



Πώς να ανοίξετε ένα Cafe Europe;



**Cafe
Europe**



Με τη συγχρηματοδότηση
της Ευρωπαϊκής Ένωσης

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Εισαγωγή	3
Συμμετοχή της κοινότητάς σας	5
Συμβουλές & κόλπα για το πώς να ξεκινήσετε μια ομάδα εστίασης	9
Προγραμματισμός της διαδικασίας σας	12
Ορίζοντας την περιοχή σας	17
Εκπαίδευση νεαρών εργαζομένων & εθελοντών/-τριων	22
Εγκαταστάσεις και διακόσμηση του Café Europe σας	31
Πρωθήστε το Café Europe σα	36
Ανοίγοντας το Café Europe σας	44
Βιωσιμότητα του Café Europe σας	50
Πηγές	57
Πρότυπο στόχων S. M. A. R. T	59

Project (2020-1-NL02-KA205-002961)

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στην παραγωγή της παρούσας έκδοσης δεν συνιστά αποδοχή του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών, και η Επιτροπή δεν μπορεί να αναλάβει την ευθύνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

Εισαγωγή

Το Cafe Europe έχει ως στόχο να δημιουργήσει ισχυρό, γόνιμο κοινωνικό και επιχειρηματικό έδαφος για τους νέους. Θα παρέχει κοινωνική ένταξη, θα βοηθήσει τους πρόσφυγες και τους μετανάστες/-ριες να δημιουργήσουν ένα σταθερό δίκτυο, θα τους/τις βοηθήσει να εισέλθουν στην αγορά και θα λύσει κοινωνικά προβλήματα που σχετίζονται με τη μετανάστευση των νέων.

Είμαστε ένας τόπος συνάντησης για κοινωνικές και εμπορικές δραστηριότητες για κάθε νέο άτομο. Από νέους μετανάστες/-ριες και πρόσφυγες μέχρι και γηγενείς νέους/-ες, όλοι/-ες είναι ευπρόσδεκτοι/-ες να αναπτύξουν τις κοινωνικές τους δεξιότητες, να μάθουν περισσότερα για άλλους πολιτισμούς, να επεκτείνουν το δίκτυό τους και να αποκτήσουν εργασιακή εμπειρία. Το Cafe χρησιμεύει ως χώρος όπου ο νέος/-α μπορεί να αποκτήσει εργασιακή εμπειρία, αλλά και να πουλήσει, για παράδειγμα, μεταχειρισμένα ρούχα, χειροτεχνίες ή πίνακες ζωγραφικής. Αυτό δίνει στους νέους/-ες την ευκαιρία να χτίσουν το δικό τους χαρτοφυλάκιο και βιογραφικό για να επιχειρήσουν να απασχοληθούν σε άλλους τομείς.

Τα νέα μέλη ενθαρρύνονται να αναλάβουν έργα μαζί με γηγενείς νέους/-ες, όπως να διοργανώσουν μια εκδήλωση ή να συνεργαστούν για να συντάξουν ένα επιχειρηματικό σχέδιο. Εκτός από την επιχειρηματική διάσταση του τόπου συνάντησης, το Cafe θα επικεντρωθεί στην κοινωνική ένταξη, την εκμάθηση της τοπικής γλώσσας και των εθίμων, και την προετοιμασία των νέων για εκπαίδευση ή εργασία. Έμφαση θα δοθεί σε αυτά που μπορούν να κάνουν οι νέοι/-ες, και όχι σε αυτά που δεν μπορούν να κάνουν.

Οι νέοι/-ες πρόσφυγες και μετανάστες/-ριες χρειάζονται ένα μέρος όπου μπορούν να αναπτυχθούν, διότι, στατιστικά μιλώντας, ένα μεγάλο μέρος των προσφύγων και των μεταναστών/-τριων δεν καταφέρνει να ανεξαρτητοποιηθεί οικονομικά. Πολλοί/-ές από αυτούς/-ές βασίζονται στα επιδόματα της κυβέρνησης για όλη τους τη ζωή. Είναι κρίμα που δεν έχει υλοποιηθεί ακόμη κάτι παρόμοιο στην Ευρώπη, ωστόσο το Cafe Europe θέλει να παράσχει στους μετανάστες/-ριες και πρόσφυγες τις ίδιες ευκαιρίες που έχουν οι Ευρωπαίοι/-ες. Όλοι/-ες να έχουν τις ίδιες ευκαιρίες προς την οικονομική ανεξαρτησία και την αξιοποίηση της ζωής τους στο έπακρο. Αυτό θα τους/τις εξασφαλίσει μια πολύ ισχυρότερη θέση στην κοινωνία, καθώς και τη δυνατότητα να βρουν το δικό τους δίκτυο, πάνω στο οποίο θα μπορούν να εξελιχθούν περαιτέρω.

Πως ιδρύετε λοιπόν ένα Café Europe; Αυτό το εγχειρίδιο σας καθοδηγεί στα πρώτα (και τελευταία) σας βήματα. Όλα ξεκινούν με τη συμμετοχή της τοπικής σας κοινότητας σας. Πού θα βρείτε τα σχετικά ενδιαφερόμενα μέρη; Πώς προσλαμβάνετε νέους εργαζόμενους/-ες και εθελοντές/-ριες; Πώς προσεγγίζετε την ομάδα-στόχο; Επιπλέον, θα συζητηθούν λεπτομερώς ζητήματα όπως ο προγραμματισμός, ο καθορισμός της γεωγραφικής περιοχής σας, η εκπαίδευση των εθελοντών/-τριων, οι εγκαταστάσεις, η διαφήμιση και η βιωσιμότητα. Οι πληροφορίες αυτές φαίνονται πολλές, και είναι. Αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο αντιμετωπίζουμε αυτά τα ζητήματα με μια λογική σειρά. Με αυτόν τον τρόπο, μπορείτε εύκολα να διαβάσετε τα πάντα βήμα προς βήμα ή μπορείτε να συμβουλευτείτε τον οδηγό αργότερα, όποτε το επιθυμείτε.



Συμμετοχή της κοινότητάς σας

«Το μεγαλείο μιας κοινότητας μετρείται με μεγαλύτερη ακρίβεια από τις πράξεις συμπόνοιας των μελών της». – Coretta Scott King

Μαθησιακοί στόχοι και επιδιώξεις

Εντοπισμός ευκαιριών για τη δημιουργία στρατηγικών συνεργασιών με άλλους οργανισμούς στην κοινότητά σας. Προσδιορισμός των ομάδων-στόχων που έχουν προτεραιότητα.

Μαθησιακά αποτελέσματα

Ισχυρότερες εταιρικές σχέσεις με άλλους οργανισμούς που συνεργάζονται με νέους/-ες. Πρόσβαση σε ένα ευρύτερο σύνολο πηγών για νέους/-ες. Ισχυρότερη υποστήριξη για ευάλωτους νέους/-ες.

Για να ιδρύσετε με επιτυχία ένα Café Europe, είναι σημαντικό να συνάψετε συνεργασίες στην περιοχή. Ένας από τους λόγους είναι ότι δεν θα χρειάζεται να κατέχουν οι εσωτερικοί/-ες υπάλληλοι/συνεργάτες το σύνολο της απαιτούμενης εξειδίκευσης. Μπορεί να υπάρχουν εταίροι στην περιοχή με τον ίδιο στόχο. Ο όρος εταιρική σχέση και συναφείς όροι όπως συνεργασία, συμμαχία, δίκτυο, ομάδα έργου, ομάδα εργασίας, σύμπραξη και άλλοι, χρησιμοποιούνται για να περιγράψουν μια μεγάλη ποικιλία σχέσεων και δομών. Για τους σκοπούς αυτού του κεφαλαίου, η εταιρική σχέση αναφέρεται σε μια ομάδα οργανισμών με κοινό συμφέρον που συμφωνούν να συνεργαστούν για την οικοδόμηση ενός Café Euro-

pe. Η αξιοποίηση εταιρικών σχέσεων μπορεί επίσης να ενισχύσει το σύστημα υποστήριξης των μεταναστών/-στριων και των ιθαγενών νέων στην περιοχή, καθώς αυτοί/-ες μαθαίνουν να συνεργάζονται και να βρίσκουν ο ένας/μία τον/την άλλον/-η.

Η αναγνώριση της σημασίας των εταιρικών σχέσεων δεν είναι δύσκολη, ωστόσο η κατανόηση του τρόπου οικοδόμησης αυτών των εταιρικών σχέσεων είναι ιδιαίτερα σημαντική. Οι εταιρικές σχέσεις με άλλους οργανισμούς απαιτούν χρόνο και προσπάθεια, αλλά με τη σωστή οργάνωση, μπορούν να βοηθήσουν το Café Europe να επιτύχει τους στόχους του πιο αποτελεσματικά και με λιγότερους πόρους.

Είδος εταιρικής σχέσης

Οι εταιρικές σχέσεις μπορεί να βασίζονται σε μια κοινότητα, μια περιοχή, ένα κράτος ή ακόμα και το έθνος στο σύνολό του. Ανεξάρτητα από το μέγεθος και τη δομή τους, υφίστανται για να δημιουργήσουν ή/και να υποστηρίξουν τις προσπάθειες που απαιτούνται για την επίτευξη συγκεκριμένων στόχων.

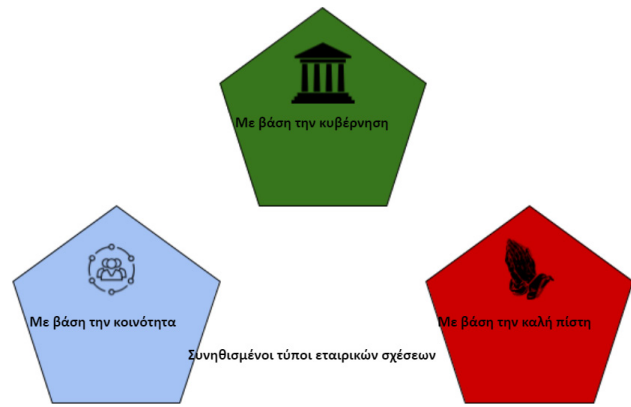
Ορισμένοι συνηθισμένοι τύποι εταιρικών σχέσεων είναι:

- Με βάση την κοινότητα: Αναζητήστε οργανισμούς που συνεργάζονται

μαζί σας στην πρώτη γραμμή της κοινότητάς σας. Οι τοπικοί μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί μπορεί να διαπιστώσουν ότι οι αξίες σας ταιριάζουν με τις δικές τους, ακόμα κι αν προσφέρετε διαφορετικές υπηρεσίες.

- Με βάση την κυβέρνηση: Αξίζει να επιχειρήσετε τη σύναψη εταιρικών σχέσεων με τα τοπικά κυβερνητικά ιδρύματα. Πιο συγκεκριμένα, ορισμένα εκπαιδευτικά ιδρύματα μπορεί να αποδειχθούν εξαιρετικοί εταίροι και να παρέχουν πρόσβαση στις ομάδες πληθυσμών που εξυπηρετεί ο οργανισμός σας. Η κυβέρνησή σας μπορεί επίσης να προσφέρει δεδομένα σχετικά με τον τοπικό πληθυσμό, τα οποία ενδεχομένως να είναι χρήσιμα για το Café Europe σας.
- Με βάση την καλή πίστη: Οι τοπικές θρησκευτικές κοινότητες θεωρούνται συχνά σημαντικοί πόροι για μια κοινότητα. Συχνά υπάρχουν πρόθυμοι εθελοντές σε αυτές τις κοινότητες. Λάβετε υπόψη το υπόβαθρο των συμμετεχόντων σας και τι σκοπό έχει αυτή η εταιρική σχέση.

Οι εταίροι που αποφασίζουν να στηρίξουν τους στόχους του Café Europe θα μπορούσαν ακόμη και να αποφασίσουν να ξεκινήσουν από κοινού έναν μη κερδοσκοπικό οργανισμό για το Café Europe.



Αξιολόγηση υποψήφιων εταιρών

Υπάρχουν ορισμένα πράγματα που πρέπει να λάβετε υπόψη όταν επιλέγετε στρατηγικά εταίρους για να διασφαλίσετε ότι ο υποψήφιος/-α εταίρος θα συμβάλει στην ανάπτυξη του Café Europe σας. Αυτό το φύλλο εργασίας θέτει ερωτήσεις για να καθοδηγήσει τη διαδικασία σκέψης σας κατά την αξιολόγηση πιθανών εταιρών.

Τύπος οργανισμού

- Σκεφτείτε με ποιον τύπο οργανισμού θα ήταν πιο ωφέλιμο να επιδιώξετε συνεργασία. Είναι μη κερδοσκοπικός οργανισμός; Θρησκευτικός; Μεγάλος ή μικρός; Περιγράψτε τον οργανισμό.

Κοινό-στόχος

- Ποιο είναι το κοινό-στόχος και ποιος οργανισμός θα σας βοηθήσει περισσότερο να το προσεγγίσετε;

Οφέλη και προκλήσεις

- Τι παροχές διαθέτει ο εν λόγω οργανισμός; Ποια είναι τα μειονεκτήματα;

Οφέλη και προκλήσεις

- Ο εν λόγω οργανισμός ή άτομο χαίρει σεβασμού εντός της κοινότητας; Η συνεργασία με έναν

κακόφημο οργανισμό μπορεί να βλάψει τη θέση σας στην κοινότητα.

Στόχοι, επιδιώξεις και αποτελέσματα

- Τι θέλει να επιτύχει κάθε οργανισμός με τη συνεργασία με σας;

Σκοπός

- Τι είδους οργανωτική σχέση απαιτείται για την επίτευξη αυτών των στόχων;

Ποιότητα

- Υπάρχει επαρκής εμπιστοσύνη και δέσμευση για την υποστήριξη των σχέσεων αυτού του είδους;

Πόροι

- Υπάρχουν διαθέσιμοι πόροι για τέτοιου είδους οργανωτικές σχέσεις, όπως χρόνος, δεξιότητες, κατανόηση των πελατών, οικονομικοί πόροι, κοινοτική υποστήριξη, δέσμευση, υγεία και ανθρώπινο δυναμικό; Αν όχι, μπορείτε να αποκτήσετε πρόσβαση σε αυτούς τους πόρους;

συμβατότητα αξιών

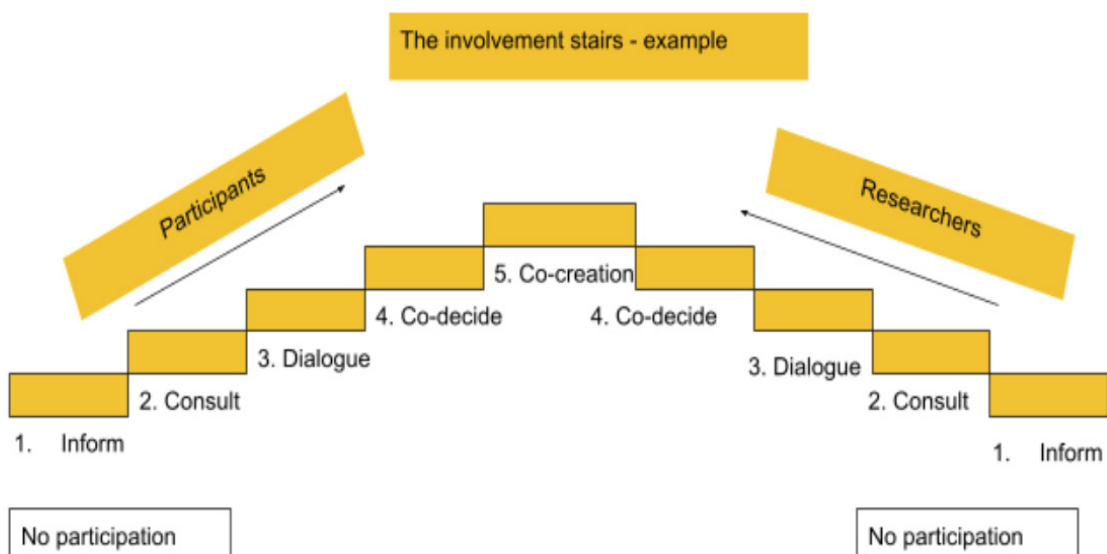
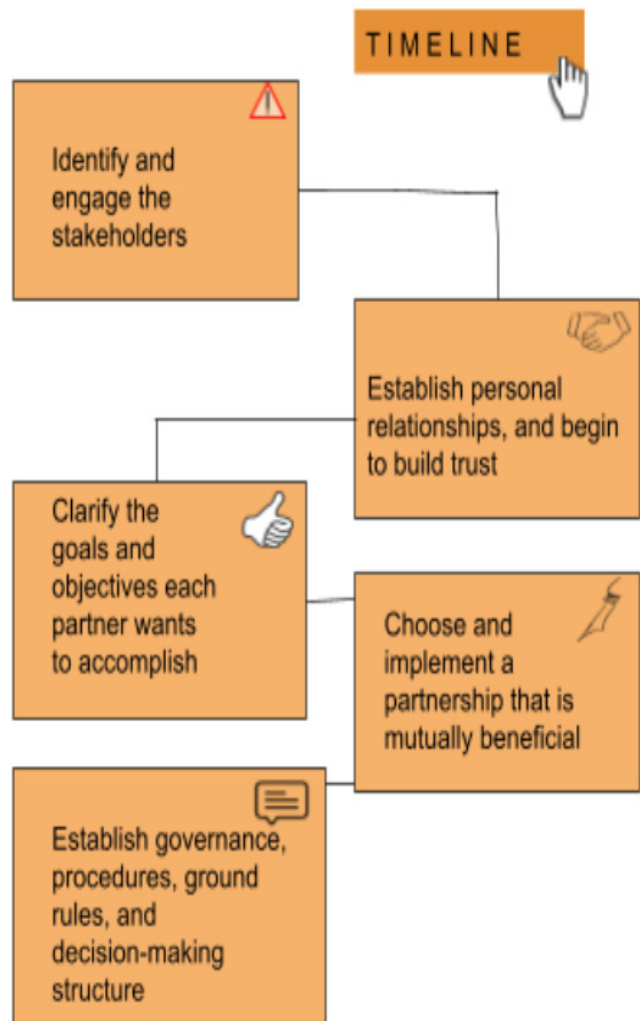
- Πώς συμπίπτουν οι αξίες του οργανισμού με τις δικές σας; Η διαχείριση της εταιρικής σχέσης θα είναι πολύ πιο δύσκολη αν η αποστολή και οι στόχοι σας δεν συμβαδίζουν. Καταγράψτε τις αξίες του οργανισμού σας και τις αξίες του υποψήφιου εταίρου σας και δείτε πώς αυτές συμβαδίζουν μεταξύ τους.

Το να γνωρίζετε την κοινότητά σας καθιστά εφικτή την κατάλληλη προσαρμογή της επικοινωνίας σας. Αρχικά, επιλέξτε σε ποιες βασικές κοινότητες θα απευθύνεται το μήνυμά σας. Θα χρειαστείτε διαφορετικά μηνύματα για διαφορετικές ομάδες και διαφορετικά κανάλια επικοινωνίας και μεθόδους για να προσεγγίσετε καθεμία τις ομάδες αυτές. Στη συνέχεια, εξετάστε αν πρέπει να κατευθύνετε την επικοινωνία σας σε εκείνους/-ες των οποίων τη συμπεριφορά, τις γνώσεις ή την κατάσταση θέλετε να επηρεάσετε, ή εάν η επικοινωνία σας πρέπει να είναι έμμεση. Μερικές φορές, για παράδειγμα, για να επηρεάσετε μια ομάδα ανθρώπων, πρέπει να στρέψετε το μήνυμά σας προς εκείνους/-ες τους οποίους εκείνοι εμπιστεύονται – κληρικούς, τοπική ηγεσία, πολιτικούς κ.λπ. Μερικές φορές, οι φορείς χάραξης πολιτικής είναι η κατάλληλη ομάδα-στόχος, και όχι εκείνοι/-ες που επηρεάζονται άμεσα. Αυτοί είναι ορισμένοι από τους πολλούς τρόπους που μπορείτε να προσδιορίσετε το κοινό σας. Μόλις το κάνετε αυτό, ο οργανισμός σας θα αποκτήσει ιδέες για το πώς να το προσεγγίσετε.

Κοινότητες-στόχοι	Βασικά άτομα	Ιδέες συμμετοχής
Παράδειγμα: - Φοιτητές/-τριες	Παράδειγμα: <ul style="list-style-type: none">• Διευθυντής/-τρια• Δάσκαλοι/-ες• Κοινωνικοί/-ες Λειτουργοί• Κοσμήτορας• Μέλη του ΔΣ	Παράδειγμα: <ul style="list-style-type: none">• Απλή συμμετοχή• Πρακτική άσκηση στον οργανισμό που ιδρύει ένα Café Europe.• Καταιγισμός ιδεών κατά τη φάση εκκίνησης.• Δημιουργία δικτύου νέων.

Δημιουργήστε έναν χάρτη με τα ενδιαφερόμενα μέρη/εταίρους.

Τοπική αυτοδιοίκηση, οργανισμοί απασχόλησης νέων, λύκεια, αθλητικοί σύλλογοι,



Συμβουλές & κόλπα για το πώς να ξεκινήσετε μια ομάδα εστίασης

«Τα μισά από αυτά που έχω κάνει, τα οποία τελικά πέτυχαν, δεν θα είχαν γίνει ποτέ αν είχαν παρουσιαστεί σε ομάδες εστίασης». - John Hurt

Ο σκοπός έναρξης μιας ομάδας εστίασης
Μια ομάδα εστίασης προσφέρει μια διεισδυτική ματιά σε θέματα που αφορούν το έργο. Δημιουργεί ευκαιρίες για να μιλήσετε, να συζητήσετε και να οργανώσετε μια συνεδρία καταγιγισμού ιδεών με σκοπό να ακούσετε πολλαπλές προοπτικές για το πώς να ξεκινήσετε ένα Café Europe.

Εκτός από τη συζήτηση θεμάτων, οι ομάδες εστίασης δίνουν πληροφορίες για τον τρόπο με τον οποίο συνεργάζεται, πώς επικοινωνεί και πώς συνεννοείται νεολαία με τα ενδιαφερόμενα μέρη (Eelderink, 2020). Μέσα στις ομάδες εστίασης, μπορείτε να παρατηρήσετε τις προκλήσεις και επιτυχίες που αναφέρθηκαν παραπάνω.

