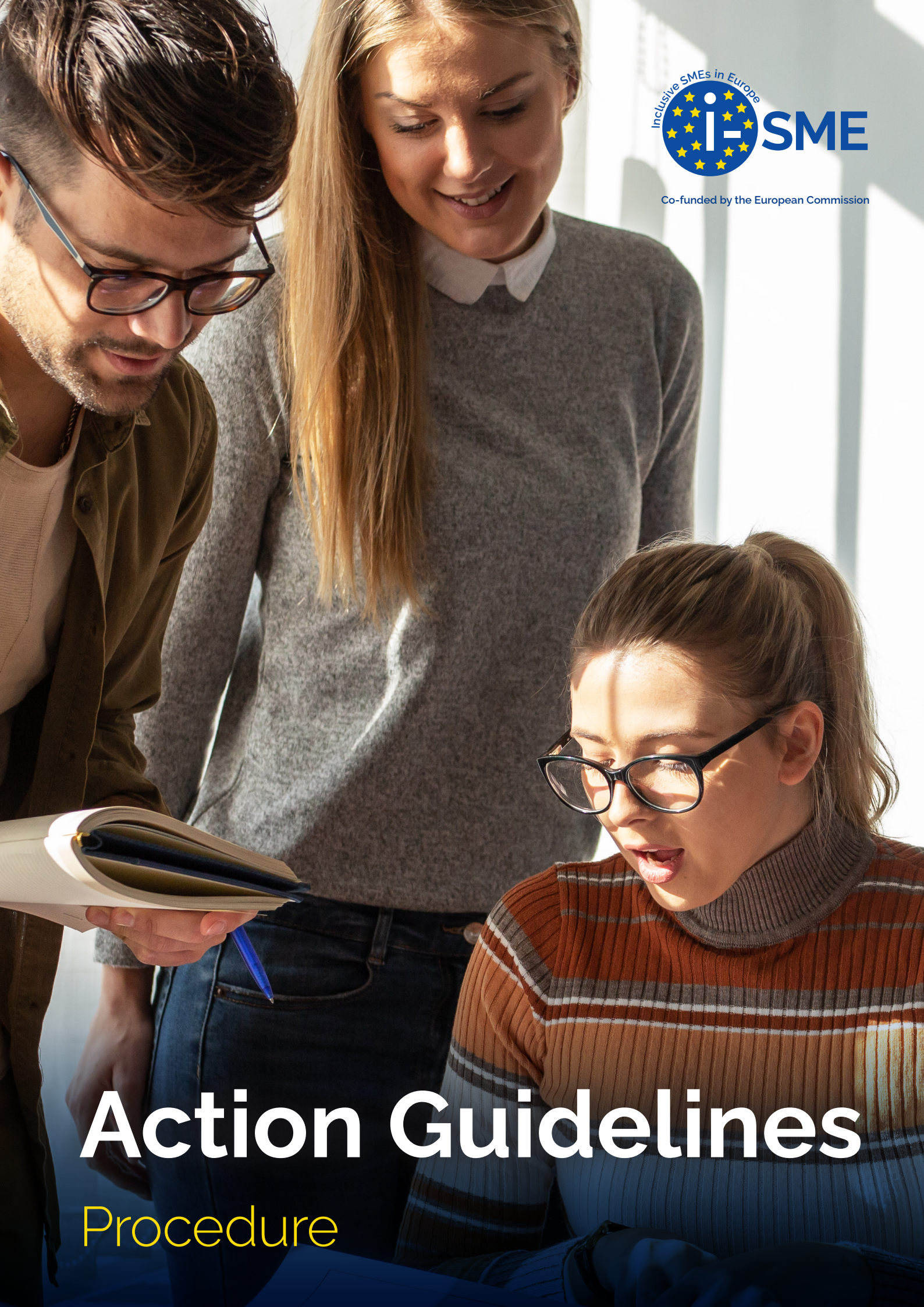




Co-funded by the European Commission



# Action Guidelines

Procedure

# i-SME

# Action Guidelines

## Osallistavan pk-yrityksen ohjeet tapahtumien järjestämiseen

Ohjeet tapahtumiin, joilla lisätään pk-yritysten sisäistä motivaatiota olla avoimia vammaisille työnhakijoille ja palkata vammaisia henkilöitä.

### Oletko sinä:

- aina halunnut lisätä vammaisten henkilöiden määrää avoimilla työmarkkinoilla
- aina pyrkinyt saamaan useampia työnantajia avaamaan ovensa vammaisille henkilöille
- aina yrittänyt saavuttaa tämän tavoitteen esimerkiksi kampanjoiden, sosiaalisen median, kokousten ja tukien avulla
- ja joka kerta miettinyt: miten voisimme onnistua vielä paremmin?

