



Co-funded by the European Commission

# Veiklos gairēs

Procedure

# i-MVĮ

# Veiklos gairės

## teoriškai pagrįstos renginio organizavimo sudedamosios dalys

Teoriškai pagrįstos renginio organizavimo sudėtinės dalys. Renginių organizavimo gairės siekiant padidinti vidinę MVĮ motyvaciją būti atviriems neįgaliems kandidatams ir juos įdarbinti.

### **Ką daryti, jei jūs:**

- visada norėjote, kad atviroje darbo rinkoje dirbtų daugiau neįgaliųjų
- visada siekėte, kad daugiau darbdavių atvertų duris neįgaliesiems
- visada bandėte tai pasiekti įvairių kampanijų, socialinės žiniasklaidos priemonių, susitikimų, subsidijų ir t. t. pagalba
- ir kaskart galvojote, kaip galėtumėte tai padaryti dar geriau

**Tuomet i-MVĮ veiksmų gairės gali būti tikrai naudingos**

### **i-MVĮ veiksmų gairės jums padės surengti priemones darbdaviams:**

- **norintiems daryti gerus darbus**
- **tinkamu metu**
- **teisingu būdu**
- **su teisinga žinia**
- **tinkamoje vietoje**

# Įvadas

Palyginus su žmonėmis be negalios, neįgalūs žmonės įsidarbina rečiau. Daugelis neįgalųjų gali dirbti. Įstatymas numato veiksmus, kurie gali padėti šį skaičių padidinti. Daugeliu atvejų šie veiksmai yra tradiciniai "morkos ir lazdos" principai arba jų derinys, t.y. arba verčia kiekvieną darbdavį įdarbinti neįgaluosius ir stipriai finansiškai baudžia to nedarant, arba palengvina būdus kiekvienam darbdaviui įdarbinti neįgaluosius ir tinkamai finansiškai skatina, kai tai daroma.

Yra aišku, kad prievarta neatneša ilgalaikių rezultatų. Yra geriau sukurti sąlygas. Vyriausybės gali inicijuoti teigiamas paskatas. Tai padeda plėsti galimybes. Šios paskatos veikia geriausiai, kai darbdaviai turi vidinę motyvaciją įdarbinti neįgalų asmenį. Būtent šią vidinę motyvaciją turime kuo labiau skatinti. To ir siekiame šiomis i-MVJ veiklos gairėmis - didinti vidinę MVJ motyvaciją būti atviroms negalią turintiems kandidatams ir įdarbinti neįgaluosius. i-MVJ veiklos gairės yra pilnai pagrįstos atitinkamomis besikeičiančios elgsenos teorijomis. Šios teorijos leido mums suvokti, kokias "sudedamąsias dalis" svarbu ir tikslinga įtraukti organizuojant renginius, skirtus padidinti MVJ motyvaciją būti atviroms negalią turintiems kandidatams. Būtent tas sudedamųjų dalių sąrašas ir iš dvylikos žingsnių sudarytas veikimo standartas yra i-MVJ veiklos gairių pagrindas. Veiksmų gairėse pateikiami keli veiksniai padedantys priimti teisingus sprendimus rengiant MVJ skirtą renginį, kuriuo siekiama atverti duris žmonėms su negalia kaip potencialiems darbuotojams.

## Gera pradžia - pusė darbo!

Šis posakis itin svarbus kalbant apie minėtas veiklos gaires. Pasiruošimas renginiui užima laiko. Gali prireikti keleto sesijų, kad nuspręstumėte, "kodėl ir ką daryti, kur ir kada, kaip ir kada". Tačiau tai atlikus, beliks tik suorganizuoti ir pasidžiaugti sėkme.

## Kviečiame pradėti!



i-SME" veiksmų gairėse šį standartizuotą darbo būdą naudojame, tam kad:

- sudėtinės dalys, būtų įtrauktos į renginį
- kokių temų nepamiršti planuojant ir organizuojant

