

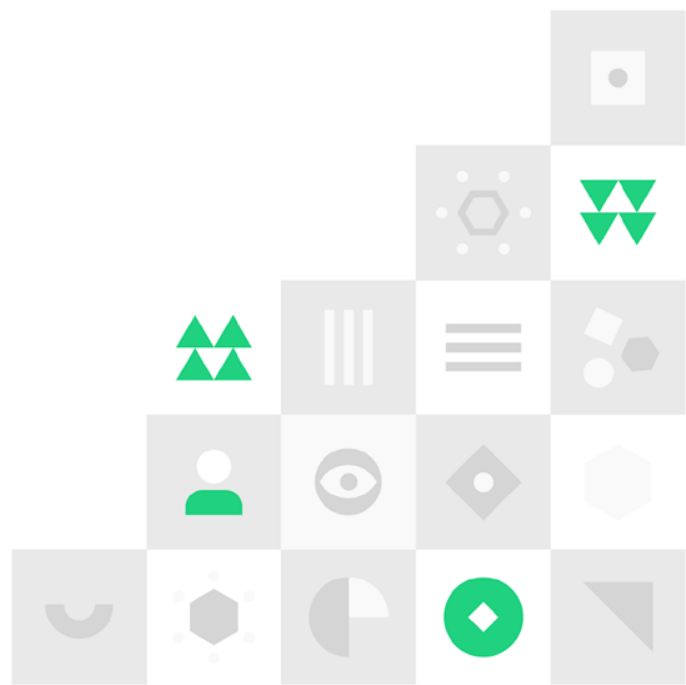
JAK NAPISAĆ DOBRY WNIOSEK?

PREZENTUJE:

Magdalena Krasowska-Igras (FRSI)

PROWADZI:

Bogna Mrozowska (FRSI)

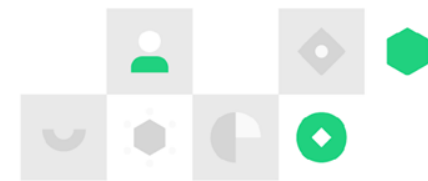




Iceland
Liechtenstein
Norway

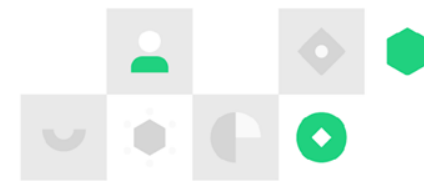
**Active
citizens** fund

Program Aktywni Obywatele – Fundusz Regionalny
jest finansowany przez Islandię, Liechtenstein i Norwegię
w ramach Funduszy EOG i Funduszy Norweskich.





Konsorcjum realizujące Program

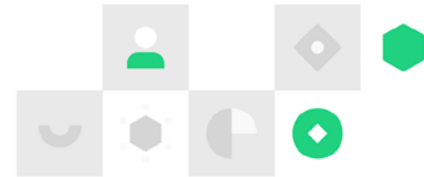




**Od czego
zaczynamy?**

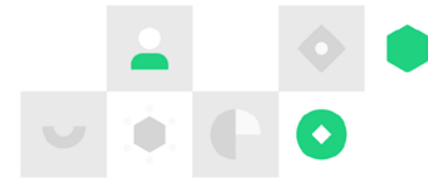


Analiza dokumentów



Podstawowe pytania

- Czy nasz pomysł mieści się w obszarach Programu?
- Jakie kluczowe zagadnienia powinniśmy uwzględnić?
- Jak rozłożyć akcenty w pisany tekście?





W trakcie analizy dokumentów
wylistuj ważne, z punktu widzenia
Programu, zagadnienia
i skonfrontuj je ze swoimi
pomysłami.

Zadbaj o ich odpowiednie
wyartykułowanie i ich obecność
w tekście.

Odradzamy pisanie wniosku na projekt, który nie mieści się w założeniach danego obszaru.

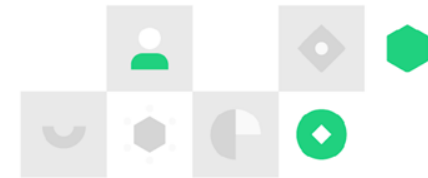


Doradzamy
– głębszą refleksję
dot. danego tematu,
zmapowanie
podobnych
inicjatyw oraz
przeanalizowanie
różnych podejść.



Kryteria oceny merytorycznej

- Pomocne w trakcie pisania tekstu.
- Ułatwiają weryfikację przygotowanych założeń i sprawdzenie, czy uwzględniliśmy w opisach najważniejsze elementy.

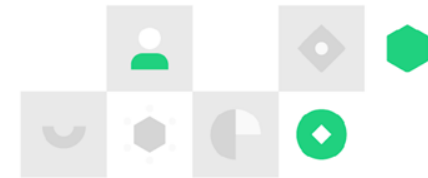


Myślenie projektowe



Myślenie projektowe rozpoczynamy od:

- planowania działań i harmonogramu;
- sformułowania celu projektu;
- przeanalizowania problematyki danego zagadnienia;
- określenia pożądanых rezultatów.

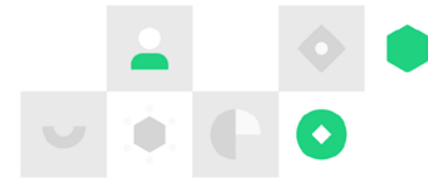


Projekt jest
odpowiedzią
na zidentyfikowany
problem
i narzędziem, które
pozwała osiągnąć
zmianę.



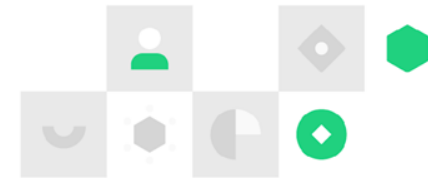
Problem należy sformułować tak, by był:

- widzialny;
- ważny;
- rozwiązywalny (wpływ).



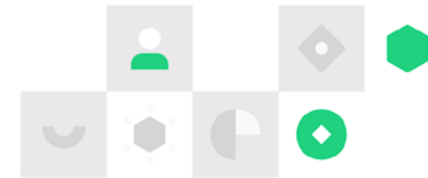
Uzasadnienie potrzeby realizacji projektu

1. Problem i jego kontekst: przyczyny i konsekwencje.
2. Skala występowania, potencjalny wpływ na środowisko lokalne (raporty/dokumenty).
3. Wyzwanie, z którym się mierzymy.
4. Potencjał realizacji (dlaczego teraz? jak i z kim?).



