

FLY: Financial Literacy for Youth



# FLY Οδηγός Αναπαραγωγής Αποτελεσμάτων



Funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



## Πίνακας Περιεχομένων

### Εισαγωγή

#### 1. ΕΥΡΗΜΑΤΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ FLY

#### 2. ΧΡΗΣΗ ΤΩΝ ΠΟΡΩΝ ΤΟΥ FLY

##### 2.1 Ψηφιακοί Χάρτες Mind Maps

##### 2.2 Εγχειρίδιο του FLY

#### 3. ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΑΠΟ ΤΙΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑΣ ΚΑΙ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ ΤΟΥ FLY

3.1 Στρατηγικές εξωστρέφειας των εταίρων του FLY προς τους βασικούς εμπλεκόμενους και τους εργαζομένους νεολαίας

3.2 Στρατηγικές εξωστρέφειας των εταίρων του FLY προς τους νέους

Σχεδιασμός στρατηγικών εξωστρέφειας

3.2.1 Στρατηγική 1: Αξιοποίηση των κοινοτικών πόρων

3.2.2 Στρατηγική 2: Αξιοποίηση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ως κοινότητα

3.2.3 Άλλες στρατηγικές για να συμπληρώσετε και να ενσωματώσετε την εκστρατεία εξωστρέφειας σας

3.3 Σχεδιασμός στρατηγικών συμμετοχής για νέους με λιγότερες ευκαιρίες

3.3.1 Στρατηγική 1: Σχεδιασμός στρατηγικών συμμετοχής: η προσαρμοστικότητα ως κύριος παράγοντας

3.3.2. Στρατηγική 2: Εκδηλώσεις και ομιλητές για να γιορτάσουν τις ευκαιρίες

3.3.3 Άλλες στρατηγικές για να συμπληρώσετε και να ενσωματώσετε την εκστρατεία συμμετοχής σας

#### 4. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ: ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΑΠΟ ΤΟ FLY



## Εισαγωγή

Το παρόν έγγραφο αναπτύχθηκε ως προϊόν του έργου FLY. Το FLY (Financial Education for Youth) είναι ένα έργο που χρηματοδοτείται από τον Ιταλικό Εθνικό Οργανισμό Νεολαίας (ANG) και ασχολείται με το χάσμα στην εκπαίδευση της οικονομικής παιδείας στους νέους, ιδιαίτερα σε τέσσερις από τις πέντε χώρες εταίρους του έργου, δηλαδή: Ιταλία, Ισπανία, Ελλάδα και Ρουμανία. Η Σουηδία, η πέμπτη χώρα εταίρος του έργου, απολαμβάνει γενικά καλύτερη οικονομική παιδεία των νέων, καθώς η οικονομική εκπαίδευση αποτελεί μέρος του εθνικού προγράμματος σπουδών. Η εταιρική σχέση του έργου είναι η εξής:

### Συντονιστής:

Consorzio ABN A&B Network Sociale (Ιταλία)

### Εταίροι:

- Xano Channel Asociaci3n Para El Desarrollo Comunitario (Ισπανία)
- Monomyths Association (Ρουμανία)
- Asset Τεχνολογική (Ελλάδα)
- Mobilizing Expertise Ab (Σουηδία)

Αυτές οι Οδηγίες για την αναλύουν το πεδίο εφαρμογής, το δυναμικό και την αξία του μοντέλου οικονομικής ειδίκευσης FLY για τους νέους, επικεντρώνοντας ιδιαίτερα στην εξέταση των στρατηγικών επικοινωνίας και συμμετοχής των συνεργατών, επιλέγοντας τις βέλτιστες πρακτικές τους και ερευνώντας άλλες καλές πρακτικές, συγκεντρώνοντας την συνολική εμπειρία με έναν τρόπο που μπορεί να είναι χρήσιμη για άλλους οργανισμούς σε ολόκληρη την Ευρώπη, καθώς και για τους τοπικούς, εθνικούς και Ευρωπαϊκούς πολιτικούς.

Ο βασικός σκοπός των οδηγιών είναι να προσφέρουν στους οργανισμούς σε όλη την ΕΕ που εργάζονται με νέους, ιδιαίτερα με νέους με λιγότερες ευκαιρίες, μια καινοτόμο προσέγγιση για την μάθηση οικονομικής ειδίκευσης τους. Αυτό το αποτέλεσμα αποτελεί μια θεμελιώδη στρατηγική βιωσιμότητας και μεταφερσιμότητας. Θα διαδοθεί ευρέως μέσω της ιστοσελίδας του έργου, των δικτύων των εταίρων σε εθνικό και Ευρωπαϊκό επίπεδο, των κοινωνικών μέσων και μέσω εκδηλώσεων πολλαπλασιαστών σε όλες τις συμμετέχουσες χώρες.

Οι Οδηγίες περιλαμβάνουν επομένως μια λεπτομερή ενότητα σχετικά με τις στρατηγικές επικοινωνίας και συμμετοχής προς δύο διαφορετικές ομάδες στόχους:

- κύριοι φορείς, όπως εργαζόμενοι νεολαίας, οργανώσεις νέων, σχολεία, οικονομικοί παροχείς, ειδικοί οικονομικοί, ακαδημαϊκά ιδρύματα κλπ.
- Ιδιαίτερα νέοι με λιγότερες ευκαιρίες, οι οποίοι μπορεί να είναι "δύσκολοι στον εντοπισμό" κατά καιρούς.



Όσον αφορά την ευρύτερη μεταφερσιμότητα, η σύγκλιση των εμπειριών και της μάθησης σε εθνικό επίπεδο επέτρεψε στην εταιρική σχέση να μεταφέρει τα στοιχεία που αποδείχθηκαν επιτυχή και να παράσχει πρακτικές συμβουλές σε άλλους οργανισμούς στις χώρες εταίρους του FLY, καθώς και στην ευρύτερη Ευρωπαϊκή Ένωση, σχετικά με τον καλύτερο τρόπο εφαρμογής ανεπίσημης εκπαίδευσης οικονομικής ειδίκευσης στους νέους. Για μέγιστη δυνατή δυνατότητα αναπαραγωγής, το παρόν έγγραφο είναι διαθέσιμο δωρεάν στην ιστοσελίδα του έργου στα αγγλικά και σε όλες τις εθνικές γλώσσες των εταίρων: Ιταλικά, Ισπανικά, Ελληνικά, Ρουμανικά και Σουηδικά.

## 1. ΕΥΡΗΜΑΤΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ FLY

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε από τους εταίρους του FLY στην αρχή και στο τέλος του έργου, με τη συμμετοχή απευθείας ωφελούμενων, δηλαδή νέων και εργαζομένων νεολαίας.

Τα ευρήματα της αρχικής έρευνας περιέχονται στην "Έκθεση για την Οικονομική Ευημερία της Γενιάς Z":

- Η πλειοψηφία των νέων δεν γνωρίζουν ποιες είναι οι αξιόπιστες πηγές πληροφόρησης.
- Η οικογένεια διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο στις οικονομικές αποφάσεις και συμπεριφορές των νέων - μερικές φορές ακόμα και ανταγωνιζόμενη την επίδραση των οικονομικών συμβούλων και ειδικών.
- Σε όλες τις χώρες, η πλειοψηφία των νέων συμφωνούν ότι η πρώιμη οικονομική εκπαίδευση πρέπει να προωθείται στο εκπαιδευτικό σύστημα.

