

ELSA GREECE MARKETING HANDBOOK



elsa

The European Law Students' Association

GREECE

Αγαπητοί Marketeers,

Θα ήθελα να σας συγχαρώ για την επιλογή σας να ασχοληθείτε με αυτό τον Οργανισμό και συγκεκριμένα με ένα Τομέα, που θα σας δώσει αμέτρητες ευκαιρίες για συνεχή εξέλιξη και ανάπτυξη των δεξιοτήτων σας. Το μόνο σίγουρο είναι ότι στο τέλος αυτής της διαδρομής θα έχετε βιώσει μοναδικές εμπειρίες και θα έχετε αποκομίσει ξεχωριστά διδάγματα για τη μετέπειτα προσωπική και επαγγελματική πορεία σας.

Πολύτιμος αρωγός σας σε αυτή τη διαδρομή επιδιώκω να είναι το παρόν εγχειρίδιο, του οποίου βασικός στόχος είναι η διευκόλυνση των Officers, που δραστηριοποιούνται σε αυτό τον Τομέα, κατά την ανάληψη και εκτέλεση των εργασιών τους. Αποτελεί μια προσπάθεια περιεκτικής ανάπτυξης του αντίστοιχου εγχειριδίου της ELSA International, ενώ έχει διανθιστεί με χρήσιμες πληροφορίες και καλές πρακτικές από τις Διεθνείς Εσωτερικές Συναντήσεις και την εμπειρία προηγούμενων Officers.

Επειδή, όμως, η εξέλιξη πρέπει να αποτελεί βασική επιδίωξη σας, είναι εξαιρετικά σημαντικό να συμβάλλετε κι εσείς, με τη γνώση και τις εμπειρίες που θα αποκτήσετε, στην περαιτέρω διάνθιση του περιεχομένου του. Sharing is caring!

Σας εύχομαι μια παραγωγική, εποικοδομητική και γεμάτη ELSA ακαδημαϊκή χρονιά!

Βέρα Ελευθεριάδου,
Αντιπρόεδρος Marketing
ELSA Greece 2019/2020

1. Η ELSA ΩΣ ΟΡΓΑΝΩΣΗ

Η φιλοσοφία της ELSA :

Όραμα

«Ένας δίκαιος κόσμος, στον οποίο υπάρχει σεβασμός για την ανθρώπινη αξιοπρέπεια και την πολιτισμική διαφορετικότητα».

Σκοπός

Να συμβάλλει στην νομική εκπαίδευση, να ενισχύσει την αμοιβαία κατανόηση και να προάγει την κοινωνική ευθύνη των φοιτητών νομικής και νέων νομικών.

Μέσα

- Με την παροχή ευκαιριών σε φοιτητές νομικής και νέους νομικούς, ώστε να εξοικειωθούν με διαφορετικούς πολιτισμούς και νομικά συστήματα, μέσα σε ένα πνεύμα κριτικού διαλόγου και επιστημονικής συνεργασίας.
- Με τη συνδρομή των φοιτητών νομικής και νέων νομικών στην καλλιέργεια ενός διεθνούς τρόπου σκέψης και την απόκτηση επαγγελματικών δεξιοτήτων.
- Με την ενθάρρυνση των φοιτητών νομικής και νέων νομικών να δρουν, με γνώμονα το κοινωνικό συμφέρον.

2. Εισαγωγή στο ρόλο του Marketing - Target groups

2.1. Εταιρική Ταυτότητα (Corporate Identity)

Αποτελεί τη γενική εικόνα της Ένωσης. Αντιπροσωπεύει το σύνολο των αξιών, που επιθυμεί να προασπίσει η ELSA, και τους στόχους, που επιδιώκει να επιτύχει.

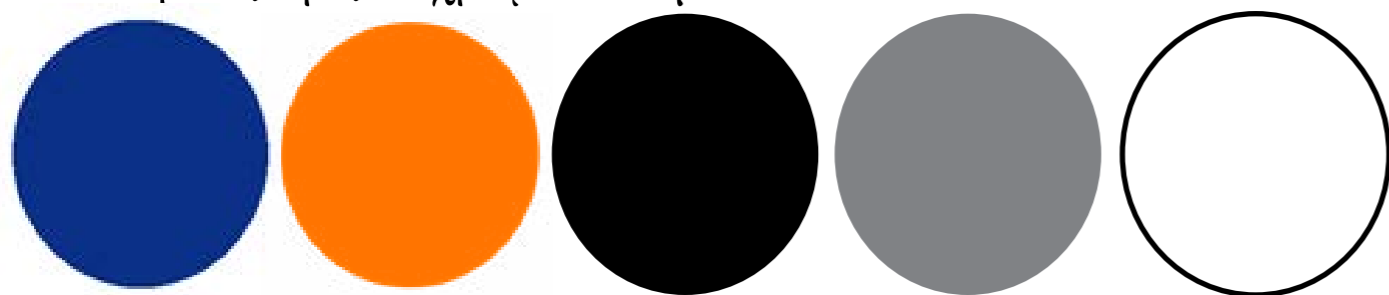
Περιλαμβάνει τα ακόλουθα στοιχεία:

- Εταιρική Συμπεριφορά (πως δρα η Ένωση και οι άνθρωποί της)
- Εταιρική Επικοινωνία (δημόσιες σχέσεις, κλπ)
- Εταιρική Νοοτροπία (ο τρόπος που λειτουργεί η Ένωση)
- Εταιρικός Σχεδιασμός (logos, εταιρικά χρώματα, κλπ)
- Εταιρική Γλώσσα (ύφος, λεξιλόγιο)
- Εταιρική Φιλοσοφία (όραμα, στόχοι, αξίες και ιδέες)

4 είναι τα βασικά στοιχεία του Εταιρικού Σχεδιασμού:

1. Όνομα
2. Logo
3. Χρώματα
4. Γραμματοσειρά

Ειδικότερα ως προς τα χρώματα, οι βασικοί κωδικοί είναι οι ακόλουθοι:



RGB: 10 48 135	RGB: 255 116 0	RGB: 0 0 0	RGB: 102 102 102	RGB: 255 255 255
CMYK: 100 85 0 0	CMYK: 0 64 94 0	CMYK: 0 0 0 100	CMYK: 0 0 0 60	CMYK: 0 0 0 0
HEX: #0a3087	HEX: #ff7400	HEX: #000000	HEX: #666666	HEX: #ffffff

Μην ξεχνάς! Είναι σημαντικό να χρησιμοποιείς τους κωδικούς CMYK για υλικό προς εκτύπωση και RGB για ψηφιακό υλικό.

