

Organiza mastrumado



Trejnistoj: Ilja De Coster & David-Emil Wickström

1

Enhavo sesioj

- 1: Pristudo kaj vizio kiel bazo de agado
 - Trejnas: Ilja De Coster
- 2: Bazaj iloj por funkciigi organizon
 - Trejnas: Ilja De Coster
- 3: Homoj kaj teamoj
 - Trejnas: David-Emil Wickström
- 4: Konflikta mastrumado
 - Trejnas: David-Emil Wickström

Ilja De Coster

2

Detala enhavo sesioj 1 kaj 2

- Parto 1
 - Organizoj kaj mastrumado
 - Pristudo
 - Vizio
 - Strategio
- Parto 2
 - Subteni funkciadon
 - Ekstera komunikado kaj merkatingo

Ilja De Coster

3

Averto kaj celo

- En du sesioj apena_ eblas ion fari...
- Celo 1: sidigi kaj pripensigi anta_ agado
 - *"Reiri por plibone salti."*
- Celo 2: konatigi kun kelkaj metodoj
 - *"Gustumi anta_ mendi plenan menuon."*

Ilja De Coster

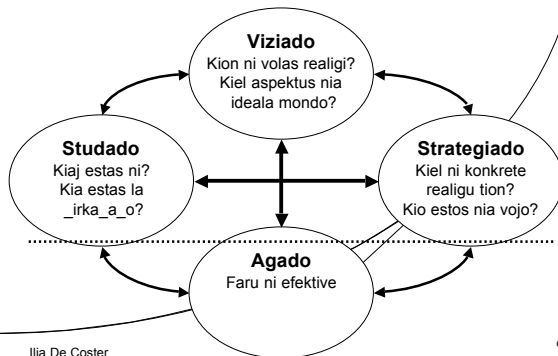
4

Mastrumi organizon

Organizoj estas kiel a_toj. Ili ne veturas el si mem, krom suben.

5

Mastrumada ciklo



Ilja De Coster

6

Pristudo

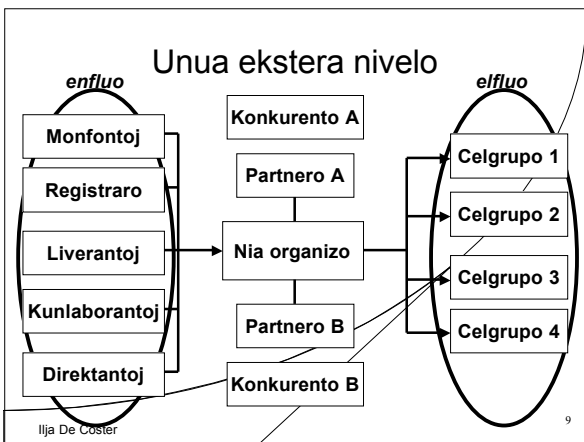
Sa_eco venas el sidado _irka_ tablo, babilante pri realeco, sen bezono _an_i_in (nun).