**Siinä tapauksessa osallistavan pk-yrityksen toimintaohjeista voi olla paljon apua.**

**Osallistavan pk-yrityksen toimintaohjeiden avulla voit kehittää toimia työnantajia varten:**

- **toimimalla oikein**
- **oikealla hetkellä**
- **oikeilla välineillä**
- **oikean viestin avulla**
- **oikeassa paikassa**

# Johdanto

Vammaisia ihmisiä on työelämässä vähemmän verrattuna ihmisiin, joilla ei ole vammaa. Monet vammaiset henkilöt pystyvät työskentelemään. Toimia lukumäärän kasvattamiseksi voidaan käynnistää lainsäädännön avulla. Useimmissa tapauksissa nämä toimet perustuvat perinteiseen keppi ja porkkana -periaatteeseen. Joko kaikki työnantajat pakotetaan palkkaamaan vammaisia työnhakijoita ja velvoitteen rikkomisesta määrätään suuria taloudellisia seuraamuksia, tai vammaisten henkilöiden palkkaamisesta tehdään helpompaa jokaiselle työnantajalle ja siitä tarjotaan sopivia taloudellisia kannustimia.

Me tiedämme, että pakottaminen ei toimi pitkällä aikavälillä. Helpottaminen toimii. Hallitukset voivat ottaa käyttöön myönteisiä kannustimia. Se auttaa lisäämään mahdollisuuksia. Nämä kannustimet toimivat parhaiten, kun työnantajilla on sisäinen motivaatio palkata vammainen henkilö. Tätä sisäistä motivaatiota kannattaa vahvistaa mahdollisimman paljon. Tämä on näiden osallistavan pk-yrityksen toimintaohjeiden tarkoitus: lisätä pk-yritysten sisäistä motivaatiota olla avoimia vammaisille hakijoille ja palkata vammaisia henkilöitä. Nämä osallistavan pk-yrityksen toimintaohjeet perustuvat kokonaisuudessaan käyttäytymisen muuttamista koskeviin teorioihin. Nämä teoriat antoivat meille käsityksen kaikista "aineksista", jotka ovat tärkeitä ja merkityksellisiä tapahtumissa, joilla lisätään pk-yritysten motivaatiota olla avoimia vammaisille hakijoille. Tämä lista aineksista ja kahteentoista vaiheeseen perustuva standardoitu työskentelytapa muodostavat perustan osallistavan pk-yrityksen toimintaohjeille. Näiden toimintaohjeiden avulla voit tehdä vaiheittain oikeita päätöksiä kehittäessäsi pk-yrityksille tapahtumaa, jonka tarkoituksena on, että ne avaavat ovensa vammaisille mahdollisina tulevinä työntekijöinä.

## Hyvin aloitettu on puoliksi tehty!

Tämä sanonta on erittäin paikkansapitävä näiden toimintaohjeiden yhteydessä. Tapahtuman valmistelu vie aikaa. Tarvitaan joitakin tapaamisia, ennen kuin voidaan päättää, miksi tehdään mitä, missä, milloin ja miten. Kun kaikki nämä päätökset on tehty, on vain järjestettävä tapahtuma ja juhlittava onnistumista jälkikäteen.

## Voit vapaasti aloittaa!



# Tapahtuman järjestäminen:

## standardoitu työskentelytapa, teemat ja ainekset

Osallistavan pk-yrityksen toimintaohjeissa tämä standardoitu tapa työskennellä koskee:

- tapahtumaan mukaan otettavia aineksia
- suunnittelun ja järjestämisen yhteydessä pohdittavia teemoja

Kun kehität tapahtumaa, jossa keskitytään pk-yritysten osallistavuuden lisäämiseen, standardoitu työskentelytapa auttaa sinua toimimaan oikein oikealla hetkellä oikeilla välineillä, oikean viestin avulla ja oikeassa paikassa.

### Ainekset

Ainekset ovat elementit, jotka vaikuttavat tapahtumasi onnistumiseen. Tarjoamme yhteensä 12 erityyppistä ainesta, jotka voit ottaa mukaan tapahtumaa järjestäessäsi. Jotkin niistä ovat yleisiä aineksia, jotka olisi otettava mukaan aina, jotkin ovat erityisiä, kuten kutsuun, puhujiin tai tapahtumapaikkaan liittyvät ainekset.

### Kolme pohdittavaa teemaa

Jos järjestät tapahtuman, pohdittavana on kolme keskeistä teemaa. Jos käsittelet jokaista teemaa, työskentelet tämän standardoidun työskentelytavan mukaisesti, josta tiedämme olevan todellista apua silloin, kun haluat varmasti ottaa mukaan kaikki tärkeät elementit. Kukin teema on jaettu yhteen tai useampaan teemaan kuuluvaan osaan.



