

KATALOG 3

Udvikling af projekter og afvikling af events - arbejdsredskaber



UDVIKLING AF PROJEKTER OG AFVIKLING AF EVENTS

På de næste sider finder I arbejdsredskaber, som kan hjælpe jer, når I skal skabe projekter og events. Noget af materialet er inspireret af andet materiale på feltet og har fået et twist, som gør det ekstra anvendeligt i samarbejdet med ungegrupper. Andet materiale er skabt fra grunden til projektet.

Materialet guider jer igennem fire faser i arbejdet.

1. FASE:

Afsæt: Et ressourcebaseret fællesskab - om skabelsen af en stærk projektgruppe igennem ressourcebaseret arbejde

2. FASE:

Ideen udvikles og kvalificeres - om en stærk idé som udgangspunkt for arbejdet

3. FASE:

Netværket styrkes og ideen videreudvikles - nedslagspunkter i samarbejder med projektpartnere

4. FASE:

Organisering af arbejdet - giver redskaber til at komme i mål med projektet

1. FASE

AFSÆT: ET RESSOURCEBASERET FÆLLESSKAB

Afsættet for arbejdet skabes ved at samle en stærk og innovativ projektgruppe. Arbejdet starter med en *Refleksion over ressourcer hos den enkelte*. Disse ressourcer kan spænde vidt og sætte et unikt præg på det arbejde, lige præcis denne gruppe kan udføre netop nu. I redskabet *Projektgruppen dannes* arbejder I med at sikre en sammenhængende projektgruppe.



1.A: REFLEKSION OVER RESSOURCER HOS DEN ENKELTE

Denne spørgeguide er tænkt som inspiration, når I skal skabe overblik over ressourcer hos de enkelte. I kan bruge spørgeguiden i uformelle samtaler med den enkelte, I kan oprette online spørgeskemaer eller

afholde rundbordssamtaler, hvor hele gruppen deltager. Find ud af, hvad der passer til jeres gruppe. Og gentag gerne refleksionen efter et stykke tid.

REFLEKSION OVER RESSOURCER HOS DEN ENKELTE

Spørg ind til:

Dagligdag

Uddannelsesstatus, jobsituation, tidsperspektiv i byen (hvor længe har du været her, og hvor længe forestiller du dig at blive) og personlige forhold (boligsituation, familie, sygdom, job mv.). Dette kan indvirke på hvor meget og hvornår, man kan udføre opgaver

Erfaringer

Erfaringer fra andet frivilligt arbejde, fritid, studieliv, jobs – hvilke typer af erfaringer har du?

Viden og kompetencer

Har du flair for tal eller for at tage billeder? Er du god til at sejle, spille fodbold, debattere, optræde, organisere, snakke med folk eller få folk til at grine? Ved du en masse om et bestemt emne? Man kan aldrig vide, hvilke kompetencer, I kan bruge, så afdæk meget bredt.

Personlige egenskaber

Er du god til at udvikle og tænke nyt? Er du struktureret? Trives du bedst med frie

tøjler, eller vil du helst følges tæt? Kan du godt lide opsøgende og udadvendte opgaver, eller har du det bedst med at udvikle noget alene eller i små grupper? Er du interesseret i detaljen, eller vil du hellere udvikle de store linjer?

Rolle

Hvilken rolle indtager du typisk, når der skal løses opgaver? Hvilken rolle vil du gerne have i denne sammenhæng, og hvorfor?

Motivation og lyst

- Hvad motiverer dig generelt, når du skal løse opgaver?
- Hvad har du lyst til at lave i denne forbindelse?
- Hvad har du lyst til at lære?
- Hvad vil motivere dig til at blive her?
- Har du lyst til at udvikle specifikke kompetencer?

Mål

Har du et eller flere mål med at være med netop her? Hvad er de? Hvad er et succeskriterium for dig i denne sammenhæng?

1.B: DANNEELSE AF PROJEKTGRUPPEN

Mange unge er – ligesom mange voksne – målrettede, når de afgør, hvad de vil bruge deres tid på. De involverer sig i aktiviteter, som er givende, relevante, spændende, udfordrende og opkvalificerende. Mange søger interessefællesskaber med ligesindede og ønsker at udvikle sig. Når man starter en ny projektgruppe, skal man overveje, hvordan man er attraktiv for nye medlemmer, og rekruttere på baggrund af det.

Når de første deltagere er rekrutteret, er det en god idé at diskutere grundpillerne i jeres projektgruppe igennem. På den måde sikrer I, at alle er enige om, hvad gruppen skal og kan. Dette diskussionspapir hjælper jer i gang med denne del af arbejdet, og I kan med fordel gentage diskussionen efter nogen tid.

DANNEELSE AF PROJEKTGRUPPEN

Formål:

- Hvad er gruppens overordnede formål?
- Er der et primært og et sekundært formål?

Mål:

Hvilke aktiviteter vil gruppen sætte i gang?
Hvilke resultater vil gruppen opnå på kort og lang sigt?
Er der overensstemmelse imellem den enkeltes mål med at være i gruppen og de fælles mål for gruppen?
Er der overensstemmelse mellem de ressourcer, der er tilstede i gruppen som helhed, og de mål, gruppen har sat sig?

Værdier:

Hvilke værdier skal kendetegne gruppens aktiviteter?
Hvilke potentielle samarbejdspartnere har værdier, som ligger på linje med gruppens?

Er der projekter eller organisationer, som har værdier, I vil kopiere eller videreudvikle?

Identitet:

Hvordan vil I kommunikere jeres værdier, formål og mål til omverdenen?
Hvordan vil I gerne omtales af omverdenen?
Hvilken stil kendetegner jeres visuelle identitet?

Det sociale:

Hvilke kendetegn ønsker I for det sociale liv i projektgruppen?
Hvordan forestiller I jer det interne samarbejde?