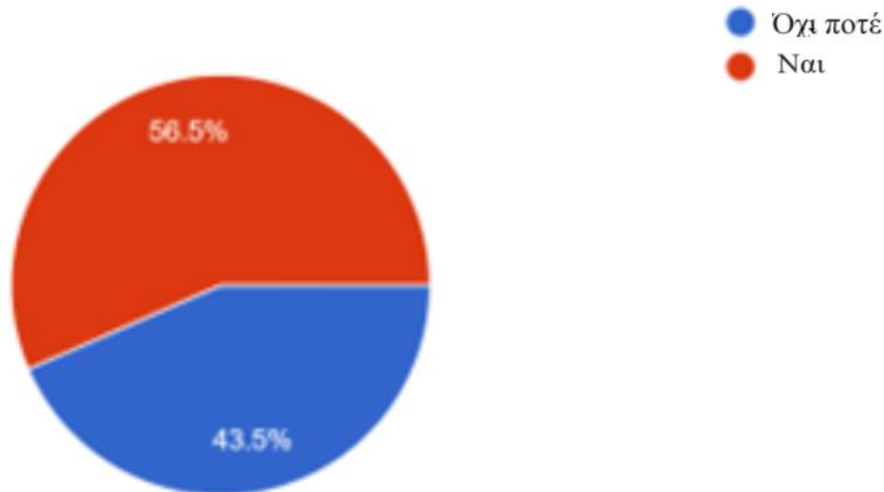
Είναι απαραίτητο να γνωρίζουν οι νέοι την ύπαρξη και την αποτελεσματικότητα των διαφορετικών οικονομικών προγραμμάτων, εργαλείων διαχείρισης οικονομικών, πλατφορμών και εφαρμογών που μπορούν να τους βοηθήσουν να λαμβάνουν ενημερωμένες και έξυπνες οικονομικές αποφάσεις.

- Ένα από τα πιο ενδιαφέροντα ευρήματα του έργου FLY είναι ότι οι εργαζόμενοι νεολαίας και εκπαιδευτικοί στις 5 συμμετέχουσες χώρες δεν έχουν εκπαίδευση και δεν παρέχονται με εργαλεία για να παρέχουν εκπαίδευση οικονομικής ειδίκευσης στους νέους που εργάζονται. Το FLY διεξήγαγε μια έρευνα μικρής κλίμακας με εργαζόμενους νεολαίας μέσω της διανομής ενός διαδικτυακού ερωτηματολογίου για να αξιολογήσει αυτό το κενό στην εκπαίδευση και τα αποτελέσματα είναι πολύ σαφή. Απάντησαν 23 εργαζόμενοι νεολαίας σε 5 χώρες. Τα στοιχεία που ακολουθούν δείχνουν τα κύρια αποτελέσματα:

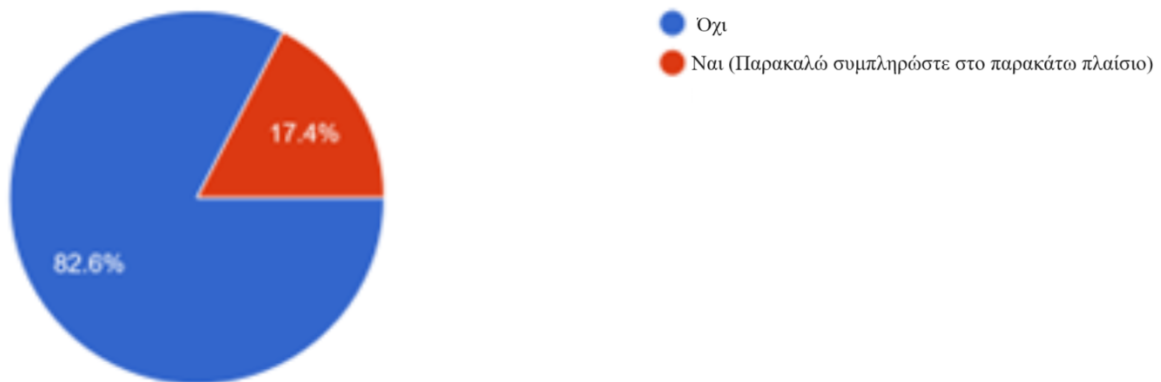


Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

Είχες ποτέ σκεφτεί για οικονομική εκπαίδευση για τους νέους πριν από τη συμμετοχή σου στο έργο Fly.



Είχε ποτέ λάβει κάποιος εκπαίδευση ή εργαλεία για την οικονομική εκπαίδευση με νέους πριν από τη συμμετοχή του στο έργο Fly.

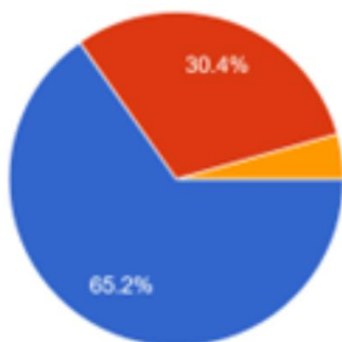


Οι εργαζόμενοι νεολαίας που συμμετείχαν στο έργο FLY απάντησαν επίσης σε ερωτήσεις σχετικά με την επίδραση του προγράμματος εκπαίδευσης FLY στους νέους. Τα αποτελέσματα δείχνουν πολύ σαφώς ότι οι περισσότεροι νέοι δεν είχαν λάβει ποτέ εκπαίδευση σε οικονομική ειδίκευση και υποστηρίζουν έντονα τη μη τυπική μεθοδολογία και προσέγγιση του FLY, η οποία οδήγησε σε αποτελεσματική εμπλοκή των νέων. Αυτό είναι συνεπές ακόμη και σε όλες τις πέντε χώρες, ακόμη και στη Σουηδία, όπου η οικονομική εκπαίδευση είναι μέρος του προγράμματος σπουδών από το δημοτικό σχολείο.



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

Πριν από τις συνεδρίες του Fly, είχαν οι νέοι με τους οποίους εργαζόσασταν ποτέ συμμετάσχει σε εκπαίδευση οικονομικής εκπαίδευσης;



- Όχι, ποτέ. Αυτή ήταν μια εντελώς νέα ευκαιρία εκπαίδευσης.
- Είχαν συμμετάσχει σε πρόγραμμα για την οικονομική τους εκπαίδευση, είτε επίσημη είτε ανεπίσημη
- Ναι, όλοι είχαν συμμετάσχει σε άλλη οικονομική εκπαίδευση, είτε επίσημη είτε ανεπίσημη.

Πόσο ενεργά συμμετείχαν οι νέοι κατά τις συνεδρίες του Fly; (Π.χ. συζήτησαν, μοιράστηκαν εμπειρίες, συμμετείχαν ενεργά;)



- Ναι, συμμετείχαν πολύ ενεργά
- Όχι, η συμμετοχή τους ήταν αρκετά παθητική.

Η εμπειρία της εταιρικής σχέσης είναι ότι υπάρχει ανάγκη οι εργαζόμενοι νεολαίας να εκπαιδευτούν και να παρασχεθούν εργαλεία για να παρέχουν περιεχόμενο οικονομικής εκπαίδευσης στους νέους με τους οποίους εργάζονται και ότι οι πόροι του FLY είναι ελκυστικοί και ενδιαφέροντες για τους νέους, όπως δείχνει σαφώς ο τελευταίος αριθμός.



## 2. ΧΡΗΣΗ ΤΩΝ ΠΟΡΩΝ ΤΟΥ FLY

Το έργο FLY έχει αναπτύξει δύο σύνολα πόρων προοριζόμενα για οργανισμούς που εργάζονται με νέους και γενικά με εργαζόμενους νεολαίας, συμπεριλαμβανομένων εθελοντών, εκπαιδευτικών κλπ., τους οποίους μπορούν να χρησιμοποιήσουν για να εξοπλίσουν τους νέους με την γνώση και τις βασικές δεξιότητες που απαιτούνται για να επιτύχουν μια υψηλής ποιότητας οικονομική ζωή, βασιζόμενοι στις οδηγίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης που ενσωματώνονται στον Οδηγό "Οικονομική Εκπαίδευση για Όλους". Μέσω μιας καλύτερης κατανόησης των βασικών εννοιών της οικονομικής εκπαίδευσης, οι νέοι θα μπορούσαν να λαμβάνουν πιο ενημερωμένες οικονομικές αποφάσεις και να έχουν μεγαλύτερη επίδραση στις ζωές και τις οικονομικές τους υποθέσεις.

Τα δύο σύνολα πόρων για την οικονομική εκπαίδευση που αναπτύχθηκαν από το έργο FLY είναι τα εξής:

- Ψηφιακοί Χάρτες Mind Maps
- FLY Playbook

Στις παρακάτω ενότητες, θα αναλύσουμε καθέναν από αυτούς και θα παρέχουμε συμβουλές για τον καλύτερο τρόπο χρήσης τους, βασισμένες στην εμπειρία του FLY από τον πειραματισμό τους με εργαζόμενους νεολαίας και με νέους σε Ιταλία, Ισπανία, Ελλάδα, Ρουμανία και Σουηδία.

