Advancing Women In Transport + Logistics

wil power



Sieć Kobiet w Logistyce- Przewodnik

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

SPIS TREŚCI

Wprowadzenie....3
Dlaczego Sieć Kobiet w Logistyce?....3
Czym jest Sieć Kobiet w Logistyce?....3
Dlaczego Sieć Kobiet w Logisyce i Transporcie....4
Jak rozwinąć SIEĆ KOBIET W LOGISTYCE I TRANSPORCIE krok po kroku....4
Jak znaleźć mentora....6
Kto powinien być zaangażowany?....7
ĆWICZENIE - Kto powinien być zaangażowany i znaczenie zaangażowania?....8
Inne czynniki do rozważenia w ramach procesu identyfikacji członków....9
Jak zaangażować interesariuszy?....10
Działające metody....10
Jak zaangażować interesariuszy?....11
Ważne, aby zdobyć zaangażowanie....12
Branding i głos....13
Zwiększenie motywacji....15
Początek....16
Zorganizowanie wyjątkowego pierwsze spotkania!....17
Plan Działania....18
Wsparcie osób z doświadczeniem- czyli peer-to-peer....19
Pytania do rozważenia dotyczące wsparcia osób z doświadczeniem....20
Tematy do rozważenia....20
Narzędzia i platformy komunikacji wewnętrznej....22
Przegląd narzędzi i platform komunikacji wewnętrznej....23
Korzystanie z LinkedIn dla klubów sieciowych....24
Planowanie zrównoważonego rozwoju Sieci Kobiet w Logistyce....27
Zagadnienia dotyczące zrównoważonego rozwoju....28
Wykorzystanie marketingu do rozwoju Klubu Sieci Kobiet....28
MATERIAŁY....29
Przykład programy....30
Protokół....31
Wzór formularza RODO....32
Karta zobowiązania....33
Ankieta satysfakcji uczestników....34
Relacja ze spotkania....35

Wprowadzenie

Projekt WIL Power

Sektor logistyki Unii Eurpoejskiej, w tym transport, działalność spedycyjna i zarządzanie łańcuchami dostaw, jest jednym z największych i najbardziej rozwiniętych na świecie: co oznacza, że szybko się rozwija i stale dostosowuje się do nowych technologii i globalnych praktyk biznesowych. Jendak pod względem różdorodności płci branża logistyczna pozostaje w tyle. Obecnie tylko 10 % kobiet pracje na poziomie zarządu, a całkowity udział kobiet w tej branzy to tylko 25%.

Z tych powodów cel projektu Wil Power jest jasny: rozwijać innowacyjne kształcenie i szkolenie zawodowe, które pomoże kobietom pracującym w transporcie i logistyce w awansie w firmach oraz organizacjach w których pracują.

Dlaczego Sieć Kobiet w Logistyce?

W dziedzinie transportu i logistyki kobiety potrzebują praktycznych wskazówek, wsparcia i wglądu w postęp. Celem klubu jest zapewnienie współpracy, która umożliwi komunikację i wsparcie tym, którzy jej potrzebują.

Wsparcie środowiska kobiet w logistyce, pozwoli im na zbudowanie pewność siebie, która jest niezbędna, aby odnieść sukces i wykorzystać swój potencjał przywódczy.

Czym jest Sieć Kobiet w Logistyce?

Wizja

Sieć Kobiet w Logistyce i Transporcie to klub, który:

- Kultywuje wspierające, bezpieczne środowisko, w którym kobiety mogą zyskać pewność siebie podczas wspinania się po szczeblach kariery,
- Zapewnia mentoring i wsparcie osób doświadczonych, co pomoże kobietom lepiej zrozumieć problemy, z którymi mogą się spotkać, i dowiedzieć się, jak je przezwyciężyć.

Cel

Celem Sieci Kobiet w Logistyce i Transporcie jest wspieranie kobiet z sektora transportu i logistyki w tworzeniu dodatkowych wartości dla firm w których pracują oraz zgłaszaniu się na stanowiska kierownicze i menedżerskie poprzez:

- Rekrutacja uczestników - kobiety aktualnie pracujące w branży Transport i Logistyka.
- Umożliwienie uczestnikom dzielenia się informacjami, wiedzą i umiejętnościami w ramach procesu uczenia się opartego na współpracy w celu promowania programu przywództwa kobiet.
- Tworzenie bezpiecznego, opartego na współpracy środowiska, w którym kobiety mogą się rozwijać, zwiększając pewność siebie i entuzjazm.
- Wprowadzenie kobiet w działania odpowiednie do osiągnięcia awansu w ramach mentoringu peer-to-peer.

- Zdobycie zaangażowania tych kobiet, w taki sposób, aby wykorzystały zasoby WIL Power i pomogły rozpowszechniać informacje o projekcie.

Strategie (jak)

Strategie sugerują ścieżki i sposoby podążania drogą do sukcesu. Strategie pomagają określić, jak zrealizować wizję i cele. Dobra strategia powinna zawierać istniejące bariery i zasoby (ludzie, pieniądze, władzę, materiały itp.) i zawsze powinna być tworzona przed podjęciem działań, a nie decydować, jak coś zrobić po tym, jak już zostało to zrobione.

Strategia jest mniej szczegółowa niż plan działania (który mówi, kto-co-kiedy); zamiast tego stara się szeroko odpowiedzieć na pytanie: „Jak się tam dostaniemy?". Jeśli strategia ma działać skutecznie i mieć trwały efekt, powinna być opracowana średnio lub długoterminowo.

Na przykładzie projektu WIL Power:

- ✓ Każdy organizator klubu utworzy branżową sieć wsparcia peer-to-peer składającą się z 15-20 + kobiet w transporcie i logistyce, w oparciu o zasady sieci kobiet w biznesie i programów mentoringu, które okazały się bardzo skuteczne w zwiększaniu umiejętności i pewności siebie potencjalnych liderów.
- ✓ Każdy organizator klubu rekrutuje ponad 15-20 kobiet, aby dołączyły do Sieci Kobiet w Logistyce i Biznesie. Będą one kontaktować się z wieloma kobietami o zróżnicowanym doświadczeniu, aby zapewnić autentyczność Sieci.

Dlaczego Sieć Kobiet w Logisyce i Transporcie

Niniejszy przewodnik dotyczący rozwoju sieci kobiet w transporcie i logistyce ma na celu dać wgląd w to, w jaki sposób tworzy się, organizuje i utrzymuje relacje w klubie. Przedstawia niektóre podejścia z doświadczeń partnerów projektu Wil Power w budowaniu skutecznych sieci wspierania kobiet.

Przewodnik po rozwoju sieci wyjaśnia, dlaczego zaangażowanie różnych interesariuszy publicznych i prywatnych od samego początku może prowadzić do bardziej zrównoważonego modelu.