Τι υπάρχει σε ένα όνομα;

Ομάδα εστίασης, δεξαμενή σκέψης, ομάδα ... ;; Μπορείτε να δώσετε στην ομάδα σας διάφορα ονόματα. Ο στόχος και το σημείο εστίασής σας θα πρέπει να είναι σαφή. Επιλέξτε ένα όνομα που θα ταιριάζει στην ομάδα-στόχο σας ή αφήστε την ομάδα να επιλέξει ένα κατάλληλο όνομα.

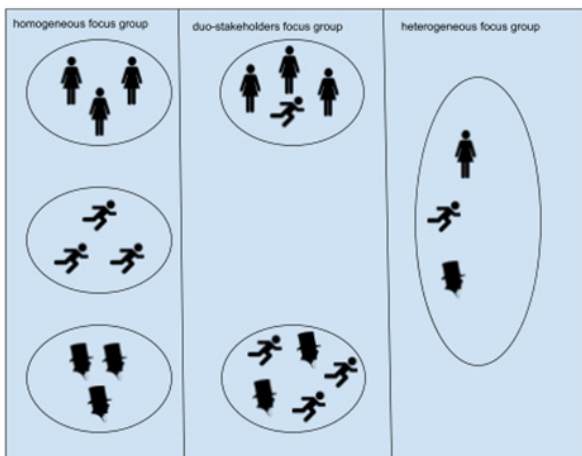
Το Café Europe ως έργο που βασίζεται στην κοινότητα διεγείρει τη συμμετοχή των νέων και άλλων ενδιαφερομένων. Οι εταίροι (ερευνητές) που καθοδηγούν τις ομάδες εστίασης των συμμετεχόντων ενθαρρύνουν τους νέους/-ες να ανέβουν τη σκάλα. Η πορεία προς το βήμα 5: Η κοινή δημιουργία διεγείρει την κυριότητα και την ευθύνη μεταξύ των νέων και των άλλων συμμετεχόντων.

Κατά τη δημιουργία της φυσικής τοποθεσίας του Café Europe, οι ρόλοι των συμμετεχόντων μπορούν να επεκταθούν.

Πότε πρέπει να ξεκινήσετε μια ομάδα εστίασης;

Μια ομάδα εστίασης είναι χρήσιμη σε διαφορετικά στάδια του έργου. Μπορείτε να ξεκινήσετε αμέσως με τα θέματα καθοδήγησης/προκλήσεις του Café Europe/του πνευματικού προϊόντος. Κατά τη διάρκεια του έργου, η ομάδα εστίασης αρχίζει να συζητά πιο λεπτομερή θέματα. Στο τέλος του έργου, μια ομάδα εστίασης μπορεί να βοηθήσει στην αξιολόγηση των αποτελεσμάτων (Eelderink, 2020).





Πώς να ξεκινήσετε την ομάδα εστίασής σας

Χαρακτηριστικά:

- Συμμετέχοντες/-ουσες: 4 – 10
- Ομοιογενής – δυαδικός διαχωρισμός – ετερογενής

Η ομάδα εστίασης του Café Europe θα είναι ετερογενής. Παρόλο που θα ξεκινήσουμε με δύο κύριες ομάδες, αυτές οι ομάδες μπορούν να αλλάξουν κατά τη διάρκεια της διαδικασίας. Αυτό θα εξαρτηθεί από τα θέματα με τα οποία θα καταπιάνονται από κοινού οι συμμετέχοντες/-ουσες, κ.λπ. Βεβαιωθείτε ότι οι συμμετέχοντες/-ουσες συμμετέχουν στη διαδικασία λήψης αποφάσεων.

Δύο βασικοί υποψήφιοι/-ες για ομάδες εστίασης είναι:

1. Νέοι/-ες: γηγενείς και νεοφερμένοι/-ες & νεαροί εργαζόμενοι/-ες και εθελοντές/-ριες
2. Ενδιαφερόμενα μέρη

Επιλογή συμμετεχόντων/-ουσών

- Βεβαιωθείτε ότι οι συμμετέχοντες/-ουσες που προσκαλείτε έχουν έμφυτο ενθουσιασμό για το έργο

- Προσεγγίστε οι ίδιοι/-ες τη νεολαία ή χρησιμοποιήστε την τεχνική της χιονοστιβάδας (αλλιώς «snowballing», δηλαδή μέσω νέων που ρωτούν άτομα της ηλικίας τους). Συνιστάται η προσέγγιση σε ατομική βάση. Θα βοηθήσει στην παρουσίαση του έργου πριν ξεκινήσουν οι συναντήσεις της ομάδας εστίασης.
- Αναζητήστε δεδομένα σχετικά με τους νεοφερμένους/-ες στην περιοχή σας. Ένα κυκλικό διάγραμμα θα βοηθήσει στη δημιουργία μιας ποικιλόμορφης ομάδας εκπροσώπων.
- Βεβαιωθείτε ότι θα υπάρχει ποικιλομορφία ως προς την ηλικία, το φύλο, το (πολιτισμικό) υπόβαθρο, τα таланτά, το επίπεδο εκπαίδευσης και όχι μόνο...

Η ανάλυση των ενδιαφερόμενων μερών συνιστά ένα σημαντικό εργαλείο για την αξιολόγηση των οργανισμών που θα πρέπει να προσεγγίσετε. Η μελέτη «κατηγοριών υποψήφιας εταιριών» μπορεί να βοηθήσει στη δημιουργία ενός τοπικού χάρτη. Κατηγορίες ενδιαφερομένων μερών μπορεί να είναι οι εξής:

- Εταίροι
- Τύπος/μέσα ενημέρωσης
- Τοπική αυτοδιοίκηση
- «Ανταγωνισμός»
- Ομάδες ενδιαφέροντος
- Ντόπιοι/-ες

Ένας εναλλακτικός τρόπος προσδιορισμού των υποψήφιας εταιριών είναι ο καταγισμός ιδεών για σχετικά θέματα/ερωτήσεις που αφορούν το έργο. Η ανάλυση αυτών των θεμάτων/ερωτήσεων θα οδηγήσει σε σχετικούς τοπικούς οργανισμούς ή

άτομα. Ερωτήσεις που πρέπει να κάνετε όταν αναζητάτε τους κατάλληλους/-ες εταίρους:

- Ποιες πιθανές τοποθεσίες είναι ενδιαφέρουσες για το Café Europe;
- Αν χρειαστείτε οικονομική υποστήριξη, από ποιον/-α θα τη βρείτε;
- Ποιες τοπικές επιχειρήσεις θα είναι πρόθυμες να μοιραστούν τις γνώσεις τους σχετικά με την αυτάρκεια;

Τοποθεσία: βεβαιωθείτε ότι έχετε επιλέξει την τοποθεσία σας με βάση τις ανάγκες της ομάδας εστίασής σας. Φροντίστε για την ατμόσφαιρα της τοποθεσίας σας, τη διάταξη των καρεκλών και τραπεζιών στο χώρο, τις γραφικές ύλες, τα πολιτιστικά έθιμα και οργανώστε δημιουργικές δραστηριότητες που τονώνουν την ενέργεια των συμμετεχόντων/-ουσών («energizers», μπορείτε να πάρετε ιδέες από το YouTube), ώστε να δημιουργήσετε μια οικεία ατμόσφαιρα για το στοχευμένο κοινό σας. Τα θέματα μπορούν να συζητηθούν με το σύνολο της ομάδας εστίασης, ή σε μικρότερες υποομάδες.

- Διοργανωτές/-ριες
- * Συνιστώνται δύο άτομα
- * Η εισαγωγική παρουσίαση είναι ζωτικής σημασίας, καθώς η πρώτη εντύπωση μετράει:
- Συστηθείτε
- Εξηγήστε τον σκοπό του έργου
- Εξηγήστε γιατί η συμμετοχή και οι απόψεις των συμμετεχόντων/-ουσών είναι σημαντικές για αυτό το έργο
- Εξηγήστε τι θα κάνετε με το αποτέλεσμα των συνεδριών
- Η συμμετοχή είναι εθελοντική και οι συμμετέχοντες/-ουσες μπορούν να σταματήσουν όποτε θέλουν

- Δεν υπάρχουν σωστές ή λάθος απαντήσεις
- Ζητήστε την άδεια τους, εάν θέλετε να κρατάτε σημειώσεις ή να καταγράφετε τις συνεδρίες (οι σημειώσεις είναι σημαντικές για να μοιραστείτε το αποτέλεσμα σας με όλους/-ες τους διεθνείς εταίρους) (Eelderink, 2020))
- Βεβαιωθείτε ότι λαμβάνονται υπόψη οι απόψεις όλων των συμμετεχόντων/-ουσών
- Προετοιμαστείτε και εξασκηθείτε αν αισθάνεστε ανασφάλεια που θα ηγείστε της ομάδας εστίασης
- Προγραμματισμός: οργανώστε με την ομάδα εστίασής σας τον χρόνο και την τοποθεσία που θα πραγματοποιείτε συναντήσεις για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα

Ερωτήσεις

Μια εναλλακτική για τις ομάδες εστίασης είναι η διεξαγωγή ατομικών συνεντεύξεων. Οι ίδιες ερωτήσεις μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τη σύνταξη ενός ερωτηματολογίου. Ανάλογα με τον αριθμό των συμμετεχόντων/-ουσών, συνιστάται η δημιουργία ενός διαδικτυακού ερωτηματολογίου, καθώς οι διαζώσεις συνεντεύξεις είναι περισσότερο χρονοβόρες, και η επεξεργασία των δεδομένων τους πιο περίπλοκη.



Προγραμματισμός της διαδικασίας σας

«Βγάξε νόημα, και οι λέξεις θα ακολουθήσουν». - Lewis Carroll

Στόχοι και επιδιώξεις

Το κεφάλαιο αυτό εστιάζει στη διαδικασία του προγραμματισμού, η οποία είναι ιδιαίτερα σημαντική για την πετυχημένη ανάπτυξη του Café Europe. Πρέπει να δοθεί προσοχή στα αναγκαία βήματα που πρέπει να προγραμματιστούν από τον ιδρυτή/-τρια και χειριστή/-τρια του Café Europe πριν την έναρξη των προπαρασκευαστικών εργασιών όσον αφορά την ίδρυση, τον καθορισμό του περιεχομένου του προγράμματος, καθώς και το χρονοδιάγραμμα, τις δυνατότητες και το κόστος. Το ρητό του Lewis Carroll αναφέρεται σε μια ιδέα που νοηματοδοτεί τις πράξεις μας και αποτελεί στόχο. Ο προγραμματισμός είναι το επόμενο απαραίτητο βήμα για την επίτευξη του στόχου. Τα πιο σημαντικά ζητήματα που πρέπει να εξεταστούν υπό αυτή την οπτική είναι τα ακόλουθα:

Εκκίνηση - Καθορίζοντας τη στρατηγική

Ως στρατηγική νοείται ένα μακροπρόθεσμο σχέδιο δραστηριοτήτων με σκοπό την επίτευξη ενός στόχου. Αυτό σημαίνει ότι η στρατηγική οργανώνει τη διαδικασία που θα οδηγήσει στην επίτευξη του στρατηγικού στόχου, δηλαδή τη δημιουργία και λειτουργία του Café Europe, ενός τόπου συνάντησης για γηγενείς και νεαρούς/-ες μετανάστες/-ριες. Πριν καθορίσουμε τη στρατηγική, θα πρέπει να δηλώνουμε με σαφήνεια «ποιοι/-ες είμαστε» (όσον αφορά το

Café Europe). Αυτό σημαίνει να έχουμε διατυπώσει τη δική μας αποστολή και, επιπλέον, «αυτό που θέλουμε να επιτύχουμε μακροπρόθεσμα», δηλαδή το όραμά μας. Στο πλαίσιο αυτό, η στρατηγική είναι το μονοπάτι που επιλέγουμε.

Αρχικά θα πρέπει να επιλέξουμε αν το Café Europe θα έχει φυσική ή ηλεκτρονική υπόσταση, μια απόφαση που αποτελεί βασικό μέρος της στρατηγικής μας.

Όπως ήδη αναφέρθηκε, η στρατηγική μας δείχνει τον τρόπο με τον οποίο θα ιδρύσουμε το Café Europe. Θα αποφασίσουμε, για παράδειγμα, αν θα ξεκινήσουμε από το μηδέν ή αν θα αξιοποιήσουμε μια λέσχη νέων που υπάρχει ήδη και στην οποία το Café Europe θα λειτουργήσει σε ένα συγκεκριμένο χρονικό πλαίσιο και θα χρησιμοποιήσει τον υπάρχοντα εξοπλισμό και εγκαταστάσεις. Για παράδειγμα, θα λειτουργεί την πρώτη Παρασκευή του κάθε μήνα. Είναι σημαντικό να καθοριστεί το περιεχόμενο της δραστηριότητας, αν θα είναι μόνο ένας τόπος συνάντησης ή και μέρος όπου θα διεξάγεται μικρής κλίμακας επιχειρηματική δραστηριότητα, όπως η πώληση μικρών τεχνημάτων, η λειτουργία ως χώρος διαλέξεων, λέσχη εύρεσης εργασίας κ.λπ.

Κάθε στρατηγική απόφαση βασίζεται συνήθως στα αποτελέσματα μιας ανάλυσης που χαρτογραφεί τις δυνάμεις και τις αδυναμίες μας, τις εξωτερικές ευκαιρίες και απειλές, καθώς και τους

ενδεχόμενους κινδύνους και συμφέροντα όλων των εμπλεκόμενων ατόμων. Το σημείο εκκίνησης είναι να αναλύσουμε την τρέχουσα κατάστασή μας σε σχέση με το εξωτερικό περιβάλλον αλλά και όσον αφορά το εσωτερικό περιβάλλον και τη διάταξή του. Μια κατάλληλη μέθοδος φαίνεται να είναι η ανάλυση ΔΑΕΑ (SWOT). Η ανάλυση ΔΑΕΑ εστιάζει στην ανάλυση και αξιολόγηση της τρέχουσας κατάστασης (εσωτερικοί παράγοντες) και της τρέχουσας κατάστασης του περιβάλλοντος χώρου (εξωτερικοί παράγοντες).

Οι δυνάμεις και οι αδυναμίες εντοπίζονται στο εσωτερικό περιβάλλον. Το εξωτερικό περιβάλλον δεν μπορεί να επηρεαστεί και υφίσταται σε ανεξάρτητη βάση, και σε αυτό εντοπίζουμε ευκαιρίες και απειλές.

Είναι σημαντικό να διευκρινιστούν οι συγκεκριμένες παράμετροι του στόχου και της διαδικασίας (πορεία), συμπεριλαμβανομένων των πόρων που χρησιμοποιούνται, και τα πάντα να περιγράφονται αναλυτικά. Μετά από αυτό, θα είμαστε σε θέση να απαντήσουμε στις παρακάτω ερωτήσεις και να καταγράψουμε τις απαντήσεις σε αυτές τις βασικές ερωτήσεις.

Τι - για εμάς είναι ο στόχος, μια απάντηση στο ερώτημα του τι θέλουμε να επιτύχουμε (μετρήσιμη παράμετρος)

Γιατί - ορισμός του προβλήματος, η ανάγκη (βλ. έρευνα)

Για ποιον/-α - για τη νεολαία που συνιστά την ομάδα-στόχο

Πώς - διαδικασία, δραστηριότητες

Πότε - προθεσμία για την επίτευξη του στόχου, χρονοδιάγραμμα

Πόσο - προϋπολογισμός, κόστος, πηγές

χρηματοδότησης

Με ποιον/-α - άνθρωποι, καταμερισμός των ευθυνών

Σχεδιασμός

**«Ένα καλό σχέδιο δράσης αποτελεί βασική προϋπόθεση για την επιτυχία»
(αγνώστου/-ης συγγραφέα)**

Για να επιτευχθεί ο καθορισμένος στόχος, είναι σημαντικό να έχουμε ένα σχέδιο στο οποίο περιγράφουμε όλα όσα πρέπει να κάνουμε. Ένα τέτοιο παράδειγμα είναι ένα σχέδιο που έχει δημιουργηθεί με τη μεθοδολογία διαχείρισης έργου ΔΕσΕΠ/PRINCE2.

ΔΕσΕΠ/PRINCE2: «Το σχέδιο του έργου είναι μια δήλωση για το πώς και πότε πρέπει να επιτευχθούν οι στόχοι του έργου, καθορίζοντας τα κύρια προϊόντα, τα ορόσημα, τις δραστηριότητες και τους πόρους που απαιτούνται για την υλοποίηση του έργου».

• Γιατί;

Για ποιους λόγους υλοποιείται το έργο; Ποιο πρόβλημα ή ανεπάρκεια αποσκοπεί να αντιμετωπίσει το έργο; Γιατί πρέπει να διαθέσουμε πόρους και προσπάθεια για την υλοποίησή του; Π.χ. Δεν υπάρχει κάποιος τόπος συνάντησης για γηγενείς και μετανάστες/-ριες νέους/-ες

• Τι;

Ποιος είναι ο σκοπός και τα αποτελέσματα του έργου; Ποια είναι τα κύρια προϊόντα ή αποτελέσματα του έργου; Π.χ. Το Café Europe είναι ένας χώρος για ανεπίσημες συναντήσεις νέων, αλλά διοργανώνει και τακτικές εκδηλώσεις δύο φορές το μήνα (διαλέξεις, συνεδριάσεις, μαθήματα γλώσσας, παζάρια μικρών τεχνημάτων)

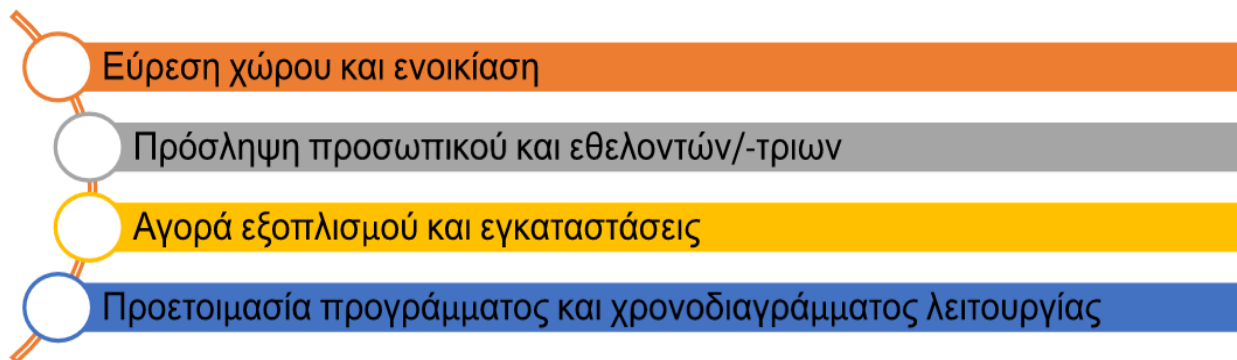
- Ποιος/-α;

Ποιος/-α θα συμμετάσχει στην υλοποίηση του έργου; Και ποια θα είναι η υποχρέωση του κάθε συμμετέχοντα/-ουσας στο έργο; Πώς θα οργανωθούν οι συμμετέχοντες/-ουσες στο έργο; Π.χ. Μη κερδοσκοπικός οργανισμός «Η Ευρώπη για τους νέους/-ες» (Europe for the young), συντονιστής μερικής απασχόλησης, εθελοντές.

- Πότε;

Ποιο είναι το πρόγραμμα του έργου; Ποια είναι τα σημαντικά ορόσημα κατά την υλοποίηση του έργου; Ποιο είναι το χρονοδιάγραμμα του έργου και πότε θα ολοκληρωθεί ο κάθε σημαντικός σταθμός του έργου, ή αλλιώς ορόσημο; Π.χ. Η λειτουργία του Café Europe θα ξεκινήσει από την 1η Αυγούστου 2021.

Ο προγραμματισμός των πόρων, του χρόνου και του κόστους είναι σημαντικός για την επίτευξη του στόχου. Ένα καλό σχέδιο απαιτεί τον καθορισμό όλων των ενεργειών που απαιτούνται για να κατακτήσουμε τον στόχο. Παράδειγμα προσδιορισμού των απαραίτητων δραστηριοτήτων για το επιτυχημένο άνοιγμα του Café Europe:



Χρονικός προγραμματισμός και χρονοδιάγραμμα

Για το χρονοδιάγραμμα, χρησιμοποιείται ένα Διάγραμμα Gantt. Απεικονίζει τη διάρκεια κάθε δραστηριότητας και τα ορόσημα που υποδεικνύουν σημαντικά γεγονότα. Ταυτόχρονα, απεικονίζει γραφικά τις δραστηριότητες στο χρονοδιάγραμμα.

Παραδείγματα δραστηριοτήτων για το Café Europe

- Καθορισμός απαιτήσεων χώρου για το Café Europe (τοποθεσία, μέγεθος, εξοπλισμός)
- Εύρεση χώρου και ενοικίαση
- Προσαρμογές στον χώρο
- Αγορά εξοπλισμού και εγκαταστάσεις
- Προετοιμασία προγράμματος και χρονοδιαγράμματος λειτουργίας
- Πρόσληψη προσωπικού και εθελοντών/-τριών
- Κατάρτιση των μελών του προσωπικού

Ο προγραμματισμός των δραστηριοτήτων και η κατανομή τους στο χρόνο καταγράφεται στην εικόνα που φαίνεται στο διάγραμμα Gantt. Για τη δημιουργία ενός διαγράμματος Gantt, μπορούν να χρησιμοποιηθούν διάφορα εργαλεία, όπως το Microsoft Project π.χ. Project Management Software | Microsoft Project.

πομένως, τα ορόσημα που χρησιμοποιούνται για τον έλεγχο της επίτευξης της προόδου του έργου είναι εξίσου σημαντικά στο στάδιο του σχεδιασμού.

Ως ορόσημο ορίζεται κάθε καθοριστικό και σημαντικό γεγονός για την πρόοδο ενός έργου, ένα χρονικό σημείο που συνήθως επαληθεύει και υπολογίζει ποιο μέρος των αποτελεσμάτων έχει ολοκληρωθεί. Το ορόσημο σημειώνεται στο χρονοδιάγραμμα. Κατά την προετοιμασία και το άνοιγμα του Café Europe, η ενοικίαση των διαθέσιμων χώρων, και το ανεπτυγμένο επιχειρησιακό σχέδιο του Café Europe, το οποίο αποτελεί προϋπόθεση για την έναρξη και το άνοιγμα του Café Europe και για την προώθηση των διάφορων δρωμένων που θα πραγματοποιηθούν εκεί (π.χ. πολυπολιτισμική βραδιά με γευσιγνωσία έθνικ φαγητού, λέσχη εύρεσης εργασίας και άλλα) μπορούν να θεωρηθούν ως ορόσημα.

