçekleşir; örneğin, kişiler işyerinde kahve molasında veya öğle sonra birlikte bir şeyler yenilip içildiğinde, birlikte karaoke¹ akşamlarında vakit geçirildiğinde veya hafta sonu işten sonra yapılan toplantılarda meydana gelir. İnsanların gruptaki diğerleriyle ortak olan yönlerini öğrenmelerine yardımcı olacak etkili bir araç, takımdaki üyelerin yaşam ve / veya iş deneyimlerini paylaşmalarına fırsat vermektir. Hep beraber gidilen piknikler, takım olarak gönüllü çalışmalarda yer alma, yardım amaçlı koşulara veya başka

etkinliklere katılma, ihtiyaç sahibi insanlara dağıtmak amacıyla gıda toplama, üyelerin ihtiyacı olan insanlara yemek pişirip bağışta bulunduğu mutfak ekibinde yer alma, müzik grubu kurma, birlikte

¹ **Karaoke:** Her hangi bir şarkıdan sesin çıkartılıp müziğin kalması ve bu müzikle beraber şarkıyı başkalarının seslendirmesi anlamına gelir. Bir eğlence aracıdır.

egzersiz yapma, bağış toplama faaliyetlerinde yer alma, bunların hepsi takım içindeki bağları oluşturmaya ve güçlendirmeye yardımcı olur.

Takım bağlarının oluşmasını teşvik etmek, birlikte çalışan insanlar için akıllıca bir harekettir. Doğru yapıldığında, takım kurma etkinlikleri, kişiler arasındaki bağların da güçlenmesine yardımcı olur, bu da karşılıklı güvene ve daha fazla üretkenliğe yol açar.



► **Aktivite:** Takım bağlarını güçlendirme etkinlikleri için: <https://teambonding.com>

Daha fazla takım kurma etkinlikleri için bölümün sonunda Kaynaklar'a bakınız.

2. Kısaca özetlersek, "takım kurma" nedir?

"Eğer hızlı gitmek istersen, yalnız git. Eğer uzağa gitmek istersen, başkalarıyla birlikte git."- Afrika atasözü

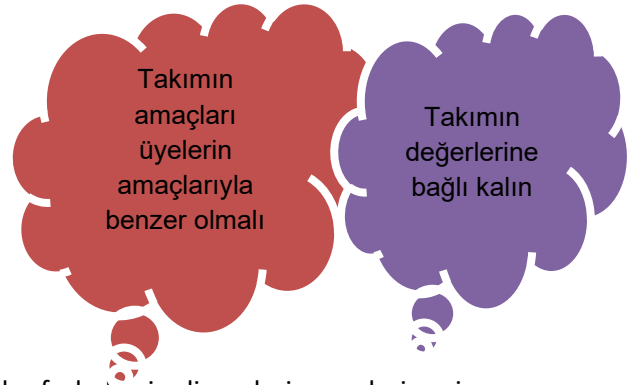
Katıldığınız herhangi bir takımdaki kişisel deneyiminizi düşünün:

- *Takım çalışmasının en çok neyinden hoşlandınız?*
- *İyileştirilmesi gereken herhangi bir zorluk var mıydı?*
- *En güçlü ve en zayıf yönleriniz olarak neyi keşfettiniz?*

Bir takım oluşturma, kişilere, günlük etkileşim, kaynak ve etkinlikleri kullanarak, uyumlu ve iş birliği içinde çalışan bir grup haline gelmelerine nasıl yardımcı olunabileceğini bilmektir. Başarılı bir ekipte, tüm üyeler, belirlenen hedeflere ulaşmak ve bunlara nasıl ulaşılacağını tanımlamak için geri bildirim sağlarlar.

2.1. Neden takım oluşturmaya yatırım yapmak gerekir?

Çünkü bir ekip oluşturma çabalarımızın sonucunda, beklediğimizden daha fazla karşılık alabiliriz. Takım oluşturma, iletişim, yetkilendirme (delegation), güven verme ve iş birliği gibi ekip çalışmasının farklı yönlerinde kullanılacak becerilerin geliştirilmesine yardımcı olur. Ayrıca üyelerin birbirlerini daha iyi tanımalarına, onlar hakkında daha fazla bilgi edinmelerine, neleri sevip neleri sevmediklerini, hayatta tutkuyla istedikleri şeylerin neler olduğunu öğrenmelerine ve birbirlerini destekleyip ve takdir etmelerine yardımcı olur.



2.2.Başarılı bir takım nasıl oluşturulur?

1. S.M.A.R.T hedefler belirleyin

“Plansız bir hedef yalnızca bir dilektir.” — Antoine de Saint-Exupéry

Akıllı hedefler belirlemek, etkili bir takım oluşturmanın temelidir ve tüm ekip oluşturma faaliyetlerinin bir parçası olmalıdır. SMART hedef belirleme, ekibin tüm çabalarını yeni başarılar elde etmeye yönlendirmesine ve yol boyunca motive kalmasına yardımcı olur. SMART hedefleri belirlemenin ilk adımı, takımınızın ihtiyaçlarını belirlemek ve buna göre net bireysel ve takım hedefleri belirlemektir. Hedefler belirlerken, takımınızın üyelerini etkinliğin planlamasına dahil edin ve beklenen sonuçları, olası başarıları ve başarısızlıkları tanımlayın!



Etker'deki SMART hedefler şablonunu kullanarak hedeflerinizi belirleyin!

2.Takımınızda roller ve sorumlulukları belirleyin!

Roller ve sorumlulukları en başından itibaren belirlemek, takım üyeleri ve liderinin rol ve sorumluluklarının net bir şekilde tanımlanmasına, boşlukların ve çakışmaların belirlenmesine ve bunlarla başa çıkmak için planlar yapılmasına, gereksiz tartışmalar, memnuniyetsizlik ve çatışmalardan kaçınılmasına yardımcı olması açısından çok önemlidir.

Sorumluluk Matrisi (RACI chart)

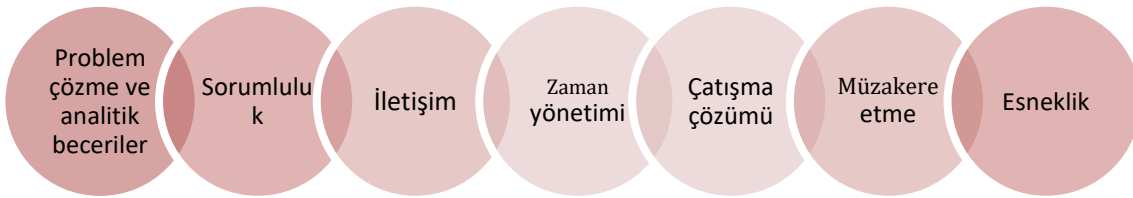
Sorumluluk Matrisi, rolleri ve sorumlulukları açıkça tanımlamak, anlatmak ve belgelemek için en basit ve en etkili araçtır. Takımların , belirli bir görevi kimin yapacağını, bu iş yapılırken kime danışılacağını ve kimin her adımda bilgilendirilmesi gerektiğini tam olarak bilmesini sağlar, ekibin başarı şansını önemli ölçüde artırır.

➤ **Araç:** Linke tıklayarak RACI tablosunda takım üyelerinin rol ve sorumluluklarını belirleyin:

<https://docs.google.com/document/d/1ypam8-mSM0S19y00zrDWmwHD5rEJtMvaE5FNTu03iMA/edit>

3. Takım oluşturma becerileri

Kişilerin bir takım içinde bulunmayı öğrenmeleri gerekir. Bir ekip oluşturmak, kişilerin, üyeler arasındaki anlaşmazlıkları müzakere etmek, çatışmaları yönetmek ve üretken bir şekilde çalışmak için kişilerarası becerilere sahip olmasını ve / veya öğrenmesini gerektirir. Ekip çalışması aslında birkaç becerinin bir kombinasyonu ile daha kolay bir hale gelir, bunlardan tek birinin bile olmaması, ekibin / grubun çökmesine neden olabilir.



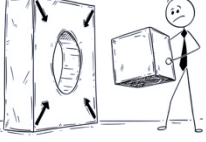
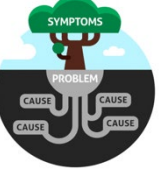


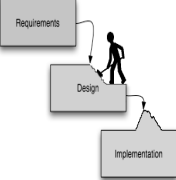

Takım oluşturma becerileri ve nitelikleri yalnızca iş yerinde değil, yaşamın tüm alanları için çok önemlidir. Diğer kişilerarası beceriler gibi, takım kurma becerilerini edinmek de ömür boyu sürecek bir öğrenmedir ve hepimiz baktığımız, konuştuğumuz, düşündüğümüz veya hissetmeye devam ettiğimiz için öğrenme süreci hiç bitmez. Dolayısıyla bu beceriler, öğrenilmeli, beslenmeli ve hayat boyu uygulanmalıdır.

4. Problem çözme

"Bir problemi çözmek için bir saatim olsaydı, problemin kendisini düşünmek için 55 dakikamı ve çözümleri düşünmek için 5 dakikamı harcardım" - Albert Einstein

Problem çözme süreci takım oluşturma aşamasında önemlidir, çünkü takım üyelerinin ekip çalışmasında bir problemi olduğu zaman veya olursa tespit etmelerine, bunun nedenini anlamalarına, neyi nasıl yapmaları gerektiğini belirlemek için ellerinde hangi araç ve kaynaklara sahip olduklarını, hatta sorunu çözmek için dışarıdan yardım almak gerektiğini de anlamalarına yardımcı olabilir.


Takım çalışmasında zor ve beklenmedik durumların üstesinden gelmek, bir sorunun kaynağını belirlemek ve etkili bir çözüm bulmak için bir problem çözme düşünce yapısına ve becerisine ihtiyacımız vardır.