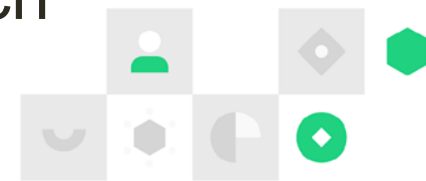


Narracija nadaje ton



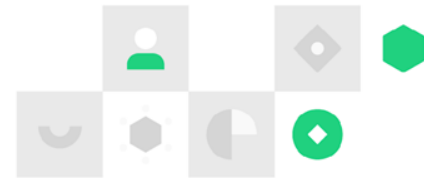
Problemy, wyzwania, potrzeby

powinny znaleźć bezpośrednie odzwierciedlenie
w przygotowywanych rozwiązaniach

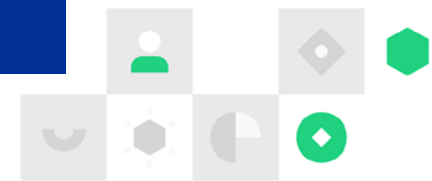
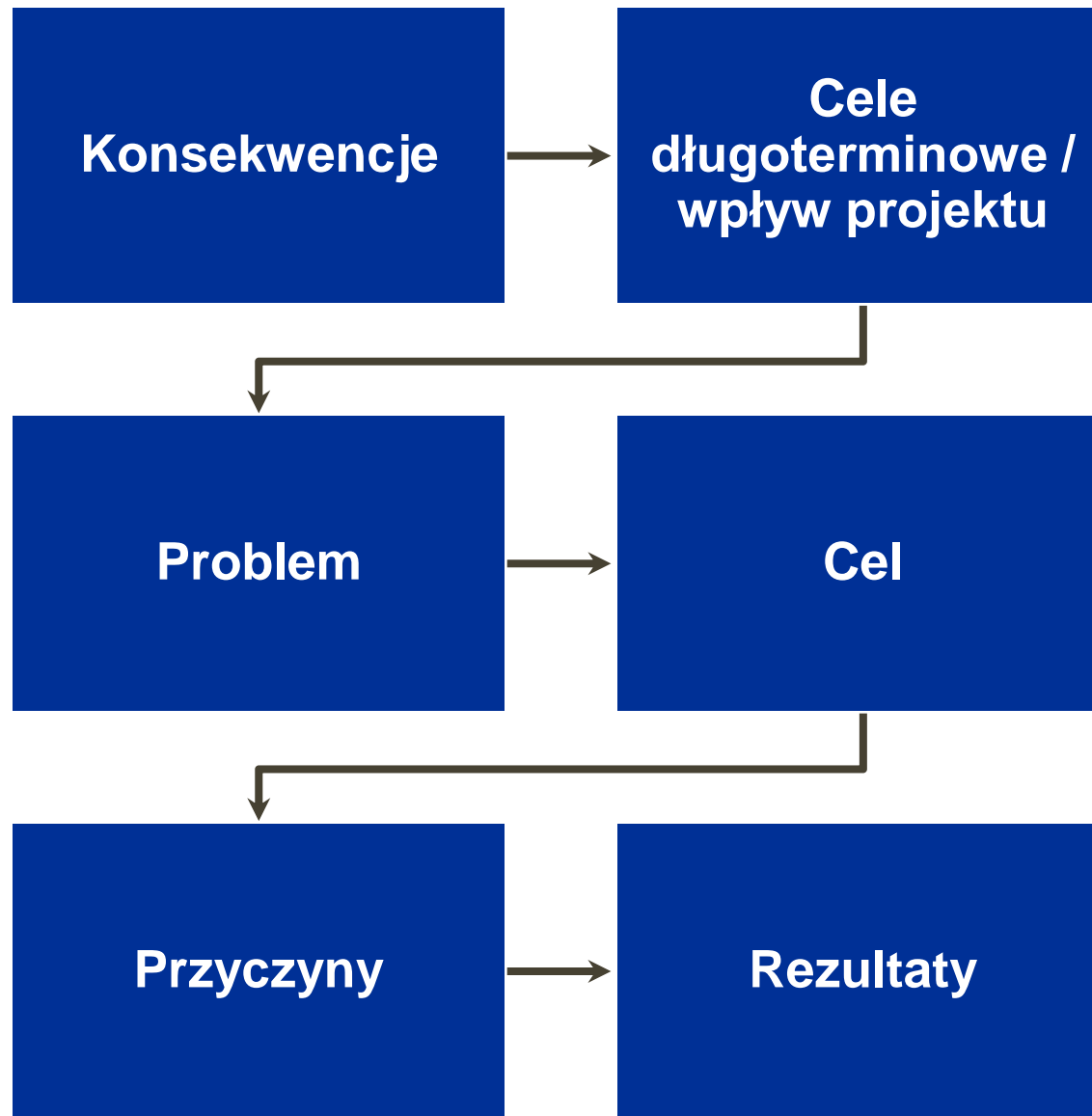




Jak sformułować cel projektu?



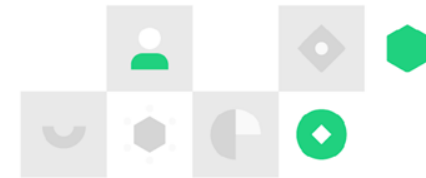
Drzewo problemu / drzewo celu



Drzewo problemu

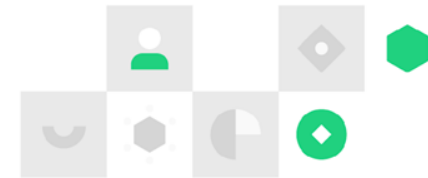
Tj. inne drzewa, drzewo problemu składa się z 3 części: pnia, korzeni oraz gałęzi.

- Pień to główny problem.
- Korzenie pokazują przyczyny.
- Gałęzie pokazują efekty / konsekwencje problemu.