# Renginio organizavimas: standartizuotas darbo būdas; temos ir sudėtinės dalys

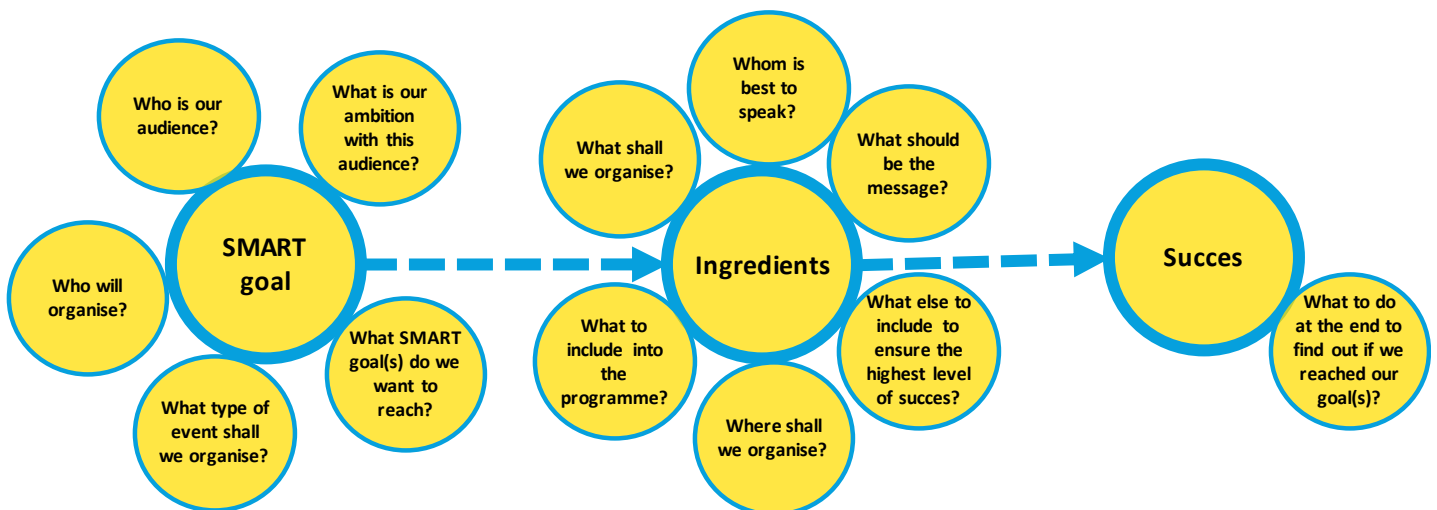
Organizuojant renginį, skirtą MVĮ įtraukties didinimui, standartizuotas veiklos būdas padeda jums "tinkamu metu, tinkamomis priemonėmis ir tinkamoje vietoje paskelbti tinkamą žinią".

## Sudėtinės dalys

Sudėtinės dalys - tai tie elementai, kurie lemia jūsų sėkmę. Iš viso siūlome dvylika skirtingų rūšių sudėtinių dalių, kurias galite įtraukti organizuodami renginį. Kai kurios iš jų yra bendro pobūdžio, jas turėtumėte įtraukti visada, kitos - specifinės, pavyzdžiui, susijusios su kvietimu, su tuo, su kuo kalbėti, kur organizuoti renginį ir t. t.

## Trys temos, kurias svarbu turėti galvoje

Organizuojant renginį, negalima pamiršti pagrindinių temų. Paliesdami kiekvieną iš tų temų, užtikrinsite, kad atlienate darbą pagal standartą, o tai taip pat tikrai padės nepamiršti nei vieno svarbaus elemento. Kiekviena tema turi vieną ar kelias tai temai priklausančias dalis.



Šias gaires sudaro:

- Trys temos
- Sudėtinės dalys
- Darbinis dokumentas

# Nuo ko pradėti?

Pirmiausia pasiskaitykite apie tas temas ir jų dalis, taip pat perskaitykite jų sudėtinės dalis, kad susidarytumėte pirmąjį įspūdį. Po to galėsite planuoti ir organizuoti. Geriausias būdas tai padaryti - tiesiog atlikti šiuos veiksmus!

1 žingsnis  
**Sukurkite komandą**

2 žingsnis  
**Suorganizuokite pirmąjį susitikimą**

3 žingsnis  
**Išsiaiškinkite susitikimo rezultatus**

4 žingsnis  
**Surenkite baigiamąjį susitikimą**

1 žingsnis

## **Sukurkite komandą**

Pradėkite nuo partnerių, kurie dėl savo vaidmens ar kompetencijos šioje srityje gali įnešti svarbų indėlį, komandos sudarymo. Pagalvokite apie MVĮ savininkus, su žmogiškaisiais ištekliais susijusius MVĮ darbuotojus, profesinių paslaugų teikėjų specialistus, renginio finansuotojus ir neįgaliųjų delegatus. Turėti šią grupę kartu reiškia turėti kartu svarbiausius dalyvius. Galima įtraukti ir kitus asmenis, turinčius žinių ir patirties šioje srityje; pagalvokite apie reintegracijos projektų vadovus, socialinius partnerius, mokslininkus, organizacijas, kurios daugiausia dėmesio skiria integracijai. Sukurkite komandą, kuri nebūtų per didelė norint greitai priimti sprendimus, bet ne per maža, kad pakaktų žmonių organizuojant renginį. Paprašykite visų komandos narių atidžiai perskaityti Veiksmų gaires ir nuspręsti, ką svarbaus ar įdomaus įtraukti į renginį.