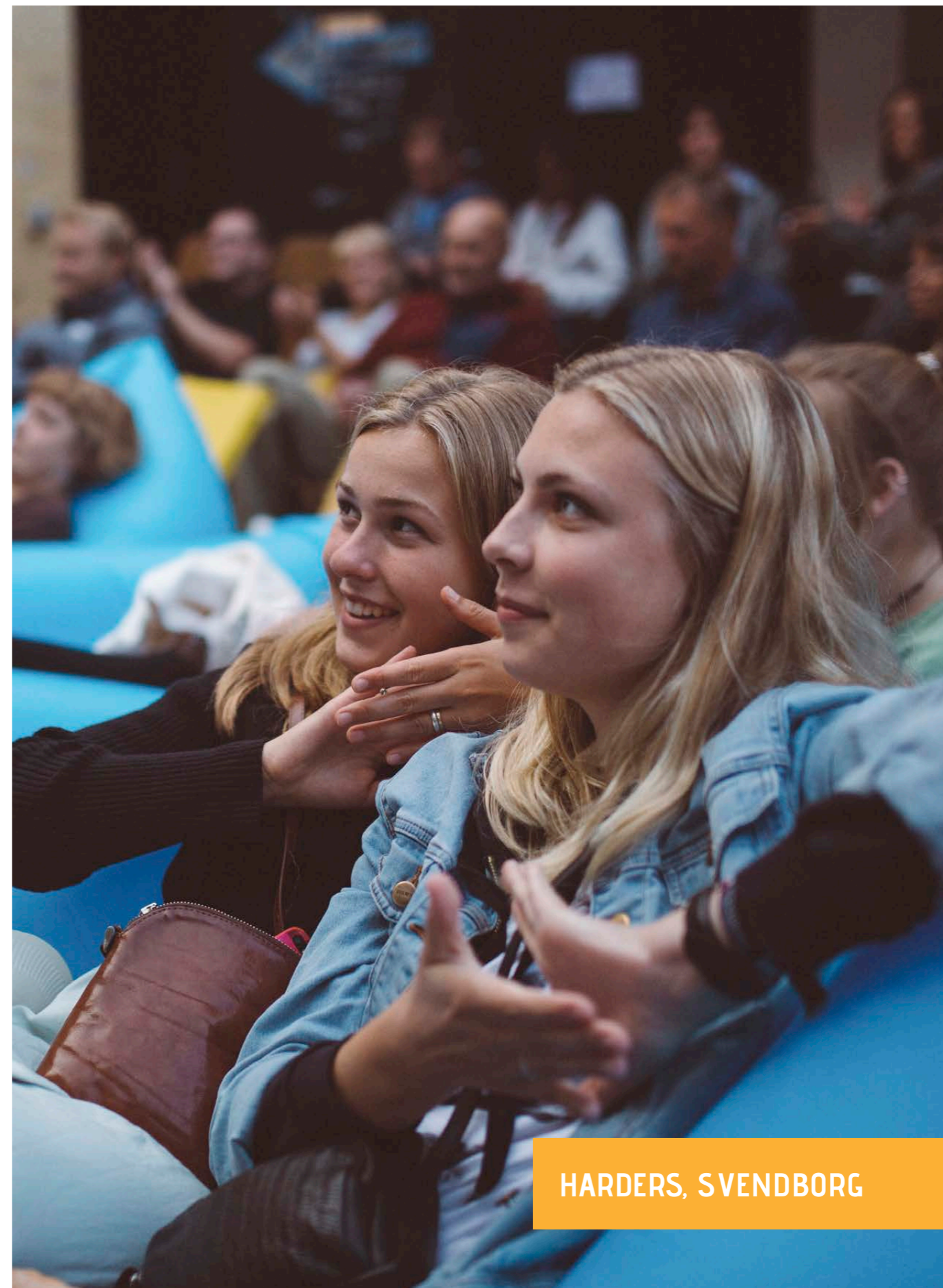
Rekruttering:

Hvordan vil I rekruttere nye medlemmer af projektgruppen? Hvad kan I tilbyde?

2. FASE

IDEEN UDVIKLES OG KVALIFICERES

I næste fase zoomes ind på ideer til projekter og events. Ideer kan opstå på mange måder, og udviklingen af dem kan tage forskellige baner. Materialet her fører jer igennem et struktureret forløb, hvor en idé fødes, udvikles og kvalificeres. Forløbet tager udgangspunkt i, at arbejdet foregår i en gruppe, som er rystet godt sammen, har arbejdet med at kortlægge ressourcerne hos den enkelte og er enige om gruppens formål og værdier. Hvis jeres gruppe er samlet, fordi I har en fælles idé, kan I eventuelt gå videre til kvalificering af ideer til events.



HARDERS, SVENDBORG

2.A: IDÉUDVIKLING TIL EVENTS

Dette dokument guider jer igennem en proces, hvor I udvikler og kvalificerer ideer. Jeres projektleder kan facilitere processen, eller I kan udpege en facilitator i gruppen.

IDÉUDVIKLING TIL EVENTS

Når I skal udvikle ideer til events, kan I udvikle ideer ud fra konkrete og abstrakte associationspunkter, så I får forskellige typer af ideer i spil.

BRAINSTORM

Brainstorm sammen to og to eller i fællesskab. Gruppen kan for eksempel associere ud fra:

- Et sted, de kunne tænke sig at bruge til et event
- Et formål, de vil opnå
- En følelse, de vil sætte fokus på
- En gruppe, de ønsker at nå
- En årstid/anledning/højtid, som åbner for bestemte typer af arrangementer
- En stemning, de ønsker at skabe
- Særlige ressourcer i gruppen, som det kunne være spændende at bygge videre på

Brug evt. billeder. Og uddel gerne store papirer, hvor man kan skrive/tegne i fællesskab. Det er vigtigt at alle ideer bliver skrevet ned, så alle kan se dem, når de bliver nævnt.

ENGAGEMENTBAROMETER

- Er der ideer, gruppen umiddelbart føler stærkt for? Arbejd videre med dem.

Hvis gruppen kan rumme det, kan det være en god idé at arbejde med to projektideer – en enkel idé med hurtig produktionstid og som gruppen kan lære af, og én mere kompleks idé med længere produktionstid.