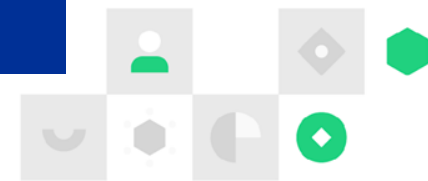
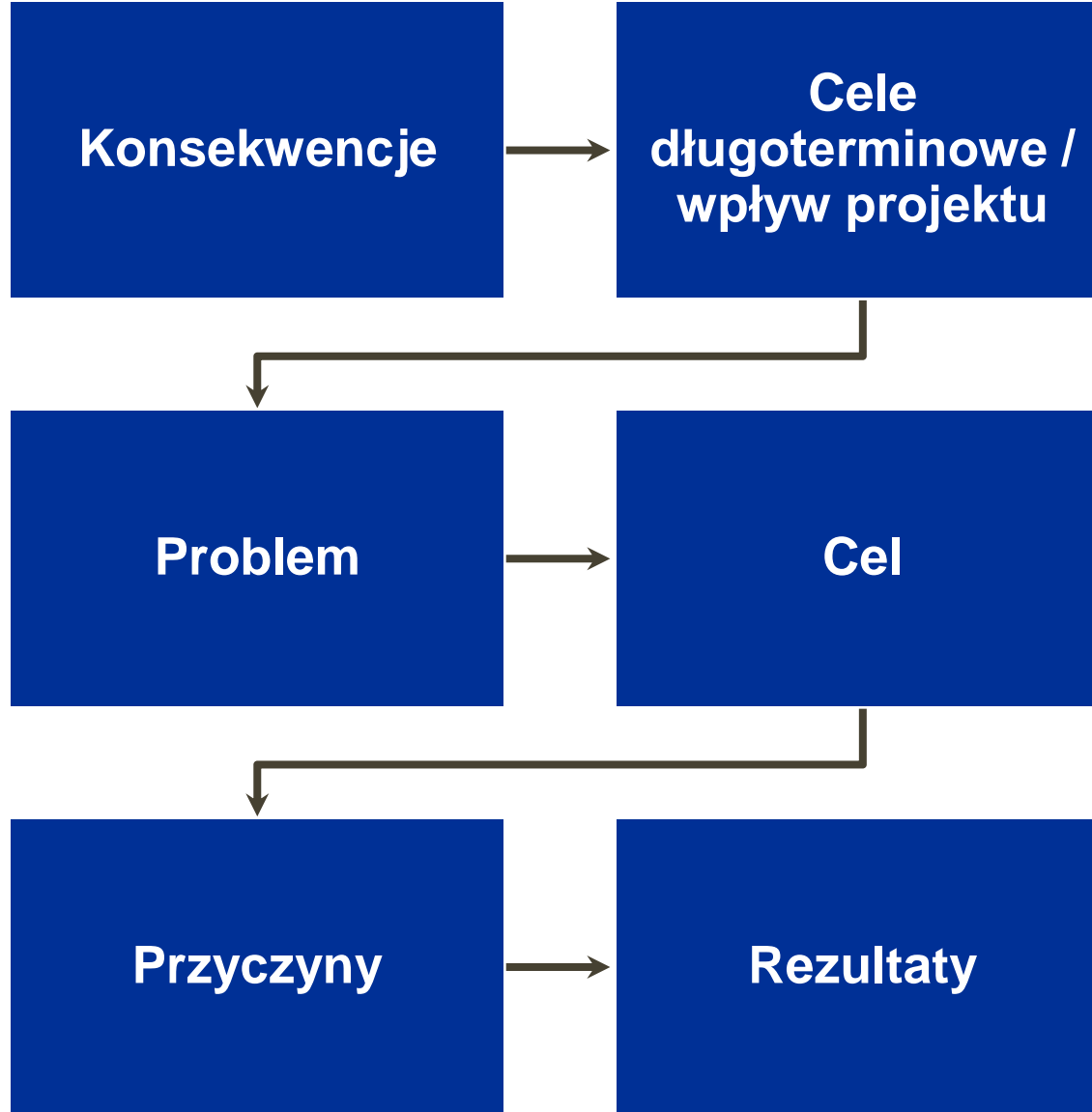


Drzewo problemu

1. Zidentyfikuj główny problem w konkretnej sytuacji.
2. Pomyśl o zjawiskach współtworzących obraz sytuacji.
3. Postaraj się uporządkować je i nadać im pewną hierarchię:
 - Co spowodowało problem?
 - Co jest jego efektem?

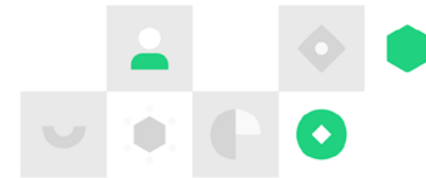


Drzewo problemu / drzewo celu



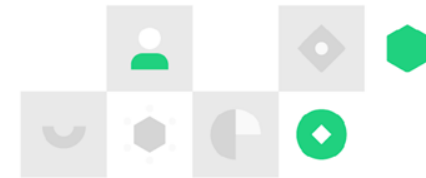
Drzewo celu

- Negatywne zjawiska drzewa problemu zostają przekształcone w rozwiązania, które przedstawiamy jako „pozytywne osiągnięcia”.
- Przekształcamy sformułowany problem w cel naszego projektu.



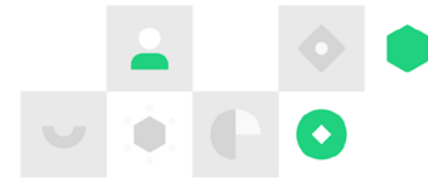
Formułowanie celu

- Cel musi pokazywać zmianę.
- Zmiana jest procesem.
- Do opisanego celu będziemy używać specyficznego słownictwa: poprawić, wzmocnić, rozwinąć, wzbogacić itd..



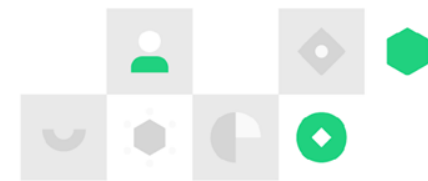
Formułowanie rezultatu

- Przekształcamy przyczyny w rezultaty naszego projektu.
- Negatywne zjawiska drzewa problemu zostają przekształcone w pozytywne rozwiązania.
- Rezultaty formułujemy z użyciem czasowników dokonanych, np. przygotowana infrastruktura, wzmocnione kompetencje, stworzenie sieci organizacji.



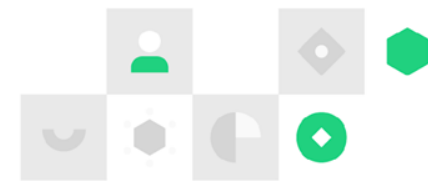
Rezultaty a produkty

- **Produkty:** wszystkie policzalne dobra i usługi, które powstaną w ramach naszego projektu.
- **Rezultaty:** wszystkie natychmiastowe i bezpośrednie korzyści, jakie beneficjenci odnieśli, uczestnicząc w projekcie.



Rezultaty SMART

- **S** - specific - konkretne;
- **M** - measurable - mierzalne;
- **A** - achievable - osiągalne;
- **R** - relevant - adekwatne;
- **T** - timely - określone w czasie;





Cel projektu powinien pokazywać osiągalną w ramach projektu zmianę, która dotyczy jego odbiorców bezpośrednich.



Produkty projektu
przygotowujemy podczas
działań, powinny być mierzalne
i namacalne.



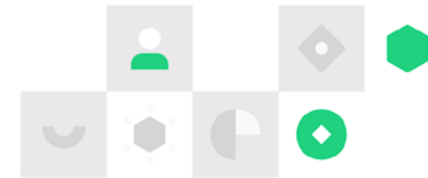
Rezultaty projektu powinny
pokazywać osiągnięcia
w kontekście pracy z grupami
docelowymi.



