



KIPR
Polskie NGO

N jak Networking

Dobre praktyki dotyczące organizacji spotkań
networkingowych dla organizacji pozarządowych.



N jak networking

Dobre praktyki dotyczące organizacji
spotkań networkingowych
dla organizacji pozarządowych.

Sfinansowano ze środków Narodowego Instytutu Wolności
– Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego w ramach
Rządowego Programu Fundusz Inicjatyw Obywatelskich
NOWEFIO na lata 2021-2030.

Warszawa 2023

Wydawca:

Związek Stowarzyszeń
Konfederacja Inicjatyw
Pozarządowych Rzeczypospolitej
Al. Zjednoczenia 50/u1
01-801 Warszawa



Narodowy Instytut Wolności
Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego



**KOMITET
DO SPRAW
POŻYTKU
PUBLICZNEGO**



Program
Fundusz Inicjatyw
Obywatelskich
na lata 2021-2030

NOWEFIO

Sfinansowano ze środków Narodowego Instytutu Wolności –
Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego w ramach
Rządowego Programu Fundusz Inicjatyw Obywatelskich
NOWEFIO na lata 2021-2030.

O networkingu....

... w kontekście III sektora powiedziano i napisano już wiele. Budowanie trwałych relacji, opartych na bezinteresownej wymianie doświadczeń i wiedzy, jest kluczowe dla rozwoju współczesnych organizacji pozarządowych.

Nasze doświadczenia potwierdzają, że w III sektorze istnieje miejsce na profesjonalny networking, który przynosi liczne korzyści. Regularne spotkania networkingowe stanowią ważny element rozwoju każdej organizacji pozarządowej. Pozwalają one na nawiązywanie kontaktów, wymianę wiedzy i doświadczeń z przedstawicielami innych organizacji oraz ekspertami z różnych dziedzin. Poprzez tego rodzaju interakcje organizacje pozarządowe mają możliwość zdobycia nowych perspektyw, inspiracji i rozwiązań problemów, z którymi się spotykają.

Profesjonalny networking w III sektorze przyczynia się do rozwoju organizacji pozarządowych na różnych poziomach. Może prowadzić do nawiązywania strategicznych partnerstw, umożliwiać zdobycie dodatkowych źródeł finansowania, promować działania organizacji i zwiększać jej widoczność w społeczności lokalnej oraz szerszym środowisku. Ponadto, współpraca z innymi organizacjami pozwala na efektywne współdziałanie przy realizacji projektów i osiągnięciu większego wpływu społecznego.

W III sektorze, podobnie jak w biznesie, budowanie trwałych relacji networkingowych jest kluczowe dla długotrwałego sukcesu.

Współpraca i wymiana wiedzy między organizacjami pozarządowymi przyczyniają się do wzrostu profesjonalizmu sektora trzeciego jako całości. Dlatego też, warto inwestować czas i wysiłek w rozwijanie profesjonalnych relacji w ramach sieci kontaktów w III sektorze.

Doprecyzujmy - spotkania networkingowe to spotkania, podczas których przedstawiciele różnych organizacji mogą wymieniać się informacjami, nawiązywać kontakty i budować relacje. Dzięki doświadczeniom z realizacji projektu „Budujemy networking polskich NGO” jesteśmy w stanie wyróżnić kilka podstawowych zalet regularnych spotkań networkingowych.

1. Po pierwsze - budowanie relacji.

Regularne spotkania networkingowe pozwalają przedstawicielom NGO na nawiązanie kontaktu z innymi organizacjami i budowanie długotrwałych, partnerskich relacji. Dzięki temu organizacje mogą pozyskać nowych partnerów (zarówno spośród przedstawicieli biznesu, jak i z pozostałych przedstawicieli III sektora), którzy pomogą w realizacji ich celów. W przypadku networkingu wewnątrz związku stowarzyszeń takiego jak KIPR bardzo często wyjątkowo zbieżnych celów.

2. Po drugie - wymiana doświadczeń.

Podczas spotkań networkingowych przedstawiciele NGO mogą wymieniać się informacjami i doświadczeniami w zakresie działań na rzecz społeczeństwa. Mogą dzielić się wiedzą na temat najlepszych praktyk w zarządzaniu organizacją, strategii pozyskiwania funduszy czy podejścia do działań społecznych. W przypadku np. networkingu harcerzy w Hubie Dobrych Idei rozmawiano na temat podejścia do wychowania młodzieży w trzech różnych organizacjach: w Związku Harcerstwa Polskiego, Związku Harcerstwa Rzeczypospolitej oraz u Skautów Europy.

3. Po trzecie - fundraising.

Spotkania networkingowe to również doskonała okazja do pozyskiwania funduszy dla organizacji. Przedstawiciele NGO mogą wykorzystać spotkania na rozmowy z potencjalnymi darczyńcami lub przedstawicielami firm, które chcą działać na rzecz społeczeństwa i szukają organizacji, z którymi mogą współpracować. Do Hubu Dobrych Idei bardzo często zapraszani są przedstawiciele biznesu.