Nämä ohjeet koostuvat seuraavista osista:

- Kolme teemaa
- Ainekset
- Työkirja

# Kuinka alkuun

Aloita lukemalla teemoista ja kunkin teeman osista. Lue myös aineksista, niin saat alustavan käsityksen. Sitten on aika suunnitella ja organisoida. Tätä varten olemme laatineet sinulle työkirjan.

Vaihe 1  
Luo tiimi

Vaihe 2  
Järjestä ensimmäinen kokous

Vaihe 3  
Selvitä kokouksen tulokset

Vaihe 4  
Järjestä loppukokous

Vaihe 1

## Luo ryhmä

Aloita luomalla tiimi kollegoista ja yhteistyökumppaneista, jotka voivat antaa panoksen roolinsa tai asiantuntemuksensa ansiosta. Ajattele pk-yritysten omistajia, henkilöstöhallintoon osallistuvia pk-yritysten työntekijöitä, ammatillisten palvelujen tarjoajien ammattilaisia, tapahtuman rahoittajia ja vammaisten edustajia. Tämän ryhmän kokoaminen tarkoittaa, että tärkeimmät osapuolet ovat yhdessä. Mukaan voidaan lisätä muita henkilöitä, joilla on tietoa ja asiantuntemusta aiheesta; esimerkiksi kotouttamistoimien projektipäälliköitä, työmarkkinaosapuolia, tutkijoita ja osallisuuteen keskittyviä organisaatioita. Luo ryhmä, joka on tarpeeksi pieni, jotta voit tehdä päätöksiä nopeasti, ja tarpeeksi suuri, jotta saat tapahtuman järjestämiseen tarvittavan panoksen. Pyydä kaikkia tiimin jäseniä lukemaan toimintaohjeet perusteellisesti ja pyydä heitä jo nyt päättämään, mikä voisi olla tärkeää tai kiinnostavaa sisällyttää tapahtumaan.

Vaihe 2

## Järjestä ensimmäinen kokous

Suunnittele kokous, jossa sovitaan tapahtuman alustava suunnitelma. Aloita selittämällä kokouksen tavoite:

- SMART-tavoitteen muotoileminen
- ideoidaan, mitä aineksia sisällytetään
- ideoidaan, miten onnistumista mitataan

Tee selväksi, että kaikki taulukon osat on täytettävä ennen SMART-tavoitteen muotoilua. Aseta yksi henkilö vastuuseen keskustelun johtamisesta, tee tapaamiset siitä, "miten päädytään päätökseen", ja aloita sitten vain käyttämällä seuraavilla sivuilla olevia taulukoita.

Sisällytä työkirjaan, mitä on tehtävä, kuka on vastuussa ja milloin se on tehtävä.

Vaihe 3

## Kirjaa kokouksen tulokset

Kirjaa ylös kokouksen aikana käytyjen keskustelujen tulokset. Lähetä tulokset tiimin jäsenille ja pyydä heitä lukemaan tulokset ikään kuin he "näkisivät tapahtuman alusta loppuun asti silmiensä edessä"!

Vaihe 4

## Järjestä loppukokous

Suunnittele kokous, jossa sovitaan tapahtuman lopullisesta kulusta. Sovi, kuka tekee mitäkin, ja aloita järjestelyt!

# SMART-tavoite

Ensimmäisen teeman tarkoitus on muotoilla tapahtumalle SMART-tavoitteita. Kun muotoilet SMART-tavoitettasi, pääätä ensin, keistä yleisösi koostuu. Sitten muotoile päämääräsi tämän yleisön suhteen ja mieti, minkä tyyppisen tapahtuman haluat järjestää. Viimeinen osa on muotoilla yksi tai useampi SMART-tavoite, jonka/jotka haluat saavuttaa.



Vaihe 1

## Kenestä yleisöni koostuu?

Ensinnäkin sinun on päätettävä, kenestä yleisösi koostuu; minkä yleisön tai mitä yleisöjä tarvitset pyrkiäksesi saavuttamaan päämääräsi? Se voi olla yleisö, joka pystyy suoraan palkkaamaan vammaisia henkilöitä, kuten pk-yritysten toimitusjohtajat. Se voi myös olla yleisö, joka voi vaikuttaa muihin organisaation jäseniin vammaisten henkilöiden palkkaamiseksi, kuten henkilöstöhallinnon ammattilaiset, esimiehet ja ammattiliittojen edustajat. Valitse yleisösi sen perusteella, mitä haluat saavuttaa: yleisö, jolla on vahva vaikutus päämääräsi toteutumiseen.