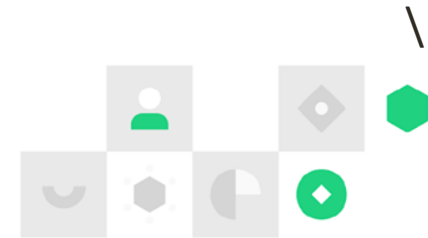
Działania projektu nigdy
nie są jego celem.

Działania-rezultaty-wskaźniki

- Działania zaplanowane w projekcie mają doprowadzić do osiągnięcia rezultatów - oraz celu projektu.
- Planowane działania muszą zatem znaleźć odzwierciedlenie w działaniach i przypisanych do nich **wskaźnikach**.
- **Rezultaty Programu** można znaleźć w tabeli rezultatów.

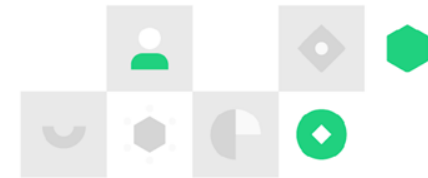


LOGIKA PROJEKTU



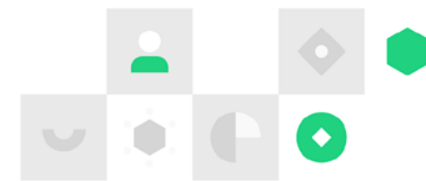
Zasoby organizacji

- **Ludzkie** (pracownicy i współpracownicy, wiedza i umiejętności).
- **Materialne** (infrastruktura, technologie, finanse).
- **Niematerialne** (pamięć organizacji, doświadczenie, wizerunek).



Zasoby organizacji

- misja i wizja organizacji, obszary jej aktywności,
- prowadzone działania i zgromadzony know-how.
- szerszy kontekst działań w kontekście celów strategicznych,
- standardy działania i procedury zarządcze,
- wizerunek i wiarygodność.

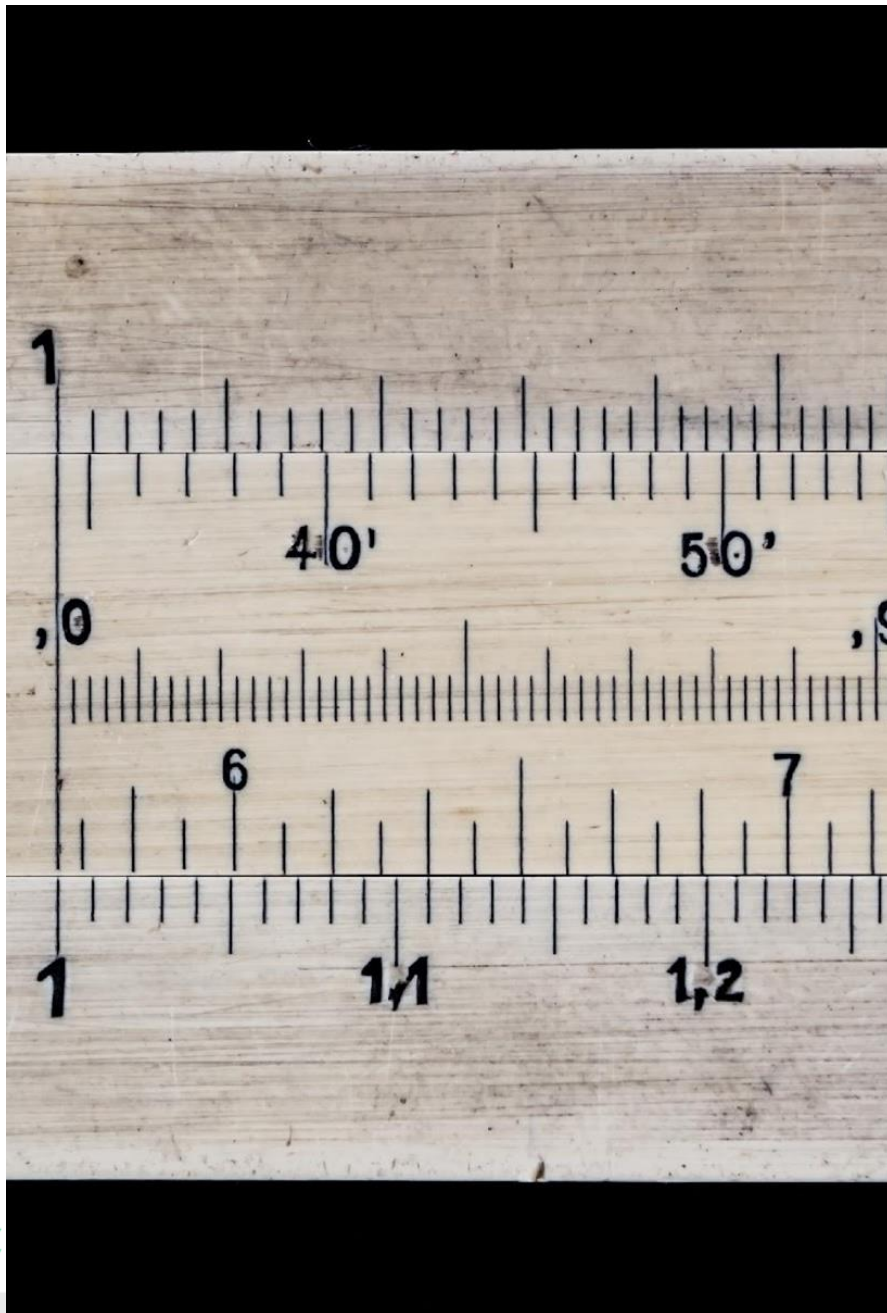




Podczas przygotowania
omawianych treści staraj się
wyrażać jasno i zwięźle.
Bądź pewny / pewna wartości
swojej pracy i misji swojej
organizacji.

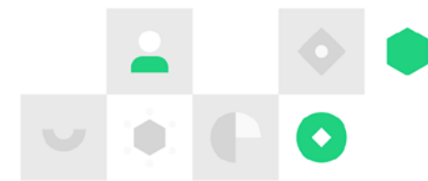


Umiejętnie i przekonująco
przekaż to, co już udało Wam
się osiągnąć, co robicie
aktualnie i jakie macie plany
na przyszłość.



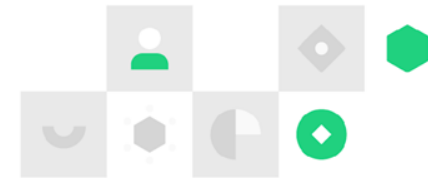
Zrób rachunek sumienia.

