

Konferenciára készülve

tippek résztvevőknek, előadóknak és szervezőknek a hatékony tudásszerzéshez és -átadáshoz

Habók Lilla habok.lilla@gmail.com és Mikulás Gábor mikulasg@gmconsulting.hu (KIT Hírlevél) összeállítása

2018. március

A szakmai konferencia akkor éri el célját, ha tudást generál, gyűjt össze, ad át és dolgoz fel – a rendezvény előtt, alatt és cselekvést is indít utána. A jobbak már közben is.

A konferencia-részvétel, mint lehetőség:

- megfiatalodás: felfrissülés mások ötleteivel, csiszolod sajátjaidat, javítva fejlődési képességedet
- maximális mennyiségű személyes kapcsolat – előadókkal és résztvevőkkel egyaránt, együttműködések lehetősége
- találkozás szolgáltatókkal, beszállítókkal, befektetőkkel, versenytársakkal, álláskeresőkkel, fejedelmekkel
- lehetőség a szakma állapotának, hangulatának felmérésére
- kilépés a napi rutinból: motiváció és kikapcsolódás
- személyes vagy szervezeti márkaépítés
- üzletkötés

+1 ne (csak) a saját szakmád konferenciáján, hanem ügyfeleidén is vegyék részt!

A. Résztvevői felkészülés

1. Készülj fel a konferencia témájából! Nézd meg az érdekesebb előadók korábbi cikkeit, videóit. Jó barátaid: az internet, adatbázisok, tájékozottabb kolléga és a könyvtár is.

2. Szerelkezz fel 50-60 névjegykártyával, hogy könnyen adhassál azoknak, akikkel kapcsolatot szeretnél fenntartani.

3. Ha van érdekes előadástéma vagy előadó, jól tesszük, ha áttekintjük a téma adatait, az előadó fontosabb korábbi megnyilvánulásait, pl. a weben rákeresve: cikkei, nyilatkozatai, honlapja. Ez a tudás jól jön társalgás vagy vita közben. Jó esetben a konferenciaszervező ezeket az adatokat előre megadja honlapján vagy blogján, tehát az előadás így egy szakmai párbeszéd csúcspontjává válik. – Persze, ha tényleg érdekes a téma, és hozzá tudnak, hozzá mernek, vagy akarnak szólni a résztvevők.

Program-kiválasztás

4. Azonos időpontban két párhuzamos előadást nézz ki. Így ha túl sok embert látsz az egyik szekcióban, vagy pedig rájössz közben, hogy az előadásminőség alulmúlja várakozásaidat, át tudsz menekülni a másik szekcióba.

5. Érdemes részt vened néhány, fő érdeklődési területeden kívül eső szekcióban – szemellenző-nyitogatásként.

6. „Számomra legemlékezetesebb esemény egy kis szakmai csoport találkozója volt, amely leginkább egy rendezvényen belüli rendezvény volt.”

Előadás...

7. Előre üljél, hogy jól láss, pl. könnyebben tudj fotót készíteni, és téged is lásson az előadó.

8. Jegyzetelj. Bár kézzel írva több ragad meg benned, az elektronikus feljegyzés akár azonnal továbbküldhető, posztolható. Ha te adsz leghamarabb (a Hype-görbe csúcán) hírt az eseményről, a te tudósításodhoz viszonyítanak az olvasók.

9. Nem csak a szó szerint elhangzó szöveget érdemes figyelni. Gyakran nagyon tanulságos azokat a metajeleket felfedezni – legyen az előadás vagy egyszerű beszélgetés – melyek a beszélő rejtett(ebb) szándékaira utalnak (vö.: [Az elfogulatlanság jelei az általunk olvasott szövegekben](#)). Pl. hogy mennyire hisz abban, amit mond. Hogy az egyes érvek – ha vannak – érzelmeken, saját döntésen vagy érveken alapulnak. Milyen utalásokat tesz. Használ-e mások által korábban elhangzott jellegzetes kifejezéseket, és kiét? E metajelek alátámaszthatják, vagy akár hitelteleníthetik is a mondandóját. (Egy korábbi vándorgyűlési elemzés: [Vándorgyűlési pontok – nagyító alatt](#))

10. Ne félj felszólalni, kérdést feltenni, észre vétetni magadat – hálózatot építve. (Persze, ha van értelmes mondanivalód, mert a buta, önmotogató vagy behízelt szöveg az ellenkezőjét éred el.) Akkor szóljunk közbe, ha feltehetően másoknak is segítünk – pl. pontosítás (de nem szórszálhasogatás) kérésével.

