



Co-funded by
the European Union



CREASSE

MANUAL PRAKTIK "PËR ORGANIZIMIN E AKTIVITETEVE NË SIPËRMARRJEN KOLEKTIVE": ROLI I LEHTËSUESIT SOCIAL

UDHËZIME PËR ORGANIZIMIN E EVENTEVE TË PREZANTIMIT TË IDEVE NË KOMUNITET & MARKETPLACE

TABELA E PËRMBAJTJES



Udhëzues për Organizimin e Eventeve për Prezantimin e Ideve në Komunitet & Marketplace

- Hyrje 1
- Event për Prezantimin e Ideve në Komunitet 2
- Marketplace 4
- Organizimi i Eventit 12
- Qasje Ndërsektorale 20
- Burime Shtesë për Lexime të Mëtejshme 22



UDHËZUES PËR ORGANIZIMIN E EVENTEVE TË PREZANTIMIT TË IDEVE & MARKETPLACE

Hyrje

Qëllimi i këtij manuali është të ofrojë një udhëzues teknik për organizimin e eventeve si pjesë e programeve të Ndërmarrësisë.

Hapi i parë në planifikimin e një eventit është përcaktimi i qëllimeve dhe objektivave të qarta, me fjalë të tjera, identifikimi i arsyes që fshihet pas organizimit të eventit.

Përpara se të vazhdoni, ju rekomandojmë të shkruani një listë të të gjitha qëllimeve dhe objektivave që dëshironi të arrini me eventin tuaj. Kjo do t'ju ndihmojë të përcaktoni formatin e eventit tuaj.

Manuali mbulon dy lloje ngjarjesh, "Eventi i Prezantimit në Komunitet" dhe "Tregu i Tregut". Këto dy lloje ngjarjesh janë zhvilluar për t'u përshtatur lehtësisht me nevojat specifike të secilit program dhe rajon.

- **"Eventi i Prezantimit të Ideve në Komunitet"** është një konkurs njëditor me sesione praktike mbi temat. Çmimet u takojnë ideve më të mira të ndara si prezantime të shkurtra.

- Eventi **“Marketplace”** është gjithashtu një event konkursi njëditor si ai i mësipërmi. Dallimi qëndron në panaiet tregtare të sipërmarrjeve të prezantuara nga pjesëmarrësit e mëparshëm. Qëllimi është të frymëzojë dhe motivojë sipërmarrësit e rinj që i zbatojnë projektet e tyre dhe i paraqesin ato në konkurs.



Event për Prezantimin e Ideve

Kohëzgjatja: 1 mëngjes ose 1 ditë e plotë (mëngjes dhe pasdite).

Lloji i eventit: konkurs

Formati i eventit: në vend ose online.

Eventi i Prezantimit në Komunitet është një ngjarje konkurruese ku pjesëmarrësit kërkojnë **të përmirësojnë modelet e tyre të biznesit duke përdorur një metodologji inovative**. Ata gjithashtu mësojnë se si të komunikojnë më mirë me klientët e tyre të synuar. Projektet më të mira mund të shpërblehen në një sërë kategorish që do të përcaktohen nga ekipi teknik (*shih seksionin Çmimet*) për të inkurajuar zbatimin e aktiviteteve të tyre sipërmarrëse.

Eventi i Prezantimit në Komunitet do të jetë hapi i fundit pas një serie punëtorish praktike të fokusuara në hartimin e modeleve të biznesit dhe aftësitë e komunikimit (rrëfim historish dhe prezantim në distancë) të mbajtura më parë si pjesë e projektit. Do të organizohen aktivitete rrjetëzimi për të ndihmuar pjesëmarrësit të lidhen me njëri-tjetrin. Pjesëmarrësit do të jenë gjithmonë në gjendje të konsultohen me stafin teknik të organizatës.

Eventi mund të jetë online ose në vend, privat dhe i rezervuar vetëm për pjesëmarrësit e programeve ose i hapur për këdo që është i interesuar të bashkohet. Kjo do të varet nga qëllimet dhe objektivat e eventit.

Për të marrë pjesë në konkurs, pjesëmarrësit duhet të dorëzojnë të gjitha modelet e dokumenteve të kërkuara në kohë. Këto dokumente përfshijnë prezantimin e projekteve sipërmarrëse, zakonisht një model vizual për planin e biznesit (PowerPoint) dhe një spreadsheet të planit ekonomik/financiar (Excel).

Pjesëmarrësit në program do të kenë mundësinë të marrin pjesë në konkurs dhe të prezantojnë projektin e tyre me një prezantim (2-4 minuta për secilin projekt).

Më poshtë do të gjeni një shembull të axhendës së eventit:

- Fjala e mirëseardhjes dhe prezantimi institucional
- Seminar trajnimi mbi strategjitë e komunikimit
- Pushim
- Prezantimi i projekteve finaliste

Aktivitetet paralele mund të përfshijnë:

- Për pjesëmarrësit: dëshmi nga sipërmarrësit, kohë muzikore, dhomë arratisjeje, aktivitete për thyerjen e akullit, aktivitete për reduktimin e stresit etj.
- Për jurinë institucionale: ata do të mblidhen në një dhomë private për të diskutuar rreth projekteve fituese të çmimeve.