Προγραμματισμός κόστους (προϋπολογισμός)

Η επιτυχής υλοποίηση του έργου απαιτεί έναν ρεαλιστικό υπολογισμό του κόστους. Αυτό σημαίνει ότι οι οικονομικοί πόροι του έργου καλύπτουν όλα τα απαιτούμενα έξοδα. Πρέπει να γνωρίζουμε την απάντηση στο ερώτημα του τι θα μας κοστίσει και ποιο θα είναι το συνολικό κόστος. Απαιτείται ο ρεαλιστικός υπολογισμός του κόστους αμοιβής των εργαζομένων, καθώς και της αγοράς του απαραίτητου εξοπλισμού και υλικών. Επιπλέον, το ίδιο ισχύει για τις απαραίτητες υπηρεσίες (ενοικίαση, ρεύμα, πρόσβαση στο διαδίκτυο, διαφήμιση). Μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε μεθόδους «από κάτω προς τα πάνω» και «από πάνω προς τα κάτω» για τη βέλτιστη ρύθμιση του κόστους και τη σύνταξη ενός ισορροπημένου προϋπολογισμού. Η μέθοδος παρουσιάζει έναν λεπτομερή υπολογισμό του κόστους όλων των προγραμματισμένων δραστηριοτήτων εντός μιας δεδομένης χρονικής περιόδου και, κατά συνέπεια, την πιθανή μείωσή του, δεδομένης της διαθεσιμότητας των πόρων και των περιορισμών που αυτή δημιουργεί. Το έγγραφο κοστολόγησης που προκύπτει είναι ο προϋπολογισμός, και παρακάτω θα ένα σχετικό παράδειγμα.



Κατηγορία κόστους	Μονάδα	Αριθμός	Τιμή / μονάδα (Ευρώ)	Σύνολο (Ευρώ)
1. Δαπάνες προσωπικού				
1.1 Συντονιστής (0,5)	μήνας	12	1 000	12 000
1.2.1 Στέλεχος με εξειδίκευση 1	ώρα	30	20	600
1.2.2 Στέλεχος με εξειδίκευση 2	ώρα	50	20	1000
2. Εξοπλισμός				
2.1 Έπιπλα (τραπέζι/καρέκλες)	τεμάχιο	30	40	12 000
2.2 Υπολογιστής, εκτυπωτής	τεμάχιο	1	1100	11 000
3. Ενοικίαση και υπηρεσίες				
3.1 Ενοικίαση δωματίου (50 τ.μ.)	μήνας	12	600	7 200
3.2 Υπηρεσίες (ηλεκτρικό ρεύμα, διαδίκτυο κ.λπ.)	μήνας	12	150	1 800
Σύνολο:				45 600

Οριζοντας την περιοχή σας

Μαθησιακοί στόχοι και επιδιώξεις

Ο παρακάτω οδηγός προκύπτει από τα αποτελέσματα της τοπικής έρευνας που υλοποίησε η κοινοπραξία σε υποψήφιους συμμετέχοντες/-ουσες και ενδιαφερόμενους/-ες, μέσω ερωτηματολογίου, το οποίο περιλάμβανε ερωτήσεις σχετικά με την τοποθεσία, τη διάταξη και τη διαχείριση του Café. Σκοπός αυτού του οδηγού είναι να διευκολύνει την ίδρυση ενός Café Europe, απαριθμώντας τις πτυχές που πρέπει να ληφθούν υπόψη όταν αποφασίζεται η τοποθεσία.

Μαθησιακά αποτελέσματα

Χρησιμοποιώντας τις γνώσεις από αυτό το κεφάλαιο, ένας οργανισμός ή άτομο θα έχει έναν λεπτομερή κατάλογο με τους παράγοντες που θα πρέπει να λάβει υπόψη κατά την ίδρυση ενός Café Europe όσον αφορά την τοποθεσία του, καθώς και προτεινόμενες μεθόδους επιλογής των κατάλληλων υποδομών για μια τοποθεσία.

Μέσα μαζικής μεταφοράς

Ίσως ο πιο σημαντικός παράγοντας, δεδομένου ότι πολλοί/-ες από τους συμμετέχοντες/-ουσες δεν θα έχουν δικό τους μεταφορικό μέσο. Η τοποθεσία θα πρέπει να επιλέγεται σύμφωνα με το αν είναι πλησίον κάποιας μορφής μέσου μαζικής μεταφοράς, κατά προτίμηση

κάποιο που είναι προσβάσιμο σε όλους/-ες.

Ο ιδανικός τρόπος αντιμετώπισης του ζητήματος των μέσων μαζικής μεταφοράς είναι να επιλέξετε μια τοποθεσία με τον μεγαλύτερο δυνατό αριθμό εναλλακτικών μέσων. Αυτό θα επιτρέψει σε όλα τα άτομα που συμμετέχουν να επιλέξουν τη διαδρομή που τους εξυπηρετεί περισσότερο. Περιοχές που είναι κοντά στο κέντρο της πόλης συνήθως πληρούν αυτή την προϋπόθεση, πράγμα που σημαίνει ότι είναι ιδανικές για την εύρεση της κατάλληλης τοποθεσίας. Εναλλακτικά, αν οι συμμετέχοντες/-ουσες είναι από μια συγκεκριμένη περιοχή, το café μπορεί να ιδρυθεί εκεί. Ένας άλλος παράγοντας που πρέπει να λάβετε υπόψη είναι τα δρομολόγια των μέσων μαζικής μεταφοράς. Είναι σημαντικό να βεβαιωθείτε ότι οι συμμετέχοντες/-ουσες θα έχουν έναν τρόπο να μεταφερθούν από και προς το café, καθώς μερικές φορές τα δρομολόγια ενδέχεται να αλλάξουν μέσα στη μέρα.

Πριν επιλέξετε την τοποθεσία του café, θα πρέπει να γίνει μια λίστα ελέγχου που θα περιλαμβάνει τα εξής:

1. Όλες οι εναλλακτικές για τα μέσα μαζικής μεταφοράς
2. Διαδρομές από και προς την τοποθεσία των συμμετεχόντων/-ουσών
3. Δρομολόγια των διαθέσιμων μέσων μαζικής μεταφοράς
4. Κόστος μετακίνησης
5. Ασφάλεια κατά τη μετακίνηση, ιδιαίτερα τη νύχτα.

Προσβασιμότητα τοποθεσίας

Θα πρέπει να υπάρχει μέριμνα για όλες τις μορφές αναπηριών. Παρακάτω είναι μια λίστα διευκολύνσεων για συγκεκριμένες περιπτώσεις:

- Γνωστική αναπηρία: Τα μενού στα café θα πρέπει να περιλαμβάνουν όσο το δυνατόν περισσότερες απεικονίσεις των προϊόντων τους, ώστε να βοηθούν τα άτομα με γνωστικές αναπηρίες. Οι φωτογραφίες των προϊόντων είναι ο ιδανικός τρόπος για να γίνει αυτό. Αν δεν μπορείτε να το κάνετε αυτό για κάθε μενού, θα πρέπει να είναι διαθέσιμο ένα ειδικό μενού με φωτογραφίες, στην περίπτωση που χρειαστεί.
- Αναπηρίες όρασης: Πρέπει να αποφεύγεται η τοποθέτηση αντικειμένων που δεν μπορούν εύκολα να εντοπιστούν με ένα μπαστούνι για άτομα με τύφλωση. Για παράδειγμα, καρέκλες και τραπέζια που είναι κρεμαστά ή εντοιχιζόμενα, χωρίς στήριξη στο έδαφος, ανυψωμένα αντικείμενα και φυτά, και ασταθή αντικείμενα που μπορούν εύκολα να πέσουν κάτω.
- Αναπηρίες ακοής και ομιλίας: Όλες οι απαραίτητες πληροφορίες τόσο στο μενού όσο και στο café θα πρέπει να διατίθενται και σε γραπτή μορφή. Αυτό θα διευκολύνει τη μετακίνηση στον χώρο (για παράδειγμα στο μπάνιο) καθώς και τις παραγγελίες (μέσω του μενού).
- Κινητικές αναπηρίες: Η τοποθεσία που θα επιλέξετε πρέπει να είναι προσβάσιμη από όλους/-ες. Πρέπει να αποφεύγονται οι απότομες ανηφόρες, οι σκάλες και τα στενά πεζοδρόμια. Ιδανικά, το café πρέπει να βρίσκεται στο ισόγειο ή, αν είναι υπερυψωμένο, να διαθέτει ράμπα. Αν βρίσκεται σε υψηλότερο όροφο, πρέπει να υπάρχει ανελκυστήρας, με αρκετό χώρο για να χωρέσει ένα αναπηρικό αμαξίδιο.

Επιπλέον, το εξωτερικό της εγκατάστασής σας δεν πρέπει να έχει ανώμαλο έδαφος, ολισθηρά πλακάκια ή χαλίκι, καθώς μπορεί να περιορίσει σημαντικά την προσβασιμότητα των ατόμων με δυσκολίες στο περπάτημα. Η κατανομή χώρου εντός του café θα πρέπει να επιτρέπει την απρόσκοπτη μετακίνηση των ατόμων που χρησιμοποιούν αναπηρικό αμαξίδιο. Τα τραπέζια θα πρέπει επίσης να τοποθετηθούν με τρόπο ώστε να επιτρέπεται στα άτομα που χρησιμοποιούν σε αναπηρικό αμαξίδιο να κάθονται άνετα σε αυτά.



Εμπορικό ενδιαφέρον

Αν ο στόχος είναι να δημιουργηθεί ένα εμπορικό café ή οποιοδήποτε άλλο «επιχειρηματικό» εγχείρημα, θα πρέπει να επισκέπτεται τακτικά την τοποθεσία ένας ικανοποιητικός αριθμός ατόμων, προκειμένου να αυξηθεί η πελατεία. Κατά την επιλογή των τοποθεσιών, πρέπει να λαμβάνεται υπόψη ο συνολικός αριθμός των ατόμων που περνούν από την περιοχή. Ταυτόχρονα, θα πρέπει να ληφθεί υπόψη η ύπαρξη άλλων Café και παρόμοιων επιχειρήσεων στην περιοχή, καθώς κάτι τέτοιο ενδεχομένως να κατευθύνει αλλού τους υποψήφιους πελάτες/-ισσες σας.

Από την άλλη, οι περιοχές με αυξημένο εμπορικό ενδιαφέρον έχουν δύο μειονεκτήματα:

1. Η ενοικίαση του χώρου είναι πιο δαπανηρή.
2. Έχουν πολύ μεγαλύτερο ανταγωνισμό.

Στην ουσία, θα πρέπει να επιλεγεί μια περιοχή που δεν έχει πολλές εναλλακτικές και, ιδανικά, μια περιοχή όπου λειτουργούν και άλλες εγκαταστάσεις για νέους/-ες. Ορισμένα παραδείγματα είναι οι δημόσιες βιβλιοθήκες, οι ανοιχτοί χώροι εργασίας για νέους/-ες, οι χώροι μελέτης, και τα κέντρα κοινωνικής στήριξης. Αυτά τα συγκεκριμένα παραδείγματα θα επιτρέψουν την αύξηση του αριθμού των υποψήφιων πελατών/-ισσων στις καφετέριες, χωρίς την οικονομική επιβάρυνση και τον ανταγωνισμό που ενέχουν οι ιδιαίτερα εμπορικές περιοχές.

Ασφάλεια

Η ασφάλεια της περιοχής πρέπει να ληφθεί υπόψη, καθώς είναι ένας σημαντικός παράγοντας κατά την πρόσληψη συμμετεχόντων/-ουσών αλλά και κατά την αναζήτηση πελατών/-ισσων. Είναι επίσης σημαντικό να διασφαλιστεί η ευημερία των συμμετεχόντων/-ουσών.

Προτού πάρετε την τελική απόφαση, θα πρέπει να επισκεφτείτε τις περιοχές στις οποίες ενδέχεται να ιδρύσετε το café και σε νυχτερινές ώρες, προκειμένου να εξασφαλίσετε ότι υπάρχει άφθονος φωτισμός και να διαπιστώσετε πόσα καταστήματα και εγκαταστάσεις λειτουργούν στην περιοχή, πράγμα που συνήθως σημαίνει ότι θα κυκλοφορούν κι άλλοι άνθρωποι εκεί τη νύχτα.

Αυτός ο παράγοντας εγκυμονεί κινδύνους, καθώς η ασφάλεια μιας περιοχής επηρεάζει άμεσα το κόστος των ενοικίων. Είναι σημαντικό να αποφύγετε τις επισφαλείς περιοχές για να μειώσετε το κόστος του café, και για αυτό τον λόγο οι παραπάνω ενέργειες είναι απαραίτητες. Για άλλη μια φορά, είναι προτιμότερο να συνδυάσουμε την πρωτοβουλία ίδρυσης του café με μια υπάρχουσα πρωτοβουλία για νέους/-ες, αν είναι δυνατόν, όπως αναφέρθηκε παραπάνω στην ενότητα «εμπορικό ενδιαφέρον». Αυτό θα διατηρήσει τον προϋπολογισμό σε χαμηλά επίπεδα, εξασφαλίζοντας παράλληλα τη σχετική ασφάλεια της περιοχής.

Συντήρηση και πιθανοί κίνδυνοι

Υγειονομικοί κανονισμοί

Η λειτουργία οποιουδήποτε είδους επιχείρησης όπου σερβίρονται φαγητά ή ποτά απαιτεί διαφορετικές άδειες σε κάθε χώρα. Αυτό ισχύει κυρίως όταν υπάρχουν συναλλαγές χρημάτων, και η επιχείρηση θεωρείται επίσημος διανομέας τροφίμων ή ποτών. Οι άδειες δεν είναι τόσο αυστηρές αν στο Café δεν πραγματοποιούνται χρηματικές συναλλαγές και συνιστά χώρο εργασίας αντί για κατάστημα. Αν απαιτηθούν άδειες από τους συμμετέχοντες/-ουσες ή την κοινοπραξία, τότε οι συμμετέχοντες/-ουσες θα πρέπει να λάβουν μέρος σε ειδικές τάξεις και να αποκτήσουν τα απαραίτητα προσόντα, τα οποία διαφέρουν ανά χώρα, αλλά επικεντρώνονται σε κανόνες υγιεινής.

Καθαρισμός

Ο καθαρισμός της εγκατάστασης θα γίνεται από τους συμμετέχοντες/-ουσες και είναι κάτι που πρέπει να καταστεί σαφές ήδη από την αρχική πρόσληψη και κατάρτιση. Εκτός του ότι είναι μια επαγγελματική δεξιότητα, αποτελεί επίσης προϋπόθεση για τη σωστή πρόοδο του έργου, καθώς οι ενδεχόμενοι κίνδυνοι υγιεινής θα μπορούσαν να οδηγήσουν σε επίσημες καταγγελίες, οι οποίες με τη σειρά τους θα εμποδίσουν την πρόοδο. Ο καθαρισμός περιλαμβάνει τον χώρο αλλά και τα σκεύη/συσκευές που χρησιμοποιούνται. Θα πρέπει να οργανωθούν ειδικά εκπαιδευτικά εργαστήρια για την ανάπτυξη αυτής της δεξιότητας.

Ασφάλεια

Δεδομένου ότι θα υπάρχουν πολύτιμα αντικείμενα στο café (όπως μηχανές καφέ ή άλλες συσκευές), η ασφάλεια θα πρέπει να έχει ένα σαφές πρωτόκολλο, με τους συμμετέχοντες/-ουσες να είναι υπεύθυνοι/-ες για τη φύλαξη του café. Θα βρείτε το προτεινόμενο σχέδιο παρακάτω.

Προμήθεια και απόρριψη αναλώσιμων ειδών

Η προμήθεια αναλωσίμων θα πρέπει να συζητηθεί πριν από το άνοιγμα του café, εστιάζοντας στο κόστος και τη βιωσιμότητα. Αν το café δεν προορίζεται για να παράγει έσοδα, τότε η προμήθεια αναλωσίμων μπορεί να αποδειχθεί δύσκολη μακροπρόθεσμα, ειδικά μετά το τέλος του έργου. Επομένως, προτείνεται να υπάρχει κάποιου είδους ανταμοιβή/δωρεά για να μετριαστεί αυτό το πρόβλημα. Επιπλέον, η απόρριψη των αποβλήτων θα πρέπει να γίνεται με βιώσιμο και φιλικό προς το περιβάλλον τρόπο (τα σχέδια προμήθειας και απόρριψης αναλύονται παρακάτω).

Βάρδιες και εναλλαγές καθηκόντων

Οι συμμετέχοντες/-ουσες θα πρέπει να είναι υπεύθυνοι/-ες για τον σχεδιασμό του προγράμματος εργασίας τους, με βάρδιες και εναλλαγές καθηκόντων. Στην αρχή, αυτό μπορεί να χρειάζεται επίβλεψη, αλλά ο στόχος είναι οι συμμετέχοντες/-ουσες να ανεξαρτητοποιηθούν και να εργάζονται χωρίς βοήθεια, εκτός αν αυτή είναι απαραίτητη. Η δημιουργία του προγράμματος εργασίας και ο συντονισμός του προσωπικού είναι μια δεξιότητα που κρίνεται απαραίτητη και θα συμπεριληφθεί στην κατάρτισή τους.

Σχέδιο ασφάλειας

Σύστημα με «χτύπημα κάρτας» και υπογραφές, το οποίο θα καταγράφει τις ώρες εισόδου και εξόδου. Απογραφή στην αρχή και στο τέλος κάθε ημέρας, όπου ένα άτομο θα είναι υπεύθυνο για να ελέγχει το απόθεμα και να επιβεβαιώνει ότι συγκεκριμένα αντικείμενα είναι στη θέση τους. Ο συνδυασμός αυτών των δύο θα αυξήσει το επίπεδο ασφάλειας, ενώ θα καταγράφεται η συμμετοχή του καθενός/καθεμίας και θα βελτιώνεται συνεχώς η οργάνωση. Πιο συγκεκριμένα, η απογραφή θα πρέπει να γίνεται στο άνοιγμα και μία ώρα πριν το κλείσιμο. Εκτός από την ασφάλεια, η απογραφή θα διευκολύνει και τις παραγγελίες νέων υλικών.

Εισόδημα και βιωσιμότητα

Χωρίς εισόδημα, η σταθερή προμήθεια υλικών θα είναι αδύνατη, ιδιαίτερα μετά το τέλος του έργου. Από την άλλη, οι χρηματικές συναλλαγές απαιτούν επίσημες άδειες, γραφειοκρατία και τη δημιουργία μιας νομικής οντότητας, κάτι που δεν είναι εφικτό για αυτό το έργο. Για να μετριαστεί αυτό, προτείνεται να υπάρχει η επιλογή δωρεάς για τους πελάτες/-ισσες, μέσω της οποίας μπορούν να προσφέρουν το ποσό που θέλουν στο café, και όλα τα έσοδα να διατίθενται για τη συντήρησή του.



Εκπαίδευση νεαρων Εργαζομενων & Εθελοντων/-τριων

Μαθησιακοί στόχοι και επιδιώξεις

Διαβάζοντας αυτό το κεφάλαιο, οι νεαροί/-ες εργαζόμενοι/-ες και οι εθελοντές/-ριες θα πρέπει να κατανοήσουν τη σημασία της ενίσχυσης της ομάδας και των ομαδικών δεσμών, τον λόγο για τον οποίο πρέπει να επενδύσουμε σε αυτές, τις απαιτούμενες δεξιότητες και ικανότητες, ενώ θα λάβουν συμβουλές για το πώς να συνθέσουν αποτελεσματικές ομάδες.

Μαθησιακά αποτελέσματα

Χρησιμοποιώντας τις γνώσεις που απέκτησαν σε αυτό το κεφάλαιο, οι νεαροί/-ες εργαζόμενοι/-ες και οι εθελοντές/-τριες θα είναι σε θέση να κατανοήσουν τον τρόπο καθορισμού των ρόλων εντός των ομάδων, να ενισχύσουν τις κοινωνικές σχέσεις τους και να κάνουν τις ομάδες να συνεργάζονται καλύτερα, μέσω της συνεργασίας.

«Κανένας/καμία από εμάς δεν είναι τόσο έξυπνος/-η όσο όλοι/-ες μας». -Ken Blanchard

Εισαγωγή

Πολλοί/-ές από εμάς έχουμε υπάρξει μέλη μιας ομάδας κάποια στιγμή στη ζωή μας. Μπορεί να έχουμε συμμετάσχει σε έργα της γειτονιάς μας ή σχολικά εγχειρήματα, να έχουμε παίξει σε μια αθλητική ομάδα ή να έχουμε γίνει μέλος μιας ομάδας στο επαγγελματικό μας περιβάλλον. Ενώ ορισμένοι/-ες απολαμβάνουν τη συνεργασία με άλλους/-ες και η ομαδική

δουλειά τους/τίς ταιριάζει, άλλοι προτιμούν να εργάζονται μόνοι/-ες τους. Οι «μοναχικοί/-ες» μπορεί να χρειαστούν χρόνο και προσπάθεια για να τα πάνε καλά με την ομάδα. Δεν είναι απαιτείται πάντοτε από όλους/ες να συνεργάζονται στενά με άλλους/-ες σε μια ομάδα, ωστόσο, το ομαδικό πνεύμα είναι πολύ σημαντικό στους σύγχρονους χώρους εργασίας αλλά και στη ζωή γενικότερα.

Είναι ζωτικής σημασίας να ενθαρρύνεται η πλήρης και ίση συμμετοχή κάθε μέλους στην ομαδική εργασία, ώστε να διασφαλιστεί η συμπερίληψη και η συνοχή. Αν όλα τα μέλη μιας ομάδας επενδύουν εξίσου στην επίτευξη του γενικού στόχου και αναγνωρίζουν τον βαθμό αλληλεξάρτησή τους, θα επιτευχθούν ακόμα καλύτερα αποτελέσματα.

Ενίσχυση της ομάδας ή δημιουργία ομαδικών δεσμών;

Αν και η ενίσχυση της ομάδας και η δημιουργία ομαδικών δεσμών πάνε μαζί και αποτελούν συνεχείς διαδικασίες, υπάρχει διαφοροποίηση μεταξύ τους. Ναι, και τα δύο συμβάλλουν στη βελτίωση μιας ομάδας, αλλά με διαφορετικούς τρόπους. Διαφοροποιούνται ως προς το επιθυμητό αποτέλεσμα. Ενώ η δημιουργία ομαδικών δεσμών αφορά κυρίως την επένδυση σε κοινές εμπειρίες που συμβάλλουν στην επίτευξη κοινωνικής συνοχής και κοινής ταυτότητας, η ενίσχυση της ομάδας αφορά την επένδυση στις δεξιότητες των μελών για τη δημιουργία πιο αποδοτικών και αποτελεσματικών τρόπων εργασίας.

