

## Załącznik nr 1

### Wytyczne

Opis oferty szkolenia powinien być napisany językiem korzyści dla osób uczestniczących, zaś same szkolenia przeprowadzone zgodnie z zasadami niedyskryminacji i równego traktowania.

Adresatami Projektu są przedstawiciele młodych organizacji pozarządowych i grup nieformalnych spoza Warszawy, działających na rzecz społeczeństwa obywatelskiego, różnorodności społecznej, równego traktowania, kultury demokratycznej i dialogu.

Oferta powinna zawierać opis poszczególnych elementów szkolenia, a także krótkie uzasadnienie ich przydatności dla organizacji społecznej, a także możliwości używania zdobywanych umiejętności w pracy z grupami odbiorców.

Umieszczone poniżej krótkie opisy i pytania pomocnicze dotyczące wybranych zagadnień powinny zostać uwzględnione w programie szkolenia, do trenera należy decyzja o ewentualnych uzupełnieniach oraz rozłożeniu akcentów i czasu pracy nad poszczególnymi elementami.

Wszystkie **szkolenia powinny rozwijać praktyczne umiejętności osób uczestniczących** w danym temacie, bazując na dobrych praktykach, studiach przypadku, ukazując często popełniane błędy, źródła informacji i treści oraz dostępne narzędzia. Mile widziane będą konteksty i przykłady z konkretnych działań organizacji pozarządowych.

### Ramowe zagadnienia tematów szkoleń

Szkolenia stacjonarne wraz z godzinnym webinarium wprowadzającym oraz indywidualnymi konsultacjami z uczestnikami:

#### 1) budowanie strategii fundraisingowej organizacji

Jak zapewnić organizacji finansową stabilność, dywersyfikować wpływy, uniezależnić się od pojedynczych grantodawców i testować sposoby angażowania nowych darczyńców? Przygotowanie procesu budowania strategii fundraisingu, w oparciu o cele i taktykę działań organizacji: analiza/diagnoza, definiowanie potrzeb, określanie celów i możliwości, lokalizowanie źródeł finansowania (granty publiczne i korporacyjne, działalność gospodarcza i pojedynczy darczyńcy) i metody ich pozyskiwania, tworzenie planów.

#### 2) budowanie strategii marketingowej organizacji

Czy organizacja społeczna potrzebuje strategii marketingowej? Przygotowanie analiz, badanie potrzeb, wypracowanie celów, marketing MIX, plan działania, cele długoterminowe, kanały komunikacji, odbiorcy etc.

Szkolenia fakultatywne online:

#### 5) zarządzanie projektami

W jaki sposób planować pracę, budować sprawny i wspierający się zespół projektowy, organizować konkretne wydarzenia, sprawnie kierować i delegować zadania, a także kontrolować na bieżąco wykonaną pracę? Jakie narzędzia mogą być przydatne w opisanych powyżej procesach oraz pracy poszczególnych członków zespołu?

#### 6) metodologia design thinking

Po co design thinking w organizacji społecznej? Jak go stosować? Empatyzowanie. Jak odszukiwać i zdefiniować prawdziwe potrzeby/problemy? Jak generować pomysły i rozbudzić kreatywność zespołu? Projektowanie pozytywnych doświadczeń dla odbiorców. Jak rozwiązywać złożone problemy? Jak budować prototypy i przeprowadzić testy? Jak włączyć procesy DT w bieżące działania organizacji?

## **7) style i metody zarządcze (agile i inne)**

Na czym polega specyfika zarządzania w organizacji? Jakie metody mogą usprawnić nasze działania? Czy możliwy jest jeden styl zarządzania w organizacji/projekcie? Jakie style i metody sprawdzają się w działaniach codziennych, a jakie są odpowiednie na sytuacje kryzysowe? Czy, kiedy i jak włączać innych współpracowników/wolontariuszy w zarządzanie organizacją?