1. Prezantimi i çmimeve dhe mbyllja

2. Rrjetëzimi

Marketplace – Panair Promovues

Kohëzgjatja: 1 mëngjes ose 1 ditë e plotë (mëngjes dhe pasdite).

Lloji i eventit: konkurs

Formati i event: në vend ose online.

Sa i përket objektivave, eventin e ngjashëm me Eventin e Prezantimit në Komunitet. Dallimi qëndron në panairin/tregun **që paraqet projektet sipërmarrëse të përfunduara, ose ato të mbështetura nga entiteti organizativ që janë në fazat e fundit të procesit të zhvillimit të biznesit.** Tregu ofron një hapësirë ku projektet mund të miratohen dhe/ose shiten. Tregu është gjithashtu një shembull frymëzues për sipërmarrësit që prezantojnë idetë e tyre gjatë konkursit.

Qëllimi i konkursit është të ndihmojë pjesëmarrësit të zbatojnë modelet e tyre të biznesit dhe t'u ofrojë atyre mjete për të komunikuar në mënyrë efektive me grupet e tyre të synuara. Projektet më të mira të paraqitura mund të shpërblehen në një sërë kategorish që do të përcaktohen nga ekipi teknik (shih seksionin *Çmimet f. 7*) për të inkurajuar zbatimin e aktiviteteve të tyre sipërmarrëse.

Do të zhvillohen aktivitete rrjetëzimi për të ndihmuar pjesëmarrësit të lidhen me njëri-tjetrin. Pjesëmarrësit do të jenë gjithmonë në gjendje të konsultohen me stafin teknik të organizatës.

Eventi mund të jetë online ose në vend, privat dhe i rezervuar vetëm për pjesëmarrësit e programeve ose i hapur për këdo që është i interesuar. Kjo do të varet nga qëllimet dhe objektivat e eventit.

Për të marrë pjesë në konkurs, pjesëmarrësit duhet të dorëzojnë të gjitha modelet e dokumenteve të kërkuara në kohë. Këto dokumente përfshijnë prezantimin e projekteve sipërmarrëse, zakonisht një model vizual për planin e biznesit (PowerPoint) dhe një spreadsheet të planit ekonomik/financiar (Excel).

Pjesëmarrësit do të kenë mundësinë të marrin pjesë në konkurs dhe të prezantojnë projektin e tyre me një prezantim (2-4 minuta për secilin projekt).

Më poshtë do të gjeni një shembull të axhendës së eventit:

- Fjala e mirëseardhjes dhe prezantimi institucional
- Histori suksesi të projekteve sipërmarrëse të mbështetura nga entiteti organizativ
- Pushim
- Seminar trajnimi mbi strategjitë e komunikimit
- Prezantimi i projekteve finaliste
-

Aktivitetet paralele mund të përfshijnë:

- Për pjesëmarrësit: dëshmi nga sipërmarrësit, kohë muzikore, dhomë arratisjeje, aktivitete për thyerjen e akullit, aktivitete për reduktimin e stresit etj.
- Për jurinë institucionale: ata do të mblidhen në një dhomë private për të diskutuar rreth projekteve fituese të çmimeve.

1. Prezantimi i çmimeve dhe mbyllja

2. Rrjetëzimi

Objektivat

Gjatë fazës së zhvillimit të dizajnit, lehtësuesi social duhet **të përcaktojë objektiva të qarta dhe të arritshme**. Kur përcaktohen karakteristikat e eventit (aktivitetet, formati i eventit, kohëzgjatja, tipologjia, etj.), është thelbësore të mbahet parasysh objektivi kryesor i eventit, pasi ai do të përcaktojë shumë aspekte të eventit.

Përpyjekja për të pasur një ndikim në një territor duke forcuar marrëdhënien me subjektet financuese ose duke rritur dukshmërinë e markës është e ndryshme nga promovimi i iniciativave sipërmarrëse të zhvilluara nga pjesëmarrësit në një program.

Pas këtij hapi, ne rekomandojmë përcaktimin e objektivave sasiore të brendshëm për një qasje të orientuar drejt rezultateve . **Pasi të keni ndarë burrat dhe gratë, ndiqni më poshtë 9 elementët bazë për të ndjekur:**

- Numri i Eventeve të organizuara të Prezantimit në Komunitet.
- Numri i tregjeve të organizuara.
- Numri total i regjistrimeve.
- Numri total i pjesëmarrësve.
- Numri i planeve të biznesit ose modeleve të biznesit të zbatuara.
- Numri i subjekteve pjesëmarrëse (gjatë mirëseardhjes institucionale, ceremonisë së mbylljes, etj.).
- Numri i personave që garojnë.
- Numri i projekteve të shpërblyera.
- Numri i bashkëpunimeve të gjeneruara midis projekteve dhe shërbimeve të tjera komunitare.

