

АРЕНА

ОБЩИНА

ОРГАНИЗАЦИЯ ОБЩИННОГО МЕРОПРИЯТИЯ



Прибор из набора инструментов для гражданского участия и активности молодых мужчин и женщин



ПОСОБИЕ НА ОДНОЙ НОГЕ

ОБЩИНА: МЕСТНЫЙ УРОВЕНЬ

1

ОБЗОР ПОСОБИЯ

Настоящее пособие посвящено подготовке общинного мероприятия. Подготовка мероприятия, которое привлечет большое число участников из общины и не только, так чтобы люди захотели прийти, присоединиться к нам или выразить солидарность с нашей идеей и принять участие в общинной деятельности. В документе выделяется пять этапов подготовки мероприятия: (1) выдвижение идеи: рождение мероприятия; (2) планирование: готовим программы; (3) маркетинг: выходим в свет; (4) день мероприятия: пик эмоций; (5) завершение цикла: подведение итогов и планы на будущее.

2

КОГДА ПОЛЬЗОВАТЬСЯ ПОСОБИЕМ?

Когда я хочу организовать мероприятие, которое привлечет множество людей, представляющих мою целевую аудиторию, будет соответствовать ценностям людей и параллельно укрепит общину, ее цели и ощущение принадлежности к общине.

3

КАКИМ БУДЕТ РЕЗУЛЬТАТ?

Представление того, что мы делаем / во что мы верим, широкой публике, соответствие ценностям участников, укрепление чувства принадлежности, общинного самосознания и локального патриотизма, а также формирование энтузиазма, который привлечет новых людей и партнеров к общинной деятельности.

ВВЕДЕНИЕ

В сердце человека есть магнит, притягивающий настоящих друзей. Этот магнит лишен эгоизма, он думает прежде всего о других; когда вы учитесь жить ради других, они тоже станут жить ради вас.

Парамаханса Йогананда

Каждая община, район, поселение и город иногда собираются вместе на какие-то мероприятия, например, на церемонию, ради выдвижения идеи/инициативы, поиска решения проблемы. Одни мероприятия входят в традицию, другие возникают внезапно, по инициативе членов общины. Две этих категории мероприятий обладают ценностью в глазах участников, тех, кто организует это мероприятие, и общины в целом. Общинное мероприятие также сплачивает общину и формирует в ней чувство локального патриотизма.

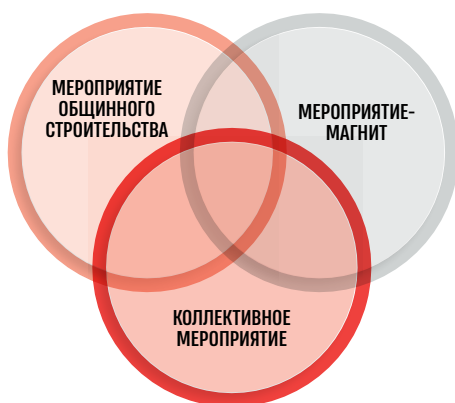
Подготовка общинного мероприятия требует руководства, привлечения партнеров, подробного планирования и способности реализовать задуманное. Мы предлагаем вам инструкцию, которая позволит ответить на вопрос: **как устроить общинное мероприятие.**



ТИПЫ МЕРОПРИЯТИЙ

Документ составлен в мужском роде из соображений удобства, но предназначен в равной степени для лиц обоих полов.