## **8) działalność gospodarcza w organizacji**

Czy na pewno organizacja potrzebuje działalności gospodarczej? Warunki brzegowe, szanse i zagrożenia, związane z podjęciem decyzji. Zasady, zmiany w statucie, KRS, księgowość, VAT, procedury, koszty-zyski, warunki i obowiązki. Co z wolontariatem?

## **10) sojusznicy, ambasadorzy, mentorzy - budowanie sieci wsparcia**

Kto może pomóc naszej sprawie/organizacji? Gdzie szukać wsparcia? Czy na pewno go potrzebujemy nie tracąc niezależności w działaniu? Działania specjalne adresowane do naszych sojuszników oraz uwzględnianie ich w naszych działaniach.

## **11) projektowanie procesów partycypacyjnych**

Kiedy potrzebujemy zaangażowania naszych odbiorców w proces projektowania planów? Jak i kogo włączyć we wspólne projektowanie? Jak angażować, szczególnie osoby "trudno dostępne"? Organizacja/grupa jako facylitator partycypacji obywatelskiej. Ryzyka i korzyści.

## **14) profesjonalne przygotowanie ofert: współpracy, sponsorskiej, "idea pitching" w organizacji/konsorcjum partnerskim, etc.**

Kluczowe zasady, niezbędne elementy, narzędzia. Jak stworzyć profesjonalny wygląd dokumentu bez grafika. Różne rodzaje narracji w odniesieniu do celu współpracy, a także profilu działań, misji i wizji partnera. Najczęściej popełniane błędy i jak ich uniknąć. Język korzyści. Przykłady, ćwiczenia, dobre wzorce/szablony do wykorzystania.

## **15) projektowanie i komunikacja zorientowana na użytkownika/odbiorców**

Czym jest komunikacja zorientowana na użytkownika? Określanie kontekstów, precyzowanie potrzeb, oczekiwań, wymagań i ograniczeń, planowanie i tworzenie treści/projektów oraz ich weryfikacja i informacje zwrotne.

## **16) skuteczna promocja w mediach społecznościowych**

Jak budować społeczność na kanałach/grupach organizacji/wydarzeń społecznych? Gdzie i kim są odbiorcy naszych działań? Podstawowe różnice między serwisami społecznościowymi i w prowadzeniu profili organizacji/projektów. Rodzaje, częstotliwość i formaty publikowanych treści (w różnych kanałach). Jak wykorzystywać narzędzia takie jak: wydarzenia, ankiety, konkursy, zbiórki, kody QR, video, transmisje, reklamy, targetowanie, tagowanie, skracanie linków. Przydatne źródła i narzędzia (banki zdjęć, video czy infografik; polecane programy/serwisy pozwalające z łatwością przygotować profesjonalne grafiki do social mediów). Na co uważać.

## **17) architektura informacji i zarządzanie treścią**

Etyka i podstawy prawne w nowych mediach. Dostępność i język równościowy. Architektura informacji, zasady copywritingu, zasady tworzenia treści, wizualizacja informacji, narzędzia analityczne. Prowadzenie kampanii mailingowych, płatnych kampanii w social mediach, współpraca z mediami.

## **18) produkcja wydarzeń online**

Jak wybrać odpowiednią platformę i narzędzia do działań organizacji? Jak obsługiwać najbardziej popularne platformy, aby samodzielnie planować i realizować wydarzenia online? Aspekty techniczne, wykorzystanie dostępnej przestrzeni, multimediiów, oświetlenia, nagłośnienia. Nagranie czy transmisja? Jak profesjonalnie przygotować się do własnego wystąpienia online? Jak dotrzeć do nieobecnych? Rozwiązania skrojone na każdy budżet.

## **19) bezpieczeństwo w sieci**

Cyberbezpieczeństwo - tj. bezpieczna organizacja, sprzęt, konta, dane i komunikacja. Budowanie świadomości niebezpieczeństw, "bezpiecznych" nawyków i wdrażania standardów w organizacji. Cyberataki – jak wykrywać, zapobiegać i łagodzić ich skutki?