2 žingsnis

## **Surenkite pirmąjį susitikimą**

Suplanuokite susitikimą, kad galėtumėte jame sudaryti renginio planą. Pradėkite nuo susitikimo tikslo paaikškinimo:

- suformuluoti "SMART" (liet. protingą) tikslą
- sugalvoti, kokias sudėtinės dalis įtraukti
- apgalvoti, kaip įvertinti sėkmę

Prieš formuluodami "SMART" tikslą aiškiai nurodykite, kad reikia užpildyti visas lentelės dalis. Paskirkite vieną asmenį atsakingu už vadovavimą diskusijai, paskirkite susitikimus dėl to, "kaip priimti sprendimą", o tada tiesiog pradėkite naudoti kituose puslapiuose esančias lenteles.

Į darbo dokumentą įtraukite, ką reikia padaryti, kas už tai atsakingas ir kada tai turi būti padaryta.

3 žingsnis

## **Apibrėžkite susitikimo rezultatus**

Užsirašykite susitikimo metu vykusios diskusijos rezultatus. Nusiųskite rezultatus komandos nariams ir paprašykite, kad jie perskaitytų rezultatus taip, tarsi prieš akis "matytų įvykį nuo pradžios iki pabaigos"!

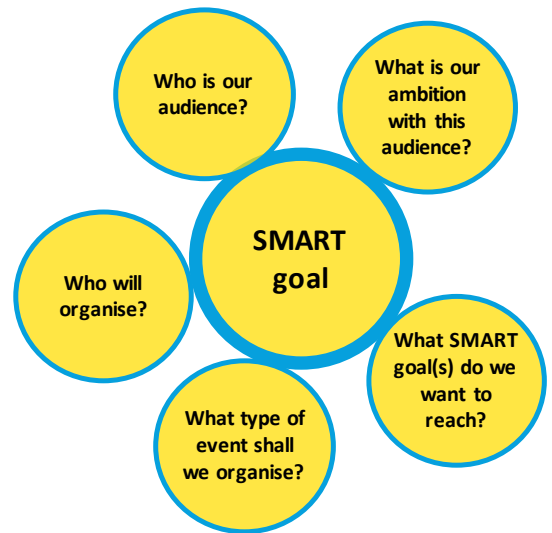
4 žingsnis

## **Surenkite baigiamąjį susitikimą**

Surenkite susitikimą, kuriame bus galutinai suderintas renginio planas. Susitarkite, kas ką darys, ir pradėkite organizuoti!

# “SMART” tikslas

Pirmoji tema skirta suformuluoti “SMART” tikslus jūsų renginiui. Formuluodami “SMART” tikslą pirmiausia nuspręskite, kas bus jūsų auditorija, tada suformuluokite tikslą su šia auditorijai ir pagalvokite, kokio tipo renginį norėtumėte organizuoti, o galiausiai suformuluokite vieną ar kelis “SMART” tikslus, kuriuos norėtumėte pasiekti.



1 žingsnis

## Kas yra mano auditorija?

Pirmiausia turite nuspręsti, kas bus jūsų auditorija; kokios auditorijos ar auditorijų jums reikia, kad pasiektumėte savo tikslą? Tai gali būti tikslinė grupė, kuri tiesiogiai gali įdabinti neįgaluosius, kaip, pavyzdžiui, MVĮ vadovai. Tai taip pat gali būti auditorija, galinti paveikti kitus organizacijos darbuotojus įdabinti neįgaluosius, kaip, pavyzdžiui, žmogiškųjų išteklių specialistai, vadovai, profsajungų atstovai. Auditoriją rinkitės pagal tai, ką norite pasiekti: tai auditorija, kuri gali turėti didelę įtaką įgyvendinant jūsų tikslus.