### 2.1 FLY Ψηφιακοί Χάρτες Mind Maps





Το έργο FLY έχει παράγει Ψηφιακούς Χάρτες Mind Maps, δημιουργημένες μέσω έρευνας βέλτιστων πρακτικών και ενός ερωτηματολογίου που διεξήχθη με 518 νέους ανά τις πέντε χώρες εταίρους. Οι Ψηφιακοί Χάρτες Mind Maps είναι μια επιλογή υπάρχοντων πόρων οικονομικής ειδίκευσης και οικονομικής παιδείας, παραγμένων στις εθνικές γλώσσες των πέντε οργανισμών εταίρων, από μια ποικιλία διαφορετικών φορέων, όπως τράπεζες και οικονομικά ιδρύματα, ΜΚΟ, παρόχους εκπαίδευσης κλπ., ελεύθερα διαθέσιμοι και πολύ ποικίλοι στη φύση τους, κυμαίνονται από "παραδοσιακά", πλήρη εκπαιδευτικά προγράμματα μέχρι σύντομα podcasts.

Για να δείτε όλους τους Ψηφιακούς Χάρτες Mind Maps του FLY, παρακαλώ επισκεφθείτε την ιστοσελίδα:

<https://www.financialliteracyfly.com/mind-map/>

ή σκανάρετε τον κωδικό QR:



Η διαδικασία ανάπτυξης των Ψηφιακών Χαρτών Mind Maps παρήγαγε επίσης πολύ ενδιαφέρουσες αναφορές, οι οποίες οργανισμοί σε ολόκληρη την Ευρώπη μπορεί να βρουν ιδιαίτερα πλούσιες σε μάθηση και εμπειρίες.

- "Έρευνα Οικονομικής Ευημερίας της Γενιάς Z"

Το ερωτηματολόγιο "Οικονομικής Ευημερίας της Γενιάς Z" είχε σκοπό να διεξαχθεί πρωτογενής έρευνα για την αξιολόγηση του επιπέδου οικονομικής ειδίκευσης των νέων ηλικίας 18-26 ετών στις χώρες εταίρους. Αναπτύχθηκε στα αγγλικά, μεταφράστηκε και διανεμήθηκε ψηφιακά (μέσω Google Form) σε πέντε γλώσσες σε νέους στην Ιταλία, την Ισπανία, την Ελλάδα, τη Ρουμανία και τη Σουηδία. Συνολικά, απάντησαν 518 νέοι και τα αποτελέσματα, τα οποία ήταν σύμφωνα με τις προσδοκίες των εταίρων για το επίπεδο οικονομικής ειδίκευσης των νέων, συμπεριλαμβάνονται στην "Έκθεση Οικονομικής Ευημερίας της Γενιάς Z". Η έκθεση προσφέρει καλύτερη κατανόηση σχετικά με το πώς διαχειρίζονται οι νέοι (ή δεν διαχειρίζονται!) τα οικονομικά τους και γενικά γνώσεις τους στον τομέα της οικονομικής εκπαίδευσης. Εξετάζει τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι νέοι σε αυτόν τον τομέα και παρέχει πολύτιμες πληροφορίες σχετικά με το πώς μπορούν να μάθουν περισσότερα γι' αυτόν. Αυτή η έκθεση μπορεί να είναι ενδιαφέρουσα για οποιοδήποτε





οργανισμό που εργάζεται για την υποστήριξη νέων στην εκπαίδευσή τους και έχει καθοδηγήσει την ανάπτυξη του Βιβλίου Οδηγιών FLY.

Το ερωτηματολόγιο και η έκθεση "Οικονομική Ευημερία της Γενιάς Z" είναι διαθέσιμα δωρεάν στα αγγλικά και στις πέντε εθνικές γλώσσες του έργου: Ιταλικά, Ισπανικά, Ελληνικά, Ρουμανικά και Σουηδικά.

Για να βρείτε την έκδοση στη γλώσσα σας και να την κατεβάσετε, επισκεφθείτε την ιστοσελίδα:

<https://www.financialliteracyfly.com/mind-map/>

Ή σαρώστε τον κωδικό QR για σύνδεση:



#### - Έκθεση Καλών Πρακτικών

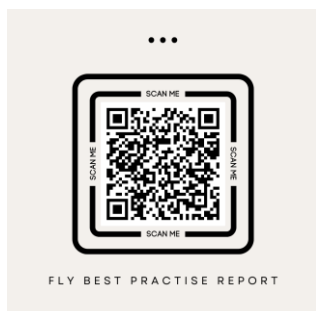
Κάθε εταιρος πραγματοποίησε μια εκτενή έρευνα για την εντοπισμό των πιο ενδιαφερουσών, ενημερωμένων και ελεύθερα διαθέσιμων πόρων στις χώρες τους. Με βάση αυτή την έρευνα, οι εταιροι επέλεξαν τους πιο ενδιαφέροντες για να μετατραπούν σε Ψηφιακές Κάρτες Mind Maps.

Μια Έκθεση "Καλών Πρακτικών" είναι διαθέσιμη δωρεάν στα αγγλικά και στις πέντε εθνικές γλώσσες του έργου: Ιταλικά, Ισπανικά, Ελληνικά, Ρουμανικά και Σουηδικά.

Για να βρείτε την έκδοση στη γλώσσα σας και να την κατεβάσετε, επισκεφθείτε την ιστοσελίδα:

[https://drive.google.com/file/d/1lptyx-fyEoyUZG0CEG0XqDsINQ6vPkw\\_/view](https://drive.google.com/file/d/1lptyx-fyEoyUZG0CEG0XqDsINQ6vPkw_/view)

Ή σαρώστε τον κωδικό QR για σύνδεση:





## 1.2 FLY Playbook



**Greek**

### ΧΕΙΡΟΚΪΝΗΤΟ ΨΗΦΙΑΚΟ

Αυτό είναι το FLY Playbook στα ελληνικά. Περιλαμβάνει όλες τις πληροφορίες και τις εκπαιδευτικές ενότητες για ένα εκπαιδευτικό πρόγραμμα βασικής χρηματοοικονομικής εκπαίδευσης για νέους.

*Ανοίξτε ή κατεβάστε το πλήρες FLY Playbook.*

📄 ανοιχτό
📄 Λήψη

<p><b>ΠΕΡΙΛΗΨΗ</b> Εισαγωγή των ενότητων κατάρτισης</p>	<p><b>ΕΝΟΤΗΤΑ 1</b> Οικονομική εκπαίδευση για νέους</p>
<p><b>ΕΝΟΤΗΤΑ 2</b> Η ψυχολογία πίσω από τη χρηματοοικονομική διαχείριση</p>	<p><b>ΕΝΟΤΗΤΑ 3</b> Δαπάνες &amp; προϋπολογισμός</p>
<p><b>ΕΝΟΤΗΤΑ 4</b> Αποταμίευση και επένδυση</p>	<p><b>ΕΝΟΤΗΤΑ 5</b> Δάνεια &amp; διαχείριση κινδύνου χρέους</p>
<p><b>ΕΝΟΤΗΤΑ 6</b> Ασφάλιση</p>	<p><b>ΕΝΟΤΗΤΑ 7</b> Ανάπτυξη προσωπικών οικονομικών δεξιοτήτων</p>
<p><b>ΕΝΟΤΗΤΑ 8</b> Φόροι και συντάξεις</p>	<p><b>ΕΝΟΤΗΤΑ 9</b> Fly εργαλεία για τον οικονομικό αλφαριθμητισμό</p>

Το FLY Playbook αναπτύχθηκε από τους εταίρους του έργου FLY για να ανταποκριθεί στις συγκεκριμένες ανάγκες των νέων και των εργαζομένων νεολαίας που εντοπίστηκαν μέσω της αρχικής ανάλυσης που διεξήχθη για την ανάπτυξη των Ψηφιακών Χαρτών Mind Maps. Εκπαιδευτικοί, οικονομικοί επαγγελματίες και ειδικοί σε οικονομική εκπαίδευση από τους εταίρους οργανισμούς και το δίκτυο του έργου δημιούργησαν ένα πρόγραμμα μαθημάτων "οικονομικής ειδίκευσης" σε μορφή εγχειριδίου, βασισμένο σε μια σειρά από ενότητες που είναι διαθέσιμες σε ψηφιακή μορφή: το Playbook έχει σκοπό να γεφυρώσει το χάσμα μεταξύ της εκπαίδευσης που βασίζεται στη θεωρία και της πρακτικής εφαρμογής, για να υποστηρίξει τους εργαζομένους νεολαίας στην εργασία τους με την επιθυμητή ομάδα στο θέμα της οικονομικής ειδίκευσης, διδάσκοντάς τους βασικές και ενδιάμεσες δεξιότητες για τη διαχείριση των οικονομικών τους.