Βασικές γραμματοσειρές, που ενισχύουν την Εταιρική Ταυτότητα της ELSA είναι η **EB Garamond** και η **Lato**.

2.2. Ομοιομορφία

Δεν πρέπει ποτέ να ξεχνάμε ότι είμαστε μέρος μιας Ένωσης, με ισχυρά στοιχεία και γνωρίσματα. Προκειμένου να συμβάλλουμε στην ενίσχυση της προβολής την ELSA, είναι σημαντικό, ως Marketeers, να επιδιώκουμε πάντα την ομοιομορφία και τη συμμόρφωση προς τις γενικές επιταγές της ELSA International σχετικά με το προωθητικό υλικό των διαφόρων projects.

2.3. Φωτογραφίες/ Videos

Είναι απαραίτητο να χρησιμοποιείς φωτογραφίες και videos υψηλής ανάλυσης, απαλλαγμένες από πνευματικά δικαιώματα, που αντιπροσωπεύουν την ELSA ως Ένωση.

Ορισμένα χρήσιμα sites είναι τα εξής:

Για φωτογραφίες: Unsplash, Pixabay, Pexels

Για videos: Pixabay, Pexels

Για μουσική: Youtube Audio Library και channels με copyright free sounds, εφόσον έχεις εξετάσει προσεκτικά τους όρους χρήσης των έργων.

Tips για την λήψη videos με κινητό:

- Θέσε τη συσκευή σου σε οριζόντια διάταξη(εκτός αν θέλεις να το αξιοποιήσεις ως story)
- Σταθεροποίησε τη συσκευή σου με ένα τρίποδο/ selfie stick.
- Προτίμησε το φυσικό φως και φρόντισε να μην στέκεσαι μπροστά από κάποιο παράθυρο.
- Ρύθμισε χειροκίνητα το επιθυμητό επίπεδο έκθεσης και την εστίαση.
- Περίορισε την έκθεσή του video σε εξωτερικούς ήχους.
- Πρόβαλε τον καλύτερο εαυτό σου!

2.4. Αρμοδιότητες ενός Marketeer

- Δημιουργία προωθητικού υλικού
- Χάραξη στρατηγικής προώθησης
- Δικτύωση
- Προαγωγή του Branding και της Εταιρικής Ταυτότητας
- Διεξαγωγή Έρευνας Αγοράς
- Διαχείριση των social media
- Συνδρομή των Κυρίων Τομέων
- Υποστήριξη του Fundraising

Ποια είναι τα προϊόντα και οι υπηρεσίες, που προσφέρονται στο δίκτυο της ELSA ;

Σεμινάρια, διεθνή συνέδρια, εικονικές δίκες, ομάδες νομικής έρευνας, θεσμικές επισκέψεις, θέσεις πρακτικής άσκησης, χειμερινά/θερινά σχολεία, περιοδικό.

Ποιο είναι το target group σου;

Υπάρχουν 5 εξειδικευμένα target groups στο δίκτυο της ELSA:

- 1) Πιθανά Μέλη
- 2) Μέλη
- 3) Μέλη, που συμμετέχουν στη διεκπεραίωση εργασιών του Οργανισμού
- 4) Οργανισμοί
- 5) Ακαδημαϊκοί

Για να μπορέσεις να ικανοποιήσεις το κοινό σου, πρέπει να ανταποκρίνεσαι άμεσα στις πιο ουσιαστικές ανάγκες του.

Ως Marketeer, οφείλεις να ενδιαφέρεσαι για τα πιθανά και υπάρχοντα μέλη των τοπικών σωματείων του δικτύου και να αλληλεπιδράς μαζί τους με κάθε ευκαιρία. Πως μπορείς να το κάνεις αυτό;

Απόκτησε μια σφαιρική εικόνα για το σύνολο των δραστηριοτήτων του δικτύου σου! Απαραίτητη προϋπόθεση για να προωθήσεις αποτελεσματικά μια ιδέα, έναν οργανισμό, ένα προϊόν είναι να το γνωρίζεις σε βάθος, να αναγνωρίζεις τα μειονεκτήματα και να προβάλλεις τα θετικά στοιχεία του.

Υιοθέτησε το όραμα της ELSA!

Είσαι εθελοντής σε έναν Ευρωπαϊκό Οργανισμό, που θέτει στη βάση τον άνθρωπο. Μέσα από την ενασχόλησή σου με αυτόν, σου δίνεται η ευκαιρία να υπηρετήσεις κάποιες από τις πιο θεμελιώδεις αξίες, όπως ο σεβασμός, η αλληλεγγύη, το ομαδικό πνεύμα.

Γνώρισέ τους!

Διοργάνωσε μαζί με τα υπόλοιπα μέλη του Δ.Σ. σου μια ενημερωτική εκδήλωση στην αρχή της χρονιάς και προσέγγισε νέους ανθρώπους.

Εξυπηρέτησέ τους!

Φρόντιζε να απαντάς σύντομα και ορθά σε ενδεχόμενες ερωτήσεις.