Yleisön ominaisuudet vaikuttavat voimakkaasti kaikkiin tapahtumaasi liittyviin näkökohtiin. Tapahtuman järjestäminen pk-yritysten henkilöstöhallintojen työntekijöille on esimerkiksi eri asia kuin tapahtuman järjestäminen pk-yritysten toimitusjohtajille. Heillä on organisaatiossa erilaiset tehtävät ja asemat, heillä on todennäköisesti erilaista tietämystä henkilöstöasioista ja erilaista tietämystä organisaation strategisista näkökohdista, he kunnioittavat ja ihailevat erilaisia vertaisryhmäläisiä ja he voivat olla avoimia erilaisille viesteille verrattuna pk-yritysten toimitusjohtajiin. Kun tunnet yleisösi, voit paremmin räätälöidä ohjelmasi, viestisi ja puhujasi vastaamaan yleisöäsi.

Vaihe 2

## Mikä on päämääräni tämän yleisön suhteen?

Kun olet valinnut yleisösi, tarkastele uudelleen päämäärääsi. Mikä on päämääräsi tämän yleisön suhteen? Toisin sanoen, mikä auttaa sinua saamaan tämän yleisön sinne, minne haluat heidät?

- Tavoite on toivottu tulos, jonka haluat saavuttaa.
- Päämäärä on toive, joka auttaa sinut sinne, minne haluat.

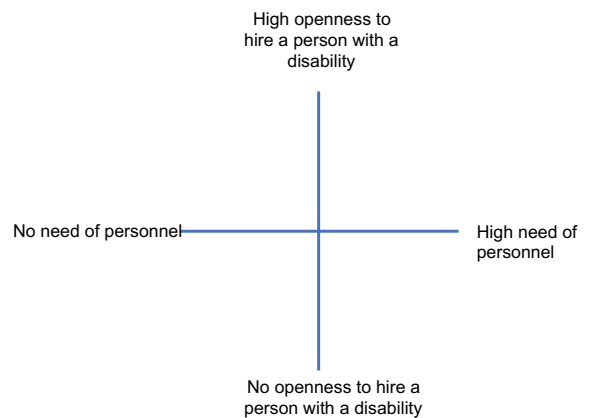
Jos yleisösi koostuu toimitusjohtajista, päämääräsi saattaa olla, että he kaikki ovat avoimia palkkaamaan vammaisen henkilön. Jos yleisösi koostuu työnjohtajista tai esimiehistä, päämääräsi voi olla, että he näkevät osastonsa mahdollisuudet palkata vammaisia henkilöitä ja voivat sitten keskustella toimitusjohtajansa kanssa vammaisen henkilön palkkaamisesta. Kun olet muotoillut päämääräsi yleisösi suhteen, voit tarkentaa päämäärääsi ja muotoilla SMART-tavoitteita, jotka haluat saavuttaa tämän yleisön kanssa.

## Minkä tyyppisen tapahtuman järjestän?

Tapahtuman tyyppi riippuu vahvasti päämäärästäsi ja yleisöstäsi. Jos muotoilet tavoitteita, jotka liittyvät yleisön informoimiseen jostakin merkittävästä asiasta, sinun kannattaa käyttää vain yleisösi käyttämiä kanavia ja lähettää viestisi näiden kanavien kautta. Jos esimerkiksi alueesi työnantajilla on oma yritysfoorumi, voit sopia tämän foorumin käytöstä viestisi lähettämiseen.

Jos muotoilet tietoisuuden luomiseen tai toivottuun käyttäytymiseen liittyviä tavoitteita, kuten juuri muotoiltu SMART-tavoite, tapahtuman järjestäminen toimii paremmin. Se toimii paremmin, koska suora yhteys yleisöön antaa sinulle mahdollisuuden olla vuorovaikutuksessa, jota tarvitaan yleisöön kuuluvien yksittäisten henkilöiden vakuuttamiseksi ja motivoimiseksi sekä mahdollisen vastarinnan poistamiseksi. Tämän jälkeen voit valita joko verkkotapahtuman tai fyysisen tapahtuman. Tämä riippuu budjetistasi ja liittyy myös yleisösi asenteeseen tapahtuman aihetta kohtaan. Tapahtuman aihe liittyy aina vammaisten henkilöiden sijoittamiseen avoimille työmarkkinoille ja tässä tapauksessa erityisesti pk-yrityksiin.

Yleisösi suhtautuminen aiheeseen vaikuttaa vahvasti siihen, mitä järjestät, ja ohjelmasi sisältöön. Tämän selvittämiseksi käytämme sidosryhmäanalyysikaaviota, jossa on kaksi akselia: vaaka-akseli, jonka vasemmassa ääripäässä on "työntekijöitä ei tarvita" ja oikeassa ääripäässä "työntekijöitä tarvitaan paljon", ja pystyakseli, jonka alapäässä on "ei avoimuutta vammaisten henkilöiden palkkaamiseen" ja yläpäässä "avoin vammaisten henkilöiden palkkaamiselle". Valitsemmme tämän vaaka-akselin, koska näyttää siltä, että pk-yritysten työntekijöiden tarve on vahvasti yhteydessä halukkuuteen olla avoimia palkkaamaan vammaisia. Pystyakseli on tärkeä tapahtumasi sisällön kannalta. Alla selitetään kaaviota.