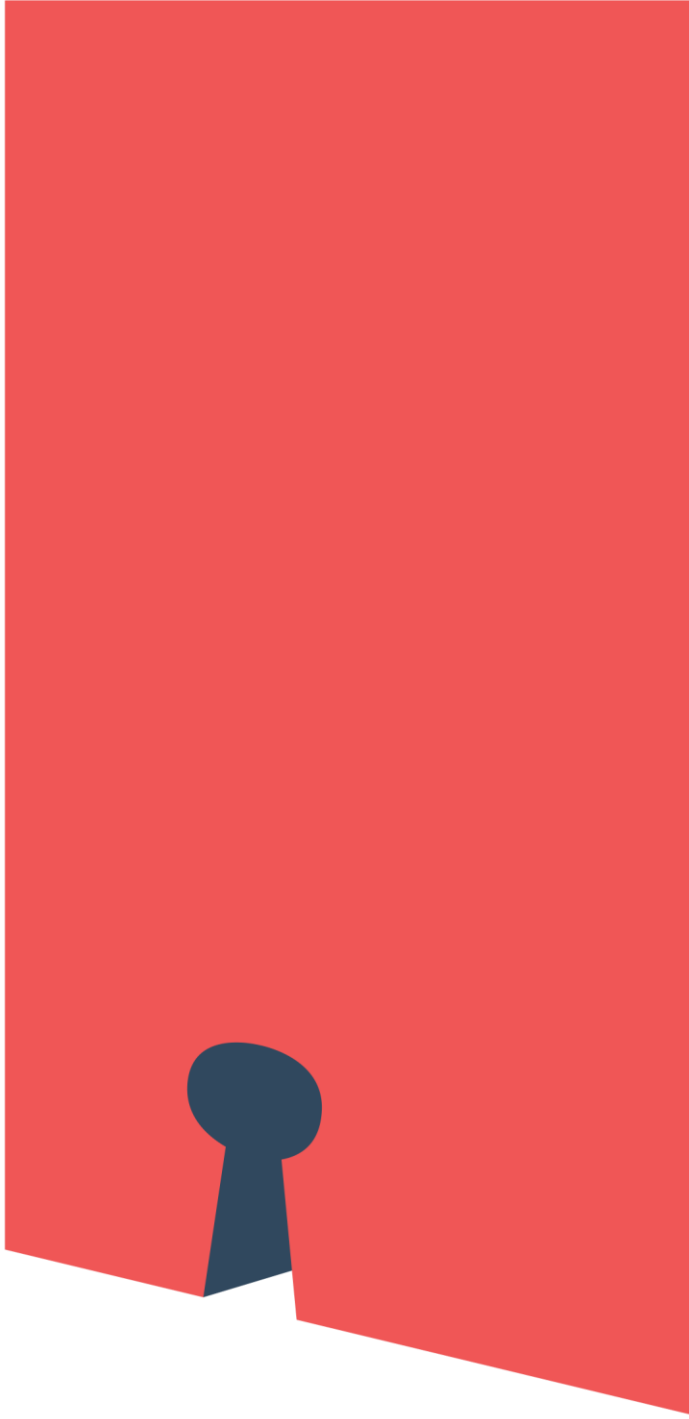
Należy podkreślić, że nie ma jednej właściwej drogi do rozwijania potencjału Sieć Kobiet w Logistyce. Niniejszy przewodnik

Sekcja 2

Krok 1

Jak znaleźć mentora

- kto powinien być zaangażowany?





Kto powinien być zaangażowany?

Punktem wyjścia do tworzenia Sieć Kobiet w Logistyce jest zaangażowanie odpowiednich osób. Co należy rozważyć na tym etapie:

- Kim są profesjonalistki, które mogłyby skorzystać na Sieć Kobiet w Logistyce?
- Kto może wpływać i podejmować decyzje dotyczące rozwoju kobiet w transporcie i logistyce?
- Kto zajmuje się szkoleniem personelu w transporcie i logistyce?
- Kto jest zaangażowany we wspieranie sektora transportu i logistyki?
- Kto ma wpływ na procesy kadrowe w transporcie i logistyce?
- Jakie są kluczowe firmy i podmioty transportowe i logistyczne na tym obszarze?
- Kto zajmuje się regulacją transportu i logistyki?

Najlepiej byłoby, gdyby z branży logistycznej i transportowej były zaangażowane następujące osoby:

1. kobiety pracujące na stanowiskach logistycznych i transportowych,
2. kobiety pracujące w logistyce i transporcie poza przemysłem oraz
3. kobiety w branży logistycznej i transportowej na stanowiskach niezwiązanych z logistyką i transportem

Kluby powinny dążyć do przyjmowania kobiet o zróżnicowanych umiejętnościach i pochodzeniu. Członkowie powinni dzielić pasję do pracy w sektorze transportu i logistyki oraz posiadać bardzo proaktywne usposobienie. Zazwyczaj każdy klub będzie składał się z 15 do 20 kobiet. Kluby powitają również studentów z dziedzin logistyki, transportu, łańcucha dostaw jako cenionych członków, mając nadzieję wpłynąć na ich pozytywne ścieżki kariery w najbliższej przyszłości.

Klub będzie dążył do wzajemnego wsparcia, ale także wpłynie na organizacje szkolenia zawodowego i uczelnie w swoim regionie, aby uzyskać lepszą pozycję kobiet w tej branży. Dlatego też Kluby mogą przyjmować przedstawicielki powyższych organów.

PRZYKŁAD MOTYWACJI: W ramach Sieć Kobiet w Logistyce każdy partner zrekrutują 20 kobiet, aby dołączyły do Klubu Kobiet w Logistyce i Transporcie.

Sieć Kobiet w Logistyce jest również sposobem zapewnienia rzecznictwa i wsparcia kobietom w tym sektorze. Jeśli uda się zaangażować zarówno kobiety na wpływowych stanowiskach kierowniczych, jak i kobiety, które chcą rozwijać swoją karierę, może to podnieść profil klubu zachęcić innych do akceptacji.

ĆWICZENIE - Kto powinien być zaangażowany i znaczenie zaangażowania?

Do jakich grup kobiet warto dotrzeć?

	1 W ogóle nie dotyczy	2 Odpowiednie, ale nieważne	3 Neutralny	4 Raczej ważne	5 Bardzo ważny
Menedżerowie HR, którzy mogą być zainteresowani rozwojem kariery swoich pracownic	☐	☐	☐	☐	☐
Kobiety, które obecnie pracują na niższych / operacyjnych stanowiskach kierowniczych w firmach transportowych lub 3PL	☐	☐	☐	☐	☐
Kobiety, które obecnie pracują na niższych / operacyjnych stanowiskach kierowniczych w firmach produkcyjnych, detalicznych lub konsultingowych	☐	☐	☐	☐	☐
Członkowie stowarzyszeń zawodowych, izb inżynierskich lub stowarzyszeń branżowych	☐	☐	☐	☐	☐
Regionalni lub krajowi decydenci odpowiedzialni za opracowywanie przepisów pracy i wytycznych dotyczących szkolenia zawodowego	☐	☐	☐	☐	☐
Personel dyrekcji KE	☐	☐	☐	☐	☐
Pracownicy uczelni potencjalnie zainteresowani wdrożeniem szkolenia Wil Power	☐	☐	☐	☐	☐
Dostawcy szkoleń zawodowych potencjalnie zainteresowani wdrożeniem szkolenia Wil Power	☐	☐	☐	☐	☐
Dodatkowa grupa 1, kobiety pracujące w sektorze nie zajmujące jeszcze żadnych stanowisk kierowniczych	☐	☐	☐	☐	☐
Dodatkowa grupa 2, firmy transportowe i logistyczne	☐	☐	☐	☐	☐

Inne czynniki do rozważenia w ramach procesu identyfikacji członków

- Jaki jest ich poziom władzy / wpływu? Czy prawdopodobnie będą mentorem lub uczniem?
- Jakie relacje/powiązania istnieją między członkami? Czy pracują w tej samej organizacji?
- Jakie są główne potrzeby i oczekiwania członków?
- Jaką motywację ma członek?
- Do jakiego typu organizacji należy każdy członek?
- Jaki jest ich docelowy poziom sukcesu?



Jak zaangażować interesariuszy?

Ponieważ każdy region i kraj ma inną dynamikę, stosuje się różne podejścia, aby zaangażować interesariuszy.

Oto, co należy wziąć pod uwagę :

1) W jaki sposób te kobiety skorzystają z poświęcenia czasu na pracę w Sieci Kobiet w Logistyce?

2) Jasno określone oczekiwania. Przynajmniej ich zobowiązanie do uczestniczenia w 2 spotkaniach grupowych w okresie trwania projektu powinno być wymagane. Ponadto dzielenia się informacjami, wiedzą i umiejętnościami w ramach wspólnego procesu uczenia się, aby wspierać program i wykorzystywać zasoby WIL Power. Mentorki powinny również pomagać w rozpowszechnianiu projektu. Liczba spotkań grupowych powinna być starannie zaplanowana. Należy też pamiętać, że zbyt wiele lub zbyt mało spotkań może mieć negatywne skutki.