4. Po czwarte - budowa wizerunku.

Dzięki udziałowi w regularnych spotkaniach networkingowych przedstawiciele NGO mogą zwiększyć swoją widoczność w społeczności biznesowej i społecznej. Mogą dzięki temu skuteczniej promować swoje działania, pozyskiwać nowych odbiorców i budować pozytywny wizerunek swojej organizacji.

5. Po piąte - rozwój kompetencji.

Spotkania networkingowe to doskonała okazja do rozwoju kompetencji przedstawicieli NGO. Przedstawiciele mogą zdobywać wiedzę i doświadczenie w zakresie prowadzenia działań społecznych, pozyskiwania funduszy czy zarządzania organizacją ucząc się od innych, niekiedy bardziej doświadczonych organizacji.

Podsumowując, regularne spotkania networkingowe to bardzo ważny element rozwoju organizacji pozarządowych. Pozwalają na budowanie relacji, wymianę doświadczeń, pozyskiwanie funduszy, zwiększenie widoczności, rozwój kompetencji i przede wszystkim łączenie sił w działaniach na rzecz społeczeństwa obywatelskiego.

Termin spotkania

Kluczową rolą w organizowaniu spotkania jest wybranie odpowiedniego terminu. Pamiętać należy, że spotkanie networkingowe ma za zadanie poznanie nowych osób. W związku z powyższym, przy wyborze terminu nie powinniśmy kierować się szczególnie dyspozycyjnością osób, które znamy (chyba, że z jakiegoś powodu ich obecność jest niezbędna lub przynajmniej dalece pożądana). W praktyce bowiem, w zabieganym świecie codziennych obowiązków, niemożliwe jest znalezienie terminu, który pasuje wszystkim.

Przy wyborze terminu należy więc iść na kompromisy, ale jednocześnie kierować się co najwyżej ogólnymi przeciwwskazaniami bądź zaleceniami dotyczącymi konkretnej daty, nie zaś dostępnością pojedynczych osób.



Termin spotkania powinien być dostosowany do jego charakteru. Możemy wyróżnić kilka rodzajów spotkań networkingowych:

a) formalne spotkanie networkingowe (służbowe)

Spotkanie networkingowe formalne powinno być organizowane w godzinach pracy, gdyż jest przeznaczone dla poznania się osób wykonujących określone obowiązki. Dla sektora pozarządowego mogłoby być to na przykład spotkanie pracowników etatowych różnych organizacji działających na danym terenie bądź w obrębie danej branży. Skoro spotkanie networkingowe jest częścią ich obowiązków służbowych i odbywa się w godzinach pracy, nie ma potrzeby, by osoby takie musiały pracować w wymiarze ponad swojego etatu. Oczywiście, czasami nie da się tego uniknąć, zwłaszcza przy spotkaniach wyjazdowych, które mogą trwać więcej niż jeden dzień. Natomiast również wtedy należałoby trzymać się odpowiednich wskazówek.

W przypadku spotkania trwającego jeden dzień przez kilka godzin, najbardziej optymalnym czasem rozpoczęcia spotkania wydają się późniejsze godziny przedpołudniowe (10-11) i zakończenie spotkania w porze obiadowej (14-15). Takie godziny minimalizują sytuacje, w której dany uczestnik musiałby rozpocząć swoją pracę wcześniej lub skończyć później. Dzień spotkania może być wybrany dowolnie, co najwyżej należy zwrócić uwagę na kalendarz innych wydarzeń, aby nie spowodować kolizji z jakimś innym istotnym spotkaniem.

Czasami pojawiają się sugestie, by unikać „krajcowych” dni roboczych, tj. poniedziałku i piątku. Te dni mają oczywiście pewne minusy, ale nie na tyle istotne, by z założenia dla spotkań służbowych całkowicie z nich rezygnować. Poniedziałkowe spotkanie uniemożliwia przede wszystkim możliwość potwierdzenia obecności „z dnia na dzień”, a w okresie weekendu istnieje większa szansa wystąpienia pewnych zdarzeń losowych. Piątek za to w wielu miejscach pracy ma charakter mniej oficjalnego dnia, promowana jest częściej praca zdalna, a pracownikom zdarza się wychodzić z pracy szybciej niż zwykle. Wszystkie te niedogodności nie powinny przekreślać organizacji spotkania w tych dniach, jeśli inne okoliczności są ku temu sprzyjające. Co najwyżej spotkanie piątkowe nie powinno być zanadto przedłużone do późniejszych godzin popołudniowych.

b) spotkanie networkingowe pół-służbowe

Jest to spotkanie, w którym brać mogą zarówno osoby traktujące je jako zadanie służbowe, jak i osoby, które przybywają na nie po swoich normalnych godzinach pracy. W organizacjach pozarządowych może to być spotkanie networkingowe z obecnymi bądź potencjalnymi wolontariuszami, darczyńcami, sponsorami. Zorganizowanie takiego spotkania w ciągu dnia mogłoby spowodować, że wiele z tych osób nie przybyłoby na nie z uwagi na inne obowiązki. Z drugiej jednak strony, spotkanie takie nie może być organizowane zbyt późno, gdyż spowoduje to konieczność nadgodzin dla pracowników etatowych.

