

PREPARAZIONE E FORMAZIONE PER L'INTERAZIONE CON IL PUBBLICO

Preparazione e Formazione per interagire con il pubblico

Questo capitolo si concentra su come preparare e costruire relazioni con qualsiasi platea pubblica. Qui sono contenuti materiali formativi e pratiche generali per i servitori di fiducia. Le informazioni dettagliate relative a un pubblico specifico (come giustizia penale, assistenza sanitaria, ecc) sono contenute nei capitoli successivi. Le informazioni qui specificate sono essenziali in qualsiasi interazione con il pubblico. Queste sono le nostre migliori pratiche sulla formazione per coltivare preziose e durature relazioni con il pubblico. Noi possiamo mostrare a una platea pubblica che siamo affidabili e aggiornati nel preparare e formare le interazioni con loro. Vogliamo far conoscere al pubblico che possiamo portare a compimento i nostri impegni e che ciò che diciamo è preciso. La preparazione e la formazione possono aiutare a migliorare le nostre interazioni con il pubblico anche se ci consideriamo in possesso di esperienza con il servizio di pubbliche relazioni.

Il fulcro dei principi di PR

Istituire una serie di principi comuni può aiutare i servitori di fiducia a imparare la maniera di interagire con il pubblico. Qualità condivise, come per esempio affidabilità e rispetto, possono guidarci in un approccio più unificato per i nostri sforzi nelle pubbliche relazioni. Le seguenti qualità o attitudini possono essere utili ai membri del comitato, che coordinano o partecipano ai progetti di relazioni pubbliche, e ai servitori di **fiducia che saranno addestrati per portare avanti specifici compiti nelle pubbliche relazioni.**

I rapporti solidi sono costanti. Un rapporto continuo comprende un dialogo costante. Se abbiamo deciso che la costruzione di un rapporto con un'organizzazione locale che aiuta i dipendenti è una priorità, allora continuiamo a rimanere in contatto con tale organizzazione dopo una presentazione iniziale. Diamo informazioni accurate su NA, diamo un seguito dopo la presentazione e forniamo all'organizzazione dei mezzi certi per entrare in contatto con i membri della comunità locale di NA.

I rapporti solidi sono flessibili. Così come si può chiedere alle organizzazioni pubbliche di rispondere alle nostre esigenze con flessibilità, noi possiamo lavorare per adattarci alle loro esigenze. Possiamo ascoltare ciò che ci viene chiesto, e valutare se siamo o non siamo in grado di soddisfare le loro esigenze. In alcuni casi, la flessibilità può significare trovare un modo diverso per fornire servizi. Possiamo chiedere ai membri del corpo di servizio di area delle idee su come rispondere alle richieste. Cerchiamo sempre di rispondere in un modo che mantenga il rapporto con il pubblico, pur continuando a considerare le nostre capacità, attenendoci alle tradizioni e ai concetti di NA.

I rapporti solidi sono affidabili. La fiducia che costruiamo con il pubblico è un risultato di coerenza, credibilità e di sforzo in servizi attenti. Le nostre tradizioni e i concetti guidano la fratellanza a muoversi con integrità: abbiamo un obiettivo chiaro che è quello di aiutare il dipendente che ancora soffre a trovare la libertà dalla dipendenza attiva. La nostra capacità di agire con integrità rende più facile per le organizzazioni pubbliche credere nel nostro lavoro. Quando i membri capiscono e seguono le tradizioni di NA, le nostre relazioni con il pubblico hanno maggiori probabilità di essere basate su questa fiducia.

I rapporti solidi giovano sia a NA che alle organizzazioni pubbliche. Efficaci relazioni pubbliche di servizio provengono dalla nostra capacità di lavorare con le altre organizzazioni. Se stiamo avviando un rapporto con la polizia locale, dobbiamo tenere a mente che uno degli obiettivi del corpo di polizia è rendere la comunità sicura. Il nostro obiettivo è aiutare i dipendenti a trovare il recupero. Un risultato dei dipendenti che trovano il recupero è che la tendenza dei dipendenti a commettere crimini spesso diminuisce con conseguente sicurezza per la comunità, perciò usiamo gli obiettivi comuni come base per i nostri rapporti.