Прежде чем начать, желательно разобраться с тремя близкими друг другу по смыслу терминами, которые касаются выбранной нами категории мероприятия:



- **Мероприятие общинного строительства:** мероприятие, призванное укрепить общину и способствовать ее строительству, служащее местом встречи, которое позволит расширить связи между человеком и общиной, укрепить и углубить эти связи. Мероприятие такого вида представляет собой возможность самовыражения и проявления значимости для членов общины.
- **Мероприятие-магнит:** ключевое мероприятие, привлекающее большое число людей из целевой аудитории и представляющее собой платформу для знакомства с общиной, вступления в нее и сбора средств для определенной цели или инициативы. Мероприятие-магнит должно быть достаточно привлекательным, чтобы собрать много людей.
- **Коллективное мероприятие:** мероприятие, которое создано членами общины совместно и в его подготовке участвует как можно больше людей. Участники становятся частью планирования, подготовки и проведения мероприятия. Хорошо подготовленное и хорошо разрекламированное коллективное мероприятие обладает огромной притягательностью. Оно создает ощущение причастности, общности и обязательства; создает энергию к изменению для участников и позволяет им выразить себя. Поскольку участники сами создают контент мероприятия, обычно в процессе этого формируется больше социальных связей, что крайне желательно для строительства и укрепления общины. Кроме всего этого, такое мероприятие обладает большим преимуществом: логистика также делится между большим количеством людей и не ложится на плечи только организаторов.

* Все материалы написаны на мужском языке только для удобства и предназначены как для мужчин, так и для женщин.

* Чтобы просмотреть полный набор инструментов, щелкните здесь



ТИПЫ МЕРОПРИЯТИЙ



А вы знаете?

«Фестиваль Фрискул» – это огромный общинный хэппенинг, который продолжается несколько дней и включает множество мероприятий, лекций и шоу, устраиваемых членами общины на самые разные темы. События «Фрискул» до недавнего времени проходили в нескольких городах, в том числе Мицпе-Рамоне, Араде, Беэр-Шеве и Ход ха-Шароне. Дополнительная информация на сайте «Фрискул Мицпе-Рамон».

Зачастую самые лучшие мероприятия сочетают в себе все три разновидности и становятся коллективными мероприятиями-магнитами общинного строительства. Такие мероприятия способны оказать максимальное воздействие – они привлекают множество людей извне и укрепляют общину изнутри!

«Фестиваль Фрискул» беэр-шевской общины «Решет» – прекрасный пример коллективного мероприятия (о создании такого мероприятия см. подробнее в [Инструкции по подготовке](#)).

А вы знаете?

Мероприятие-магнит часто проводят на этапе формирования общины, чтобы привлечь людей к участию, но не только. Например, если ваш район представляет собой «зеленый десант», уделяющий особое внимание чистоте и качеству окружающей среды, и вы хотите набрать новых волонтеров, можно провести мероприятие-магнит, которое привлечет жителей, позволит им познакомиться с вами и вашей деятельностью. Например, можно организовать районный хэппенинг с акциями, связанными с экологией и чистотой. Другой пример: община «Решет» в Беэр-Шеве периодически проводит мероприятие-магнит, направленное на молодую аудиторию, заканчивающую высшее образование. Его цель – познакомить их с общиной и побудить присоединиться к ней и остаться в Беэр-Шеве.



ОБЩИННОЕ МЕРОПРИЯТИЕ: КАК ЭТО ДЕЛАЕТСЯ?



•1•

РОЖДЕНИЕ МЕРОПРИЯТИЯ:
БРЕЙНСТОРМИНГ



•2•

ГОТОВИМ ПРОГРАММУ:
ЭТАП ПЛАНИРОВАНИЯ



•3•

ВЫХОДИМ В СВЕТ:
ПИАР И МАРКЕТИНГ



•4•

ДЕНЬ МЕРОПРИЯТИЯ



•5•

ЗАВЕРШАЕМ ЦИКЛ:
ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ И
ПРЕЕМСТВЕННОСТЬ

1

ВЫДВИЖЕНИЕ ИДЕИ: РОЖДЕНИЕ МЕРОПРИЯТИЯ



Подсказка:

Ищите не только партнеров, которые думают так же, как вы, но и таких, которые «дополняют» вас.

Вы приняли решение или пришли к пониманию, что стоит устроить общинное мероприятие. Молодцы!