Niiden yritysten kohdalla, jotka **eivät tarvitse työntekijöitä eivätkä ole avoimia vammaisen henkilön palkkaamiselle**, fyysisen tapahtuman järjestäminen niiden informoimiseksi vammaisen henkilön palkkaamisesta on luultavasti liikaa. Voit ehkä käyttää sosiaalista mediaa "tapahtumana", tai ensimmäinen askel voi olla mikä tahansa verkossa välitettävä viesti, jonka voit luovuttaa kanaville, joita tämä yleisö käyttää usein. Käytä kuitenkin mahdollisimman paljon niitä aineksia, joiden mukaan ottaminen on tärkeää, jotta saat yritykset tilanteeseen, jossa ne voisivat olla kiinnostuneempia.

Niiden yritysten kohdalla, joilla on **jonkin verran tarvetta työntekijöille ja jotka ovat jokseenkin avoimia vammaisen palkkaamiselle**, tapahtuman järjestäminen saattaa saada yleisön avoimemmaksi vammaisten palkkaamiselle. Varo kuitenkin ylikuormittamasta yleisöä runsailla ja yksityiskohtaisilla faktoilla ja numeroilla. Käytä aineksia ja pidä mielessä: vältä yksityiskohtia, erityisesti lainsäädäntöön, tukiin ja organisaatioihin liittyviä. Pidä viestit yksinkertaisina ja lyhyinä. Sisällytä kaikkiin esityksiin tarinankerrontaa, oli kyse sitten faktoista ja numeroista tai vammaisten henkilöiden ominaisuuksista, ja anna yleisölle esimerkkejä: tee tarinankerronnasta keskeinen elementti.

Niiden yritysten kohdalla, joilla on **jonkin verran tai runsaasti tarvetta työntekijöille ja jotka ovat melko avoimia tai avoimia vammaisen henkilön palkkaamiselle**, järjestämällä tapahtuma voidaan antaa yleisölle viimeinen sysäys avata ovensa. Tässäkin tapauksessa tarinankerronta on yksi parhaista tavoista vaikuttaa yleisöön. Tämän yleisön on kuitenkin saatava lisätietoja siitä, mitä vammaisen henkilön palkkaaminen todella tarkoittaa. Mukaan on otettava tarkkoja ja yksityiskohtaisia tietoja.

Niiden yritysten kohdalla, jotka **tarvitsevat paljon työntekijöitä ja jotka ovat erittäin avoimia vammaisten henkilöiden palkkaamiselle**, henkilökohtaiset tapaamiset ovat paljon tehokkaampia. Myös tiedottaminen erityisillä verkkosivustoilla toimii niiden kohdalla hyvin. Näiltä verkkosivuilta yritysten on löydettävä kaikki niitä kiinnostavat tiedot lyhyistä teksteistä ja lyhyistä videoista. Näillä verkkosivustoilla olisi oltava hyvin selkeää tietoa siitä, minne mennä, ja jos siellä pyydetään tietoja, kyselyihin olisi vastattava nopeasti.

**Riippumatta siitä, minkä tyyppisen tapahtuman järjestät, olennaisen osan muodostavat ainekset, jotka otat mukaan tapahtumaasi. Voit joka tapauksessa ottaa mukaan aineksia, jotka lisäävät mahdollisuuksiasi saavuttaa tavoitteesi. Tämä selviää, kun noudatat tässä kuvattuja ohjeita.**



Esimerkki tarinankerronnasta videolla: Leipomossa omistaja kertoo: "Me kaikki rakastamme leipää. Kun ostat leipäämme, ostat "osallistavaa leipää". Me päätimme aktiivisesti palkata vammaisia ihmisiä. Alussa se oli haastavaa meille kaikille, uudelle työntekijälle, minulle ja kollegoille, mutta nyt me kaikki olemme tyytyväisiä. Tärkeää on se, että liiketoimintani sujuu hyvin ja kaikilla on hyvä olla!"

Vaihe 4

### Kuka järjestää?

Vastaus tähän kysymykseen löytyy aineksista: Anna yleisösi kuuluvien henkilöiden virallisesti järjestää tapaaminen. Jokainen työnantaja suhtautuu avoimemmin toiselta työnantajalta saamaansa kutsuun kuin muiden vammaisten henkilöidenpalkkaamisessa mukana olevien lähettämään kutsuun. Voit käyttää useampia aineksia päättäessäsi, kuka järjestää tapaamisen. Näiden ainesten ja tietenkin työnantajien tai työnantajajärjestöjen käytettävyyden perusteella päätät, kuka virallisesti järjestää kokouksen. Taustalla kaikki mukana olevat voivat jakaa järjestämiseen tarvittavan työn.