I rapporti solidi sono rispettosi. Quando i membri di NA si trattano reciprocamente con rispetto, quel rispetto viene portato nei nostri rapporti con il pubblico. Impariamo i valori dell'organizzazione e delle persone con cui stiamo interagendo. Quel tipo di rispetto rende più probabile che quell'organizzazione rispetterà i nostri valori. Se abbiamo un conflitto con un'organizzazione, abbiamo le nostre tradizioni, i nostri concetti e la nostra coscienza di gruppo che ci possono guidare. Possiamo far conoscere le nostre tradizioni all'organizzazione in un modo riguardoso e rispettoso.

La preparazione e la formazione per le interazioni pubbliche

La preparazione e la formazione per i rapporti con il pubblico comprende anche considerare con chi stiamo interagendo, definire e praticare come sarà la comunicazione in quelle interazioni.

Con chi stiamo interagendo?

Come comunicare dipende dal pubblico. Consideriamo la conoscenza, i valori e l'esperienza del nostro pubblico. Potremmo comunicare con un pubblico tramite la corrispondenza scritta o tramite una presentazione. Indipendentemente da come comunicheremo (che sarà discusso nella sezione successiva), avremmo bisogno di informarci sul nostro pubblico. Possiamo creare le corrispondenze e le presentazioni basandoci su quello che sappiamo sul nostro pubblico. Prendersi del tempo per conoscere l'organizzazione con la quale vorremmo stabilire un rapporto ci aiuterà a comunicare in un modo che meglio raggiunge tale organizzazione.

In quanto gruppi e comitati di servizio di NA, coltiviamo deliberatamente ed energicamente buone relazioni pubbliche, non come risultato della nostra attività normale, ma come un modo per meglio trasmettere il nostro messaggio ai dipendenti.

Funziona: Come e perché

Che cosa sappiamo su di loro?

Proprio come NA ha uno scopo primario e un insieme di tradizioni e concetti, possiamo ricercare la missione o gli obiettivi dell'organizzazione con cui interagiranno. Queste informazioni possono aiutarci a comunicare in un modo che prende in considerazione gli obiettivi comuni che abbiamo con un'organizzazione pubblica. L'elenco che segue può aiutare i membri che hanno un'idea concreta sui valori e scopi di un pubblico individuato.

- Abbiamo individuato la missione o lo scopo dell'organizzazione.
- Conosciamo l'attività o la disciplina professionale dell'organizzazione (per esempio, uno studio legale, medico, ecc.).
- Abbiamo preso in considerazione se l'organizzazione ha approcci filosofici diversi da quelli di NA (per esempio l'approccio alle droghe sostitutive per la dipendenza, ecc.).
- Conosciamo il rapporto dell'organizzazione con i membri potenziali - se in primo luogo interagiscono con i dipendenti, i modi in cui loro possono influenzare i membri potenziali, e se sono obbligati a interagire con i dipendenti (per esempio la giustizia penale, l'assistenza sanitaria e le scuole).
- Abbiamo esaminato i dati demografici dell'organizzazione - conosciamo la loro cultura e la loro lingua.
- Abbiamo esaminato se l'organizzazione si rivolge a diversi gruppi linguistici.

Dopo aver considerato i punti precedenti, possiamo decidere se un rapporto reciprocamente vantaggioso sia possibile con quest'organizzazione. Otteniamo una migliore comprensione su come comunicare con un'organizzazione e se è possibile che l'organizzazione sia disponibile a collaborare con noi. Si può anche avere un quadro più chiaro su che cosa quell'organizzazione può ottenere tramite un rapporto con NA.

Che cosa sanno di noi?