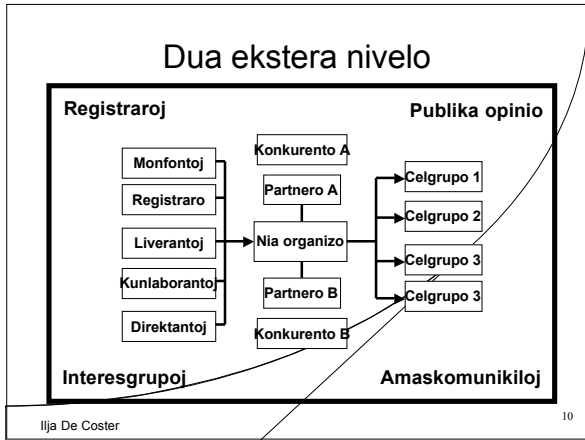
7

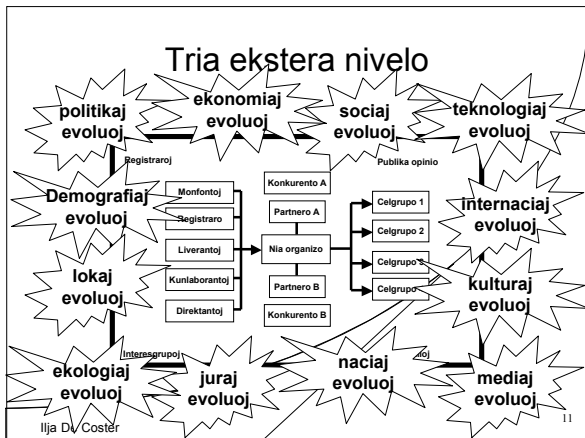
Kompreni nian organizon

- Ekstero de organizo
 - Pristudi _irka_a_on de nia organizo
 - Trovi _ancojn kaj minacojn
- Interno de organizoj
 - Pristudi diversajn organizajn aspektojn
 - Trovi forta_ojn kaj malforta_ojn
- Konkluda SWOT-analizo

Ilja De Coster 8





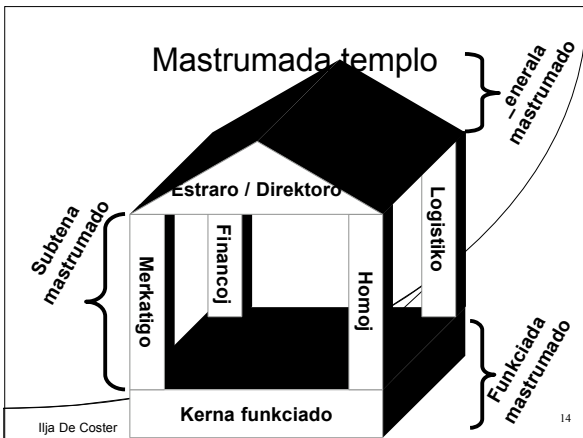


- ### Trovi _ancojn kaj minacojn
- **_ancoj**
 - Fenomenoj el nia _irka_a_o kiuj povus havi pozitivan influon je nia organizoj.
 - Kiel eluzi ilin?
 - **Minacoj**
 - Fenomenoj el nia _irka_a_o kiuj povus havi negativan influon je nia organizoj.
 - Kiel kontra_i ilin?
- Ilja De Coster 12

Listigi _ancojn kaj minacojn

Aspekto	_anco	Minaco
<i>Unua nivelo</i> - celgrupoj - monfontoj - partneroj - ...	Multnombraj subv.	Malhavas monon
<i>Dua nivelo</i> - publika opinio - amaskomunikiloj - ...	Diskutoj lingva diverseco	Malamas raportoj pri ni
<i>Tria nivelo</i> - sociaj evoluoj	Rekono pri graveco de organizoj	

Ilja De Coster 13



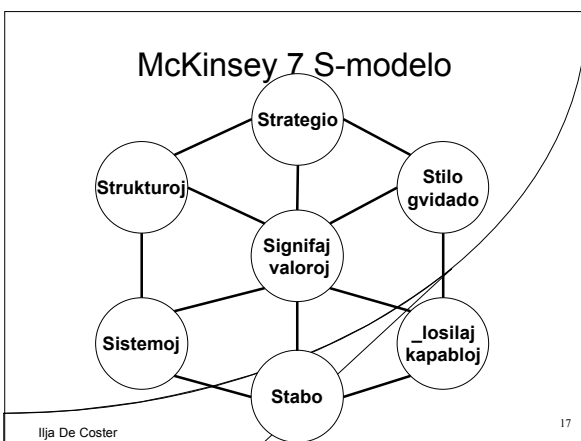
- ### T trovi forta_ojn kaj malforta_ojn
- **Forta_oj**
 - Elementoj en nia organizo kiuj bone funkcias.
 - Kiel sekurigi kaj eluzi ilin?
 - **Malforta_oj**
 - Elementoj en nia organizo kiuj malbone funkcias.
 - Kiel bonigi ilin?
- Ilja De Coster 15