Το FLY Playbook είναι χωρισμένο σε 9 ενότητες που καλύπτουν διάφορες πτυχές της οικονομικής εκπαίδευσης.

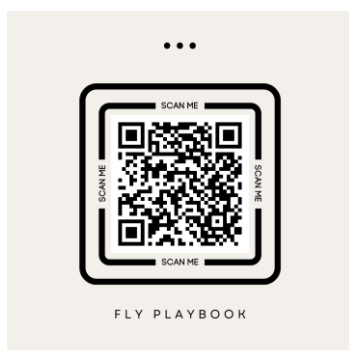
Ο παρακάτω πίνακας δείχνει τη δομή του προγράμματος μαθημάτων:



ΕΝΟΤΗΤΑ FLY	ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ
--	Περίληψη - Εισαγωγή στις ενότητες εκπαίδευσης
1	Οικονομική εκπαίδευση για τους νέους
2	Η ψυχολογία πίσω από τη χρηματοοικονομική διαχείριση
3	Έξοδα και διαμόρφωση προϋπολογισμού
4	Αποταμίευση και επενδύσεις
5	Δάνεια και διαχείριση κινδύνου χρέους
6	Ασφάλιση
7	Ανάπτυξη δεξιοτήτων προσωπικής οικονομίας
8	Φόροι και σύνταξη
9	Εργαλεία FLY για την οικονομική ειδικευση

Για να βρείτε το πλήρες FLY Playbook, επισκεφθείτε την ιστοσελίδα:  
<https://www.financialliteracyfly.com/digital-playbook/>

ή σαρώστε τον κωδικό QR για να συνδεθείτε.





### 3. ΜΑΘΑΙΝΟΝΤΑΣ ΑΠΟ ΤΙΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΤΟΥ FLY

Για τον σκοπό της σαφήνειας σε ολόκληρο το έγγραφο, καθώς και σε όλη την ανάπτυξη και υλοποίηση του έργου, ο εταιρικός σχηματισμός ανέπτυξε ορισμούς των όρων "εξυπηρέτηση" και "συμμετοχή". Ενώ ο όρος "εξυπηρέτηση" αναφέρεται ειδικά σε στρατηγικές για να εμπλέκονται αρχικά τα μέλη του στόχου στις δραστηριότητες του έργου, ο όρος "συμμετοχή" θα πρέπει να ληφθεί υπόψη με μακροπρόθεσμη προοπτική, αναφερόμενος στην αρχική και στη συνεχή συμμετοχή στις δραστηριότητες του έργου. Ως αποτέλεσμα, κατά τη συζήτηση των στρατηγικών συμμετοχής, είναι θεμελιώδους σημασίας να επικεντρωθούμε σε οποιαδήποτε στρατηγική θεωρείτε χρήσιμη για να διατηρηθεί το ενδιαφέρον και η κινητοποίηση στην ομάδα στόχου, εξασφαλίζοντας έτσι τη συνεχή τους συμμετοχή.

ΤΥΠΟΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ	ΟΡΙΣΜΟΣ	ΧΡΟΝΙΚΗ ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ
<b>ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ</b>	Στρατηγική για να εμπλέκονται αρχικά τα μέλη της ομάδας στόχου στις δραστηριότητες του έργου. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει διάφορους τρόπους επικοινωνίας μαζί τους, παρουσίασης μιας ευκαιρίας μάθησης, εκδήλωσης ενδιαφέροντος κ.λπ.	Σύντομη έως μεσοπρόθεσμη
<b>ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ</b>	Στρατηγική χρήσιμη για να διατηρηθεί το ενδιαφέρον και η κινητοποίηση στην ομάδα στόχου. Αναφέρεται τόσο στην αρχική όσο και στη συνεχή συμμετοχή στις δραστηριότητες του έργου. Μπορεί να περιλαμβάνει στρατηγικές για να καθιστούν οι ευκαιρίες μάθησης σχετικές με συγκεκριμένες ανάγκες, να καθιστούν προσιτούς τους τρόπους μάθησης κ.λπ.	Μακροπρόθεσμη



### 3.1 Στρατηγικές εξυπηρέτησης των εταίρων του FLY προς τους βασικούς εμπλεκόμενους και τους νέους εργαζομένους.

Οι παρακάτω πίνακες συγκεντρώνουν την εμπειρία όλων των χωρών εταίρων (Ιταλία, Ισπανία, Ρουμανία, Σουηδία και Ελλάδα) και δείχνουν το εύρος των εργαλείων εξυπηρέτησης που χρησιμοποίησαν οι εταίροι του έργου FLY στους τοπικούς τους περιβάλλοντες προς τους βασικούς εμπλεκόμενους και τους νέους εργαζομένους, καθώς και την αποτελεσματικότητα αυτών των εργαλείων.

**Τύπος εμπλεκόμενων μερών που επιτυγχάνονται μέσω του FLY στην Ιταλία, την Ισπανία, την Ελλάδα, τη Ρουμανία και τη Σουηδία.**

Ενδιαφερόμενοι φορείς.	Επίπεδο Ενδιαφέροντος 0-5 (0=ελάχιστο; 5=μέγιστο)	Συμμετοχή στο τελική πολλαπλασιαστική εκδήλωση
Τοπικές αρχές	3 -5	Ιταλία , Ισπανία
Οργανισμοί Νεολαίας	5	Όλες
Σχολεία	5	Όλες
Πανεπιστήμια	3-5 - Πανεπιστήμιο της Περούτζια - Πανεπιστήμιο της Λουντ - Πανεπιστήμιο της Μάλμε - Πανεπιστήμιο της Αθήνας	Ιταλία, Σουηδία, Ελλάδα
Χρηματοπιστωτικά ιδρύματα	5	Ιταλία, Ρουμανία
Ιδιωτικά ιδρύματα	5	Ιταλία
Συνδικάτα	5	Ελλάδα
Εμπειρογνώμονες (τύπος εμπειρογνώμονα)	4-5	Όλες



**Στρατηγικές που χρησιμοποιήθηκαν για την επίτευξη των ενδιαφερόμενων φορέων στην Ιταλία, την Ισπανία, την Ελλάδα, τη Ρουμανία και τη Σουηδία.**

<b>Στρατηγική</b>	<b>Επίπεδο αποτελεσματικότητας: αξιολόγηση 0-5 (0=καθόλου αποτελεσματική; 5=πλέον αποτελεσματική)</b>
Χρήση τοπικών πόρων (χώροι, δημόσιες συγκεντρώσεις κ.λπ.)	5
Χρήση τοπικών μέσων ενημέρωσης	0 (Ρουμανία) - 5 (Ισπανία)
Χρήση υπαρχουσών δικτύων	5
Προσωπικές επαφές	5
Κοινωνικά μέσα ενημέρωσης	5

Τα αποτελέσματα / υλικά του FLY που χρησιμοποιήθηκαν περισσότερο στις στρατηγικές εξυπηρέτησης και συμμετοχής των ενδιαφερομένων φορέων.