Pensando a ciò che l'organizzazione sa di NA può aiutarci comunicare con nostro pubblico. L'elenco seguente ci aiuterà ad avere un'idea chiara su quali informazioni i servitori di fiducia dovrebbero includere nelle loro interazioni con il pubblico, quali informazioni il pubblico ha già, e forse quali incertezze il pubblico può avere quando crea un rapporto con noi.

- Sappiamo se l'organizzazione ha i rapporti con altri programmi di auto aiuto o se hanno familiarità con l'approccio dei 12 passi.
- Abbiamo considerato la conoscenza e la percezione su NA dell'organizzazione.
- Abbiamo studiato se questa organizzazione ha avuto esperienze con NA e su come quell'esperienza potrebbe influire nel rapporto attuale.
- Abbiamo pensato a ciò che l'organizzazione si aspetta da noi e abbiamo chiarito la natura del nostro rapporto con loro.

A chi dobbiamo rivolgerci all'interno di un'organizzazione?

Una volta che abbiamo studiato il nostro pubblico, decidiamo chi è la persona migliore all'interno dell'organizzazione da contattare. Per prima cosa, scopriamo se ci sono membri di NA che possono avere esperienza con quell'organizzazione. Questi membri potrebbero sapere a chi dobbiamo rivolgerci e se è il caso di fare una telefonata, inviare una mail di posta elettronica, o spedire una lettera. Un membro che ha avuto esperienza con quell'organizzazione potrebbe anche farci conoscere la persona giusta da contattare. Possiamo anche trovare il modo per identificare i responsabili delle decisioni nell'organizzazione, così conosciamo le persone più adatte con le quali possiamo interagire all'interno dell'organizzazione. Possiamo considerare se il contatto scelto sia quello che può prendere decisioni e se abbiamo amici (oltre che la persona di contatto iniziale) dentro l'organizzazione. Vogliamo anche capire le responsabilità individuali delle persone all'interno dell'organizzazione. Può sembrare tanto lavoro, però questa pianificazione spesso può essere più importante della comunicazione. L'accurata preparazione può aiutarci a costruire i rapporti e rendere i nostri sforzi più efficaci per raggiungere i dipendenti.

Il nostro Dodicesimo Passo dice, in parte, “avendo ottenuto un risveglio spirituale, ” noi individualmente “abbiamo cercato di trasmettere il messaggio ad altri dipendenti.” I nostri sforzi di servizio collettivi derivano da questo stesso fondamento spirituale. Avendo ottenuto i benefici di questo programma nella nostra vita, ci uniamo insieme per trasmettere il messaggio di recupero più lontano di quanto possiamo singolarmente.

I Dodici Concetti per il Servizio in NA

Come faremo a interagire?

Ora che abbiamo studiato l'organizzazione con cui interagiranno, possiamo utilizzare tali informazioni per aggiustare/modellare/trovare il modo in cui comunichiamo. Possiamo comunicare tramite una lettera scritta, posta elettronica, una telefonata, una riunione o una presentazione. Le presentazioni richiedono una preparazione e formazione più approfondita, comunque tutte le interazioni dovrebbero considerare i seguenti punti.

Creare un dialogo. Quando iniziamo dei rapporti con il pubblico, una delle cose più importanti che possiamo fare è creare un dialogo. Un dialogo implica uno scambio di idee. Noi offriamo informazioni su NA e ascoltiamo ciò che l'organizzazione pubblica ha da offrirci. Usiamo un dialogo per creare aspettative realistiche sulle nostre risorse locali e il tipo di rapporto che può essere mantenuto; impostiamo ruoli chiari tra NA e l'organizzazione. Un dialogo vuol dire anche invitare i membri del pubblico a fornirci un feedback costante su come stiamo procedendo. Possiamo far questo tramite un follow-up costante, facendo domande come "Stiamo ancora rispondendo alle vostre esigenze?" "Sono cambiate le vostre esigenze?". Siccome mantenere questo dialogo è molto importante, possiamo creare un sistema di promemoria interno, così siamo sicuri di seguirlo. Questo promemoria può essere una cosa semplice come nominare una persona che sarà responsabile di seguire i contatti pubblici. Questa persona potrebbe tenere queste informazioni sul computer e aggiornarle periodicamente.