Temel Problem Çözme Prosesi		
Adımlar	Açıklama	Gerekli beceriler
 <p>Adım 1: Problemi tanımlayın!</p>	Sorunlar, gerçekte meydana gelenler beklenenden farklı olduğunda ortaya çıkar!	Sorun belirleme Aktif dinleme İletişim Araştırma yapma Konuları anlama
 <p>Adım 2: Sorunun nedenlerini tanımlayın!</p>	Sorunu açıkça ifade edin! "Neden" diye sorun!	Veri analizi
 <p>Adım 3: Olası bir çözüm bulun!</p>	Beyin fırtınası yapın! Mümkün olduğunca çok fikir üretin! Bu aşamada fikirlerin hiçbirini yargılamayın!	Yaratıcılık Tahmin yürütme Beyin fırtınası yapma
 <p>Adım 4: En iyi çözümü seçin!</p>	Karar verin, çözümün istediğiniz sonuçlarla uyumlu olup olmadığını değerlendirin!	Veri analizi Karar verme Önceliklendirme
 <p>Adım 5: En iyi çözümü gerçekleştirin!</p>	Bir eylem planı geliştirin ve değişiklikleri gerçekleştirin!	İletişim Takım oluşturma Sorun giderme Liderlik Güvenilirlik Yönetme
 <p>Adım 6: Geri bildirimleri izleyin!</p>	Hataları yakalayın! Çözümün uygulanabilir olup olmadığını kontrol edin ve doğrulayın!	Aktif dinleme Veri analizi İletişim Karar verme Esneklik


5. Takım kurma etkinlikleri ve araçları

Takımın grup dinamikleri aşamalarından mümkün olan en hızlı geçişini teşvik etmek için, belirli aktiviteler – örneğin icebreaker'lar, takım üyeleri arasında güven inşa etmek için oyunlar, ortak

düşünme aktiviteleri, bilgilendirme, tartışma gibi etkinlikler takım kurmaya giriş, paylaşım ve yakınlaşma için kullanılır.

 **İzleyin:** Farklı takım kurma yöntemleri, enerji vericiler ve oyunların video gösterimi ile oynatma listelerini izleyin:

https://www.youtube.com/playlist?list=PL3S9BpP_Ds324NuxrwBBUYVCXOHeYksI7

 **Uygulama:** "Yeteneklerimi tahmin et" - Yeni gruplar için ekip oluşturma etkinliği:

<https://www.salto-youth.net/tools/toolbox/tool/guess-my-skills.2262/>

STEP 5. CAFE EUROPE: KURULUŞ VE DEKORASYON

Öğrenme amaçları ve hedefleri

Cafe Europe kurucuları , bu bölümü baştan sona okuyarak, hedef grubun ihtiyaçlarına göre kapsayıcı bir ortam yaratmanın önemine dair bir anlayış geliştirmelidir.

Öğrenme sonuçları

Bu bölümde kazanılan bilgileri kullanarak, Cafe Europe kurucuları, sosyal olarak kapsayıcı bir Cafe Europe ortamı yaratabilecek ve hedef grubun sürece nasıl dahil edileceğine dair pratik ipuçları ve beceriler elde edeceklerdir.

Giriş

Bu kılavuzun önceki adımlarında, Cafe Europe girişimcileri , hedef grubu dahil etme, bölgeyi tanımlama ve bir lokasyon seçme hakkında bilgi alabilir. Ama gerçek Cafe Europe nasıl görünecek? Siz neler önerirsiniz? Bu bölüm, Cafe Europe kuracaklar , gençlik çalışanları ve gönüllülere bu süreçte yardımcı olacaktır.

Cafe Europe'un önemli bir amacı da, gençlerin kendi güçlerini keşfetmeleri ve yaşamları üzerindeki kontrollerini yeniden bulmalarına destek olmak. Bir Cafe Europe âi için sosyal açıdan kapsayıcı bir ortamın geliştirilmesi, aşağıdaki nedenlerden dolayı hedef grubu bu projeye dahil etmek için harika bir fırsat sunuyor:

- Çevreye yönelik ihtiyaçlarını iletme fırsatı verir.
- Katılımcılara güvenli bir ortamda farklı beceri ve yeteneklerini keşfetme ve uygulama fırsatı verir. Bu beceriler genellikle gerçek yaşam durumlarına dönüşür.

- Kendileri için yararlı olacak bir şeyin geliştirilmesi konusunda onlara sorumluluk verir. Bir hedef doğrultusunda çalışmak, girişimci bir zihniyet ve farklı geçmişlere sahip başkalarıyla birlikte çalışmayı gerektirir.
- Cafe Europe'u başlatanlara farklı (kültürel) bakış açıları ve farklı yeteneklere sahip bir ekip kazandırır.

Aşağıdaki bölümlerde, sosyal olarak kapsayıcı bir Cafe Europe mekânı oluşturur ve onu dekore ederken göz önünde bulundurulması gereken konulara genel bir bakış oluşturduk. Girişimciler, bu bilgiyi sürecin önceki adımlarında da kullanabilirler.

Hedef grubun ihtiyaçlarını keşfedin

Hedef grubun ihtiyaçlarını keşfetmek için yardımcı olabilecek bazı ipuçları ve püf noktaları vardır. Katılımcıların birbirleriyle yüz yüze görüşecekleri ve fikir ve ihtiyaçlarını özgürce paylaşabilecekleri güvenli bir ortam yaratmak faydalı olabilir. Yaratıcı olabilecek bu süreci başlatmak için katılımcıların birbirlerinden ilham almalarına ve neler yapabileceklerini görmelerine yardımcı olur.

Bazı fikirler:

- Katılımcılara bir veya iki en iyi uygulama örneği gösterin.
- Araştırdığınız konulara, Cafe Europe'u başlatma nedeninizin ne olduğuna ve onlarla birlikte oluşturma planlarınıza katılımcıları dahil edin! Ne konuda yardıma ihtiyacınız olduğu konusunda net olun, ancak başkalarının katkıda bulunması için yer bırakın.
- Katılımcılardan hayallerindeki alanı tasvir etmelerini isteyerek onların ihtiyaçlarını keşfedin. Bir tartışma başlatmak için kişileri grubun geri kalanıyla fikirlerini paylaşmaya teşvik edin. Herkes kendini sözlü olarak ifade etme konusunda iyi olmayabilir. Bu tür katılımcılar için, gençlik çalışanları, resim kesmek için dergiler, kalemler ve boş kağıtlar getirebilir ve fikirlerini kelimeler olmadan göstermek isteyenler için duygu panoları kullanabilir.

Yukarıdaki adım önemlidir çünkü her bölge ve bireysel katılımcının Cafe Europe'dan farklı ihtiyaçları ve beklentileri olabilir. Bazıları girişimcilik becerilerini geliştirmek, yeni beceriler kazanmak, bireysel çalışmalarını göstermek, sadece çalışmak ve yeni insanlarla tanışmak için bir yere sahip olmak isteyebilir. Kafenin dekorasyonu ve tesisleri, potansiyel katılımcıların ihtiyaçlarına hizmet etmek için yapılmalıdır, bunun tersi söz konusu değildir.

Dekorasyon ve iç mekândaki olanaklar

Araştırma aşamasında, birçok katılımcının iç tasarımın mekânın boyutundan daha önemli olduğunu düşündüğünü keşfettik. Katılımcıların çoğu, daha minimalist ve sade dekorasyonları tercih ettiklerini, günümüzde daha küçük ve yerel kafeleri büyük ticari zincirlere tercih ettiklerini belirttiler. Sonuçta bu, kafenin içindeki süslemelerin sade olması ve "yerel bağımsız işletme" hissi sağlamaya odaklanması gerektiği anlamına geliyor. Bu, maksimum kapasite sağlamak için düzenlemek yerine, koltukları birbirinden ayırarak, farklı oturma biçimleri (klasik masalar, çalışma masaları, puf koltuklar, vb.) sağlayarak başarılabilir. Amaç, orada okumak isteyen öğrencilerden, sadece konuşmak isteyen

arkadaş gruplarına, kendi başına çalışmak isteyen insanlara kadar farklı türden müşterileri çekebilecek bir kafe yaratmaktır.

Pek çok potansiyel katılımcının bahsettiği bir diğer konu ise bir zorunluluk gibi görünen WiFi'nin kullanılabilirliği. Bir WiFi bağlantısı hem katılımcıların hem de potansiyel müşterilerin hayatını kolaylaştıracaktır. WiFi, parolayla kilitlenmeli ve yalnızca müşterilerin kullanımına sunulmalıdır.

Konum: Modern ve minimalist dekorasyonlara sahip orta büyüklükte bir mekân. Erişilebilir ve toplu taşımaya yakın. Katılımcıların hepsi belirli bir bölgeden geliyorsa, çok uzak olmadığı sürece kafe o bölgede olmalıdır. Bir yer seçme hakkında daha fazla bilgi bu el kitabının Step 3'ünde okunabilir.

Ekipman: Klasik masa ve sandalyeler, koltuklu uzun masa, kanepeler/kanepeler, puf koltuklar, tabureler ve bar gibi farklı oturma seçenekleri. Kahve yapma ekipmanları (Espresso makinesi, filtre kahve makinesi, fincanlar, bardaklar, mutfak eşyaları, mikser, buz kutusu), meyve suyu makinesi, yıkama ekipmanları (lavabo, sprinkler). WiFi modem ve bağlantı.

Malzemeler: Instant kahve, şeker/tatlandırıcılar, çay poşetleri, meyveler (meyve suyu için), şişelenmiş su, biyolojik olarak parçalanabilen bardak ve pipetler, peçeteler, bezler, sabun, klor karışımı, paspas ve kova, plastik eldivenler, önlükler. Yukarıdakilerin hepsinin tekraren stoklanması gerekecektir.

Gelir yaratmak: Cafe Europe ile gelir yaratmak mümkündür. Farklı ülkelerin ürün satmak için farklı yasaları vardır. Bu yasalar hakkında daha fazla bilgi genellikle ticaret odası veya benzeri kurumlarda bulunabilir. Katılımcılar, sanat eserlerini sergileyerek, satarak veya yiyecek içecek satarak vb. gelir elde edebilirler. Mekânınızı dekore ederken bu seçenekleri dikkate almalısınız.

Ortak hedefler belirleyin

Potansiyel katılımcıların ihtiyaçları belirlendiğinde, potansiyel Cafe Europe kurucuları bir sonraki adıma geçebilir: Cafe Europe için ortak hedefler belirlemek. Bunu yapmanın bir yolu, büyük bir kapak yaparak ve grupla birlikte üzerine hedefleri yazmaktır. Hedefleri yazmak, herkesin aynı hedef(ler) için çalışmasını sağlar. Ayrıca gruba isteklerini tartışmak için zaman verir.