Działające metody

Na początek spotkania indywidualne - kontakt osobisty

Po pierwsze, należy nawiązać osobisty kontakt telefoniczny lub e-mailowy, aby poprosić o spotkanie lub kawę, wyjaśnić cele projektu, dlaczego akurat te osoby powinny być zaangażowane i poprosić je o wsparcie na spotkaniu wprowadzającym. Korzystanie z osobistych kontaktów w celu wywołania zaangażowania jest bardzo skuteczne. Jest to również przydatną okazja, aby zapytać interesariuszy, co myślą o stworzeniu Sieci Kobiet w Logistyce.

Następnie należy wysłać pisemne zaproszenie do klubu, aby sformalizować działania.

Kiedy już znaleziono właściwą osobę, należy wysłać formalne zaproszenie - najlepiej pocztą. Spersonalizowanie listu, da pewność, dlaczego akurat te osoby są zaproszone do udziału i jakie korzyści może przynieść ich zaangażowanie. Do listu powinien być dołączony dobrze sformułowany opis projektu podkreślający przewidziany wpływ na region. Listowe wezwanie do działania ma na celu zaproszenie ich na spotkanie wprowadzające do Sieci Kobiet w Logistyce.

Najważniejsza wskazówka: *Cierpliwość to podstawa! Rzadko zdarza się, aby wszystkie kluczowe cele zostały osiągnięte na samym początku: należy być wytrwałym i nadal angażować się oraz zapraszać kluczowe osoby, dzielić się poczynionymi postępami i ponownie prosić o wsparcie dla Klubu.*





Krok 2

Jak zaangażować interesariuszy?

Ważne, aby zdobyć zaangażowanie

Karta Zobowiązania

Jednym ze sposobow zaangażowania osób do współpracy jest tak zwana karta zobowiązania, na której wyraża się chęć wniesienia wkładu w określony cel, projekt lub inicjatywę. Podpisanie karty zobowiązania, mimo że jest to dość symboliczny akt, wzmacnia relacje z klubem. Taka karta nie tylko buduje świadomość na temat projektu, ale także wywołuje „zobowiązanie" do wspierania ogólnych celów projektu - ma to bardzo potężny efekt.



Branding i głos

Branding, głos oraz cała komunikacja powinny odzwierciedlać idee, motywy, wartości i inicjatywy grupy docelowej.

Branding

Branding w projekcie WIL Power reprezentuje postępy kobiet w logistyce.

Symbol strzałki skierowanej od akronimu WIL do słowa POWER wywołuje w nas nastrój sukcesu oczekiwanego w najbliższej przyszłości, w którym kobiety odgrywają wiodącą rolę w branży logistyki i transportu.

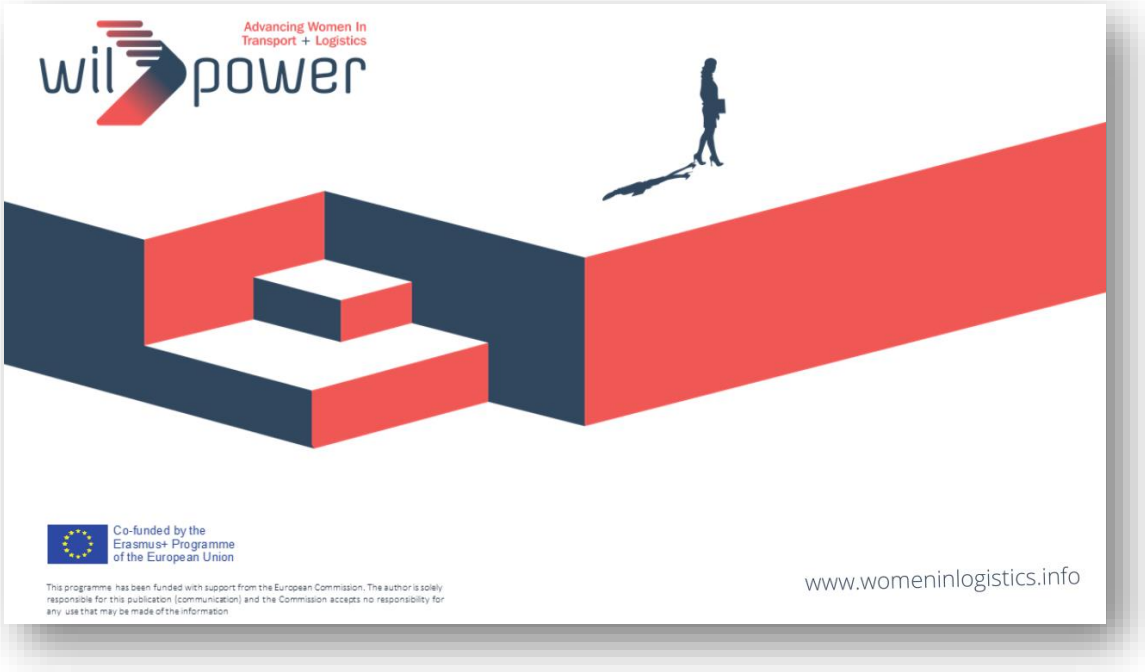
Logo nawiązuje do skojarzenia akronimu WIL ze słowem WILL- czyli przyszłość.

Kolory odzwierciedlają silną kobietę w jednolitym niebieskim, co daje znak, że ta branża i ten kolor nie są zarezerwowane tylko dla mężczyzn. Odcienie różu zapowiadają żywą, istotną i niezbędną obecność kobiet oraz przewidują znaczenie poglądów, wiedzy i wkładu kobiet w tej branży.



W przypadku spotkań online wskazane jest użycie tła, aby wzmocnić markę. Aby dowiedzieć się więcej o korzystaniu z wirtualnego tła podczas spotkań online, kliknij TUTAJ.

Tło spotkań online (tło)



Głos

Kontakt będzie odbywał się jeden na jeden i składać się będzie z ustrukturyzowanego wywiadu lub zaproszenia do przynależności do klubu. Będą wykorzystywane interakcje społeczne między kobietami w czasie rzeczywistym, za pomocą narzędzi komunikacji cyfrowej, które dzisiejsi profesjonaliści mają na wyciągnięcie ręki.

Ton głosu może być różny dla różnych marek, okazji, celów, w istocie jest to:

- ✓ Sposób, w jaki mówimy/mówi marka
- ✓ Głos pozostaje ten sam, ton zmienia się w zależności od słuchacza.

Oto niektóre z różnic:

- ✓ ***FORMALNE A NA CO DZIEŃ***
- ✓ ***POWAŻNE vs ŚMIESZNE***
- ✓ ***SZACUNEK vs BEZ SZACUNKU***
- ✓ ***ENTUZJASTYCZNIE A RZECOWO***

Zalecane jest skłanianie się w stronę swobodnego sposobu mówienia, entuzjastycznym głosem, ale także realizowanie komunikacji opartej na faktach.

Wskazane jest przyjęcie nawyków chwalenia członków, którzy osiągnęli swoje cele. Można to zrobić na spotkaniach, kanałami komunikacji lub podczas indywidualnych sesji.



Dla członków powinny być ustanowione ciepłe i zachęcające zasady komunikacji, a moderatorzy / administratorzy Sieci Kobiet w Logistyce i Transporcie powinni delikatnie zachować czujność w promowaniu tego głosu.

Należy również zaplanować zewnętrzną rolę komunikacji. Rolą komunikacji zewnętrznej jest zapewnienie widoczności pracy klubu, organizowanie wsparcia, a także przyciąganie zasobów i zaangażowania.
Po pierwsze, należy opracować strategię komunikacji - która powinna być powiązana z ogólnym planem strategicznym klubu i jego działaniami. Na komunikację należy przeznaczyć wystarczające zasoby - zarówno czasowe, jak i finansowe. Wyznaczenie rzecznika ds. komunikacji/prasy może ułatwić i pomóc osobom spoza Sieci Kobiet w Logistyce i Transporcie, aby wiedziały do kogo zwrócić się o informacje. Dbanie o dobre kontakty z lokalnymi mediami i aktywna obecność w kanałach mediów społecznościowych ma kluczowe znaczenie. Sukcesy Klub powinny być regularnie przedstawiane decydentom.