Dlatego należałoby się zacząć takie spotkanie nie wcześniej niż o 16 (choć w większych ośrodkach będzie to raczej godzina 17) i nie później niż o godzinie 18.00. Spotkanie skończyć powinno się do godziny 20, maksymalnie 21. Po jego zakończeniu można zaproponować nieformalne spotkanie, mogące potrwać dłużej, ale musi być to spotkanie wyraźnie oddzielone od spotkania głównego, najlepiej zorganizowane w innym miejscu np. wyjście na kolację po spotkaniu dla osób chętnych. Ważne, by żadna osoba, która zrezygnuje z tej części, nie była poszkodowana faktem, że np. jakieś cenne informacje nie zostaną jej przekazane, gdyż omawiane będą wyłącznie podczas części nieformalnej. Trzeba o tym zawsze pamiętać.

Jeśli spotkanie ma mieć element merytoryczny, służyć uzgodnieniu kwestii organizacyjnych, a nie być wyłącznie poznawaniem się w miłej atmosferze, to nie powinno być organizowane w piątkowy wieczór. Jest to bowiem już czas powszechnie przyjęty na odprężenie, część osób może także wyjechać na weekend. Jeśli organizowane jest spotkanie dla ludzi z różnych części kraju, to terminem odpowiednim jest sobota. Powinno ona się zaczynać w późniejszych godzinach przedpołudniowych i kończyć (nie licząc części nieformalnej) w czasie, gdy możliwe są jeszcze powroty wieczornymi pociągami do domu (najpóźniej około 18) – oczywiście wykluczając sytuacje, gdy spotkanie jest dwudniowe. Wówczas druga część spotkania może potrwać do godzin obiadowych w niedzielę.

Im dłuższe i bardziej doniosłe spotkanie, tym bardziej istotne jest zaproponowanie także części całkowicie nieformalnej, z trzymaniem się jednak kluczowej zasady rozdziału merytorycznego obu form.

c) nieformalne spotkanie networkingowe

Jest to spotkanie, którego cel ma być wyłącznie integracyjny. Powinno być ono organizowane w godzinach wieczornych. Najlepszymi dniami na ich organizację jest czwartek, piątek bądź sobota. W sobotę spotkanie może zacząć się także za dnia. Jeśli osoby uczestniczące w networkingu są z tej samej miejscowości, lepiej unikać weekendu, gdyż część osób uczestniczących może mieć inne plany np. wyjazdowe. Wtedy najlepszym dniem wydaje się czwartkowy wieczór, gdyż w ostatnim czasie piątki są w wielu miejscach pracy dniami luźniejszymi tj. praca kończy się wcześniej, promowana jest praca zdalna, funkcjonuje mniej formalny strój etc. Zwykle łatwiej w czwartek znaleźć wolną chwilę na nieformalne spotkanie niż w poniedziałek, wtorek bądź środę.

Jeśli jednak uczestnikami są osoby z różnych stron kraju, wtedy najwcześniej networking można rozpocząć w piątek wieczór, choć ze względu na komunikację (czasami transport do danego miejsca może zająć kilka godzin), lepsza byłaby sobota. Spotkanie dla osób przyjezdnych nie powinno być zbyt krótkie, gdyż podróżowanie wielu godzin w celu odbycia dwu czy trzygodzinnego spotkania towarzyskiego nie ma większego sensu. Integracja powinna trwać w takim przypadku minimum 1 cały dzień roboczy i składać się z różnego rodzaju atrakcji, by spotkanie to nie było zbyt monotonne.

Wysyłamy zaproszenia

a) czas wysłania zaproszeń

Dla standardowego spotkania nie wcześniej niż miesiąc przed spotkaniem i nie później niż dwa tygodnie. Przy bardzo licznych wydarzeniach, gdzie zależy nam na frekwencji, możliwe jest zaproszenie wcześniej, za to przy wydarzeniu kameralnym, ze znanymi nam osobami, czas wysłania zaproszenia może być krótszy, ale przynajmniej kilkudniowy.

b) jak wysłać zaproszenie

Sposób wysłania zaproszenia może się różnić ze względu na charakter spotkania, ale podstawową formą zaproszenia powinno być zaproszenie drogą mailową. Inne formy (sms, list, informacja na komunikatorach internetowych) powinny być uzupełnieniem informacji mailowej.



c) co powinno zawierać zaproszenie

Zaproszenie powinno informować o tematyce spotkania, przewidywanej formule, miejscu oraz dacie jego rozpoczęcia. Należy także wskazać termin, do którego należy potwierdzić obecność - najlepiej wraz z preferowanym sposobem potwierdzenia. Dopuszcza się także wskazanie przewidywanego czasu trwania, agendy wydarzenia, wskazówki co do ubioru oraz podanie namiarów do osoby kontaktowej, która jest w stanie odpowiedzieć na ewentualne pytania zaproszonego. Jeśli zapraszamy konkretne osoby na wydarzenie, możemy także wskazać osoby, do których również zaproszenie zostało wysłane (zalecane, zwłaszcza w przypadku zaplanowania w ramach spotkania kilkusobowej dyskusji panelowej).