Vaihe 5

### Minkä SMART-tavoitteen haluaisin saavuttaa?

SMART-tavoitteet auttavat tietämään, mitä tapahtuman järjestämiseen tarvitaan ja mitä tapahtumaan on otettava mukaan, jotta nämä tavoitteet voidaan saavuttaa. Ne auttavat myös selvittämään lopuksi, saavutitko tavoitteesi.

SMART means: Specific, Measurable, Achievable, Relevant and Timebound. When you formulate your goals, keep in mind to 'keep it simple'. Formulate goals that are reachable for your audience. The easier to reach, the more they will be willing to follow up this goal. An example of a Specific, Measurable, Achievable, Relevant and Timebound goal aimed at an audience of CEOs of SME is for instance:

**Tapahtuman päätteeksi 60 prosenttia tapahtuman osallistujista on suostunut sanomaan "kyllä", jos paikallinen palveluntarjoaja soittaa heille ensi viikolla ja pyytää kahden viikon kuluessa tapaamista, jossa selvitetään mahdollisuuksia ottaa vammaisia henkilöitä mukaan heidän organisaatioonsa.**

Tavoite on tarkasti määritetty (sanotaan "kyllä"), mitattavissa (onko se tehty), saavutettavissa (aikaa menee puolesta tunnista tuntiin), merkityksellinen (kyse on omasta organisaatiosta ja mahdollisuuksista) ja aikasidonnainen (kahden viikon kuluessa). Kun olet muotoillut tavoitteesi ja tunnet yleisösi, voit päättää, minkä tyyppinen tapahtuma sopii tämän tavoitteen edistämiseen.



# Ainekset

Toinen teema koskee aineksia. Nämä ainekset muodostavat tapahtumasi perustan. Tarvitset niitä päättääksesi, mitä järjestää, missä järjestää, mitä ohjelmaan otetaan mukaan, kenen on paras asiantuntija puhujaksi ja mikä on keskeinen viestisi.



Ensimmäisen teeman kohdalla sinun on työskenneltävä peräkkäin kunkin osan parissa, mutta tämän teeman kohdalla sinun on pohdittava kaikkia osia yhdessä. Jokainen osaa koskeva päätös vaikuttaa muihin osiin. Tästä syystä kannattaa käyttää aikaa kunkin osan tarkempaan käsittelyyn ja päättää sitten kaikista osista suhteessa toisiinsa ja laatia selkeä suunnitelma siitä, mitä järjestetään, missä järjestetään, mitä otetaan mukaan ohjelmaan, kenen on paras puhua ja mikä on keskeinen viestisi.

## Mitä aineksia on tärkeää ottaa mukaan?

Lista aineksista, joita tapahtumaan voi ottaa mukaan, on pitkä. Samanaikaisesti voit noudattaa yksinkertaista sääntöä: mitä enemmän aineksia otat mukaan, sitä todennäköisemmin saavutat tavoitteesi. Rajoituksia on vain yksi, ja se on ero lähestymistavassa, kun edessä on 1) yleisö, joka on vain hieman avoin vammaisen henkilön palkkaamiselle ja jolla on jonkin verran tarvetta, verrattuna 2) yleisöön, joka on avoin ja jolla on suuri tarve. Katso tekstistä, miten tämä vaikuttaa tapahtumaasi. Parasta on käydä läpi koko lista ja miettiä, mitä on helppo ottaa mukaan ja mikä vaatii enemmän ponnisteluja. Tämän jälkeen voit päättää mukaan haluamiesi aineiden lopullisesta listasta, tehdä siitä tarkistuslistan ja käyttää tätä listaa tapahtumasi järjestämisessä.

Vaihe 6

## Mitä järjestämme

Se, mitä järjestetään, liittyy vahvasti siihen, mitä yleisösi haluaa. Sinun on ensin selvitettävä heidän mieltymyksensä. Jos kyseessä on yritysomistajista koostuva yleisö, he tapaavat mielellään epävirallisesti, useimmiten päivän alussa tai lopussa, eikä tapahtuman pitäisi olla liian pitkä. Tiedetään myös, että liikkeenomistajat haluavat "tehdä jotain" verkostoitumisen aikana ja kuulla, mitä haluat heille kertoa. Varmista, että tarjoat jotain omaperäistä, sillä useimmat yrittäjät ovat jo kutsuttuina moniin tapahtumiin. Onnistuneeksi on aiemmin osoittautunut esimerkiksi aamiaistapaaminen, uuden ja yksinkertaisen urheilulajin, kuten curlingin, opettelu, ruoanlaitto ja "antakaa heille tasoitusta ruoanlaiton aikana". Voit kutsua puhujia näiden aktiviteettien aikana tulevaan tapahtumaasi. Voit järjestää monia tapahtumia, ja jotta tapahtumasi kiinnostaisi heitä, kysy heiltä ja kuuntele tarkkaan heidän ideoitaan.