Οφέλη της δημιουργίας ομαδικών δεσμών

Ενίσχυση της απόδοσης & του ηθικού →	Αυξημένη αφοσίωση →	Στενότερες σχέσεις, πιο χαρούμενες ομάδες →	Βελτίωση δεξιοτήτων →	Αύξηση παραγωγικότητας →	Αποτελεσματική επικοινωνία
--------------------------------------	---------------------	---	-----------------------	--------------------------	----------------------------

Επιπλέον, η ενίσχυση της ομάδας είναι μια στρατηγικά προγραμματισμένη δραστηριότητα, συνήθως με έναν συγκεκριμένο στόχο, όπως η επίλυση προβλημάτων, η διασφάλιση της αποτελεσματικής επικοινωνίας, ή η διαχείριση συγκρούσεων, ενώ αντίθετα η δημιουργία ομαδικών δεσμών συμβαίνει οργανικά και αβίαστα. Μια δραστηριότητα ενίσχυσης της ομάδας θα μπορούσε επίσης να δημιουργήσει ομαδικούς δεσμούς, ενώ μια δραστηριότητα δημιουργίας ομαδικών δεσμών μπορεί να μην έχει τα αποτελέσματα που προβλέπονται για μια δραστηριότητα ενίσχυσης της ομάδας.

Είναι πολύ σημαντικό να επενδύσετε στην ενίσχυση των ομάδων και τη δημιουργία ομαδικών δεσμών με τον σωστό τρόπο, την κατάλληλη στιγμή και με βάση τις ανάγκες της ομάδας σας. Αν και μπορούμε να εφαρμόσουμε και την ενίσχυση της ομάδας και τη δημιουργία ομαδικών δεσμών τόσο σε νεοσυσταθείσες όσο και σε ήδη υπάρχουσες ομάδες, η ενίσχυση της ομάδας αποτελεί προτεραιότητα. Πρώτα ενώνουμε τα μέλη σε μια ομάδα με έναν κοινό στόχο και στη συνέχεια ενώνουμε την ομάδα και βελτιώνουμε τις μεταξύ τους σχέσεις, βοηθώντας τα μέλη της ομάδας να γνωριστούν μεταξύ τους και να δημιουργήσουν δεσμούς.

Γιατί έχει σημασία η δημιουργία ομαδικών δεσμών;

Οι δραστηριότητες δημιουργίας ομαδικών δεσμών στοχεύουν στην ενίσχυση της συνεργασίας μιας ομάδας. Η δημιουργία δεσμών είναι σημαντική καθώς οι κοινές εμπειρίες επιδρούν θετικά στα μέλη, χτίζοντας εμπιστοσύνη, διευκολύνοντας την επικοινωνία, ενισχύοντας την αποτελεσματικότητα της ομάδας και ανεβάζοντας το ηθικό και την αυτοπεποίθηση.

Οι αρχές της δημιουργίας ομαδικών δεσμών

Ενώ η ενίσχυση της ομάδας μπορεί να χρειαστεί περίπλοκο προγραμματισμό δραστηριοτήτων, η δημιουργία ομαδικών δεσμών συμβαίνει οργανικά και αβίαστα, και συχνά, αλλά όχι απαραίτητα, έξω από τον χώρο εργασίας. Η ενδυνάμωση των σχέσεων μεταξύ των μελών πραγματοποιείται μέσω διασκεδαστικών και φιλικών εμπειριών σύνδεσης, και όχι μέσω προσεκτικά σχεδιασμένων και δομημένων δραστηριοτήτων. Είναι μια συνεχής διαδικασία που καλλιεργεί το ομαδικό πνεύμα στα μέλη.

Παραδείγματα δραστηριοτήτων δημιουργίας ομαδικών δεσμών

Συνήθως, η δημιουργία ομαδικών δεσμών συμβαίνει φυσικά, για παράδειγμα, όταν τα μέλη συνομιλούν στο διάλειμμα για καφέ/μεσημεριανό στον χώρο εργασίας, όταν πάνε για ποτό ή φαγητό μετά τη δουλειά, όταν περνούν χρόνο μαζί σε βραδιές караόκε ή βγαίνουν έξω τις Παρασκευές μετά τη δουλειά. Ένα αποτελεσματικό εργαλείο που βοηθάει τα μέλη να βρουν κοινά χαρακτηριστικά μεταξύ τους, είναι να τα προτρέψετε να μοιράζονται εμπειρίες από τη ζωή ή τη δουλειά τους. Ομαδικά πικνίκ, ομαδική εθελοντική εργασία, τρέξιμο για φιλανθρωπικούς σκοπούς, συλλογή τροφίμων, συμμετοχή σε ομαδικές μαγειρικές δραστηριότητες όπου τα μέλη μαγειρεύουν για άτομα που το έχουν ανάγκη, δημιουργία ενός μουσικού συγκροτήματος, ομαδική άσκηση, συμμετοχή σε έρανο – όλα αυτά μπορούν να βοηθήσουν μια ομάδα να δεθεί.

Η προτροπή για τη δημιουργία ομαδικών δεσμών είναι μια έξυπνη κίνηση για άτομα που εργάζονται μαζί. Όταν γίνονται σωστά, οι δραστηριότητες δημιουργίας ομαδικών δεσμών βοηθούν στην καλλιέργεια ισχυρότερων δεσμών και προσωπικών σχέσεων, που με τη σειρά τους δημιουργούν εμπιστοσύνη και οδηγούν σε καλύτερη παραγωγικότητα.

Δραστηριότητα: Για περισσότερους τύπους δραστηριοτήτων δημιουργίας ομαδικών δεσμών επισκεφθείτε τον ιστότοπο: <https://teambonding.com>

Δείτε τις πηγές για περαιτέρω ασκήσεις ενίσχυσης της ομάδας!





Ενθαρρύνετε την αβίαστη δημιουργία δεσμών

Αποφύγετε τις αμήχανες και απρόβλεπτες δραστηριότητες δημιουργίας ομαδικών δεσμών εντός ενός επιτηδευμένο περιβάλλον

Εστιάστε στα δυνατά σημεία και όχι στις αδυναμίες

Μην εξευτελίζετε τα μέλη υποδεικνύοντας τα λάθη τους όταν πάει κάτι στραβά, αντ' αυτού, φροντίστε η ομάδα να μαθαίνει από αυτά

Οργανώστε δρώμενα κοινωνικοποίησης, κατά προτίμηση εκτός του χώρου εργασίας

Αποφύγετε δραστηριότητες στις οποίες δεν συμμετέχουν όλα τα μέλη της ομάδας και που μπορεί να θεωρηθούν ανόητες, άσκοπες και χάσιμο χρόνου

Επικοινωνείτε κάθε μέρα, με κάθε τρόπο

Μην κάνετε ερωτήσεις που παραβιάζουν τον προσωπικό χώρο ή απόρητο

Λάβετε υπόψη ότι τα μέλη της ομάδας διαφέρουν σε πολλά επίπεδα

Μην αφήνετε τα στερεότυπα να επηρεάζουν την ομάδα σας

Βεβαιωθείτε ότι πραγματοποιείτε τακτικά δραστηριότητες δημιουργίας ομαδικών δεσμών έτσι ώστε να γίνουν μέρος της νοοτροπίας της ομάδας σας

Μην οργανώνετε δραστηριότητες «κονσέρβες», οι οποίες δεν λαμβάνουν υπόψη τις ιδιαιτερότητες του κάθε μέλους ξεχωριστά

Ενίσχυση της ομάδας με λίγα λόγια

«Αν θες να πας γρήγορα, πήγαινε μόνος. Αν θες να πας μακριά, πήγαινε με παρέα». – Αφρικανική παροιμία

Ερωτήσεις για αναστοχασμό
Σκεφτείτε την προσωπική σας εμπειρία σε μια ομάδα που ήσασταν από την παιδική σας ηλικία:

- Τι σας άρεσε περισσότερο στην ομαδική εργασία;
- Υπήρχαν προκλήσεις που απαιτούσαν βελτίωση;
- Ποια είδατε ότι είναι τα πιο δυνατά σας σημεία και ποια τα πιο αδύναμα;

Κάποιος/-α που γνωρίζει πως να ενισχύσει την ομάδα του/της, γνωρίζει πώς να βοηθήσει τα άτομα να εργαστούν ως μία συνεκτική ομάδα, αξιοποιώντας την καθημερινή αλληλεπίδραση, τους πόρους και τις δραστηριότητες τους. Σε μια αποτελεσματική ομάδα, όλα τα μέλη συμβάλλουν στην επίτευξη των καθορισμένων στόχων αλλά και στον καθορισμό των τρόπων επίτευξής τους.

Γιατί να επενδύσετε στην ενίσχυση της ομάδας σας;

Διότι οι προσπάθειες ενίσχυσης της ομάδας μπορούν να αποδώσουν περισσότερο από όσο θα περίμενε κανείς/καμία. Η ενίσχυση της ομάδας βοηθά τα μέλη να βελτιώσουν τις δεξιότητές τους σε διάφορες πτυχές της ομαδικής εργασίας, όπως η επικοινωνία, η ανάθεση ευθυνών, η εμπιστοσύνη και η συνεργασία. Βοηθά επίσης τα μέλη να γνωριστούν καλύτερα μεταξύ τους, να μάθουν περισσότερα για τους άλλους/-ες, όπως το τι τους αρέσει ή δεν τους αρέσει, ποιο είναι το πάθος τους, και εν τέλει να υποστηρίζουν και να εκτιμούν ο ένας/μία τον/την άλλο/-η.

Ευθυγραμμίστε τους ομαδικούς με τους προσωπικούς στόχους!

Παραμείνετε πιστοί /-ες στις αξίες της ομάδας!

Πώς να χτίσετε μια αποτελεσματική ομάδα

1. Ορίστε στόχους S.M.A.R.T.

«Ένας στόχος χωρίς σχέδιο είναι απλά μια ευχή»
— Antoine de Saint-Exupéry

Ο καθορισμός χρηστών στόχων είναι θεμελιώδης για την αποτελεσματική ενίσχυση της ομάδας και πρέπει να ενσωματώνεται σε όλες τις δραστηριότητες ενίσχυσης της ομάδας. Οι στόχοι SMART βοηθούν την ομάδα να διοχετεύσει όλες τις προσπάθειές της προς νέα επιτεύγματα και διατηρήσει τον ενθουσιασμό της καθ' όλη τη διάρκεια του έργου. Το πρώτο βήμα για τον καθορισμό στόχων SMART είναι να προσδιορίσετε τις ανάγκες της ομάδας και να ορίσετε σαφείς ατομικούς και ομαδικούς στόχους, όπως αρμόζει. Όταν θέτετε στόχους, ενθαρρύνετε τα μέλη της ομάδας να συμμετέχουν στον προγραμματισμό των δραστηριοτήτων και καθορίστε τα αναμενόμενα αποτελέσματα, τα πιθανά επιτεύγματα και αποτυχίες!

2. Αποσαφήνιση ρόλων & ευθυνών

Η αποσαφήνιση των ρόλων και των ευθυνών από πολύ νωρίς είναι απαραίτητη για να βοηθήσουμε τα μέλη και τον/την αρχηγό της ομάδας στον σαφή καθορισμό των ρόλων και των ευθυνών, στον εντοπισμό τυχόν κενών ή σημείων όπου οι υποχρεώσεις συμπίπτουν, καθώς και στον σχεδιασμό της αντιμετώπισης αυτών και την αποφυγή περιττών συζητήσεων, απογοητεύσεων, και συγκρούσεων.

Πίνακας κατανομής αρμοδιοτήτων (διάγραμμα RACI)

Ο Πίνακας κατανομής αρμοδιοτήτων είναι το απλούστερο και αποτελεσματικότερο εργαλείο για τον καθορισμό, την επικοινωνία και την καταγραφή των ρόλων και των ευθυνών. Επιτρέπει στις ομάδες να γνωρίζουν ακριβώς ποιος/-α είναι υπεύθυνος/-η (Responsible) για την εκτέλεση του έργου, ποιος/-α είναι υπόλογος/-η (Accountable) για την ολοκλήρωση του έργου, ποιον/-α πρέπει να συμβουλευόμαστε (Consulted), και ποιος/-α πρέπει να ενημερώνεται (Informed) σε κάθε βήμα, κάτι που αυξάνει σημαντικά τις πιθανότητες επιτυχίας της ομάδας.

Χρησιμοποιήστε το πρότυπο στόχων SMART στο Παράρτημα για να προσθέσετε τους δικούς σας στόχους!



Χρησιμοποιήστε το πρότυπο του διαγράμματος RACI για να καθορίσετε τους ρόλους και τις ευθύνες των μελών της ομάδας: <https://docs.google.com/document/d/1ypam8-mSM-0S19y00zrDWm-wHD5rEJtMvaE5FN-Tu03iMA/edit>

Δεξιότητες επίλυσης προβλημάτων & αναλυτικές δεξιότητες →	Υπευθυνότητα →	Επικοινωνία →	Διαχείριση Χρόνου →	Επίλυση συγκρούσεων →	Διαπραγμάτευση →	Ευελιξία
---	----------------	---------------	---------------------	-----------------------	------------------	----------

3. Απόκτηση δεξιοτήτων ενίσχυσης της ομάδας

Οι άνθρωποι πρέπει να μάθουν να λειτουργούν σε ομάδες. Για να χτιστεί μια ομάδα, τα μέλη πρέπει να έχουν και/ή να αποκτήσουν διαπροσωπικές δεξιότητες για να επιλέγουν την οδό της διαπραγμάτευσης σε περίπτωση διαφωνίας, να διαχειρίζονται τις συγκρούσεις και να εργάζονται παραγωγικά. Όταν λείπει ακόμη και μία από αυτές τις δεξιότητες, η ομάδα μπορεί να καταρρεύσει.

Οι δεξιότητες και τα χαρακτηριστικά που συνδέονται με τη διαδικασία ενίσχυσης μιας ομάδας είναι κρίσιμες όχι μόνο για την εργασία, αλλά και για όλους τους τομείς της ζωής. Όπως ισχύει και για άλλες διαπροσωπικές δεξιότητες, η απόκτηση δεξιοτήτων ενίσχυσης της ομάδας αποτελεί μια μακροχρόνια διαδικασία μάθησης, και κανείς/καμία δεν παύει ποτέ να μαθαίνει, καθώς όλοι/-ες μας βλέπουμε, μιλάμε, σκεφτόμαστε ή αισθανόμαστε διαφορετικά σε πολλά επίπεδα, μεταξύ αυτών στο πολιτιστικό και προσωπικό επίπεδο. Για αυτόν το λόγο πρέπει κανείς/καμία να τις μάθει, να τις καλλιεργήσει, και να τις εξασκεί σε όλη του τη ζωή.

4. Επίλυση προβλημάτων

«Αν είχα μια ώρα για να λύσω ένα πρόβλημα, θα ξόδευα 55 λεπτά για να σκεφτώ το πρόβλημα και 5 λεπτά για να σκεφτώ λύσεις». - Άλμπερτ Αϊνστάιν

Η διαδικασία επίλυσης προβλημάτων είναι σημαντική για την ενίσχυση της ομάδας, καθώς μπορεί να βοηθήσει τα μέλη της ομάδας να εντοπίσουν ένα πρόβλημα στην ομαδική εργασία όταν/εάν συμβεί, να καταλάβουν γιατί συμβαίνει, τι πρέπει να κάνουν, ποια εργαλεία και πόρους έχουν στη διάθεσή τους για να διορθώσουν το πρόβλημα, και ακόμη και πότε να αναζητήσουν εξωτερική βοήθεια. Χρειαζόμαστε δεξιότητες επίλυσης προβλημάτων για να χειριστούμε δύσκολες και απροσδόκητες καταστάσεις στην ομαδική εργασία, να καθορίσουμε την πηγή του προβλήματος και να βρούμε μια αποτελεσματική λύση για αυτό. Δείτε τον βασικό πίνακα επίλυσης προβλημάτων στην επόμενη σελίδα!

Βήματα	Επεξήγηση	Δεξιότητες που απαιτούνται
Βήμα 1: Εντοπίστε το πρόβλημα!	Ένα πρόβλημα γίνεται αντιληπτό όταν αυτό που συνέβη είναι διαφορετικό από αυτό που περιμέναμε!	Αναγνώριση προβλημάτων Ενεργητική ακρόαση Επικοινωνία Έρευνα Κατανόηση του θέματος
Βήμα 2: Προσδιορίστε τα αίτια του προβλήματος!	Περιγράψτε το πρόβλημα με σαφήνεια! Αναρωτηθείτε «γιατί;»!	Ανάλυση δεδομένων
Βήμα 3: Δημιουργήστε μια πιθανή λύση!	Κάντε καταιγισμό ιδεών! Σκεφτείτε όσο το δυνατόν περισσότερες ιδέες! Μην κρίνετε καμία από τις ιδέες σε αυτό το στάδιο!	Δημιουργικότητα Πρόβλεψη Καταιγισμός ιδεών
Βήμα 4: Επιλέξτε την καλύτερη λύση!	Πάρτε την απόφαση, αξιολογήστε αν η λύση συμβαδίζει με τα επιθυμητά αποτελέσματα!	Ανάλυση δεδομένων Λήψη αποφάσεων Καθορισμός προτεραιοτήτων
Βήμα 5: Εφαρμόστε την καλύτερη λύση!	Αναπτύξτε ένα σχέδιο δράσης και πραγματοποιήστε αλλαγές	Επικοινωνία Ενίσχυση ομάδας Επίλυση προβλημάτων Συντονισμός Αξιοπιστία Διαχείριση
Βήμα 6: Παρακολουθήστε την ανατροφοδότηση	Εντοπίστε τα σφάλματα! Ελέγξτε και βεβαιωθείτε ότι η λύση μπορεί να εφαρμοστεί!	Ενεργητική ακρόαση Ανάλυση δεδομένων Επικοινωνία Λήψη αποφάσεων Ευελιξία

5. Δραστηριότητες και εργαλεία που ευνοούν τις ομάδες

Προκειμένου να επιταχυνθεί η επίτευξη συνοχής για την ομάδα, χρησιμοποιούνται ορισμένες δραστηριότητες - π.χ. παιχνίδια που «σπάνε τον πάγο» ή ασκήσεις εμπιστοσύνης, δραστηριότητες για κοινό προβληματισμό, συναντήσεις ενημέρωσης και συζήτηση, ώστε να βοηθήσουν τα μέλη της ομάδας να γνωριστούν μεταξύ τους, να μοιραστούν πράγματα και να έρθουν πιο κοντά.

Δείτε τις παρακάτω λίστες αναπαραγωγής μεβίντεο που παρουσιάζουν διαφορετικές μεθόδους αυτοσχεδιασμού και ενίσχυσης της ομάδας, δραστηριότητες που τονώνουν την ενέργεια των συμμετεχόντων/-ουσών («energizers»), παιχνίδια: https://www.youtube.com/playlist?list=PL3S9BpP_Ds324NuxrwB-BUYVCXOHeYksI7

«Μάντεψε τις δεξιότητές μου» (Guess my skills) - Δραστηριότητα ενίσχυσης ομάδας για νέες ομάδες: <https://www.salto-youth.net/tools/tool-box/tool/guess-my-skills.2262/>



Μαθησιακοί στόχοι και επιδιώξεις

Διαβάζοντας αυτό το κεφάλαιο, οι ιδρυτές/-τριες του Café Europe θα κατανοήσουν τη σημασία της δημιουργίας ενός φιλόξενου περιβάλλοντος με βάση τις ανάγκες της ομάδας-στόχου.

Μαθησιακά αποτελέσματα

Χρησιμοποιώντας τις γνώσεις που απέκτησαν σε αυτό το κεφάλαιο, οι ιδρυτές/-τριες του Café Europe θα είναι σε θέση να δημιουργήσουν ένα περιβάλλον Café Europe που θα είναι φιλόξενο για όλους/-ες και θα συγκεντρώσουν πρακτικές συμβουλές και δεξιότητες σχετικά με το πώς να συμπεριλάβουν την ομάδα-στόχο στη διαδικασία.

Εισαγωγή

Στα προηγούμενα βήματα αυτού του εγχειριδίου, οι ιδρυτές/-τριες μπορούν να διαβάσουν σχετικά με τη συμμετοχή της ομάδας-στόχου, τον καθορισμό της περιοχής και την επιλογή τοποθεσίας. Αλλά πώς θα είναι το Café Europe; Τι έχετε να προσφέρετε; Αυτό το κεφάλαιο θα βοηθήσει τους ιδρυτές/-τριες, τους νεαρούς/-ες εργαζόμενους/-ες και εθελοντές/-τριες σε αυτή τη διαδικασία.

Ένας από τους κύριους στόχους του Café Europe είναι να υποστηρίξει τους νέους/-ες να ξαναβρούν τη δύναμη και τον έλεγχο της ζωής τους. Η ανάπτυξη ενός περιβάλλοντος συμπερίληψης προσφέρει μια καλή ευκαιρία για τη συμμετοχή της ομάδας-στόχου, για τους ακόλουθους λόγους:

- Τους/τις δίνει την ευκαιρία να εκφράσουν τις ανάγκες τους για το περιβάλλον.
- Τους/τις δίνει την ευκαιρία για εξερεύνηση και εξάσκηση διαφορετικών δεξιοτήτων και ταλέντων σε ένα υποστηρικτικό και ασφαλές περιβάλλον μέσω πρακτικής εργασίας. Αυτές οι δεξιότητες συχνά μεταφράζονται σε πραγματικές καταστάσεις ζωής.
- Τους/τις αναθέτει την ευθύνη για την ανάπτυξη ενός στοιχείου που θα τους ωφελήσει προσωπικά. Η επιδίωξη στόχων απαιτεί μια επιχειρηματική νοοτροπία, καθώς και τη δυνατότητα συνεργασίας με άτομα με διαφορετικό υπόβαθρο.
- Δίνει στους ιδρυτές/-τριες ενός Café Europe διαφορετικές (πολιτιστικές) προοπτικές και μια ομάδα με διάφορων ειδών ταλέντα.