Auditorijos tipas yra labai svarbus visiems su jūsų renginiu susijusiems aspektams. Pavyzdžiui, renginys, skirtas MVĮ personalo vadovams, skiriasi nuo renginio, skirto MVĮ vadovams. Jie atlieka skirtingus vaidmenis ir užima skirtingas pareigas organizacijoje, greičiausiai turi kitokių žinių apie darbuotojus, kitokių žinių apie strateginius organizacijos aspektus, kitokių kolegų, kuriuos gerbia ir į kuriuos lygiuojasi, ir gali būti linkę priimti kitokią informaciją nei MVĮ vadovai. Pažindami savo auditoriją galėsite geriau jai pritaikyti savo programą, pranešimą ir pranešėjus.

2 žingsnis

## Ko siekiu su šia auditorija?

Pasirinkę auditoriją, dar kartą analizuokite savo tikslus. Kokių tikslų siekiate su šia auditorija? Kitaip tariant, kas jus skatina nukreipti šią auditoriją ten, kur norite?

- Tikslas - tai norimas rezultatas, kurį norite pasiekti; tai siekinys, kurį norite įgyvendinti.
- Užmojis - tai troškimas, kuris skatina jus siekti to, ko norite.

Jei jūsų auditoriją sudaro įmonių vadovai, jūsų siekis gali būti, kad jie visi būtų pasirengę įdabinti asmenį su negalia. Jei jūsų auditoriją sudaro vadovai ar vadybininkai, jūsų siekis gali būti, kad jie pamatytų savo skyriaus galimybes įdabinti neįgaluosius, ir tada galėtų aptarti su generaliniu direktoriumi galimybę įdabinti neįgalų asmenį. Kai jau suformuluosite savo siekį auditorijai, galėsite sukonkretinti savo užmojus ir suformuluoti “SMART” tikslus, kurių norėtumėte pasiekti su šia auditorija.

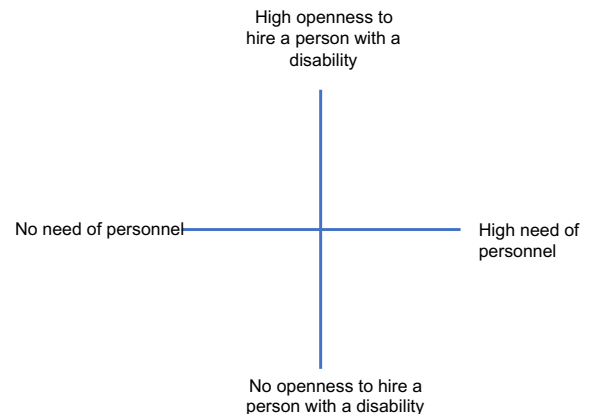
3 žingsnis

## Kokio tipo renginį turėčiau organizuoti?

Renginio tipas labai priklauso nuo jūsų tikslo ir auditorijos. Jei formuluojate tikslus, susijusius su "auditorijos informavimu apie ką nors aktualaus", geriau tiesiog naudokitės kanalais, kuriais naudojasi jūsų auditorija, ir perduokite savo pranešimą šiais kanalais. Pavyzdžiui, jei jūsų regiono darbdaviai turi savo verslo forumą, galite susitarti, kad savo pranešimą pateiksite šiame forume.

Jei formuluojate tikslus, susijusius su "sąmoningumo didinimu" arba "pageidaujama elgsena", pavyzdžiui, kaip ką tik suformuluotas "SMART" tikslas, tuomet geriau organizuoti renginį. Tai veikia geriau, nes tiesioginis kontaktas su auditorija suteikia galimybę bendrauti, o to reikia, kad įtikinti ir motyvuoti auditoriją bei numatyti kur gali kilti nepritimas. Tokiu atveju galite rinktis nuotolinį ar 'gyvą' renginį. Tai priklauso nuo jūsų biudžeto, taip pat nuo auditorijos požiūrio į renginio temą.

Renginio tema visada susijusi su neįgalųjų įdarbinimu atviroje darbo rinkoje, o šiuo atveju - ypač MVĮ-ėse. Auditorijos požiūris į šią temą didele dalimi lemia ką organizuosite ir koks bus jūsų programos turinys. Tuo tikslu naudojama suinteresuotųjų šalių analizės dviejų ašių diagrama: horizontaliosios ašies kairėje pusėje yra užrašas "darbuotojų nereikia", o dešinėje - "darbuotojų reikia labai daug", vertikaliosios ašies, apatinėje pusėje yra užrašas "Nenusiteikę įdarbinti neįgaliuosius", o viršutinėje pusėje - "Gali įdarbinti neįgaliuosius". Pasirinkome horizontaliąją ašį, nes panašu, kad darbuotojų poreikis MVĮ smarkiai lemia nusiteikimą įdarbinti neįgaliuosius. Vertikaliąją ašį yra svarbi jūsų renginio turiniui. Leiskite paaiškinti.