<b>Αποτελέσματα / Υλικό</b>	<b>Επίπεδο αποτελεσματικότητας: αξιολόγηση 0-5 (0=καθόλου αποτελεσματικά; 5=πλέον αποτελεσματικά)</b>
Ιστοσελίδα και Πλατφόρμα FLY	5
Έκθεση Οικονομικής Ευημερίας της Γενιάς Z	4-5
Έκθεση Καλών Πρακτικών	5
Ψηφιακά Mind Maps & Mind Cards	4
FLY Playbook	4-5
Ενότητες FLY (παρακαλώ, προσδιορίστε)	Κεφάλαιο 1 - Οικονομική εκπαίδευση για νέους, Κεφάλαιο 3 - Έξοδα και προϋπολογισμός, Κεφάλαιο 5 - Δάνεια και διαχείριση χρεών, Κεφάλαιο 6 - Ασφάλεια, Κεφάλαιο 7 - Ανάπτυξη προσωπικών οικονομικών δεξιοτήτων



### 3.2 Στρατηγικές που χρησιμοποιήθηκαν από τους εταίρους του FLY για την προσέγγιση των νέων

Οι παρακάτω πίνακες συγκεντρώνουν την εμπειρία όλων των χωρών εταίρων (Ιταλία, Ισπανία, Ρουμανία, Σουηδία και Ελλάδα) και δείχνουν την ποικιλία των εργαλείων που χρησιμοποιήθηκαν από τους εταίρους του έργου FLY στα τοπικά τους πλαίσια για την επίτευξη των νέων, καθώς και την αποτελεσματικότητα αυτών των εργαλείων στις εξωτερικές δραστηριότητες:

Στρατηγικές που χρησιμοποιήθηκαν από τις οργανώσεις-εταίρους του FLY για να φτάσουν άμεσα τους νέους.

Κανάλια που χρησιμοποιήθηκαν	Ναι/Όχι	Αποτελεσματικότητα Κλίμακα: 1 = μη αποτελεσματικό, 2 = ελάχιστα αποτελεσματικό, 3 = πολύ αποτελεσματικό
Χρήση κοινωνικών μέσων (να διερευνηθεί περισσότερο στον επόμενο πίνακα)	ΝΑΙ	3
Χρήση της ίδιας οργανωτικής ιστοσελίδας	ΝΑΙ	2-3
Επικοινωνία με εκπαιδευτικούς / σχολεία	ΝΑΙ	2-3
Συμμετοχή σε οργανώσεις νέων / οργανώσεις βάσης της κοινότητας	ΝΑΙ	3
Συμμετοχή με τον στόχο στους χώρους της κοινότητας	ΝΑΙ	2-3
Τοπικός τύπος / ραδιόφωνο / τηλεόραση	ΟΧΙ	N/A
Συνάντηση πρόσωπο με πρόσωπο	ΝΑΙ	3
Email και τηλέφωνο (WhatsApp και άλλα)	ΝΑΙ	3
Δημόσιες εκδηλώσεις	ΝΑΙ	2-3



## Κοινωνικά δίκτυα και η αποτελεσματικότητά τους

Κανάλια που χρησιμοποιήθηκαν	ΝΑΙ/ΟΧΙ	Αποτελεσματικότητα Κλίμακα: 1 = μη αποτελεσματικό, 2 = ελάχιστα αποτελεσματικό, 3 = πολύ αποτελεσματικό
Facebook	ΝΑΙ	3
Instagram	ΝΑΙ	3
WhatsApp	ΝΑΙ	3
Άλλο	ΝΑΙ	3

## Σχεδιασμός στρατηγικών επικοινωνίας

Σε αυτήν την ενότητα, θα αναλύσουμε τη διαδικασία ανάπτυξης αποτελεσματικών στρατηγικών εξωτερικής επικοινωνίας για την ομάδα στόχο των νέων, με σκοπό να προκαλέσουμε ενδιαφέρον στην ομάδα για τη συμμετοχή σε δραστηριότητες οικονομικής εκπαίδευσης που απευθύνονται ειδικά σε αυτούς. Αυτή η ενότητα μιλά για "στρατηγικές", επειδή η εμπειρία μας έχει δείξει ότι είναι λογικό να χρησιμοποιούμε πολλαπλές στρατηγικές προκειμένου να είμαστε πιο αποτελεσματικοί.

Πιστεύουμε ότι η διαδικασία σχεδιασμού είναι παρόμοια για την ανάπτυξη στρατηγικών εξωτερικής επικοινωνίας για οποιαδήποτε συγκεκριμένη ομάδα εντός μιας κοινότητας και ότι οι παρακάτω συμβουλές μπορούν να χρησιμοποιηθούν αποτελεσματικά από οργανισμούς που επιθυμούν να εργαστούν με οποιαδήποτε ομάδα ως προετοιμασία για την ανάπτυξη στρατηγικών εξωτερικής επικοινωνίας. Ωστόσο, οι ακόλουθες παράγραφοι περιγράφουν στρατηγικές που είναι πολύ συγκεκριμένες για την ομάδα στόχο του έργου FLY και, συνεπώς, δεν μπορούν να ληφθούν ως έχουν και να εφαρμοστούν σε διαφορετικές ομάδες στόχο.

Το πρώτο βήμα σε κάθε δραστηριότητα σχεδιασμού για την επίτευξη της ομάδας στόχου σας θα πρέπει να σχετίζεται με την απόκτηση όσο το δυνατόν περισσότερων πληροφοριών για:

- Ομάδα στόχος σας: Ποιοι είναι οι νέοι που θέλετε να φτάσετε και πόσο ομοιογενής/διαφορετική είναι η ομάδα;
- Η τοπική περιοχή σας και οι σχετικοί ενδιαφερόμενοι: Ποιοι ζουν στην τοπική περιοχή και ποιοι κοινοτικοί πόροι / στόχοι θα μπορούσαν να γίνουν εργαλεία για εσάς για να φτάσετε στην ομάδα στόχο σας;





Η καλύτερη διαδικασία σχεδιασμού για την ανάπτυξη της στρατηγικής εξωτερικής επικοινωνίας σας είναι να ξεκινήσετε με το να αναρωτηθείτε όλες τις ερωτήσεις που προτείνονται στον παρακάτω πίνακα. Εκτός εάν έχετε εις βάθος γνώση της ομάδας στόχου σας και / ή της τοπικής κοινότητας λόγω ισχυρών δικτύων και συνεργασιών τοπικά ή λόγω εργασίας που έχετε πραγματοποιήσει προηγουμένως με τη συγκεκριμένη ομάδα στόχο στην κοινότητα, η συμβουλή μας είναι να διενεργήσετε ατομικές συνεντεύξεις με μέλη της ομάδας στόχου ίδια και με μέλη της ευρύτερης κοινότητας. Εναλλακτικά, θα μπορούσατε να οργανώσετε συναντήσεις ομάδας εστίασης, φέρνοντας μαζί ανθρώπους που αντιπροσωπεύουν την ομάδα στόχο σας και τους τοπικούς ενδιαφερόμενους.

Γνωρίσε τον στόχο της ομάδας σου.	Γνωρίσε την περιοχή σου	Γνωρίστε τους ενδιαφερόμενους φορείς.
<p><b>Κύριο επάγγελμα, ενδιαφέροντα, χόμπι, συμμετοχή σε κοινοτικές δραστηριότητες, χρήση τεχνολογίας/κοινωνικών μέσων, ποσότητα ελεύθερου χρόνου, ώρα της ημέρας διαθέσιμη για ενδιαφέροντα δραστηριότητες.</b></p>	<p><b>Δημογραφικά στοιχεία, κοινοτικοί χώροι χρήσης, κοινοτικές εκδηλώσεις, ομάδες ενδιαφέροντος της κοινότητας, θέματα και πόροι της κοινότητας, εθελοντισμός στην κοινότητα, τοπικά μέσα ενημέρωσης.</b></p>	<p><b>Τοπικές αρχές, ηγέτες ομάδων ενδιαφέροντος της κοινότητας, διοργανωτές εκδηλώσεων, εθελοντές της κοινότητας, αναφορές της κοινότητας</b></p>

Αυτή η άσκηση θα δώσει μια ισχυρή βάση για την ανάπτυξη των καλύτερων στρατηγικών για την επίτευξη της ομάδας στόχου σας με τους πλέον κατάλληλους τρόπους και για την ανάδειξη των τοπικών πόρων και των ενδιαφερομένων φορέων της κοινότητας, οι οποίοι μπορούν να συμβάλουν ουσιαστικά στην υποστήριξη της εκστρατείας εξωτερικής επικοινωνίας σας και να την καταστήσουν επιτυχημένη. Μετά την αρχική αυτή σχεδίαση και ανάλυση των πόρων της κοινότητας σας, μπορείτε να επιλέξετε να υιοθετήσετε πολλαπλές στρατηγικές για την επίτευξη της ομάδας στόχου σας με επιτυχία. Οι παρακάτω ενότητες θα προτείνουν εκείνες που έχουν επιτύχει για τους εταίρους του έργου FLY και θα δώσουν "κορυφαίες συμβουλές" για να τις εκτελέσετε αποτελεσματικά και αποδοτικά.