Sprawdź, czy posiadasz zasoby konieczne do realizacji zadeklarowanych działań.



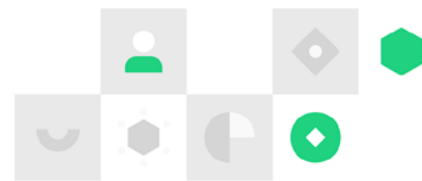
Analiza zasobów

| Działanie | Czas realizacji | Potrzebne zasoby |
|-----------|-----------------|------------------|
| | | |



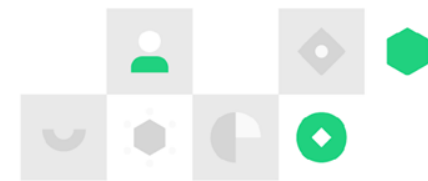


Zespół



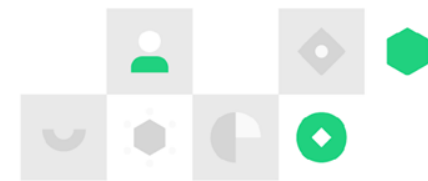


Zarządzanie i standardy funkcjonowania organizacji





Wykonalność projektu





Opis prowadzonych dotychczas działań oraz zasobów organizacji powinien przekonać eksperta / ekspertkę o Waszym zaangażowaniu oraz profesjonalnym charakterze Waszych działań.



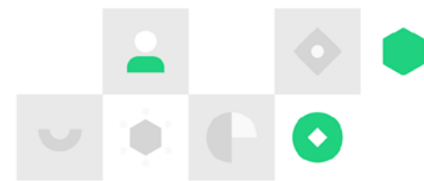
Czy jesteśmy w stanie sprostać realizacji zadania?

Czy jesteśmy profesjonalni?

Czy wzbudzamy zaufanie?

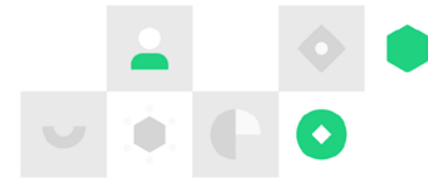


Partnerzy



Po co jest partner?

- wnosi zasoby;
- pomaga planować;
- angażuje się w realizację działań;
- poprawia jakość realizacji projektu;
- rozwija (obydwie) organizacje;
- zwiększa zasięg;
- poprawia przyszłość (trwałość) projektu.



Pamiętajmy, że
organizacja
partnerska zmienia
dynamikę realizacji
przedsięwzięcia oraz
relacje pomiędzy
członkami zespołu.

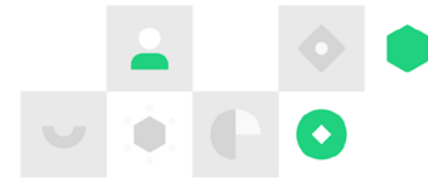




Odradzamy angażowanie
w projekt nieznanych Wam
organizacji, tworzenie
partnerstw “wydmuszek”,
które powstają jedynie na
potrzeby złożenia wniosku.

Planowane działania

- Działania są faktycznie narzędziem, który pozwala na osiągnięcie celu.
- Opis działań powinien zawierać szczegóły niezbędne do oceny ich jakości, adekwatności i wykonalności.





*Sześć sług oddanych mi
trzymam, od nich wiem
to, co wiem. Zwą się:*

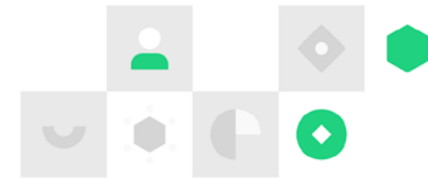


- *Co?*
- *Dlaczego?*
- *Kiedy?*
- *Jak?*
- *Gdzie?*
- *Kto?*

Planowane działania

Powinny zostać zaplanowane tak, by:

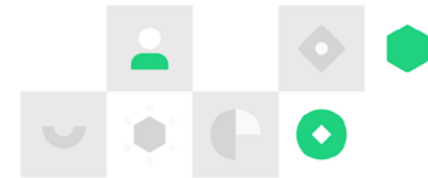
- osiągnąć pożądane rezultaty,
- doprowadzić do przygotowania różnorodnych rozwiązań, kluczowych dla realizacji projektu;
- ich skala i sposoby realizacji były możliwe do wykonania przez organizację;
- uwzględnić w nich perspektywę, sposoby komunikacji i potrzeby odbiorców.



Planowane działania

Powinny również uwzględnić:

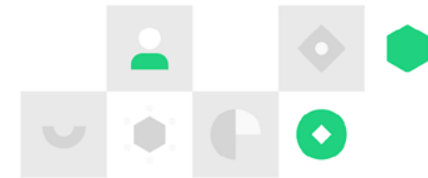
- okres przygotowawczy;
- realizację poszczególnych zadań;
- elementy związane z dotarciem do odbiorców - komunikację i promocję;
- monitoring i ewaluację.



Planowane działania

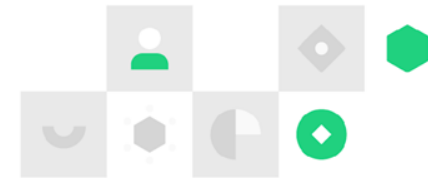
Pamiętajmy, by:

- działania uwzględniały nie tylko główne grupy docelowe, ale i całą społeczność;
- nie były wiernym odzwierciedleniem tego, co udało nam się już wiele razy zrobić;
- sprawdzić, jak z podobnymi zagadnieniami radzą sobie inni;
- dać sobie szansę na nowości i eksperymenty.