Hedeflerinizin açık ve ulaşılabilir olduğundan emin olmak için her biri S.M.A.R.T. olmalıdır. Amaç belirleme ile ilgili daha fazla bilgi için bu rehberde Step 4'e başvurabilirsiniz.



Görev dağılımı yapın

"Bir araya gelmek bir başlangıçtır. Bir arada kalmak ilerlemedir. Birlikte çalışmak başarıdır." -Henry Ford.

İhtiyaçlar ve hedefler tanımlandığında, görevleri ekip arasında paylaşmanın zamanı gelmiştir. Bir Cafe Europe'u dekore etmek ve kolaylaştırmak, farklı beceri ve yetenekler gerektirir. Kurucular ve hedef grubun birçok yetenekleri vardır. Bu yeteneklerden bazıları, Cafe Europe'u başlatmanın önceki adımlarında zaten netleşmiş olabilir. Örneğin: Bir program oluşturmak, uygun renkleri seçmek, yiyecek ve içecekleri yönetmek, bir şeyler yazmak gibi. Bunlar küçük şeyler gibi görünebilir, ancak

görevleri bir ekibin yeteneklerine göre bölmek, herkesi motive etmek ve Cafe Europe'u kurma ve dekore etme hedefine doğru çalışmak için harika bir yoldur. Bunu yapmanın bir yolu:



- 1 .Ekiple yapılması gereken görevlerin bir listesini oluşturun.
- 2 .İnsanlara ne üzerinde çalışmak istediklerini sorun. İnsanlar, yapmaktan emin oldukları şeyleri seçme eğilimindedir.
- 3 .Görevler üzerinde düşünün. (Örneğin haftada bir)

Cafe Europe lokasyonunuzun ihtiyaçlarına bağlı olarak bazı kaynaklara ihtiyaç duyulabilir. Örneğin: Mekân için kim ödeme yapacak? Yiyecek ve içecekler için? Bazen bu şeyleri sponsorluk yaparak veya benzer çıkarları olan başka ortaklarla birlikte çalışarak düzenlemek mümkündür. (1. Adım: Toplumunuzla etkileşime geçin'e bakın.) Gerekli kaynakların bir listesini oluşturmak, genel bir bakış elde etmeye yardımcı olur. Bu önemli adımla ilgili daha fazla bilgiyi bu el kitabının son bölümünde bulabilirsiniz.



Bir görevlendirme programı oluşturun

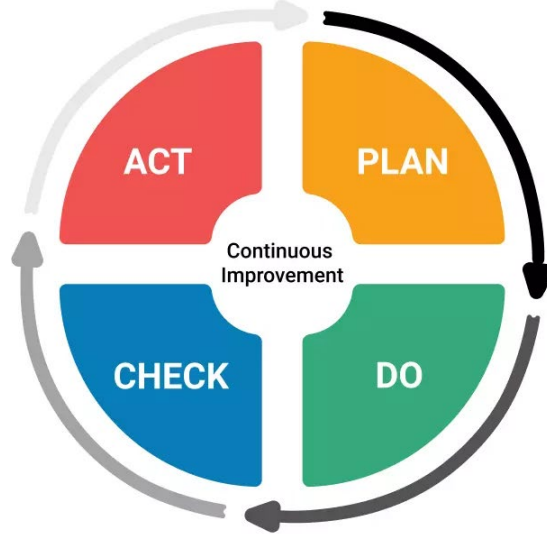
Cafe Europe ne sıklıkla açık olacak? Misafirleri karşılamak için kim orada bulunacak? Bu sorular bir istihdam takvimi oluşturarak cevaplanabilir. Bir örnek aşağıda görülebilir:

	10:00	11:00	12:00	13:00 - 15:00	15:00 - 16:00	17:00
Pazartesi	Hafta başı açılış. İlham almak ve vermek için paylaşımlarda bulunmak Kim: Kişi A	Katılımcılara kişisel koçluk Kim: Kişi B	Öğle yemeği (birlikte) Kimler: Kişiler A+ B	Workshop Kimler: Kişiler A+B	Kişiler: A+B	Kapanış: Bugün ne öğrendiniz ? Kim: Kişi C
Salı						

Cafe Europe ortamını test edin ve değerlendirin

Cafe Europe'ı gerçekleştirmek ve dekore etmek döngüsel bir süreçtir. Önceki tüm adımlar yerine getirildiğinde , kurucular ortamı test etmeyi seçebilir. Bunu yapmanın bir yolu, Plan Do Check

Act yöntemidir. Bununla ilgili daha fazla bilgiyi buradan okuyabilirsiniz: <https://kanbanize.com/lean-management/improvement/what-is-pdca-cycle>



PDCA Döngüsü, Cafe Europe'ınızı sistematik bir şekilde geliştirmek için kullanılabilecek kanıta dayalı bir yöntemdir. Bu el kitabının okunabilirliği için yazar, bu konuda çok fazla bilgi bulunduğundan bu özeti kısa tutmayı tercih etmiştir.

STEP 6 CAFE EUROPE'İNİZİ TANITIN

Öğrenme amaçları ve hedefleri

Bu bölüm, Cafe Europe'un tanıtımının öneminin anlaşılmasını sağlamanın yanı sıra, Cafe Europe'un etkili bir şekilde nasıl tanıtılacağına dair öneriler ve ipuçları sağlamayı amaçlamaktadır.

Öğrenme sonuçları

Bu bölümü baştan sona okuyarak, Cafe Europe kurucuları, daha geniş bir kitleyi çekmek için girişimlerini tanıtmanın yolları hakkında pratik bilgi sahibi olacaklardır.

Bir logo yaratmak

“ Logo, bir ürünü satmaz,onu tanımlar”- Paul Rand

3 Logo Design İlkeleri



Appropriate

Is your logo appropriate for the business?



Simple

Is your logo simple enough to work in all sizes?



Memorable

Is it distinctive, so it can be easily remembered?

1. Uygunluk: Logonuz işinize uygun mu?
2. Sadelik: Logonuz her ebatta kullanabileceğiniz sadelikte mi?
3. Akılda kalıcılık: Logonuz , kolaylıkla hatırlanabilecek kadar dikkat çekici mi?

En önemli adımlardan biri Kafenez için bir logo oluşturmaktır. Bir logoya sahip olmazsanız, Kafenezin toplumunuzun aklında kalıcı olarak yer etmesi fırsatını kaçırsınız. Aşağıdaki öğeleri içeren bir logo oluşturmalsınız:

1. **Dikkati çekici:** Bu günlerde insanların dikkatini çekebilme değerli olduğundan, dikkat çeken bir logo oluşturmak sizin avantajınıza olacaktır.
2. **Güçlü bir ilk izlenim bırakması:** İyi tasarlanmış bir logo toplumun ilgisini çekebilir ve onları mekân hakkında daha fazla bilgi edinmeye davet edebilir.
3. **Marka kimliğinizin temelidir:** Renkler, tonlar ve yazı tipleri anlatmak istediğiniz hikâyeyi belirler ve logo bu hikâyeye zemin hazırlar.
4. **Akılda Kalıcı:** Estetik açıdan iyi görümlü bir logo, Kafenez hakkında olumlu şeyler çağrıştırır.
5. **Sizi diğerlerinden farklı kılması:** Logonuz mekânınızı diğer yerlerden ayırmanın ve Kafenez benzersiz hale getirmenin bir yoludur.

Sosyal Medya Hesabı

Bir numaralı adım hedeflerinizi sosyal medyada iletmek olmalıdır. Sosyal medya, öncelikle hedefinize odaklanabileceğiniz ve hedeflerinizi ve isteklerinizi öğrencilere sunabileceğiniz, görevinizi etkili bir şekilde tanıtacağınız harika bir ortamdır.

Misyonunuzu ve web sitenizde özetlediğiniz her şeyi yansıtan bir sosyal medya hesabı oluşturmanız gerekir. Hatta gönüllülere ne zaman ve nerede ihtiyaç duyulduğunu bildirmek için etkinlik takvimleri oluşturabilir veya sosyal medyada yaptığınız iş ve amacınızın arkasındaki insanlar hakkında daha ilgi çekici bir hikâye anlatan fotoğraf ve videolar yayınlatabilirsiniz. Hedef gruplarınızla iletişim kurmanın en hızlı yolu olacağından, sosyal medya hesabınızı aktif tutmak çok önemlidir.



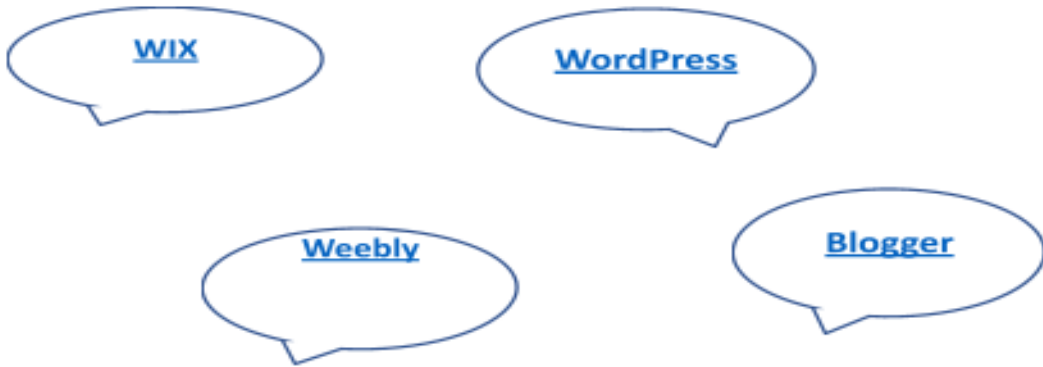


İpucu: Yukarıdaki hedefe ulaşmak için, ilgilenen herkesin güncel bilgilere erişmesini sağlayacağınız ve etkili bir Facebook reklam kampanyası sürdüreceğiniz bir Facebook sayfası oluşturabilirsiniz. Sosyal medya kampanyası, bir sosyal medya platformu aracılığıyla bir ürün veya hizmetle ilgili bilgileri veya duyguları güçlendirmek için koordineli bir pazarlama tasarımıdır. Cafe Europe hakkında bir reklam yayınlayacaksınız ve hedef kitlenizi öğrenciler ve özellikle göçmenler ve mülteci öğrenciler olacak şekilde sınırlamaya çalışmalısınız.