Ko gero, neverta organizuoti renginį gyvai, tiems, kuriems nereikia darbuotojų ir kurie nėra pasirengę įdarbinti neįgalųjų, skirtą vien tam, kad informuoti apie neįgalųjų įdarbinimą. Pirmas žingsnis gali būti socialinė žiniasklaida arba bet kokia internetinė informacija, kurią galite perduoti kanaluose", kuriuose dažnai lankosi ši grupė. Vis dėlto pasitelkite kuo daugiau elementų iš svarbių sudėtinųjų dalių, kad galėtumėte juos labiau sudominti.

Tie, kuriems reikia darbuotojų ir kurie yra pasirengę įdarbinti neįgaliuosius, dalyvaudami renginyje gali tapti labiau linkę juos įdarbinti. Tačiau tuomet turėtumėte vengti "apkrauti" auditoriją daugybe faktų, skaičių ir konkrečios informacijos. Naudokite sudėtines dalis ir nepamirškite: venkite smulkmenų, ypač susijusių su teisės aktais, subsidijomis, organizacijomis ir pan. Pagrindinės pranešimų kryptys turi būti paprastos ir trumpos. Į visus pranešimus įtraukite istoriją, nesvarbu, ar tai būtų faktai ir skaičiai, ar neįgalųjų ypatybės, ar pavyzdžiai auditorijai: istorija turi būti pagrindiniu dalyku.

Kalbant apie tuos, kuriems reikia nemažai arba labai daug darbuotojų ir kurie yra pasirengę įdarbinti neįgalų asmenį, renginys gali būti panaudotas duoti šiai auditorijai paskutinį "postūmį" atverti duris. Tokiu atveju istorija išlieka vienu geriausių būdų paveikti auditoriją. Vis dėlto šiai auditorijai reikia daugiau informacijos apie tai, ką iš tikrųjų reiškia įdarbinti neįgalų asmenį; jai būtina pateikti konkrečią ir išsamią informaciją.

Tiesioginiai susitikimai su tais, kuriems reikia daug darbuotojų ir kurie yra pasirengę įdarbinti neįgalų asmenį, bus daug veiksmingesni. Informacijos pateikimas specialiose interneto svetainėse irgi padaro teigiamą įtaką. Šiose svetainėse jie turėtų rasti visą dominančią informaciją; pateiktą glaustuose tekstuose ir trumpuose vaizdo įrašuose. Šiose svetainėse pateikiama informacija apie tai, kur kreiptis, taip pat turėtų būti labai aiški, o gavus užklausą, reikėtų greitai reaguoti.

**Nepriklausomai nuo to, kokio pobūdžio renginį organizuojate, svarbiausia yra sudėtinės dalys, kurias pageidaujate įtraukti į savo renginį. Bet kokiu atveju galite įtraukti komponentus, kurie padidintų jūsų galimybes pasiekti tikslus. Skaitykite paaiškinimą.**



Vaizdo įrašė pateikiamas pasakojimo pavyzdys: rodoma kepykla, savininkas sako: "Mes visi mėgstame duoną", pirkdami mūsų duoną, perkate "integracinę duoną", nusprendėme aktyviai įdarbinti neįgaliuosius, pradžioje mums visiems tai buvo iššūkis, naujam darbuotojui, man ir kolegoms, bet dabar mes visi jaučiamės puikiai, svarbiausia, kad mano verslas klostosi gerai ir visi jaučiasi puikiai!

4 žingsnis

### **Kas turėtų organizuoti?**

Atsakymą į šį klausimą galima rasti sudėtinėse dalyse: Leiskite auditorijos atstovams oficialiai organizuoti susitikimą. Bet kuris darbdavys bus labiau linkęs priimti kito darbdavio kvietimą, negu kvietimą iš asmenų, susijusių su neįgaliųjų įdarbinimu. Skaitydami sudėtinės dalis, rasite sudėtinių dalių, kurios padės nuspręsti, kas organizuos susitikimą. Atsižvelgdami į šias sudėtinės dalis ir, žinoma, į darbdavių galimybes, arba darbdavių organizacijos, pasirinksite, kas bus oficialus susitikimo organizatorius. Tuo tarpu visi kiti dalyvaujantys asmenys gali pasidalinti kitus reikalingus darbus.