Kreatywne rozwiązania w projektach





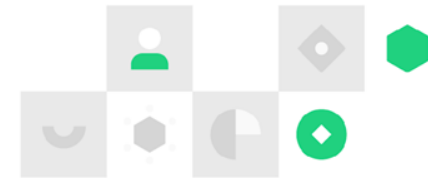
Pokój Marzyciela



Pokój Realisty



Pokój Krytyka





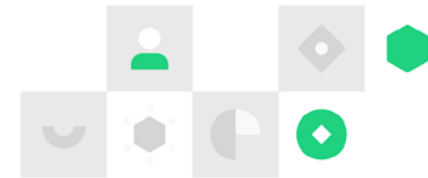
Burza mózgów

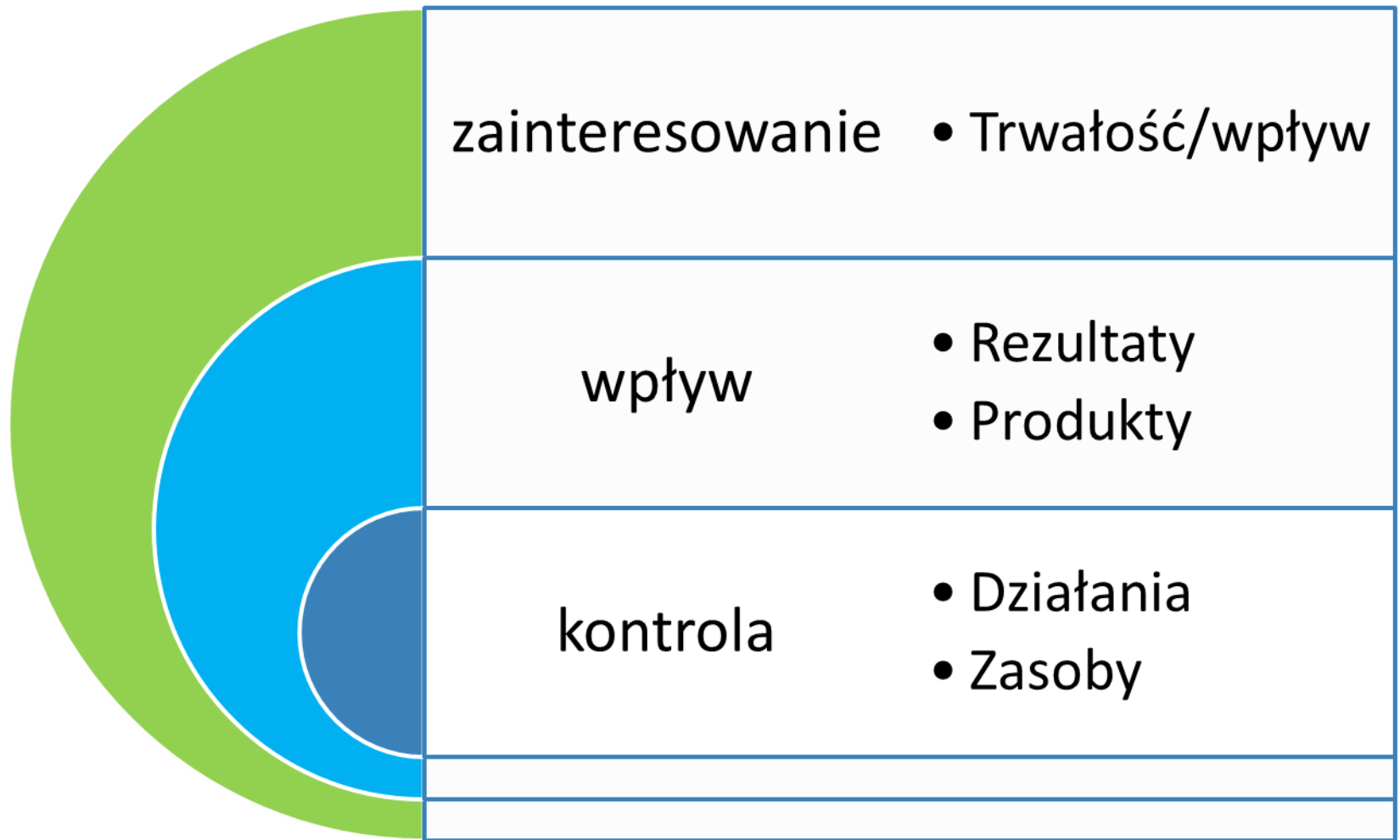


Plany i harmonogramy



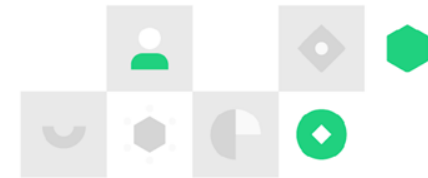
Projekt pod mikroskopem





Odbiorcy / grupy docelowe

- Wszystkie działania mają swoich odbiorców i swoje odbiorczynie.
- Bez nich działania tracą sens.
- Refleksja na temat potrzeb odbiorczyń i odbiorców, ich preferencji, gustów, stylu życia, spędzania czasu jest kluczowa dla zaprojektowania działań w projekcie.



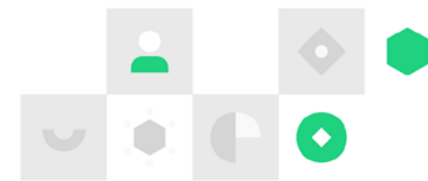
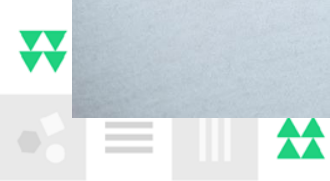
Persona





Spróbuj opisać 2-3 typowe postaci, ich styl życia i miejsca, gdzie są obecni.

Weź pod uwagę wiek, płeć, wykształcenie, pracę, status rodzinny, upodobania.

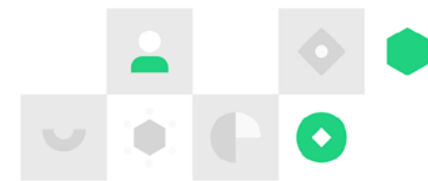
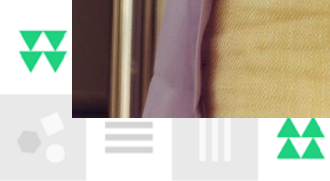




Przeanalizuj ich dotychczasowe doświadczenia i plany na przyszłość.

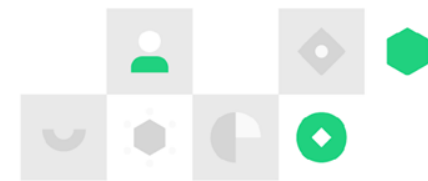
Gdzie ich znajdziesz i jak do nich dotrzesz?

Na jakie wsparcie mogą liczyć?



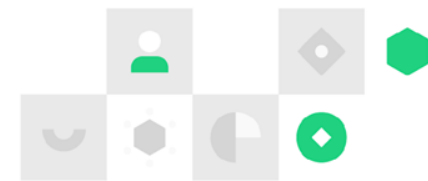


Odbiorcy bezpośredni i pośredni



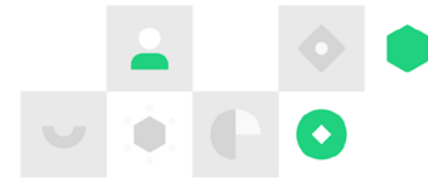
Analiza grup docelowych

- Bo projektowanie działań jest uzależnione od profilu ich odbiorców i odbiorczyń.
- Bo fundusze, które dostajemy mają zmienić ich życie.
- Bo jeśli dana grupa wspierana jest przez wiele instytucji, będzie nam ciężko ją zgromadzić.