UDFOLD IDEER OG VISION

Diskutér og fold ud i plenum. Idéens potentialer:

- Hvad bidrager ideen med på et overordnet niveau – hvilke visioner bidrager ideen til at virkeliggøre?
- Hvad bidrager ideen med på et konkret niveau – hvem får glæde af ideen og hvordan?
- Hvor godt kan det gå i bedste fald?

FORBEDR IDEEN

Ja, og...: Lad gruppen uddybe hinandens ideer – i første omgang må man kun gøre hinandens ideer bedre, større og vildere.

OVERBLIK

Kan gruppen stadig se potentialerne i ideen, og har de lyst til at kaste sig ud at arbejde videre med den? Hvis lysten er til stede, og I kan se potentialerne, kan I gå videre til at kvalificere ideen.

2.B: KVALIFICERING AF IDEER TIL EVENTS

KVALIFICERING AF IDÉ TIL EVENTS

I næste runde skal ideen kvalificeres yderligere. Diskutér:

FORMÅL OG VÆRDIER

- Hvordan hjælper virkeliggørelse af eventideen gruppen med at nå sit formål?
- Hvordan spiller ideen sammen med gruppens værdier og identitet?

TID

- Hvad er potentialet i at virkeliggøre ideen netop nu?
- Hvor meget tid kræver dette, og er denne tidsmængde til rådighed i gruppen? Tag højde for ferier, eksamen mv.
- Kan gruppen evt. udvides/nye samarbejder indgås?

RESSOURCER OG ERFARING

- Hvilke ressourcer kræver ideen – netværk, udstyr, penge, ekspertise – og kan de skaffes?
- Hvor meget erfaring kræver de enkelte elementer af ideen, og er det realistisk, at gruppen kan bære virkeliggørelsen af ideen igennem?

RISIKO

- Hvad kan gå galt? I værste fald, hvor galt kan det gå? Og kan dette forebygges?

OVERBLIK

- Skal ideen justeres ud fra diskussionen?
- Er ideen god, men hører den til i et andet regi? Giv i så fald ideen videre til andre, som kan arbejde videre med den.
- Er der stadig lyst til at gå videre med ideen?

Det er en god idé at planlægge de næste skridt umiddelbart efter, I har besluttet at gå videre med en idé. Det er vigtigt, at alle ved, hvad de skal og indenfor hvilken tidsramme.

INDSAML VIDEN OG STYRK KVALITETEN

- Start gerne med at indsamle viden om emnet. Undersøg også, hvad andre har gjort, så I evt. kan lære af deres erfaringer.
- Styrk kvaliteten i eventet og arbejd med hovedelementerne – meget gerne sammen med jeres projektpartnere eller andre, som ved mere end jer om den genre, I beskæftiger jer med.

3. FASE

NETVÆRKET STYRKES OG IDEEN VIDEREUDVIKLES

Stærke samarbejder gør det muligt for jer at virkeliggøre ideer på uventede måder og i større skalaer, end hvis I skal løfte opgaven selv. Samarbejdspartnerne kan være enkeltpersoner, små foreninger, offentlige institutioner eller private aktører, og en variation i kredsen af samarbejdspartnere kan åbne for forskellige typer af ressourcer og perspektiver. Uanset projektpartner, er det væsentligt at skabe en gensidig relation, hvor I skaber værdi for og med hinanden. I skal kende hinandens udgangspunkter og være enige om kriterierne for et godt projekt.

Samarbejdet skal helst fungere som en læreproces for de involverede deltagere, og derfor er det vigtigt, at jeres samarbejdspartnere er villige til at dele deres viden og er lydhør overfor deltagerens ideer og indspark. Det skaber udvikling og tryk i samarbejdsprocessen, når alle bidrager og deler.

Jeres netværksopbygning skal helst have et strategisk element. Nye alliancer skal tilføre jeres projektorganisation værdi og åbne for nye muligheder, også gerne på længere sigt. Det er

udgangspunktet for udvikling og tilfører jeres arbejde legitimitet, fordi det kan bidrage til at synliggøre perspektiver i jeres arbejde. Relationer til samarbejdspartnere skal imidlertid også fungere på et følelsesmæssigt niveau og skabe energi, glæde og tro på hinanden. Det er afgørende, når man skal have lyst til at bevæge sig ud på ukendt territorium sammen.

Nødvendigheden af stærke, vitale relationer betyder også, at man af og til kan være nødt til at opgave samarbejder med organisationer. Det er ikke alle, som er gearede til nye, innovative projekter, og det kan være en god idé at være bevidst om de krav, det stiller til organisationer at deltage i denne form for projekter. På den måde kan I undgå at bruge for meget tid - og frivilliges energi - på samarbejder, som ikke kan lykkes lige nu.

3. NETVÆRK OG PROJEKTUDVIKLING

NETVÆRK OG PROJEKTUDVIKLING

PLANLAGT FORBEREDELSE REFLEKSION OVER RESSOURCER I LOKALOMRÅDET

Tegn et kort over mulige samarbejdspartnere. Husk at brede perspektivet ud og inkludér både individer, foreninger, offentlige institutioner og private aktører. Måske vil det også være interessant for jer at inkludere partnere udenfor jeres lokalmiljø.

Overvej:

- Hvem har erfaringer og kompetencer på det område, I vil arbejde med?
- Hvem har I et værdifællesskab med?
- Hvem har I lyst til at samarbejde med?
- Hvilke opgaver, har I brug for, at jeres samarbejdspartnere kan løfte?

DISKUSSION OG PRIORITERING

Diskutér de muligheder og begrænsninger, forskellige partnere åbner for. Nogle projektpartnere åbner måske for strategisk interessante samarbejder, men er besværlige at samarbejde med. Andre partnere tilfører samarbejdet energi og glæde, men tilbyder færre ressourcer. Brug gerne god tid på diskussionen af disse elementer, og prioritér både efter praktik, strategi og lyst.

INDLEDENDE FORVENTNINGS- AFSTEMNING

Når I er nået til at planlægge et samarbejde med en projektpartner er det vigtigt, at I forventningsafstemmer. Har I de samme kriterier for et godt projekt? Har I realistiske forventninger til hinanden? Kan I nå et godt resultat med de ressourcer, I i fællesskab kan/vil lægge i projektet? Kan I forestille jer at samarbejde over længere tid?