d) przypomnienie o wydarzeniu

Po upływie czasu przewidzianego na potwierdzenie, jeśli mamy jeszcze wolne miejsca, możemy przedłużyć czas rekrutacji o kilka dni, bądź w przypadku mniejszego wydarzenia skontaktować się z osobami, które nie odpowiedziały na czas. Na 1-2 dni przed wydarzeniem należy wysłać maila przypominającego o nim do osób, które potwierdziły obecność, aby nie zapomniały o spotkaniu. Jest to też dobra okazja do podania większej liczby szczegółów o spotkaniu, które często nie były jeszcze znane w momencie wysłania pierwotnego zaproszenia.

Forma spotkań networkingowych

Sama w sobie formuła spotkania networkingowego może być zbyt mało atrakcyjna, aby przyciągnąć sporą liczbę zainteresowanych osób, zwłaszcza nieznaną się (a przecież poznanie się nowych osób, jest podstawowym walorem tych spotkań).

Dlatego warto aby spotkanie, mające na celu networking posiadało także dodatkowy element, interesujący dla potencjalnych uczestników. Poniżej wskazujemy możliwe sposoby urozmaicenia spotkań networkingowych.





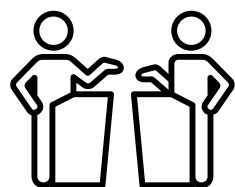
WYKŁAD GOŚCIA SPECJALNEGO

Organizujemy spotkanie o określonej tematyce i zapraszamy na nie eksperta, który dzieli się z uczestnikami swoją wiedzą. Konieczne jest jednak, by prelekcja była prowadzona w sposób, który umożliwi interakcję prowadzącego z uczestnikami spotkania networkingowego. Niezbędne jest także znalezienie czasu na dyskusję po zakończonym wykładzie.



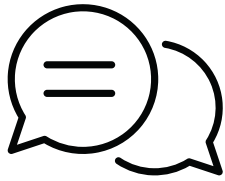
WARSZTAT

W przeciwieństwie do wykładu, zajęcia praktyczne w najlepszy sposób angażują grupę. Dobrze poprowadzony warsztat może stanowić bardzo dużą wartość networkingową, gdyż umożliwia on integrację między prowadzącym a uczestnikami, często podczas takowych przeprowadzana jest także praca w grupach.



DEBATA Z PRELEAGENTAMI

Networkingowi służyć może także zorganizowanie debaty, zwłaszcza, jeśli wezmą w niej udział osoby o różnych poglądach na dany temat. Wtedy istnieje duża szansa, że na takie spotkanie przyjdzie szereg osób z różnych środowisk, zachęcony udziałem przynajmniej jednego z uczestników dyskusji. Ważne jest zaangażowanie do dyskusji gości obecnych na sali.



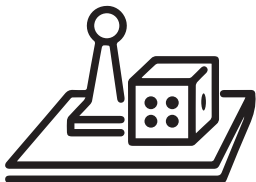
OKRĄGŁY STÓŁ

Jest to formuła, podczas której zapraszamy kilkunastu gości do dyskusji nad konkretnym zagadnieniem i każdy z nich jest prawowitym uczestnikiem debaty. Pozwala ona zaprosić większą grupę osób, o określonym dorobku zawodowym, którzy są w stanie podzielić się swoimi przemyśleniami na dany temat. Jednocześnie nieustannie występuje interakcja między uczestnikami, co służy networkingowi.



SPOTKANIA W CELU BUDOWANIA WSPÓŁPRACY

Można je nazwać także spotkaniami „koalicyjnymi” – pożądane zwłaszcza w środowisku organizacji społecznych. Przedstawiciele zaproszonych organizacji, informują o swoich działaniach, ze szczególnym naciskiem mówiąc o tych aktywnościach, do których chcą zaprosić partnerów, także tych obecnych podczas networkingu. Dzięki temu samodzielne projekty mają szansę stać się projektami partnerskimi. Taka formuła pozwala także zapoznać się z ofertą innych organizacji, które mogą zaowocować współpracą, nawet w dalszej przyszłości. Ważne jednak, by takowe spotkania nie odbywały się zbyt często, gdyż istotny jest w nim element nowości. W takich spotkaniach szczególnie istotna jest również wysoka frekwencja.



GRY I ZABAWY

Powodem spotkania jest gra. Może być to jedna z wielu gier towarzyskich, ale także i popularne „planszówki”. Dobrze jest dobrać zabawę, która powoduje, że osoby grające dowiadują się istotnych rzeczy o sobie i pogłębiają znajomości. Przy spotkaniu w mniejszym gronie, warto najpierw zapytać o preferencje co do formy tego typu integracji.