Web sitesi kurma

Bir web sitesine sahip olmak, Kafenizi insanlara tanıtan ve popülerliğinizi artırabilecek güçlü bir pazarlama aracıdır. Bir web sitesine sahip olarak, kontrolünüz altında olan ve istediğiniz kimliği oluşturmanıza yardımcı olabileceğiniz bir platforma erişebilirsiniz. Web sitesi, hedef kitle için, daha fazla kişiyi çekebilmeniz için ve sosyal medyanızda bulunmayan özel içerik içerebilir. Örneğin, Kafenin genç çalışanları web sitenizde kendi hikayelerini ve deneyimlerini yazabilir ve düzenli olarak yeni içeriklerle güncel tutulan blog gibi bir şey oluşturabilir. Bir web sitesi çevrimiçi olan herkese küresel bir erişime sahip olduğundan, etki alanınızın sınırı yoktur. Web siteniz çevrimiçi portföyünüz de olabilir. İnsanlar ayrıca web sitenizin bilgileri aracılığıyla sizinle iletişime geçebilir ve bunları doğrudan yanıtlayabilirsiniz.

Ücretsiz bir blog veya web sitesi oluşturmak için en popüler platformlardan bazıları şunlardır:

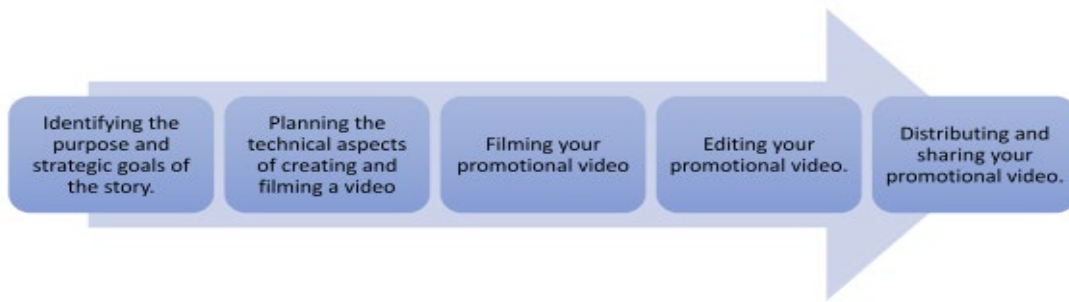


Tanıtım videosu çekme

Tanıtım videoları, internet kullanıcılarının arzu ettiği çevrimiçi kitle iletişiminin en iyi şeklidir. Web sitesinin oluşturulmasıyla birlikte, çevrimiçi bir videoya da ihtiyacınız olacak. İyi bir tanıtım videosu, çevrim içi sohbetleri daha kişisel bir seviyeye getirmeyi, merak uyandırmayı ve insanların ilgisini çekmeyi amaçlamaktadır. Etkinlik videoları ve FAQ (sıkça sorulan sorular) videoları oluşturabilirsiniz. Tanıtım videosunun nasıl oluşturulacağı hakkında daha fazla bilgiyi burada bulabilirsiniz:

https://www.youtube.com/watch?v=-N_mqEDghDA&ab_channel=Biteable

Tanıtım videosu çekmek için adımlar



Podcastlar

Bu proje gençlerle ilgili olduğundan, daha fazla insana ulaşmanıza yardımcı olmak için gençler arasında popüler bir yol olan bir podcast de oluşturabilirsiniz. Podcast bir bölümler dizisidir. Bu bölümler, herkesin dinleyebileceği şekilde İnternet'e yüklenebilen ses dosyalarıdır. Her bir veya iki haftada bir yeni bir podcast bölümü oluşturarak, herkesi son faaliyetleriniz ve gelecek planlarınız hakkında bilgilendirebileceksiniz. Bu podcastlar, katılımcıların deneyimlerini paylaşmaları ve Kafenin Avrupa hedefini tanıtmaları için bir yol olarak kullanılabilir. Mümkün olduğunda, aşağıdaki gibi özel konuları davet edebilirsiniz:

- Yerel sanatçılar
- Genç göçmenler
- Yerel kamu otoritelerinden temsilciler



Tanıtım için doğru toplumsal figürü seçmek

Kafeniz için, kendi alanında ünlü, önemli bir VIP veya liderden kısa bir referans veya onayını almak, tanıtımınızı artırmanın ve hedeflerinizi tanıtmanın harika bir yoludur. Doğru kişileri seçmek çok önemlidir, çünkü yanlış kişiyi seçmek Kafenin itibarını olumsuz yönde etkileyebilir. Potansiyel destekleyicilerden düzenleyeceğiniz aktiviteler hakkında bir şeyler yazmalarını ve belki de bazılarını katılmalarını istemelisiniz. Dikkatlerini çekmek için harika bir yol, sosyal medyada onlarla iletişime geçmek ve onlara etkinliğinizi tanıtmaktır. Ayrıca, etkinliklerinizle ilgilenebilecek kamuya açık isimlerin adlarının ve iletişim bilgilerinin bir listesini toplayabilir ve yaptığınız her şey hakkında onları bilgilendirebilirsiniz.

Etkinlikler

*“Yolculuğa odaklan, varacağın yere değil. Mutluluk, bir işi bitirmekte değil, onu yapmaktır.”-
Greg Anderson*

Bazı (ücretsiz yemek, eğlence, ücretsiz malzeme sağlamak) gibi etkinliklere ev sahipliği yaparak kafenize daha fazla kişiyi çekebilirsiniz. Bu etkinliklere ne kadar çok insan çekebilerseniz, o kadar çok insan burada kalacak ve düzenli katılan gönüllüler olacaktır.

Sanat ve el sanatları etkinlikleri, öğrenciler içinde yaratıcılığı teşvik etmek ve geliştirmek için her zaman tercih edilen bir ortam olmuştur. Katılımcılara posterde kullanmak için bir slogan veya başka bir ifade düşünmelerini önerebilirsiniz. Bu etkinlik, katılımcılar arasındaki iş birliğini teşvik eder ve ortak bir amaca ulaşmalarına yol açar ayrıca, katılımcılar arasındaki ilişkileri de güçlendirecektir. Posterler oluşturulduktan sonra, belki kafenin duvarlarında veya binanın girişinde sergilenebilecekleri bir yer ayarlanabilir.



Figure 1: <https://www.broadsheet.com.au/sydney/art-and-design/article/free-exhibition-art-migrants-and-refugees-03-14-2017>

Yerel sanatçılarla birlikte etkinlikler düzenlemek

Bazı köklü kuruluşlarla ortaklaşa “açık gün (open day)” düzenlemek veya bunu, bu alanda şehrinizde veya bölgesel düzenlenecek bir girişimle aynı zamana denk getirmek, kafenize daha fazla ziyaretçi çekmenin en iyi yoludur. Her yaş için el yapımı hediye projeleri oluşturulabilir, böylece insanlar bazı hediyelik eşyalar alabilirken, yerel sanatçılar da sanatsal ve el sanatları eserlerini sunmak

için davet edilebilir. Bu etkinlik hafta sonu yapılabilir, böylece her yaştan insan katılabilir ve bugün sosyal medya aracınız, web siteniz, poster ve broşürler oluşturulması yoluyla tanıtılabilir.

Müzikal etkinlikler

"Müzik, duyguların işaretlerle yazımıdır."-Leo Tolstoy

Başarılı bir müzik etkinliği düzenlemek için, etkinliğinize katılabilecek şarkıcı ve sanatçılarla iletişime geçebilir, hatta bir karaoke² partisi oluşturabilirsiniz. Müzik, insanları çekmek ve bir araya getirmek için mükemmel bir yoldur.

Bu etkinliğin başarılı olmasını sağlamak için:

- Etkinliği yaymak için katılacak sanatçılarla iletişime girebilirsiniz. Sanatçılar genellikle sizin etkinliğinize davet edebilecekleri bir hayran kitlesine sahiptir.
- Uzun vadede daha fazla insanı çekebilmenin bir başka yolu da etkinliği sosyal medya platformlarınızda canlı olarak yayınlamaktır. Bu eylem uzun vadeli başarıyı garanti edecektir.
- Etkinlik çevrimiçi listeleme sitelerine yüklenebilir ve posterler, el ilanları, sosyal medya kampanyaları ve ağızdan ağıza yayma yoluyla tanıtılabilir.
- Bir konser posterini şarttır. İnsanların dikkatini çekmek için bu bir fırsattır. Tonlarca ilgili yere ücretsiz olarak koyabilirsiniz.
- Ayrıca etkinliğinizi tanıtacağınız yöntemleri seçerken doğru seçimler yapmalısınız. Bir müzik etkinliğini tanıtmaya yöntemlerinin çoğu görsel bir şey içerir. İnsanlar profesyonelce yapılmamış bir konser posterini veya reklamı gördüğünde, etkinliğinde profesyonelce olmayacağı sonucuna varmaları doğaldır. Sanat etkinliğinin bir servete mal olması gerekmez; genç katılımcılar, başarınızı garanti etmek için akılda kalıcı bir şey oluşturabilir ve yardımcı olabilirler.

Tanıtım Günleri

Cafe Europe, mülteci ve göçmenlerin bu projeye dahil olmaları için onları ilgilenecekleri alanlar bulmalarına yardımcı olacaktır. Gençlerin ilgi duydukları alanları bulmak, özellikle de akranlarının da katılımını içeren bir şeyse, gençlerin katılımını sağlayamaya yardımcı olabilir. Cafe Europe, gençlerin aktif olarak yer alabilecekleri, böylece başkalarını aynı rollerde görebildikleri ve aynı tür şeyleri yapabileceklerini anladıkları bir yer olacak. Yerel işletme ve kuruluşlarla iletişime geçerek onların yardımını isteyebilir ve sektörleri hakkında bilgi günleri düzenleyebilirsiniz. Bu sayede katılımcılar belirli bir sektör hakkında daha fazla bilgi edinme ve bağlantılarını genişletme fırsatı bulacaklar.