Hvis I samarbejder med store organisationer, kan det være en fordel at huske på, at I også samarbejder med en specifik person. Hvordan er denne person placeret i organisationen? Er samarbejdet med jer besluttet af andre personer i organisationen udenom jeres kontaktperson? Eller står samarbejdet netop højt på jeres kontaktpersons ønskeliste? Hvordan skaber I en god relation til lige præcis denne medarbejder?

FÆLLES UDVIKLING

Kvalificér jeres projektidé yderligere igennem samarbejdet med jeres nye projektpartnere

AFTALER

Lav klare aftaler. Arten af samarbejdsaftaler kan variere fra mundtlige aftaler til opsummerende mails til udspecificerede aftaler. Det afhænger af jeres relation og graden af samarbejde

AT GRIBE DEN UVENTEDE MULIGHED OG AT SKIFTE HEST

Nogle gange opstår der uventede samarbejds muligheder, som åbner helt nye perspektiver for jeres arbejde. Det er vigtigt, I er i stand til at gribe disse muligheder, også selvom det kan betyde, at I må omstrukturere jeres arbejdsplan og tilpasse jeres ideer.

Det kan også vise sig, at der ikke er de forventede ressourcer eller tilstrækkelig motivation hos jeres samarbejdspartnere. I så fald, skal I skifte hest så hurtigt som muligt. Gå efter de partnerskaber, hvor der er energi og ressourcer til et godt samarbejde, og vær flytbar.

ÆRØSKØBING



4. FASE

ARBEJDET ORGANISERES

Arbejdet skal organiseres, så I når jeres mål. For nogle deltagere er det første gang, de stifter bekendtskab med frivilligt arbejde af denne karakter. Målet for jeres arbejde kan derfor være abstrakt, ligesom arbejdsprocessen hen imod eventen kan fremstå uoverskuelig og antallet af opgaver uklart. Mange er heller ikke forberedte på de barrierer, I vil støde imod undervejs. Derudover kan der hurtigt opstå misforståelser, fordi alle skal afkode nye samarbejdspartnere og indgå i nye konstellationer. En stor del af disse komplikationer kan I fange i opløbet ved at gøre arbejdsprocessen mere gennemsigtig og sikre fremdrift.

Det er også afgørende at fastholde opmærksomhed på livet udenfor projektgruppen. Mange aktører kan få indflydelse på jeres projekt – i positiv og negativ forstand. Derfor er det vigtigt, I bruger tid på at gennemføre en interessentanalyse og aktivere et bredt netværk omkring jeres arbejde. Materialet i dette kapitel kan guide jer igennem udvalgte dele af processen. Det omhandler:

- FORDELING AF ROLLER OG ARBEJDSOPGAVER
- PROJEKTPLAN
- INTERESSENTANALYSE
- PRODUKTIONS- OG AFVIKLINGSPLAN
- 12 KORTE ANBEFALINGER TIL KOMMUNIKATION

4.A: FORDELING AF ROLLER OG ARBEJDSOPGAVER

Nogle drives af lysten til at organisere bredt, andre drømmer om at sætte et specifikt projekt i søen eller udvikle deres spidskompetencer på et bestemt felt. Nogle er dygtige til at skabe ro på de indre linjer, mens andre orienterer sig mod omverdenen.

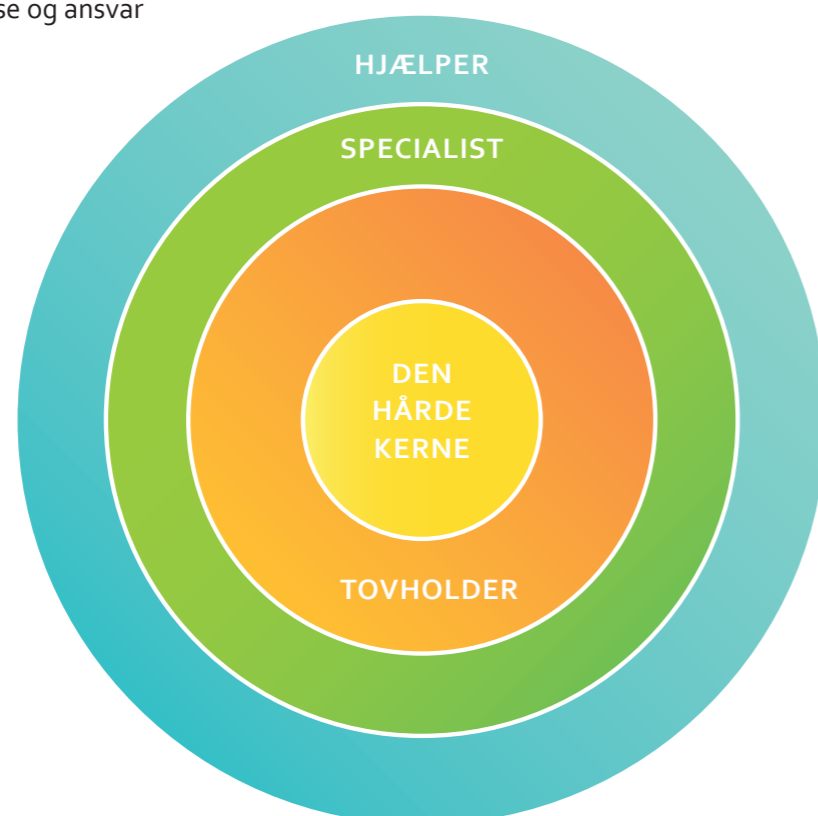
Rollefordelingen skal tage højde for den enkeltes ønsker og evner, så alle får arbejdsopgaver, som er spændende og overkommelige. Men samtidig skal holdet som helhed fungere, og der er opgaver i eventafvikling, som skal løftes. Derfor kan det være nødvendigt at bevæge sig ud på nyt territorium og påtage sig opgaver, man ikke umiddelbart regnede med, man kunne løse.