Zwiększenie motywacji

Przesłaniem kryjącym się za słowami jest głos serca.
– Rumi –

Krok 3

Początek



Zorganizowanie wyjątkowego pierwsze spotkania!

W Irlandii używa się wyrażenia – „dobry początek to połowa sukcesu”! Biorąc pod uwagę, że jest to przedsięwzięcie wspierające kobiety w logistyce, z naciskiem na wzajemne wsparcie, tak samo jak w przypadku istotnych trendów w branży, właściwe jest uwzględnienie zarówno tematów motywacyjnych, tematów zorientowanych na kobiety, jak i faktów i wiadomości z branży.

Oto przykład pierwszego programu wprowadzającego wydarzenia, zorientowanego na wyjaśnienie projektu i określenie tonu rozwoju kariery:



Aby zapoznać się z wzorami agend i protokołów ze spotkań, należy przejść do sekcji „Zasoby”.

A może zorganizować spotkanie w ciekawej lokalizacji? Lub, jeśli ma być to spotkanie online, można dołączyć interesujących mówców i przeprowadzić różne dyskusje. Chociaż pierwsze spotkanie może mieć nieformalny ton, postęp należy osiągnąć w następujący sposób:

- Wyjaśnienie zasięgu geograficznego członków klubu. Może nie być ograniczone do jednego regionu lub jednego kraju, ponieważ członkowie mogą być zainteresowani różnymi lokalizacjami. Może być to zaleta, która wpływa na atrakcyjność klubu.
- Kto jeszcze powinien być zaangażowany? Członkowie Klubu mogą wykorzystywać swoje kontakty do identyfikowania i pozyskiwania poparcia od innych odpowiednich interesariuszy.

- Uzgodnij kanały komunikacji klubu– obejmowało by to założenie projektu Dropbox lub innego systemu udostępniania plików, uzgodnienie, co można zrobić na grupie LinkedIn i jaka komunikacja jest odpowiednia na przykład dla e-maili lub WhatsApp.
- Uzgodnienie początkowych ról w klubie i wyznaczenie przewodniczącego i sekretarza lub mniej formalne role, takie jak administratorzy i osoby PR.

Po zaplanowaniu spotkania ważne jest, aby zaproszenia zostały wysłane na czas, a także przyjacielskie przypomnienia co najmniej tydzień przed wydarzeniem. Ważne jest również, aby być ostrożnym i nie przytłoczyć członków.

W zaproszeniach powinny znajdować się wszystkie niezbędne szczegóły dotyczące spotkania:

- ✓ miejsce (zwróć uwagę na różnice między spotkaniami online i offline)
- ✓ godzina i data (uwaga na różne strefy czasowe)
- ✓ czas trwania
- ✓ program
- ✓ wszelkie niezbędne przygotowania
- ✓ cel
- ✓ korzyści.

Warto robić zdjęcia, nagrywać, sporządzać protokoły. Należy pamiętać, aby postępować zgodnie z zasadami RODO (patrz sekcja Zasoby). Można również sporządzić informacje do lokalnej prasy, w której będą zawarte wzmianki o organizacjach interesariuszy zaangażowanych w Sieć Kobiet w Logistyce i Transporcie.

Plan Działania

Planowanie nie musi być męczącym zadaniem, wystarczy zapisać kilka zdań na papierze. Należy jednak pamiętać, że ten prosty krok przynosi efekty w podejmowanych działaniach.

Istnieje bardzo proste, 3-etapowe podejście do planowania działań:

1. Zdefiniowanie potrzeby / problemu / wyzwania- dlatego faza badań jest tak ważna - patrz etap 5.
2. Opracowanie rozwiązania
3. Wdrożenie rozwiązania

Brzmi zbyt prosto? Oczywiście! To właśnie prostota w projektach wielopodmiotowych jest kluczem do sukcesu! Każdy krok jest podzielony na kilka zadań. Należy pamiętać, że nie wszystkie zadania mają zastosowanie do każdej sytuacji, a niektóre mogą być stosowane w różny sposób w zależności od okoliczności.

Teraz, gdy potrzeba/wyzwanie dla Sieci Kobiet w Logistyce i Transporcie jest zrozumiała, niektóre kroki mogą być przygotowane wcześniej. Można też włączyć członków w niektórych lub wszystkich krokach. Można to zrobić poprzez spotkania, e-maile, ankiety lub inne sposoby komunikacji. Zadania, na których należy się skupić, to zdefiniowanie CO chcemy zrobić, a następnie zobowiązanie się do tego, JAK to zrobimy. Zadania, których należy przestrzegać, to:

1 Przygotowanie zarysu

Przygotowanie konspektu Sieci Kobiet w Logistyce i Transporcie, w którym nakreślone będą priorytetowe działania oraz osoby zaangażowane w klub, przyniesie korzyści w pierwszej kolejności. Gdy już wiadomo, że to co zostało wstępnie naszkicowane jest wykonalne i wiadomo kto powinien być zaangażowany, można przystąpić do sporządzenia szczegółowego planu.

2 Sformułowanie celu

Co chcemy osiągnąć? W oparciu o zdefiniowaną potrzebę, należy wypisać możliwe rozwiązania; zestaw działań, które doprowadzą do wyniku. Powinno się porównać te rozwiązania, biorąc pod uwagę cele, strategiczne ograniczenia, dostrzeganą trudność wdrożenia i wszelkie inne kryteria istotne dla sytuacji. Następnie należy wybrać ten, który jest preferowany, a pozostałe należy zachowywać na potrzeby planów awaryjnych.

3 Zarys planu (CO)

Wypisanie głównych kroków planu i uzgodnienie odpowiedniej kolejność działań.

4 Zdefiniowanie potencjalnych barier i możliwości

Identyfikacja możliwych przeszkód, które można napotkać podczas wykonywania działań. Określenie, jakie wydarzenia, osoby, organizacje lub przepisy mogą pomóc w realizacji planu.

5 Identyfikacja i zaangażowanie interesariuszy (KTO)

Zidentyfikuj kluczowych interesariuszy i ich rolę we wdrażaniu planu. Określ potrzeby i zainteresowania tych graczy. Czy mamy ich wsparcie? Co musimy zrobić, aby uzyskać ich wsparcie? W przypadku niektórych interesariuszy musimy się komunikować (na przykład z mediami), podczas gdy z innymi będziemy musieli negocjować.

6 Szczegółowy opis planu (JAK)

Szczegółowo opisane i zaplanowane działania dla każdego etapu. Zaleca się:

- Podział sekwencji kroków na tyle szczegółów, ile potrzeba.
- Określenie zasobów potrzebnych do każdej akcji.
- Zdefiniowanie czasu i wszelkich warunków wstępnych dla każdego działania.
- Szacowanie czasu dla każdego działania.
- Kto co robi?

7 Krok wstecz i przegląd

Czy potrzebny jest plan awaryjny (CO JEŚLI)?

Najważniejsza wskazówka: przeczytaj ten blog, aby znaleźć pomysły i szablony dotyczące planowania działań: *https://creately.com/blog/diagrams/how-to-write-an-action-plan/*

Wsparcie osób z doświadczeniem- czyli peer-to-peer

Wsparcie peer-to-peer, nie oznacza nic innego jak wsparcie osób, które już osiągnęły sukces w danej dziedzinie i niosą ze sobą bagaż doświadczeń oraz wiedzy, którą mogą przekazać innym. Dzięki temu, osoby chcące się rozwijać mają już teoretyczne pojęcie jak przejść przez niektóre etapy oraz jak radzić sobie z problemami. Istnieją różne rodzaje wsparcia osób z doświadczeniem, ale wszystkie mają na celu:

- Stworzenie grupy osób, które mają wspólne doświadczenia, aby się wzajemnie wspierać
- Zapewnienie przestrzeni, w której czujemy się akceptowani i zrozumiani
- Traktowanie doświadczenia wszystkich jako równie ważne
- Obejmuj zarówno dawanie, jak i przyjmowanie wsparcia.