Usare un linguaggio familiare. vogliamo comunicare con il nostro pubblico e possiamo farlo usando un linguaggio che un ascoltatore capirà. Le scelte del linguaggio sono fondamentali nel fare chiarezza e comunicare efficacemente con i vari ascoltatori. Vogliamo affrontare eventuali differenze linguistiche tra NA e l'organizzazione. Usiamo un linguaggio chiaro, rispettoso e diretto nelle nostre comunicazioni.

Sia che si invii un annuncio scritto o che si incontri il direttore di un ente pubblico, riflettere su che tipo di linguaggio useremo ci aiuterà a dialogare con quel pubblico. Noi vorremo astenerci dall'utilizzare "il linguaggio NA" nei nostri rapporti. Non tutti in un convegno pubblico capiranno cosa intendiamo dire quando diciamo "coordinatore del CSA" o "gruppo d'appartenenza". Qualsiasi persona che non conosce la terminologia di NA dovrebbe capirci facilmente; dovremmo impegnarci nell'essere professionali e cortesi. Questo vuol dire chiedere un aiuto dai membri che hanno qualche esperienza nella scrittura quando stiamo preparando una comunicazione scritta per il pubblico.

Immagine. C'è una linea sottile tra mostrare rispetto per un pubblico attraverso la nostra immagine e presentare noi stessi come qualcosa che non siamo. Durante la preparazione per un contatto iniziale o per una riunione informativa, noi vogliamo scegliere vestiti che si adattano alla situazione. Qualcuno ritiene che cambiare modo di vestire è in qualche modo falsare ciò che siamo, altri invece ritengono che guardare al vestire in modo appropriato è che la scelta dei vestiti è un modo per mostrare rispetto al pubblico. Possiamo paragonare queste situazioni a un colloquio di lavoro: ci vestiamo in modo appropriato per fare un'impressione positiva; guadagniamo credibilità quando siamo capaci di relazionarci seguendo le regole di coloro con i quali stiamo interagendo. L'impressione iniziale può fare la differenza: vogliamo che il pubblico ricordi NA come un benefico programma di recupero e allo stesso tempo, non vogliamo esigere che i membri vestano in un certo modo e presentino una falsa immagine di NA. Allora sarebbe opportuno invitare una serie di membri per le presentazioni per dare un'immagine più realistica della diversità dei membri che frequentano NA.

Fare le prove. La preparazione per le presentazioni introduttive e gli incontri informativi è un altro modo di trasmettere il messaggio di NA al pubblico. Proprio come l'abbigliamento inappropriato può distrarre il pubblico dal messaggio di NA, comunicazioni confuse e incontri preparati male distraggono il pubblico da sentire cosa NA ha da offrire. Se leggiamo e rileggiamo i materiali da utilizzare nell'interazione iniziale, ci sono più probabilità che abbiamo un'approfondita conoscenza sul nostro materiale. Possiamo esercitarci con un finto pubblico composto di membri di NA. Esercitarsi sulle risposte da dare alle domande che possono venire dal pubblico è una buona pratica. Lo scopo sarebbe di lasciare il pubblico con informazioni precise su NA e la certezza che la nostra organizzazione e i suoi membri sono affidabili e capaci.

Presentazioni

Materiale per la presentazione

Lo scopo del materiale per la presentazione è quello di lasciare al pubblico due o tre punti importanti sul programma di Narcotici Anonimi. Possiamo usare la ripetizione per rafforzare i punti importanti, inoltre possiamo preparare volantini che delineano i punti più importanti vogliamo comunicare. Ci sono campioni di formati di presentazione nella sezione delle risorse di questo capitolo.

