



Co-funded by the European Commission



Linhas Orientadoras

Ingredientes



Co-funded by the European Commission

i-SME

Linhas Orientadoras

Ingredientes

Ingredientes para organizar eventos que aumentem a motivação intrínseca das PMEs a estarem abertas a candidatos com deficiência e a contratar pessoas com deficiência.

Os ingredientes

Encontramos aqui a lista de todos os ingredientes que podem ser utilizados para planear e organizar um evento. Devem ser lidos com atenção e, dependendo do tipo de evento, fazer uso de diferentes ingredientes.

A receita é ter criatividade: quanto mais ingredientes forem incluídos, maiores serão as probabilidades de criar um evento de sucesso!

1 Quando começar a organizar...

- ★ Potencie que os pares do seu público-alvo sejam os organizadores oficiais/formais do evento.

2 Quando enviar os convites...

- ★ Sempre que interagir com os indivíduos do público-alvo, utilize um tratamento pessoal/personalizado.
- ★ Inclua a mensagem que vai ao encontro dos interesses e necessidades do público-alvo, podendo esta variar muito consoante as expectativas: poderão estar à espera de respostas para as suas necessidades; poderão estar à espera de passar um momento agradável com os seus pares; poderão estar à espera de ouvir um orador muito interessante; poderão estar à espera de ir a um sítio bonito para apreciar umas comidas e bebidas; ou...poderão ter qualquer outra expectativa que os motive a participar no evento. Garanta que saiba o porquê do público-alvo estar interessado em participar e incluir isso aquando o convite, na mensagem.
- ★ Apresente bem a mensagem: use um formato atraente, use um nome cativante, um design bonito, isso fará com que os convidados fiquem com uma primeira impressão positiva, e tenham maior abertura em participar.

3 A localização do evento:

- ★ Organize o evento em locais onde o público-alvo geralmente gosta de estar.
- ★ Se possível, organize o evento num local onde decorre a "boa prática", isto é, onde o comportamento desejado pode ser visto diretamente pelo público-alvo.
- ★ Melhor ainda, organize o evento num local em que as boas-práticas sejam demonstradas por alguém que o seu público-alvo conhece e realmente respeita.
- ★ Certifique-se de que o ambiente está limpo, sem ruídos externos, com boa aparência e agradável.
- ★ Garanta uma receção cuidada e amistosa de boas-vindas. Desde o primeiro convite, passando pelo percurso até ao local do evento, no estacionamento, na entrada, no serviço de bengaleiro, etc..

4 Quem serão os melhores oradores/apresentadores?

- ★ Independentemente da situação, dê aos pares do seu público-alvo um papel de destaque na reunião - isto permite ao público identificar-se mais facilmente com quem está a apresentar.
- ★ Inclua nas comunicações uma pessoa que seja especialista, que seja considerada "uma autoridade" no tema.
- ★ Inclua nas comunicações uma pessoa que a audiência considere que claramente percebe da "prática".
- ★ Inclua nas comunicações uma pessoa que seja da confiança e respeitada pelo público, que possa realmente demonstrar o comportamento desejado. Inclua mais do que uma, se possível. O objetivo é que o público observe as pessoas que conhece, com quem se identifica, que demonstram o comportamento desejado e que estão felizes com isso.
- ★ Melhor, se essas pessoas forem muito simpáticas.
- ★ E, melhor ainda, se elas forem atraentes.

5 O que deve constar, em geral, na mensagem?

- ★ Use uma mensagem simples e positiva. De preferência e sempre que possível, cuja eficácia tenha sido testada por elementos do público-alvo antes do evento.
- ★ Limite a quantidade de informação apresentada, mantenha as mensagens simples, muito claras e curtas: "keep it simple".
- ★ Ao comunicar com o público-alvo, seja qual for o formato, transmita a mensagem sempre como uma "sugestão" e nunca tente "vender" algo.
- ★ Estimule que a pessoa de referência, que é considerada uma autoridade, informe o público com factos e números da forma mais objetiva possível, incluindo sobre os prós e contras do 'comportamento desejado'.
- ★ Estimule que a pessoa de referência, que conhece a 'prática', forneça informações claras, simples e específicas relacionadas com o comportamento desejado, incluindo os prós e contras em 'termos práticos'.
- ★ Estimule a pessoa de referência, que é considerada de confiança e respeitada pelo público, mostrar o comportamento desejado e contar sua história.
- ★ Forneça ao público apenas 'certezas' - evite ao máximo informações que contenham incertezas.