Formati i Eventit

Eventet e përmendura më sipër mund të zhvillohen **online ose në prezencë**. Eventet në vend mund të zhvillohen në hapësira të ofruara nga subjekte bashkëpunuese ose në një vend të marrë me qira për këtë rast nëse buxheti i programit e lejon.

Për eventet me pjesëmarrje fizike, mbani parasysh logjistikën e mëposhtme: kapacitetin e ulëseve, vendndodhjen, aksesin në transportin publik, pajisjet e nevojshme (Wi-Fi, ngrohje, priza, tavolina, projektor dhe një sipërfaqe të sheshtë për projeksion, hapësira pune), një sallë për shqyrtimin e jurisë, ceremoninë e ndarjes së çmimeve dhe shërbimin e ushqimit, nëse është e aplikueshme.

Organizimi i eventeve me pjesëmarrje fizike nënkupton gjithashtu vendosjen e pajisjeve, prandaj ne rekomandojmë të kërkonit akses të hershëm dhe të vonë në hapësirë për të përmirësuar vendosjen e pajisjeve dhe materialeve të eventit dhe për t'i marrë ato më pas.

Për eventet online, sigurohuni që platforma dixhitale të ofrojë veçoritë e duhura për secilin event. Ne rekomandojmë fuqimisht përdorimin e mjetit Microsoft Teams, pasi ai lejon kontroll më të madh dhe mbulon nevojat themelore të nevojshme (regjistrim, kontroll të aksesit, personalizim të sfondeve, krijim të një dhome të veçantë për shqyrtimin e jurisë, etj.). Ne rekomandojmë të bëni një simulim të eventit për t'u siguruar që të gjithë pjesëmarrësit të mund të lidhen lehtësisht me eventin. Ndonjëherë subjektet bashkëpunuese nuk kanë përvojë duke përdorur Microsoft Teams dhe mund të hasin probleme me lidhjen. Përveç kësaj, lehtësuesit duhet të japin udhëzime të qarta hap pas hapi për hyrje përpara eventit dhe të ofrojnë një kontakt mbështetjeje teknike. Merrni parasysh nivelet e ndryshme të njohurive dixhitale të pjesëmarrësve dhe ofroni një demo të shkurtër live ose një seancë tutoriale përpara eventit për të përmirësuar besimin dhe për të zvogëluar vështirësitë teknike .

Buxheti

Është gjithashtu thelbësore të rishikohet buxheti i programit dhe vlerësimi i shpenzimeve. Kostot e eventit të biznesit mund të ndryshojnë në varësi të formatit të eventit, numrit të çmimeve që do të jepen, numrit të vlerësuar të pjesëmarrësve, etj.

Gjatë fazës së zhvillimit të projektimit, është e rëndësishme të rishikohet buxheti i disponueshëm në çdo linjë financiare në të cilën vlerësojmë shpenzimet e përfshira. Po kështu, ne rekomandojmë krijimin e një planifikimi shpenzimesh, duke rishikuar nëse ndonjë nga artikujt e mëposhtëm që mund të gjenerojë shpenzime zbatohet dhe duke vlerësuar shumën që do të futet:

- Shpenzimet lidhen me vendin e ngjarjes së biznesit (qiraja, pastrimi, etj.).
- Shërbime profesionale plotësuese (fotografi, ndriçim, zë, logjistikë, etj.)
- Materiale për shitje (blloqe shënimesh, dosje, stilolapsa, USB, çantë prej cope, etj.)
- Dizajnimi i materialeve të dukshmërisë (postera, rrotulla, çekë çmimesh, diploma, foto-takim, etj.) dhe printimi, nëse është e aplikueshme.
- Promovim dhe komunikim (reklamë e paguar, fushata në rrjet, etj.).
- Mbulimi i shpenzimeve të udhëtimit për pjesëmarrësit, nëse është e aplikueshme.
- Shërbimi i ushqimit, nëse është e aplikueshme.
- Nënkontraktimi i profesionistëve të jashtëm (folës, ekspertë, lehtësues, etj.).
- Dieta dhe shpenzimet e udhëtimit të ekipit teknik, nëse ka.
- Përfitime në natyrë (shërbime konsulence dhe/ose shërbime profesionale të jashtme).
- Mund të mbështeteni në mbështetjen e ekipit përgjegjës për menaxhimin financiar për shqyrtimin e buxhetit.

Rregulloret

- Çdo aktivitet duhet të jetë në përputhje me disa rregullore publike. Këto rregullore duhet të jenë të disponueshme në internet në format PDF dhe të ofrohen në aktivitetet e ndryshme promovuese të aktivitetit. Ne rekomandojmë përfshirjen e lidhjes për rregulloret në formularin e regjistrimit që mund të ngarkohet në cloud në Google Drive, Dropbox ose të ngjashme.