I kan bruge dette redskab som inspiration til at:

- afklare grader af involvering, indflydelse og ansvar for den enkelte.
- skabe overblik over arbejdsområder. Vi har opridset et "Dream Team" af seks spillerpositioner med hver sit arbejdsområde og forbundet med specifikke kompetencer og personlige egenskaber. De seks spillerpositioner kan udfyldes af forskellige personer, afhængig af flowet ind og ud af projektet. Af og til kan nogle personer også spille flere roller samtidig.

Når I skal fordele roller, er det en god idé at starte med at diskutere arbejdsopgaverne igennem og konkretisere, hvad de indeholder. Vær også opmærksom på, at rollerne indebærer arbejde på forskellige tidspunkter. Justér gerne rollefordelingen undervejs, efterhånden som deltagere udvikler sig, slutter sig til jer eller stopper.

FIGUR: Involvering, indflydelse og ansvar



DEN HÅRDE KERNE

Tid: Meget over længere tid (for eksempel i et ungeråd)

Ansvar: Meget

Indflydelse: Er med til at træffe beslutninger på et overordnet niveau, f.eks. hvad et ungeråd skal arbejde med

Hvad skal man kunne/have lyst til at lære: Meget, især organisatorisk viden

TOVHOLDER PÅ ET PROJEKT

Tid: Meget, men i et afgrænset projekt

Ansvar: Medium

Indflydelse: Meget, men kun på det specifikke projekt

Hvad skal man kunne/have lyst til at lære: Meget viden om det emne, projektet handler om, og om projektudvikling

SPECIALISTEN

Tid: Afgrænset opgave over kortere tid

Ansvar: Kun for sin egen specialistopgave

Indflydelse: Meget, men kun på sit felt

Hvad skal man kunne/have lyst til at lære: Specifik viden på sit felt

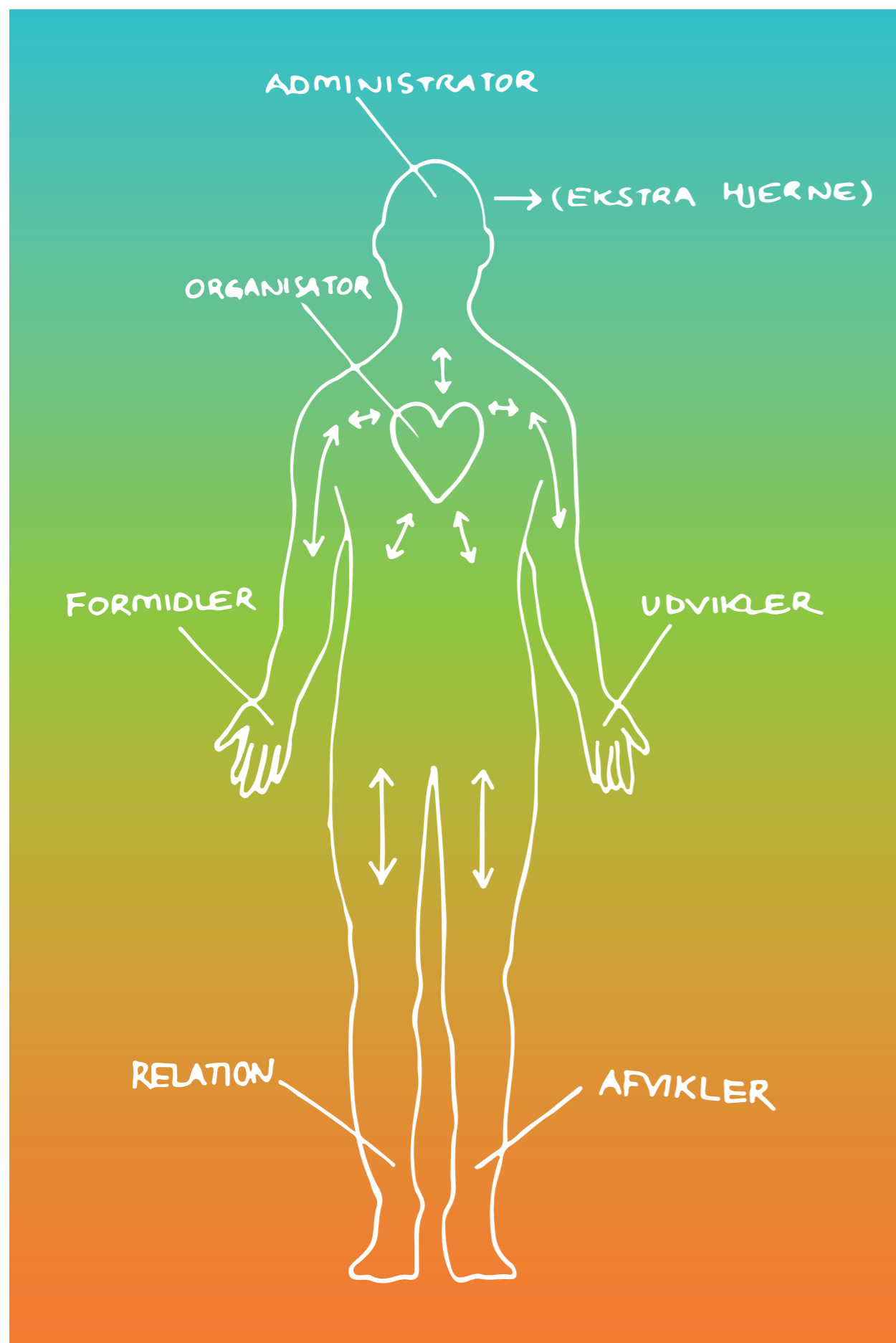
HJÆLPER

Tid: Man hjælper til enkelte dage

Ansvar: Ganske lidt

Indflydelse: Ganske lidt

Hvad skal man kunne/have lyst til at lære: Ikke noget bestemt



DREAM TEAM

DEN OPMÆRKSOMME ORGANISATOR

Organisatoren guider holdet igennem arbejdsprocessen og bevarer overblikket. Organisatoren har blik for, hvordan den enkelte og holdet fungerer lige nu, og giver kontinuerlig feedback. Samtidig har hun/han målet i sigte, sikrer fremdrift og foretager evt. justeringer i arbejdsformen. Han/hun er hjertet i projektet, fordi organisatoren får projektet til at hænge sammen og sørger for, at de andre spillere får tilstrækkelig ilt.