### 3.2.1 Στρατηγική 1: Αξιοποιώντας τους κοινοτικούς πόρους με τον καλύτερο δυνατό τρόπο.

Η τοπική κοινότητα προσφέρει ανεκτίμητους πόρους για να υποστηρίξει την εκστρατεία εξωτερικής επικοινωνίας και είναι σοφό να αξιοποιήσετε αυτό το δυναμικό και να το εκμεταλλευτείτε για να φτάσετε στην ομάδα στόχο σας με στρατηγικό τρόπο.






Μπορεί να έχετε ήδη ένα καλό δίκτυο εντός της κοινότητας και επομένως να μπορείτε να αρχίσετε να εμπλέκεται τοπικούς οργανισμούς και κύρια μέλη της κοινότητας αμέσως. Από την άλλη πλευρά, εάν είστε ένας νεότερος οργανισμός και δεν έχετε ακόμα πολύ καλό δίκτυο, μπορείτε να χρησιμοποιήσετε αυτήν την εκστρατεία εξωτερικής επικοινωνίας ως μια ευκαιρία για να χτίσετε ένα τέτοιο δίκτυο, καθώς η ύπαρξη ισχυρών κοινοτικών δικτύων είναι καθοριστική για την επιτυχία των περισσότερων δραστηριοτήτων έργων, ιδιαίτερα όταν προσπαθείτε να επιλέξετε ομάδες "δύσκολα προσβάσιμες", όπως στην περίπτωση του έργου FLY

#### ΒΗΜΑ 1. Να έχετε μία σαφή πρόταση για την κοινότητα και τα μέλη της

Καταρχήν, θα πρέπει να βεβαιωθείτε ότι οι προτεινόμενες δραστηριότητες μπορούν να ωφελήσουν την κοινότητα και τα μέλη της και να έχουν έναν πολύ σαφή τρόπο παρουσίασης της αξίας τους στην κοινότητα.

#### ΒΗΜΑ 2. Ανάλυση των πόρων σας

Δεύτερον, θα πρέπει να συντάξετε ένα σαφές χάρτη των σχετικών οργανισμών στη βάση της κοινότητας και των κύριων ενεργών στην κοινότητα, καθώς και να καταρτίσετε μια λίστα με τα κοινοτικά μέρη που ενδεχομένως μπορείτε να χρησιμοποιήσετε στην εκστρατεία εξωτερικής επικοινωνίας και όπου μπορούν να οργανωθούν εκδηλώσεις. Η τοπική ενημέρωση θα μπορούσε επίσης να είναι ένα πολύ καλό μέσο επικοινωνίας με την ομάδα στόχο σας, μέσω διαφημίσεων ή άρθρων για τις προτεινόμενες σας δραστηριότητες.

	Εμπλακείτε με "ηγέτες" της κοινότητας
	Εμπλακείτε με οργανισμούς της κοινότητας όσο το δυνατόν πιο κοντά στην ομάδα στόχο
	Συμμετάσχετε σε κοινοτικούς χώρους
	Οργανώστε εκδηλώσεις
	Χρησιμοποιήστε τοπικά μέσα ενημέρωσης

Συμβουλές για την καλύτερη αξιοποίηση των κοινοτικών πόρων.



### 3.2.2 Στρατηγική 2: Αξιοποιώντας το κοινωνικό διαδίκτυο ως μέσο κοινότητας

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης πρέπει να θεωρούνται ως "κοινότητα", ή ως ένας αριθμός ήδη υπαρκτών κοινοτήτων, με ενεργά μέλη που συζητούν θέματα και αισθάνονται ένα αίσθημα "ανήκω". Οι περισσότεροι άνθρωποι συμμετέχουν στην καθημερινή επικοινωνία στα κοινωνικά μέσα και μπορεί να διαπιστωθεί ότι "ανήκουν" σε μια εικονική κοινότητα, καθώς και σε παραδοσιακές κοινότητες, αν και οι περισσότεροι άνθρωποι συχνά δεν το αντιλαμβάνονται πλήρως. Τα κοινωνικά μέσα παρέχουν ένα εικονικό χώρο όπου οι άνθρωποι μπορούν να συμμετέχουν σε συγκεκριμένες ομάδες ενδιαφέροντος και συζητήσεις και συχνά στοχεύονται από συγκεκριμένες διαφημίσεις, προσαρμοσμένες σε αυτούς λόγω φύλου, ηλικίας, γεωγραφικής τοποθεσίας, εργασίας, χόμπι και διαφορετικών περιοχών ενδιαφέροντος, συχνά εκφραζόμενων αναισθητά μέσω απλώς του κλικ ή του σχολίου σε δημόσιες αναρτήσεις.

#### Βήμα 1 : Χρησιμοποιήστε τις υπάρχουσες εικονικές κοινότητες






Παρόμοιες δυναμικές ισχύουν στο εικονικό κόσμο όπως και στη "πραγματική ζωή". Όπως και στις παραδοσιακές κοινότητες, είναι πολύ πιο απλό και αποτελεσματικό να επικοινωνείτε με την ομάδα στόχο σας χρησιμοποιώντας τους υπάρχοντες πόρους εντός κοινοτήτων στις οποίες ήδη ανήκουν, παρά να τους πείθετε να αποκτήσουν πληροφορίες και συμβουλές μέσω της ένταξής τους σε μια νέα κοινότητα.

Επομένως, είναι πολύ πιο στρατηγικό και αποτελεσματικό να αξιοποιήσετε τα κοινωνικά μέσα ως μια σειρά από υπάρχουσες κοινότητες και να χρησιμοποιήσετε το κανάλι ή τα κανάλια στα οποία ήδη η ομάδα στόχος σας "ανήκει", ακριβώς όπως θα κάνατε με τις παραδοσιακές κοινότητες.

## ΒΗΜΑ 2: Για τους νέους χρησιμοποιήστε το Instagram, το Youtube και το TikTok

Για μια επιτυχημένη στρατηγική εξωστρέφειας, είναι πιο αποτελεσματικό να χρησιμοποιήσετε ένα κανάλι ή κανάλια με τα οποία η στοχευμένη ομάδα σας είναι εξοικειωμένη και όπου είναι τακτικά ενεργή. Στην εμπειρία των εταίρων του έργου FLY, το Instagram, το YouTube και το TikTok είναι τα κύρια κοινωνικά δίκτυα που χρησιμοποιούν οι νέοι που αποτελούν την στοχευμένη ομάδα.

Γιατί να χρησιμοποιήσετε κοινωνικά δίκτυα:

	Η εξοικείωση της στοχευμένης ομάδας με τη σύνδεση, την εμφάνιση και την αίσθηση.
	Η συχνή χρήση σημαίνει ότι πιθανόν να λαμβάνουν τακτικές ενημερώσεις.
	Υποστηρίζει χρηματοδοτούμενες διαφημίσεις και δημοσιεύσεις.
	Μπορεί να συνδεθεί με οργανωτικές ή ειδικές ιστοσελίδες για έργα.
	Μπορεί να συνδεθεί με άλλα κοινωνικά μέσα ενημέρωσης - ιδιαίτερα με το YouTube.