3.ΚΥΡΙΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΤΟΥ MARKETING

3.1. Χρονοδιάγραμμα

Αυτή η μαγική λέξη είναι άρρηκτα συνυφασμένη με το έργο μας και συχνά μπορεί να αποβεί σωτήρια. Η ιδιαιτερότητα αυτής της θέσης είναι ότι πάντα προκύπτει κάποιο νέο task. Ακόμη κι όταν μεσολαβεί κάποιο κενό από εκδηλώσεις διάστημα, πρέπει να βρεις τρόπους και μέσα για να το καλύψεις με περιεχόμενο στα social media. Ένας ολοκληρωμένος προγραμματισμός, που συνεχώς ανανεώνεται, θα σε βοηθήσει να προβλέπεις τυχόν ανάγκες και να προλαμβάνεις ζητήματα.

3.2. Δημιουργία μιας επιτυχημένης Καμπάνιας σε 7 βήματα

1. Μάθε σε βάθος κάθε πτυχή του προϊόντος σου.
2. Σχεδίασε το event σου (ημερομηνία, περιεχόμενο, target group, χρονοδιάγραμμα, budget).
3. Εστίασε στους λόγους που κάνουν τη δική σου εκδήλωση να ξεχωρίζει από τα άλλα events, που διοργανώνονται την ίδια χρονική περίοδο.
4. Δημιούργησε teasers, slogans, μηνύματα που θα προσελκύσουν το επιθυμητό κοινό, ενώ ταυτόχρονα θα αντιπροσωπεύουν το event σου.
5. Κάνε καλό υπολογισμό του χρόνου, που έχεις στη διάθεσή σου για την προώθηση του event.
6. Φρόντισε να μένεις συνεπής στις παροχές ή τα οφέλη, που έχεις υποσχεθεί, κατά τη διάρκεια της προώθησης.
7. Evaluation time! Μάθε πως θα μπορέσεις να βελτιώσεις τις μελλοντικές καμπάνιες σου.

3.3. Ας μιλήσουμε για αριθμούς...

Μια καλή πρακτική, που μπορείς να αξιοποιήσεις για την προώθηση τόσο της ELSA γενικά, όσο και των δράσεων του σωματίου σου είναι η επίκληση σε αριθμούς, όπως τα μέλη, οι εκδηλώσεις, οι αιτήσεις για κάποιο πρόγραμμα, οτιδήποτε μπορεί να εντυπωσιάσει τον αποδέκτη της παρουσίασής σου.

Αυτή τη στιγμή η ELSA αριθμεί πάνω από 50.000 μέλη σε 375 τοπικά παραρτήματα, σε 44 χώρες.

3.4. Μέσα προώθησης

- Websites (ELSA Greece, ELSA, legal sites)
- Mailing lists
- Social Media
- Newsletter
- Αφίσες
- Διαφήμιση

Tip! Αξιοποίησε κάθε κανάλι επικοινωνίας με τον πιο πρόσφορο τρόπο. Στο LinkedIn εστιάζουμε στον επαγγελματικό χαρακτήρα της Οργάνωσης, ενώ στο Instagram έχουμε την ευχέρεια να προβάλλουμε με πιο “ψυχαγωγικό” τρόπο τις δράσεις και το έργο μας.

Ως προς την ιστοσελίδα:

Ως εθνικός officer, οφείλεις να την διατηρείς ενημερωμένη με τις πιο πρόσφατες εξελίξεις του δικτύου.

Ως τοπικός officer, μία από τις αρμοδιότητές σου είναι να τροφοδοτείς τον εθνικό Marketeer με υλικό από τις δράσεις του τοπικού σωματίου σου.

Ορισμένα tips

- Ζήτησε από τη Σχολή να προωθήσει το event σου μέσω της ιστοσελίδας τους.
- Αξιοποίησε σχετικά νομικά forums ή sites.
- Φρόντισε το Γραφείο του τοπικού σωματείου σου να είναι πάντα εφοδιασμένο με ενημερωτικά φυλλάδια, αφίσες από προηγούμενες δράσεις, κλπ.
- Τοποθέτησε αφίσες από επικείμενες εκδηλώσεις στον Πανεπιστημιακό χώρο και σε κεντρικά σημεία.
- Ενθάρρυνε τα μέλη του Διευρυμένου Δ.Σ. σου να προωθούν στα προσωπικά τους social media των δράσεων του σωματείου και οργάνωσε μια συστηματική στρατηγική προώθηση (με χρονοδιάγραμμα) εκ μέρους τους για μεγάλα projects, όπως τα ELSA Law Schools, η ELSA Day και η περίοδος υποβολής αιτήσεων για το STEP.

3.5. Έρευνα αγοράς (Market Research)

Ίσως ένα από τα πιο ωφέλιμα εργαλεία για έναν Marketeer. Μπορεί να αφορά την ανεύρεση κατάλληλων προμηθευτών για τα logistics ενός συνεδρίου ή τον προσδιορισμό των απαιτήσεων ενός συγκεκριμένου target group.

3.6. Αξιολόγηση

Ή αλλιώς, το τρίτο στάδιο ενός event ή μιας δράσης. Η ωφελιμότητα αυτού του σταδίου είναι πολύπλευρη: όχι μόνο πληροφορείσαι με τον πιο άμεσο τρόπο για τα θετικά σημεία της εκδήλωσής σου, τα οποία μπορείς να προβάλλεις, αλλά σου δίνεται η δυνατότητα, μέσα από αυτή τη διαδικασία, να ενημερωθείς για πιθανές παραλείψεις ή περιθώρια βελτίωσης ως προς τις παροχές που προσφέρεις.

Είναι πολύ σημαντικό, μετά από κάθε μεγάλη διοργάνωση να δίνεις την ευκαιρία στα μέλη και τους συμμετέχοντες να εκφράζουν τη γνώμη τους, μέσα από μια φόρμα αξιολόγησης. Με αυτό τον τρόπο, αποκτάς μια ολοκληρωμένη εικόνα για την πορεία της δράσης σου, ενισχύεις την αλληλεπίδραση με τα μέλη σου και εξελίσσεσαι.