Στα παρακάτω κεφάλαια, δημιουργήσαμε μια επισκόπηση όλων όσα πρέπει να λάβετε υπόψη κατά τη δημιουργία των εγκαταστάσεων και τη διακόσμηση ενός κοινωνικά συμπεριληπτικού περιβάλλοντος Café Europe. Οι ιδρυτές/-τριες μπορούν επίσης να χρησιμοποιήσουν τις γνώσεις που απέκτησαν σε προηγούμενα βήματα σε αυτή τη διαδικασία.

Εξερευνήστε τις ανάγκες της ομάδας-στόχου

Για να εξερευνήσετε τις ανάγκες της ομάδας-στόχου, υπάρχουν μερικές συμβουλές και κόλπα που μπορεί να σας βοηθήσουν. Ίσως είναι σκόπιμο να συναντηθείτε αυτοπροσώπως και να δημιουργήσετε ένα ασφαλές περιβάλλον για τους συμμετέχοντες/-ουσες, στο οποίο αισθάνονται ελεύθεροι/-ες να μοιραστούν τις ιδέες και τις ανάγκες τους για την τοποθεσία. Για να εκκινήσετε τη δημιουργική διαδικασία, καλό είναι να προσφέρετε έμπνευση και να παρουσιάσετε τις δυνατότητες που υπάρχουν.

Μερικές ιδέες:

- Δείξτε στους συμμετέχοντες/-ουσες μία ή δύο καλές πρακτικές.
- Συμπεριλάβετε τους συμμετέχοντες/-ουσες σε αυτό που ερευνάτε, μοιραστείτε τον λόγο για τον οποίο ιδρύετε ένα Café Europe καθώς και τα σχέδια που έχετε για να το δημιουργήσετε μαζί τους! Να είστε σαφείς για τα σημεία που χρειάζεστε βοήθεια, αλλά δώστε τους/τις χώρο να βοηθήσουν.
- Εξερευνήστε τις ανάγκες των ανθρώπων ζητώντας τους να φανταστούν και να απεικονίσουν τον χώρο των ονείρων τους. Εμπνεύστε τους ανθρώπους να μοιραστούν τις ιδέες τους με την υπόλοιπη ομάδα για να ξεκινήσει η συζήτηση. Ο διάλογος δεν είναι το δυνατό σημείο όλων. Οι ιδρυτές/-τριες μπορούν να φέρουν χαρτιά, περιοδικά από τα οποία μπορούν να κόψουν εικόνες, μολύβια και λευκές κόλλες χαρτί, και να χρησιμοποιήσουν

πίνακες παρουσίασης για τους συμμετέχοντες/-ουσες που θέλουν να δείξουν τις ιδέες τους χωρίς λόγια.

Το παραπάνω βήμα είναι σημαντικό διότι κάθε περιοχή και κάθε συμμετέχων/-ουσα μπορεί να έχει διαφορετικές ανάγκες για το Café Europe. Κάποιοι/-ες μπορεί να θέλουν να αναπτύξουν τις επιχειρηματικές τους δεξιότητες, να μάθουν νέες δεξιότητες, να έχουν ένα μέρος για να παρουσιάσουν κάτι το οποίο δουλεύουν ή απλά να δουλέψουν κάπου και να συναντήσουν νέους ανθρώπους. Λάβετε υπόψη και τα διαφορετικά πολιτιστικά και θρησκευτικά υπόβαθρα. Η διακόσμηση και οι εγκαταστάσεις του Café υπάρχουν για να εξυπηρετήσουν τις ανάγκες όσων συμμετέχουν, όχι το αντίστροφο.

Διακόσμηση και εσωτερικές παροχές

Κατά τη διάρκεια της ερευνητικής φάσης ανακαλύψαμε ότι μεγάλο ποσοστό των συμμετεχόντων/-ουσών θεώρησαν ότι ο εσωτερικός σχεδιασμός είναι πιο σημαντικός από το μέγεθος του χώρου. Οι περισσότεροι συμμετέχοντες/-ουσες ανέφεραν ότι προτιμούσαν μια πιο μινιμαλιστική και απλή διακόσμηση, και τους άρεσαν περισσότερο τα μικρότερα τοπικά café από τις μεγάλες εμπορικές αλυσίδες. Τελικά, αυτό σημαίνει ότι η διακόσμηση στο café πρέπει να είναι απλή και να ακολουθεί την αισθητική μιας «τοπικής ανεξάρτητης επιχείρησης». Αυτό μπορεί να επιτευχθεί διατηρώντας αποστάσεις μεταξύ των καθισμάτων, αντί να αξιοποιηθεί η μέγιστη χωρητικότητα του χώρου, παρέχοντας διαφορετικές μορφές καθισμάτων (κλασικά τραπέζια,

τραπέζια μελέτης, πουφ κ.λπ.). Στόχος είναι η δημιουργία ενός café που δύναται να προσελκύει διαφορετικά είδη πελατών, όπως φοιτητές/-τριες που θέλουν να διαβάσουν, ομάδες φίλων που θέλουν απλώς να μιλήσουν, ή ανθρώπους που θέλουν να δουλέψουν μόνοι/-ες τους.

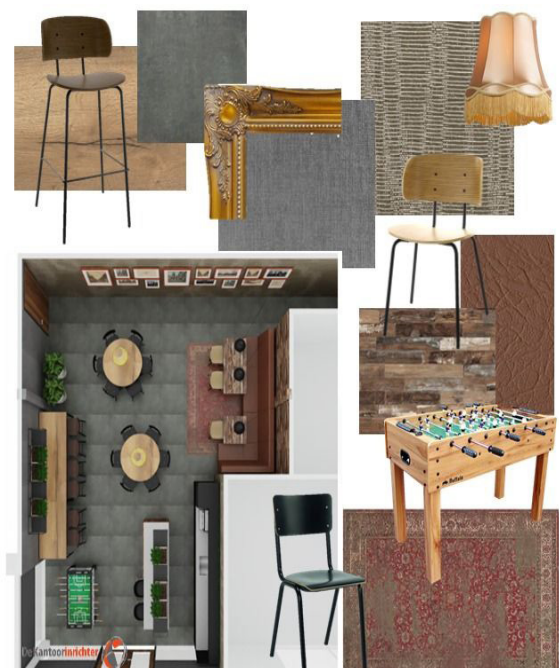
Ένα άλλο στοιχείο που αναφέρθηκε από πολλούς συμμετέχοντες/-ουσες είναι η παροχή WiFi, κάτι που φαίνεται να είναι απαραίτητο. Μια σύνδεση WiFi εξυπηρετεί τόσο τους συμμετέχοντες/-ουσες όσο και τους υποψήφιους πελάτες/-ισσες. Το WiFi πρέπει να είναι κλειδωμένο με κωδικό πρόσβασης και να διατίθεται μόνο στους πελάτες/-ισσες.

Τοποθεσία: Χώρος μεσαίου μεγέθους με μοντέρνα και μινιμαλιστική διακόσμηση. Προσβάσιμος χώρος που βρίσκεται κοντά σε μέσα μαζικής μεταφοράς. Αν οι συμμετέχοντες/-ουσες στο σύνολό τους προέρχονται από μια συγκεκριμένη περιοχή, τότε το Café πρέπει να βρίσκεται σε αυτήν την περιοχή, εκτός αν είναι πολύ απομακρυσμένη. Περισσότερα για την επιλογή τοποθεσίας μπορείτε να διαβάσετε στο βήμα 3 αυτού του παρόντος εγχειριδίου.

Εξοπλισμός: Διάφορες επιλογές καθισμάτων, όπως κλασικά τραπέζια και καρέκλες, μακρύ τραπέζι με καθίσματα, καναπέδες, πουφ, σκαμπό και μπάρα. Εξοπλισμός παρασκευής καφέ (μηχανή εσπρέσο, καφετιέρα φίλτρου, φλιτζάνια, ποτήρια, μαχαιροπίρουνα, μίξερ, μηχανή πάγου), αποχυμωτής, εξοπλισμός πλύσης (νεροχύτης, ψεκαστήρας). WiFi μόντεμ και σύνδεση.

Υλικά: Καφές, ζάχαρη/γλυκαντικές ουσίες, τσάι σε φακελάκια, φρούτα (για χυμό), εμφιαλωμένο νερό, βιοδιασπώμενα φλιτζάνια και καλαμάκια, χαρτοπετσέτες, πανάκια, σαπούνι, μίγμα χλωρίου, σφουγγαρίστρα και κουβάς, πλαστικά γάντια, ποδιές. Όλα τα παραπάνω θα πρέπει να προμηθεύονται τακτικά.

Παραγωγή εσόδων: Μπορείτε να παράγετε έσοδα με το Café Europe. Η κάθε χώρα έχει διαφορετικούς νόμους για την πώληση προϊόντων. Περισσότερες πληροφορίες σχετικά με αυτούς τους νόμους θα βρείτε στο εμπορικό επιμελητήριο ή σε παρόμοια ιδρύματα. Οι συμμετέχοντες/-ουσες μπορούν να συμβάλλουν στη δημιουργία εσόδων παρουσιάζοντας και πουλώντας έργα τέχνης, φαγητά και ποτά, κ.λπ. Αυτές οι επιλογές θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη κατά τη διακόσμηση της τοποθεσίας σας.





Θέστε κοινούς στόχους

Αφού εντοπίσετε τις ανάγκες των ατόμων που είναι πιθανόν να συμμετέχουν, οι ιδρυτές/-τριες του Café Europe μπορούν να προχωρήσουν στο επόμενο βήμα: Τον ορισμό κοινών στόχων για το Café Europe. Ένας τρόπος για να γίνει αυτό είναι να πάρετε ένα μεγάλο κομμάτι χαρτί και να συντάξετε τους στόχους μαζί με την ομάδα. Η καταγραφή των στόχων σε χαρτί διασφαλίζει ότι όλοι/-ες θα εργάζονται για τον ίδιο σκοπό(ους). Δίνει επίσης στα μέλη της ομάδας μια ακόμη ευκαιρία για να συζητήσουν τις επιθυμίες τους.

Για να βεβαιωθείτε ότι οι στόχοι σας είναι σαφείς και επιτεύξιμοι, ο κάθε στόχος θα πρέπει να είναι S.M.A.R.T. Διαβάστε περισσότερα για τον καθορισμό στόχων στο βήμα 4 του παρόντος εγχειριδίου.

Κατανείμειτε τα καθήκοντα μεταξύ των συμμετεχόντων/-ουσών.

«Το να συναντηθούμε είναι μια αργή. Το να μένουμε μαζί είναι πρόοδος. Το να εργαζόμαστε μαζί είναι επιτυχία».
- Χένρι Φορντ.

Αφού καθορίσετε τις ανάγκες και τους στόχους, θα είναι ώρα να κατανείμειτε καθήκοντα στην ομάδα. Η διοργάνωση και η διακόσμηση ενός Café Europe απαιτεί διαφορετικές δεξιότητες και ταλέντα.

Θα βρείτε ταλέντα στην ομάδα ιδρυτών/-τριών αλλά και στην ομάδα εστίασης. Μπορεί να έχετε ήδη εντοπίσει κάποια από αυτά τα ταλέντα σε προηγούμενα βήματα της ίδρυσης ενός Café Europe. Για παράδειγμα: Δημιουργία χρονοδιαγράμματος, επιλογή κατάλληλων χρωμάτων, διαχείριση φαγητού και ποτών, καταγραφή. Αυτά μπορεί να φαίνονται επουσιώδη, αλλά η κατανομή των καθηκόντων με βάση τα ταλέντα μιας ομάδας συνιστά έναν πολύ καλό τρόπο να διατηρήσετε σε υψηλά επίπεδα τον ενθουσιασμό της ομάδας και συνεχίσετε να επιδιώκετε τον στόχο της διοργάνωσης και της διακόσμησης του Café Europe.

Ένας τρόπος να το κάνετε είναι ο εξής:

- 1 Δημιουργήστε μια λίστα εργασιών που πρέπει να πραγματοποιηθούν με την ομάδα.
- 2 Ρωτήστε τα μέλη της ομάδας πάνω σε τι θέλουν να εργαστούν. Οι άνθρωποι τείνουν να επιλέγουν πράγματα για τα οποία νιώθουν σίγουροι/-ες.
- 3 Κάντε αναστοχασμό για κάθε εργασία. (Για παράδειγμα, σε εβδομαδιαία βάση)

Ανάλογα με τις ανάγκες και τις επιθυμίες γύρω από την τοποθεσία του Café Europe, ενδέχεται να χρειαστείτε πόρους. Για παράδειγμα: Ποιος/-α θα πληρώσει για την τοποθεσία; Για το φαγητό και τα ποτά; Μερικές φορές είναι δυνατή η οργάνωση αυτών των πραγμάτων μέσω χορηγιών ή συνεργασίας με εταίρους με αμοιβαία συμφέροντα. (Δείτε το Βήμα 1: Συμμετοχή της κοινότητάς σας). Η δημιουργία μιας λίστας με τους απαιτούμενους πόρους σας βοηθά να έχετε μια επισκόπηση της κατάστασης.

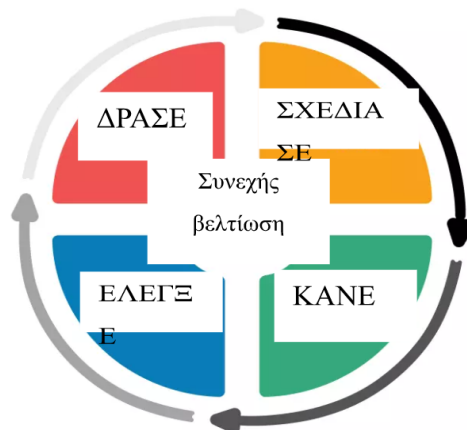
Περισσότερες πληροφορίες σχετικά με αυτό το σημαντικό βήμα μπορείτε να βρείτε στο τελευταίο κεφάλαιο του παρόντος εγχειριδίου.

Δημιουργήστε ένα πρόγραμμα απασχόλησης.

Κάθε πότε θα είναι ανοιχτό το Café Europe σας; Ποιος/-α θα είναι εκεί για να δεχτεί τους επισκέπτες/-τριες; Οι ερωτήσεις αυτές μπορούν να απαντηθούν δημιουργώντας ένα πρόγραμμα απασχόλησης. Μπορείτε να δείτε ένα παράδειγμα εδώ:

Δοκιμάστε και αξιολογήστε το περιβάλλον του Café Europe.

Η διοργάνωση και η διακόσμηση του Café Europe σας είναι μια κυκλική διαδικασία. Αφού ολοκληρωθούν όλα τα προηγούμενα βήματα, οι ιδρυτές/-τριες μπορούν να επιλέξουν να δοκιμάσουν το περιβάλλον.



Ένας τρόπος για να γίνει αυτό είναι η μέθοδος «Σχεδιάσε-Κάνε-Έλεγξε-Δράσε» (Plan Do Check Act). Μπορείτε να διαβάσετε περισσότερα για αυτή τη μέθοδο εδώ:

<https://kanbanize.com/lean-management/improvement/what-is-pdca-cycle>

Ο Κύκλος PDCA είναι μια τεκμηριωμένη μέθοδος που μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τη βελτίωση της τοποθεσίας του Café Europe με συστηματικό τρόπο. Για τη διατήρηση της αναγνωσιμότητας του παρόντος εγχειριδίου, ο συγγραφέας επέλεξε να διατηρήσει αυτήν την περίληψη σύντομη, καθώς υπάρχουν πολλές διαθέσιμες πληροφορίες πάνω σε αυτό το θέμα.

	10:00	11:00	12:00	13:00 - 15:00	15:00 - 16:00	17:00
Δευτέρα	Αρχή εβδομάδας. Μοιραστείτε για να εμπνεύσετε ο/η ένας/μία τον/την άλλον/-η. Από: Πρόσωπο Α	Ατομική καθοδήγηση για τους συμμετέχοντες/-ουσες Από: Πρόσωπο Β	Κοινό γεύμα Από: Πρόσωπο Α	Εκπαιδευτικό εργαστήριο Από: Πρόσωπο Α + Β	 Από: Πρόσωπο Α + Β	Κλείσιμο ημέρας: Τι μάθατε σήμερα; ? Από: Πρόσωπο Γ
Τρίτη						

Πρωθηστε το Café Europe σας

Μαθησιακοί στόχοι και επιδιώξεις

Το κεφάλαιο αυτό επιδιώκει να διαφωτίσει τον αναγνώστη/-τρια για τη σημασία της προώθησης ενός Café Europe καθώς και να παράσχει προτάσεις και συμβουλές για την αποτελεσματική προώθηση του Café Europe.

Μαθησιακά αποτελέσματα

Διαβάζοντας το παρόν κεφάλαιο, οι ιδρυτές/-τριες του Café Europe θα αποκτήσουν πρακτικές γνώσεις για το πώς να προωθήσουν την πρωτοβουλία τους, προκειμένου να προσελκύσουν ευρύτερο κοινό.

Δημιουργία λογότυπου

«Ένα λογότυπο δεν πουλάει, προσδιορίζει». - Paul Rand

Ένα από τα πιο σημαντικά βήματα είναι η δημιουργία ενός λογότυπου για το Café σας.

Αν δεν φτιάξετε λογότυπο, χάνετε την ευκαιρία να «εντυπώσετε» το Café σας στο μυαλό του κοινού σας. Συνήθως, οι «χρυσοί κανόνες» της δημιουργίας ενός λογότυπου είναι οι εξής:

1. Ένα λογότυπο τραβάει την προσοχή: η προσοχή είναι πολύτιμη αυτές τις μέρες, και ένα λογότυπο που τραβάει την προσοχή θα λειτουργήσει προς όφελός σας.

2. Δίνει μια καλή πρώτη εντύπωση: ένα καλά σχεδιασμένο λογότυπο μπορεί να κεντρίσει το ενδιαφέρον του κοινού και να τους/τις προσκαλέσει να μάθουν περισσότερα για το μέρος.

3. Επισφραγίζει την ταυτότητα της επωνυμίας σας: Τα χρώματα, οι τόνοι και οι γραμματοσειρές καθορίζουν την ιστορία που θέλετε να πείτε και το λογότυπο θέτει το σκηνικό για αυτή την ιστορία.

4. Είναι απομνημονεύσιμο: Ένα αισθητικά όμορφο λογότυπο προκαλεί θετική εντύπωση για το Café σας.

5. Σας διαχωρίζει από τον ανταγωνισμό: Το λογότυπό σας είναι ένας τρόπος να ξεχωρίσετε από άλλα μέρη. Είναι ένας τρόπος να κάνετε το Café σας μοναδικό.

3 Αρχές σχεδιασμού ενός λογότυπου



Κατάλληλο

Είναι το λογότυπό σας κατάλληλο για την επιχείρησή;



Απλό

Είναι το λογότυπό σας αρκετά απλό ώστε να μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε διάφορα μεγέθη;



Απομνημονεύσιμο

Είναι χαρακτηριστικό, ώστε να μένει εύκολα στη μνήμη;

Λογαριασμός στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

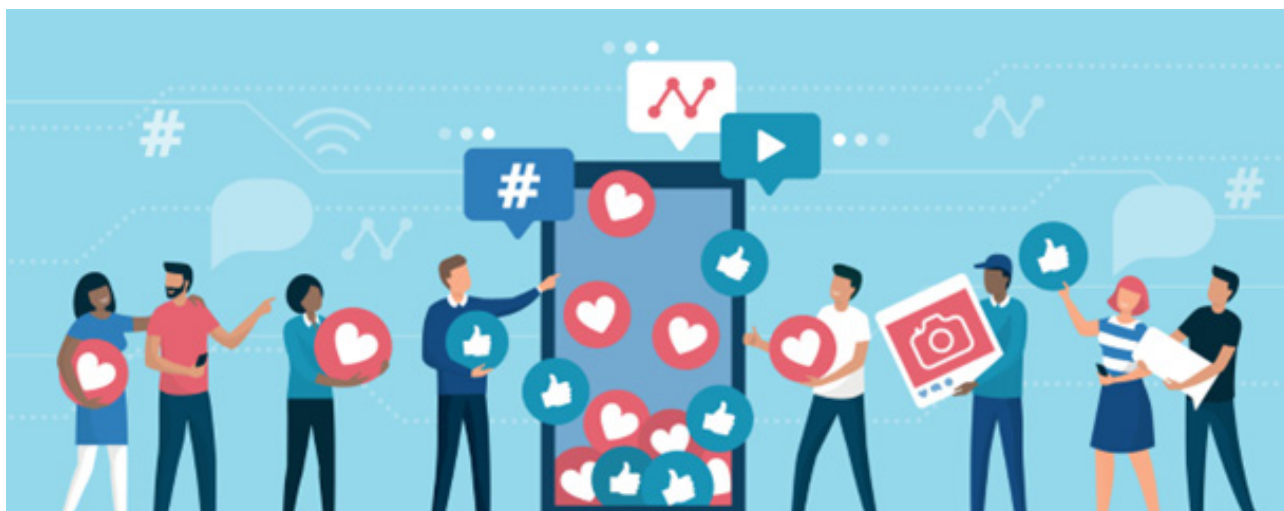
Το νούμερο ένα βήμα θα πρέπει να είναι να επικοινωνήσετε την αποστολή σας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ένας πολύ καλός τρόπος για να προωθήσετε αποτελεσματικά την αποστολή σας, καθώς μπορείτε να εστιάσετε με ακρίβεια στον στόχο σας και να παρουσιάσετε τους στόχους και τις φιλοδοξίες σας στους μαθητές/-τριες.

Πρέπει να δημιουργήσετε έναν λογαριασμό στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που να αντικατοπτρίζει την αποστολή σας και όλα όσα έχετε περιγράψει στον ιστότοπό σας. Μπορείτε επίσης να δημιουργήσετε ημερολόγια εκδηλώσεων για να ενημερώνετε τους εθελοντές/-ριες πότε και πού χρειάζονται ή να δημοσιεύετε φωτογραφίες και βίντεο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης διηγούμενοι/-ες μια πιο συναρπαστική ιστορία για το έργο που κάνετε και για τους ανθρώπους που στηρίζουν τον σκοπό σας. Είναι πολύ σημαντικό να διατηρήσετε ενεργό τον λογαριασμό σας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, καθώς αυτός θα είναι ο πιο άμεσος τρόπος επικοινωνίας με τις ομάδες-στόχους σας.