Устройство такого мероприятия может оказаться делом очень приятным, но оно требует подготовки и большой организации. Желательно найти партнеров для этого и не пускаться в путь в одиночестве.

Помните: как раз сейчас стоит привлечь еще людей.

Как найти попутчиков?

Несколько советов по поиску партнеров для организации мероприятия:

- **Начните поиски вокруг себя, а потом расширяйте радиус:** сначала попробуйте заинтересовать близких друзей и родственников, а потом ищите партнеров подальше (в общине, в университете, в общинном центре).
- **Помните, что вы «посол, на котором лежат самые важные обязанности»:** при любой возможности привлекайте людей к своей программе: в разговорах, постах в социальных сетях и даже с помощью объявлений (на лестничных площадках, в общинном центре, на улице).
- **Подчеркивайте, что из этого получится:** рассказывайте людям о ценности мероприятия и о том, как здорово в общине. Налегайте на удовольствие, кайф и драйв, которые ждут тех, кто присоединится к вам.

У вас есть отличная идея, но нет попутчиков? Узнайте о других способах найти и привлечь друзей в пособии по привлечению партнеров.

Вы собрали вокруг себя отличный коллектив для подготовки мероприятия – пришло время собраться на **первую встречу**. Этот шаг – первое собрание – возможно, самый важный, потому что вы запускаете процесс создания мероприятия, но он же и самый сложный. Важно устроить первую встречу достаточно заблаговременно, может быть, даже за несколько месяцев до планируемой даты мероприятия, чтобы успеть все организовать.

* Все материалы написаны на мужском языке только для удобства и предназначены как для мужчин, так и для женщин.

* Чтобы просмотреть полный набор инструментов, щелкните здесь



ПЕРВАЯ ВСТРЕЧА

Что делать и как провести первую встречу?

Цель первой встречи – познакомиться друг с другом, сопоставить ожидания, провести брейнсторминг и выдвинуть идеи мероприятия, распределить обязанности и составить график.

Помните, второго шанса создать первое впечатление не будет, поэтому:

- Первая встреча должна быть приятной, чтобы люди захотели встречаться вновь и планировать и готовить мероприятие вместе.
- Важно встретиться в приятном месте, например, дома у одного из участников или в общинном центре.
- Желательно позаботиться о напитках и угощении (можно предложить каждому принести что-то с собой).
- В начале встречи стоит убедиться, что все присутствующие знакомы друг с другом. Если нет – все должны представиться.

Начинаем работать

Основное содержание первой встречи – брейнсторминг, в ходе которого выдвигаются предложения по мероприятию. На сайте [Трибуна](#) во вкладке «Идеи» вы можете узнать о разных способах проведения брейнсторминга.

Во время встречи необходимо ответить на главные вопросы о мероприятии, в том числе:

ЗАЧЕМ?

Почему мы хотим устроить мероприятие и каковы его цели?

Например: мы хотим привлечь больше людей к общине и ее программам, набрать волонтеров для определенной инициативы, познакомить членов общины с сетью, в которой мы работаем, укрепить связи между членами общины, изменить позиции по теме, которую мы намерены развивать.

КТО?

Кто составляет целевую аудиторию и как ее определить?

Мы обращаемся к людям, которые являются частью нашей общины? К новым людям? Молодым / взрослым / семьям? Это студенты какого-то конкретного колледжа? и проч.



ЧТО?

Какое мероприятие подходит для аудитории? (чтобы адаптировать программу к целевой аудитории – контент мероприятия, нацеленного на взрослых, должен отличаться от контента детского).

Мы планируем крупное мероприятие (например, мероприятие-магнит) или интимное (которое позволит углубить связи в определенной группе)?

Что именно привлечет нужных нам людей (например, праздник, блошинный рынок, хэппенинг)?

В брошюре Объединения домов культуры можно найти идеи для различных мероприятий.