## Συμβουλές για την αποτελεσματική χρήση των Social Media





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

### 3.2.3 Άλλες στρατηγικές για να συμπληρώσετε και να ενσωματώσετε στην εκστρατεία σας

Βασιζόμενοι στην εκτενή μελέτη της στοχευμένης ομάδας σας, ενδέχεται να αποφασίσετε να ολοκληρώσετε την εκστρατεία σας με την ενσωμάτωση μιας πιο άμεσης και ατομικής προσέγγισης, την οποία ενδεχομένως να έχετε εντοπίσει ως δυνητικά αποτελεσματική. Η επικοινωνία με τη στοχευμένη ομάδα σας ατομικά μπορεί να περιλαμβάνει τη χρήση διαφόρων προσεγγίσεων: ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, τηλέφωνο, πόρτα προς πόρτα. Αυτές οι προσεγγίσεις πρέπει να χρησιμοποιούνται για να συμπληρώσουν άλλες στρατηγικές και μπορεί να επωφεληθούν από την προηγούμενη εκστρατεία εξωστρέφειας που πραγματοποιήθηκε στην κοινότητα ή από την στοχευμένη δημοσίευση στα κοινωνικά μέσα ενημέρωσης, έτσι ώστε τα μέλη της στοχευμένης ομάδας σας να έχουν ήδη ακούσει για τις προτεινόμενες δραστηριότητές σας.

	Χρησιμοποιήστε την άμεση επαφή εάν η έρευνά σας δείχνει ότι είναι αποτελεσματική.
	Χρησιμοποιήστε τα δεδομένα της έρευνάς σας για να επικοινωνήσετε με τους ανθρώπους με τους πιο κατάλληλους τρόπους (τοποθεσία, ώρα κλπ.).
	Συνδυάστε την άμεση επαφή με άλλες στρατηγικές.
	Αναφερθείτε στην υποστήριξη που παρέχει η κοινότητα για την πρωτοβουλία σας.
	Έχετε ένα φυλλάδιο έτοιμο για να μοιραστείτε, είτε σε έντυπη μορφή είτε ηλεκτρονικά.
	Βεβαιωθείτε ότι δεν ενοχλείτε τους ανθρώπους κατά την επαφή με αυτούς!

#### Συμβουλές για αποτελεσματική Επικοινωνία





### 3.3 Στρατηγικές των εταίρων του FLY προς τους νέους: πως να διατηρήσετε το ενδιαφέρον τους

Αυτή η ενότητα αναλύει τις στρατηγικές που χρησιμοποιούν οι εταίροι του έργου FLY για να επιλέξουν τους νέους με λιγότερες ευκαιρίες κατά τη διάρκεια των δραστηριοτήτων του έργου και με μακροπρόθεσμο τρόπο. Αυτές είναι στρατηγικές για να διασφαλιστεί ότι, μετά τον αρχικό ενθουσιασμό που προκλήθηκε μέσω των στρατηγικών που περιγράφονται στην προηγούμενη ενότητα, η στοχευμένη ομάδα βρίσκει ένα θετικό περιβάλλον μάθησης, ότι οι δραστηριότητες είναι κατάλληλες για τις εκπαιδευτικές τους ανάγκες και, τελικά, ότι η μάθηση μπορεί να βελτιώσει τις δεξιότητες της ζωής τους. Ο παρακάτω πίνακας περιλαμβάνει την εμπειρία των εταίρων του έργου σε αυτόν τον τομέα.

#### 3.3 Σχεδιασμός στρατηγικών συμμετοχής για νέους με λιγότερες ευκαιρίες

Σε αυτήν την ενότητα, θα επικεντρωθούμε στο πώς να διατηρήσετε το ενδιαφέρον στην στοχευμένη ομάδα σας μετά από μια επιτυχημένη εκστρατεία εξωστρέφειας και να διασφαλίσετε τη συνεχή συμμετοχή κατά τη διάρκεια των προγραμματισμένων δραστηριοτήτων σας καθώς και στο μέλλον. Η προοπτική, η ευελιξία και η προσαρμοστικότητα έχουν αποδειχθεί ως ένας από τους πιο σημαντικούς παράγοντες για τη διασφάλιση της συνεχούς συμμετοχής και θα εξεταστούν λεπτομερώς παρακάτω.

Όπως και στην προηγούμενη ενότητα, εδώ θα μιλήσουμε για "στρατηγικές", διότι η εμπειρία μας έχει δείξει ότι απαιτούνται διάφορες στρατηγικές για να εξασφαλιστεί ότι η ομάδα παραμένει υποκινητική, ενδιαφέρουσα και η πρόσληψη μειώνεται στο ελάχιστο (πάντα θα πρέπει να αναμένεται ένα μικρό επίπεδο πρόσληψης).

Οι παρακάτω ενότητες θα περιγράψουν στρατηγικές συμμετοχής που έχουν αποδειχθεί επιτυχείς για τους εταίρους του έργου FLY που εργάζονται με νέους με λιγότερες ευκαιρίες στις χώρες που εμπλέκονται. Πιστεύουμε ότι μπορούν να εφαρμοστούν σε άλλα πλαίσια στην Ευρώπη και να χρησιμοποιηθούν από διαφορετικούς οργανισμούς που εργάζονται με την ίδια στοχευμένη ομάδα, αλλά και με άτομα που ανήκουν σε μειονεκτούσες ομάδες γενικότερα.

#### 3.3.1 Στρατηγική 1: Σχεδιασμός στρατηγικών συμμετοχής: η προσαρμοστικότητα ως κύριος παράγοντας

##### **ΒΗΜΑ 1. Σχεδιάστε τις συνεδρίες σας και ετοιμαστείτε να προσαρμοστείτε**

Στον σχεδιασμό των συνεδριών για την οικονομική εκπαίδευση, πρέπει πάντα να διασφαλίζεται κάποιο επίπεδο προσαρμοστικότητας, αφήνοντας τη δυνατότητα να κάνετε επιλογές και να εισάγετε διαφορετικό υλικό με βάση τις προσδοκίες και τις συγκεκριμένες ανάγκες των συμμετεχόντων σας. Αυτό σημαίνει ότι μπορεί να χρειαστεί να αυτοσχεδιασετε



και να είστε πάντα έτοιμοι να απαντάτε σε ερωτήσεις που αφορούν, για παράδειγμα, τη δυναμική της ομάδας και την οργάνωση των συνεδριών. Θα πρέπει να διαχειρίζεστε την "ομάδα" καθ' όλη τη διαδικασία εάν θέλετε να διασφαλίσετε ότι οι συμμετέχοντες παραμένουν υποκινητικοί και ενδιαφέρονται και ότι, μέχρι το τέλος της εμπειρίας, νιώθουν ενδυναμωμένοι.

## **ΒΗΜΑ 2. Σχεδιάστε τη λογιστική ώστε να ταιριάζει στους συμμετέχοντες**

Οι νέοι μπορεί να έχουν πολυάσχολες ζωές. Είναι θεμελιώδες να οργανώνονται οι συνεδρίες σε χώρους, ημέρες και ώρες που διευκολύνουν όσο το δυνατόν περισσότερους συμμετέχοντες να παρακολουθήσουν. Αυτό απαιτεί ευελιξία από τους εργαζομένους με νέους όσον αφορά τον σχεδιασμό των συνεδριών σε ώρες που να ταιριάζουν στην ομάδα και τη δυνατότητα προσαρμογής των συνεδριών σε μικρότερες ή μεγαλύτερες διαρκείες, ανάλογα με τις ανάγκες της ομάδας.

Εάν οι συνεδρίες είναι προγραμματισμένες ως δραστηριότητες αντιμετώπισης προσώπου με πρόσωπο, είναι επίσης σημαντικό να επιλεγεί ένας κατάλληλος χώρος, ο οποίος θα πρέπει να είναι εύκολα προσβάσιμος και προσιτός με μέσα μεταφοράς. Και πάλι, η τοπική κοινότητα μπορεί να αποτελέσει ανεκτίμητη πηγή και να παρέχει έναν κατάλληλο χώρο.