INTEGRACJA TOWARZYSKA

Luźna rozmowa przy napojach i przekąskach, o nieformalnym charakterze. Zalecana tylko w przypadku networkingu osób, które już się znają.

Lista obecności i utrzymywanie relacji

**Networking nie będzie efektywny,
jeśli nie będzie on kontynuowany.**

Oczywiście częściowo sami uczestnicy spotkań zadbają o to, by mieć kontakt, choćby poprzez wymianę wizytówek, jednak jako organizatorzy spotkania networkingowe powinniśmy zadbać o to by zarówno samemu mieć kontakt do uczestników, jak i umożliwić wymianę tych kontaktów między uczestnikami.



Pomóc w tym może stworzenie formularza rejestracyjnego, który za zgodą uczestników, można byłoby udostępnić innym gościom wydarzenia. Zawierałby on najbardziej podstawowe informacje o uczestniku takie jak imię, nazwisko, organizacja jaką reprezentuje i np. adres e-mail (ewentualnie numer telefonu).

Jeśli spotkanie networkingowe ma charakter bardziej otwarty i nie ma wypełnia się formularza przed wydarzeniem, pomocne jest zostawienie podczas spotkania listy obecności, na której zainteresowane osoby wpiszą swoje dane kontaktowe. Taką listę również możemy, za zgodą wszystkich uczestników, udostępnić wszystkim zainteresowanym.

Bardzo istotne jest to, że organizacja spotkania networkingowego nie kończy się wraz z jego fizycznym zakończeniem. Wspomniana została już kwestia udostępnienia listy uczestników, ale poza tym organizatorzy powinni napisać do uczestników maila podsumowującego spotkanie i dołączyć ich do bazy mailingowej z zaproszeniem na kolejne wydarzenia. Rekomendowana byłaby również wysyłka ankiet (przynajmniej raz na jakiś czas), w których goście wydarzeń (najlepiej w sposób anonimowy) mogliby wyrażać swoje opinie o dotychczasowych spotkaniach i proponować przyszłe rozwiązania.

Na to zwróć uwagę!

a) preferencje żywnościowe

Jeśli planujemy catering, warto zwrócić uwagę na to, co oferujemy swoim gościom. Coraz więcej osób w społeczeństwie nie je np. produktów mięsnych, więc jeśli zapewniamy uczestnikom catering, to powinien on mieć w swojej ofercie także dania bezmięsne.

W dobrym tonie jest także o zapytanie się o inne przeciwwskazania, np. dotyczące diety bezglutenowej. Nawet gdy zapewniamy gościom jedynie przekąski, nie powinny się one ograniczać tylko do słodczy i słodzonych napojów. W dobrym tonie jest udostępnić gościom także owoce czy wodę mineralną.

b) nie zrównujemy networkingu z piciem alkoholu

Alkohol jest dla ludzi. Jego picie w trakcie wydarzeń nieformalnych nie jest niczym złym, a często nawet sprzyja w zbudowaniu relacji. Nie można jednak zapominać, że alkoholizm to wciąż jeden z największych problemów społecznych. Unikajmy więc promowania spożycia alkoholu w formach organizowania spotkań. Nie nazywajmy spotkania networkingowego np. „Spotkaniem przy piwie”. Nazwa taka stygmatyzuje od razu, że uczestniczyć w wydarzeniu powinni jedynie pijący alkohol, a takowych spotkań powinniśmy z całą pewnością unikać. Kategorycznie należy unikać podawania alkoholu na spotkaniach, na których mogą pojawić się osoby małoletnie.

c) dostosowanie formuły spotkania do wieku i zainteresowań uczestników oraz rotowanie uczestnikami

Gdy planujemy tematykę spotkania i jednocześnie lista zaproszonych jest ograniczona, a nasza baza kontaktów większa, powinniśmy dokonać wstępnej selekcji zaproszonych gości, w stosunku do ich zainteresowań czy upodobań (jeśli takowe znamy). Szczególnie istotna jest kwestia wieku, jeśli profilujemy spotkanie np. jako spotkanie skierowane do młodzieży czy do seniorów. Networking polega ponadto na poznawaniu nowych osób, więc ważne jest by uczestnikami spotkań nie były wciąż te same osoby. Dlatego warto zapraszać nowe osoby lub tworzyć takie konfigurację zaproszonych, które nie miały okazji do tej pory się ze sobą poznać.

d) nie panikujemy, gdy coś pójdzie niezgodnie z planem

Pamiętajmy - nawet najlepiej zaplanowane spotkanie może z wielu powodów mieć określone problemy. Nie wolno wtedy jednak panikować, a jedynie na spokojnie naprawić zaistniały problem. Być może uczestnicy nie zauważą nawet drobnej wpadki, a jeśli jest ona większa to warto za nią przeprosić i działać dalej w celu dalszego funkcjonowania wydarzenia.

Event online

Organizacja spotkania networkingowego online może wydawać się łatwiejsza niż tradycyjnego wydarzenia na żywo, ale w rzeczywistości wymaga równie wiele planowania i koordynacji. W KIPR przeprowadziliśmy kilka spotkań networkingowych online, dzięki czemu mogli wziąć w nich udział liderzy III sektora z całej Polski.