ГДЕ?

Подумайте, где именно провести мероприятие. Принимайте во внимание следующее:

- Какая площадка подойдет для запланированного мероприятия, открытая или закрытая (в зависимости от сезона, количества людей и характера мероприятия)?
- Сколько людей должно прийти и какие площадки могут вместить такое количество участников?
- Есть ли компании или общинные организации, которые можно привлечь к организации мероприятия на их площадке (например, общинный центр, районный паб)?
- Есть ли в окрестностях общественные сады или парки, подходящие для проведения мероприятия?
- Удобно ли планируемое место проведения с точки зрения транспорта/парковки?

Желательно пройти по району, чтобы выбрать подходящее место.

КОГДА?

- Если вы хотите сделать мероприятие регулярным, желательно «привязать» его к каким-то фиксированным событиям годового цикла (например, ежегодное мероприятие на Шавуот или ежемесячное мероприятие: первая суббота каждого месяца)
- Постарайтесь проверить, что никакие «конкурирующие» крупные мероприятия уже не назначены на эту дату (например: если на эту дату назначен «День студента», это плохая дата для мероприятия, предназначенного для студенческой аудитории).



ОБЯЗАННОСТЬ

Распределите сферы ответственности

Договорившись о сути будущего мероприятия и о том, что оно будет включать, постарайтесь разделить контент и установить, кто за что отвечает. Эффективный способ распределить сферы ответственности – воспользоваться организационной моделью (подробнее см. ниже, в разделе «Готовим программу»).

- Несколько идей по поводу распределения сфер ответственности:
- Ответственный за контент и привлечение участников для контента, желательно из общины.
- Ответственный за привлечение и набор волонтеров и участников, в том числе в сфере питания.
- Ответственный за маркетинг мероприятия в общине.
- Ответственный за логистику: от оборудования до необходимого подключения электричества.
- Ответственный за разрешения от властей.

При распределении ответственности желательно учитывать сильные стороны каждого, его личностные качества и его пожелания, предпочтения и возможности.

Важно завершить первую встречу, имея общую картину мероприятия, которое вы хотите провести, и распределив задания и сферы ответственности. После этого стоит проверить, что каждому ясна его роль и он готов за нее взяться. Кроме того, ниже вы найдете описание итогов встречи и принятых решений.



РЕЗЮМЕ ВСТРЕЧИ

ЦЕЛИ ВСТРЕЧИ:

1

ЦЕЛИ ВСТРЕЧИ:

1. _____

2. _____

3. _____

Примерная дата: _____

Возможная площадка: _____

Общая структура: _____

2

ВКРАТЦЕ ОПИШИТЕ
МЕРОПРИЯТИЕ:

(В котором часу состоится, ход мероприятия, основной контент?)

3

ЧТО ЛЮДИ ДЕЛАЮТ?

Область

Ответственное лицо

_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

***Помните:** это первый этап планирования, и позднее в него можно вносить изменения, особенно в технических деталях. Однако важно достичь консенсуса по поводу общей идеи.



ОБЩИННОЕ МЕРОПРИЯТИЕ: КАК ЭТО ДЕЛАЕТСЯ?