6 O que deve conter a mensagem, ao organizar um evento para um público realmente interessado?

- ★ Mostre de forma bem específica qual é o comportamento desejado, tornando-o simples e fácil de entender.
- ★ Mostre ao público um plano, com pequenos passos e simples de executar, para chegar ao comportamento desejado.
- ★ Crie vislumbres da ação, simples e viável, para o público; decida junto com o público sobre como esta ação pode ser conseguida.
- ★ Inclua escolhas nesses vislumbres da ação: crie diferentes maneiras de alcançar o comportamento desejado.
- ★ Dê ao público dicas e indicações específicas: isso fortalecerá a sua confiança na capacidade de desempenhar o comportamento desejado.
- ★ Apresente ao público ferramentas simples e fáceis de utilizar no desempenho do comportamento desejado.
- ★ Forneça ao público materiais, instruções e ferramentas simples e fáceis de entender, que os apoiem na realização do comportamento desejado.
- ★ Ofereça apoio posterior ao público através de workshops, guias de orientação, reuniões de aconselhamento, etc., para que estes se sintam acompanhados e seguros no desenvolvimento do comportamento desejado após o evento. Informe o público onde e como pode obter os apoios, mas também o que esperar deles.
- ★ Crie um sentimento de segurança no público, mostrando que têm a liberdade para parar, se quiserem.

7 Como interagir com o público-alvo?

- ★ Crie uma dinâmica de interação ativa com o público. Use os momentos de interação para ouvir as suas opiniões.
- ★ Facilite que o público tome as suas próprias decisões, previna situações em que sejam forçados ou se sintam muito pressionados a realizar o comportamento desejado.

- ★ Dê ao público a oportunidade de tirar suas próprias conclusões.
- ★ Reconheça a resistência com abertura, e mencione-a com franqueza; quanto melhores as mensagens e os oradores, menor a resistência. Procure maneiras de dar respostas satisfatórias ao público, e use argumentos que correspondam às suas necessidades.

8 O que incluir no programa?

- ★ Comece por deixar o público de bom humor – pode utilizar um momento de entretenimento.
- ★ Inclua oradores que tragam informações objetivas e práticas, e exemplos da vida real.
- ★ Crie condições para o público experimentar o comportamento desejado, e elogie-o quando for bem-sucedido.
- ★ Dê a todos os elementos do público a oportunidade e espaço para dar sua opinião.
- ★ Estimule o público para estar positivamente aberto ao comportamento desejado. O quanto mais disponível, melhor.
- ★ Crie situações em que o público se comprometa “às claras”. Dê palco àqueles que estão verdadeiramente empenhados, e crie condições para que o assumir do compromisso possa ser repetido e visionado pelos próprios.

9 O que fazer em geral e que pode ser determinante para alcançar o sucesso?

- ★ Faça tudo o que for possível para criar sentimentos positivos no público: isso cria empatia, confiança e otimismo face ao comportamento desejado. Assegure-se de que todos diretamente envolvidos nos contactos com o público agem de forma simpática e agradável. Evite condicionalismos de tempo no evento, evite barulho, e evite momentos de tédio.
- ★ Certifique-se de que os emissários, a quem se solicita cooperação na transmissão da mensagem, demonstrem eles próprios o comportamento desejado ou consigam demonstrar que agem em linha com o comportamento desejado.
- ★ Repita a mensagem muitas vezes - da mesma forma e de formas diferentes.
- ★ Mantenha sempre o foco nos valores do público: estes valores são o ponto de partida de cada comportamento, dos seus hábitos e da abertura para novos comportamentos. Peça ao público para ser claro em relação aos seus valores e potencie que o público sinta orgulho neles. Depois faça a ligação destes com o comportamento desejado, demonstrando que estão alinhados com os valores do público.
- ★ Conte histórias de sucesso, especialmente com o orador que mostra o comportamento desejado. Use apenas histórias positivas e “empoderadoras”, nas quais há um ‘problema’ e, no final, o problema é resolvido.
- ★ Faça uso de: palavras “empoderadoras” em relação às pessoas com deficiência; palavras de “mais-valias” na relação com situações de trabalho; palavras relacionadas com “ganhos” para os empregadores que têm a “coragem” de tomar a ação.
- ★ Dê ao público-alvo algo que os faça querer dar algo em retorno.