Listigi forta_ojn kaj malforta_ojn

Aspekto	forta_o	malforta_o
<i>_enerala maestr.</i> - Estraroj - Direktoro	Entusiasmo	
<i>Subtena maestr.</i> - Merkatigo - Financoj - Logistiko - Homfortoj	Lasta kongreso profita Laboremaj aktivuloj	Ni nur parte celgrupon atingas
<i>Funkciada maestr.</i> - Kerna agado 1 - Kerna agado 2	Instruado bone funkcias	Mankas organizantoj por sekva kongreso

Ilja De Coster 16

McKinsey 7 S-modelo



Konkluda SWOT-analizo

Forta_oj • Entusiasmo de estraro • Laboremaj aktivuloj • ...	Malforta_oj • Nur parte atingas celgrupon • Mankas organizantoj • ...
_ancoj • Multnombraj subvencioj • Diskutoj lingva diverseco • ...	Minancoj • Celgrupo ne havas monon • Amaskomunikiloj ne raportas • ...

Ilja De Coster 18

Vizio

Se ni ne scias kien iri, ni kiel ajn
trafos aliloke.

19

La centra demando

**Kiu cele ekzistas tiu _i
organizo?**

Ilja De Coster

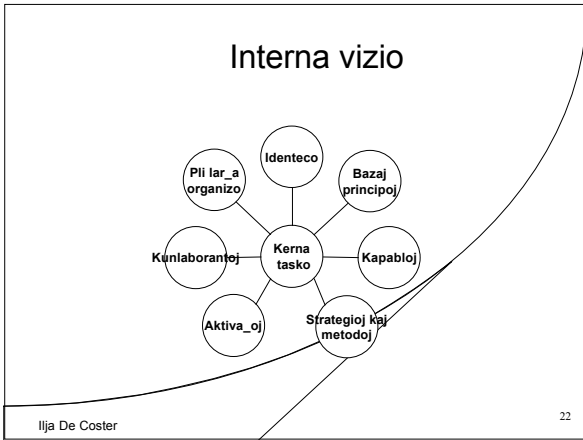
20

Graveco de vizia laboro

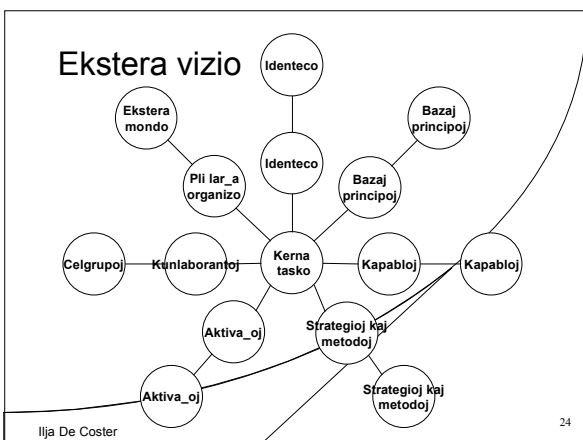
- Doni direkton
 - Tien ni iros
- Krei interligitecon
 - Ni havas ion komunue
- Mobilizigi agemon
 - Tiucele ni agados
- Firmigi identecon
 - Jen ni
- Krei tranvilecon
 - Pri tio ni interkonsentas

Ilja De Coster

21



- ### 7 internaj demandoj
- Kiu ni volas esti kiel organizo?
 - Baze de kiuj valoroj ni sin organizu?
 - Kiujn kernajn kapablojn ni do havu?
 - Kiujn strategiojn / metodojn ni uzu?
 - Kiuj internaj agadoj tion konkretigu?
 - Kiuj estas niaj (dezirataj) kunlaborantoj?
 - Kiun bildon aliaj organizeroj pri ni havu?
- Ilja De Coster
- 23



7 eksteraj demandoj

- Kiu estas nia esenca celpubliko?
- Kiujn servojn / agadojn ni ofertas?
- Kiel ni konkretigas niajn agadojn?
- Kiujn kernajn kapablojn ni do havu?
- Je kiuj bazaj valoroj ni bazi_as?
- Kiuj estas niaj celgrupo?
- Kian bildon eksteruloj pri ni havu, la_ni?