Rregulloret duhet të mbledhin grupin e kontakteve të përfshira në ngjarje në një mënyrë koherente. Ceremonia e ndarjes së çmimeve duhet gjithashtu të jetë në përputhje me këto rregulle. **Dokumenti duhet të përfshijë logon e entitetit organizativ, si dhe logot e entiteteve financuese dhe bashkëpunuese, nëse ka.**

Rregulloret duhet të përfshijnë seksionet e mëposhtme:

- Objektivi i konkursit: të fillojë me një hyrje të fokusuar në qëllimin e eventit dhe subjektet e përfshira në financim.
- Datat dhe formati i ngjarjes: përshkruani datat e rëndësishme dhe formatin e ngjarjes (vendndodhja ose platforma dixhitale që do të përdoret).
- Profili i pjesëmarrësve dhe dokumentacioni i kërkuar: këtu përcaktohen kërkesat që duhet të përmbushin pjesëmarrësit (ata duhet të jenë të regjistruar zyrtarisht në secilin program ose të jenë të gatshëm ta bëjnë këtë).
- Fazat dhe zbatimi i konkursit: detajoni, hap pas hapi, fazat e ndryshme të konkursit me datat dhe veprimet që duhen kryer për të marrë pjesë.
- Kriteret e vlerësimit: përcaktoni kriteret e vlerësimit në fazat e ndryshme të konkursit (teknika e prezantimit të shablloneve dhe fjalimet e projektit institucional), diskutimi dhe kazuistika në rast barazimi.
- Përbërja e jurisë: përshkruani tipologjinë e profileve që përbëjnë jurinë, nuk duhen dhënë emra, vetëm subjektet që bashkëpunojnë dhe subjekti organizativ.
- Çmimet: përcaktoni kategoritë e çmimeve, shumën ekuivalente në euro dhe detajet nëse ato janë në natyrë (në shërbime dhe këshilla për projektin sipërmarrës) apo bashkëpunime.

- Pranimi i rregullave: kushtet e rregullave dhe mbrojtja e të dhënave. Përmendni të drejtën e organizatës për të revokuar çmimet nëse zbulohet një aktivitet që nuk përputhet me objektin e konkursit ose qëllimi i përdorimit të pahijshëm të çmimeve të dhëna ose nëse zbulohet se nuk janë përmbushur të gjitha kërkesat për të marrë çmimin.

Çmimet

Çmimet zakonisht janë 'në natyrë', që do të thotë se në vend të çmimeve të drejtpërdrejta në para, fituesit marrin shërbime të vlefshme si konsulencë, mentorim ose mbështetje profesionale. Kjo qasje ndihmon në kontrollin e shpenzimeve dhe ofron dokumentacion të qartë financiar. Ekipi teknik punon me fituesit për t'i përshtatur këto shërbime në mënyrë efektive nevojave të projektit të tyre.

Shuma dhe vlerësimi i Çmimeve mund të ndryshojnë për t'iu përshtatur më mirë realitetit të projektit fitues. Çmimet e projekteve që nuk i plotësojnë kërkesat teknike të cilësisë do të shpallen të pavlefshme.

Ekipi teknik i organizatës do të takohet me projektet fituese për të specifikuar shërbimet dhe/ose këshillat më të përshtatshme për të ofruar, varësisht nga faza e projektit. Ata do të arrijnë një marrëveshje me pjesëmarrësin se si ta ofrojnë Çmimin jo-monetar në mënyrën më të mirë të mundshme.

Çmimet mund të ndahen në kategori të ndryshme, sipas shumës financiare (çmimi i parë, çmimi i dytë dhe çmimi i tretë), qëllimit, inovacionit ose fokusit të projekteve. Për shembull, disa kategori specifike Çmimesh mund të jenë si më poshtë:

- Çmimi për projektin me fokusin më të madh mjedisor.
- Çmimi për projektin me perspektivën më të madhe gjinore.
- Çmimi për projektin me ndikimin më të madh shoqëror.
- Çmimi për projektin më inovativ.
- Çmimi për projektin më të mirë të bazuar në teknologji.
- Çmimi për projektin me qasjen më të mirë të trefishtë të fitimit (ekonomike, sociale dhe mjedisore).
- Çmimi për projektin më të mirë të udhëhequr nga gratë (për të promovuar sipërmarrjen e grave).

Çmimet dhe kriteret e vlerësimit teknik dhe institucional (shih seksionet mbi Vlerësimin e Projektit Teknik dhe Vlerësimin e Projektit Institucional) duhet të jenë gjithmonë të qëndrueshme. Për shembull, nëse ka një Çmim për projektin më gjithëpërfshirës, ky aspekt duhet të përfshihet në kriteret e vlerësimit, qoftë në vlerësimin teknik, vlerësimin institucional apo në të dyja.

Të gjitha Çmimet duhet të tregojnë shumën në natyrë. Çmimet Speciale dhe Çmimet e vendit të dytë mund të jepen gjithashtu përveç Çmimeve të rregullta. Ato mund të jenë Çmime më të vogla në natyrë ose përmendje nderi që promovojnë projektin fitues për përkushtimin e tij të veçantë.

Donacionet nga subjektet bashkëpunuese, kompanitë ose profesionistët pranohen si Çmime. Megjithatë, ekipi metodologjik në nivelin e selisë qendrore duhet të njoftohet gjatë fazës së zhvillimit të projektimit për të siguruar provat e duhura financiare nga subjektet e jashtme.