DEN SKARPE ADMINISTRATOR

Administratoren samarbejder tæt med organisatoren og husker alle de detaljer, som får et projekt til at glide: at følge op på aftaler, at skrive og gemme referater, uploade dokumenter til jeres Dropbox, tænke på budgettets rammer osv.

DEN PASSIONEREDE UDVIKLER

Udvikleren brænder for at opbygge nye produkter eller strukturer og vil skabe store, nyskabende ambitiøse projekter. Det kan være en person, som har en passion for den genre, I arbejder med (musik, teater mv.) eller én, som ønsker at opbygge nye samarbejder, eller udvikle nye ungepolitikker i jeres kommune.

DEN VELOGANISEREDE AFVIKLER

Afvikleren er velforberedt, struktureret og tænker på, hvordan arrangementerne skal fungere i praksis. Afvikleren har sans for de praktiske muligheder og begrænsninger i det rum, I arbejder i, og tænker på vejrforhold, teknik, transport, adgang til strøm, udstyr mv.

DEN KREATIVE FORMIDLER

Formidleren kan sætte ord og billeder på jeres succeshistorier og taler gerne jeres arbejde op. Formidleren lærer at se jeres projekt i et større perspektiv og opbygge en historie eller et univers omkring jeres arbejde. Formidleren påtager sig også opsøgende opgaver for at få historierne ud i lokalmiljøet.

DEN SAMLENDE RELATIONSSKABER

Relationskaberer har blik for de andre i gruppen og knytter bånd til dem. Relationskaberer er opmærksom på at samle gruppen, blandt andet ved sociale arrangementer, og skaber tryghed og ro på de indre linier.

4.B: PROJEKTPLAN

PROJEKTPLAN

Dette dokument hjælper jer med at skabe en plan for projektet. Hvis I har arbejdet indgående med at kvalificere jeres idé, kan I springe ned til punkt 5.

1. Mål

Definer projektets mål klart. Husk, at alle skal være enige. Skriv det, I bliver enige om, ned.

2. Værdier og identitet

Vær sikker på, at projektets mål passer til gruppens værdier, identitet og formål.

3. Afstemning af omkostninger, ressourcer og tidshorisonter

Gennemgå om projektet er realistisk og tag højde for, hvor meget erfaring, gruppen har. Overvej også økonomi, tidsperspektiv og fordelingen af arbejdsopgaver. Alle skal synes, det er sjovt at være med. Husk at tage højde for ferier, eksamenperioder og lignende.

4. Risiko

Hvad kan gå galt for projektet? Hvor galt kan det gå i værste fald? Undersøg det og læg en strategi for, hvad I i så fald vil gøre.

5. Eksternt samarbejde og interessentanalyse

Kortlæg interessenterne og planlæg samarbejde med eksterne partnere. Vær sikker på, at alle – både gruppen og andre samarbejdspartnere – er enige om samarbejde, roller og formål.

6. Tidsplan og produktionsplan

Udspecificer alle opgaver og fastlæg deadlines. Jeres tidsplan må ikke være for stram – der skal være tid til, at ting kan gå galt. Vær realistisk. Udarbejd en produktionsplan.

Opdater løbende tidsplanen, når I laver ændringer. Husk at informere og afstemme med alle, når der sker ændringer (se evt. næste dokument)

7. Budget

Lav en oversigt over udgifter og indtægter.

8. Afvikling

Udarbejd en afviklingsplan for dagen og husk at opdatere den.

9. Evaluering

Evaluér på forløbet, både positivt og negativt. Skriv læringspunkterne ned, så gruppen kan bruge dem fremadrettet.

4.C: INTERESSENTANALYSE

Mange mennesker kan have en interesse i jeres arbejde og bidrage til, at I når jeres mål. Det kan være modtagere af projektet, mulige samarbejdspartnere eller nogle, som "blot" ønsker at støtte jer og jeres

dagsorden. De kan åbne døre for jer på forskellige måder. Derfor skal I finde ud af, hvem disse interessenter er, afgøre hvordan I ønsker at samarbejde med dem og tale med dem i et sprog, de forstår.

INTERESSENTANALYSE

1. KORTLÆGNING

Skriv alle interessenter ned.

Tænk på:

- hvem er vigtigst for jeres arbejde
- hvem kan have størst indflydelse
- hvem bliver mest påvirket af jeres resultater

Hvem er I særligt interesserede i at inddrage i jeres projekt? Lav en prioriteret rækkefølge.

2. INDLEVELSE

Hvad vil jeres interessenter? Lad som om, I er dem – hvordan ser de på jeres arbejde, negativt og positivt.

Hvad skal der til, før interessenterne føler et medansvar for jeres arbejde og vil hjælpe jer på vej?

3. KONTAKT

Hvordan vil I kontakte dem, og hvad vil I sige?

Tænk på:

- hvordan kan I formulere jer, så det bliver interessant for dem at blive en del af projektet?
- Skal interessenterne have mulighed for at påvirke projektet? Hvis ja,
- hvordan?

Hvem gør hvad og hvornår? Lav en plan for, hvem der gør hvad.

Dette arbejde er vigtigt, så husk at øve jer, inden I kontakter interessenterne. Husk også at tænke på, om I kender nogle, som kan introducere jer for dem eller anbefale jer, så er det lettere at få en god, første kontakt.

4.D: PRODUKTIONSPLAN OG AFVIKLINGSPLAN

En produktionsplan skaber overblik over forberedelsesprocessen – både for gruppen og for hver deltager. Man får overblik over, hvilke opgaver projektet indebærer, og hvornår de skal løses. Man kan også se, hvilke arbejdsområder, der indeholder særligt mange opgaver, og hvem der gør hvad.

En afviklingsplan hjælper jer med at fastholde overblikket på dagen. Jo større jeres event er, jo mere udspecificeret har I brug for, jeres plan er.

I Projektmager brugte vi enkle, low tech produktions- og afviklingsplaner, som fungerede glimrende. Vi har medtaget udsnit af planerne, så I kan se, hvordan de fungerede.