10 Se possível, inclua o seguinte:

- ★ Faça algo com as opiniões do público, de forma agradável e interativa. Por vezes, o público tem 'uma opinião' sobre assuntos específicos e é com base nessa opinião que agem. Use formas agradáveis de consciencializar o público-alvo de que a sua forma actual de agir é baseada nessas "opiniões" e mostre há outras formas de pensar sobre o mesmo assunto.
- ★ Descubra estas opiniões e prepare formas aprazíveis para mostrar outras formas de pensar. Por exemplo, as opiniões dos empregadores de que "pessoas com deficiência custam muito dinheiro pois precisam de produtos de apoio para trabalhar". Na realidade, sabemos que o custo da maioria dos dispositivos de apoio é bastante reduzido e que na maior parte das vezes as adaptações relacionam-se com o tempo e horas de trabalho. Recolha o maior número possível de factos e números para contra-argumentar estas opiniões, mas sempre de uma forma delicada e aprazível.
- ★ Descubra o que caracteriza o público-alvo. Pense em sítios que gostam de frequentar, pessoas que admirem, as suas preocupações, as suas necessidades, os seus interesses, a sua forma de contratar, os seus valores, etc... Por exemplo, os proprietários de PME's geralmente têm um alto nível de responsabilidade, têm valores fortes sobre 'o que é importante na vida', preocupam-se principalmente com o negócio, etc. Use essas informações ao criar o programa do evento e a incluir os ingredientes.
- ★ Traga "os que já exibem o comportamento desejado" para um contacto próximo com "os que estão a caminho do comportamento desejado", e deixe-os conversar uns com os outros.

11 Depois do evento:

- ★ Assegure que cumpra as promessas efetuadas durante o evento, por exemplo:
 - contacte os empregadores no período temporal prometido;
 - envie a informação prometida;
 - efetue visitas em quem prometeu;
 - etc...
 O importante é cumprir o prometido.
- ★ Se possível, crie grupos que trabalhem juntos no comportamento desejado. Escolha canais de partilha que são usados pelos indivíduos do grupo (público-alvo), como redes sociais, LinkedIn, websites locais, aplicações, newsletters privadas, etc.
- ★ Seja um facilitador do trabalho de grupo. Crie momentos de partilha dentro do grupo; crie sessões de partilha entre pares.
- ★ Compare os resultados entre todos os indivíduos do grupo, e destaque os que tiverem melhores resultados.
- ★ Dê, aos que estão empenhados e ativos, recompensas imediatas quando estão a desempenhar o comportamento desejado, ou partes dele.
- ★ Faça com que personalidades de referência mostrem o seu respeito para com aqueles que estão empenhados e desempenham o comportamento desejado ou partes deste.
- ★ Premeie indivíduos que realizem o comportamento desejado e partilhe os momentos de recompensa.

12 E, garanta que...

- ★ Proceda a uma reflexão sobre possíveis barreiras ou obstáculos que possam influenciar o sucesso do evento. Principalmente barreiras 'materiais', como a acessibilidade do local, o orçamento disponível, a disponibilidade dos palestrantes desejados, etc. Remova todas as barreiras que podem ser transpostas, e encontre soluções amenizadoras para lidar com as que não conseguir ultrapassar.

- ★ Faça acordos claros com as organizações diretamente envolvidas, para garantir o apoio que o público-alvo precisa para continuar no caminho do comportamento desejado. Pense em organizações e serviços de reabilitação profissional e apoio ao emprego, especialistas em análise de locais de trabalho, formadores, etc.. E garanta que estas organizações estão preparadas e disponíveis quando forem contactados por um empregador interessado.
- ★ Apoie as organizações diretamente envolvidas, partilhando com elas todos os ingredientes úteis no trabalho de colaboração de proximidade com os empregadores, de forma a maximizar as hipóteses de recrutamento e integração laboral de pessoas com deficiência.
- ★ Quando enviar informação:
 - assegure que esta reflita as necessidades do empregador;
 - garanta que esta está organizada de forma clara para o empregador;
 - use linguagem de acordo com linguagem do empregador.

Agora é hora de começar a planear e a organizar!



Inclusion simply makes great enterprises



Co-funded by
the European Union