5 žingsnis

### **Kokį "SMART" tikslą norėčiau pasiekti?**

"SMART" tikslai paaiškina, ko reikia "renginiui" organizuoti ir ką reikia įtraukti į "renginį", kad galėtumėte pasiekti šiuos tikslus. Tai taip pat padeda pabaigoje patitikrinti, ar pasiekėte savo tikslus.

"SMART" reiškia: "Specific" (liet. "konkretus") "Measurable" (liet. išmatuojamas), "Achievable" (liet. pasiekiamas), "Relevant" (liet - aktualus) ir "Timebound" (liet. apibrėžtas laike). Formuluodami savo tikslus, nepamirškite, kad jie turi būti paprasti. Formuluokite savo auditorijai pasiekiamus tikslus. Kuo lengviau tikslai pasiekiami, tuo labiau jie norės jų siekti. Konkretaus, išmatuojamo, pasiekiamo, aktualaus ir laike apibrėžto tikslo, skirto MVĮ vadovų auditorijai pavyzdys:

**Renginio pabaigoje 60 % dalyvių sutiko pasakyti "taip", kai kitą savaitę jiems paskambino vietinis paslaugų teikėjas ir paprašė susitikimo per dvi savaites, kad išsiaiškintų galimybes įtraukti neįgaliuosius į savo organizaciją.**

Jis yra konkretus ("pasakyti taip"), išmatuojamas ("ar jie tai padarė"), pasiekiamas ("sugaišite apie ½ - 1 valandą"), aktualus ("susijęs su jų organizacija ir galimybėmis") ir apibrėžtas laike ("per dvi savaites"). Suformulavę tikslą ar tikslus ir žinodami savo auditoriją, galite nuspręsti, kokio tipo renginys tinka šiam tikslui pasiekti.



# Sudėtinės dalys

Antroji tema susijusi su sudėtinėmis dalimis. Šios sudėtinės dalys sudaro jūsų renginio pagrindą. Jų reikia, kad nuspręstumėte, ką ir kur organizuoti, ką įtraukti į programą, kam geriausia kalbėti ir kokia bus jūsų pagrindinė mintis.



Tuo tarpu kai pirmojoje temoje kiekvieną dalį reikia nagrinėti nuosekli dalis kartu paėmus; kiekvienas sprendimas apie kiekvieną dalį įtakoja kitas dalis.

Todėl verčiau skirkite šiek tiek laiko kiekvienai daliai aptarti, o tada priimkite sprendimus dėl visų dalių tarpusavio ryšių ir sudarykite aiškų planą, ką organizuoti, kur organizuoti, ką įtraukti į programą, kam geriausia kalbėti ir kokia bus pagrindinė mintis.

## Kokias sudėtinės dalis svarbu įtraukti?

Sudėtinių dalių, kurias galite įtraukti į savo renginį, sąrašas yra ilgas. Tiesą sakant, taip pat galioja paprasta taisyklė: Kuo daugiau sudėtinių dalių įtrauksite, tuo didesnė tikimybė, kad pasieksite savo tikslus. Yra tik vienas suvaržymas, t. y. požiūrių skirtumas, kai 1) auditorija, kuri lygi ir linkusi į darbinti neįgalų asmenį ir jiems jų lygi ir reikia, lyginant su 2) auditorija, kuri yra pilnai nusiteikusi ir turi didžiulį poreikį. Kaip tai įtakos jūsų renginį, skaitykite prieš tai esančiame tekste. Geriausia yra peržiūrėti visą sąrašą ir pagalvoti, ką lengva įtraukti, o kam reikia daugiau pastangų. Tada nuspręskite, kokį galutinį sudėtinių dalių sąrašą norite įtraukti, sudarykite jų kontrolinį sąrašą ir jį naudokite organizuodami renginį.

6 žingsnis

### Ką organizuoti?

Tai, ką organizuoti, yra glaudžiai susiję su jūsų auditorijos pomėgiais. Pirmiausia turite išsiaiškinti jų pageidavimus. Jei tai verslo savininkų auditorija, jie mėgsta susitikti neformaliai, dažniausiai dienos pradžioje arba pabaigoje, o renginys turėtų būti "ne per ilgas". Be to, aišku, verslo savininkai mėgsta bendrauti "kažką veikdami", ir jie turi išgirsti tai, ką norėtumėte, kad jie išgirstų. Stenkitės pasiūlyti ką nors originalaus, nes dauguma verslo savininkų jau yra pakviesti į daug kitų renginių. Iš anksčiau žinome, kad pasiteisina, pavyzdžiui, pusryčių susitikimas, naujų ir paprastų sportinių žaidimų, pavyzdžiui, kerlingo, mokymasis, leiskite jiems gaminti maistą ir "padarykite kliūčių jiems gaminant", o kot užsiima šia veikla pakvieskite pranešėjus. Renginių, kuriuos galite organizuoti, yra daugybė, o kad jūsų renginys jiems būtų įdomus, klauskite jų ir atidžiai išklausykite jų idėjas.