3.7. Αρχαιοθήτηση

Όλη αυτή η γνώση και οι εμπειρίες, που αποκτά κάθε officer πρέπει να διαφυλάσσεται με κάθε τρόπο, ώστε να συμβάλλει στην περαιτέρω εξέλιξη του τοπικού/εθνικού σωματείου. Για αυτό το λόγο, είναι απαραίτητη η δημιουργία μιας βάσης δεδομένων, η οποία θα ανανεώνεται κάθε χρόνο με υλικό, καλές πρακτικές και νέα εργαλεία.

Το Google Drive είναι ένας πολύ γρήγορος και έξυπνος τρόπος για να οργανώσεις το αρχείο σου και να μοιράζεσαι υλικό με τα άλλα μέλη του Δ.Σ.

3.8. Καθορισμός βιώσιμων και ρεαλιστικών στόχων

Βρίσκεσαι στον 1ο μήνα της θητείας σου, γεμάτος/-η ιδέες για να εξελίξεις ακόμη περισσότερο τον Τομέα του Marketing;

Προσοχή! Είναι σημαντικό σε αυτό το σημείο να σταθμίσεις τις ανάγκες του Τομέα αυτή την ακαδημαϊκή χρονιά και να θέσεις προτεραιότητες.

Ένα εξαιρετικά χρήσιμο εργαλείο, που θα συμβάλλει και στην προσωπική σου καθοδήγηση καθ'όλη τη διάρκεια της χρονιάς είναι το OYOP. Η θέση συγκεκριμένων επιδιώξεων σχετικά με την εξέλιξη του τομέα, από την αρχή της χρονιάς, μπορεί να αποβεί ωφέλιμη, ανεξάρτητα από την πίεση ή τον επαναπροσδιορισμό των αναγκών μας.

4. ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

4.1. Επικοινωνία με τα άλλα μέλη του Δ.Σ.

Ένα από τα πιο συναρπαστικά κομμάτια αυτού του Τομέα είναι ότι εμπλέκεται σε κάθε πτυχή της Ένωσης- με στόχο να την προωθήσει! Για αυτό, η καλή επικοινωνία τόσο με τους Officers των Κυρίων Τομέων, όσο και με τον Πρόεδρο και τους Υποστηρικτούς Τομείς είναι αναγκαία για την εύρυθμη λειτουργία του σωματείου.

4.2. Ομάδα Marketing

Το Marketing, ως Τομέας, περιλαμβάνει δύο πολύ σημαντικά στοιχεία: τη χάραξη μιας ολοκληρωμένης στρατηγικής προώθησης των δράσεων και την εφαρμογή της, μέσω του graphic design και του Social Media Management.

Πέρα από την τακτική ενημέρωση των λογαριασμών του εθνικού/τοπικού σωματείου σου, είναι σημαντικό να αναρτάται στοχευμένο περιεχόμενο, ανάλογα με τον χαρακτήρα τόσο της δράσης όσο και του συγκεκριμένου μέσου κοινωνικής δικτύωσης.

Για την αποτελεσματικότερη λειτουργία του Τομέα, όμως, απαραίτητη είναι και η ευελιξία των μελών του. Μετά την επιλογή των κατάλληλων συνεργατών για το ακαδημαϊκό έτος, ένα εξειδικευμένο training σχετικά με το brand της ELSA και την τεχνογνωσία που απαιτείται, κρίνεται σίγουρα απαραίτητο.

Μοίρασε αρμοδιότητες! Εφόσον η ομάδα σου έχει εξοικειωθεί με τη λειτουργία του Τομέα, μπορεί να αναλάβει τη διαχείριση των διαφορετικών λογαριασμών του σωματείου, ακολουθώντας την στρατηγική που έχεις χαράξει και παραθέτοντας ιδέες για την περαιτέρω ανάπτυξη του.

5. ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ MARKETING

5.1. Αλληλεπίδραση με τα μέλη

Απαραίτητη προϋπόθεση ενός επιτυχημένου εσωτερικού Marketing αποτελεί η συχνή επικοινωνία με τα μέλη και η δυνατότητα συμμετοχής εκ μέρους τους στην εξέλιξη του Οργανισμού. Πως;

Άκουσέ τους. Είναι ο άμεσος αποδέκτης κάθε εκδήλωσης, καλέσματος ή γενικότερης δράσης, που διοργανώνεις. Ζήτησε τη γνώμη τους μέσω των social media, για τη θεματολογία, για την οποία θα επιθυμούσαν να ενημερωθούν, λάβε αξιολόγηση μετά από κάθε event εστιάζοντας στα σημεία που χωρούν περιθώρια βελτίωσης.

Επιβράβευσέ τους! Εξασφάλισε τους παροχές, σχετικές ή μη με το περιεχόμενο του Οργανισμού. Υποτροφίες, δωρεάν σεμιναριακά μαθήματα, κάποια σπάνια έκδοση.

Μπορείς να δημιουργήσεις τη δική σου ELSA discount card, επιβεβαιώνοντας στα μέλη σου την ορθή επιλογή τους να προσχωρήσουν στην Ένωση και προβάλλοντας έναν ακόμη λόγο σε πιθανά μέλη να εγγραφούν αμέσως!

Τι μπορεί να σου προσφέρει η ενασχόληση με την ELSA;

- Εκπαιδευτικές εκδηλώσεις
- Διεθνή διάσταση
- Πολιτισμικά events
- Νέους φίλους
- Καλλιέργεια soft skills
- Την εμπειρία του εθελοντισμού

Αξιοποίησε τα μέσα σου!

Η λειτουργία του Facebook Group οφείλει να είναι διακριτή από την αντίστοιχη σελίδα.

Η σελίδα αποτελεί την βασική εικόνα του σωματείου, συνεπώς είναι καλό να τηρείται ένα σχετικά σοβαρό ύφος τόσο στις αναρτήσεις όσο και τις απαντήσεις σε αντίστοιχα σχόλια.