Vaihe 7

## Missä tapahtuma kannattaa järjestää?

Tapahtuman järjestämispaikkaa mietittäessä on otettava huomioon yksi yksinkertainen aines: missä yleisö käy mielellään, paikat, joissa he käyvät säännöllisesti.

Jos tapahtumasi keskeinen tarkoitus on informoida yleisöäsi, selvitä, mitä "kanavia" yleisösi yleensä mielellään käyttää. Tämä on se paikka, jossa sinun pitää olla. Monet pk-yritysten toimitusjohtajat esimerkiksi käyttävät usein Facetimea. Facetimessa voit selvittää, mitä sivuja pk-yritysten toimitusjohtajat käyttävät eniten. Sitten voit informoida heitä näiden kanavien kautta. Varo käyttämästä kanavia, joita he eivät tunne, tai julkisten organisaatioiden liian virallisia kanavia. Ne eivät ole heille tärkeitä paikkoja. Jos tapahtumasi keskeinen tarkoitus on tietoisuuden lisääminen ja yleisön saaminen käyttäytymään toivotulla tavalla, etsi fyysinen paikka, jossa he käyvät mielellään. Monet pk-yritysten toimitusjohtajat ovat esimerkiksi jäseniä paikallisissa liike-elämän järjestöissä. Mene sinne ja pyydä heiltä tukea siellä, pyydä heitä sitoutumaan tapahtuman järjestämiseen jäsenilleen.

**Yhteenvetona voidaan sanoa, että etsi aina paikkoja, joissa yleisösi on mielellään ja tapaa toisiaan. Vältä paikkoja, joissa yleisösi ei tunne oloaan mukavaksi, joihin heillä ei ole yhteyttä.**

Vaihe 8

## Mitä ohjelmaan otetaan mukaan?

Sinulla on aina lista asioista, jotka haluaisit ottaa mukaan ohjelmaan. Ensimmäisessä vaiheessa tarkistetaan, sopivatko mukaan haluamasi osat siihen, mitä ainesten mukaan tarvitaan. Jos sopivat, ota ne mukaan aineslistassa mainitussa järjestyksessä. Jos haluat ottaa mukaan jotain muuta kuin listaan kuuluvia aineksia, tarkista, miksi haluaisit sen mukaan ja mikä olisi siitä yleisölle saatava lisäarvo.

Muotoile tälle osalle SMART-tavoite ja tarkista sitten, mitkä ainekset vastaavat mukaan haluamaasi osaa. Jos esimerkiksi haluat ottaa mukaan "pormestarin tai ministerin puhumaan yleisön moraalista vastuusta", tarkista, vastaako tämä aineksia. Jos ei vastaa, ja haluat silti ottaa puheen mukaan, hae aineksia, jotka luovat suuremman onnistumismahdollisuuden. Parempi on pitää kiinni siitä, mitä aineksissa mainitaan tärkeänä mukaan otettavana "aiheena", ja siihen, miten se esitetään.

Vaihe 9

## Kuka on paras puhumaan?

Aineslistassa on kuvaus puhujista. Huomioi aina nämä kuvaukset, sillä puhujatyypillä on vahva vaikutus yleisösi halukkuuteen toimia tavoitteidesi mukaisesti. Tarkista aina, täyttävätkö puhujasi aineslistassa mainitut vaatimukset. Jos olet epävarma, ole avoin äläkä epäröi keskustella asiasta puhujesi kanssa tai vaihtaa puhujia.

Vaihe 10

## Mikä viestin pitäisi olla?

Viestin, jonka muotoilet yleisöllesi, pitäisi olla yksinkertainen, se pitäisi toistaa useaan kertaan, ja viestin pitäisi koskettaa kohderyhmääsi emotionaalisesti. Siksi viestiä on mietittävä huolellisesti. Paras tapa selvittää, koskettaako viesti yleisöäsi, on tarkistaa se etukäteen yleisösi edustajilta. On olemassa yksinkertainen sääntö: kysy käyttäjältä. Jos noudatat tätä sääntöä ja jätät huomiotta omat tunteesi siitä, mikä on tärkeää ja miten viesti pitäisi välittää, ja vain kuuntelet yleisösi kuuluvia ihmisiä, viestisi on niin vahva kuin haluaisit sen olevan. Miten tämä tehdään? Muotoile päämääräsi ja tavoitteesi ja kysy pieneltä yleisösi kuuluvalta "sisäpiiriryhmältä" heidän mielipidettään, ota heidät mukaan järjestelyihin ja tee heistä osa tiimiäsi. Sitten annat heidän päättää viestistä ja sen esitystavasta.