Przy organizacji spotkania networkingowego online proponujemy następujący plan działania:

- Wybór platformy do transmisji - pierwszym i najważniejszym krokiem jest wybór platformy, na której zostanie przeprowadzone wydarzenie online. Na potrzeby naszych spotkań wybraliśmy platformę Zoom.



- Określenie celu i grupy docelowej - określ cel wydarzenia i grupę docelową, aby móc dostosować formę i treść do potrzeb i oczekiwań odbiorców.
- Wybór odpowiedniego narzędzia - wybierz odpowiednie narzędzia, które pozwolą na realizację celów wydarzenia, np. kamery, mikrofony, oprogramowanie do prezentacji i narzędzia interaktywne.
- Stworzenie planu wydarzenia - stwórz szczegółowy plan wydarzenia, uwzględniającego kolejność wystąpień, czas trwania prezentacji, przerwy i interakcje z odbiorcami.
- Przetestowanie wszystkiego przed wydarzeniem - przed wydarzeniem przetestuj wszystkie narzędzia i zapewnić ich stabilność i niezawodność.
- Zadbanie o promocję - tak samo jak w przypadku tradycyjnych wydarzeń, promocja jest kluczowa dla skuteczności wydarzenia online. Ważne jest, aby docierać do swojej grupy docelowej, wykorzystując kanały, takie jak social media, e-mailing, reklamy.
- Zapewnienie interakcji z publicznością - zapewnij interakcję z publicznością podczas wydarzenia online, np. poprzez czat lub możliwość zadawania pytań.
- Zapewnienie wysokiej jakości transmisji - zadbaj o szybki i niezawodny internet, odpowiednie oświetlenie, dźwięk i jakość obrazu.
- Podsumowanie - po przeprowadzeniu wydarzenia online warto dokładnie przeanalizować wyniki, np. liczbę uczestników, zaangażowanie publiczności, feedback i statystyki transmisji, aby poprawić organizację kolejnych eventów.

JAK PODTRZYMYWAĆ UWAGĘ NA SPOTKANIU ONLINE



Podtrzymanie zainteresowania na spotkaniu online jest równie ważne jak na spotkaniu offline. Warto zwrócić uwagę, że w przypadku wydarzeń online, uczestnicy mają dostęp do wielu innych źródeł rozrywki i tzw. „rozpraszaczy”, więc organizatorzy muszą zadbać o to, aby wydarzenie było atrakcyjne i wartościowe.

Najważniejszym aspektem każdego wydarzenia online jest wartościowa treść, która przyciągnie uwagę uczestników i zachęci ich do udziału. Organizatorzy powinni starannie zaplanować tematykę wydarzenia i zadbać o jakość prezentacji – nie tylko od strony wizualnej, ale przede wszystkim merytorycznej.

Aby uczestnicy poczuli się zaangażowani w wydarzenie, warto zapewnić im możliwość interakcji z prelegentami i innymi uczestnikami. W tym celu warto wykorzystać narzędzia do pytań i odpowiedzi, dyskusji online, ankiety czy quizy, które pozwolą na bezpośrednią interakcję z publicznością.

Dla podtrzymania uwagi uczestników ważne są także atrakcyjnie wizualnie slajdy. Prezentacje powinny być zróżnicowane i interaktywne, zawierać różnego rodzaju multimedia, takie jak zdjęcia, filmy czy animacje. Warto także zadbać o dynamiczne tempo prezentacji, aby uczestnicy nie zaczęli się nudzić.

JAK PODTRZYMYWAĆ UWAGĘ NA SPOTKANIU ONLINE



Oczywiście należy dokładnie przetestować sprzęt i oprogramowanie przed wydarzeniem, aby uniknąć problemów z transmisją lub dźwiękiem.

Warto też pamiętać, że długie wydarzenia online mogą być męczące dla uczestników. Dlatego warto zapewnić krótkie przerwy na odpoczynek i relaks. Przerwy mogą być wykorzystane do zadawania pytań, omawiania tematów z innymi uczestnikami czy wykonywania ćwiczeń.

Z jakich programów korzystać?

Organizacja wydarzenia online wymaga zastosowania różnych narzędzi, które ułatwią przeprowadzenie transmisji, interakcję z publicznością, a także zwiększą atrakcyjność wydarzenia. Przy organizacji eventu online można skorzystać między innymi z następujących platform: Zoom, Microsoft Teams, Skype, Google Meet, GoToMeeting oraz BlueJeans.



Sami korzystamy z platformy Zoom, która wyróżnia się między innymi:

- łatwością w użytkowaniu i prostym interfejsem,
- mnogością przydatnych funkcji, takich jak udostępnianie ekranu, nagrywanie spotkań, czat, reakcje, a także możliwością dzielenia się plikami,
- wysoką jakością dźwięku i obrazu,
- wsparciem dla spotkań z dużą ilością użytkowników,
- dostępnością na wielu urządzeniach, co umożliwia uczestnictwo w spotkaniach z każdego miejsca,
- bezpieczeństwem dzięki m.in. hasłom do spotkań, możliwością zablokowania spotkania przed niepożądanymi gośćmi oraz szyfrowaniu danych.