Ilja De Coster 25

Strategio

Vizio sen strategio estas nubkastelo.
Strategio sen vizio estas ko_maro.

26

Ekesto de strategio

Aktuala Situacio

- ✓ Punkto A
- ✓ Punkto B
- ✓ Punkto C

Dezirata Situacio

- ✓ Punkto A
- ✓ Punkto B
- ✓ Punkto C

Strategio

Kiel? Kio prioritare?

Ilja De Coster 27

Elementoj de strategio

- Konkreta celo
- Konkreta agado
- Mezurilo de celo
- Bezonataj rimedoj
 - Homaj (tempo kaj konoj)
 - Financaj / ilara
 - Mandataj

Ilja De Coster 28

Sesio 2

Subteni organizon

Bona volo nepras por eki la voja_on, sed ne sufi_os por anka_alveni.

29

Mastrumada templo

Ilja De Coster 30

Financoj

Por kuiru bezonatas ingredientoj

- Administri financajn movojn
- Anta_vidi havatajn financajn rimedojn
- Akiri pliajn financajn rimedojn
- Kontroli en- kaj elspezojn
- Certigi financajn sanon

Ilja De Coster

31

Logistiko

Por kuiru bezonatas kuirejo kaj kuiriloj

- Bontempa haveblo de bezonata_oj
 - Iloj, aparatoj, mebloj, servoj,...
- Bona funkciado de bezonata_oj
- Disponeblo de ta_gaj ejoj
- Abonoj kaj kontraktoj kun liverantoj
- Distribuadaj sistemoj
 - Varoj, informiloj, revuoj, interna informfluo,...

Ilja De Coster

32

Homoj

Por kuiru bezonatas kuiristoj

- Kapabloj kaj spertoj
 - Jam havataj
 - Kreotaj per trejnado
- Motivi_o kaj rekompencoj
 - Ke homoj da_rigu sian laboron
- Selektado kaj forfluado
 - Trovi ta_gajn homojn
 - Foriro / -igo de homoj

Ilja De Coster

33

Merkatigo

Kial entute kuiri se poste neniu man_us?

- Atingi nian celgrupon per komunikado
- Plibonigi nian pozicion en nia _irka_a_o
- Certigi da_rigon de nia organizo
 - *Vendi* nian produkton
 - Novaj membroj
 - Novaj partoprenantoj

Kvar dimensioj de merkato

- Produkto
 - _iaj kvalitoj, ecoj, valoroj,...
- Prezo
 - Penoj farendaj por akiri nian produkton
- Placo
 - Loko kie disponeblas nia produkto
- Promocio
 - Bruo pri la ekzisto / eblecoj de nia produkto

Komunikado ?!

Homoj droni_as en komunikado...

...via komunikado estis _us troa.

...via komunikado estis _us tro longa.

...via komunikado estis _us tro komplika.

Kelkaj bazaj reguloj...

Kion ni legas?

libroj en la la_ranko	musoj en la la domo	infanoj en iu iu_ardeno
libroj en la la_ranko	musoj en la la domo	infanoj en iu iu_ardeno

Ilja De Coster La...: Bernard Ross, IFC 2004 37

Baza regulo 1

*Homoj adaptas kion ili vidas a_a_das
al tio kion ili jam konas*

Ilja De Coster 38

Kion ni memoras?