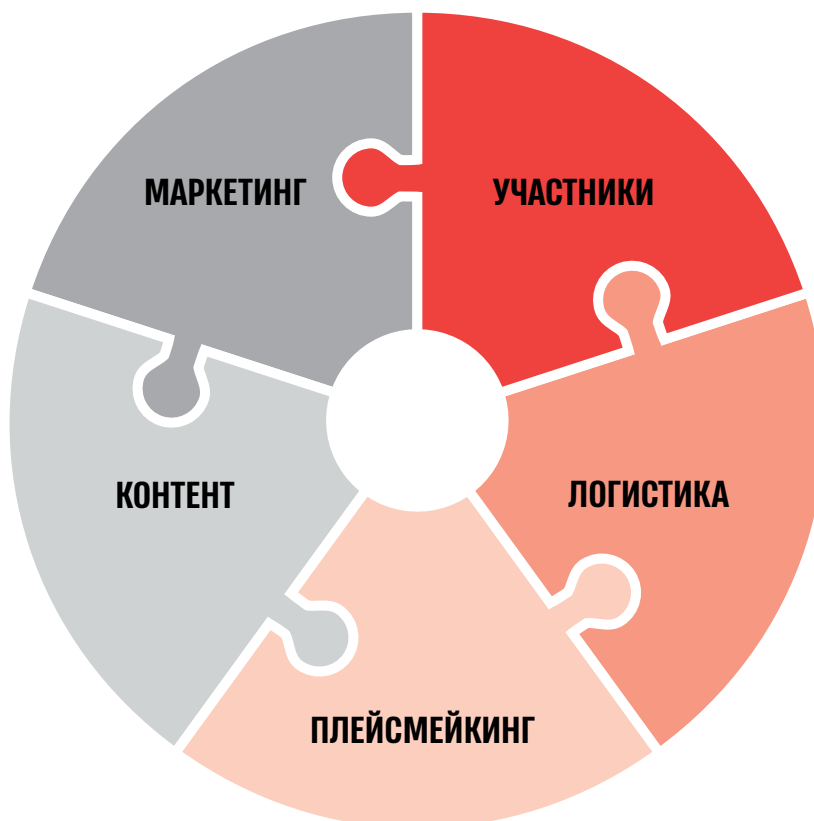
1

ПЛАНИРОВАНИЕ: СТРОИМ ПРОГРАММУ

Следующие шаги позволят воплотить вашу идею в реальность. Если на первой встрече вас интересовало, главным образом, «зачем проводить мероприятие» и «что будет на мероприятии», то теперь пришло время сосредоточиться на том, «как организовать мероприятие». В ближайшее время вам предстоит много работы над планированием мероприятия.

На этом этапе нужно работать в соответствии с разделением обязанностей, о котором вы договорились на первой встрече. Эффективное разделение задач представлено в творческой модели freeschool. В модели пять сфер ответственности, каждая из которых затрагивает одну сторону подготовки мероприятия, и эти сферы взаимосвязаны. Например, маркетинг позволит успешнее набирать волонтеров для проведения мероприятия, но после набора ими будет «управлять» ответственный за волонтеров. Это действие позволит заниматься логистикой и подготовкой площадки (PlaceMaking),

Как видно на графике, в конечном итоге сочетание всех сфер приводит к появлению мероприятия:



* Все материалы написаны на мужском языке только для удобства и предназначены как для мужчин, так и для женщин.

* Чтобы просмотреть полный набор инструментов, щелкните здесь



ВОПРОСЫ ПЛАНИРОВАНИЯ

Примеры сфер и основных тем каждой сферы

ЛОГИСТИКА:

- Составление списков логистических нужд в соответствии с контентом мероприятия.
- Связь с ответственными за приглашенных участников, чтобы получить людей, которые будут решать логистические задачи.

МАРКЕТИНГ:

- Определение маркетинговых направлений мероприятия.
- Обсуждение возможностей публикации (социальные сети, объявления на улице)
- Набор волонтеров для участия в мероприятии.

УЧАСТНИКИ:

- Налаживание связей с участниками.
- Учет интересов участников и их впечатлений от участия в мероприятии.
- Усиление привлекательности для привлечения участников.

ПЛЕЙСМЕЙКИНГ:

- Общее планирование проведения и разделение по сферам.
- Контакты со специалистами и другими причастными.

Подробнее о теме места проведения см. в разделе «Плейсмейкинг».

КОНТЕНТ:

Контент – это сердце мероприятия – пришло время подумать, что же будет на самом мероприятии.