Η ομάδα έχει ως στόχο να υπηρετήσει την αλληλεπίδραση με τα μέλη μας, επομένως, πρέπει να περιλαμβάνει οπωσδήποτε τις αναρτήσεις με τα σχετικά καλέσματα για συμμετοχή στις διάφορες δράσεις, ώστε να μπορούν οι ενδιαφερόμενοι να ενημερώνονται εναργέστερα.

6. ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ MARKETING

6.1. Δημόσιες Σχέσεις (PR)

Απαράβατος κανόνας: Είμαστε πάντα ειλικρινείς και αποφεύγουμε τα ψέματα. Παρά τη γενικότερη εντύπωση που επικρατεί σχετικά με τις Δημόσιες Σχέσεις και το Marketing, βασική μας αρχή είναι η προβολή της αλήθειας.

Αξιοποίηση των MME

Η τήρηση ενός αρχείου με sites, ραδιοφωνικές εκπομπές, κανάλια, κλπ, με τα οποία το σωματείο διατηρεί επαφή είναι ένα αξιόλογο εργαλείο για την προβολή δράσεων σημαντικού βεληνεκούς.

6.2. Ανεύρεση Χορηγιών (Fundraising)

Παρά το γεγονός ότι κλασικά υπάγεται στον Τομέα του Ταμιά, το Marketing μπορεί να συνδράμει καταλυτικά στην οργανωμένη προσέγγιση πιθανών συνεργατών και την εξασφάλιση σημαντικών χορηγιών.

Πως;

- 1) Με τη δημιουργία ενημερωτικών leaflets και παρουσιάσεων, σε συνεργασία με τον Ταμιά, προκειμένου ο επίδοξος χορηγός να σχηματίσει μια πολύ θετική πρώτη εντύπωση για το σωματείο (η λεγόμενη Media Card) .
- 2) Με στοχευμένη προσέγγιση: η προηγούμενη έρευνα σχετικά με τις δραστηριότητες της δικηγορικής εταιρίας ή του ιδρύματος, με το οποίο επθυμούμε να επικοινωνήσουμε είναι αναγκαία.
- 3) Με την προβολή του διεθνικού χαρακτήρα της ELSA ως οργάνωσης και των συνεργασιών της με σημαντικούς φορείς και οργανισμούς, όπως το Συμβούλιο της Ευρώπης και ο Παγκόσμιος Οργανισμός Εμπορίου.
- 4) Με τον καθορισμό των ανταποδοτικών παροχών που μπορεί να προσφέρει το σωματείο και παραπομπή σε προηγούμενες συνεργασίες.
- 5) Δημιουργία μιας ολοκληρωμένης στρατηγικής προώθησης τόσο για τους σταθερούς συνεργάτες ή χορηγούς όσο και για τους επαγγελματίες, με τους οποίους συνεργαζόμαστε σε συγκεκριμένα projects.
- 6) It's all about the numbers! Αποτελέσματα στατιστικών ερευνών, μεγάλος αριθμός συμμετοχών σε προηγούμενες δράσεις, η ανάπτυξη του σωματείου σε διάρκεια 5 ετών, με τη μορφή γραφημάτων, τα στατιστικά των λογαριασμών του σωματείου στα social media.

Μην ξεχνάς! Εφόσον, η ομάδα σου εξασφαλίσει συγκεκριμένες χορηγίες και συνεργασίες για τις διάφορες δράσεις του σωματίου, είναι σημαντικό να ετοιμάσεις μια ολοκληρωμένη στρατηγική προώθηση για το έργο και τις δραστηριότητες του αντίστοιχου χορηγού. Μια οργανωμένη προβολή της δικηγορικής εταιρίας, της επιχείρησης ή του ιδρύματος ενισχύει την αξιοπιστία του σωματίου απέναντι στους υποστηρικτές του, τους δημιουργεί ένα αίσθημα ικανοποίησης και ενδυναμώνει το κύρος της οργάνωσης απέναντι στα τακτικά ή εν δυνάμει μέλη της.

7. SYNERGY MAGAZINE

Το περιοδικό της ELSA International εκδίδεται δύο φορές το χρόνο και περιλαμβάνει άρθρα σχετικά με σύγχρονα νομικά ζητήματα, διάφορα διεθνή events της ELSA, κλπ.

ELSA Events Calendar: Αν θέλεις να συμπεριληφθεί κάποιο διεθνές event, που διοργανώνεις στο ELSA Events Calendar, επικοινωνήσε με τον Αντιπρόεδρο του Marketing στο vpmarketing@elsa.org και ενημέρωσέ τον ή χρησιμοποίησε το ELSA Event Specification Form, που μπορείς να βρεις στο Officers' Portal.

8. International Focus Programme

Ανά συγκεκριμένα χρονικά διαστήματα, επιλέγεται ένα κρίσιμο νομικό θέμα, με την προοπτική το δίκτυο της ELSA να εστιάσει στην ενημέρωση και καλλιέργεια ενδιαφέροντος σχετικά με αυτό.

Ο στόχος του International Focus Programme είναι η κινητοποίηση των ομάδων του Δικτύου, μέσω της διοργάνωσης εκδηλώσεων σχετικών με αυτό το θέμα, έτσι ώστε να επιδράσουν καταλυτικά στον σχηματισμό της γενικής γνώμης και νοοτροπίας των νέων νομικών και φοιτητών νομικής.

Προώθηση

- Έλεγξε το International Focus Programme Handbook στο Officers' Portal.
- Συμπερίλαβε το IFP στη γενικότερη στρατηγική προώθησης του σωματίου σου.
- Ετοίμασε προωθητικό υλικό (αφίσες, videos, εικόνες, κλπ) ακολουθώντας τις κατευθύνσεις της ELSA .
- Πραγματοποίησε έρευνα αγοράς σχετικά με αυτό το θέμα.
- Σκέψου προτάσεις για τα επόμενα θέματα.

9. ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΟΥΣ ΚΥΡΙΟΥΣ ΤΟΜΕΙΣ

9.1. Ακαδημαϊκές Δραστηριότητες

• ELSA Day

Αποτελεί μια από τις σημαντικότερες δράσεις της ELSA και συμβάλλει καταλυτικά στην προβολή του ανθρωπιστικού χαρακτήρα της οργάνωσης. Είναι απαραίτητο να ακολουθείς ρητά την κατευθυντήρια γραμμή της ELSA σχετικά με την προώθηση της ELSA Day. Φρόντισε να εντάσσεις στο χρονοδιάγραμμά σου την κοινοποίηση του αντίστοιχου υλικού, τονίζοντας το όραμα και το σκοπό της.

Η αποστολή αναφοράς σχετικά με τα αποτελέσματα της εκδήλωσής σου, θα ήταν καλό να συνοδεύεται και από αντίστοιχο οπτικοακουστικό υλικό, το οποίο θα συνδράμει στην απόκτηση μιας σφαιρικότερης εικόνας για το έργο του σωματίου σου.

• Legal Research Groups

1. Προβολή του υψηλού ακαδημαϊκού κύρους της συγκεκριμένης έρευνας
2. Μορφοποίηση του τελικού έργου σύμφωνα με τις επιταγές της ELSA International

3. Δημοσίευση της εργασίας σε κάποιο αναγνωρισμένο ιστότοπο (πχ. <https://www.academia.edu/>)

4. Προώθηση της έρευνας σε νομικά sites

- **Lawyers at Work**

Πρόβαλε την συμβολή αυτών των προγραμμάτων στην απόκτηση πρακτικών γνώσεων σχετικά με μελλοντικούς εργασιακούς χώρους των φοιτητών νομικής.

- **Legal Course**

Κατά την προώθησή του, μπορείς να δώσεις έμφαση στην συμβολή του προγράμματος αυτού κατά την κάλυψη των κενών του προγράμματος σπουδών.

- **Εικονικές Δίκες**

Ως προς τις Εικονικές Δίκες της ELSA International, είναι σημαντική η εξοικείωση του κοινού σου με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους και τα οφέλη συμμετοχής σε αυτή τη δίκη. Φροντίζουμε πάντα να ακολουθούμε τις οδηγίες της ELSA International όσον αφορά την προώθηση.

Ως προς τον ΕΔΕΔ, η προβολή του ως τον πλέον καταξιωμένο διαγωνισμό εικονικής δίκης σε εθνικό επίπεδο και η συμμετοχή έγκριτων νομικών επιστημόνων είναι απαραίτητη για την περαιτέρω εδραίωσή του.

Legal Debate

Εξοικείωσε το κοινό με τις κύριες προβληματικές και ζήτησε τη γνώμη του για το θέμα.

9.2. Σεμινάρια και Συνέδρια

- **ELSA Law Schools**

Μια από τις πιο σημαντικές διοργανώσεις ενός τοπικού σωματείου. Για την αποτελεσματικότερη προώθηση της μπορείς να αξιοποιήσεις ορισμένα χρήσιμα tips:

1. Testimonials προηγούμενων συμμετεχόντων και ομιλητών.
2. Έμφαση σε ιδιαίτερα facts που σχετίζονται με το συγκεκριμένο θέμα, την πόλη, κλπ, πχ. κάποιο τοπικό ποτό, μια ενδιαφέρουσα ιστορία.
3. Logistics! Επιδίωξε να προσφέρεις ένα ξεχωριστό προϊόν, σχετικό με το συγκεκριμένο project, π.χ. αντηλιακό.

- **Συνέδρια/ Ημερίδες**

1. Προβολή της μεγάλης εμβέλειας της συγκεκριμένης δράσης
2. Συστηματική προώθηση των ομιλητών, παραπομπή σε σχετικές έρευνες, αναφορά σε ενδιαφέροντα facts για το συγκεκριμένο θέμα

Προσοχή! Όταν πρόκειται για International Conference, εστίασε στον ακαδημαϊκό χαρακτήρα του project και τις οδηγίες από την ELSA International.

- **Institutional Visits**

Δίνουν τη δυνατότητα σε φοιτητές νομικής και νέους νομικούς να επισκεφθούν θεσμικά όργανα και να ενημερωθούν για το σύνολο των δραστηριοτήτων τους.

- **Study Visits**

Είναι σημαντικό να προβάλλεις την ευκαιρία, που παρουσιάζεται στα μέλη του τοπικού σου να αλληλεπιδράσουν με άλλους φοιτητές νομικής από διαφορετικές χώρες, να επισκεφθούν την αντίστοιχη Νομική Σχολή και να βιώσουν έναν διαφορετικό τρόπο ζωής.

- **ELSA Webinars/ELSA Webinars Academy**

Αν το Webinar που διοργανώνει ο S&Cer της ομάδας σου δεν υπάγεται σε κάποια από τις δύο προαναφερθείσες κατηγορίες, μπορείς να διαμορφώσεις το προωθητικό υλικό όπως επιθυμείς, τονίζοντας την ευελιξία που παρέχει αυτό το project στο κοινό σου για να διευρύνει τις γνώσεις του σε μια θεματική από την άνεση του σπιτιού του.

Όταν η δράση σου ενταχθεί στην κατηγορία των ELSA Webinars/ ELSA Webinars Academy, πρέπει το προωθητικό υλικό σου να βασίζεται στα πρότυπα που σου παρέχει η ELSA International.

9.3. STEP

Ένα ακόμη μοναδικό πρόγραμμα της ELSA.

Για την αποτελεσματικότερη προώθηση του, είναι σημαντικό να σχεδιάσουμε μια διαφορετική στρατηγική για το Job Hunting και το Student Hunting.