Organizimi i Eventit

Seksionet e mëposhtme ofrojnë detaje të mëtejshme rreth hapave që duhen ndërmarrë për të organizuar një ngjarje. Mbi këtë seksion, ky udhëzues ofroi informacione të mëtejshme rreth hartimit dhe planifikimit të ngjarjeve. Nëse aktualisht po punoni në fazën e zhvillimit të projektimit të projektit tuaj, ne ju rekomandojmë të lexoni paraprakisht seksionet e mëparshme.

1. PROMOVIMI I AKTIVITETIT

- Promovimi i eventeve duhet të fillojë të paktën 1 muaj para eventit , në mënyrë që të ketë kohë të mjaftueshme për të zbatuar strategji të ndryshme komunikimi.
- Materialet e nevojshme të komunikimit për të promovuar eventin mund të përfshijnë postera (dixhitalë dhe/ose të printueshëm), rrotulla, çekë çmimesh, foto-takime, diploma, akreditime ose aplikime të tjera për materiale reklamuese (fletore, dosje, stilolapsa, USB, çanta prej cope, etj.).
- Ekipi teknik duhet të krijojë një formular regjistrimi online për eventin duke përdorur Microsoft Forms ose një mjet të ngjashëm. Ne rekomandojmë përdorimin e një shkurtuesi URL-sh të besueshëm, siç është <https://app.bitly.com>, për ta bërë adresën e internetit të formularit më të paharrueshme dhe më të lehtë për t'u kopjuar nga pjesëmarrësit. URL-ja e shkurtuar do të përdoret për materialet promovuese (postera, banderola, etj.), në publikimet në rrjetet sociale, në dërgimet me postë në bazat e të dhënave të subjekteve bashkëpunuese ose në veprime të tjera promovuese që do të kryhen.

2. AKTIVITETE PARA-EVENTIT

Sesione Konsultimi në grup Para Eventit

Për të ndihmuar pjesëmarrësit dhe për t'iu përgjigjur çdo pyetjeje në lidhje me eventin, rekomandohet të organizohen një ose më shumë seanca para eventit, qoftë personalisht ose në internet, për t'i udhëzuar pjesëmarrësit përmes koncepteve, fazave dhe shablloneve të dokumenteve që duhet të dorëzojnë për të konkurruar.

Mbani mend se do të jetë hera e parë që hartohet një model biznesi ose një plan biznesi për shumicën dërrmuese të pjesëmarrësve. Ne rekomandojmë që t'i shoqëroni ata me seancat e mëparshme, siç janë punëtoritë e trajnimit në grup ose seancat e këshillimit individual.

Disa nga temat që duhen trajtuar në sesionet para eventit mund të përfshijnë:

- Dizajnimi i modeleve të biznesit me Business Model Canvas.
- Propozim me vlerë të qëndrueshme.
- Analiza ekonomiko-financiare.
- Plani i marketingut.
- Teknika efektive të komunikimit.
- Shpjegimi i shablloneve të dokumenteve për të marrë pjesë në konkurs: zakonisht kërkohet një sërë dokumentesh. Dokumentet duhet të ofrohen nga ekipi teknik për të homogjenizuar informacionin e kërkuar nga projektet dhe për të ndihmuar në vlerësimin e tyre. Shabllonët mund të jenë:
 1. Model biznesi në Canvas ose Plan biznesi në format të shkurtër dhe vizual (PowerPoint).
 2. Plan ekonomiko-financiar, duke përdorur një mjet analize.
 3. Prezantim i shkurtër video ose fjalim i drejtpërdrejtë rreth idesë së biznesit .

Vlerësimi teknik i projekteve

Të gjitha projektet e paraqitura saktë në kohën e duhur do të vlerësohen bazuar në kriteret teknike të përcaktuara nga ekipi teknik i organizatës.

Ky vlerësim do të zhvillohet disa ditë para ngjarjes dhe modelet e dorëzuara do të vlerësohen me një peshë të këtij vlerësimi teknik prej 60 deri në 70% të totalit të konkursit. Prandaj, vlerësimi institucional do të peshohet nga 30 deri në 40% të totalit të konkursit.

Ne rekomandojmë që kriteret e vlerësimit teknik të bazohen në sa vijon:

(a) Ide Biznesi. Koherenca, përshtatja e idesë me nevojat e klientëve, përshtatshmëria e profilit të sipërmarrësit me kërkesat e biznesit (nga 1 deri në 20 pikë).

a) Qëndrueshmëri ekonomike dhe financiare. Kapaciteti për të kryer dhe filluar biznesin (nga 1 deri në 20 pikë).

b) Prezantim me Video. Komunikim efikas, aftësi për të sintetizuar modelin e biznesit, koherencë me idenë e biznesit dhe qëndrueshmëri ekonomike (nga 1 deri në 15 pikë).

c) Ndikim social. Ide që kanë një ndikim pozitiv social ose që parashikojnë masa të tilla në proceset dhe aktivitetet e tyre të ndryshme (nga 1 deri në 5 pikë).

d) Ndikimi mjedisor. Ide për ekonominë rrethore, strategji ose masa rrethore me ndikim pozitiv mjedisor (1 deri në 5 pikë).

e) Perspektiva gjinore. Gjuhë gjithëpërfshirëse, promovim i barazisë në strukturën e saj dhe masa specifike me një perspektivë gjinore (nga 1 deri në 5 pikë).