Разнообразие контента огромно, все зависит от того, какое именно мероприятие вы собираетесь провести, от целевой аудитории и цели мероприятия.

Что же составляет контент? Приведем несколько примеров: ярмарка или сбор пожертвований, праздник, музыкальный уголок, конкурсы, марш/квест, творческий уголок, представление, мастер-классы, выставка, викторина и т. п.



Важно знать:

Площадка для проведения общинного мероприятия имеет значения. Это не «просто» место встречи. Необходимо учитывать, что площадка должна вмещать планируемое число участников и быть связанной с общиной. Желательно использовать площадку, для которой проведение мероприятия станет толчком к развитию (например, провести мероприятие в районном пабе, чтобы привлечь туда посетителей).

* Все материалы написаны на мужском языке только для удобства и предназначены как для мужчин, так и для женщин.

* Чтобы просмотреть полный набор инструментов, щелкните здесь



Подсказка:

Контент должен быть связан с целью мероприятия (например, акции по рециклированию на мероприятии, посвященном защите окружающей среды. Важно, чтобы контент был разнообразным, чтобы увлечь разных людей.

Напоминаем, что в брошюре Объединения домов культуры можно найти достаточно идей для самых разных мероприятий с самым разным контентом. Можно привлечь к выбору контента общину: раздать приглашения и предложить подавать идеи, спросить об этом на совещании сотрудников, в разговорах с людьми, в социальных сетях и в плакатах, обращенных к общине.

Нужно принять решение, кто будет представлять контент или выступать на мероприятии. Это тоже может зависеть от мероприятия. Иногда есть желание пригласить лектора или артиста, которые выступают бесплатно или за деньги, а иногда, особенно в коллективных мероприятиях, выступают просто люди из общины.

Идеи контента для мероприятия

- Можно узнать в общине, особенно если речь идет о коллективном мероприятии, чего хотят люди, в чем нуждаются, какие у них есть идеи.
- Опубликовать призыв делиться идеями по поводу контента.



ПЛАНИРОВАНИЕ ЗАДАЧ

НАЛАЖИВАНИЕ СВЯЗИ С УЧАСТНИКАМИ

Во всех сферах, особенно в том, что касается логистики, желательно записывать все задачи.

1

РЕКОМЕНДУЕМЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ

Это можно делать с помощью Excel или Google sheets (Google sheets обладают тем преимуществом, что к ним можно открыть доступ, так чтобы все видели файл и работали над ним одновременно).

2

ОБРАЗЕЦ ТАБЛИЦЫ

Ниже приведена примерная таблица для записи задач, которые нужно выполнить, и фиксации информации, связанной с мероприятием.

ДАТА ВЫПОЛНЕНИЯ	ЗАДАЧА	ОТВЕТСТВЕННОЕ ЛИЦО	ПОМОЩНИКИ	НЕОБХОДИМОЕ ОБОРУДОВАНИЕ	СТАТУС ВЫПОЛНЕНИЯ	ПРИМЕЧАНИЕ

* Все материалы написаны на мужском языке только для удобства и предназначены как для мужчин, так и для женщин.
* Чтобы просмотреть полный набор инструментов, щелкните здесь



ОБЩИННОЕ МЕРОПРИЯТИЕ: КАК ЭТО ДЕЛАЕТСЯ?

3

МАРКЕТИНГ: ВЫХОДИМ В СВЕТ

Закончили с планированием? Теперь пришло время заняться маркетингом и привлечь как можно больше гостей. Ведь без маркетинга люди не узнают о мероприятии и не придут на него.

Что сказать? Каким должно быть маркетинговое послание?

- **Основное послание: что из этого выйдет?**
Какие слова заставят людей прийти (нечто большее, чем «Приходите на мероприятие, будет здорово»); в чем польза для них (достижение важной цели, знакомство с новыми людьми, приятное времяпрепровождение)?
- **Дополнительное послание: познакомьтесь с общиной**
Это мероприятие станет для вас шансом познакомиться с членами общины и инициативой, ради которой все устраивается.
- Можно и даже желательно передать это послание не только словами, но и картинкой или видеороликом. Проявите творчество!