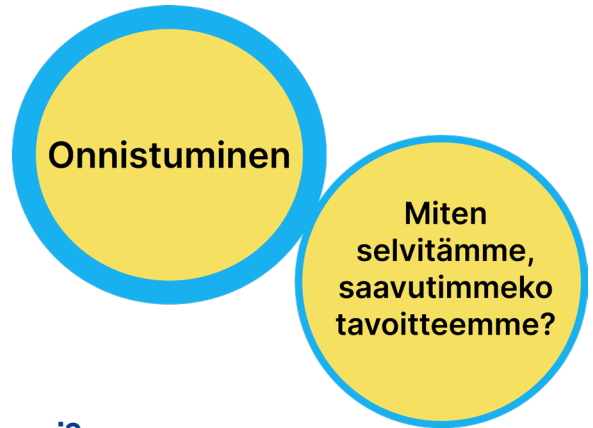
Vaihe 11

## Mitä muuta on otettava huomioon, jotta onnistuttaisiin mahdollisimman hyvin?

Aineslistassa mainitaan monia näkökohtia, jotka vaikuttavat suoraan yleisösi käyttäytymiseen; SMART-tavoitteiksi muotoiltu toivottu käyttäytyminen. Tarkista vielä kerran, voitko sisällyttää listaan muita osia, joita et ole aiemmin ajatellut. Ota ne sitten mukaan henkilökohtaiseen tarkistuslistaasi ja sisällytä nämä ainekset tapahtumasi järjestelyihin.

# Onnistuminen

Viimeinen teema liittyy suunnittelemiisi tuloksiin ja sen selvittämiseen, saavutitko tavoitteesi. Tätä varten sinun on vastattava seuraavaan kysymykseen:



Vaihe 12

## Miten voin lopuksi selvittää, saavutinko tavoitteeni?

Tapahtumasi lopussa voit tarkistaa, oletko saavuttanut tavoitteesi.

SMART-tavoitteiden muotoileminen antaa mahdollisuuden tehdä arvioinnin yleisön parissa. Useimmissa tapauksissa se tarkoittaa sitä, että heiltä kysytään mielipidettä joko lähettämällä heille linkki verkkokyselyyn, kysymällä heiltä tapahtuman aikana tai lähettämällä heille jälkikäteen sähköpostiviesti, jossa on joitakin SMART-tavoitteisiin liittyviä kysymyksiä.

Esimerkiksi aiemmin muotoiltu SMART-tavoite voidaan muuntaa kysymyksiä:

SMART-tavoite: 60 prosenttia tapahtuman osallistujista on suostunut sanomaan "kyllä", jos paikallinen palveluntarjoaja soittaa heille ja pyytää kahden viikon kuluessa tapaamista, jossa selvitetään mahdollisuuksia ottaa vammaisia mukaan heidän organisaatioonsa.

### Kysymykset:

Suostuitko sanomaan "kyllä", jos paikallinen palveluntarjoaja soittaa sinulle ja pyytää saada tavata sinut? Kyllä vai ei?

Jos vastasit kieltävästi, kerro, miksi et suostunut sanomaan "kyllä".

Jos vastasit myöntävästi, oletko tavannut tämän henkilön kahden viikon kuluessa puhelusta?

Kyllä vai ei?

Jos vastasit kieltävästi, miksi näin tapahtui?

Jos vastasit myöntävästi, tarkastelitko yhdessä organisaatiosi mahdollisuuksia palkata vammaisia henkilöitä?

Kyllä vai ei?

Jos vastasit kieltävästi, miksi näin tapahtui?

Tämän jälkeen sinulla on vastauksesi. Voit lisätä vielä yhden kysymyksen, koska se antaa käsityksen siitä, oletko lähempänä päämäärääsi, vaikka se ei virallisesti kuulu tavoitteeseesi: Mikä oli tämän tarkastelun tulos?

Tämän osan jälkeen on järjestettävä myös tavanomaiset järjestelyt. Tämä tarkoittaa lyhyen riskianalyysin, toimintaluettelon ja "muiden ajateltavien asioiden" laatimista. Varmista, että kiinnität huomiota näihin osiin!

## Lopuksi

Kun järjestät tapahtumia pk-yrityksille päämääränä tehdä niistä osallistavampia, voit luottaa omaan mututuntumaasi. Voit myös käyttää näitä teoriaan perustuvia aineksia ja siten noudattaa juuri kuvattuja ohjeita. Voimme taata, että jos toimit näin, mahdollisuus saavuttaa tavoitteesi kasvaa huomattavasti!



Inclusion simply makes great enterprises



Co-funded by  
the European Union