Jeśli wydarzenie online wymaga prezentacji multimedialnych, bardzo dobrze sprawdzą się znane narzędzia takie jak PowerPoint, Google Slides, Prezi czy Canva, które umożliwiają tworzenie profesjonalnych slajdów i prezentacji.

Przy interakcji z publicznością warto w pełni wykorzystać narzędzia, takie jak chat, kwestionariusze, ankiety i quizy, które umożliwiają bezpośrednią interakcję z uczestnikami.

Zawsze warto dokładnie przeanalizować potrzeby i cele wydarzenia, aby wybrać narzędzia, które najlepiej odpowiadają na potrzeby organizacji. W przypadku wydarzeń wymagających transmisji na żywo, warto skorzystać z narzędzi, takich jak OBS Studio, Wirecast, czy vMix, które pozwalają na profesjonalne przeprowadzenie transmisji z wielu źródeł wideo i audio.

Porównanie programów

zoom

- Zoom jest jedną z najpopularniejszych platform do spotkań online ze względu na swoją prostotę i funkcjonalność.
- Oferuje intuicyjny interfejs użytkownika, który umożliwia łatwe dołączanie do spotkań.
- Zoom ma zaawansowane funkcje, takie jak udostępnianie ekranu, rejestrowanie spotkań, czat i możliwość podziału uczestników na mniejsze grupy.
- Może obsługiwać duże spotkania z wieloma uczestnikami.
- Zoom oferuje również funkcje wideo HD i audio o wysokiej jakości.
- Dostępne są płatne plany, które oferują dodatkowe funkcje, takie jak dłuższy czas trwania spotkań grupowych i większa liczba uczestników.



Microsoft Teams

- Microsoft Teams jest platformą do spotkań online i współpracy w ramach pakietu Office 365.
- Jest idealny dla firm, które korzystają z innych narzędzi Microsoft, ponieważ jest łatwo integrowalny z innymi aplikacjami Office.
- Oferuje funkcje wideo, audio i czatu, a także możliwość udostępniania ekranu i plików.
- Umożliwia tworzenie grupowych czatów, zarządzanie zadaniami i udostępnianie dokumentów.
- Microsoft Teams posiada zaawansowane funkcje zarządzania spotkaniami, takie jak planowanie, rezerwowanie zasobów i raportowanie.
- Integracja z innymi narzędziami Microsoft, takimi jak Outlook i OneDrive, ułatwia korzystanie z platformy w ramach ekosystemu Office.



- Skype jest jednym z najbardziej znanych narzędzi do komunikacji online, które oferuje również funkcje spotkań grupowych.
- Zapewnia prosty interfejs i łatwość korzystania, szczególnie dla użytkowników indywidualnych.
- Skype oferuje funkcje wideo i audio o wysokiej jakości, czat tekstowy i udostępnianie ekranu.
- Może obsługiwać zarówno małe, jak i większe spotkania grupowe.
- Skype jest również popularny w zakresie międzynarodowych połączeń telefonicznych i czatów wideo.
- Skype jest dostępny na różnych platformach, takich jak komputery, smartfony i tablety.



- Google Meet to platforma do spotkań online oferowana przez Google w ramach usługi G Suite (teraz znanej jako Google Workspace).
- Zapewnia prosty interfejs i łatwą integrację z innymi narzędziami Google.
- Oferuje funkcje wideo, audio i czatu tekstowego, a także udostępnianie ekranu i plików.
- Google Meet jest idealny dla użytkowników korzystających z innych narzędzi Google.
- Może obsługiwać zarówno małe, jak i duże spotkania grupowe, z możliwością dołączania do spotkań przez przeglądarkę internetową lub aplikację mobilną.
- Google Meet oferuje również funkcję automatycznego tłumaczenia w czasie rzeczywistym, co jest przydatne podczas międzynarodowych spotkań.

Wszystkie cztery platformy oferują podstawowe funkcje spotkań online, takie jak wideo, audio i czat. Wybór między nimi zależy od preferencji i konkretnych potrzeb użytkowników. Zoom jest popularny ze względu na swoją prostotę i funkcjonalność, Microsoft Teams oferuje integrację z narzędziami Microsoft, Skype jest znany i łatwy w użyciu, a Google Meet zapewnia spójne doświadczenie w ramach ekosystemu Google. Warto wziąć pod uwagę również inne czynniki, takie jak koszty, dostępność na różnych platformach i liczba uczestników obsługiwanych przez poszczególne platformy.

Spotkania networkingowe online, podobnie jak każda inna działalność prowadzona w internecie, niosą ze sobą pewne ryzyka. Dlatego ważne jest, aby organizatorzy i uczestnicy byli świadomi potencjalnych zagrożeń i wiedzieli, jak się przed nimi chronić.