Poprzez wspólne zrozumienie, szacunek i wzajemne wsparcie, osoby pracujące w tej samej branży mogą pomagać sobie nawzajem w rozwoju kariery poprzez wymianę wiedzy, porady i motywację. Role wsparcia mogą również obejmować:

- Świadczenie usług i / lub szkolenie
- Nadzór nad innymi pracownikami rówieśniczymi
- Rozwijanie zasobów
- Administrowanie programami lub agencjami
- Edukacja opinii publicznej i decydentów

Pytania do rozważenia dotyczące wsparcia osób z doświadczeniem

Przed poproszeniem interesariuszy Sieci Kobiet w Logistyce i Transporcie, aby stali się mentorami lub przed przypisaniem ról, zespołów i relacji jeden do jednego, zaleca się przejść przez te pytania refleksyjne;

- ✓ Kto udziela i otrzymuje wsparcie rówieśnicze?
- ✓ Jakie są nasze wspólne doświadczenia?
- ✓ Czy osoby, które dołączają, mają więcej niż jeden rodzaj wspólnego doświadczenia? Jakie są to doświadczenia?
- ✓ Jakie są wyzwania, jeśli w ogóle, związane z koncentracją na naszych wspólnych doświadczeniach we wspieraniu rówieśników?
- ✓ Czy są osoby, którym ta wzajemna pomoc może nie być pomocna? Czy są ludzie, którzy mogą nie być w stanie odpowiednio wnieść wkładu?
- ✓ Jeśli są ludzie, którzy obecnie nie spełniają kryteriów wzajemnego wsparcia, jak byśmy im to powiedzieli i jak moglibyśmy pomóc im w znalezieniu odpowiedniego wsparcia?
- ✓ Czy są jakieś bariery natury praktycznej lub kulturowej, uniemożliwiające dołączanie osób?

Po rozważeniu wszystkich tych kwestii można rozpocząć organizowanie wzajemnego wsparcia. Można je zainicjować nawet na pierwszym spotkaniu Klubu może to być wezwanie do członków o wyrażenie zainteresowania. Członkowie mogą wymieniać kontakty, definiować tematy i krótko informować o swojej działalności. Obecność kierownictwa klubu nie jest obowiązkowa, ale należy zachęcać członków do dzielenia się informacjami, a zbieranie informacji zwrotnych na temat satysfakcji może odbywać się anonimowo.

Tematy do rozważenia

Sieć Kobiet w Logistyce i Transporcie będzie punktem wyjścia dla wielu kobiet, które chcą wspiąć się po drabinie kariery w transporcie i logistyce. Mają również zapewnić bezpieczną przestrzeń do omawiania obaw i przeszkód oraz uzyskania wsparcia w formie dyskusji, debaty i przykładów sukcesu. Oto kilka propozycji tematów, które można poruszyć i omówić na różnych zajęciach Sieci Kobiet w Logistyce i Transporcie:

- Lęki i przeszkody oraz wsparcie w postaci dyskusji, debaty i przykładów sukcesu z życia wziętych
- Korzyści z poradnictwa i zarządzania kobietami
- Dzielenie się informacjami, wiedzą i umiejętnościami
- Jak osiągnąć równowagę między życiem zawodowym a prywatnym
- Skuteczne wyznaczanie celów
- Nowości i aktualności z branży transportowo-logistycznej
- Zasoby: kursy, zestawy narzędzi dostępne dla kobiet w transporcie i logistyce
- Zarządzanie i przywództwo
- Zachęcanie do kreatywności i zarządzanie zmianą
- Komunikowanie ambicji związanych z rozwojem kariery

- Innowacyjność w transporcie i logistyce
- Tworzenie sieci i dokonywanie strategicznych wyborów



Krok 4

Narzędzia i platformy komunikacji wewnętrznej

Przegląd narzędzi i platform komunikacji wewnętrznej

Komunikacja wewnętrzna odnosi się do grupy procesów lub narzędzi, które są odpowiedzialne za efektywny przepływ informacji i współpracę między uczestnikami w organizacji lub sieci.

Otwarta i przejrzysta komunikacja to świetny sposób, aby upewnić się, że członkowie rozumieją zasady, wizję oraz że wszyscy są zgodni z wartościami klubu.

Przed rozpoczęciem komunikacji, należy rozważyć w jaki sposób dzielimy się wiadomościami z członkami.

Ważne pytania to:

- Czy potrzeby członków są dobrze zrozumiane?
- Czy odbiorcy wewnętrzni są segmentowani?
- Czy używane są odpowiednie kanały komunikacji wewnętrznej?
- Czy kanały, w których pracownicy czują się najbardziej komfortowo są brane pod uwagę?
- Czy każdy z członków otrzymał potrzebne informacje we właściwym czasie?
- A co z treścią, jest wciągająca?
- Czy członkowie są proszeni o opinie?

Charakter klub sugeruje, że jest to profesjonalna sieć, która również musi motywować i inspirować, dostarczając praktycznych informacji i ułatwiając mentoring oraz organizacje wszelkich spotkań i wydarzeń. W tym celu sugeruje się korzystanie z tego rodzaju narzędzi / platform komunikacji wewnętrznej, aby uzyskać najlepsze wyniki:

LinkedIn (strona zapewniająca widoczność i stworzona, aby dedykowana grupa skupiła się bardziej na komunikacji wewnętrznej i informowaniu)

- Aby uzyskać więcej informacji na temat korzystania z LinkedIn w klubach sieciowych, zobacz poniższy nagłówek: Korzystanie z LinkedIn w klubach sieciowych

Kanały wiadomości błyskawicznych, takie jak WhatsApp za pozostawanie w kontakcie z członkami i szybkie udostępnianie informacji

- Aby uzyskać więcej informacji na temat korzystania z WhatsApp, przeczytaj ten artykuł: https://www.goodhousekeeping.com/uk/consumer-advice/technology/a562093/whatsapp-tips/

Narzędzia do współpracy, takie jak Dokumenty Google

- Aby uzyskać więcej informacji na temat korzystania z Dokumentów Google do współpracy, przeczytaj ten artykuł https://www.mojomedialabs.com/blog/your-guide-to-collaborative-document-editing-with-google-docs

Narzędzie do udostępniania plików, takie jak Dysk Google

- Aby uzyskać więcej informacji na temat korzystania z Dysku Google do współpracy, przeczytaj ten artykuł https://cloud.google.com/blog/products/drive/5-ways-your-team-can-start-collaborating-with-google-drive

E-mail, taki jak Gmail

- Sprawdzone metody komunikacji grupowej w Gmailu: https://support.google.com/a/users/answer/9942025?hl=pl
- Email jako forma komunikacji elektronicznej: https://intl.siyavula.com/read/cat/grade-10-cat/internet-communication/12-internet-communication?id=ch12.2

Korzystanie z LinkedIn dla klubów sieciowych

Strona LinkedIn a grupa LinkedIn

Strona LinkedIn, podobna do strony na Facebooku, jest jak profil, ale dla firmy, marki lub organizacji. Organizacja może publikować wiadomości, aktualizacje, filmy, artykuły i zdjęcia, które „Obserwatorzy" strony zobaczą we własnych kanałach LinkedIn.
Jest to raczej narzędzie do komunikacji zewnętrznej i może być skutecznie wykorzystywane do promowania grupy LinkedIn, która jest narzędziem wewnętrznej komunikacji i informacji dla członków Sieci Kobiet w Logistyce i Transporcie. Zaleca się silną koncentrację na grupie LinkedIn, aby ułatwić funkcjonowanie Sieci Kobiet w Logistyce i Transporcie, a także wykorzystać stronę LinkedIn jako narzędzie promocyjne, przydatne również przy rekrutacji nowych członków.

Praktycznie oznaczałoby to, że posty byłby publikowane zarówno na stronie LinkedIn, jak i grupie LinkedIn, ale grupa byłaby interaktywna, hostowałaby więcej spostrzeżeń z wnętrza klubu, prowadziła ankiety, komunikację wewnętrzną poprzez komentarze, zwiększała aktywność. Strona zawierałaby bardziej statyczne posty, które miałyby być udostępniane przez zewnętrznych interesariuszy.