Vogliamo essere consapevoli delle nostre scelte di linguaggio quando facciamo una presentazione. Vogliamo essere molto attenti di non usare il linguaggio di NA. Per esempio, il pubblico potrebbe non capire il significato di NA della parola “fratellanza” per come la capiscono i membri di NA. Quando prepariamo il materiale per la presentazione il nostro scopo è quello di renderlo adatto per il nostro pubblico in maniera tale che la nostra ricerca ci aiuterà a fornire il materiale più idoneo.

Possiamo anche usare la nostra ricerca per rendere il messaggio di NA più significativo per il pubblico. Una presentazione indirizzata a operatori sanitari dovrebbe essere adatta per quel pubblico specifico. Non vogliamo subissare il pubblico con troppe informazioni. Invece, vogliamo farlo con informazioni specifiche, significative e opportune.

**“Quando creiamo
un materiale per la presentazione
lo scopo
è quello di renderlo adatto
per il pubblico.
E’ qui che
la nostra ricerca
ci aiuterà a produrre
il materiale più idoneo.”**

Possiamo trasmettere informazione su NA più chiaramente se creiamo punti di discussione. “Punti di discussione” sono le idee chiave per una presentazione particolare (vedi la sezione successiva “Che cosa vogliamo trasmettere su NA” per esempi di “Punti di discussione”). Possiamo prendere decisioni su quali punti sono più importanti per un pubblico, basate su il dialogo e sulla ricerca fatta con quel pubblico. Vogliamo essere sicuri che il materiale di supporto rifletta quello che diciamo nella presentazione. Materiale di supporto spesso include volantini su NA, il sondaggio sulla fratellanza, copie di The NA Way Magazine, e quant’altro che sembra adatto per un pubblico determinato. Se sono disponibili informazioni locali (sondaggi, notiziari, ecc.), poi quei materiali che si adattano al meglio in occasione di eventi locali. L’aiuto di supporti audiovisivi possono rafforzare la presentazione.

Ricordatevi di mantenere un formato flessibile. Un formato flessibile manterrà il pubblico interessato e ci aiuterà a creare un dialogo. Per esempio, se i membri di un pubblico mostrano di essere perplessi, i servitori di fiducia possono chiedere se a tutti è chiara l’informazione fornita. La persona che fa la presentazione potrebbe aver bisogno di spiegare certi punti in un modo diverso o offrire una nuova informazione, questo tipo di flessibilità mostra capacità di risposta e permette un dialogo. Formare piccoli gruppi di discussione o utilizzare sessioni a domanda e risposta, ci permetterà di sentire quello che il pubblico ha da dire.

Che cosa vogliamo comunicare su NA

Praticare ciò che vogliamo dire su NA è cruciale nelle nostre interazioni pubbliche. Per avere successo nelle relazioni pubbliche, abbiamo bisogno di un messaggio coerente e ben preparato. Vogliamo essere sicuri di comunicare le informazioni al pubblico nella maniera seguente:

1. Una breve descrizione della storia locale di NA e lo sviluppo generale di NA;
2. Una descrizione di NA - il nostro scopo primario e il nostro unico requisito per essere membri di NA;
3. Il ruolo del gruppo di NA e le tradizioni di NA (una panoramica generale su come funzionano i gruppi e le strutture di servizio per promuovere il messaggio di recupero di NA);
4. I passi di NA— forniamo una breve descrizione del ruolo dei Dodici Passi del recupero. Spieghiamo che i passi contengono i principi spirituali del nostro programma;
5. Discutiamo il nome di “Narcotici Anonimi”. Dissipiamo qualsiasi equivoco riguardo al fatto che il vocabolo “narcotici” in NA non significa che ci rivolgiamo solo a chi ha usato oppiacei;
6. NA è un programma spirituale, e non è religioso; e
7. Dove trovare NA (linee telefoniche, ufficio di servizio, WSO, sito web, ecc.)