Sosyal Erişim Programı

Toplum ve Cafe Europe arasında bir ortaklık oluşturmak için, göçmenler ve mültecilere odaklanan bir sosyal yardım etkinliği düzenlenecektir. Sosyal yardım, buna erişimi olmayan herhangi bir topluluğa hizmet sağlama etkinliğidir. Ana hedef, genellikle kâr amacı gütmeyen sivil toplum kuruluşları tarafından yürütülen hizmetlerdeki boşluğu doldurmanın bir yoludur. Avrupa ülkelerine göç eden bireyler, farklı geçmişlerden gelirler ve farklı düzeyde dil ve sosyal hayata katılım yeteneğine

² Karaoke: Karaoke, eğlence yerlerinde rastlayabileceğimiz interaktif bir eğlence yolu olup, insanların mikrofon kullanarak kaydedilmiş müzik eşliğinde şarkı söylemesidir.

sahiptirler. Yeni bir ülkeye vardıklarında, göçmenlerin veya mültecilerin bazıları yerel dili konuşabilir ve sosyal, siyasi ve/ veya ekonomik sisteme önceden katılım sağlayabilirken, diğer göçmenler bu avantajların hiçbirine sahip olmayabilir. Genç işçiler ve gönüllüler, daha az avantajlı olan kişilerin yeni çevreye uyum sağlamalarına yardımcı olabilir ve onlara topluma adapte olmaları için ihtiyaç duyabilecekleri tüm gerekli bilgileri sağlayabilir.

Güç birliği yapmak

“Büyüme, hiçbir zaman sadece şansa bağlı değildir; büyüme, birlikte çalışan güçlerin sonucudur.”-
James Cash Penney

İnsanların, Cafe Europe gibi, güçlerini birleştirebileceği ve birlikte tek bir amaç için çalışabileceği birçok benzer yapıda organizasyonlar ve projeleri vardır. Gençler benzer fikirli insanları arayabilir, etkinliklerini ve popülerliklerini daha da genişletmek için onlarla bağlantı kurabilirler. Örneğin, öncelikle göçmenlerden oluşan yerel bir tiyatro grubuyla iş birliği yapabilir ve birlikte hem bir mesaj veren hem de kitlelere erişiminizi artıran bir tiyatro performansı oluşturabilirsiniz. Bazı ortak hedefleri olan diğer insanlar arasındaki iş birlikleri her iki taraf için de yararlı olabilir.



Faaliyetlerinizi daha da yaygınlaştırmak için katılımcılar, benzer sorunları çözmeye çalışan farklı girişimlere katılabilirler. Örneğin, STK Göç Komitesi ile iletişime geçebilir ve onlara yardım etmenin bir yolu olup olmadığını sorabilir, hatta güçlerini birleştiren yeni bir proje oluşturabilir. Bazı göçmen örgütleri yoksulluk ve dışlanmayla mücadele etmekte, evsiz ve yoksul göçmenlere ulaşmaktadır. Sosyal dışlanma riski olan kişilere danışmanlık, eğitim ve destek sağlamaktadır. Gençler, onlardan Cafe Europe'ı ziyaret etmelerini ve faaliyetleri hakkında konuşmalarını, hikayelerini bizlerle paylaşmalarını ve bize tavsiyelerde bulunmalarını isteyebilirler. Projenin ortakları, daha sonra Cafe Europe katılımcılarının sorunlarını sosyal medyalarında ve web sitelerinde duyurabilir ve mümkünse bu organizasyonlar çözümde yardımcı olmaya çalışabilirler. Bu tür bir iş birliği gençlerin çevrelerini genişletir ve her iki kurumu da teşvik eder.

“Kulaktan kulağa” yaygınlaştırma

“Ağızdan ağıza pazarlama, ücretsiz tanıtımın en iyi şeklidir” - Bernard Kelvin Clive

Cafe Europe katılımcıları, kafenin hedefleri ve gerçekleşen etkinlikleri hakkında sürekli bilgi yaymalıdır. Sohbetler yoluyla bilgi ve görüşleri bir kişiden diğerine yaymak, kafeyi tanıtmak ve daha fazla insanı oraya getirmenin harika ve kullanışlı yoludur. Katılımcı gençler kendi çıkarlarına olduğundan, Cafe Europe projesini yaygınlaştırma ve tanıtım sürecini kendi başlarına yapmaktan korkmamalıdır. Katılımcılar ailelerinden, arkadaşlarından, meslektaşlarından ve diğer öğrencilerden başlayarak giderek daha fazla kişiyi kafe hakkında bilgilendirebilirler. Bu insanlar da kendi arkadaşlarını ve ailelerini bilgilendireceklerdir. Bu yöntemin püf noktası kafeyi

ilginç bir şekilde tanıtmaktır. Bu zor gelebilir, ancak kafede çok fazla faaliyet gerçekleştirileceğinden, paylaşacak ilginç bir şey bulmak da kolay hale gelecektir.



STEP 7 CAFE EUROPE AÇILIŞ

Öğrenme amaçları ve hedefleri

Cafe Europe kurucuları, bu bölümde edinilen bilgileri kullanarak, buldukları bölgenin özel ihtiyaçlarını da göz önünde bulunduran bir Cafe Europe mekânı açmak için sosyal kapsayıcılığı gözeterek bir açılış etkinliği organize edebileceklerdir.

Öğrenme sonuçları

Bu bölümü baştan sona okuyarak, Cafe Europe'u başlatanlar, bir Cafe Europe açmak için gerekli adımlar hakkında ilham alacak ve pratik ve genel bir fikre sahip olacaktır.

Giriş

Cafe Europe'unuzu açmak önemli bir adımdır. Bir açılış etkinliği planlarken dikkate alınması gereken birkaç adım vardır. Cafe Europe'unuzun ilk açılış, girişiminizin bölgenizdeki insanlar için ne ifade edeceği konusunda belli bir standart belirleyebilecek tek sefere mahsus önemli bir fırsattır.

1.Açılış etkinliği için amaç ve hedeflerinizi tanımlayın



Açılış etkinliğiniz için net bir hedefinizin olması önemlidir. Hedefler şunlar olabilir: Mümkün olduğunca çok katılımcıya ulaşmak, mali kaynak bulmak, gönüllülere ulaşmak, gençlik çalışanlarına ulaşmak veya bunların hepsi. Yeni kurulan Cafe Europe'lar farklı başlangıç noktalarında olabilirler,

bazılarının halihazırda finansmanı olabilir, bazılarının ise halihazırda katılımcıları olabilir. Ortak noktaları etkinliğiniz için net bir hedef belirlemenin süreci buna göre planlamanıza yardımcı olmalıdır. Başlangıç etkinliğiniz için bir hedef aşağıdaki gibi olabilir:

Açılış etkinliği sırasında, 20 potansiyel Cafe Europe katılımcısına, 10 paydaşa, 20 gönüllüye, 5 gençlik çalışanına ve 3 potansiyel fon sağlayıcıya iletişim bilgilerini bize bırakarak Cafe Europe girişimine destek olmaları konusunda ilham vereceğiz.

Bu El Rehberi'nin Step 5'inde okuyacağınız gibi, hedefleri S.M.A.R.T. yöntemle belirlemek hedeflerin ulaşılabilir olmasına yardımcı olur. Yukarıdaki örnek hedeften, ölçülebilir eylem gerektiren bir dizi eylem yaratılabilir. Örneğin, 5 gençlik çalışanını girişiminizle ilgilenmek konusunda ilham vermek istiyorsanız, önümüzdeki süreçte onlara ulaşmalısınız. Bazı durumlarda, hedeflerinize bağlı olarak ayrı açılış etkinlikleri düzenlemek daha iyi olabilir.

2. Bütçenizi planlayın



Büyük bütçeli bir etkinlik düzenlemek, sıfır bütçeli bir etkinlik düzenlemekten daha iyi görünebilir. Ancak yerel bir restorandan yiyecek ve içecek sipariş etmek ve bunun için ödeme yapmak daha kolay olsa da, bunu herhangi bir bütçeniz olmadan organize etmek size başka fırsatlar sunar. Cafe Europe kurucuları, sponsor olmak isteyebilecek diğer kuruluşlarla ortaklıklar kurabilir ve bu şekilde onların projeye olan ilgilerinin devamını temin edebilirler. Bu el kitabının 10. adımında, girişimciler, sponsorluk ve finansman alma hakkında daha fazla bilgi alabilir. Size basit ve açık görünebilir, ancak başlangıç etkinliği için maliyetlere ve bunu nasıl finanse edeceğinize dair genel bir fikriniz olduğundan emin olun.

3. Takımınızı kurun ve onlara ilham



verin

Bu El Rehberi'nin başlarında (4. ve 5. Adımlar) yeteneklerine uygun görevleri yerine getiren bir takıma sahip olmanın önemi anlatılmıştı. Bu, sosyal açıdan kapsayıcı bir açılış etkinliği düzenleme sürecinde de önemlidir. Farklı (kültürel) geçmişlere sahip bir ekipte çalışmak, başlangıç etkinliğiniz için önemli olan taze ve yeni bakış açıları sunar. Potansiyel katılımcıları (hedef gruptan) fikirlerini paylaşmaya ve bu süreçte sizinle birlikte çalışmaya davet etmek, katılımcıların kendileri için çekici bir etkinlik düzenlemelerine yardımcı olur. Neyin ilginç olduğunu katılımcıların kendisinden daha iyi kim bilebilir?! Ayrıca katılımcılara ilave bir çalışma fırsatı daha sunar ve onlarda Cafe Europe'a bağlılık yaratır.

4. Zaman, tarih ve lokasyon belirleyin



Etkinliğiniz için bir yer belirlerken, davet etmek istediğiniz herkes için erişilebilir olduğundan emin olun. Dikkate alınması gereken diğer şeyler: Seyahat süresi, park yeri, vestiyer, konukları

karşlamak üzere görevli ev sahipleri. Ayrıca davetiyede bu hususları misafirlere iletmiş olduğunuzdan emin olun.

Tarih ve saat seçerken misafirlerinizin ajandasını göz önünde bulundurun. Farklı misafir türlerinin farklı ajandaları olduğu için tarih ve saat seçmek zor görünebilir. Bazı potansiyel misafirlere ulaşmak ve onlara uygun bir zaman sormak bu sürece yardımcı olabilir. Ayrıca çeşitli dini bayramları ve zamanlarını da göz önünde bulundurun.