Estas bela vetero. La domo malplenas.
 Ana malfruos. La supo varmegas.
 La knabino belas. Johano malsanas.
 La jako de Marteno malpuras. Estas bela vetero.
 La salato malvarmas. La supo varmegas.
 Marko venas a_te. Estas bela vetero.
 Estas bela vetero. La hundo postkuras la katon.
 La supo varmegas. La birdo fluetas en ka_o.
 Gea feriumas. Maria venos bicikle.
 Estas bela vetero. La buso malplenas.
 Petro promenas la_la_vojon. La urbo estas lumigita.
 La supo varmegas. La ridas. Gerda iras hejmen.
 La piano sonas bele. La domo staras en la kampo.
 Estas bela vetero.

Ilja De Coster 39

Kion ni memoras?

Estas bela vetero. La domo malplenas.
 Ana maifruos. La supo varmegas.
 La knabino belas. Johano malsanas.
 La jako de Marteno malpuras. Estas bela vetero.
 La salato malvalas. La supo varmegas.
 Marko venas a te. Estas bela vetero.
 Estas bela vetero. La hundo postkuras la katon.
 La supo varmegas. La birdo fluetas en ka_o.
 Gea ferumas. Maria venos bicikle.
 Estas bela vetero. La buso malplenas.
 Petro promenas la_la vojeto. La urbo estas lumigita.
 La supo varmegas. La ridas. Gerda iras hejmen.
 La piano sonas bele. La domo staras en la kampo.
 Estas bela vetero.

Ilja De Coster 40

Baza regulo 2

***Homoj memoras tion kion ili plurfoje
vidas a_a_das***

Ilja De Coster 41

Kion ni memoras? (2)

- kie estas la sekurelirejo?
- kie estas la necesejo?
- kiu nova_o estis hiera_?

Ilja De Coster 42

Baza regulo 3

El _ iuj informoj kiujn homoj konstante ricevas, ili faras nur selekton. La reston ili forgesas.

_is 80% de ricevitaj informoj ni forgesas ene de horo.

Ilja De Coster

43

Kion ni volas?

?

Kiam ni tion volas?

?

Ilja De Coster

La...: Derek Humphries, IFC 2004

44

Kion ni volas?

Pacon!

Kiam ni tion volas?

Nun!

Ilja De Coster

La...: Derek Humphries, IFC 2004

45

Kion ni volas?

Pacon!

Kiam ni tion volas?

Nun!

Ilja De Coster

La.: Derek Humphries,
IFC 2004 46

Kion ni volas?

Amon!

Kiam ni tion volas?

Nun!

Ilja De Coster

La.: Derek Humphries,
IFC 2004 47

Kion ni volas?

Egalecon!

Kiam ni tion volas?

Nun!

Ilja De Coster

La.: Derek Humphries,
IFC 2004 48

Kion ni volas?

Liberecon!

Kiam ni tion volas?

Nun!

Ilja De Coster

La.: Derek Humphries,
IFC 2004

49

Kion ni volas?

Pacon!

Kiam ni tion volas?

Nun!

Ilja De Coster

La.: Derek Humphries,
IFC 2004

50

Kion ni volas?

Egalecon!

Kiam ni tion volas?

Nun!

Ilja De Coster

La.: Derek Humphries,
IFC 2004

51

Kion ni volas?

Amon!

Kiam ni tion volas?

Nun!

Ilja De Coster

La...: Derek Humphries, IFC 2004 52

Kion ni volas?

Liberecon!

Kiam ni tion volas?

Nun!

Ilja De Coster

La...: Derek Humphries, IFC 2004 53

Kion ni volas?

Mondo en kiu _uj havas samajn eblecon kaj _ancojn por, konsiderante liajn a_ _ajn eblecojn kaj cirkonstancojn de la socio en kiu li a_ _i vivas, sin evoluigi kiel plenvatora kaj memstara homo!

Kiam ni tion volas?

Tio _i devus esti realigita ene de la plej mallonga templimo, realisme konsiderante la donitajn sociajn, ekonomiajn kaj politikajn kontekstojn de la socio en kiu la koncerna persono vivas!