La comunicazione distingue anche tra ciò che NA può fare e ciò che NA non può fare. Lavoriamo per aiutare quelli che non conoscono il nostro programma di recupero a comprendere i principi che sono alla base delle azioni della nostra fratellanza. Diamo ai non membri un’istantanea delle nostre tradizioni: principi come la cooperazione e l’autonomia. Non c’è bisogno per il pubblico di avere la piena comprensione delle nostre tradizioni, però lavoriamo verso un rapporto con il pubblico che onora queste tradizioni.

Fornire informazioni sul nostro programma di recupero è comunicazione. Condividiamo informazioni tramite le nostre comunicazioni scritte, la nostra letteratura di recupero, il servizio e le nostre presentazioni con i professionisti. Facciamo un gran servizio quando affermiamo con chiarezza che cosa è il programma di Narcotici Anonimi. Cerchiamo di evitare di fare congetture sul fatto che le persone che non fanno parte della nostra organizzazione le comprenderanno o meno. Non promettiamo che NA funziona per tutti, però offriamo la nostra esperienza nel rimarcare che il programma di NA funziona per tante persone da diversi ambienti ed esperienze. Evidenziamo la diversità della nostra fratellanza e il nostro programma - che NA è una fratellanza mondiale, multilingue e multiculturale.

I seguenti punti sono alcuni esempi di discussione che i membri potrebbero usare quando comunicano su NA ai non membri in un ambiente pubblico:

I Dodici Passi/la sponsorizzazione/il mutuo aiuto

Un pubblico professionale potrebbe capire che NA è un programma dei Dodici Passi o un programma di mutuo aiuto. I Dodici Passi si riferiscono su quale programma è basato, e la sponsorizzazione si riferisce a come si applicano i Dodici Passi. Il mutuo aiuto si riferisce a un approccio fra pari, piuttosto che l’approccio da un professionista a un dipendente.

Approccio spirituale:

Il programma di NA è basato sull’applicazione pratica dei principi spirituali nella vita quotidiana. Per esempio, un membro potrebbe non credere in Dio però potrebbe acquistare la sua libertà e speranza dalla dipendenza attiva con i Dodici Passi o con il gruppo.

NA è un programma basato sui principi spirituali

I principi del programma di NA sono capaci di attraversare confini culturali. Questo si acquisisce tramite il lavoro sui Dodici Passi di NA. Attraverso questo lavoro sui passi, ogni membro può migliorare la propria vita rafforzando principi come l’onestà o la fede.

Cosa si aspetta un nuovo venuto da una riunione di NA

Le riunioni funzionano spesso nel modo seguente: a un nuovo membro potrebbe essere chiesto di dire il suo nome, i membri possono condividere come il programma funziona nelle loro vite, e i gruppi di solito chiudono con un cerchio e una preghiera.

“... lavoriamo per una relazione con il pubblico che onori le nostre tradizioni.” “Noi vogliamo adottare un approccio di squadra nelle nostre presentazioni...”

Gli oratori

È importante scegliere da un elenco di oratori che rappresenti un quadro realistico della comunità di NA e lo possiamo fare invitando vari membri. Vogliamo adottare un approccio di squadra nelle nostre presentazioni perché non vogliamo che una persona rappresenti NA. Lavoriamo insieme e supportiamo gli altri quando presentano NA al pubblico. Vogliamo che il pubblico veda che siamo un gruppo diverso di volontari.

Noi dobbiamo considerare che nella nostra comunità di NA è meglio fare una presentazione. Cerchiamo di abbinare gli oratori con gli ascoltatori. Qualche membro di NA farà la presentazione meglio di altri. Presentare non è semplice; ci vuole tempo e preparazione. Possiamo decidere di incoraggiare persone che non hanno le competenze necessarie per fare altri servizi, o dobbiamo fornire una formazione per i membri così che essi possano migliorare le loro competenze nelle presentazioni.