3. AKTIVITETE TË EVENTIT

Aktivitetet e listuara më poshtë janë një udhëzues për të kryer disa aktivitete të eventit. Çdo aktivitet tjetër inovativ me vlerë të shtuar që është në përputhje me objektivat e planifikuara në fazën e zhvillimit të dizajnit të eventit është i mirëpritur.

Sa i përket prezantimit të eventit, një profesionist me një buxhet të dedikuar programi ose ekipi i organizatës mund ta udhëheqë të gjithë eventin.

Prezantim mirëseardhjeje dhe institucional

Çfarë ju nevojitet: një hapësirë e dedikuar për hapjen e eventit, një kontekstualizim të objektivave, pjesëmarrje në event. Theksoni vlerën e rrjetëzimit të entitetit organizativ me entitetet financuese dhe bashkëpunuese. Në këtë aktivitet, përfaqësuesit e entiteteve financuese dhe bashkëpunuese ftohen, së bashku me përfaqësuesit e entitetit organizativ, për të kryer inaugurimin institucional të eventit.

Sesion Trajnimi në Grup (opsionale)

Sesionet e trajnimit në grup synojnë të trajtojnë tema që lidhen me objektivat e eventit, të tilla si dizajni i modelit të biznesit, propozimi i vlerës, plani ekonomik dhe financiar, plani i marketingut dhe prezantimi prezantues.

Ne rekomandojmë që ekipi teknik i entitetit organizativ të drejtojë këto seanca trajnimi për t'u siguruar që udhëzimet e tyre janë në përputhje me objektivat. Nëse profesionistë të jashtëm drejtojnë seancën, ekipi teknik duhet të caktojë takime paraprake me ta për të përcaktuar përmbajtjen dhe objektivat.

Këto sesione duhet të jenë praktike për të ndihmuar pjesëmarrësit të punojnë në projektin e tyre dhe të përgatisin prezantimin e tyre për konkursin.

Tregu i projekteve sipërmarrëse

Tregu i projekteve sipërmarrëse është një faqe panairi projektsh për të promovuar projekte të mbështetura sipërmarrëse që janë finalizuar plotësisht ose janë në fazat përfundimtare të krijimit të biznesit të tyre,

Tregu u ofron organizatave pjesëmarrëse një hapësirë për të promovuar, shitur dhe vlerësuar produktet ose shërbimet e tyre. Është gjithashtu një burim frymëzimi për sipërmarrësit që marrin pjesë në konkurs.

Çdo biznes ka stendën e vet, ku prezanton zgjidhjet e veta. Ne u rekomandojmë që ta shfrytëzojnë këtë mundësi për të ndarë anketa me reagime dhe për të testuar idetë e tyre të biznesit.

Prezantim i projekteve sipërmarrëse

Pjesëmarrësit do ta prezantojnë projektin e tyre sipërmarrës me një fjalim të shkurtër (2 deri në 4 minuta - prezantim në ashensor) para jurisë institucionale dhe pjesës tjetër të pjesëmarrësve. Pjesëmarrësve u lejohet të sjellin produkte ose materiale fizike për prezantimin, por ne rekomandojmë të mos përdorni diapozitiva për të theksuar aftësitë e tyre të folurit dhe komunikimit.

Për të maksimizuar efikasitetin e kohës, ne rekomandojmë që të mos i jepet jurisë institucionale mundësia për të bërë pyetje. Nëse lehtësuesi dëshiron t'i kushtojë kohë pyetjeve, ne rekomandojmë të caktoni një afat kohor për hir të barazisë midis të gjitha projekteve.

Vlerësimi institucional i projekteve

Projektet do të japin prezantimin e tyre të nivelit të lartë dhe do të vlerësohen nga një juri institucionale e përbërë nga ekspertë në sipërmarrje, përfaqësues të subjekteve organizuese, bashkëpunuese dhe sponsorizuese të eventit, ose përfaqësues të ekosistemit sipërmarrës. Kjo juri duhet të jetë një grup kolegësh me të paktën një person nga ekipi i subjektit organizativ.

Vlerësimi do të zhvillohet në kohë reale me shabllone në letër ose dixhitale që përfshijnë kriteret e vlerësimit. Për të mos ndikuar në jurinë institucionale, ekipi teknik nuk do të zbulojë informacione paraprake mbi analizën teknike të projekteve ose shkallën e zhvillimit të tyre. Pësja e vlerësimit institucional do të jetë nga 30 deri në 40% të totalit të konkursit dhe do të jetë mesatarja e personave ose subjekteve të ndryshme që marrin pjesë në vlerësimin e secilit projekt.