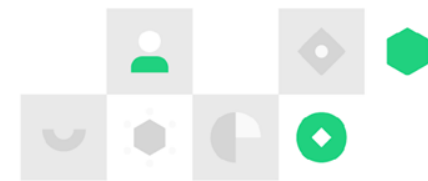
Analiza grup docelowych

- Kto potencjalnie może mieć wpływ na ludzi, z którymi pracujesz?
- Jakie jest ich nastawienie do wspieranej przez Ciebie grupy?
- Czy możesz ich podzielić, np. na sympatyków, antagonistów i obojętnych?
- Jakie cechy charakterystyczne mają te grupy, co jest dla nich ważne i gdzie ich szukać?



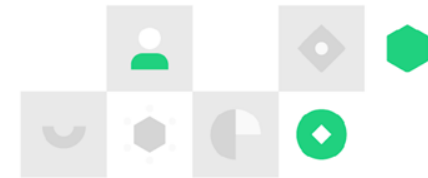
Analiza ryzyka

| Działanie | Czas realizacji | Potrzebne zasoby | Ryzyka |
|-----------|-----------------|------------------|--------|
| | | | |



Ryzyka mogą wynikać:

- z ograniczonych zasobów i nieumiejętności ich wykorzystania;
- z czynników niezależnych od organizacji;
- z powodu działania siły wyższej.





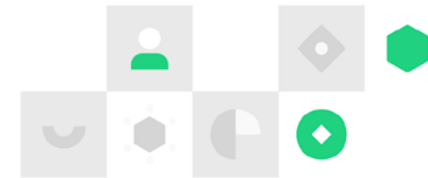
Zapobiegać



Przeciwdziałać

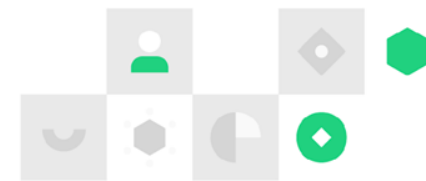


Minimalizować wpływ



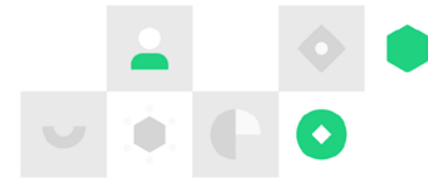
Jak radzić sobie z ryzykiem?

- próbować przewidzieć różne warianty wydarzeń – co może pójść źle;
- przygotować scenariusze na okoliczność ich wystąpienia;
- uwzględnić ich obecność w harmonogramie i budżecie.



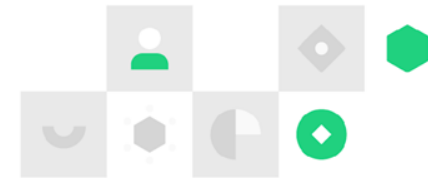


Harmonogram

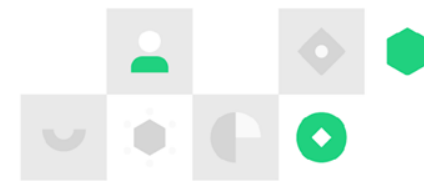
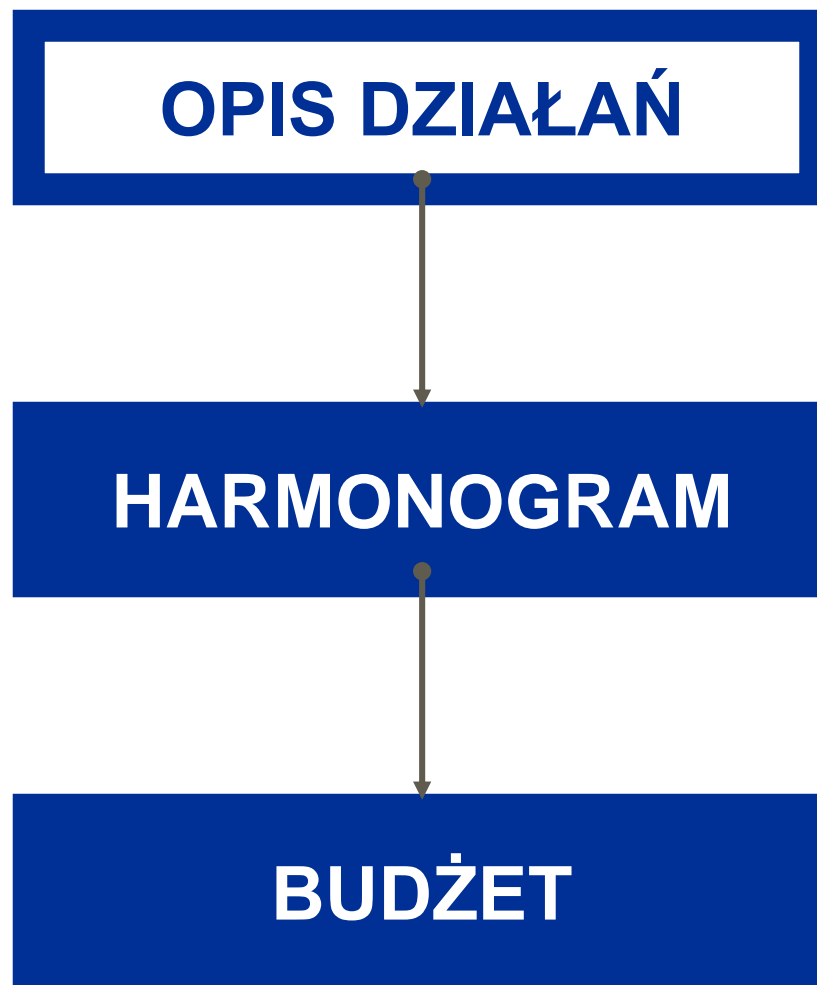