Gli oratori possono riguardare il quarto concetto per aver chiaro il ruolo di guida che hanno intrapreso. In una sessione a domande e risposte alla fine della presentazione può accadere che agli oratori possano essere rivolte domande che esulano dallo scopo di NA. Questa è una situazione dove le capacità del leader possono essere importanti. Se in un'intervista televisiva, a un oratore viene chiesta la posizione di NA su un problema estraneo a NA, deve essere in grado di dire "Non posso rispondere" e spiegare brevemente il motivo. Fare prove sulle risposte da dare a queste domande permette agli oratori di non rispondere in un modo che sia rispettoso.

Una leadership efficace è altamente valutata in Narcotici Anonimi. Le qualità di un leader dovrebbero essere attentamente valutate quando si selezionano servitori di fiducia.

Dodicesimo Concetto per il servizio in NA

Gli oratori non dipendenti

I due i punti da considerare se utilizziamo i non-dipendenti formati adeguatamente per parlare di NA agli eventi della comunità sono:

- (1) Possono aiutarci a proteggere il nostro anonimato negli eventi locali, e
- (2) Possono sostenere NA usando il linguaggio degli ascoltatori nel pubblico.

Dobbiamo stare attenti a non usare sempre gli stessi oratori per evitare che loro diventino la "faccia" di NA.

Mostre e stand

Nell'allestimento di uno stand in un evento, mettiamo la stessa considerazione di una presentazione nella preparazione e nella cura della nostra immagine. Ci dovrebbe essere sempre qualcuno/a presso la mostra o lo stand. Possiamo invitare membri esperti di NA in occasione di eventi, però vogliamo essere sicuri di limitare il numero di membri a una mostra, così che lo stand non diventi troppo affollato; di solito, tre membri sono abbastanza. Forniamo informazioni sui contatti locali di NA alle persone che visitano lo stand. Se ci pongono una domanda alla quale non abbiamo la risposta, possiamo offrire di contattare un membro nella comunità locale di NA per ottenere la risposta alla loro domanda. È una buona abitudine chiedere a coloro che visitano lo stand i loro biglietti da visita. Ottenere questo tipo di informazione di contatto sarà molto utile se siamo sicuri di seguire mediante l'invio di una lettera e di pacchetti informativi su NA. Cerchiamo di essere di aiuto e affidabili quando diamo informazioni su NA.

Il pubblico

Il pubblico è la ragione per cui teniamo le presentazioni. Incoraggiamo i partecipanti del pubblico a invitare i propri contatti. Possiamo anche creare modi per incoraggiare il pubblico a darci commenti sulla presentazione. Una scheda di valutazione che chiede ai partecipanti l'utilità della presentazione, l'efficacia, il valore del materiale distribuito e se ci fosse qualcos'altro che potrebbe essere incluso, può aiutare le nostre presentazioni a perseguire miglioramenti. Possiamo richiedere informazioni di contatto ai partecipanti ed essere sicuri di dare seguito a queste informazioni. Possiamo invitare i membri di NA a sedersi tra il pubblico. Possiamo allenare i membri dalla comunità locale di NA, invitandoli ad assistere alla presentazione e ad ascoltare una sessione di domande e risposte. I membri di NA tra il pubblico possono fare le prime domande in questa sessione. Possono anche aiutare a impostare il tono e fornire agli oratori incoraggiamento e sostegno. Una delle cose più importanti che possiamo fare è ascoltare il pubblico. Ascoltando il pubblico, possiamo rispondere con altre informazioni rilevanti. Possiamo anche annotare i loro commenti e incominciare ad avere un dialogo con questo pubblico.

Prove e preparazione

L'esercitazione dei membri di NA può essere un modo divertente per preparare una presentazione. I servitori di fiducia possono chiedere l'un l'altro la domanda più difficile che si può pensare in una prova. La pratica fatta con un pubblico amico di membri di NA può anche aiutare gli oratori a costruire fiducia in se stessi. Fare le prove in questo modo ci assicurerà che la nostra presentazione rientrerà nel tempo stabilito.