5. Bir etkinlik markası oluşturun



Etkinliğiniz için konuklarınıza ulaşmak ciddiye alınması gereken bir şeydir. Etkinlikler genellikle büyük bir çabayla organize edilir, ancak konukları davet etmeye çok az zaman ayrılır. Bu, ulaşabileceğiniz tüm insanlara ulaşamayacağınız anlamına gelebilir. Cafe Europe açılış etkinliği için bir marka oluşturma, misafirlere ulaşmanıza yardımcı olur. Başlangıçtan itibaren marka bilinci oluşturmak, Cafe Europe mekânınız için hızlı bir başlangıç yapmanıza yardımcı olabilir. Tanınabilir bir logo ve renklere sahip olmak iyi bir başlangıç olabilir. Marka bilinci oluşturmanın etkinliğinizin amacına uygun olduğundan emin olun. Katılımcılara ulaşmak için potansiyel fon sağlayıcılara ulaşmaktan farklı materyallere ihtiyacınız olabilir. Bunun yanında hedef kitlenizin demografisini yansıtan materyallere sahip olmak yardımcı olabilir. Kısacası, farklılıklar içeren bir hedef kitleye ulaşmak istiyorsanız, iletişim materyallerinize yalnızca yerli kişilerin veya yalnızca göçmenlerin resimlerini koymayın.

6. Program yapın



Cafe Europe için bir etkinlik düzenlerken, bir senaryo ile çalışmak, program ve etkinlikle ilgili her şeyin düşünüldüğünden emin olmanıza yardımcı olabilir. Etkinlik sırasında potansiyel Cafe Europe katılımcılarına bir rol vermek, onlara yeni beceriler öğrenmeleri, yeteneklerini güvenli bir ortamda göstermeleri ve konuklara Cafe Europe'un gerçekte ne olduğunu göstermeleri için başka bir fırsat sunar! Aşağıda kısa bir komut dosyası örneğini bulabilirsiniz. Etkinlik öncesinde ve sırasında herkesin görevlerinin bilincinde olduğundan emin olmak için etkinlikte rol alacak kişilerle birlikte programınızı gözden geçirin.

Cafe Europe açılış etkinliği için örnek program

Zaman	Ne?	Nerede?	Kim?	Extra bilgi
15.00	1. Tüm katılımcılar geldi	Girişte	Kurumun tüm üyeleri ve onlara yardım edecek olanlar	Uygun giysiler
16.00	Kapılar açılır	Cafe Europe mekânı	John ve Ahmed	Konuk listesini hazır bulundurun

16.15	Açılış konuşması	Sahnede	Gabe	
16.30	Konuşmalar			
17.0	Kapanış konuşması	Restaurant		
Hazırlanacaklar	<ul style="list-style-type: none"> ○ Konuşmacılar için bir bardak su ○ Vestiyer ○ Vb. 			

7.Konuşmacı, sponsor ve katılımcıları belirleyin



Katılımcılara, gençlik çalışanlarına, paydaşlara ve potansiyel mali destekçilere ulaşmak istiyorsanız, konukların etkinlik programı hakkında ilgili ve heyecanlı olduklarından emin olmanız gerekir. Potansiyel Cafe Europe katılımcılarını bir etkinliğe çekmeyi başardığı kanıtlanmış bir yöntem, rol modellerle çalışmaktır. Rol modeller, belirli bir grup insan için örnek alınan, ders alınacak kişilerdir. Hedef grubunuza kimleri rol model olarak gördüklerini sormak iyi bir başlangıç noktası olabilir. Örneğin, rol modelleri yeni kurulan Cafe Europe'un bulunduğu ülkede başarılı olmuş kişiler olabilir. Nasıl başarıya ulaştıklarını, bunun için hangi (girişimcilik) becerilerinin ve zihniyetin gerekli olduğunu duymak başkalarına ilham verebilir! Konuşmacıların açılış etkinliğinizin amacına uygun olduğundan emin olun.

8.Teknoloji araçlarını seçin



Dürüst olmak gerekirse; Hiç kimse bir kişinin bir Powerpoint sunumunu yaparken, sunumu okuyarak yaptığını görmek istemez. Hedef kitlenize uygun teknik araçları seçin. Çok sayıda metinle çalışmak, hedef kitlenizdeki bazı kişiler henüz ana dili konuşmuyorsa en iyi çözüm olmayabilir. Hikayelerini resimlerle paylaşan bir rol modelin videosuna sahip olmak, genellikle sunduğunuz şeyin daha iyi bir görüntüsünü oluşturur. Hedef grubunuza yeni teknik araçlar ve fikirler hakkında sorular sorun , neler bulduklarına şaşırabilirsiniz! Potansiyel katılımcılarınızla bir kez daha çalışmak, Cafe Europe kurucularına inovatif olma şansı sunar.

9.Pazarlama ve tanıtma için plan yapın



Step 5'te ' da açıklandığı gibi, hedef kitlenize ulaşmak çaba gerektirir. Hedef grubunuzu göz önüne alarak diğer kurum ve ağlara ulaşabilirsiniz. Hedef grubunuz gençlik çalışanları ise : Sosyal bakım tesislerini, eğitim kurumlarını, toplum merkezlerini düşünün. Diğer katılımcılar için: Hedef grubunuzun toplandığı ağları ve yerleri bulun ve abunları kullanın. Etkinliğe veya projeye katılmanın

onlara neler getirebileceği konusunda net olduğunuzdan emin olun. Kendinize sorun; Neden katılmalılar? Bundan ne öğrenebilirler? Diğer başarılı rol modellerinin hikayelerini paylaşmak, katılımcıları etkinliğinize veya projenize katılma konusunda motive edebilir. Tüm sosyal medya kanallarını kullanın. Genç insanlar, düşündüğünüz kadar sık FaceBook kullanmıyor. Hedef grubunuzdan hangi sosyal medya aracını kullandıklarına dair bilgi isteyebilirsiniz. Ayrıca içerik, video, gönderi vb. oluşturmada da yardımcı olabilirler. Bu da öğrenmek için başka bir fırsat demektir! Ne kadar metin kullanacağınız üzerinde düşünün, içeriği görsel hale getirmek genellikle en iyi sonucu verir. Bunun yanında en önemli tavsiyemiz: Ağ(networking), ağ, ağ!

10. Başarıyı nasıl ölçeceğinizi kararlaştırın



Etkinliğiniz ne zaman başarılı olmuş demektir? Hedefinize bağlı olarak, ölçme metodunuza karar verebilirsiniz. Bu bölümün 1. adımıdaki örneğin ölçülmesi kolaydır çünkü nicel verilerdir. Örneğin, kaç kişinin iletişim bilgilerini bıraktığını görebilirsiniz.

Ayrıca bir liste yapabilirsiniz:

Amaç	Amaca ulaşıldı mı?	Notlar
Etkinlikte 10 katılımcıyla proje hakkında konuşmak	12 katılımcıyla konuşuldu	
Cafe Europe için 1 sponsor bulmak	İki sponsor bulundu.	

Etkinlikten sonra, etkinliğinizi organize edenlerle konuşun ve Cafe Europe girişiminde gerçekleştireceğiniz gelecek etkinliklerinizde nasıl iyileştirmeler yapacağınızı değerlendirin. Etkinliğinizi değerlendirmenin başka bir yolu da konuklardan geri bildirimde bulunmalarını istemektir. Bu, 'açık' geri bildirim bırakabilecekleri veya geri bildirim almak istediğiniz belirli noktalara odaklanabilecekleri bir belge oluşturarak yapılabilir. Etkinlikten çıkarken veya etkinlikten sonra e-posta göndererek geri bildirim istenebilir. Geri bildirim formları oluşturmak, bunları katılımcılarınızla paylaşmak ve yanıtlara ilişkin genel bilgiler almak için Google Dokümanlar'ı kullanabilirsiniz. Bu, proje sürecinde daha sonra da işe yarayabilir! Daha fazla bilgi için ziyaret edin: <https://docs.google.com/document/u/0/> (EN).

SÜRDÜRÜLEBİLİR CAFE EUROPE

Öğrenme amaç ve hedefleri

Bu bölümde edinilen bilgileri kullanan Cafe Europe kurucuları, Cafe Europe mekânlarının sürdürülebilirliğini artıracaklardır.

Öğrenme sonuçları

Bu bölümü okuyan Cafe Europe kurucuları yerel toplumun ilgisini Café Europe'a nasıl çekecekleri, nasıl farkındalık yaratacak ve sponsor bulacakları konusunda pratik bilgilere sahip olacak ve bu konularda ilham alacaklardır.

Yerel toplumun ilgisini nasıl çekebilirsiniz?

Günümüzde herhangi bir yeni iş veya sosyal girişimin bir topluluk (community) meydana getirmesi her zamankinden daha önemlidir. Topluluk, başkalarıyla ortak belirli tutum ve çıkarlara sahip olma veya paylaşma durumudur. Bir topluluğa katılım, onu oluşturan üyeler için sunduğu faydalara bağlıdır. Herhangi bir topluluğun en önemli unsuru – bu hiç şaşırtıcı değildir- üyeleridir. Bu nedenle, başarılı bir topluluğun sizinle ilgili değil, neredeyse tamamen onlarla ilgili olduğunu unutmayın. İnsanlar kendileri için önemli olan şeyler hakkında birbirleriyle konuşmayı severler ve bu her zaman teşvik etmeniz gereken bir şeydir. Topluluğunuzdaki üyelerin hikayelerini anlatmasını, deneyimlerini paylaşmasını ve tutkularını büyütmesini kolaylaştırın. Üyeleriniz dinlendiklerini ve kendilerine değer verildiğini ne kadar çok hissederse, topluluğunuzda kalma olasılıkları o kadar artar. İşte topluluk katılımını başlatmak ve daha da önemlisi bunu devam ettirmek için bazı teknikler:

Bir topluluğa katılım, hem bir bilim hem de bir sanattır. İnsanları katılmaya neyin motive ettiğini anlamak için sosyal bilimlerden yararlanabilirsiniz. Ancak, herhangi bir zamanda topluluğunuzun neye ihtiyacı olduğunu da hissetmeniz gerekir. Pozitif olmaya ihtiyaçları var mı? Onları test edecek bir zorluğa ihtiyaçları var mı? Ya da bazen birkaç gün yalnız kalmaları mı gerekli?