Ne rekomandojmë zbatimin e kriterëve të mëposhtme të vlerësimit për vlerësimin institucional të projekteve:

- Aftësia për të komunikuar në mënyrë efektive modelin e biznesit (1 deri në 10 pikë).
- e shtuar e idesë së biznesit. Kjo mund të lidhet me: gjininë, ndikimin social dhe mjedisor, ose inovacionin (1 deri në 10 pikë).
- Origjinaliteti i prezantimit, sasia e përgatitjes, motivimi dhe besimi që shfaqin sipërmarrësit (1 deri në 10 pikë).

Shqyrtimi i Jurisë Institucionale

Ky aktivitet duhet të kryhet në të njëjtën kohë me atë të shpjeguar më poshtë (shih Aktivitetet për Thyerjen e Akullit).

Shqyrtimi është një takim privat midis personave që përbëjnë jurinë institucionale dhe kanë përfaqësim nga ekipi teknik i entitetit organizativ. Ky takim është mundësia për të zbuluar rezultatin e fazës teknike në të cilën u analizuan shabllonet e paraqitura nga pjesëmarrësit (duke peshuar 60-70% të totalit) dhe llogaritet mesatarja e vlerësimeve të bëra nga juria institucionale për secilin projekt (duke peshuar 30-40% të totalit).

Për një llogaritje të shpejtë të rezultateve, rekomandohet të përdorni një spreadsheet në Excel me formulat që do të ndihmojnë në llogaritjen e rezultateve përfundimtare.

Aktivitete për thyerjen e akullit

Aktivitetet për thyerjen e akullit duhet të kryhen në të njëjtën kohë me ato të mësipërme.

Ne rekomandojmë organizimin e aktiviteteve për të thyer akullin për t'i ndihmuar pjesëmarrësit të çlodhen dhe të argëtohen ndërsa juria shqyrton mendimet pas prezantimeve të tyre.

Më poshtë janë disa shembuj të aktiviteteve për t'u organizuar:

- Aktivitet për thyerjen e akullit për të çliruar stresin, puna në grup, zhvillimi personal, improvizimi, rrjetëzimi, etj.
- Diskutim në tryezë të rrumbullakët i sipërmarrësve që krijuan biznesin e tyre me mbështetjen e entitetit organizativ.
- Dhomë arratisjeje ose lojëra që lidhen me sipërmarrjen ose zhvillimin e aftësive sipërmarrëse.
- Një performancë nga një grup muzikor, solist ose artist në zhvillim e sipër që doli nga programet tona ose që përshtatet me konceptin e eventit.

Ceremonia e Çmimeve

Përfaqësues të jurisë institucionale, subjekteve financuese dhe bashkëpunuese, si dhe përfaqësues të subjektit organizativ mund të marrin pjesë në ceremoninë e ndarjes së çmimeve. Çmimi i çmimit mund të jetë një çek kartoni, një diplomë ose një mbështetje online në varësi të imazhit të markës së secilit aktivitet.

Pushim kafeje ose kokteil

Për ngjarjet me pjesëmarrje fizike dhe në varësi të kohëzgjatjes dhe karakteristikave të vendit, rekomandohet të punësoni një shërbim ushqimi për t'u ofruar pjesëmarrësve një pushim kafeje ose një koktej lamtumire. Për ta bërë këtë, së pari vlerësoni buxhetin në dispozicion dhe llojin e kompanisë furnizuese, duke i dhënë përparësi një kompanie me vlera të përafërta me organizatën tuaj. Merrni në konsideratë shërbimet e ofruara nga njerëzit që kanë filluar një biznes me mbështetjen e organizatës në provincën tuaj.

4. AKTIVITETE PAS NGJARJES

Marrja e komenteve dhe vlerësimi i aktivitetit

Në ditët pas eventit, mos harroni t'u dërgoni të gjithë pjesëmarrësve një email duke i falënderuar për pjesëmarrjen e tyre në event dhe duke u kërkuar atyre të japin komentet e tyre në një pyetësor anonim online për vlerësimin e tyre mbi pjesëmarrjen në këtë aktivitet.

Këtu ndajmë shabllone të anketave të kënaqësisë të krijuara në Microsoft Forms të cilat mund të kopjohen dhe përshtaten për çdo lloj event.

Dërgimi i një ankete kënaqësie është i detyrueshëm dhe përgjigjet tuaja do të analizohen më vonë për përmirësimin e ngjarjeve të ardhshme.

Këtu gjeni një model të pyetësorit të vlerësimit për eventet online.

Këtu gjeni një model të pyetësorit të vlerësimit për eventet në prezencë.

Mirënjohje për entitetet

Në ditët pas eventit, ne gjithashtu rekomandojmë dërgimin e një email-i për të falënderuar subjektet që kanë bashkëpunuar, qoftë në inaugurim, në jurinë institucionale ose në organizatë, në rastin e një eventi me pjesëmarrje fizike.

Ne ju rekomandojmë të bashkëngjitni një diplomë pjesëmarrjeje dhe fotografi të eventit (në rast se jeni personalisht, ose pamje të ekranit, në rast se jeni online) në emailin e falënderimit.