11. Rutinos, mondandójukban biztos előadók reagálnak a hallgatók belekérdezéseire, sőt akár provokálják az interakciót. Ezt konzervatívabb hagyományok között inkább neveltlenségnek veszik, és gyakran az előadás utáni kérdésekre sem hagynak időt. A kereteket azonban érdemes feszegetni. Az interakciós idő nagyban növeli a konferencia hatását, egyben megkülönbözteti a kötelezettségből vagy hagyományból vállalt szakmai rendezvényektől.

Kapcsolatépítés

12. Lép ki a komfortzónádból! Ne az ismerőseid mellé ülj be, hanem csak úgy. Mutatkozz be, kezdeményezz beszélgetést, állj szóba pl. a melletted ülővel. Tegyél fel kérdéseket pl. munkájukról, a konferenciáról. – Újoncként a szakmában a legegyszerűbb persze a passzív szerepet választani és arra várni, hogy mások kezdeményezzenek. A régi motorosok barátként üdvözlik egymást, és óhatatlanul is klikkekbe tömörülnek. Átmenetileg társasági lényé válva a kívülről zártak tűnő körök új lehetőségeket nyithatnak meg a későbbiekben.

13. Az interaktivitásnak sokféle tere lehet, pl. szünetek, fogadás, informális megbeszélések, séta az aulában, találkozás a liftben, sorbaállítás a WC előtt – mind-mind lehetőség a szóba elegyedésre, kapcsolatépítésre.

14. Tervezzük meg, kivel találkozunk, s akár: melyek lesznek fő témáink – ugyanakkor hagyjunk lehetőséget a meglepetéseknek is. A tervezést a helyszínen is folytathatjuk, ha nem várt arcok és témák kerülnek elő.

15. Teremts kapcsolatokat mások között! Bizonyára ismeresz egy-két embert, akikkel együtt dolgozol munkahelyen, bizottságban, stb., hozd össze őket! Ha épp egy régi munkatársaddal beszélgetsz, és belép egy ismerős, mutasd be őket egymásnak. Nemcsak a kínos helyzetől szabadulsz meg, hanem esetleg valaki számára fontos kapcsolatot hozhatsz létre. Nagy létszámú konferenciákon az ilyen apró kedvességek teszik a közösséget barátivá.

16. Térképezzük fel a helyszín közelében a kávézókat, kocsákat, melyek alkalmasak a kötetlen beszélgetésekre. Ha gyengék az előadások, ilyen módon hasznosabban is lehet tölteni az időt. A protokoll jellegű előadásokon ritkán hangzik el egy rejtő dolog, vagy ha mégis, a híradásokban később majd úgyis ezek lesznek olvashatók.

17. Névjegycsere után jegyezzük fel a kártya hátára, hogy az illetővel hol és mikor találkoztunk, esetleg hogy miről beszélünk (fél év múlva nem biztos, hogy emlékszünk már a részletekre).

18. Érezd jól magad! A kapcsolatépítés ne legyen megterhelő feladat. Az ügyes kapcsolatteremtők olyan könnyedséggel mozognak a terepen, mintha szórakozásból lennének ott. Vagyis ne görcsölj, légy önmagad, és legfőképpen, töltsd kellemesen az időt. Végképp is, mi a legrosszabb, ami bekövetkezhet?

A konferencia után

18. A konferencia után következik a fontosabb rész: az ismeretség ápolása. A nagyszerű ötletből semmi nem lesz, ha nem lépünk tovább. Az igazán fontos új kapcsolataidnak küldj egy emailt, és például említsd meg, hogy milyen jó volt velük beszélni XYZ témáról. Aztán, ki tudja, milyen lehetőség adódik a jövőben?