Harmonogram

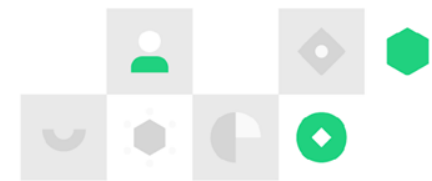
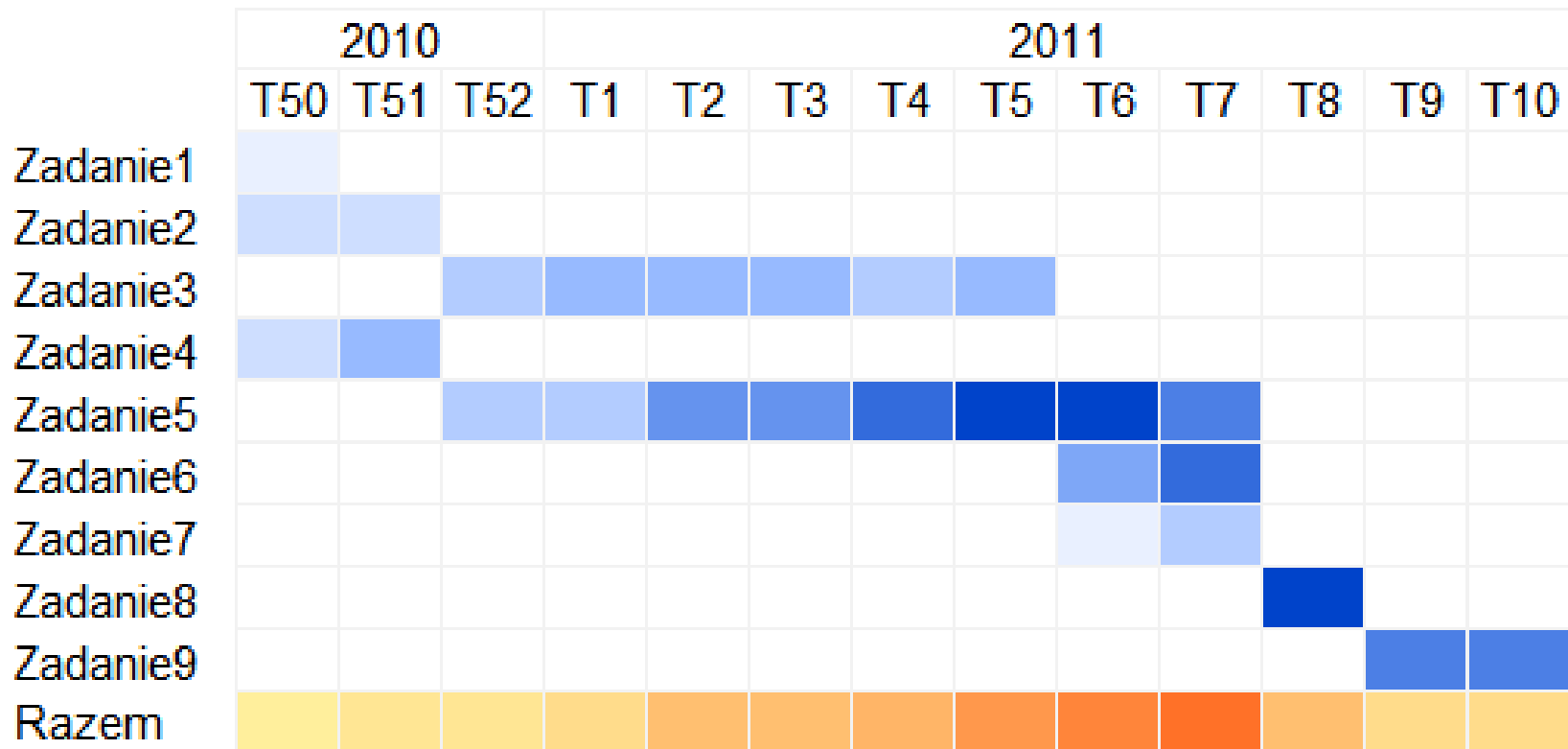
- działania, umieszczone w perspektywie czasowej w porządku chronologicznym;
- konieczna spójność z: opisem projektu i budżetem – pozwala na oszacowanie kosztów;
- regulamin określa przedział czasowy, w którym projekt musi zostać zrealizowany.



Harmonogram



Wykres Gantt

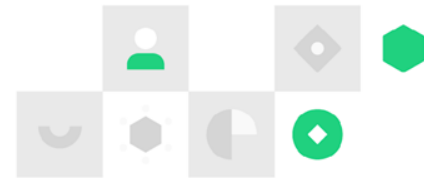




Kamienie milowe, to ważne wydarzenia w życiu projektu, kończące zaplanowane zadania i rozpoczynające nowe.



Non omnis moriar...

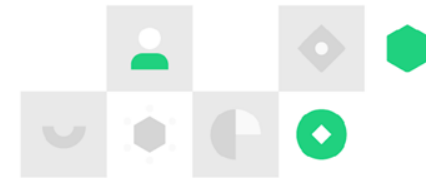




Trwałość projektu to jego zdolność do samodzielnego istnienia, a także do multiplikowania – skalowania rozwiązań.

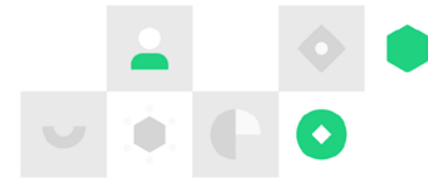
Trwałość projektu

- Odejdźmy na chwilę od standardowego schematu działania organizacji – dopasowanego do ram finansowania z grantu.
- Jak możemy dalej rozwijać urobek projektu, kontynuować pracę z partnerami i – przede wszystkim – z naszymi grupami docelowymi?



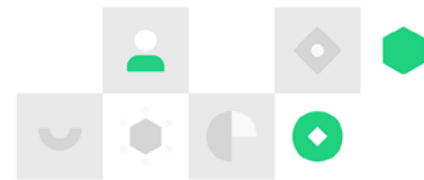
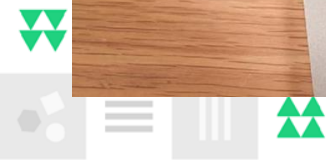
Trwałość projektu – co dalej?

- Zespół.
- Nasza organizacja.
- Przygotowane produkty.
- Rezultaty i osiągnięty cel projektu.
- Nasi partnerzy.
- Nasze grupy odbiorców i odbiorczyń.





Punktacja
eksperta / ekspertki
to wypadkowa
Waszych zasobów
i opisów.



To, co nie jest
napisane, nie
zostanie ocenione.



Ta sama informacja
pojawia się kilka razy
– w różnych
kontekstach.

Pamiętaj, żeby była
spójna.



Szczegóły
(kalkulacje,
informacje
organizacyjne,
nazwiska) są
pożądane.





1

Wypisać główne zagadnienia



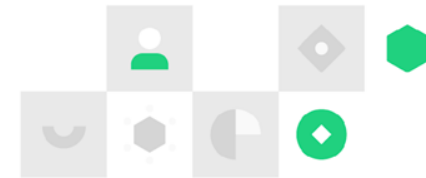
2

Przygotować tekst



3

Dać do sczytania





Ludzie
w centrum
zainteresowania
sektora
i Programu.

Dziękuję!

Magdalena Krasowska-Igras
magdalena.krasowska@frsi.org.pl