Törenler

Herhangi bir büyük, uzun ömürlü olmuş bir topluluğu düşünün ve bunda etkili olan birkaç ritüel bulacaksınız. Ritüeller güçlüdür çünkü üyelerinizin katılma alışkanlığı edinmelerine yardımcı olurlar ve onlar, ne bekleyeceklerini bilirler. Bu aynı zamanda bir topluluk oluşturucu olarak hayatınızı da

kolaylaştıracaktır çünkü her gün/hafta/ay hakkında çok fazla düşünmeniz gerekmeyen içeriğe sahip olacaksınız. Ortak bir ritüel başlatmak için aşağıdakileri göz önünde bulundurabilirsiniz:

- Haftada bir yeni üyelere hoşgeldin karşılması: Gruba her yeni katılan kişiye hoş geldiniz deyin.
- Tanıtım günü: Üyelerinize çalışmalarını ve başarılarını tanıtma şansı verin.
- Buluşmalar: Herkesi düzenli olarak bir araya getirin.

Öyküler

Bireylerin öyküler anlatmasını sağlayın. İnsanlar kendi hikayelerini başkalarıyla paylaşmaya bayılırlar. İnsanlar arasında bu tür bir iletişim için bir kanal olursanız, kişilerin duygularını benzersiz bir şekilde yakalarsınız. Aranızdaki gerçek sanatçılar için geniş bir izleyici kitlesi sağlayabilirsiniz extra kazanç sağlarsınız.

İletişime açık bir topluluk lideri olmak

Sizinle iletişim kurmak için zaman ayıran kişilere yanıt verdiğinizden ve iletişime açık bir topluluk lideri olduğunuzdan emin olun. Bir sosyal grubun liderinden cesaret alması ve anlayış görmesinden duygusal olarak daha tatmin edici bir şey yoktur. Grubunuzu duygusal bağlarla birbirine kenetlemek istiyorsanız, siz de onlarla birlikte (pozitif yönde) duygusallaşın.

Kendiniz olmaktan vazgeçmeyin

Grubunuz biraz büyümeye başladığında ilgi kaybı olması kolaydır. İmajınızı parlatarak daha geniş bir yelpazeye hitap etmeniz gerektiğini düşünmeye başlayabilirsiniz. Sonunda gerçekleşecek olan şey, gereğinden fazla çabalamanız ve insanların bunu farketmeye başlamasıdır. Halihazırda yaptıklarınız nedeniyle zaten grubunuz büyüyor. Tek yapmanız gereken ne yapıyorsanız bunu yapmaya devam etmek. Samimi olun ve özünüze bağlı kalın. 10 kişiyi grubunuza derinden bağlayan şeyler , 1000 kişiyi de derinden bağlar.

Eğlenceli olun

Tartışmak için uygun materyalleri bulmakta zorlanıyorsanız, her zaman eğlenceli ve eğitici içeriklere geri dönebilirsiniz. Bazen herkesi içine alan hafif tonlu bir hikaye ile monotonluğu kırmak iyidir. Eğlenceli içeriklerin, büyük ölçekli grupların da ilgisini uyandırması daha kolaydır.

Farkındalık nasıl arttırılır?

Mümkün olduğunca çok kişiye ulaşmakla ve aklınızdaki konuyla ilgili her fikri bağış toplama etkinliğinize uygun hale getirmekle. Amacınız yeterince değerli olduğunda, bunun için farkındalık yaratmanın pahalı olmasının gerekmediğini unutmayın. Her şey insanların ilgisini doğru fikirlere çekerek onları entegre etmekle alakalıdır.

Hikayelerinizi paylaşın

Hiçbir şey, ilk elden ya da sevdikleri biri aracılığıyla deneyimledikleri bir davayı destekleyen ve bu konuda kampanya yürüten insanlardan daha inandırıcı olamaz. Bu, özellikle tıbbi ve sağlık araştırmalarını, acil durumlara müdahaleyi ve çevre korumayı destekleyen nedenler için geçerlidir.

Hikayenizi çevrimiçi paylaşın, davet edilmeniz durumunda konuşmalar yapmayı kabul edin veya toplantılar sırasında konuşun. Davanıza güvenilirlik ve güç katacaksınız.

Tutarlı ve dürüstseniz, önem verdiğiniz konuda desteğiniz küçük de olsa olumlu bir etkiye sahip olabilir. Belirli bir konuda yardım etmenin yollarını buldunuz mu? Bunu bugün yapın ve yakın gelecekte eyleme dönüştürülebilmesi için farkındalık oluşturmaya başlayın.

Bağış toplama etkinlikleri

Bir bağış toplama etkinliği, daha fazla ilgi çekmenize ve bağış toplamanıza yardımcı olabilir. Bu, tek başınıza düzenlediğiniz bir şey veya başkaları tarafından düzenlenen bir sanat sergisi veya spor etkinliği gibi daha büyük bir etkinliğin parçası olabilir. İnsanların bulunduğu etkinlikler düzenlemek, hedefiniz etrafında gerçek bir topluluk oluşturmaya yardımcı olabilir.

Örneğin: bir grup öğrenci, akıl sağlığına adanmış bir hayır kurumu olan Off the Record için para toplamak amacıyla üniversitelerinde bir voleybol turnuvası düzenlemeye karar verdi. Bu basit etkinlikle, bağış toplama hedeflerine ulaşabildiler.

Eğitim etkinlikleri

Becerilerinizi tek seferlik bir atölye çalışmasında veya bir dizi konunuzla ilgili atölye çalışmasında kullanılabilir hale getirin. Etkinlik sırasında amacınız hakkında konuşabilir ve benzer düşünen insanlarla bağlantı kurabilirsiniz. Öğretilecek faydalı beceriler arasında özgeçmiş oluşturma, sunum yapmayı öğretme veya Adobe Photoshop'a giriş dersleri yer alır.

Tutarlı olun

Hedefinizi kolayca tanınabilir kılmanın yolu, görselinizin ve metninizin tutarlı olmasıdır. Her zaman profil resminizle aynı resmi veya logoyu kullanın ve her zaman aynı konuda eylemlerde bulunun.

Sosyal medya farkındalığı

Facebook, Twitter, Instagram ve YouTube'da amacınıza uygun hesaplar oluşturun. İnsanlarla ve konunuzla alakalı diğer gruplarla etkileşim kurmaya başlayın. Sorular sorarak veya geri bildirimde bulunarak amacınız hakkında anlamlı konuşmalar yapmayı deneyin.

Eğlenceli, yaratıcı kişiler için neden etkileşim yoluyla büyüyen bir kampanya başlatmıyorsunuz? ALS Ice Bucket'ı hatırlıyor musunuz? Eğlenceli olduğu kadar bilgilendirici olan bu viral kampanyadan ilham alın. Bu özel kampanya, yalnızca farkındalık yaratmada değil, aynı zamanda ALS araştırması için fon yaratmada da etkili olmuştur. Sizin kampanyanız o kadar geniş kapsamlı olmak zorunda değil, ama amacınızla ilgili olmalıdır. Sadece eğlenceli kısma odaklanarak ve amacınızın gerçekte ne hakkında olduğunu unutarak bir farkındalık kampanyası başlatamazsınız.

Başkalarının önemli bulabileceği içerikler

Siz, gönüllülerinizden veya gençlerinizden biri belirli bir konuda uzman mısınız? Bunu amacınıza hizmet edecek şekilde kullanmanın bir yolunu bulun ve bağışçılarınıza değerli birşeyler sunun. Örneğin, eğitici videoları veya diğer kılavuzları düşünün. Tasarımınızın logonuzu içerdiğinden ve diğer pazarlama materyallerinizle tutarlı olduğundan emin olun.

Bilgilendirici broşürler

Basılı veya dijital bilgilendirici broşürler, insanların bağış kampanyanız hakkında daha fazla bilgi edinmesi için harika bir yoldur. Hedefiniz hakkında önemli bilgiler toplayın ve bunu insanların ilgisini

çekecek bir metin haline getirin. Yerel işletmelere, insanların alabileceği broşürler bırakıp bırakamayacağını sorun.

Devlet Yetkilileri

Daha fazla desteğe ve etkiye mi ihtiyacınız var? Devlet yetkililerinize yaklaşın ve onların da savunduğunuz konuda destek olup olamayacaklarını sorun. Yerel liderleriniz ve temsilcileriniz başlıca örneklerdir. Bu, kesinlikle bir artı oluşturur, ayrıca üye olarak kaydolmak zorunda bile değildirler. Savunduğunuz konuyu ve neden desteklemeye değer olduğunu anladıkları sürece, kampanyanıza yardımcı olabilirler. Kuruluşunuzu tanıtabilecek ve ek finansman sağlayabilecek ilgili kurumlarla bağlantı kurmanıza yardımcı olabilirler.

Nasıl sponsor bulabilirsiniz?

Kar amacı gütmeyen etkinliğiniz için sponsor mu arıyorsunuz? Nasıl başlayacağınızdan emin değil misiniz? Pekala, tanımla başlayalım: "Kurumsal sponsor: Tüketiciler arasında tanıtım, görünürlük ve iyi niyet karşılığında kar amacı gütmeyen bir kuruluşun etkinliğine veya programına para (veya mal veya hizmet) sağlayan kar amacı gütmeyen bir şirket. Sponsorlukları için genellikle pazarlama bütçesinden, hayırseverlik bütçesinden veya genel kârdan ödeme yaparlar."

Kurumsal sponsoru belirlemek, birilerini gerçekten size sponsor olmaya ikna etmekten daha kolaydır. Ancak bağış toplama etkinlikleriniz için doğru kurumsal sponsorları bulduğunuzda, etkinliğinizin başarısı üzerinde büyük bir etkisi olabilir. Günümüzdeki sanal etkinlikler ortamında bile, doğru sponsorları bulmak ve onlara destek ve yatırımlarından ötürü önemli bir yatırım getirisi sunmak mümkündür.

Yerel işletmeler

Yerel işletmeler, toplumlarında güvenilir ve olumlu bir kimlik oluşturmak için çok çalışır. Yerel halkın onları algılama biçiminin ve genel itibarlarının önemli olduğunu bilirler, çünkü yerel halk, e-ticaret içeren bir web sitesine sahip bir işletme olsalar bile, genellikle onların ana hedef pazarlarıdır. Kar amacı gütmeyen etkinliğiniz için yerel işletmeleri sponsor olarak kabul etmek bir "kazan-kazan-kazandır" durumudur: Siz onların desteğini alırsınız ve onlar halkla ilişkilerini pekiştirir, ayrıca ikiniz de yerel toplumda birbirinizi yükseltmenin faydasını görürsünüz. Bu nedenle, kuruluşunuz için en anlamlı olanlardan başlayarak, sponsorluk veya işbirliği için başvurabileceğiniz birkaç yerel işletmeyi listeleterek başlayın.