Pierwszym zagrożeniem spotkań networkingowych online są ataki phishingowe. Phishing to metoda oszustwa, polegająca na podszywaniu się pod inny podmiot w celu wyłudzenia poufnych informacji, takich jak hasła do kont bankowych czy adresy e-mail. W kontekście spotkań online, ataki phishingowe mogą polegać na wysłaniu fałszywych zaproszeń do wydarzenia lub fałszywych wiadomości od organizatorów, które zachęcają do podania poufnych informacji lub pobrania szkodliwego oprogramowania. Aby uniknąć takich zagrożeń, należy zwrócić uwagę na adres e-mail, z którego przyszła wiadomość lub zaproszenie, a także na treść wiadomości. W przypadku wątpliwości dotyczących autentyczności wiadomości, zawsze warto skontaktować się z organizatorami wydarzenia.

Wspomnieliśmy o złośliwym oprogramowaniu i warto podkreślić, że wirusy, trojany czy ransomware, także stanowią poważne zagrożenie dla bezpieczeństwa spotkań online. Zainstalowanie złośliwego oprogramowania może być wywołane poprzez pobranie szkodliwego pliku lub kliknięcie w podejrzany link, który może zostać przesłany np. na czat spotkania przez niepożądaną osobę trzecią. Aby uniknąć złośliwego oprogramowania, należy pobierać pliki tylko ze sprawdzonych źródeł, a także zwracać uwagę na adresy linków. Zawsze warto także korzystać z programów antywirusowych, które skanują system i wykrywają szkodliwe oprogramowanie.

Poważnym zagrożeniem jest także nieuprawniony dostęp do spotkań online, który może wynikać z nieostrożnego udostępnienia linku do wydarzenia lub z braku zabezpieczeń, takich jak hasło do wejścia. W takim przypadku osoba trzecia może mieć dostęp do prywatnych rozmów lub informacji. Aby uniknąć nieuprawnionego dostępu, należy zwrócić uwagę na zabezpieczenia spotkania, takie jak hasło do wejścia lub ograniczenia w dostępie do niektórych funkcji. Warto także dokładnie sprawdzać osoby, które zapraszamy na spotkanie i nie udostępniać linków do wydarzenia osobom, których nie znamy. Przez nieuprawniony dostęp do spotkania, osoby trzecie mogą usiłować zakłócać spotkanie poprzez tzw. trolling lub niepożądaną sprzedaż i reklamę.

Identyfikacja wizualna

Wspominaliśmy, że networking jest tym efektywniejszy, im spotkania bardziej regularne. Jeśli decydujemy się organizować cyklicznie wydarzenia dla działaczy organizacji pozarządowych, warto zadbać o to, by przy ich promowaniu wykorzystywać atrakcyjne graficznie materiały. Co więcej, istotne jest, by były one spójne - i tym samym budowały rozpoznawalność organizacji oraz wydarzeń. Innymi słowy, zadbajmy o identyfikację wizualną wydarzeń.

Identyfikacja wizualna to proces rozpoznawania i tworzenia spójnego, jednolitego wizerunku marki, produktu, firmy lub instytucji (w tym przypadku - wydarzeń) poprzez elementy wizualne, takie jak logo, kolory, czcionki i inne graficzne elementy. Jest to ważny element budowania i utrzymywania rozpoznawalności marki wśród społeczności.

Główne elementy identyfikacji wizualnej obejmują m.in. logotyp, kolory, czcionki, charakterystyczne grafiki i elementy wizualne oraz zasady kompozycji.

identyfikacja wizualna stanowi nie tylko estetyczny element, ale również narzędzie komunikacyjne, które ułatwia zorganizowanie wydarzenia i budowanie pozytywnego wizerunku organizacji pozarządowej.

Wykorzystanie spójnej identyfikacji wizualnej sprawia, że wydarzenie staje się łatwo rozpoznawalne. Zdecydowanie zauważyliśmy tę prawidłowość, organizując przez nieco ponad dwa lata nasze wydarzenia networkingowe.

Wykorzystywaliśmy elementy graficzne składające się na jeden motyw, takie jak kolor (czerwony - kolor logotypu naszej organizacji), jednolita czcionka, podobny układ graficzny i ikony. Uczestnicy naszych wydarzeń często przyznawali, że dzięki temu, zwłaszcza na portalu Facebook, łatwo dostrzegali w natłoku informacji eventy organizowane przez nas.

Poniżej, dla przykładu, znajdują się materiały graficzne wykorzystywane przez nas jako tła wydarzeń na portalu Facebook.





KONFEDERACJA
INICJATYW
POZARZĄDOWYCH
RZECZYPOSPOLITEJ

Spotkajmy się

W HUBIE DOBRYCH IDEI!



KOMITET
DO SPRAW
POŻYTKU
PUBLICZNEGO



KONFEDERACJA
INICJATYW
POZARZĄDOWYCH
RZECZYPOSPOLITEJ

Sztuczna inteligencja a NGO

SZKOLENIE ONLINE



KOMITET
DO SPRAW
POŻYTKU
PUBLICZNEGO





www.konfederacjaipr.pl