ΣΥΜΒΟΥΛΗ: Για να επιτευχθεί ο παραπάνω στόχος, μπορείτε να δημιουργήσετε μια σελίδα στο Facebook μέσω της οποίας θα ενημερώνετε όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη και θα δημιουργήσετε μια αποτελεσματική διαφημιστική καμπάνια στο Facebook. Μια καμπάνια στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ένας συντονισμένος σχεδιασμός μάρκετινγκ για την ενίσχυση της πληροφόρησης ή της κοινής γνώμης για ένα προϊόν ή υπηρεσία μέσω μιας πλατφόρμας μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Θα «τρέξετε» μια διαφήμιση για το Café Europe και θα προσπαθήσετε να περιορίσετε το κοινό σας σε φοιτητές/-τριες και συγκεκριμένα σε νεαρούς/-ες μετανάστες/-ριες και πρόσφυγες.

Δημιουργία ιστοτόπου

Ένας ιστοτόπος αποτελεί ένα ισχυρό εργαλείο μάρκετινγκ που παρουσιάζει το Café σας στο κοινό και μπορεί να ενισχύσει τη δημοτικότητά σας. Διατηρώντας έναν ιστότοπο, έχετε πρόσβαση σε μια πλατφόρμα που ελέγχετε εξ ολοκλήρου και μέσω της οποίας μπορείτε να δημιουργήσετε την ταυτότητα που θέλετε.



Ο ιστότοπος μπορεί να περιλαμβάνει αποκλειστικό περιεχόμενο για το κοινό που δεν είναι διαθέσιμο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ώστε να μπορείτε να προσελκύετε ακόμα περισσότερα άτομα. Για παράδειγμα, οι νεαροί/-ες εργαζόμενοι/-ες του Café μπορούν να γράφουν τις δικές τους ιστορίες και εμπειρίες στον ιστότοπό σας και να δημιουργήσουν κάτι σαν ιστολόγιο που θα ενημερώνεται τακτικά με νέο περιεχόμενο.

Με τη δημιουργία ενός ιστοτόπου, δεν υπάρχει όριο στη σφαίρα επιρροής σας, καθώς όλοι/-ες στρέφονται στο διαδίκτυο και ο ιστότοπος θα έχει παγκόσμια εμβέλεια. Ο ιστότοπός σας μπορεί επίσης να χρησιμοποιηθεί ως το διαδικτυακό σας χαρτοφυλάκιο. Το κοινό θα μπορεί να επικοινωνεί μαζί σας χρησιμοποιώντας τις πληροφορίες του ιστοτόπου και θα μπορείτε να τους/τις απαντάτε άμεσα.

Μερικές από τις δημοφιλέστερες πλατφόρμες για τη δημιουργία ενός δωρεάν ιστολογίου ή ιστοτόπου είναι οι εξής:

- Blogger
- Weeby
- Wix
- Wordpress

Δημιουργία διαφημιστικού βίντεο

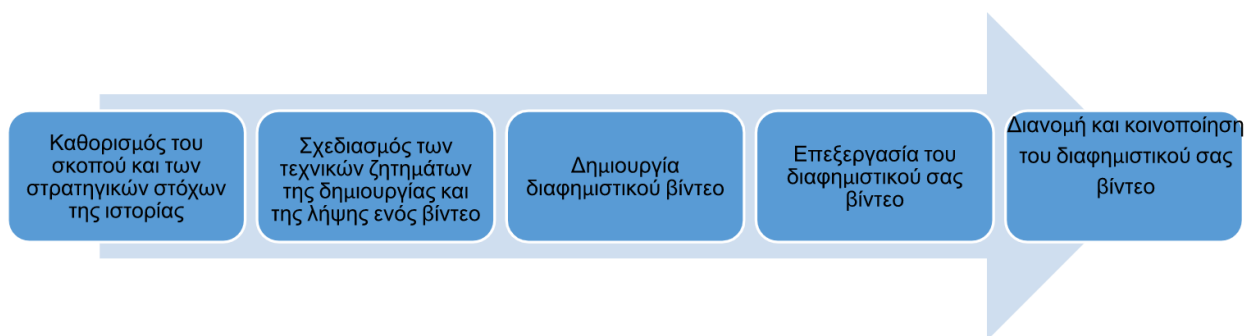
Τα διαφημιστικά βίντεο είναι μια κορυφαία μορφή μαζικής επικοινωνίας μέσω διαδικτύου, στην οποία οι χρήστες του διαδικτύου δείχνουν ιδιαίτερη προτίμηση.

Ένα καλό διαφημιστικό βίντεο επιδιώκει να γίνει αφορμή για προσωπικές συζητήσεις, καθώς και να εξάψει την περιέργεια και το ενδιαφέρον των ανθρώπων. Επιπλέον, μπορείτε να δημιουργήσετε βίντεο για τις εκδηλώσεις που διοργανώνετε, αλλά και βίντεο στα οποία απαντάτε σε συχνές ερωτήσεις που λαμβάνετε, για την προώθηση του Café Europe σας.

Μάθετε περισσότερα για το πώς να δημιουργήσετε ένα διαφημιστικό βίντεο εδώ:

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

Βήματα για να φτιάξετε ένα διαφημιστικό βίντεο:



Podcasts (ραδιοφωνικού τύπου μεταδόσεις)

Δεδομένου ότι αυτό το έργο απευθύνεται στη νεολαία, μπορείτε επίσης να δημιουργήσετε ένα podcast, το οποίο αποτελεί έναν ιδιαίτερα δημοφιλή τρόπο προσέγγισης ακόμα περισσότερων ατόμων. Ένα podcast είναι μια σειρά ηχητικών επεισοδίων. Αυτά τα επεισόδια είναι αρχεία ήχου που μπορούν να ανεβούν στο διαδίκτυο και είναι διαθέσιμα προς ακρόαση σε όλους/-ες.

Δημιουργώντας ένα νέο επεισόδιο podcast κάθε μία ή δύο εβδομάδες, θα μπορείτε να ενημερώνετε το κοινό σας για τις πρόσφατες δραστηριότητες και τα μελλοντικά σας σχέδια. Αυτά τα podcasts μπορούν να χρησιμοποιούνται για να δώσουν τη δυνατότητα στους συμμετέχοντες/-ουσες να μοιράζονται τις εμπειρίες τους και να προωθούν τον στόχο του Café Europe. Όταν είναι δυνατόν, προσκαλέστε «σπέσιαλ» καλεσμένους/-ες, όπως:

- τοπικούς καλλιτέχνες/-ιδες
- νεαρούς/-ες μετανάστες/-ριες
- εκπροσώπους των τοπικών δημόσιων αρχών

Πρωώθηση από δημόσιο πρόσωπο

Ένας πολύ καλός τρόπος για να ενισχύσετε τη δημοτικότητά σας και να προωθήσετε τους στόχους σας είναι να βρείτε κάποιον διάσημο/-η, γνωστή VIP προσωπικότητα, ή κορυφαίο/-α του τομέα του/της για κάνει μια σύντομη αναφορά ή να υποστηρίξει το Café σας. Είναι πολύ σημαντικό να επιλέξετε τους σωστούς υποστηρικτές/-τριες, καθώς

η επιλογή του λάθος ατόμου μπορεί να έχει αρνητική επίδραση στη φήμη του Café σας. Θα πρέπει να ζητήσετε από τους πιθανούς υποστηρικτές/-τριες να γράψουν κάτι σχετικά με τις δραστηριότητες σας και ίσως να συμμετάσχουν σε μερικές από αυτές.

Ένας πολύ καλός τρόπος για να τραβήξετε την προσοχή τους είναι να επικοινωνήσετε μαζί τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και να τους/τις παρουσιάσετε τις δραστηριότητές σας ή να τους προσκαλέσετε σε κάποιο podcast σας. Μπορείτε επίσης να συγκεντρώσετε μια λίστα με ονόματα και στοιχεία επικοινωνίας δημοσίων προσώπων που μπορεί να ενδιαφέρονται για τις δραστηριότητές σας και να τους/τις ενημερώσετε για όλα όσα κάνετε.

Δραστηριότητες

«Σημασία έχει το ταξίδι, όχι ο προορισμός. Η γαρά δεν βρίσκεται στην ολοκλήρωση μιας δραστηριότητας αλλά στη διαδικασία». - Γκρεγκ Άντερσον

Με τη διεξαγωγή δραστηριοτήτων αλλά και εκδηλώσεων με φαγητό, δωρεάν προϊόντα και ψυχαγωγία, μπορείτε να προσελκύσετε πολλά περισσότερα άτομα στο Café σας. Όσους/-ες περισσότερους/-ες μπορείτε να προσελκύσετε σε αυτές τις εκδηλώσεις, τόσο περισσότεροι/-ες θα παραμείνουν και θα γίνουν τακτικοί εθελοντές/-τριες.

Οι δραστηριότητες που περιλαμβάνουν τέχνες και χειροτεχνίες αποτελούσαν πάντα έναν δημοφιλή τρόπο τόνωσης και την ανάπτυξης της δημιουργικότητας των φοιτητών/-τριων. Μπορείτε να προτείνετε στους συμμετέχοντες/-ουσες να σκεφτούν ένα σύνθημα ή μια άλλη φράση που θα αναγράφεται στην αφίσα. Η δραστηριότητα αυτή προωθεί τη συνεργασία μεταξύ των συμμετεχόντων/-ουσών και τους/τις οδηγεί στην επίτευξη ενός κοινού στόχου. Η δραστηριότητα αυτή θα ενισχύσει επίσης τις σχέσεις μεταξύ των συμμετεχόντων/-ουσών. Αφού δημιουργηθούν οι αφίσες, μπορούν να επιλέξουν το μέρος όπου θα αναρτηθούν, ίσως στους τοίχους του Café ή στην είσοδο του κτιρίου.

Open Day με Τοπικά Έργα Τέχνης

Η οργάνωση ενός open day σε συνεργασία με κάποιον καταξιωμένο οργανισμό ή η διεξαγωγή του open day στον ίδιο χρόνο με αυτήν κάποιας πρωτοβουλίας του ίδιου τομέα, η οποία προωθείται από την πόλη ή την περιοχή, είναι ο καλύτερος τρόπος προσέλκυσης περισσότερων επισκεπτών/-τριων στο Café σας. Μπορούν να κατασκευαστούν χειροποίητα δώρα για όλες τις ηλικίες έτσι ώστε οι επισκέπτες/-τριες να μπορούν να πάρουν κάποια αναμνηστικά, ενώ οι τοπικοί καλλιτέχνες/-ιδες μπορούν να κληθούν να συμμετάσχουν και να παρουσιάσουν την τέχνη και τις χειροτεχνίες τους. Αυτή η εκδήλωση μπορεί να πραγματοποιηθεί Σαββατοκύριακο, ώστε να μπορούν να συμμετάσχουν άτομα όλων των ηλικιών, και θα διαφημιστεί στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τον ιστότοπο, και με τη χρήση αφισών και φυλλαδίων.



«Η μουσική είναι η στενογραφία του συναισθήματος». - Λέων Τολστόι

Για να διοργανώσετε ένα επιτυχημένο μουσικό δρώμενο, μπορείτε να επικοινωνήσετε με τραγουδιστές/-τριες και καλλιτέχνες/-ιδες που μπορούν να συμμετάσχουν στην εκδήλωσή σας ή ακόμα και να διοργανώσετε ένα πάρτι караόκε. Η μουσική είναι ένας εξαιρετικός τρόπος να προσελκύσετε περισσότερα άτομα και να τα φέρετε πιο κοντά.

Για να είναι αποτελεσματική αυτή η δραστηριότητα:

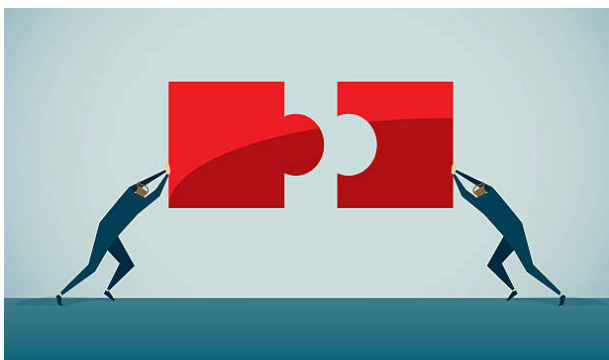
- Μπορείτε να προσεγγίσετε καλλιτέχνες/-ιδες που θα συμμετάσχουν για την προώθηση του Café σας. Οι καλλιτέχνες/-ιδες έχουν συνήθως κάποιους θαυμαστές/-τριες στους οποίους/-ες απευθύνονται και μπορούν να προσκαλέσουν στην εκδήλωσή σας.
- Ένας άλλος τρόπος να προσελκύσετε μακροπρόθεσμα περισσότερους επισκέπτες/-τριες είναι να μεταδώσετε ζωντανά την εκδήλωση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Αυτό θα έχει εγγυημένα μακροπρόθεσμη επιτυχία.
- Η εκδήλωση μπορεί να αναρτηθεί σε ιστοτόπους καταχωρίσεων και να προωθηθεί με αφίσες, φυλλάδια, καμπάνιες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, αλλά και προφορικά.
- Είναι σημαντικό να δημιουργήσετε μια αφίσα για τη συναυλία. Συνιστά μια ευκαιρία να τραβήξετε την προσοχή του κοινού. Μπορείτε να τις βάλετε δωρεάν σε πολλές συναφείς τοποθεσίες.

- Επίσης, το σχέδιο της αφίσας θα πρέπει να είναι πετυχημένο. Οι περισσότεροι τρόποι προώθησης μιας μουσικής εκδήλωσης περιέχουν οπτικά μέσα. Αν το εν δυνάμει κοινό σας δει μια μέτρια αφίσα ή αγγελία, είναι φυσικό να καταλήξει στο συμπέρασμα ότι αυτή η εκδήλωση θα είναι ερασιτεχνική. Η τέχνη που θα χρησιμοποιηθεί στην αφίσα δεν χρειάζεται να κοστίζει μια περιουσία. Οι νεαροί/-ες συμμετέχοντες/-ουσες μπορούν να βοηθήσουν και να δημιουργήσουν κάτι «πιασάρικο» που θα εγγυηθεί την επιτυχία σας.

Ημέρες ενημέρωσης

Το Café Europe θα βοηθήσει πρόσφυγες και μετανάστες/-ριες να βρουν ασχολίες για να καταπιαστούν. Η εύρεση τομέων που έχουν απήχηση στους νέους/-ες μπορεί να τους/τις βοηθήσει να λάβουν μέρος, ειδικά αν είναι κάτι που περιλαμβάνει άτομα της ηλικίας τους σε θέσεις που θα μπορούσαν να φανταστούν τους εαυτούς τους. Το Café Europe θα είναι ένας τόπος όπου οι νέοι/-ες μπορούν να συμμετέχουν ενεργά, ώστε να βλέπουν άλλους/-ες σε αυτούς τους ρόλους και κατανοήσουν ότι μπορούν να κάνουν τα ίδια πράγματα. Μπορείτε να επικοινωνήσετε με τοπικές επιχειρήσεις και οργανισμούς για να ζητήσετε τη βοήθειά τους και να οργανώσετε κάποιες ημέρες ενημέρωσης για τον τομέα τους. Έτσι, οι συμμετέχοντες/-ουσες θα έχουν την ευκαιρία να μάθουν περισσότερα για έναν συγκεκριμένο τομέα και να διευρύνουν τον κύκλο τους.

Πρόγραμμα κοινοτικής προσέγγισης
Προκειμένου να επιτευχθεί συνεργασία μεταξύ των κοινοτήτων και του Café Europe, θα διεξαχθεί μια δραστηριότητα προσέγγισης με επίκεντρο τους μετανάστες/-ριες και τους πρόσφυγες. Η δραστηριότητα προσέγγισης παρέχει υπηρεσίες σε ανθρώπους που διαφορετικά δεν θα μπορούσαν να έχουν πρόσβαση σε αυτές. Είναι ένας τρόπος για να καλυφθεί το κενό στις υπηρεσίες που παρέχονται από συμβατικούς παρόχους υπηρεσιών. Συνήθως πραγματοποιούνται από μη κερδοσκοπικούς, μη κυβερνητικούς οργανισμούς. Τα άτομα που μεταναστεύουν σε χώρες της Ευρώπης, προέρχονται από διαφορετικά υπόβαθρα και έχουν διαφορετικά επίπεδα γλωσσικής ικανότητας και ανάμειξης με την ευρωπαϊκή κοινότητα πριν από την άφιξή τους. Κατά την άφιξη τους, ορισμένοι μετανάστες/-ριες ή πρόσφυγες ίσως να μιλούν την τοπική γλώσσα και να έχουν συμμετάσχει στο κοινωνικό, πολιτικό ή/και οικονομικό σύστημα, ενώ άλλοι μετανάστες/-ριες μπορεί να μην έχουν κανένα από αυτά τα πλεονεκτήματα. Οι νεαροί/-ες εργαζόμενοι/-ες και εθελοντές/-ριες μπορούν να βοηθήσουν αυτά τα λιγότερο ευνοούμενα άτομα να προσαρμοστούν στο νέο περιβάλλον και να τους/τις δώσουν όλες τις απαραίτητες πληροφορίες που μπορεί να χρειαστούν για την ένταξή τους στην κοινωνία.



Ένωση δυνάμεων

«Η ανάπτυξη δεν είναι ποτέ τυχαία· είναι το αποτέλεσμα των συνεργαζόμενων δυνάμεων».
- James Cash Penney

Υπάρχουν πολλοί παρόμοιοι οργανισμοί και έργα με τους οποίους το Café Europe μπορεί να ενώσει τις δυνάμεις του και να συνεργαστεί για έναν κοινό σκοπό. Οι νέοι/-ες μπορούν να αναζητήσουν άτομα με κοινή νοοτροπία και να συνδεθούν μαζί τους για να διευρύνουν περαιτέρω τις δραστηριότητές τους και τη δημοτικότητά τους. Για παράδειγμα, μπορείτε να συνεργαστείτε με μια τοπική θεατρική ομάδα που αποτελείται κυρίως από μετανάστες/-ριες για να ανεβάσετε μια θεατρική παράσταση που περνάει ένα μήνυμα αλλά ταυτόχρονα διευρύνει την εμβέλειά σας. Οι συνεργασίες μεταξύ ανθρώπων με ορισμένους κοινούς στόχους μπορούν να ωφελήσουν και τα δύο μέρη.

Για να διευρύνουμε περαιτέρω τις δραστηριότητές μας, οι συμμετέχοντες/-ουσες μπορούν να λάβουν μέρος σε διάφορες πρωτοβουλίες που έχουν ως στόχο την επίλυση προβλημάτων που είναι άρρηκτα συνδεδεμένα με τις πεποιθήσεις μας. Για παράδειγμα, μπορείτε να επικοινωνήσετε με τις ΜΚΟ που εργάζονται για να παράσχουν βοήθεια σε μετανάστες/-ριες και να ρωτήσετε αν υπάρχει κάποιος τρόπος να βοηθήσετε ή ακόμα και να δημιουργήσετε ένα νέο έργο συνδυάζοντας τις δυνάμεις σας.

Αρκετοί οργανισμοί καταπολεμούν τη φτώχεια και τον αποκλεισμό· απευθύνονται σε φτωχά άτομα, άστεγους/-ες και μετανάστες/-ριες οποιασδήποτε μορφής. Οι νέοι/-ες μπορούν να τους/τις ζητήσουν να επισκεφθούν το café μας και να μιλήσουν για τις προσπάθειές τους, να μοιραστούν τις ιστορίες τους/τις μαζί μας και να μας δώσουν συμβουλές. Οι συμμετέχοντες/-ουσες του Café Europe μπορούν στη συνέχεια να προσπαθήσουν να μοιραστούν τις ανησυχίες τους/τις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τον ιστότοπο, και, όπου είναι δυνατόν, να τους/τις βοηθήσουν με τις δραστηριότητές τους. Αυτό το είδος συνεργασίας διευρύνει τις επαφές των νέων και προωθεί αμφοτέρους τους οργανισμούς.



Προώθηση «από στόμα σε στόμα»

«Το προφορικό μάρκετινγκ είναι η καλύτερη μορφή δωρεάν διαφήμισης».
- Bernard Kelvin Clive

Οι συμμετέχοντες/-ουσες του Café Europe θα πρέπει να διαδίδουν συνεχώς τους στόχους και τις δραστηριότητες του Café. Η διάδοση πληροφοριών και απόψεων από το ένα άτομο στο άλλο μέσω συζητήσεων είναι ένας πολύ καλός και άμεσος τρόπος για να προωθήσετε το Café και να προσελκύσετε περισσότερα άτομα. Οι νέοι/-ες που εμπλέκονται δεν πρέπει να διστάζουν να διαδώσουν και να προωθήσουν το έργο από μόνοι/-ες τους, καθώς κάτι τέτοιο είναι προς όφελός τους. Ξεκινώντας από την οικογένεια, τους φίλους/-ες, τους συναδέλφους και τους συμφοιτητές/-ριες τους, οι συμμετέχοντες/-ουσες μπορούν σταδιακά να ενημερώνουν όλο και περισσότερα άτομα για το Café. Αυτοί/-ες με τη σειρά τους θα ενημερώσουν τους φίλους/-ες και την οικογένειά τους και ούτω καθεξής. Το μυστικό αυτής της μεθόδου είναι να προωθήσετε το Café με ενδιαφέροντα τρόπο. Αυτό μπορεί να ακούγεται δύσκολο, αλλά δεδομένου ότι το Café θα κάνει διοργανώνει τόσες πολλές δραστηριότητες, θα είναι πανεύκολο να βρείτε κάτι ενδιαφέρον να μοιραστείτε.

Ανοίγοντας το Café Europe σας

Μαθησιακοί στόχοι και επιδιώξεις

Χρησιμοποιώντας τις γνώσεις που θα αποκτηθούν από το παρόν κεφάλαιο, οι ιδρυτές/-ριες του Café Europe θα είναι σε θέση να οργανώσουν μια κοινωνικά συμπεριληπτική εναρκτήρια εκδήλωση για το Café Europe, με βάση τις συγκεκριμένες ανάγκες της περιοχής.

Μαθησιακά αποτελέσματα

Διαβάζοντας αυτό το κεφάλαιο, οι ιδρυτές/-ριες του Café Europe θα πρέπει να έχουν έμπνευση και πρακτική επισκόπηση των βημάτων που απαιτούνται για το άνοιγμα ενός Café Europe.

Εισαγωγή

Το άνοιγμα του Café Europe σας αποτελεί μια σημαντική στιγμή. Υπάρχουν διάφορα βήματα που πρέπει να λάβετε υπόψη όταν προγραμματίζετε την εναρκτήρια εκδήλωση. Η πρώτη φορά που θα ανοίξει το Café Europe είναι μια μοναδική ευκαιρία που μπορεί να θέσει τις βάσεις για το τι θα σημαίνει η πρωτοβουλία σας για τους/τις κατοίκους της περιοχής.