Sizinle aynı amaca sahip şirketlerle işbirliği yapma

Yerel olsun ya da olmasın, en iyi sponsorlar, kâr amacı gütmeyen kuruluşunuzun misyon ve değerleriyle uyumlu bir misyon veya değerlere sahip olanlardır. Örneğin, bir insani yardım STK'sı, bir evcil hayvan tedarik mağazasını sponsor olarak kullanabilir. Bir gıda bankası, sponsor olmak için bir

markete başvurabilir. Yerel bir Habitat for Humanity şubesi, bir hırdavatçıyla ortak olabilir. Ya da bunu başka bir yoldan da alabilirsiniz: En iyi bağışçılarınızı gözden geçirin. Bunlardan herhangi birinin veya aile üyelerinin bir işletmesi var mı? Bunu araştırın. Ortaklığınızı oluştururken olası doğal ve mantıklı bağlantıları düşünün.

Diğer işletmeler tarafından düzenlenen benzer bağış toplama etkinlikleri

Bu işletmeler size evet demeye daha yatkın olabilir, bu nedenle yalnızca bölgenizdeki diğer kar amacı gütmeyen etkinliklere değil, aynı zamanda onlara sponsor olan şirketlere de dikkat edin. Şu anda, pandemi nedeniyle çoğu aktivite çevrimiçi hale geldiğinden, doğal olarak sanal veya dijital etkinlikler yaygındır, ancak bu, potansiyel bir sponsor sunabileceğiniz daha az şeyiniz olduğu anlamına gelmez. Aslında, yaratıcı olursanız, sponsor oldukları diğer kâr amacı gütmeyen kuruluşlardan daha fazlasını sunabilirsiniz. İşletmenizin web sitesi bu kullanım için çok uygundur. Bazı öneriler:

- Sponsorlarınızın her biri için kısa tanıtım yazıları ve resimler, sponsorluk yaptıklarına ilişkin ayrıntılar ve web sitelerine ve iletişim bilgilerine bir bağlantı içeren bir sponsor sayfası oluşturun.
- Sponsorunuz hakkında bir video oluşturun ve bunu kayıt sayfanıza ekleyin veya bunu, yaklaşan sanal etkinliğinizde sponsorunuzun rolünü tanıtmak için Instagram veya Twitter'da etkinliğinizi tanıtmak için kullanın.
 - Kayıt sayfanızda (hatta normal blogunuzda) bir misafir blog gönderisine yer verin.
 - Etkinliğinizle ilgili tüm e-posta, doğrudan posta ve sosyal medya mesajlarınıza sponsorlarınızın logolarını ve mesajlarını ekleyin.
 - Sponsorunuzun şirketi hakkında konuşmak için sosyal medya platformlarınızdan birini kullanmasına izin verin. Örneğin, bir ürün veya hizmetin tanıtımını yapmak için onların 24 saatlik bir Instagram hesabınızı kullanma veya bir Facebook Live tanıtımı yapmalarını planlayın.

En büyüğü (doğal olarak web siteniz) dahil olmak üzere tüm platformlarınızdan, sponsorlarınızın muhtemelen daha önce akıllarına bile gelmeyen şekillerde fayda sağlamaları için nasıl yararlanabileceğinizi düşünün.

Sponsorlarınızla nasıl iletişim kurmalısınız

Sponsorluk taleplerinizin çoğu şu anda yüz yüze toplantılar yerine telefon ve e-posta yoluyla olacaktır, ancak her potansiyel sponsora birbirine benzeyen mesajlar atmadığınızdan emin olun. Sorularınızı biraz özelleştirilmiş hale getirmenin yollarını bulun:

- Ne yaptığınızı ve bunun potansiyel sponsorunuzun işiyle ve sunduklarıyla nasıl bağlantılı olduğunu açıklayın.
- Topluluğunuzun demografisi ve bunların (varsa) söz konusu işletmenin hedef grubunun demografisiyle nasıl örtüştüğü hakkında konuşun.
 - Hikayenizi anlatın: Kuruluşunuz nasıl başladı? Nasıl büyüdü? Kimlere yardım ettiniz? Toplumda nasıl bir etki yarattınız? Kâr amacı gütmeyen kuruluşunuzun hikayesi ile potansiyel bir sponsorun hikayesi arasında ne kadar çok bağ kurabilirsiniz, onların sizi ortak olunabilecek doğal bir organizasyon olarak düşünmesi o kadar olasıdır.

Son olarak, her bir potansiyel ortağa, destekleri karşılığında neler sunabileceğinizi söyleyin ve bunu o işe özgü hale getirmeye çalışın. Kendinizi sponsorunuzun yerine koyun: Bu iş için karar verici kişi siz olsaydınız ne duymak isterdiniz?

Bir işletme bir kuruma sponsor olmayı kabul ettiğinde, marka imajını oluşturmak ister. Sponsorlarınızın mevcut ve potansiyel müşterileri ile aranızda bir iyi niyet duygusu yaratın. Sosyal

sorumluluğa değer veren ve toplum üzerinde olumlu etki yaratan işletmelerden alışveriş yapmak isteyen kişilere hitap edin.

KAYNAKLAR ve ÖNERİLEN LINKLER

Step 1 Projenize yerel toplumun ilgisini çekmek

John Snow, Inc. "Engaging your community." 2012, vol. 1, no. A Toolkit for Partnership, Collaboration, and Action, 2012, 4, 8, 9, 10, 15, 16, 20, 21, 22,. *Engaging your Community*, https://publications.jsi.com/JSIInternet/Inc/Common/_download_pub.cfm?id=14333&lid=3. Elderink. *Handboek Participatief Actieonderzoek*. SWP, Uitgeverij B.V., 2020.

Step 2 Süreci planlama

- [Alenka V Říši Divů Citáty - CipMania](#)
- [Milník \(řízení projektu\) – Wikipedie \(wikipedia.org\)](#)
- [managementmania.com/swot-analyza](#)
- [managementmania.com/plan-projektu](#)

Step 4 Gençlik çalışanları ve gönüllülerin eğitimi

- TC-Facilitator Toolbox, Action 3.1.2 of the Youth in Action Programme Training & Networking with Neighbouring Partner Countries, AMESCI, 2013 https://www.salto-youth.net/downloads/toolbox_tool_download-file-1062/TOOL%20BOX%20-%20Training.pdf
- Team Building Directory: Advice and information about all things team building: <http://www.innovativeteambuilding.co.uk/free-team-building-activities/free-team-building-tasks-for-new-teams/>
- Resources and tips for icebreakers&teambuilders: <https://www.wm.edu/offices/studentleadershipdevelopment/documents/icebreakersandteambuilders.pdf>
- Breaking the ice and building group confidence in diverse groups: Language Support for Adult Refugees A Council of Europe Toolkit: www.coe.int/lang-refugees
- SMART Goals Guide: <https://www.smart-goals-guide.com/smart-goal-setting.html>
- Body&Soul - Tools for youth workers: <https://www.salto-youth.net/tools/toolbox/tool/body-soul-tools-for-youthworkers.2175/>

Step 5 Cafe Europe: Kuruluş ve dekorasyon

"What is Plan-Do-Check-Act (PDCA) Cycle?" *Kanbanize*, Unknown, <https://kanbanize.com/lean-management/improvement/what-is-pdca-cycle>

Step 6 Cafe Europe'inizi tanıtın

- Mirabella, R. M., & Renz, D. O. (2001). Nonprofit management outreach programs: An examination of institutional mission and setting. *Public Performance & Management Review*, 25(1), 14-29.
- Wright, A. J., Veríssimo, D., Pilfold, K., Parsons, E. C. M., Ventre, K., Cousins, J., ... & McKinley, E. (2015). Competitive outreach in the 21st century: why we need conservation marketing. *Ocean & Coastal Management*, 115, 41-48.
- Preston, C. (2012). *Event marketing: how to successfully promote events, festivals, conventions, and expositions*. Wiley.
- Coles, L. (2017). *Social media for business: foolproof tips to help you promote your business or your brand*. John Wiley & Sons.
- "13 Best Platforms to Create a Free Website or Blog in 2021", <https://www.alltop9.com/12-best-platforms-to-create-a-free-website-or-blog>

EK

S.M.A.R.T. HEDEFLER BELİRLEME ŞABLONU		
İlk	Hedefinizi yazın	
Hedef		
Specific/spesifik	Ne elde etmek istiyorum? Kimleri dahil etmeliyim? Neden bu hedefler? Nerede gerçekleşecekler? Hangi kısıtlara veya gereksinimlere sahibim?	Hedefinizi iyi tanımlayın ve spesifik olarak belirleyin!
Measurable/ölçülebilir	İlerlemeyi nasıl izleyeceğim ve sonucu nasıl ölçeceğim? Ne kadar değişiklik yapmam gerekiyor? Bu kaç tane aksiyonu gerektirecek?	Hedefinize ulaşıp ulaşmadığınızı analiz etmek için gerekli ölçüm kriterlerine sahip olduğunuzdan emin olun!
Attainable/erişilebilir	Hedefe ulaşmak için gerekli beceri ve kaynaklara şu an sahip miyim, gerekirse bunları nereden bulabilirim? Hedeflerim akılcı mı?	Hedeflerinizi çok düşük veya çok yüksek tutmayın! Onlara ulaşmak için neler yapabileceğiniz konusunda gerçekçi olun!
Relevant/ilgili	Bu doğru bir hedef mi? Bu hedef uzun vadeli hedeflerimle uyumlu mu?	Ulaşmak istediğiniz hedef ne olursa olsun, hedefinizi diğer yaşam hedeflerinizle uyumlu hale getirin!
Time- bound/belirli bir zamanda	Hedefe ulaşmak için son tarih nedir? O zamana kadar hedefe ulaşılabilir mi?	Hedefinizi etkili bir şekilde planlamak ve zaman kaybetmemek için net bir zaman dilimi belirleyin!

SMART/akıllı hedef (*Analizinizin sonuçlarına göre hedeflerinizi yeniden belirleyin*)