QASJE NDËRSEKTORIALE

Ngjarjet janë mjete të fuqishme që e ndihmojnë organizatën të tregojë angazhimin e saj të vërtetë ndaj qasjeve ndërsektoriale në përputhje me Objektivat e Zhvillimit të Qëndrueshëm. Ne rekomandojmë që këto qasje të merren në konsideratë dhe t'i integrohen ato për të pasur një ndikim pozitiv, si brenda vendit (me pjesëmarrësit), ashtu edhe jashtë (në komunikim dhe pozicionim me subjektet bashkëpunuese).

Qasja gjinore

Të gjitha ngjarjet duhet të përfshijnë perspektivën gjinore në fazat dhe aktivitetet e ndryshme të planifikuara, para, gjatë dhe pas ngjarjes: vëmendje ndaj pjesëmarrësve, gjuhë dhe imazhe gjithëpërfshirëse të përdorura në transmetime dhe media audiovizuale.

Disa detaje që duhen vlerësuar:

- Merrni në konsideratë mundësinë e dhënies së një çmimi për gruan sipërmarrëse dhe/ose projektin me perspektivën më të madhe gjinore.
- Të shqyrtohet mundësia e mbajtjes së një seminari trajnimi mbi sipërmarrjen dhe barazinë gjinore.
- Merrni në konsideratë ofrimin e shërbimeve të kujdesit për fëmijët gjatë eventit, nëse lejohet nga financuesit, për të mbështetur pjesëmarrësit me përgjegjësitë familjare dhe për të promovuar akses të barabartë.

Qasja mjedisore

Sipas Programit të Kombeve të Bashkuara për Mjedisin, një event i qëndrueshëm “është zhvillimi që plotëson nevojat e së tashmes pa kompromentuar aftësinë e brezave të ardhshëm për të përmbushur nevojat e tyre”.

Për organizimin e një eventit të qëndrueshëm, rekomandohet të krijohet një plan qëndrueshmërie, pra një mjet bazë që përqendrohet në objektivat dhe veprimet për të organizuar eventin në mënyrën më të qëndrueshme të mundshme në varësi të secilit event. Përpunimi i planit synon të dokumentojë veprimet e ndryshme për të lehtësuar ndjekjen e tij, të përpunojë raportin pas eventit dhe përmbushjen e planit.

Në këtë kuptim, ne rekomandojmë organizimin e ngjarjeve të qëndrueshme, pasi ato fitojnë një rëndësi dhe prani më të madhe, duke ofruar vlerë të shtuar njerëzore dhe mjedisore ku dallohen pikat e mëposhtme:

- Zvogëlimi i ndikimit negativ mjedisor.
- Promovimi i ekonomisë lokale përmes punësimit të furnizuesve dhe sipërmarrësve lokalë nga programet e entitetit organizator.
- Ndërgjegjësimi shoqëror përmes edukimit dhe shembullit.
- Rrënjëzimi ose mbajtja e popullsisë në zona rurale ose të shpopulluara.
- Rimëkëmbja e mënyrave artizanale, stërgjyshore dhe tradicionale të prodhimit.
- Vëmendja e publikut dhe ndikimi më i madh në media.
- Pozicionimi dhe përmirësimi i imazhit të entitetit organizues.
- Frymëzoni inovacionin përmes menaxhimit të përmirësuar dhe fitimit të trefishtë.

Kjo tregon se një mënyrë tjetër për të bërë gjërat është e mundur.

Ja disa burime informacioni që mund t'ju ndihmojnë:

myclimate. (n.d.). Calculate the CO₂ footprint of the event – with the CO₂ calculator from myclimate – Llogaritini gjurmët e CO₂ të eventit, me kalkulatorin CO₂ nga my climate.

https://co2.myclimate.org/en/event_calculators/new

BURIME SHITESË PËR LEXIME TË MËTEJSHME

- **Local Initiatives Support Corporation (LISC).** (n.d.). Community event planner guide – Koorporta për Mbështetjen e Iniciativave Lokale: Udhëzues për Planifikimin e Eventeve të Komunitetit.

Marrë më 3 qershor, 2025, nga <https://www.lisc.org/our-resources/resource/brief-guide-community-event-planning/>

- **Silicon Couloir. (2020).** Pitch Day/Start-Up Challenge Playbook[PDF]. https://wyomingbusiness.org/wp-content/uploads/2021/12/Pitch-Day-Playbook_2020.02_Final.pdf

- **Cultivate Labs. (n.d.).** Pitch event formats – Formate për Evente të Prezantimit të Ideve.

<https://www.cultivatelabs.com/support/ignite/running-a-funding-round/pitch-event-formats>

- **VentureLab. (2022).** Comprehensive pitch event planning guide. – Udhëzues gjithëpërfshirës për planifikim e eventeve të prezantimit. <https://venturelab.org/forms/download-pitch-event-planning-guide>



CREASSE.EU



This project has been funded with support from the European Commission under the Erasmus+ Programme. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. Project number: 2024-1-ES01-KA220-ADU-000256807.