Θέστε στόχους για την εναρκτήρια εκδήλωσή σας

Είναι σημαντικό να έχετε έναν σαφή στόχο για την εναρκτήρια εκδήλωσή σας. Οι στόχοι μπορούν να είναι: όσο το δυνατόν υψηλή συμμετοχή, εύρεση χρηματοδότησης, προσέγγιση εθελοντών/-τριων, προσέγγιση νεαρών εργαζομένων, ή ένας συνδυασμός αυτών. Οι νέες τοποθεσίες του Café Europe ενδέχεται να ξεκινούν με διαφορετικά δεδομένα, κάποιες μπορεί να έχουν εξασφαλίσει χρηματοδότηση εκ των προτέρων, κάποιες μπορεί να έχουν ήδη συμμετέχοντες/-ουσες. Ένα πράγμα που έχουν κοινό είναι ότι ο καθορισμός ενός σαφούς στόχου για την εκδήλωσή σας θα σας βοηθήσει να σχεδιάσετε τη διαδικασία ανάλογα. Ένας στόχος για την εναρκτήρια εκδήλωσή σας θα μπορούσε να είναι ο εξής:

Στην εναρκτήρια εκδήλωση θα εμπνεύσουμε 20 υποψήφιους συμμετέχοντες/-ουσες στο Café Europe, 10 ενδιαφερόμενα μέρη, 20 εθελοντές/-τριες, 5 νεαρούς/-ες εργαζόμενους/-ες και 3 υποψήφιους/-ες χορηγούς για να συμμετάσχουν στο Café Europe, προτρέποντάς τους/τις να αφήσουν τα στοιχεία επικοινωνίας τους.

Όπως είδαμε στο βήμα 5, η διατύπωση στόχων χρησιμοποιώντας τη μέθοδο S.M.A.R.T. τους καθιστά πιο επιτεύξιμους. Από το παραπάνω παράδειγμα, μπορείτε να μιμηθείτε διάφορες ενέργειες που έχουν συγκεκριμένη δράση. Για παράδειγμα, αν θέλετε να εμπνεύσετε 5 νεαρούς/-ες εργαζόμενους/-ες να συμμετάσχουν, πρέπει να επικοινωνήσετε μαζί τους στο επόμενο στάδιο της διαδικασίας. Σε ορισμένες περιπτώσεις, μπορεί να είναι καλύτερο να οργανώσετε ξεχωριστές εναρκτήριες εκδηλώσεις, πάντοτε με βάση τους στόχους σας.

Καθορισμός του προϋπολογισμού

Η διοργάνωση μιας εκδήλωσης με μεγάλο προϋπολογισμό μπορεί να φαίνεται καλύτερη από την οργάνωση της με μηδενικό προϋπολογισμό. Αλλά αν και είναι αλήθεια ότι είναι ευκολότερο απλά να παραγγείλετε φαγητό και ποτά από ένα τοπικό εστιατόριο και να τα πληρώσετε, η οργάνωση με προϋπολογισμό σας δίνει άλλες δυνατότητες. Οι ιδρυτές/-τριες μπορούν να συνεργαστούν με άλλους οργανισμούς που ενδεχομένως να θέλουν να γίνουν χορηγοί του έργου, και κατ' επέκταση να συμμετέχουν σε αυτό. Στο Βήμα 10 του παρόντος εγχειριδίου, οι ιδρυτές/-τριες μπορούν να διαβάσουν περισσότερα για τις χορηγίες και τη χρηματοδότηση. Μπορεί να φαίνεται προφανές, αλλά φροντίστε να φτιάξετε μια επισκόπηση του κόστους της εναρκτήριας εκδήλωσης και σκεφτείτε τρόπους χρηματοδότησής της.

Δημιουργήστε και εμπνεύστε την ομάδα σας

Νωρίτερα στο παρόν εγχειρίδιο (βήμα 4 και βήμα 5) περιγράψαμε τη σημασία μιας αφοσιωμένης ομάδας με καθήκοντα που ταιριάζουν στα ταλέντα των μελών της. Αυτό είναι επίσης σημαντικό κατά τη διαδικασία διοργάνωσης μιας εναρκτήριας εκδήλωσης που θα προωθεί την κοινωνική συμπερίληψη. Δουλεύοντας σε μια ομάδα με ποικίλα πολιτιστικά υπόβαθρα, αποκτάτε νέες προοπτικές που είναι σημαντικές για την εναρκτήρια εκδήλωση. Αν ζητήσετε από υποψήφιους συμμετέχοντες/-ουσες (από την ομάδα εστίασης) να μοιραστούν τις ιδέες τους και να συνεργαστούν με εσάς σε αυτή τη διαδικασία, θα διοργανώσετε μια εκδήλωση που θα αρέσει και στους ίδιους τους συμμετέχοντες/-ουσες. Ποιος ξέρει καλύτερα τι είναι ενδιαφέρον, από τους ίδιους τους συμμετέχοντες/-ουσες;! Κάτι τέτοιο προσφέρει επίσης μία ακόμη ευκαιρία για εξάσκηση για τους συμμετέχοντες/-ουσες, καθώς και τον βαθμό δέσμευσης τους στο Café Europe.



Επιλογή ημερομηνίας, ώρας και τοποθεσίας

Όταν επιλέγετε μια τοποθεσία για την εκδήλωσή σας, βεβαιωθείτε ότι είναι προσβάσιμη σε όλους/-ες όσους/-ες θέλετε να προσκαλέσετε. Άλλα πράγματα που πρέπει να λάβετε υπόψη: Χρόνος ταξιδιού, χώρος στάθμευσης, βεστιάριο, υποδοχή για τους επισκέπτες. Επίσης, φροντίστε να ενημερώσετε τους επισκέπτες/-τριες για όλα αυτά.

Όταν επιλέγετε ημερομηνία και ώρα, λάβετε υπόψη το πρόγραμμα των καλεσμένων σας. Η επιλογή ημερομηνίας και ώρας μπορεί να φαίνεται δύσκολη, καθώς ο κάθε επισκέπτης/-τρια ενδέχεται να έχει και διαφορετικό πρόγραμμα. Η διαδικασία θα καταστεί ευκολότερη εάν προσεγγίσετε ορισμένους υποψήφιους επισκέπτες/-τριες και ρωτήσετε ποια ώρα τους/τις βολεύει. Επίσης, λάβετε υπόψη τις θρησκευτικές αργίες και ώρες της ημέρας.

Χτίσιμο της επωνυμίας των εκδηλώσεων

Πρέπει να λάβετε στα σοβαρά τη διαδικασία προσέγγισης επισκεπτών/-τριων για την εκδήλωσή σας. Συχνά διοργανώνονται εκδηλώσεις κατόπιν μεγάλων προσπαθειών, ωστόσο αφιερώνεται μόλις λίγος χρόνος για την πρόσκληση επισκεπτών. Έτσι, το μήνυμά σας δεν θα φτάσει σε όσα άτομα θα μπορούσε. Το χτίσιμο της επωνυμίας του Café Europe σας θα σας βοηθήσει να προσελκύσετε περισσότερους επισκέπτες/-τριες. Αν δημιουργήσετε μια αναγνωρίσιμη επωνυμία από την αρχή, θα βοηθήσετε το Café Europe σας να έχει ένα καλό ξεκίνημα. Μια επωνυμία που

κατέστη αναγνωρίσιμη ήδη από την αρχή, θα εξασφαλίσει μια εξαιρετική πορεία για το Café Europe σας. Ένα αναγνωρίσιμο λογότυπο και χρώματα είναι μια καλή αρχή για όλο αυτό. Βεβαιωθείτε ότι η επωνυμία συνάδει με τον στόχο της εκδήλωσής σας. Μπορεί να χρειαστείτε άλλα υλικά για την προσέγγιση των συμμετεχόντων/-ουσών, και άλλα για την προσέγγιση υποψήφιων χορηγών. Μαζί με αυτό, το να έχετε υλικό που εκφράζει το κοινό-στόχο σας μπορεί να φανεί χρήσιμο. Εν ολίγοις, μην βάζετε φωτογραφίες μόνο από ντόπιους/-ες ή μόνο από μετανάστες/-ριες στο υλικό επικοινωνίας σας, αν θέλετε να προσεγγίσετε μια ποικιλόμορφη ομάδα-στόχο.

Σχεδιάστε το πρόγραμμά σας

Όταν διοργανώνετε μια εκδήλωση για το Café Europe, η εργασία βάσει προγράμματος μπορεί να σας βοηθήσει να διασφαλίσετε ότι έχετε τακτοποιήσει όλα όσα σχετίζονται με το πρόγραμμα και την εκδήλωση. Αναθέτοντας στους υποψήφιους συμμετέχοντες/-ουσες στο Café Europe ένα ρόλο κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης, δημιουργείτε μια ακόμη ευκαιρία για να μάθουν νέες δεξιότητες, να επιδείξουν τα ταλέντα τους σε ένα ασφαλές περιβάλλον, και να δείξουν στους επισκέπτες τι είναι πραγματικά το Café Europe! Μπορείτε να βρείτε ένα σύντομο παράδειγμα ενός προγράμματος παρακάτω. Εξετάστε το πρόγραμμα με τους συμμετέχοντες/-ουσες πριν από την εκδήλωση για να διασφαλίσετε ότι όλοι/-ες γνωρίζουν τα καθήκοντά τους πριν και κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης.

Χρόνος	Τι;	Πού;	Ποιος/-α;	Επιπλέον πληροφορίες.
15.00	Όλοι/-ες παρόντες.	Κύρια είσοδος	Όλα τα μέλη της οργάνωσης και όσοι/-ες μπορούν να βοηθήσουν	Κατάλληλη ενδυμασία.
16.00	Ανοίγουν οι πόρτες	Τοποθεσία Café Europe.	Τζον και Άχμεντ	Να φέρουν τη λίστα των καλεσμένων.
16.15	Εισαγωγική ομιλία	Κεντρική σκηνή	Γκέιμπ	
16.30	κ.λπ.			
17.00	Καταληκτική ομιλία.	Εστιατόριο.		
Να ετοιμαστούν:	Ποτήρι νερό για τους ομιλητές. Βεστιάριο. κ.λπ.			

Επιβεβαιώστε τους ομιλητές/-τριες, τους/τις χορηγούς και τους/τις εκθέτες

Αν θέλετε να προσεγγίσετε τους συμμετέχοντες/-ουσες, τους νεαρούς/-ες εργαζόμενους/-ες, τα ενδιαφερόμενα μέρη και τους υποψήφιους/-ες χορηγούς, πρέπει να διασφαλίσετε ότι οι επισκέπτες/-τριες είναι ενθουσιασμένοι/-ες με το πρόγραμμα. Μια μέθοδος που αποδεδειγμένα προσελκύει σε μια εκδήλωση υποψήφιους συμμετέχοντες/-ουσες στο Café Europe, είναι η συνεργασία με ανθρώπους-πρότυπα. Τα πρότυπα είναι άνθρωποι που αποτελούν καλό

παράδειγμα, κάποιοι/-ες που μπορούν να διδάξουν μια συγκεκριμένη ομάδα ατόμων. Ξεκινήστε ρωτώντας την ομάδα εστίασης ποιους/-ες θεωρούν πρότυπα. Για παράδειγμα, τα πρότυπα μπορούν να είναι άνθρωποι που έχουν βρει τον δρόμο τους στη χώρα όπου βρίσκεται το νέο Café Europe. Μαθαίνοντας για το πώς βρήκαν το δρόμο τους, καθώς και ποιες επιχειρηματικές δεξιότητες και νοοτροπίες χρειάστηκε να αναπτύξουν για να το πετύχουν αυτό, ενδέχεται να αποτελέσει πηγή έμπνευσης για τους άλλους/-ες! Βεβαιωθείτε ότι οι ομιλητές/-τριες σχετίζονται με τον στόχο της εναρκτήριας εκδήλωσης.



Επιλέξτε τεχνολογικά εργαλεία

Ας είμαστε ειλικρινείς: κανείς δεν θέλει να βλέπει έναν παρουσιαστή/-τρια να διαβάζει δυνατά μια παρουσίαση Power-Point. Επιλέξτε τεχνολογικά εργαλεία που ταιριάζουν στο κοινό-στόχο σας. Δεν είναι καλή ιδέα να χρησιμοποιήσετε εκτενή κείμενα, δεδομένου ότι κάποια άτομα από το κοινό σας δεν μιλούν την τοπική γλώσσα. Ένα βίντεο ενός ατόμου-προτύπου που μοιράζεται την ιστορία του/της με εικόνες, συνήθως παρουσιάζει καλύτερα αυτό που θέλετε να μεταδώσετε. Ρωτήστε την ομάδα εστίασής σας για νέα τεχνολογικά εργαλεία και ιδέες και θα εκπλαγείτε από αυτά που θα σας προτείνουν! Η συνεργασία με τους υποψήφιους συμμετέχοντες/-ουσες προσφέρει στους ιδρυτές/-τριες την ευκαιρία να καινοτομήσουν.

Σχεδιάστε το μάρκετινγκ και τη διαφήμισή σας

Όπως είδαμε στο βήμα 5, απαιτείται προσπάθεια για να προσεγγίσετε το κοινό-στόχο. Ανάλογα με το κοινό-στόχο που έχετε, μπορείτε να προσεγγίσετε οργανισμούς και δίκτυα. Για τους νεαρούς/-ες εργαζόμενους/-

ες: Λάβετε υπόψη εγκαταστάσεις κοινωνικής πρόνοιας, εκπαιδευτικά ιδρύματα, τα κοινοτικά κέντρα. Για τους συμμετέχοντες/-ουσες: Βρείτε δίκτυα και μέρη όπου συγκεντρώνεται η ομάδα-στόχος σας. Χρησιμοποιήστε την ομάδα εστίασής σας και το δίκτυό της για να βρείτε άλλους συμμετέχοντες/-ουσες. Βεβαιωθείτε ότι είστε σαφείς σχετικά με το τι μπορεί να τους προσφέρει η συμμετοχή στην εκδήλωση ή το έργο. Γιατί θα έπρεπε να συμμετάσχουν; Τι μπορούν να μάθουν από αυτή την εμπειρία; Οι ιστορίες άλλων επιτυχημένων προτύπων μπορεί να παρακινήσει τους συμμετέχοντες/-ουσες να συμμετάσχουν στην εκδήλωση ή το έργο σας. Να λαμβάνετε υπόψη όλα τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Η νεολαία δεν είναι πλέον στο Facebook όσο συχνά νομίζετε. Μπορείτε να ζητήσετε από την ομάδα εστίασής σας πληροφορίες για τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που χρησιμοποιούν. Μπορούν επίσης να βοηθήσουν στη δημιουργία περιεχομένου, βίντεο, αναρτήσεων κ.λπ. Μια ακόμη ευκαιρία για μάθηση! Σκεφτείτε την ποσότητα του κειμένου που θα χρησιμοποιήσετε, και θυμηθείτε ότι το οπτικό περιεχόμενο είναι πιο αποτελεσματικό. Μαζί με αυτό, η πιο σημαντική συμβουλή: Δικτύωση, δικτύωση, δικτύωση.

Προσδιορίστε τον τρόπο μέτρησης

Πότε είναι επιτυχημένη η εκδήλωσή σας; Ανάλογα με τον στόχο σας, μπορείτε να αποφασίσετε τον τρόπο μέτρησης που θα χρησιμοποιήσετε. Το παράδειγμα στο βήμα 1 του παρόντος κεφαλαίου είναι εύκολο να μετρηθεί, καθώς περιέχει ποσοτικά δεδομένα. Μπορείτε να δείτε πόσα άτομα άφησαν τα στοιχεία επικοινωνίας τους. Μπορείτε επίσης να δημιουργήσετε μια λίστα.

Μετά την εκδήλωση, καθίστε με τους διοργανωτές/-ριες για να μιλήσετε για την εκδήλωση και να σκεφτείτε τρόπους με τους οποίους θα βελτιώσετε τις επερχόμενες εκδηλώσεις του Café Europe. Ένας άλλος τρόπος για να αξιολογήσετε την εκδήλωσή σας είναι να ζητήσετε από τους επισκέπτες/-τριες να αφήσουν τα σχόλιά τους. Αυτό μπορεί να γίνει δημιουργώντας ένα έγγραφο όπου μπορούν να αφήσουν «ανοιχτά» σχόλια ή να έχετε συγκεκριμένα σημεία για τα οποία θέλετε τη γνώμη τους. Τα σχόλια μπορούν να ζητηθούν κατά την έξοδο από την εκδήλωση ή μέσω e-mail που θα στείλετε μετά την εκδήλωση.

Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε τα Έγγραφα Google για να δημιουργήσετε φόρμες σχολίων, να τις μοιραστείτε με τους συμμετέχοντες/-ουσες σας και δείτε τις απαντήσεις τους. Αυτό μπορεί να αποδειχθεί χρήσιμο και για αργότερα! Περισσότερες πληροφορίες στο: <https://www.google.nl/intl/nl/forms/about/>



Βιωσιμότητα του Café Europe σας

Μαθησιακοί στόχοι και επιδιώξεις

Χρησιμοποιώντας τις γνώσεις που θα αποκτηθούν στο παρόν κεφάλαιο, οι ιδρυτές/-τριες του Café Europe θα είναι σε θέση να βελτιώσουν τη βιωσιμότητα του Café Europe τους.

Μαθησιακά αποτελέσματα

Διαβάζοντας αυτό το κεφάλαιο, οι ιδρυτές/-τριες του Café Europe θα εμπνευστούν και θα αποκτήσουν πρακτικές γνώσεις για το πώς να ευαισθητοποιήσουν την κοινότητά τους, να ενθαρρύνουν τη συμμετοχή των μελών της, και θα βρουν χορηγούς για το café τους.

Πώς να ενθαρρύνετε τη συμμετοχή της κοινότητάς σας;

Στις μέρες μας, το χτίσιμο μιας κοινότητας είναι πιο σημαντικό από ποτέ για κάθε νέα επιχείρηση ή κοινωνική επιχείρηση. Είμαι μέλος μιας κοινότητας σημαίνει ότι μοιράζομαι ή έχω κοινές πεποιθήσεις και ενδιαφέροντα με άλλα άτομα. Ο βαθμός δραστηριοποίησης της κοινότητας εξαρτάται από τα οφέλη που θα απολαμβάνουν τα μέλη που τη συνιστούν. Το πιο σημαντικό στοιχείο κάθε κοινότητας είναι – όπως ήταν αναμενόμενο – τα μέλη της. Έτσι, πρέπει να θυμάστε ότι μια επιτυχημένη κοινότητα έχει να κάνει κυρίως με την ίδια, και όχι με εσάς. Οι άνθρωποι θέλουν να μιλούν ο ένας στον άλλο για

πράγματα που τους ενδιαφέρουν και αυτό είναι κάτι που πρέπει πάντα να τους προτρέπετε να κάνουν. Βοηθήστε τα μέλη να πουν τις ιστορίες τους, να μοιραστούν τις εμπειρίες τους και να καλλιεργήσουν τα πάθη τους. Όσο περισσότερο τα μέλη σας αισθάνονται ότι ακούγονται και εκτιμώνται, τόσο πιο πιθανό είναι να παραμείνουν στην πλατφόρμα σας. Ακολουθούν μερικές τεχνικές για να ενθαρρύνετε τη συμμετοχή της κοινότητάς σας, και το πιο σημαντικό, να τη διατηρήσετε.

Η συμμετοχή της κοινότητας είναι επιστήμη και τέχνη ταυτόχρονα. Μπορείτε να αξιοποιήσετε τις κοινωνικές επιστήμες για να κατανοήσετε τι είναι αυτό που παρακινεί τους ανθρώπους να συμμετάσχουν. Θα πρέπει όμως και να διαισθάνεστε τις συνεχείς και μεταβαλλόμενες ανάγκες της κοινότητάς σας. Χρειάζεται θετική ενέργεια; Χρειάζεται μια πρόκληση; Ή, μερικές φορές, θέλουν απλώς να μείνουν μόνοι/-ες για λίγες μέρες;

Τελετουργικές δραστηριότητες

Σκεφτείτε οποιαδήποτε μεγάλη κοινότητα που έχει αντέξει στο χρόνο και θα βρείτε ότι διοργανώνει πολλές τελετουργικές δραστηριότητες. Οι τελετουργικές δραστηριότητες είναι ισχυρά εργαλεία επειδή γίνεται να καταστήσουν τη συμμετοχή των μελών μια συνήθεια για αυτά, γνωρίζοντας πάντοτε τι θα ακολουθήσει. Έτσι, το έργο σας διευκολύνεται, καθώς θα έχετε περιεχόμενο το οποίο δεν απαιτεί ιδιαίτερη προετοιμασία για κάθε ημέρα/

εβδομάδα/μήνα. Μπορείτε να εξετάσετε τα ακόλουθα για να ξεκινήσετε μια κοινή τελετουργική δραστηριότητα:

- Εβδομαδιαίο καλωσόρισμα νέων μελών: Καλωσορίστε κάθε νέο μέλος της ομάδας
- Ημέρα προώθησης: Δώστε στα μέλη σας την ευκαιρία να προωθήσουν το έργο και τα επιτεύγματά τους
- Συναντήσεις: Διοργανώστε τακτικές συναντήσεις δια ζώσης με όλους/-ες

Ιστορίες

Προτρέψτε άτομα να πουν ιστορίες. Οι άνθρωποι λατρεύουν να μοιράζονται κομμάτια του εαυτού τους με άλλους/-ες. Αν προωθείτε αυτόν τον τύπο επικοινωνίας μεταξύ των μελών, αμέσως θα κερδίσετε τα συναισθήματα του κοινού σας. Θα είναι υπέρ σας αν παρέχετε ένα μεγάλο κοινό στους φυσικούς/-ες περφόρμερ που βρίσκονται ανάμεσά σας.

Κοινωνική ηγεσία που ανταποκρίνεται

Βεβαιωθείτε ότι απαντάτε πίσω στα άτομα που αφιερώνουν χρόνο για να σας απαντήσουν και φροντίστε να είστε προσιτός/-η ως επικεφαλής για

τη συμμετοχή της κοινότητας. Δεν υπάρχει τίποτα πιο ικανοποιητικό συναισθηματικά από το να γνωρίζεις κανείς/καμία ότι ο/η ηγέτης του κοινωνικού κύκλου στην οποία ανήκει είναι εκεί για να τον/την ενθαρρύνει και να τον/την ακούσει. Αν θέλετε να κερδίσετε συναισθηματικά το κοινό σας, γίνετε συναισθηματικοί/-ες μαζί τους (με θετικό τρόπο).