19. Egy-egy izgalmas téma köré virtuális vita-, netán projektsoportot szervezhetünk, kihasználva a résztvevők magasabb motivációját, érdeklődését.

B. Előadói felkészülés - a közösségi média korában (a WSJ alapján)

1. Találkozók szervezése. Konferencián legalább fele időmet személyes beszélgetésekkel töltöm. Webes naptárban (pl. Google Calendar) szabadabb teszem a találkozásokra szánt időpontokat, melyek linkjét elküldöm azoknak, akikkel találkozni szeretnék. Az ő listájukat nemcsak a konferencia-honlapról szerzem be, hanem a Twitteren is nézem, ki ír a rendezvényről. Ha olyannal szeretnék találkozni, akit még nem ismerek, megnézem előbb profilját a LinkedIn-en vagy a Facebook-on.

2. Foglald asztalt a konferencia estéin egy-egy vendéglátóhelyen, melyet rögzíts eseményként pl. a Facebook-on. Gondold át, hogy célod függvényében milyen témát vetsz fel a meghívandóknak. Írd meg nekik, hogy korlátozott számban vendégeket is hozhatnak. A résztvevők számát kontrollálhatod az elektronikus esemény oldalán.

3. Meghívás. Ha egyes embereket hívsz találkozóra, küldhetsz ebédmeghívást, de megbízhatasz konspirátorokat is, hogy hozzanak néhány érdekes embert magukkal.

4. Névjegy a tevékenységed bemutatásához. - Készíttetem olyan matricákat is, amelyek az általam gyakran ajánlott cikkeim rövid linkjét / qr-kódját tartalmazzák. Ezeket névjegyemre ragasztom az éppen felhozott téma szerint.

5. Teremts új kapcsolatokat! Hazafelé tartva a begyűjtött névjegyeket feldolgozom, adataikat beteszem elektronikus cím- és adattárba. (Az Evernote-nak pl. van beépített névjegykártya-olvasója.) A LinkedIn-t használom a kapcsolatfelvételhez (de szelektív vagyok), illetve követem is az embereket Twitteren. Egy másik trükk: selfie-t készítek az emberekkel, melyeket #nicetomeetyou [öröm volt találkozni veled] és a konferencia hashtag-jával teszem fel. Így lesz egy #nicetomeetyou tweet-listám az emberekről, a helyszínről és a képekkel.

6. Promotáld előadásodat! Ha előadsz, a promócióval kb. annyi időt töltsél. mint magával az előadás tartalmával (főként, ha egy nagyobb konferencián versenyzel a többi előadóval a figyelemért). Készíts esemény előtti teaser-t, például egy blogbejegyzést vagy infografikát, és oszd meg az összes közösségi médiában úgy, hogy tartalmazza a konferencia hashtag-jét. Add az előadásodra mutató linket az email-aláíráshoz, különösen, ha konferenciabeszélgetésen veszel majd részt.

7. Támogasd előadásodat Twitterrel! Tegyél előadásod fontos diáira hashtag-et, melyekre hivatkozva kiegészítő információkat adhatsz az előadásod után. Így növelheted Twitter-követőid számát.

8. Konvertáld hallgatóidat! Ha a bemutató közönsége számára értékesíteni szeretnéd szolgáltatásodat, vagy szakmai / üzleti kapcsolatokká szeretnéd alakítani őket, készíts weboldalt a téma néhány alapvető információjával, illetve ehhez az eseményhez, témához tartozó feliratkozó e-mail-es úrlappal. Előadásodban hivatkozz is e lehetőségre (megkaphatják diáidat és későbbi üzeneteidet). Ne feledd e feliratkozás-linket Twitteren is közzétenni a konferencia hashtag-jével együtt. Az előadásod Slideshare-linkjének közreadásáról se felejtkezz el.