Как сказать?

- **Используйте язык, который соответствует целевой аудитории:** говорите с целевой аудиторией на одном языке: с молодежью используйте современный сленг, с людьми постарше – иначе. В любом случае, язык должен быть простым и понятным. Избегайте «внутреннего юмора» или словечек, которые понятны только вам.
- **Включите призыв к действию:** в вашем объявлении должен содержаться призыв в повелительном наклонении: «Приходите все!», «Примите участие в борьбе» или «Выходите на площадь».
- **Используйте первое лицо множественного числа:** пишите/говорите «мы», а не «вы», включая гостей мероприятия в число членов общины.
- **Коротко и емко!** Сейчас не время для длинных и утомительных речей. Постарайтесь выразить все самое главное кратко и ясно. Подсказка: сформулировав пост/объявление, перечитайте его и попытайтесь сократить вдвое. Получилось? Прочтите еще раз и сократите еще немного.
- **Дизайн:** запланируйте, кто и как его делает. Сочетается ли дизайн с посланием и передает ли он его оптимальным образом? Это послание и эта атмосфера соответствуют вашему мероприятию? О дизайне важно задуматься еще на ранней стадии, потому что дизайн требует времени.
- **Storytelling:** способ маркетинга и общения с людьми через историю. Посвятите несколько минут и познакомьтесь с этим увлекательным пособием: <https://katvanit.co.il/storytelling>. Хотите еще? <https://www.poprite.co.il/storytelling-blog>. Подробности в [пособии по сторителлингу](#).



А вы знаете?

Существует масса дизайнерских средств поддержки контента и послания. Вот несколько примеров:

- Идете на демонстрацию? Используйте крупные красные и черные буквы.
- Экология? Используйте зеленый цвет и тематические смайлики (природа/рециклирование).
- Хотите привлечь молодых женщин? Используйте изображения молодых женщин, а не мужчин в возрасте.

* Все материалы написаны на мужском языке только для удобства и предназначены как для мужчин, так и для женщин.

* Чтобы просмотреть полный набор инструментов, щелкните здесь



ОБЩИННОЕ МЕРОПРИЯТИЕ: КАК ЭТО ДЕЛАЕТСЯ?

Распространение информации

- Нет сомнений, что сегодня ответ – социальные сети. Напишите о мероприятии в Facebook (в том числе в тематических сообществах), Instagram и во всех сетях, которыми пользуется целевая аудитория.
- Плакаты и постеры: видимость и физическое присутствие делает вашу общину частью дружелюбной среды.
- Не забывайте – даже в наши дни нет замены личному распространению информации! Расскажите о мероприятии друзьям и знакомым!

4

ДЕНЬ МЕРОПРИЯТИЯ: ПИК ЭМОЦИЙ

Если до этого дня вы все делали правильно, то сегодня все довольно просто. Каждый уже должен знать, что он делает и за что отвечает. Все должно идти гладко.

- Во время мероприятия особенно важно, чтобы все время было ясно, кто за что отвечает, в том числе за мелкие детали.
- Заранее запланируйте, кто будет все разбирать после окончания мероприятия и когда (часы). Жалко будет заканчивать на плохой ноте только потому, что вы не продумали эту деталь.

Можно использовать следующий чек-лист, чтобы проверить, что все работает как надо. Адаптируйте этот список к своему мероприятию:

НАЧАЛО ПУТИ

За несколько месяцев до мероприятия

- Проведение первой встречи.
- Определение цели мероприятия.
- Выбор идеи/темы мероприятия.
- Разработка графика (дата мероприятия и даты этапов реализации).
- Назначение ответственных за каждую сферу.