Job Hunting

Μια πολύ καλή πρακτική είναι η εκ των προτέρων οργάνωση μιας στοχευμένης προσέγγισης στον υποψήφιο πάροχο πρακτικής άσκησης με την αποστολή μιας STEP Media Card, η οποία θα παρουσιάζει περιεκτικά την Οργάνωση, το Πρόγραμμα και ορισμένες σημαντικές πληροφορίες για τη διαδικασία και τις ιδιαίτερες προϋποθέσεις του. Σε αυτό το κομμάτι είναι απαραίτητη η συνεργασία με τον αντίστοιχο Αντιπρόεδρο για το STEP, ώστε να δημιουργήσετε από κοινού ένα άρτιο αποτέλεσμα.

Tip! Ένα ενημερωτικό leaflet, το οποίο θα μπορεί να αξιοποιήσει ο Αντιπρόεδρος του STEP κατά τη συνάντησή του με τον υποψήφιο πάροχο συντείνει στη δημιουργία μιας πολύ θετικής πρώτης εντύπωσης και στην ενίσχυση του επαγγελματικού χαρακτήρα του τοπικού σωματείου σου.

Student Hunting

Το κύριο πρόβλημα σχετικά με αυτό το κομμάτι είναι η άγνοια των φοιτητών νομικής σχετικά με το STEP και τα οφέλη, που προσφέρει.

Tips!

- Testimonial προηγούμενων συμμετεχόντων
- Ενημερωτικό video για το STEP, στο οποίο θα μπορούν οι ενδιαφερόμενοι να ανατρέχουν.
- Instagram stories σχετικά με τα χαρακτηριστικά, τη διαδικασία

υποβολής αίτησης και τα οφέλη του προγράμματος.

Μην ξεχνάς! Εξίσου σημαντική είναι η θετική εντύπωση, που θα σχηματίσουν οι STEPers, που θα πραγματοποιήσουν πρακτική άσκηση στην πόλη σου.

Μια καλή πρακτική για να διευκολύνεις την προσαρμογή τους, ως προς τον δικό σου Τομέα, είναι η δημιουργία, σε συνεννόηση με τον Αντιπρόεδρο για το STEP, ενός Welcoming Bag για τους ασκούμενους.

10. ΝΟΜΙΚΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ

Τα νομικά περιοδικά αποτελούν ένα πολύ ιδιαίτερο πεδίο δράσης των τοπικών σωματείων

Η ιδιαιτερότητα κρίνεται τόσο ως προς τον τρόπο προβολής του έργου του περιοδικού καθ'όλη τη διάρκεια της ακαδημαϊκής χρονιάς, όσο και ως προς την εσωτερική επικοινωνία με τον Αρχισυντάκτη και την Συντακτική Επιτροπή.

Σημαντικά είναι τα ακόλουθα σημεία:

1. Το νομικό περιοδικό αποτελεί ένα βασικό τομέα δραστηριοποίησης του κάθε σωματείου. Υπηρετεί το στόχο της Ένωσης για προαγωγή της νομικής επιστήμης. Είναι σημαντικό, λοιπόν, να προβάλλεται η στενή σχέση που υπάρχει μεταξύ του περιοδικού και του σωματείου, αλλά και να προωθούνται αντίστοιχα από τα social media του δεύτερου οι ανακοινώσεις και τα κύρια νέα του περιοδικού.
2. Ως Marketeer, πρέπει να έχεις συστηματική επικοινωνία με τον Αρχισυντάκτη του περιοδικού, ώστε να σχεδιάζετε μαζί το πλάνο προώθησης του.
3. Δύο είναι πολύ κρίσιμες περίοδοι για την προώθηση του περιοδικού: το διάστημα κατά το οποίο οι αρθρογράφοι συντάσσουν τα άρθρα τους και, αντίστοιχα, η περίοδος, κατά την οποία η συντακτική επιτροπή διορθώνει τα κείμενα σε πρώτο στάδιο.

Σε αυτά τα διαστήματα, κατά τα οποία δεν υπάρχουν ανακοινώσεις, είναι σημαντικό να διασφαλίζεται η ομαλή ροή στα social media του περιοδικού.

Ορισμένες καλές πρακτικές είναι οι εξής:

- Throwbacks σε άρθρα προηγούμενων τευχών, των οποίων τα θέματα βρίσκονται στην επικαιρότητα.
- Sneak peaks από το έργο των αρθρογράφων και της Συντακτικής Επιτροπής
- Παρουσίασε τη Συντακτική Επιτροπή! ELSA is about its people! Είναι σημαντικό για τα μέλη αυτής της ομάδας να νιώθουν ότι είναι ενεργά μέρη ενός συνόλου και ότι αναγνωρίζεται η προσπάθεια και το έργο τους.
- Δημιούργησε ένα video, προτρέποντας τους αρθρογράφους να μοιραστούν την εμπειρία και τα οφέλη, που αποκόμισαν από τη συμμετοχή τους στο εκάστοτε περιοδικό.

11. ΠΡΟΑΓΩΓΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΩΝ

Ένας από τους βασικούς στόχους, που έχει θέσει η ELSA είναι η προαγωγή ανθρωπίνων δικαιωμάτων και αξιών. Κύριο μέσο προώθησης τους αποτελεί σαφώς η διοργάνωση εκδηλώσεων εκ μέρους των Κυρίων Τομέων με συναφές περιεχόμενο (π.χ. ELSA Day).

Συχνά, ωστόσο, ξεχνάμε ότι αποτελεί δική μας αρμοδιότητα ως Marketers να προβάλλουμε μέσα από τα social media μας τον ανθρωπιστικό χαρακτήρα της ELSA ως οργάνωσης και να δείχνουμε στα target groups μας ότι η Ένωση που εκπροσωπούμε είναι ευαισθητοποιημένη ως προς τα προβλήματα της σύγχρονης πραγματικότητας. Πως μπορούμε να το επιτύχουμε αυτό;

Με αφορμή την διοργάνωση για πρώτη φορά στην ιστορία της ELSA Greece σχετικά με τα Ανθρώπινα δικαιώματα, ας εξετάσουμε ορισμένες πολύ απλές πρακτικές, που θα αγκαλιάσουν το γενικότερο promotion των δράσεων του τοπικού σωματείου και θα συμβάλλουν σε αυτό το στόχο:

1. Πρόβαλε το ρόλο του Συμβουλίου της Ευρώπης ως Human Rights Partner της ELSA.
2. Αξιοποίησε - χωρίς να περιορίζεσαι- τις Παγκόσμιες/Ευρωπαϊκές Ημέρες: έχουν καθιερωθεί από διεθνείς και ευρωπαϊκούς οργανισμούς και ιδρύματα, με στόχο να υπενθυμίζουν την ανάγκη κινητοποίησης ως προς κάποια κρίσιμα ζητήματα.

