



## Európske solárne dni

### MANUÁL PRE ORGANIZÁTORA PODUJATIA

Tento manuál vás má inšpirovať a zároveň vám má pomôcť pri príprave podujatia v rámci kampane Európske solárne dni.

#### Čo je považované za podujatie v rámci kampane Európske solárne dni?

Podujatie v rámci kampane Európske solárne dni je jednorazová činnosť organizovaná počas prvých dvoch májových týždňov. Na Slovensku máme pre rok 2016 termín 1. - 15. mája. Existuje nespočetné množstvo rôznych typov podujatí a všetky sú nejakým spôsobom spojené so solárnou energiou.

Buďte kreatívni, pretože čím väčšia je predstavivosť organizátora, tým väčšia je šanca, že podujatie bude úspešné!

#### Typy podujatí:

dni otvorených dverí (FVE elektrárne),

ukážky solárnych zariadení (napr. vo vlastníctve obce),

výstavy, konferencie, informačné stánky,

Solárne dni v školách,

tematické súťaže pre komunity (napr. v rámci športového dňa),

umelecké podujatia (tvorivé dielne, tematické vystúpenia),

výlety a poznávacie túry (pešo, na bicykli, ...),

hromadné vypustenie balónov,

preteky solárnych modelov,

stavanie solárnych zariadení (slnečné hodiny, slnečná pec),

tematické kreslenie kriedou na chodník,

spočítanie existujúcich solárnych systémov v obci a vytvorenie nástenky s ich fotografiami.

Inšpirácie pre vaše podujatie môžete nájsť na našej internetovej stránke [www.solarnedni.sk](http://www.solarnedni.sk).

## Môžete sa stať aj Vy organizátorom?

Každý môže pripraviť podujatie, ktorého témou je energia zo slnka. Organizátori sami rozhodujú o forme a rozsahu svojho podujatia a zároveň môžu počítať s našou podporou vo forme propagačných materiálov, metodologickej podpory a publicity.

Príklady tých, ktorí už organizovali takéto podujatie:

materské, základné a stredné školy,	informačné centrá,
obce, mestá, vyššie územné celky,	občianske združenia,
výrobné a inštalačné spoločnosti,	energetické poradenské centrá,
asociácie,	mimovládne organizácie,
záujmové združenia,	súkromné osoby.

## Kto sú vaše cieľové skupiny?

V prvom rade je dôležité vybrať a jasne definovať cieľovú skupinu. Všetky aktivity v rámci pripravovaného podujatia by mali byť účelovo cieleňé na túto špecifickú skupinu. Vo všeobecnosti je možné povedať, že definovanie spôsobu podania informácií a kľúčových posolstiev týkajúcich sa tejto kampane závisí od vášho cieľového publika. Čím viac je spôsob komunikácie prispôsobený ich spôsobu vnímania, resp. ich očakávaniam ohľadom toho, čo sa chcú o solárnej energii dozvedieť, tým účinnejšia bude kampaň.

Napríklad, chcete zvýšiť povedomie o solárnej energii v meste, obci a vašou hlavnou cieľovou skupinou sú obyvatelia? Určite by ste od nich ako budúcich spotrebiteľov mali očakávať nasledujúce otázky a byť pripravený na ne odpovedať vhodným spôsobom zapadajúcim do konceptu vášho podujatia:

Solárna čo?	Základná kampaň
Prečo?	Základná kampaň
Kde môžem dostať informácie?	Informačné centrum
Ako môžem získať dobrú ponuku?	Informačné centrum
Ajaj, to je drahé!	Rozsah inštalácie, Dotačné programy
Ako to bude vyzeráť na mojej streche?	Integrácia technológie
Nainštaloval som si to správne?	Kontrola kvality, poznatky inštalačných spoločností



## Zoznam úloh

Pri organizovaní podujatia však možno na niečo zabudnúť. Aby ste to mali jednoduchšie, spísali sme kľúčové body, ktoré vám pri jeho zabezpečovaní môžu pomôcť.

### Po prvé:

Začnite čím skôr uvažovať o tom, aké podujatie by ste chceli pripraviť, aká bude vaša úloha, aké sú vaše možnosti v prípade organizovania a výberu miesta na takéto podujatie. Čím viac sa dokážete s podujatím stotožniť, tým väčšie úsilie budete ochotní pri jeho zabezpečovaní vyvinúť a o to viac pozornosti potom nakoniec získa. Pozrite si internetovú stránku [www.solarnedni.sk](http://www.solarnedni.sk), kde na mape pripravovaných podujatí možno nájdete niekoho, kto už takéto podujatie chystá. V prípade, ak sa s ním viete spojiť, môžete zvážiť vzájomnú spoluprácu, prípadne požiadať ich o podelenie sa s ich predošlými skúsenosťami.

#### ÚLOHY:

Prvotná myšlienka na zorganizovanie podujatia a odhad vlastných možností,  
definovanie cieľovej skupiny,  
zostavenie vlastného tímu,  
určenie výšky a vytvorenie rozpočtu.