C. Néhány szervezői szempont

1. Olyan rendezvényt szervezz, amelyen érje meg a részvétel a résztvevők számára, hiszen időt és pénzt szánnak rá s nyerni akarnak a részvételen, hazavinni valamit, amit használható. Többet, mint ami a YouTube-on vagy a SlideShare-en juthat hozzá. Változtassa meg a konferencia a résztvevőket!
2. Legyen friss, naprakész, ne pedig egy vagy fél éve tematizált. Küldj ki szöveges vagy videó anyagokat a résztvevőknek, hogy felkészülhessenek.
3. Olyan előadókat hívj, akinek előadása mindenki tudását fejlesztő élmény. Aki megváltoztatja a résztvevők gondolkodását, a gondolataikat pedig cselekvésbe fordítja. A résztvevők fel akarnak ébredni, provokációt akarnak, részesei akarnak lenni a diskurzusnak. Résztvevőként olyat szeretnénk hallani, aki másként gondolkodik, aki felrázza őket, aki áttöri elképzeléseik határait. Tehát növeld az elvárásaidat az előadókkal szemben. Attól, hogy az előadó tud valamit, még nem biztos, hogy képes inspirálni is. Tud-e hozzászólásokat szítani? Be tudja-e vonni a résztvevőket? Gerjeszti-e az egymás közötti tanulást? Később is kapcsolatban marad-e a hallgatósággal? Mi a hallgatóság véleménye az előadókról?
4. A jó konferencián a szervező tudatosan hagy tág teret a kapcsolatépítésre, a frontális és nem frontális kommunikáció aránya eléri az 50-50%-ot.
5. A jó konferencia elnöke határozott jövőképpel rendelkezik: aki megfogalmazza, milyen elmozdulást szeretne

Ne feledd: a jó konferencia is csak azok számára térül meg (vö.: ROI – return on investment), akik igyekeznek ki is használni azt. Azaz: felkészülnek rá, nyitottak a szokatlan megközelítésekre, új kapcsolatokat teremtenek, részt vesznek a szakmailag legígéretesebb workshopokon, előadásokon és a kapcsolatépítési lehetőségeken, majd hazatérve feldolgozzák a kapottakat.

elérni a konferenciával. Éppen ezért a rendezvényének van küldetése, inspirál, szórakoztat, kiváló kapcsolatépítési lehetőség, egyúttal felráz.

6. A jó konferenciák a rendezvény előtt, alatt és után egyaránt kihasználják a közösségi média és a technológia erejét. Beharangozó üzenetek, emlékeztetők előzetesen, a konferencia ideje alatt pedig, rövid képes üzenetek jelennek meg a konferencia legfontosabb gondolatairól – élő videó-közvetítés mellett.
7. A konferencia anyagait – amennyiben ennek nincsenek jogi és egyéb kötöttségei – a szervezők a lehető legrövidebb időn belül, lehetőleg aznap közreadják. (Mivel a ppt-k és a videó nagyobb befogadói ráfordítással értelmezhető, s ezért kevesebben szánnak időt megnyitásukra, a jó szervező könnyen olvasható szöveggel, kivonatolva is felteszi a tartalmat. (A vágtatlan videó közzététele nem helyettesíti a gyors híradást!) A konferencia összefoglalója napokon belül, az előadások szövege legkésőbb egy-két hónapon belül megjelenik.
8. A fenntartható konferenciáknak jól átgondolt szponzorációs stratégiája is van.
9. Minőségi konferenciákon kiváló a wifi-kapcsolat.
10. Jó konferenciaszervezők begyűjtik és feldolgozzák a résztvevők véleményét, felhasználva azt a következő rendezvény jobbá tételéhez.

Az összeállítás saját és az alábbi források felhasználásával készült: [The Power of Conferences in a Social-Media Age - A guide to using technology to make face-to-face gatherings even more valuable](#) / Alexandra Samuel (2016); [What are the benefits in attending a conference?](#) (Quora); [A Conference Manifesto](#) / Mary Ellen Bates (2014); [What are the benefits in attending a conference?](#) (2011); What makes a conference great? ACRlog (2012), Hajnal Ward Judit referálásában; Making the most out of a professional conference / Mary Ellen Bates, 2009;