Check your calendar! Ποια είναι τα ανθρώπινα δικαιώματα και οι αξίες που προασπίζεται η ELSA και πρέπει να προβληθούν; Ανίχνευσε τη σχετική ημέρα και διοργάνωσε ένα σχετικό promotion. Μπορεί να είναι ένα απλό post με αναφορά στο συγκεκριμένο δικαίωμα, ένα άρθρο ή μια έρευνα από επίσημο και αξιόπιστο φορέα για τη γνώμη των ανθρώπων ως προς ένα συναφές πρόβλημα.

3. Φρόντισε να συμπεριλάβεις στο newsletter, που θα δημιουργήσεις σχετικό υλικό με ανθρώπινα δικαιώματα. Είναι υποχρεωτικό σε επίπεδο ELSA International να υπάρχει κάποιο άρθρο σχετικό με ανθρώπινα δικαιώματα στο περιοδικό Synergy.

Tip! Θέλεις να καινοτομήσεις; **Συνεννοήσου** με τα υπόλοιπα μέλη του Δ.Σ. σου, ώστε να δημιουργήσετε ένα video, εμπλέκοντας και μέλη σας σε αυτό. **Πραγματοποίησε** μια έρευνα, μέσω ερωτηματολογίου σε συμφοιτητές σου με σχετικές ερωτήσεις και δημοσίευσε τα αποτελέσματα την ημέρα εορτασμού του συγκεκριμένου δικαιώματος. **Συνδιοργανώστε** με άλλες φοιτητικές ομάδες ή φορείς μια εκδήλωση, όπου θα προβάλλετε τις βασικές εκφάνσεις του ζητήματος.

12. TRANSITION

12.1. Στόχοι

- Μεταλαμπάδευση γνώσεων
- Ομαλή λειτουργία του νέου Διοικητικού Συμβουλίου από την πρώτη μέρα ανάληψης των καθηκόντων τους
- Συνέχιση της ανάπτυξης της ELSA και της νοοτροπίας της
- Διασφάλιση της επαγγελματικής εικόνας του σωματείου
- Δημιουργία ενός αισθήματος ασφάλειας στα μέλη του νέου Δ.Σ και κινητροποίησή τους

12.2. Marketing Transition

Κατά το σχεδιασμό του Transition, θα σε βοηθήσουν οι ακόλουθες ερωτήσεις:

- 1) Ποιους στόχους είχες θέσει κατά την έναρξη της χρονιάς;
- 2) Τι είδους δυσκολίες συνάντησες και πως τις αντιμετώπισες;
- 3) Ποιο κομμάτι θεωρείς ότι χωρεί βελτίωσης;

Εξαιρετικά ωφέλιμη είναι και η παράδοση ενός οργανωμένου αρχείου στον επόμενο Officer, το οποίο θα περιλαμβάνει πρακτικά από διεθνείς συναντήσεις, ετήσιες αναφορές, newsletter, παρουσιάσεις, έρευνες αγοράς, λίστες, tutorials, οτιδήποτε θα διευκολύνει το έργο του και θα τον εγκλιματίσει κατά την περίοδο προσαρμογής του.

Tip: Θα βοηθήσει πολύ η οργάνωση του mail σου σε ένα σύστημα ετικετών, ώστε να μπορείς κι εσύ και ο επόμενος να ανατρέχει στην αντίστοιχη κατηγορία εύκολα.

12.3. Κινητροποίηση

Η κινητροποίηση αποτελεί θεμελιώδη στόχο κατά τη διάρκεια ενός transition. Είναι σημαντικό να εφοδιάσεις τον διάδοχό σου με τα κατάλληλα κίνητρα, ώστε να επιδιώξει ως προς τον δικό του Τομέα την εξέλιξη του σωματείου.

Είναι ένα αρκετά δύσκολο κομμάτι, καθώς, ειδικά στο Marketing δεν μεσολαβεί κάποια νεκρή περίοδος. Για αυτό είναι σημαντικό, πριν λάβει χώρα το Transition, να αναλογιστείς κι εσύ ο ίδιος, ποιες ήταν οι μέθοδοι που σε ώθησαν να συνεχίσεις με την ίδια δημιουργικότητα και διάθεση το έργο σου, ακόμη και όταν η πίεση και άλλες αντίξοες συνθήκες σε απέτρεπαν από το στόχο σου.

Tips: Η συνειδητοποίηση ότι είσαι μέλος μιας ευρωπαϊκής ένωσης, που όχι μόνο συνδράμει στην καλλιέργεια γνώσεων ωφέλιμων για την επιστήμη σου, αλλά σου επιτρέπει να ασχολείσαι με το εθελοντισμό και να συμβάλλεις με τον δικό σου τρόπο, στην προάσπιση ανθρωπίνων δικαιωμάτων και στη βελτίωση της ποιότητας των σπουδών των συμφοιτητών σου, είναι καθοριστική.

13. ΧΡΗΣΙΜΕΣ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ/ ΕΠΑΦΕΣ

- Officers' Portal
- Website
- ELSA International Team
- International Trainer's Pool
- Graphic Design Team
- Ειδικός Συνεργάτης για τη Διαφήμιση (Director for Advertising)
- Ειδικός Συνεργάτης για Δημόσιες Σχέσεις(Director for PR)
- MKT Mailing list
- FB Group του Marketing

elsa

The European Law Students' Association

GREECE