7 žingsnis

### Kur organizuoti?

Norėdami apsispręsti, kur organizuoti renginį, turėtumėte laikytis vieno paprasto principo. Tai yra: vietos, kuriose tikslinė auditorija mėgsta lankytis, kur jie reguliariai lankosi.

Jei jūsų renginio tikslas - informuoti auditoriją, sužinokite, kokiais "kanalais" ji dažniausiai naudojasi. Tai yra ta vieta, kurioje turite būti. Pavyzdžiui, daugelis MVĮ vadovų mėgsta dažnai bendrauti per "Facetime". "Facetime" galite sužinoti, kokius puslapius dažniausiai naudoja MVĮ vadovai. Tada informuokite juos šiais kanalais. Atkreipkite dėmesį, ar nesinaudojate jiems nežinomais kanalais arba pernelyg oficialiais visuomeninių organizacijų kanalais. Jiems tai nėra tinkama vieta. Jei jūsų renginyje daugiausia dėmesio skiriama informuotumui didinti ir skatinti auditoriją imtis pageidaujamų veiksmų, raskite fizinę vietą, kurioje jie mėgsta lankytis. Pavyzdžiui, daugelis MVĮ vadovų priklauso vietos verslo klubams. Nueikite ten ir su jais susisiekite, paprašykite, kad jie įsipareigotų surengti renginį savo nariams.

Apibendrinant, visada ieškokite vietų, kuriose jūsų auditorija mėgsta būti ir susitikti. Venkite vietų, kuriose jūsų auditorija nesijaučia patogiai, su kuriomis neturi nieko bendra.

8 žingsnis

## **Ką įtraukti į programą?**

Yra visa eilė dalykų, kuriuos turėtumėte įtraukti į programą. Pirmiausia patikrinkite, ar dalys, kurias norite įtraukti, atitinka sudėtinių dalių reikalavimus. Jei taip, įtraukite jas tokia seka, kaip nurodyta sudėtinių dalių sąrašė. Jei norite įtraukti kurias nors ne iš sudėtinių dalių, patikrinkite, kodėl norėtumėte jas įtraukti ir kokia iš to pridėtinė vertė auditorijai.

Suformuluokite "SMART" tikslą šiai daliai ir patikrinkite, kurios sudėtinės dalys atitinka jūsų norimą įtraukti dalį. Pavyzdžiui, jei norite įtraukti „merą ar ministrą, kuris kalbėtų apie moralinę auditorijos atsakomybę“, patikrinkite, ar tai atitinka sudėtinės dalis. Jei ne, tačiau vis tiek norėtumėte tai įtraukti, ieškokite atitinkamų sudėtinių dalių, tokiu būdu sėkmės tikimybė taps didesnė. Geriau laikytis to, kas nurodyta sudėtinėse dalyse, sprendžiant ar įtraukti „temą“ ir kaip ji bus pateikta.

9 žingsnis

## **Kas yra geriausias pranešėjas?**

Sudėtinių dalių sąrašė yra „pranešėjų“ aprašymas. Visada atsižvelkite į šiuos aprašymus, nes nuo jūsų pasirinktų pranešėjų labai priklausys jūsų įtaka auditorijai ir jos noras pasielgti taip kaip pageidaujate. Visada patikrinkite, ar jūsų pranešėjai atitinka sudėtinių dalių sąrašė nurodytus reikalavimus. Jei nesate tikri, atvirai ir nedvejodami aptarkite tai su savo pranešėjais arba juos pakeiskite.

10 žingsnis

## **Kokia pagrindinė žinia turėtų būti skleidžiama?**

Pagrindinė pranešimo, kurį pateikiate savo auditorijai, mintis turi būti paprasta, kartojama daug kartų, kad ji emociškai auditoriją „palieštų“. Todėl turite gerai tai apgalvoti. Geriausias būdas sužinoti, ar jūsų siunčiama mintis „liečia“ jūsų auditoriją, yra iš anksto pasikalbėti su jos nariais. Čia galioja paprasta taisyklė: tartis su informacijos gavėju. Jei šios taisyklės laikysitės, ir nesivadovausite tik savo asmenine nuomone sprendami, kas yra svarbu ir kaip pateikti žinią, o tiesiog įsiklausysite į savo auditorijos narių nuomonę, jūsų pateikiama žinia stipriai paveiks auditoriją, ko jūs ir siekiate.