Grupy to miejsce, w którym poszczególni członkowie LinkedIn spotykają się, aby omawiać obszary wspólnego zainteresowania. Aby publikować i uczestniczyć w dyskusji, ludzie muszą należeć do grupy, a grupy mogą obejmować zarówno bardzo szerokie tematy, jak i niszowe obszary zainteresowań.

Grupy mogą również mieć różne ustawienia prywatności. Większość z nich można wyszukać i poprosić o dołączenie do nich, ale niektóre mogą być prywatne i niewidoczne w wyszukiwaniu.

Zarządzanie popularnością grupy na LinkedIn

Jako jedna z najważniejszych platform społecznościowych B2B, LinkedIn może pomóc przyciągnąć więcej osób do projektu. Poprzez konsekwentne publikowanie i zaangażowanie odbiorców można zbudować scentralizowaną społeczność w największej na świecie profesjonalnej sieci i zachęcić członków klub do udziału w rozpowszechnianiu informacji.

Oto kilka porad i wskazówek dotyczących postów:

- Udostępnianie aktualnych i trafnych treści.
- Przyciągnie uwagi obrazem lub filmem.
- Tekst powinien być krótki. Jeśli jednak post jest dłuższy, powinno się używać więcej łamań akapitów lub wypunktowań, aby był bardziej czytelny.
- Wywoływanie kluczowych statystyk, punktów i cytatów.
- Dołączenie jasnych i prostych wezwań do działania (CTA).
- Wymienianie odbiorców, których ma dotyczyć post.
- Oznaczanie wspomnianych osób i stron.
- Wdrożenie pytań tak, aby można było na nie szybko odpowiedzieć.
- Tworzenie ankiet LinkedIn w celu uzyskania opinii i zaangażowania.
- Dodawanie w naturalny sposób od dwóch do trzech odpowiednich hashtagów.
- Pisanie silnych nagłówki artykułów.
- Sprawdzanie komentarzy i zamienianie ich w posty.
- Wybieranie sekcji z dłuższego postu i dostosowane jej do nowej.
- Wiadomościach, które otrzymujemy; mogą być świetnym źródłem inspiracji.

- Nie należy umieszczać linków w poście. Zamiast tego można je dodać w komentarzach.

Idealnie byłoby, gdyby zdjęcia były własnością klubu, przedstawiając wartości i historię marki. Jednak, sugerowane było wcześniej w przypadku Instagrama i Facebooka, możemy również korzystać z bezpłatnych zdjęć stockowych np. Z:

- ✓ https://unsplash.com
- ✓ https://www.pexels.com
- ✓ https://pixabay.com
- ✓ https://www.freepik.com.

Jako strona LinkedIn nie możemy wysyłać próśb o połączenie do innych użytkowników, ale rówieśnicy mogą. Powinni szukać osób, które pracują w branżach docelowych odbiorców i wysyłać do nich prośby o połączenie. Sugeruje się, aby wysyłali notatki (wiadomości) wraz z prośbami o połączenie i upewniali się, że wspominają o marce. Po nawiązaniu połączenia powinni wysłać wiadomość uzupełniającą i poprosić o nowe połączenie, aby śledzić stronę.

Zaangażowanie

Korzystanie z hashtagów

Jak na każdej innej platformie mediów społecznościowych, hashtagi na LinkedIn pomagają ludziom znaleźć interesujące tematy i treści. Użytkownicy LinkedIn mogą wyszukiwać hashtagi, obserwować je i klikać na kilka na raz, aby znaleźć podobne posty. Używanie hashtagów w postach na LinkedIn daje większą szansę na eksplorowanie klubu, poprzez śledzenie hashtaga który został użyty przez osoby piszące posty.

Grupa LinkedIn będzie miała również własne hashtagi. Są to trzy wybrane hashtagi, których można użyć, aby znaleźć posty innych osób. W ten sposób można dołączyć do aktualnej rozmowy i komentować te posty jako stronę firmową, która zwykle nie jest obsługiwana przez LinkedIn.

Komentowanie postów LinkedIn jako stronę

Należy komentować jak najwięcej postów o podobnej tematyce oraz zaprosić autorów podobnych postów do odwiedzenia grupy oraz poprosić ich o opinię:

„Dziękuję bardzo, to była ciekawa lektura. W związku z tym chcielibyśmy poznać opinię na temat naszego ostatniego postu. Znajdź go tutaj: [link do posta]. Dziękuję Ci. Z pozdrowieniami, Sieć Kobiet w Logistyce”

Najbardziej przydatne okazało się udostępnianie ankiet, więc tak samo jak z postami, zaleca się branie udziału w ankietach innych osób lub organizacji, oraz zapraszanie do odwiedzenia Sieci Kobiet w Logistyce.
Komentowanie oraz dzielenie informacji są mile widziane, dlatego że pozwala na wzajemne promowanie grup oraz profili.

Członkowie jako sojusznicy LinkedIn

Członkowie będą najsilniejszymi sojusznikami w rozwijaniu strony LinkedIn. Wcześniej wspominaliśmy o wysyłaniu próśb o połączenie i wiadomości z zaproszeniami do śledzenia strony. Mogą również pomóc zwiększyć zasięg, lubiąc każdy nowy post, komentując i udostępniając ciekawe nowe treści. Każde zaangażowanie, jakie podejmą, zapewni ekspozycję sieci. Gdy wszyscy są zaangażowani w platformę, tworzy ona fenomenalnie rozszerzoną sieć, która tworzy większą obecność firmy i buduje świadomość branży.

W grupie LinkedIn członkowie mogą również udostępniać fragmenty treści. Grupy te zapewniają profesjonalistom, w tej samej branży lub o podobnych zainteresowaniach do udostępniania treści, znajdowania odpowiedzi, publikowania i przeglądania ofert pracy, nawiązywania kontaktów biznesowych i ustanawiania sami jako eksperci branżowi.

Wybierz temat, na którym zależy członkom w grupie LinkedIn

„Grupa powinna jednak skupiać się wokół tematu, który ma naturalny związek z marką, a mniej na bezpośredniej promocji marki lub firmy. Osoby powinny dołączyć do grupy, ponieważ interesuje ich temat, a nie Twoja firma. Z biegiem czasu widzowie stworzą naturalny związek z tematem i Twoją marką, poprzez wypracowane połączenie, które jest znacznie bardziej wartościowe."

- Charlie Lowe z Social @ Ogilvy

Temat, na którym zależy członkom, nie tylko przyciągnie ich do grupy LinkedIn. Pomoże to również utrzymać skupienie rozmów w grupie i ułatwi nam i zespołowi zarządzanie grupą.

Oto kilka pytań, które pomogą nam zdecydować o temacie grupy:

- Jakie są cele dla społeczności?
- Jakie rozmowy byłyby przydatne dla członków?
- Jakie pytania często zadają nam członkowie?
- Jakie są typowe tematy związane z Siecią Kobiet w Logistyce i Transporcie?

Delegowanie publikowania

Przekazując personelowi zadania związane z mediami społecznościowymi, można usprawnić wykorzystanie mediów społecznościowych jako medium marketingowego i zyskać więcej czasu na inne działania. Aby media społecznościowe były skuteczne, konsekwentne, regularnie aktualizowane, należy stworzyć harmonogramy zadań marketingowych, które muszą być wykonane bezbłędnie. Niektóre czynności, takie jak aktualizacja kanałów mediów społecznościowych, najlepiej wykonywać każdego ranka. Dłuższe aktualizacje, takie jak posty na blogu/artykuły LinkedIn i biuletyny e-mailowe, powinny być przygotowywane i publikowane raz na tydzień lub dwa, a nawet co miesiąc.

Kalendarz społecznościowy z planem delegowania jest bardzo pomocny.