Ilja De Coster

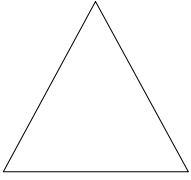
La...: Derek Humphries, IFC 2004 54

KISS...

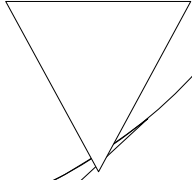
**Keep
It
Simple
Stupid**

Ilja De Coster 55

Kongruigi kun celgrupo



Via celgrupo



Via mesa_o

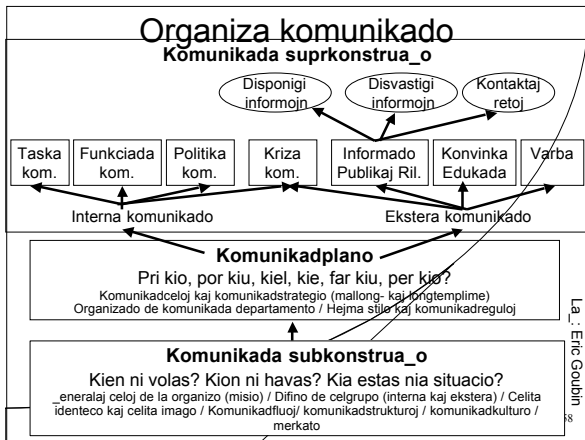
Ilja De Coster La_: Karel Claeys 56

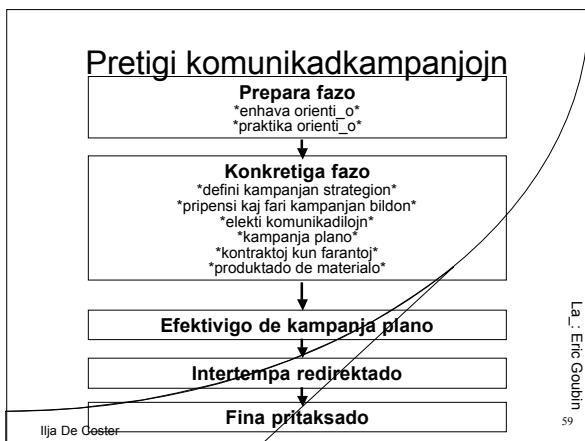
Aspektoj de komunikado

Diversaj aspektoj definas la sukceson de komunikado:

- lingvouzado
- kona nivelo de celgrupo
- interesi_oj kaj interesoj de celgrupo
 - komunikilo
 - grafika aspektigo
 - a_dvisuala subteno
 - ...

Ilja De Coster 57





- ### Enhava orienti_o de kampanjo
- Prezentado de organizo, _enerala analizo, anta_aj komunikadspertoj. (por eksteraj realigantoj)
 - Kion precize ni prezentos / reklamos?
 - Kiu(j) estas la celgrupo(j)?
 - Kion vi scias pri via(j) celgrupo(j)?
 - Kiun finan rezulton vi alcelas?
 - Kiajn objektivajn ecojn havas via organizo / produkto / aktiva_o?
 - _u_ i havas unikajn trajtojn?
 - Kian imagon vi alcelas?
 - Kiel agas konkurentoj kaj partneroj?
 - Vortumi komunikadstrategion
 - Vortumi mesa_on kaj proponon
- Ilja De Coster

Praktika orienti_o de kampanjo

- Ĝeneralaj reguloj pri teksto kaj grafiko.
- Kiun komunikadan opcion?
 - racie, emocie, serioze, surface, profunde, amuzige, informige, konvinke, populare, bilde, vorte, ...
- Kiel konkretigi en bazan koncepton: bildo kaj slogano
- Kiujn komunikadilojn elekti?
- Tempeskemon: kiam rezultoj estu?
- Je kia bu_eto vi disponas?
- Kion vi mem kapablas? Kio bezonas eksterajn spertulojn?
- Kiu kunordigos la kampanjon?