ОРГАНИЗАЦИЯ

1-2 месяца до мероприятия

- Обеспечение бюджета мероприятия
- Утверждение места проведения мероприятия.
- Получение необходимых разрешений на площадку (владельцы площадки, власти, полиция).
- Получение разрешений на проведение мероприятия (при необходимости – власти, полиция).
- Набор достаточного количества волонтеров для проведения мероприятия (всегда желательно набрать «про запас»).
- Распределение обязанностей среди волонтеров.
- Маркетинг и реклама мероприятия.
- Рассылка приглашений «главным» гостям, которых мы хотим видеть на мероприятии.
- Заказ питания для мероприятия.



Подсказка:

Перед мероприятием и обязательно накануне стоит взять выходной и не заниматься другими делами (работа, учеба), чтобы освободить время только для мероприятия.



ОБЩИННОЕ МЕРОПРИЯТИЕ: КАК ЭТО ДЕЛАЕТСЯ?

В последнюю минуту (на неделе, когда проводится мероприятие)

- Подготовка необходимого оборудования.
- Подготовка площадки к проведению мероприятия (placemaking).
- Собираетесь немного пошуметь? Предупредите соседей (и заранее извинитесь).
- Все готовы и все знают, что делать в день мероприятия.

ДЕНЬ МЕРОПРИЯТИЯ!

Время наслаждаться!

- Убедитесь, что все ответственные на месте и хорошо знают, что им делать.
- Не забывайте – нужно все убрать после мероприятия.

ПОСЛЕ МЕРОПРИЯТИЯ

- Благодарности всем участникам.
- Обсуждение и публикация достигнутых результатов.
- Короткий разбор, чтобы знать, что повторить в следующий раз, а что исправить.



5

ЗАВЕРШАЕМ ЦИКЛ:
**ПОДВЕДЕНИЕ
ИТОГОВ И
ПРОДОЛЖЕНИЕ**

Мероприятие прошло успешно.

Задание почти выполнено, но перед тем как закончить, важно сделать еще две вещи – сказать спасибо и подвести краткие итоги.

Благодарности

Участникам, партнерам и тем, кто работал над мероприятием (волонтерам, поставщикам, наемным работникам).

Помимо благодарностей желательно подчеркнуть результат мероприятия. Например, если это было фандрейзинговое мероприятие, в посте с благодарностями стоит указать, сколько средств было собрано и куда они будут направлены.

Благодарность может быть не только словесной. Можно прикрепить фотографии или короткий ролик. Как и при маркетинге мероприятия, важно говорить коротко и по делу (не «углубляться» слишком сильно).

Проверка пульса: выяснить, как прошло.

Как узнать, действительно ли мероприятие было удачным?

Один способ – через количественные критерии: сколько людей участвовало, сколько денег собрали, сколько участников оставили свои координаты, чтобы стать волонтерами в заявленном деле.

Кроме того, особенно чтобы понять, что стоит сохранить, а что улучшить в следующий раз, желательно устроить короткий разбор вместе с участниками, поговорить с людьми, которые были на мероприятии (но тут следует учесть, что им может быть «неловко» говорить, что им не понравилось), использовать короткий опросник, который сейчас можно сделать легко и бесплатно через Google forms. Можно разослать людям ссылку на опросник, который можно заполнить с телефона.



Подсказка:

Важно не откладывать две эти задачи, иначе они забудутся в повседневной рутине, когда станут не столь актуальны. Займитесь этим сразу после мероприятия.

Вопросы должны соответствовать целям, поставленным для мероприятия. Например, если цель была укрепить связи между людьми в общине, спрашивайте: Со сколькими новыми людьми вы познакомились? Научились ли вы вместе другими членами общины чему-то новому, чего не знали раньше? Если цель была, например, благоустройство района, можно спросить: Изменилась ли ваша позиция по этому вопросу после мероприятия? Вы готовы быть волонтером в этой сфере?