### Po druhé:

Čím pritiahnete pozornosť a vzbudíte záujem účastníkov o podujatie? Podarí sa vám získať starostu alebo sa na ňom zúčastní nejaká celebrita? Poznáte nejakú kapelu, ktorá by zahrála bezplatne pre dobrú vec alebo ste schopní zohnať sponzora pre vaše podujatie? Naplánujte si, ako pritiahnete návštevníkov, ich pozornosť na solárnu energiu a získate ich záujem solárnu energiu aj využívať a tým zdokonaľovať život okolo nás. V prípade potreby nezabudnite informovať príslušné orgány (napríklad ak budete potrebovať povolenie na prenájom námestia).

#### ÚLOHY:

Zostavenie programu,  
príprava organizačného plánu,  
formálne stanovenie miesta a času konania podujatia.



### Po tretie:

Zaregistrujte a svoje podujatie na našej internetovej stránke [www.solarnedni.sk/registracnyformular](http://www.solarnedni.sk/registracnyformular) a zverejnite ho pod oficiálnou hlavičkou kampane. Registráciu spravte aj v prípade, ak ešte nemáte naplánované všetky detaily: ostatným tak dáte vedieť, že plánujete podujatie v rámci Solárnych dní a v prípade, ak sa rozhodnete zmeniť miesto, čas konania podujatia alebo niečo iné, pošlite nám email a my aktualizujeme súvisiace detaily. Ak sa zaregistrujete, zadarmo vám zašleme propagačný balíček.

### ÚLOHY:

Registrácia na [www.solarnedni.sk](http://www.solarnedni.sk)

### Po štvrté:

Zabezpečte, aby sa o vašom podujatí vedelo. Naše skúsenosti hovoria, že miera vášho vlastného úsilia určuje, koľko publicity dostanete.

#### *Tlačové správy:*

Naša Agentúra vydáva všeobecné tlačové správy k Solárnym dňom, ale ste to vy, kto musí zabezpečiť prípravu tlačových správ pre vaše podujatie. Tlačové správy treba zasielať médiám 1 – 2 týždne pred vašim podujatím. Nahovorte na spoluprácu miestne médiá, ale neváhajte poslať tlačové správy aj všetkým médiám, na ktoré viete získať kontakt. Možno pritom získate novinára, ktorý vám bude vďačný za tému a vy dosiahnete požadovanú publicitu. Na tlačovú správu môžete použiť predlohu na našej internetovej stránke (link=Predloha tlačová správa), prípadne sa môžete obrátiť na nás. Radi vám poradíme z pohľadu našich skúseností s mediálnou prácou.

#### *Platená reklama:*

Zvážte, či je pre vás reálna možnosť objednať si platenú reklamu podujatia v miestnych médiách (noviny, rozhlas, televízia). Možno máte v okolí aj ďalších záujemcov o organizovanie podujatia, s ktorými môžete uverejniť spoločnú reklamu.

#### *Internetové stránky, Newsletter, Sociálne siete*

Porozmýšľajte o všetkých internetových stránkach, na ktorých môžete zverejniť informácie o vašom podujatí. Všetky mestá a obce majú vlastné informačné internetové stránky alebo vydávajú newsletter o tom, čo sa deje vo vašom okolí. Prípadne máte možnosť zverejniť informáciu na stránkach turistických klubov, centier voľného času či iných záujmových

združení. Určite nezabudnite pridať podujatie do všetkých dostupných sociálnych médií v rámci vlastných profilov alebo skupín.

### *Plagáty*

Najneskôr dva týždne pred začatím Solárnych dní od nás dostanete vytlačené plagáty určené na propagáciu vášho podujatia, ktoré vyvesíte vo vašom okolí. Pre prípravu vlastných propagačných plagátov si prosím stiahnite logo podujatia.

#### ÚLOHY:

Aktívna propagácia podujatia.

### Po piate:

V samotný deň konania podujatia.

Vyzdobte miesto konania vašich Solárnych dní, napríklad pomocou balónov, ktoré od nás dostanete. Oblečte si tričko s logom podujatia, aby návštevníci vedeli identifikovať organizátora. Zabezpečte osobu, ktorá bude mať na starosti zdokumentovanie priebehu podujatia, robiť fotografie, filmovať, počítať účastníkov. Rozmiestnite dostatočné množstvo letákov s informáciami o výhodách využívania slnečnej energie.

Ale hlavne sa bavte, smejte, zoznamujte a užite si pocit, že robíte niečo, čo má zmysel!

#### ÚLOHY:

Realizácia a zdokumentovanie podujatia.

### Po šieste:

Po skončení sa možno budete chcieť pochváliť svojim úspešným podujatím v miestnych novinách, prípadne v miestnej televízií. Pripravte vlastnú tlačovú správu a spomeňte v nej, ako dobre vaše podujatie prebehlo a pripojte aj zopár obrázkov z jeho priebehu. Ak by ste pritom potrebovali pomoc, neváhajte sa na nás obrátiť.

Tiež by sme vás chceli poprosiť, aby ste nám nezabudli dať vedieť, ako sa vám darilo. Na jednej strane bez týchto informácií nie sme schopní zlepšovať sa pri organizovaní týchto aktivít a na druhej strane nám vaše úspechy pomáhajú získavať sponzorov pre ďalší ročník.

#### ÚLOHY

Zasielanie spätnej väzby koordinátorovi.