Lav jeres egen produktionsplan for forberedelsesperioden med de opgavekategorier, som er relevante for jer. Hvis I afholder et event, anbefaler vi, at I udarbejder en afviklingsplan, når I nærmer jer dagen for eventet. Sæt tid af til opgaverne og vær gerne fælles om at udarbejde planerne.



BYENS Ø, ODENSE

PRODUKTIONSPLAN

1. DEFINER OPGAVEKATEGORIER

Definer kategorierne for opgaver – for eksempel "teknik", "kommunikation", "økonomi". Giv hver kategori en farve

2. BRAINSTORM OVER OPGAVER

Brainstorm over mulige opgaver. Start med større leverancer og arbejd baglæns derfra.

3. UDSPECIFICÉR ALLE OPGAVER

Skriv hver opgave ned på den farve post-it sedler, som passer til kategorien. Få overblik over, hvilke arbejdsområder, som er særligt arbejdstunge.

4. SKAB EN TIDSLINIE

Når alle opgaver er skrevet ned, sætter I dem op på en tidslinje, så I kan se forløbet i alle leverancer. Tag jer god tid og byt rundt, indtil tidlinjen ser helt rigtig ud.

5. DEADLINES

Sæt deadlines på opgaverne. De skal fastsættes så tidligt, at der er plads til, at noget går galt og må laves om.

6. UDDELEGERING

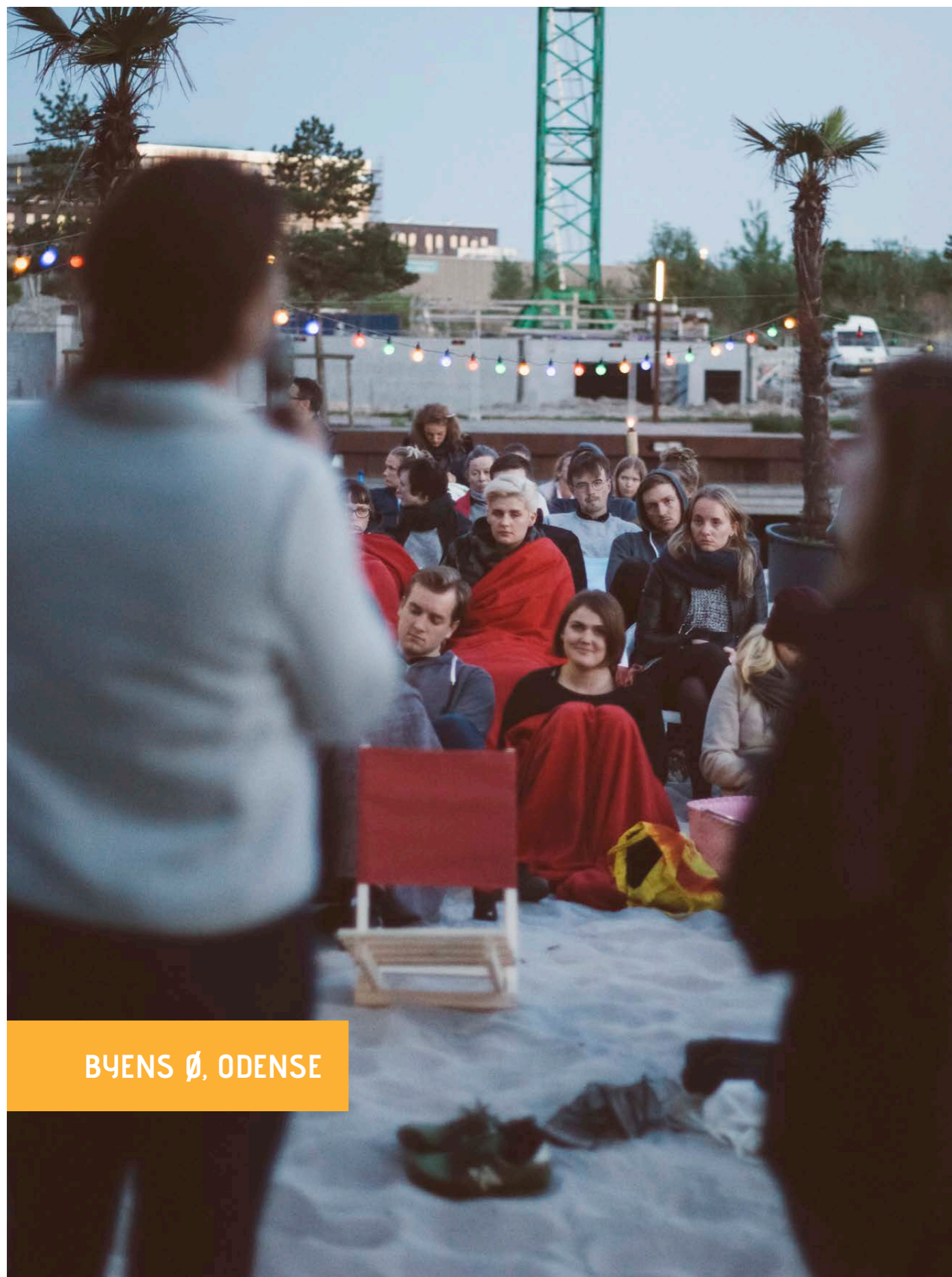
Uddelegerer opgaverne. Hvem gør hvad?

AFVIKLINGSPLAN

Afviklingsplanen følger samme proces som produktionsplanen. Sørg blot for at udspecificere opgaverne endnu mere detaljeret end i produktionsplanen, og vær endnu skarpere på den rækkefølge, I løser opgaverne i. Supplér gerne med vigtige adresser og telefonnummer/kontaktinfo på alle, der skal levere noget ifølge planen, inklusive alle fra bandmedlemmer til cateringfirmaer.

Som du kan se i udsnittet fra Dokkens afviklingsplan, skulle vi på dagen for eventet finde ud af, hvordan projektoren skulle sættes op på den nye location. Vi skulle holde event i et havnebad og manglede et ophæng eller stativ at placere projektoren på. Det var en temmelig stor udfordring, da hovedbestanddelen af aftenen var filmvisning.