Jedną z najważniejszych lekcji, jakich każdy lider musi się nauczyć, jest to, że chociaż świat nie daje nam licencji na robienie tego, co nam się podoba, nie oznacza to również, że musimy robić wszystko sami. Lider nie może sam niczego osiągnąć, jednak silny zespół pomoże osiągnąć cel.

Zaleca się dostosowanie tego formularza do potrzeb, przygotowywania postów w social media, ale także innych zadań.

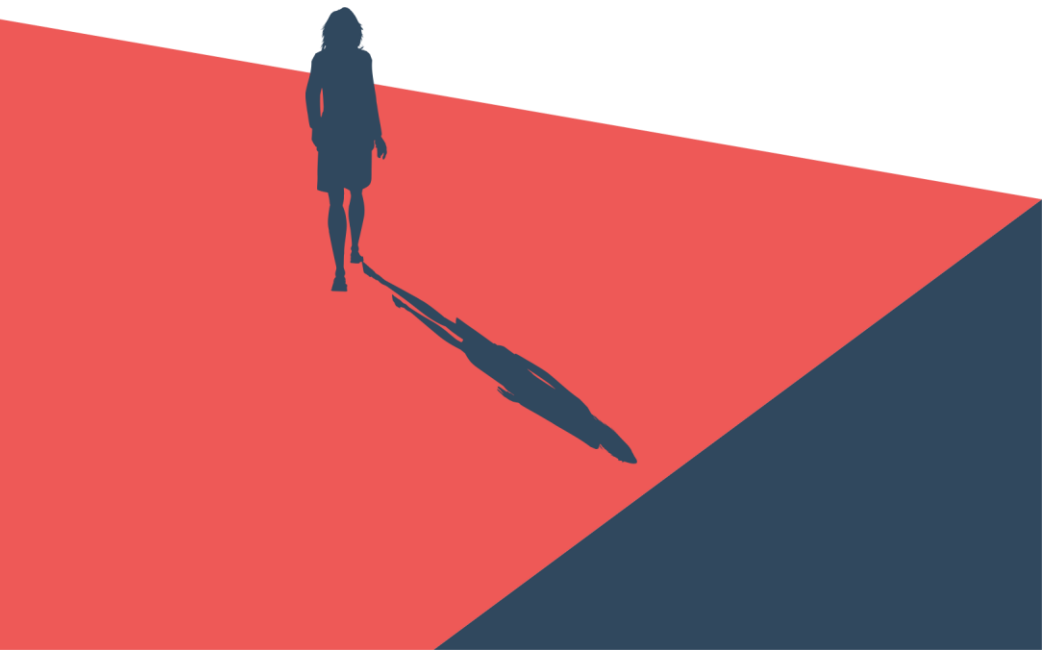
Task Delegation Analysis Worksheet

Once you have determined the tasks to delegate, use this form to help you plan each delegation and select the appropriate person for the job.

Task to Delegate	Expected Results	Established Standards	Deadline	Skills Needed	Possible Volunteer	Training Needed

Krok 5

Planowanie zrównoważonego rozwoju Sieci Kobiet w Logistyce



Zagadnienia dotyczące zrównoważonego rozwoju

Podczas gdy Klub jest katalizatorem zmian i budowania potencjału w sektorze transportu i logistyki, ważne jest, aby opierał się na zrównoważonym rozwoju od samego początku, a nie w momencie, gdy projekt jest już bliski ukończenia. Zainteresowane strony muszą zastanowić się, co jest konieczne, aby wesprzeć kontynuację klubu i jak można pozyskać nowe zobowiązania. Zagadnienia dotyczące planowania zrównoważonego rozwoju obejmują:

- ✓ Opieranie się i ulepszanie ustalonych działań, co może stanowić solidną podstawę dla postępu w zakresie wartości dodanej
- ✓ Praca nad stworzeniem silnej sieci (stabilne, zorientowane na cel i silne zaangażowanie wszystkich członków). Zdobywanie poparcie i/lub zaangażowanie ze strony organizacji.
- ✓ Zrównoważony rozwój jest wzmocniony, gdy Klub angażuje się w public relations od samego początku, aby działania / problemy były dobrze widoczne.
- ✓ Zdobywanie wystarczających zasobów, aby odnieść początkowy sukces, a następnie zdobywanie długoterminowego finansowania nowych projektów, które są oparte na wykazanej potrzebie społeczności twórców. Można wykorzystać wsparcie międzysektorowe w przeciwieństwie do podejścia opartego na jednym funduszu
- ✓ Należy uwzględnić zmiany polityki i zintegrować wysiłek pracy z istniejącymi systemami
- ✓ Ważne jest budowanie sojuszy z innymi grupami, które mają podobną misję
- ✓ Należy zorganizować osobną grupę/komitet skupiony na zrównoważonym rozwoju, aby inni mogli skoncentrować się na pożądanych wynikach.
- ✓ Warto przeanalizować alternatywne podejścia do zrównoważonego rozwoju i być elastycznym

Wykorzystanie marketingu do rozwoju Klubu Sieci Kobiet

Biorąc pod uwagę, że pomysł promowania kobiet w transporcie i logistyce zasługuje na silny marketing o dużym wpływie, byłoby niedopatrzeniem, gdyby nie przyjął porównywalnego stylu. Media społecznościowe muszą znajdować się w centrum komunikacji, a klub powinien konsekwentnie udostępniać treści oraz inicjować i wnosić wkład w rozmowy, aby zapewnić, że sieć jest dobrze widoczna dla jego docelowych odbiorców. Klub Kobiet w Logistyce i Transporcie najlepiej służy skupieniu się na efektywności i prostocie metod komunikacji. Inne działania marketingowe, które należy podjąć w stosownych przypadkach, obejmują:

Poczta pantoflowa i rzecznicy projektów - Wiadomości w mediach drukowanych i radiowych - Historie wideo w cyfrowych kanałach marketingowych - Informacje prasowe i konferencje prasowe - Plakaty, broszury i ulotki - Zasięg i prezentacje - Wydarzenia specjalne

Plany marketingowe muszą odpowiadać na następujące podstawowe pytania:

- ✓ Jaki jest cel komunikacji?
- ✓ Kto jest odbiorcą?
- ✓ Jaka jest wiadomość do przekazania?
- ✓ Jakie kanały komunikacji będą wykorzystywane?
- ✓ W jaki sposób wiadomości będą rozpowszechniane?

MATERIAŁY



Przykład programy

Nazwa projektu

Spotkanie zespołu

Data: 22.02.2024 Godzina: 15:00 Lokalizacja: Pokój 42

Osiąganie celów / celów / zadań

A. Cel A
B. Cel B
C. Cel C

Przygotowanie - prosimy o przygotowanie z:

A. Zadanie A
B. Cesja B
C. Cesja C

Czas	Temat / przedmiot do dyskusji	Facylitator
15:00 **5 minut**	Pozycje informacyjne / uznanie / wiadomości	
15:05 **5 minut**	Działanie 1	
15:10 **5 minut**	Działanie 2	
15:15 **15 minut**	Element dyskusji 1	
15:30 **10 minut**	Punkt dyskusji 2	
15:40 **10 minut**	Następne kroki	
15:50 **5 minut**	Przegląd nowych działań/potrzebnych zasobów	
15:55 **5 minut**	Cel następnego spotkania i punkty porządku obrad	

Protokół

SIEĆ KOBIET W LOGISTYCE

PROTOKÓŁ SPOTKANIA

DETALE

DZIEŃ MIESIĄC ROK | CZAS | MIEJSCE / ONLINE | NUMER KONTAKTOWY

UCZESTNICY

Liczba członków lub nazwisk

PROGRAM

KONTYNUACJA OSTATNIEGO SPOTKANIA

-
-
-

NOWY BIZNES

-
-

DYSKUSJA

-
-

POTRZEBNE DZIAŁANIE

-
-

PROGRAM KOLEJNEGO SPOTKANIA

-

Wzór formularza RODO

Do podpisu członka Sieć Kobiet w Logistyce i Transporcie

XYZ Klub jest administratorem Twoich danych osobowych. Możesz skontaktować się z XYZ Klubpod numerem telefonu _____ i e-mailem na adres: _____.