Kaip tai padaryti? Suformuluokite savo norus ir tikslus ir paklauskite keleto auditorijai priklausančių „saviškių“ kokia jų nuomonė, įtraukite juos į organizaciją, tegu jie tampa jūsų komandos dalimi. O po to leiskite jiems nuspręsti kokia žinia ir kaip ją pateikti.

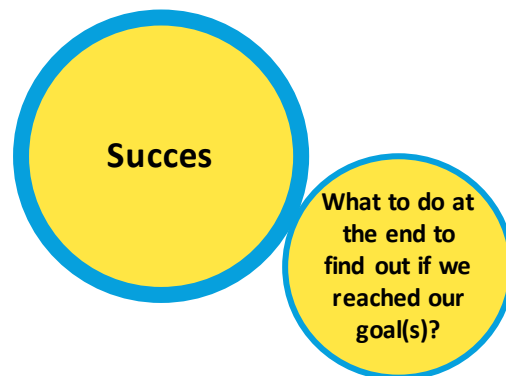
11 žingsnis

## **Apie ką dar verta pamąstyti, siekiant pilnos sėkmės?**

Sudėtinių dalių sąrašė minima daug tiesiogiai jūsų auditorijos elgesį įtakančių aspektų; pageidautini veiksmai yra apibūdinti 'SMART' tiksluose. Dar kartą pasitikrinkite šį sąrašą, pagalvokite ar galėtumėte įtraukti dar kokias nors papildomas dalis, apie kurias anksčiau nepagalvojote. Po to įtraukite jas į savo asmeninį sąrašą pasitikrinimui, o taip pat kaip sudėtinės dalis organizuodami renginį.

# Sėkmė

Paskutinė tema yra apie jūsų planuotus rezultatus, ir kaip nustatyti, ar pasiekėte savo tikslus. Norėdami tai padaryti, turite atsakyti į šį klausimą:



12 žingsnis

## Ką daryti, norint sužinoti, ar pasiekiau savo tikslą?

Renginio pabaigoje galite patikrinti, ar pasiekėte savo tikslą.

"SMART" tikslų formuluotės leidžia jums atlikti vertinimą auditorijoje. Daugeliu atvejų tai reiškia, kad jūs juos apklausiate arba nusiųsdami nuorodą į internetinę anketą, juos apklausdami renginio metu arba nusiųsdami el. laišką su keliais klausimais, susijusiais su SMART tikslais.

Pavyzdžiui, "SMART" tikslas gali būti pateiktas klausimų forma:

"SMART" tikslas: 60% renginio dalyvių sutiko pasakyti „taip“, kai vietos paslaugų teikėjas jiems paskambins ir paprašys susitikimo per dvi savaites, kad išsiaiškinti galimybes įtraukti žmones su negalia į savo organizaciją.

### Klausimai:

Ar sutikote pasakyti „taip“, kai jums paskambins vietinis paslaugų teikėjas ir paprašys susitikti?

Taip ar ne?

Jei ne, paaiškinkite, kodėl nesutikote pasakyti „taip“?

Jei taip, ar susitikote su šiuo asmeniu per dvi savaites po skambučio?

Taip ar ne?

Jei ne, kodėl ne?

Jei taip, ar kartu išsiaiškinote savo organizacijos galimybes įdarbinti neįgaliosius??

Taip ar ne?

Jei ne, kodėl ne?

Tokiu būdu gausite jums reikalingus atsakymus. Galite įtraukti dar vieną klausimą, nes jis padeda nustatyti, ar priartėjote prie savo siekių, nors oficialiai tai ir nebuvo jūsų tikslo dalis: Koks buvo šio bandymo išsiaiškinti rezultatas?

## Apibendrinant

Organizuojant renginius MVJ, siekiant, kad jos būtų įtraukesnės, galite pasikliauti savo nuojauta. Taip pat galite naudoti šias teorija pagrįstas sudėtinės dalis ir atlikti ką tik paaiškintus veiksmus. Garantuojame, kad tai padarius, tikimybė pasiekti savo tikslus žymiai padidės!



Inclusion simply makes great enterprises



Co-funded by  
the European Union