Dette skulle have været afklaret i dagene inden, men var ikke sket. I sidste øjeblik fandt vi et bord og en stol på en ungdomsskole, som kunne sættes ovenpå hinanden og fungere som stativ. Den slags feberredninger skete jævnligt, og der er næsten altid et eller andet, stort eller småt, der ikke går, som man regner med. Men eventafvikling er en trænings-sag, og de fleste bliver bedre til det med tiden. Det er dog en god idé at have is i maven og være indstillet på at skulle hjælpe hinanden, når noget går galt. Hav også gerne ekstra hjælpere (evt. med en bil) klar. De skal hjælpe, når et uventet problem opstår.



BYENS Ø, ODENSE

UDSNIT AF PRODUKTIONSPLAN FOR EVENT 1 DOKKEN

Organisering og aftaler

Søg endelig tilladelse til arrangementet
Endelig aftale, strøm
Endelig aftale, band

Ansvarlig

Emil/Thomas
Tine
Emil/Thomas

Deadline

Slut juni
7. sept.
10. sept.

Teknik

Lån/lej scene
Download film og gennemse
Test projektor på location

Emil
Emil/Thomas
Emil/Thomas

9. sept.
11. sept.
12. sept.

PR

Oprette FB-begivenhed
Flyers og plakater op
Pressemeddelelse
Lokal promovring

Louise
Emil/Thomas
Louise/Tine
Emil/Thomas

1. sept.
5. sept.
7. sept.
12. sept.

UDSNIT AF PRODUKTIONSPLAN FOR EVENT 1 DOKKEN

Tid	Opgave	Ansvarlig	Kommentar
12.30	Modtag instrument/forstærker	Benjamin, H.C., Tine	
13.30	Modtag og gennemgå lydudstyr	Benjamin, H.C., Tine	se efter gul trailer
14.30	Sætte lille scene op	Lars og band	
14.30	Finde set-up til projektor og test	Emil, H.C, Tine	kig på ungdomsskolen
15.00	Hente stole m.m.	Thomas, Ungdomsskole	

4.E: 12 KORTE ANBEFALINGER TIL KOMMUNIKATION

Det er vigtigt, I synliggør jeres succeser undervejs. Det giver lyst til at fortsætte arbejdet og kan være med til at sikre opbakning til projektet i jeres bagland. Her følger overordnede anbefalinger til arbejdet med kommunikation, som I kan bruge som afsæt for jeres arbejde.

KOMMUNIKATION

STRATEGI

- **OVERORDNET**

Udarbejd en kommunikationsstrategi. Tænk både på målgrupperne, du vil nå, og byen, arrangementet skal afholdes i. Vælg de kommunikationstyper, som er relevante i jeres sammenhæng (mund-til-mund, personlig promotion, flyers/plakater, pressemeddelelser til avis, mail-invitationer, so-me).

- **ØKONOMI**

Afsæt et budget til kommunikation – I kan blandt andet få behov for en grafiker, gode fotos/video, plakater/flyers og diverse accessories som stickers, muleposer, t-shirts mv., som fremhæver gruppens identitet.

- **TIMING OG ORGANISERING**

Forbered jeres materiale, så I er klar til at rykke ud. Det skal ofte gå stærkt, og timingen er afgørende. Lav en tidsplan og fordel hver enkelt opgave.

- **SKRIFTLIG OG VISUEL KOMMUNIKATION**

Find en skrivestil og et udtryk I er stolte af, og som I har lyst til at kommunikere ud. Overvej både den skriftlige og den visuelle kommunikation og udarbejd en visuel identitet. Sæt et personligt aftryk på jeres kommunikation, og sørg for jeres kommunikation er på linje med gruppens værdier og aktiviteter.

KOMMUNIKATION

PR

- **SKAB SAMMENHÆNGE**

Overvej hvilke overordnede dagsordener, jeres aktiviteter kan tænkes ind i.

- **PRESSEMEDDELELSE**

Hvis I arbejder med større arrangementer, er det en god idé med pressemeddelelser – til radio, tv og aviser. Overvej, hvem I sender pressemeddelelsen til. Brug jeres kontakter og hold også øje med, hvem der tidligere har været interesseret i lignende historier. Prioritér kontakten til dem højt. Husk den menneskelige vinkel i jeres pressemeddelelser.

- **OPFØLGNING**

Når I sender jeres pressemeddelelse ud, skal I følge op ved at ringe. Husk, at I skal kunne kontakte journalister i deres arbejdstid. I kan også indsende et artikelforslag med jeres egen reportage og billeder fra arrangementet til mange lokalaviser.

- **MUNDTLIG PRÆSENTATION**

Vær forberedt, hvis der kommer journalister til arrangementet. Hvem taler med dem, og hvad er vigtigt at få fortalt?

SO-ME

- **SKAB FORBINDELSER TIL ANDRE**

Hvis du skaber en platform – f.eks. en Facebook-side – så sørg for, at den er levende og interessant i tiden inden eventet og forbind den til community'et omkring eventen. Dvs. interager med andre sider og personer, og like, kommentér og del deres indhold.

- **AMBASSADØRER**

Kortlæg, hvem der kan hjælpe dig med at dele budskabet, når eventen lanceres. Lav en oversigt.

Udpeg personer, som har tætte relationer til projektet, og bed dem om at dele information om jeres event på sociale medier. Henvend dig personligt til dem.

- **TIMING**

Når et event lanceres, er det vigtigt, I får en masse aktivitet i timerne lige efter. Sørg for, at alle involverede omkring eventet er aktive, og jeres partnere og dem, I har engageret, kommenterer, deler og liker. Vent med at lægge noget ud, til I har organiseringen på plads.

- **INTERESSANTE FOTOS OG VIDEO**

Lav posts, som er oplagte at kommentere, og del billeder, som er værd at dele eller like. Tag de mennesker, du kender (hvis det er ok med dem), så billedet bliver synligt og interessant i en større kreds. Brug også gerne video – korte videoer af 20-30 sekunder fungerer bedst.