Twoje dane osobowe będą wykorzystywane w następujących celach (zaznacz wszystkie pasujące):

___ cele marketingowe dla XYZ Klub- promocja kobiet w logistyce i transporcie;
___ informowanie o działaniach i osiągnięciach Klubu Sieciowego XYZ;
___ budowanie potencjału Klubu Sieci XYZ;
___ rekrutacja nowych członków do XYZ Sieć Kobiet w Logistyce i Transporcie;
___ Inne [podaj szczegółowy opis wykorzystania danych osobowych].

Kategorie danych osobowych, o które jesteś proszony, aby wyrazić zgodę na gromadzenie i wykorzystywanie przez XYZ Klubto _____.

XYZ Klubzamierza udostępniać Twoje dane osobowe: [zidentyfikuj wszystkie jednostki XYZ Klubi strony trzecie, które otrzymają dane osobowe].

Twoje dane osobowe będą przechowywane w rejestrach XYZ Sieć Kobiet w Logistyce i Transporcie. Zgodnie z RODO przysługuje Ci prawo żądania dostępu do swoich danych osobowych, ich sprostowania, usunięcia oraz ograniczenia przetwarzania. Masz również prawo do cofnięcia zgody na wykorzystanie Twoich danych osobowych. Jeśli uważasz, że XYZ Klubnaruszył EUGDPR, masz prawo złożyć skargę do odpowiedniego organu nadzorczego UE.

Proszę [podpisać/podpisać elektronicznie/zaznaczyć pole poniżej], opatrzyć datą i odesłać [email/prześlij] poniżej:

Wyrażam zgodę na wykorzystanie przez XYZ Klubmoich danych osobowych w celach opisanych w niniejszym powiadomieniu i rozumiem, że w każdej chwili mogę wycofać swoją zgodę.
___ wyraża zgodę ___ nie wyraża zgody

Imię i nazwisko osoby udzielającej zgody: _____

Adres osoby wyrażającej zgodę: _____

Podpis: _____

Data podpisu: _____

Karta zobowiązania

Należy podpisać elektronicznie lub wydrukować i podpisać.

Karta Zobowiązania

Chcę podjąć działania, które pomogą w zmianie w kierunku równości płci w sektorze transportu i logistyki

Imię : _____

Adres E-mail: _____

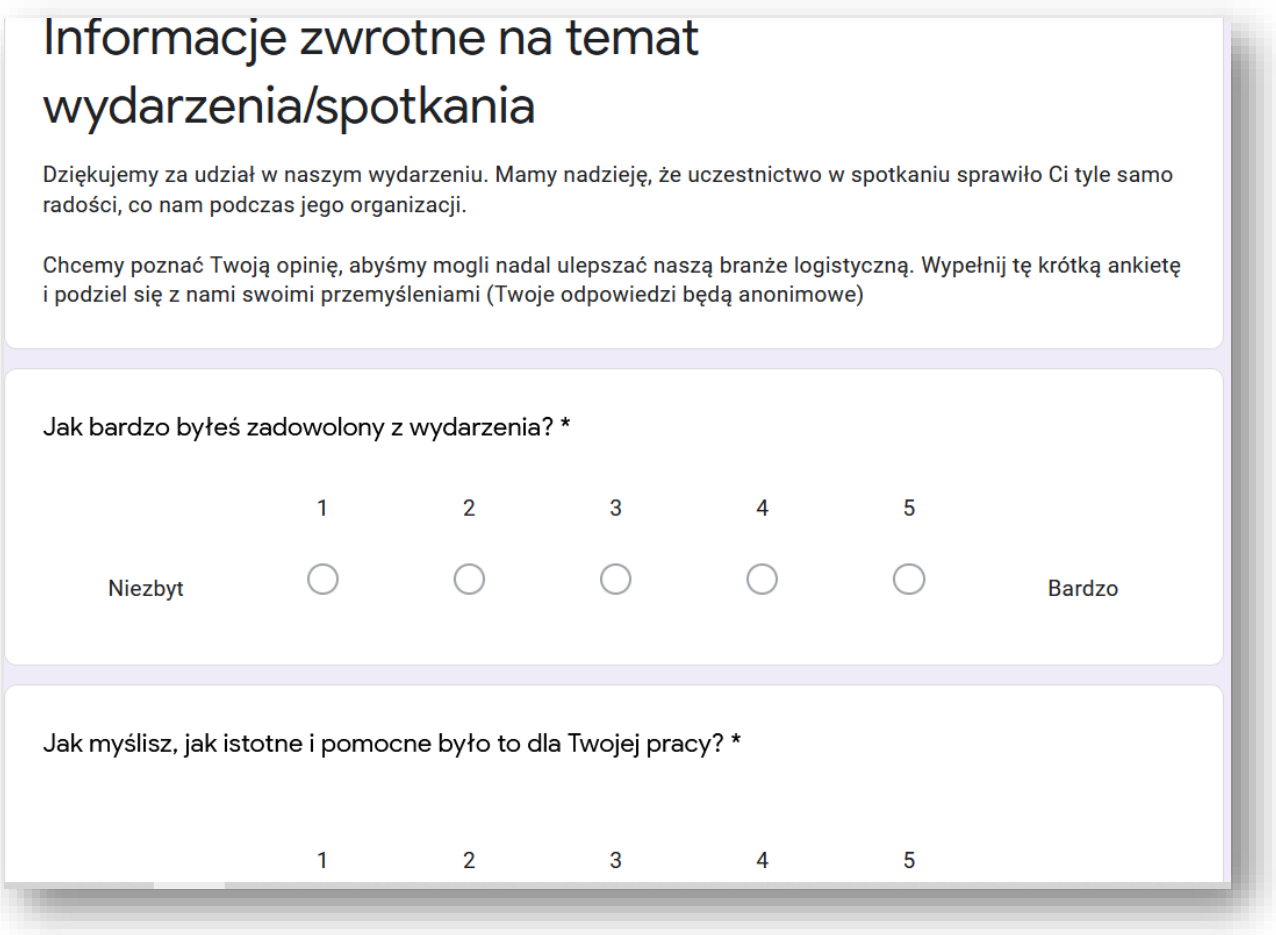
Firma/Organizacja: _____



Ankieta satysfakcji uczestników

Aby uzyskać dostęp do pełnej ankiety w postaci gotowego do użycia formularza Google, kliknij tutaj https://forms.gle/ARAKxp7umbxjnc3U8

Wyciąg z ankiety:



Informacje zwrotne na temat wydarzenia/spotkania

Dziękujemy za udział w naszym wydarzeniu. Mamy nadzieję, że uczestnictwo w spotkaniu sprawiło Ci tyle samo radości, co nam podczas jego organizacji.

Chcemy poznać Twoją opinię, abyśmy mogli nadal ulepszać naszą branże logistyczną. Wypełnij tę krótką ankietę i podziel się z nami swoimi przemyśleniami (Twoje odpowiedzi będą anonimowe)

Jak bardzo byłeś zadowolony z wydarzenia? *

	1	2	3	4	5	
Niezbyt	○	○	○	○	○	Bardzo

Jak myślisz, jak istotne i pomocne było to dla Twojej pracy? *

1	2	3	4	5

Relacja ze spotkania

Po każdym spotkaniu prosimy o przygotowanie raportu.

TREŚĆ raportu

- *WPROWADZENIE*
- *PRZYGOTOWANIA I PROMOCJA SPOTKANIA KLUBU SIECI KOBIET W LOGISTYCE*
- *PROGRAM*
- *OGÓLNY PROFIL UCZESTNIKÓW*
- *MINUTKI*
- *WYNIKI OCENY I ANKIETY ZWROTNEJ*
- *ZDJĘCIA / ZRZUTY EKRANU ZE SPOTKANIA*
- *PREZENTACJE WYKORZYSTANE NA POSIEDZENIU*
- *WIADOMOŚCI I POSTY OPUBLIKOWANE O SPOTKANIU*

Dowiedz się więcej na

www.womeninlogistics.info