Παραμείνετε προσγειωμένοι

Είναι εύκολο να χάσετε επαφή με την κοινότητα καθώς το δίκτυό σας αναπτύσσεται όλο και περισσότερο. Μπορεί να αρχίσετε να σκέφτεστε ότι για να απευθυνθείτε σε ευρύτερο κοινό, θα πρέπει να ωραιοποιήσετε εικόνα σας. Έτσι θα καταλήξετε να προσπαθείτε υπερβολικά και οι άνθρωποι θα το καταλάβουν. Η κοινότητά σας μεγαλώνει χάρη σε αυτά που ήδη κάνετε. Χρειάζεται απλά να συνεχίσετε να τα κάνετε. Διατηρήστε την ιστορία και τις αναρτήσεις σας προσγειωμένες. Οι ίδιες αναρτήσεις που εμπνέουν τη συμμετοχή 10 ατόμων θα κάνουν το ίδιο και για 1.000 άτομα.



Μην ξεχνάτε την ψυχαγωγία

Αν δυσκολεύεστε να βρείτε κατάλληλο υλικό για συζήτηση, μπορείτε πάντα να χρησιμοποιήσετε ψυχαγωγικό και εκπαιδευτικό περιεχόμενο. Μερικές φορές είναι καλό να σπάμε τη μονοτονία με μια ανάλαφρη ιστορία στην οποία μπορούν όλοι/-ες να συμμετέχουν. Είναι επίσης πολύ πιο εύκολο να ταυτιστεί κάποιος/-α με ψυχαγωγικό περιεχόμενο.

Πώς να ευαισθητοποιήσετε το κοινό;

Για να προσεγγίσετε όσο το δυνατόν περισσότερα άτομα, προσαρμόστε την κάθε ιδέα για να ταιριάζει με τον έρανο σας. Να θυμάστε ότι αν ο σκοπός σας είναι αξιόλογος, η ευαισθητοποίηση για αυτόν δεν απαιτεί μεγάλα κόστη. Το μυστικό είναι να προσεγγίσετε άτομα με τις σωστές ιδέες.

Μοιραστείτε ιστορίες

Τίποτα δεν είναι πιο πειστικό από άτομα που υποστηρίζουν και αγωνίζονται για κάτι που έχουν βιώσει προσωπικά ή μέσω ενός αγαπημένου προσώπου τους. Αυτό ισχύει ιδιαίτερα για σκοπούς που στηρίζουν την ιατρική έρευνα, που αφορούν σε καταστάσεις έκτακτης ανάγκης, ή είναι υπέρ της προστασίας του περιβάλλοντος.

Μοιραστείτε την ιστορία σας στο διαδίκτυο, πραγματοποιήστε ομιλίες αν σας προσκαλέσουν, ή μιλήστε κατά τη διάρκεια των συναντήσεων. Θα προσδώσετε αξιοπιστία και ισχύ στον σκοπό σας.

Η μικρή συμβολή στον αγαπημένο σας σκοπό μπορεί να έχει θετικό αντίκτυπο αν είστε συνεπείς και ειλικρινείς. Έχετε βρει τρόπο να βοηθήσετε; Κάντε το σήμερα έτσι ώστε η ευαισθητοποίηση να μετατραπεί γρήγορα σε δράση.



Έρανοι

Ένας έρανος μπορεί να σας βοηθήσει να λάβετε όχι μόνο περισσότερη προσοχή από το κοινό, αλλά και δωρεές. Θα μπορούσε να είναι κάτι που οργανώνετε μόνοι/-ες σας ή να είναι μέρος μιας μεγαλύτερης εκδήλωσης που διοργανώνεται από άλλους/-ες, όπως μια έκθεση τέχνης ή ένα αθλητικό δρώμενο. Η διοργάνωση εκδηλώσεων όπου ο κόσμος μπορεί να συναντηθεί θα βοηθήσει στην οικοδόμηση μιας αληθινής κοινότητας γύρω από τον στόχο σας.

Για παράδειγμα, μια ομάδα φοιτητών/-τριών αποφάσισε να διοργανώσει ένα τουρνουά βόλεϊ στο πανεπιστήμιο για να συγκεντρώσει χρήματα για το Off the Record, μια φιλανθρωπική οργάνωση για την ψυχική υγεία. Με αυτή την απλή εκδήλωση, κατάφεραν συγκεντρώσουν τα χρήματα που ήθελαν.

Εκπαιδευτικές εκδηλώσεις

Μοιραστείτε τις δεξιότητές σας με ένα αυτοτελές σεμινάριο ή με μια σειρά σχετικών σεμιναρίων. Κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης, μπορείτε να μιλήσετε για τον σκοπό σας και να συνδεθείτε με άτομα με παρόμοια νοοτροπία. Ορισμένα πράγματα που μπορείτε να διδάξετε είναι η δημιουργία βιογραφικού, ο τρόπος οργάνωσης μιας παρουσίασης, ή ακόμη και να παραδώσετε ένα εισαγωγικό μάθημα στο Adobe Photoshop.

Να είστε συνεπείς

Για να είναι αναγνωρίσιμος ο στόχος σας, πρέπει να υπάρχει συνέπεια στην εικόνα και τα κείμενά σας. Να χρησιμοποιείτε πάντοτε την ίδια εικόνα ή λογότυπο ως εικόνα προφίλ, και πάντα με την ίδια έκκληση για δράση.

Ευαισθητοποίηση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Δημιουργήστε λογαριασμούς στο Facebook, το Twitter, το Instagram και το YouTube για τον σκοπό σας. Ξεκινήστε να αλληλεπιδράτε με ανθρώπους και σχετικές κοινότητες. Δοκιμάστε να εκκινήσετε παραγωγικές συζητήσεις για τον σκοπό σας, θέτοντας ερωτήσεις ή καταθέτοντας την άποψή σας.

Για τους δημιουργικούς τύπους – γιατί να μην ξεκινήσετε μια εκστρατεία που αυξάνεται μέσω της συμμετοχής; Θυμάστε το ALS Ice Bucket Challenge; Εμπνευστείτε από αυτή τη viral εκστρατεία που είναι ενημερωτική και συνάμα διασκεδαστική. Η συγκεκριμένη εκστρατεία υπήρξε αποτελεσματική όχι μόνο στην ευαισθητοποίηση αλλά και στη συγκέντρωση πόρων για την έρευνα για την Αμυοτροφική Πλευρική Σκλήρυνση (ALS). Δεν χρειάζεται να καταλήξει τόσο δημοφιλής, αρκεί να σχετίζεται με τον σκοπό σας. Δεν μπορείτε να ξεκινήσετε μια εκστρατεία ευαισθητοποίησης εστιάζοντας μόνο στο διασκεδαστικό της κομμάτι και ξεχνώντας ποιος είναι ο σκοπός σας.

Περιεχόμενο που θεωρείται πολύτιμο

Έχετε εσείς ή ένας/μία από τους εθελοντές/-τριες ή τους νέους/-ες κάποια εξειδίκευση; Βρείτε τρόπο να τη συνδέσετε με τον σκοπό σας και να προσφέρετε στους/στις

χορηγούς σας κάτι πολύτιμο, όπως για παράδειγμα εκπαιδευτικά βίντεο ή άλλα εγχειρίδια. Βεβαιωθείτε ότι ο σχεδιασμός περιλαμβάνει το λογότυπό σας και συνάδει με το υπόλοιπο υλικό μάρκετινγκ.

Ενημερωτικά φυλλάδια

Τα ενημερωτικά φλάιερ, τυπωμένα ή ψηφιακά, είναι ένας πολύ καλός τρόπος για να μάθει ο κόσμος για τον έρανό σας. Συγκεντρώστε σημαντικές πληροφορίες για τον στόχο σας και συμπεριλάβετε τις σε ένα κείμενο που θα κεντρίσει το ενδιαφέρον των αναγνωστών του. Ρωτήστε τοπικές επιχειρήσεις αν μπορείτε να τους αφήσετε φυλλάδια για να παίρνουν οι άνθρωποι.

Κυβερνητικοί/-ες αξιωματούχοι

Χρειάζεστε περαιτέρω υποστήριξη και επιρροή; Προσεγγίστε τους κυβερνητικούς/-ες αξιωματούχους και ρωτήστε τους/-τις αν μπορούν να σας στηρίξουν. Οι τοπικοί ηγέτες και εκπρόσωποι αποτελούν κλασικά παραδείγματα. Δεν χρειάζεται καν να εγγραφούν ως μέλη, αν και κάτι τέτοιο θα βοηθούσε σίγουρα. Εάν κατανοήσουν τον σκοπό σας και γιατί αξίζει να σας υποστηρίξουν, θα είναι σε θέση να βοηθήσουν την καμπάνια σας. Μπορούν να σας βοηθήσουν να συνάψετε σχέσεις με σχετικά ιδρύματα που μπορούν να προωθήσουν τον οργανισμό σας, καθώς και να παρέχουν πρόσθετη χρηματοδότηση.

Πώς θα βρείτε χορηγούς;

Ψάχνετε χορηγούς για τη μη κερδοσκοπική σας εκδήλωση; Δεν είστε σίγουροι/-ες πώς να ξεκινήσετε; Λοιπόν, ας ξεκινήσουμε με τον ορισμό: «Εταιρικός χορηγός: μια κερδοσκοπική εταιρεία που παρέχει χρήματα (ή αγαθά ή υπηρεσίες) σε μια εκδήλωση ή πρόγραμμα ενός μη κερδοσκοπικού οργανισμού με αντάλλαγμα τη δημοσιότητα, την προβολή και την καλή φήμη προς το καταναλωτικό κοινό. Συνήθως πληρώνουν για τη χορηγία από τον προϋπολογισμό τους για το μάρκετινγκ, τη φιλανθρωπία, ή από τα γενικά κέρδη».

Είναι πιο εύκολο να ορίσουμε την έννοια του εταιρικού χορηγού από το να εξασφαλίσουμε έναν. Όμως, εάν βρείτε τους σωστούς εταιρικούς χορηγούς για τους εράνους σας, αυτό θα έχει τεράστιο αντίκτυπο στην επιτυχία της εκδήλωσής σας. Ακόμη και στο τρέχον κλίμα των εικονικών εκδηλώσεων, είναι δυνατό να βρεθούν οι κατάλληλοι χορηγοί και να τους προσφέρετε σημαντική απόδοση της επένδυσης (ROI) και υποστήριξής τους.

Τοπικές επιχειρήσεις

Οι τοπικές επιχειρήσεις εργάζονται σκληρά για να χτίσουν ένα καλό όνομα και μια θετική ταυτότητα εντός της κοινότητάς τους. Γνωρίζουν ότι η φήμη τους και ο τρόπος που τις αντιλαμβάνονται οι ντόπιοι/-ες είναι κρίσιμης σημασίας, καθώς οι ντόπιοι/-ες αποτελούν συνήθως την κύρια αγορά-στόχο τους, ακόμα κι αν είναι η επιχείρηση διαθέτει ηλεκτρονικό κατάστημα. Η λήψη χορηγιών από τοπικές επιχειρήσεις για τη μη κερδοσκοπική σας εκδήλωση είναι αμοιβαία επωφελής για όλα τα

εμπλεκόμενα μέρη: σας δίνουν την υποστήριξή τους και «ανεβάζουν» την εικόνα τους, και επιπλέον, αμφότεροι εξυψώνετε ο ένας τον άλλο στην τοπική σας κοινότητα. Συνεπώς, συγκεντρώστε μια λίστα με τοπικές επιχειρήσεις που θα μπορούσατε να προσεγγίσετε για χορηγίες ή συνεργασία, ξεκινώντας από αυτές που σχετίζονται περισσότερο με τον οργανισμό σας.

Εταιρείες που συνάδουν με εσάς

Τοπικοί/-ες ή μη, οι καλύτεροι/-ες χορηγοί έχουν μια αποστολή ή αξίες που συμβαδίζουν με την αποστολή και τις αξίες του μη κερδοσκοπικού σας οργανισμού. Για παράδειγμα, ένας τοπικός ανθρωπιστικός οργανισμός μπορεί να λαμβάνει χορηγίες από ένα κατάστημα ειδών για κατοικίδια. Μια τράπεζα τροφίμων μπορεί να προσεγγίσει ένα σουπερμάρκετ για χορηγίες. Ένα τοπικό παράρτημα του Habitat for Humanity μπορεί να συνεργαστεί με ένα κατάστημα υλικών. Ή θα μπορούσατε να το δείτε αλλιώς: Εξετάστε τους κορυφαίους ευεργέτες σας. Μήπως κάποιοι/-ες από αυτούς/-ες ή τα μέλη της οικογένειάς τους έχουν μια επιχείρηση; Αυτή είναι μια ακόμη καλή ευκαιρία που μπορείτε να εξερευνήσετε. Απλά λάβετε υπόψη πιθανές φυσικές και λογικές συνδέσεις όταν διαμορφώνετε τη συνεργασία σας.





Παρόμοιες εκδηλώσεις συγκέντρωσης χρημάτων από άλλες επιχειρήσεις

Αυτές οι επιχειρήσεις είναι πολύ πιθανό να πουν ναι, οπότε δώστε προσοχή όχι μόνο σε άλλες μη κερδοσκοπικές εκδηλώσεις στην περιοχή σας, αλλά και στις εταιρείες που τις χορηγούν. Αυτή τη στιγμή, φυσικά, οι εικονικές ή ψηφιακές εκδηλώσεις είναι ο κανόνας, καθώς τα περισσότερα πράγματα έχουν μετακινηθεί στο διαδίκτυο λόγω της πανδημίας, αυτό όμως δεν σημαίνει ότι έχετε λιγότερα να προσφέρετε σε έναν υποψήφιο/-α χορηγό. Στην πραγματικότητα, με λίγη δημιουργικότητα, μπορείτε να προσφέρετε περισσότερα από τους άλλους μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς που έχουν χρηματοδοτήσει στο παρελθόν. Η ιστοσελίδα σας ενδείκνυται για αυτή ακριβώς τη χρήση. Παραθέτουμε ορισμένες προτάσεις:

- Δημιουργήστε μια σελίδα για τους/τις χορηγούς με σύντομες περιλήψεις και εικόνες για κάθε έναν/μία, πληροφορίες σχετικά με το τι ακριβώς χρηματοδοτούν και έναν σύνδεσμο με τους ιστοτόπους και τα στοιχεία επικοινωνίας τους.
- Δημιουργήστε ένα βίντεο για τον/την χορηγό σας και προσθέστε το στη σελίδα εγγραφής σας ή χρησιμοποιήστε ένα απόσπασμά του

ως teaser για την εκδήλωσή σας στο Instagram ή στο Twitter, ώστε να διαφημίσετε τον ρόλο του χορηγού σας στην επερχόμενη εικονική σας εκδήλωση.

- Ανεβάστε μια ανάρτηση ιστολογίου στη σελίδα εγγραφής σας (ή ακόμα και στο κανονικό σας ιστολόγιο).
- Συμπεριλάβετε τα λογότυπα και τα μηνύματα των χορηγών σας σε όλα τα e-mail, την αλληλογραφία και τα μηνύματα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που αφορούν την εκδήλωσή σας.
- Αφήστε τον/την χορηγό σας να χρησιμοποιήσει μία από τις πλατφόρμες μέσω κοινωνικής δικτύωσης σας για να μιλήσει για την εταιρεία του/της. Για παράδειγμα, προγραμματίστε να αναλάβει το Instagram σας για ένα 24ωρο ή να κάνει ένα Facebook Live παρουσιάζοντας ένα προϊόν ή υπηρεσία.

Δώστε προσοχή σε όλες τις πλατφόρμες σας, συμπεριλαμβανομένης της μεγαλύτερης πλατφόρμας (που είναι ο ιστότοπός σας), και εξετάστε πώς μπορείτε να τις αξιοποιήσετε για να ωφελήσετε τους/τις χορηγούς σας με τρόπους που πιθανώς δεν έχουν καν σκεφτεί

Δημιουργικοί τρόποι να αιτηθείτε χορηγίες

Αυτήν την περίοδο, τα περισσότερα αιτήματα σας για χορηγίες πιθανότατα θα είναι μέσω τηλεφώνου και e-mail, και όχι κατόπιν προσωπικών συναντήσεων, βεβαιωθείτε ωστόσο ότι δεν στέλνετε πανομοιότυπα μηνύματα σε κάθε υποψήφιο/-α χορηγό. Βρείτε τρόπους για να προσαρμόσετε τα αιτήματά σας:

- Περιγράψτε τι κάνετε και πώς αυτό συνδέεται με την επιχείρηση του υποψήφιου/-ας χορηγού σας και με αυτό που αυτός/-η προσφέρει.
- Μιλήστε για τα δημογραφικά στοιχεία του κοινού σας και (κατά περίπτωση) για τις ομοιότητες που υπάρχουν με τα δημογραφικά στοιχεία του κοινού στόχευσης της επιχείρησής αυτής.
- Πείτε την ιστορία σας: Πώς ξεκίνησε ο οργανισμός σας; Πώς έχει αναπτυχθεί; Ποιον/-α έχετε βοηθήσει; Τι αντίκτυπο έχετε στην κοινότητα; Όσο πιο στενά συνδέσετε την ιστορία του μη κερδοσκοπικού σας οργανισμού με την ιστορία ενός υποψήφιου χορηγού, τόσο πιο πιθανό είναι η επιχείρηση να σας αντιληφθεί ως λογική επιλογή για συνεργασία.

Τέλος, εξηγήστε στους πιθανούς/-ες εταίρους σας τι μπορείτε να τους προσφέρετε ως αντάλλαγμα για την υποστήριξή τους, και προσπαθήστε να είστε ακριβείς, μεβάσητα χαρακτηριστικά κάθε επιχείρησής. Μπείτε στη θέση του/της χορηγού σας: Τι θα θέλατε να ακούσετε αν ήσασταν υπεύθυνος/-η για τη λήψη αποφάσεων στην επιχείρησή;

Όταν μια επιχείρηση συμφωνεί να υποστηρίξει έναν οργανισμό, το κάνει γιατί θέλει να χτίσει την εικόνα της επωνυμίας της. Δημιουργήστε ένα θετικό αίσθημα για τους τρέχοντες ή/και μελλοντικούς πελάτες/-ισσες τους. Απευθυνθείτε σε άτομα που κατέχουν το αίσθημα της κοινωνικής ευθύνης, και που θέλουν να στηρίζουν επιχειρήσεις με θετικό αντίκτυπο στην κοινωνία.



Πηγες

Συμμετοχή της κοινότητάς σας:

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_publication.cfm?id=14333&lid=3.

Elderink. Handboek Participatief Actieonderzoek. SWP, Uitgeverij B.V., 2020.

Προγραμματισμός της διαδικασίας σας:

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

Εκπαίδευση νεαρών εργαζόμενων & εθελοντών/-τριων

- 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: Συμβουλές και πληροφορίες σχετικά με την ενίσχυση μιας ομάδας: <http://www.innovativeteambuilding.co.uk/free-team-building-activities/free-team-building-tasks-for-new-teams/>

-Υλικό και συμβουλές για δραστηριότητες ενίσχυσης της ομάδας και δραστηριότητες που «σπάνε τον πάγο»:

<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 (Οδηγός στόχων SMART):

<https://www.smart-goals-guide.com/smart-goal-setting.html>

- Body&Soul - Εργαλεία για νεαρούς/-ες εργαζόμενους/-ες:

<https://www.salto-youth.net/tools/toolbox/tool/body-soul-tools-for-youthworkers.2175/>

Εγκαταστάσεις και διακόσμηση του Café Europe:

«Τι είναι ο Κύκλος Σχεδίασε-Κάνε-Έλεγξε-Δράσε (PDCA);» Kanbanize, Άγνωστο, <https://kanbanize.com/lean-management/improvement/what-is-pdca-cycle>.

Πρωθήστε το Café σας:

- 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., Ver ssimo, 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>

 λλες

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

Πρότυπο στόχων S. M. A. R. T

Αρχικός Στόχος	Γράψτε τον στόχο σας
<p>Specific (Συγκεκριμένος)</p> <p>Φροντίστε ο στόχος σας να είναι σαφής και συγκεκριμένος!</p>	<p>Τι θέλω να πετύχω; Ποιούς/-ες πρέπει να συμπεριλάβω; Γιατί θέτω αυτόν τον στόχο; Πού θα γίνει αυτό; Τι περιορισμούς ή απαιτήσεις έχω;</p>
<p>Measurable (Μετρήσιμος)</p> <p>Βεβαιωθείτε ότι έχετε το κατάλληλο σύστημα μέτρησης για να προσδιορίσετε αν έχετε επιτύχει τον στόχο σας!</p>	<p>Πώς θα παρακολουθώ την πρόοδο και θα μετρώ το αποτέλεσμα; Πόσα πρέπει να αλλάξουν; Πόσα επιτεύγματα ή ενέργειες απαιτούνται;</p>
<p>Attainable (Επιτεύξιμος)</p> <p>Μην βάζετε πολύ υψηλούς ή πολύ χαμηλούς στόχους! Να σκέφτεστε ρεαλιστικά για το τι μπορείτε πραγματικά να κάνετε για να πετύχετε τους στόχους σας!</p>	<p>Έχω ήδη ή μπορώ να αποκτήσω τις απαραίτητες δεξιότητες και πόρους για να πετύχω τον στόχο μου; Είναι ο στόχος λογικός;</p>
<p>Relevant (Σχετικός)</p> <p>Φροντίστε ο στόχος σας να είναι σχετικός με το όραμά σας, ανεξάρτητα από αυτό που θέλετε να επιτύχετε στη ζωή!</p>	<p>Αξίζει αυτός ο στόχος; Ο στόχος αυτός με φέρνει πιο κοντά στις μακροπρόθεσμες επιδιώξεις μου;</p>
<p>Time- bound (Χρονικά προσδιορισμένος)</p> <p>Να έχετε ένα σαφές χρονικό πλαίσιο κατά του για να προγραμματίσετε αποτελεσματικά τον στόχο σας και να αποφύγετε τυχόν καθυστερήσεις!</p>	<p>Ποια είναι η προθεσμία για την επίτευξη του στόχου; Μπορεί ο στόχος να επιτευχθεί έως τότε;</p>
<p>Στόχος SMART (Κατασκευάστε μια νέα δήλωση στόχου με βάση τα συμπεράσματα της ανάλυσής σας)</p>	

Προετοιμάστηκε από