Un altro modo per prepararsi alle presentazioni è di fare prove sulla sessione a domande e risposte e di avere risposte pronte per le domande tipiche. Gli oratori potrebbero anche voler trovare le organizzazioni nella comunità locale che offrono formazione nei discorsi pubblici. Infine, vorremo essere sicuri che siamo consapevoli delle variabili di un evento:

Sappiamo cosa ci aspetta nel luogo designato?

Sappiamo quante persone dovrebbero presentarsi?

Possiamo controllare la temperatura e l'allestimento della sala?

Sappiamo l'ora di inizio della presentazione, così da essere puntuali?

Siamo vestiti nel modo giusto?

Organizzazione di presentazioni

I membri che coordinano gli eventi di pubbliche relazioni e le presentazioni devono mantenere una prospettiva più ampia in mente. I punti seguenti possono essere importanti quando si organizza una presentazione:

- La comunità locale di NA potrebbe fornire un questionario per i membri di NA per scoprire chi ha competenze di organizzazione e presentazione.
- Assicurarsi che gli strumenti di presentazione e le risorse siano aggiornati.
- Allestire il programma della presentazione più adatto per invitare i partecipanti.
- I servitori di fiducia vogliono essere sicuri di coordinarsi con altri comitati così la struttura di servizio locale può offrire un supporto unificato a un evento.
- Se la comunità locale di NA ha deciso di usare dei non-dipendenti per presentare, deve essere sicura di averli formati e orientati a comunicare informazioni accurate su NA.
- Vi possono essere opportunità di istituire una mostra o stand all'evento locale. Possiamo usare questa opportunità per cercare contatti futuri ottenendo biglietti da visita.

Suggerimenti per rendere più efficaci le nostre presentazioni:

1. Essere preparati
2. Conoscere il pubblico
3. Mantenere il tutto localmente - portare materiale della zona
4. Essere consapevoli delle risorse di NA
5. Essere entusiasti
6. Mantenere la presentazione entro i tempi stabiliti
7. Essere semplici e diretti
8. Ascoltare
9. Imparare a “leggere” il pubblico
10. Mandare una lettera di ringraziamento
11. Sondare il pubblico
12. Utilizzare i commenti dati per migliorare la volta dopo
13. Condividere informazioni su NA e minimizzare la propria esperienza.

Le nostre interazioni con il pubblico possono avere sempre più successo quando ci prendiamo del tempo per pianificarle e prepararle. Il nostro obiettivo principale è trasmettere il messaggio di NA ai dipendenti nel mondo — molti membri del pubblico sono molto felici di aiutarci a realizzare questo obiettivo. Noi possiamo fare la nostra parte presentando con chiarezza, attendibilità e fornendo informazioni significative su cosa è NA e come può aiutare i dipendenti.

Risorse

Suggerimenti su come scrivere un efficace lettera di PR
Informazioni sulla lettera tipo di NA
Presentazione di pubbliche relazioni
Presentazione della scheda di valutazione e rilevazione
Risposte alle domande più frequenti
Area/regione pacchetto di tavola rotonda
Semplice lettera di invito per tavola rotonda

Suggerimenti di liste di contatti

Segue una lista di organizzazioni pubbliche generali. Ciascun capitolo fornirà una lista di contatti che si riferiscono al pubblico in quel capitolo (come i trattamenti, assistenza sanitaria e giustizia criminale).

- Industria: sindacati, programmi di assistenza per il lavoratore, registri delle risorse umane;
- Gruppi religiosi: controlla i loro orari delle funzioni religiose e gli orari di ufficio per trovare l'orario migliore per prendere contatti;
- Insegnamento: insegnanti, collegi e università, scuole medie e scuole superiori, consulenti d'orientamento;
- Servizi organizzativi: gruppi di quartiere, gruppi giovanili, gruppi sociali e culturali, clubs di servizio, rifugi per senzatetto e per donne maltrattate, mense dei poveri.