## **ΒΗΜΑ 3. Η σημασία της ικανοποίησης των προσδοκιών: Θέστε στόχους μαζί**





Είναι πολύ σημαντικό να οργανωθεί μια αρχική συνεδρία θέσης στόχων με την ομάδα, προκειμένου να διασφαλιστεί ότι οι προσδοκίες της ομάδας είναι ρεαλιστικές και θα εκπληρωθούν κατά τη διάρκεια του προγράμματος. Είναι κρίσιμο να αποφευχθεί η απογοήτευση. Η συνεδρία θα πρέπει να σχεδιαστεί με τέτοιο τρόπο ώστε να υπάρχει σαφήνεια σχετικά με τι μπορούν οι συμμετέχοντες να επιθυμούν να επιτύχουν και, αν βρεθούν διαφορετικές προσδοκίες, να είναι ο εκπαιδευτής σε θέση να τις επαναστρέψει θετικά και να βοηθήσει κάθε συμμετέχοντα να θέσει συγκεκριμένους στόχους για τον εαυτό του, καθώς και γενικούς στόχους για την ομάδα που θα πρέπει να επιτευχθούν μέχρι το τέλος των δραστηριοτήτων και τους οποίους οι συμμετέχοντες θα μπορέσουν να εμβαθύνουν μέσω περαιτέρω εκπαιδευτικών εμπειριών και στην πραγματική τους ζωή.

Κατά καιρούς, η αντίληψη ότι υπάρχει ακόμα πολύ περισσότερο να μάθει μπορεί να αισθανθείτε σαν ένα "μη-αποτέλεσμα" από τους συμμετέχοντες, ωστόσο, αυτή η αντίληψη αποτελεί καθαυτό αποτέλεσμα και ένα βήμα προς τα εμπρός σε μια διαδρομή μάθησης. Ο εκπαιδευτής θα πρέπει να εξηγήσει αυτό από την αρχή, ώστε οι συμμετέχοντες να μην αισθάνονται αποθαρρυμένοι.



#### ΒΗΜΑ 4. Δημιουργία ενός ασφαλούς περιβάλλοντος μάθησης

Οι άνθρωποι μαθαίνουν πολλά "κάνοντας" και τείνουν να συσχετίζουν τη μάθησή τους με τη ζωτική τους εμπειρία. Στις συνεδρίες σας, βεβαιωθείτε ότι χρησιμοποιείτε "συμμετοχικές" μεθοδολογίες, ενθαρρύνοντας πάντα τους συμμετέχοντες να μοιράζονται τις δικές τους ζωτικές εμπειρίες, συζητώντας θέματα και συμμετέχοντας ενεργά στις συνεδρίες. Για να το πετύχετε αυτό, είναι σημαντικό ο εκπαιδευτής να είναι σε θέση να χτίσει εμπιστοσύνη και ένα θετικό, ασφαλές, μη κριτικό περιβάλλον.

	Σχεδιάστε τις συνεδρίες σας για να ταιριάζουν στους συμμετέχοντες.
	Διευκολύνετε τη συμμετοχή όσο το δυνατόν περισσότερο (προσαρμόστε τον τόπο, τις ημέρες, την ώρα κλπ. για να ικανοποιούνται οι ανάγκες).
	Θέστε στόχους μαζί για να εκπληρώσετε τις προσδοκίες.
	Βεβαιωθείτε για ένα μη κριτικό περιβάλλον.

#### Συμβουλές για την ενθάρρυνση της συμμετοχής







### 3.3.2. Στρατηγική 2: Εκδηλώσεις & ενθαρρυντικοί ομιλητές για να γιορτάσουμε τις ευκαιρίες

Οι ανοιχτές εκδηλώσεις μπορούν να είναι πολύ κινητοποιητικές και μπορούν να αντιπροσωπεύουν μια ευκαιρία για τους μαθητές να ακούσουν εμπνευστικές ιστορίες και να βρουν νέες εναλλακτικές για να συνεχίσουν τη μάθησή τους ή να χρησιμοποιήσουν την μάθησή τους στην πραγματική ζωή, καθώς και να γιορτάσουν την εμπειρία και τα επιτεύγματα τους.

#### ΒΗΜΑ 1: Αποφασίστε τον σκοπό σας.

Οι ανοικτές εκδηλώσεις μπορούν να οργανωθούν σε οποιοδήποτε στάδιο, ανάλογα με αυτό που επιθυμείτε να επιτύχετε:

**Πριν:** Για την προώθηση των συνεδριών ή εάν θέλετε η ομάδα σας να ξεκινήσει με υψηλές προσδοκίες και πλήρως κινητοποιημένη.

**Κατά τη διάρκεια:** Εάν θέλετε να διατηρήσετε την ώθηση και να εμπλέξετε την ομάδα σας στο να μοιραστεί ανοιχτά την μάθησή της. Επίσης, αν σχεδιάζετε έναν νέο κύκλο συνεδριών οικονομικής εκπαίδευσης και θέλετε να χρησιμοποιήσετε αυτήν την ευκαιρία για να προωθήσετε το έργο σας.

**Μετά:** Εκδηλώσεις για τον εορτασμό των μαθητών για την αναγνώριση των επιτευγμάτων και την απονομή βραβείων (προτείνεται η συμμετοχή των τοπικών αρχών και των οικογενειών). Τέτοιου είδους εκδηλώσεις μπορούν να αποτελέσουν μια πολύ καλή στρατηγική εξωστρέφειας προς νέους συμμετέχοντες για μελλοντικές συνεδρίες.

#### ΒΗΜΑ 2: Επιλέξτε έναν τόπο

Η επιλογή ενός τοπικού χώρου μπορεί να είναι πολύ στρατηγική για να προωθηθεί η συμμετοχή της ευρύτερης κοινότητας και να υποστηριχθεί οργανωτικά και διαφημιστικά το γεγονός.

#### ΒΗΜΑ 3: Προσκαλέστε εισηγητές και εμπλέξτε τους συμμετέχοντες ως κύριους παράγοντες

Είναι πολύ αποτελεσματικό να προσκαλέσετε εισηγητές, οι οποίοι μπορούν να μοιραστούν την ιστορία τους και να καταστήσουν τη δυνατότητα χρήσης της μάθησης στην πραγματική ζωή πιο συγκεκριμένη και χειροπιαστή για την ομάδα των συμμετεχόντων σας. Οι εισηγητές θα πρέπει να είναι όσο το δυνατόν πιο κοντά στην ομάδα στόχο και θα ήταν ιδανικό εάν ήταν γνωστά μέλη της ίδιας της κοινότητας. Αυτό έχει το δυναμικό να αυξήσει την ευρύτερη συμμετοχή, καθώς επίσης και να επιτρέψει στους συμμετέχοντες να συνδεθούν μαζί τους πιο







άμεσα και, ίσως, να ταυτιστούν με την ιστορία τους για να βρουν κίνητρο και έμπνευση για τον εαυτό τους.

Θα πρέπει επίσης να διασφαλίσετε ότι η ομάδα των συμμετεχόντων σας εμπλέκεται ως βασικοί παράγοντες και έχει τη δυνατότητα να βρεθεί στο κέντρο της προσοχής για να μοιραστεί την εμπειρία και τα επιτεύγματά τους με άλλους.

#### ΒΗΜΑ 4: Διαφημίστε την εκδήλωση

Για να είναι επιτυχείς οι εκδηλώσεις, είναι κρίσιμο να διαφημιστούν με τους πιο κατάλληλους τρόπους και με επαρκή προθεσμία. Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, η ευρύτερη κοινότητα μπορεί να αποτελέσει μια ανεκτίμητη πηγή υποστήριξης για την οργάνωσή σας και την προώθηση της εκδήλωσης μέσω τοπικών εφημερίδων, ενημερωτικών δελτίων, απευθείας αποστολής email, επαναδημοσιεύσεων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και, πολύ σημαντικό, με το στόμα προς στόμα.

	Οργανώστε ανοιχτές εκδηλώσεις για να ενθαρρύνετε και να εμπνέετε.
	Προσκαλέστε εμπνευστικούς εισηγητές.
	Σχεδιάστε πότε θα οργανώσετε βάσει του σκοπού (πριν, κατά τη διάρκεια, μετά το πρόγραμμα εκπαίδευσης).
	Καταστήστε τους συμμετέχοντες σας βασικούς παράγοντες στην εκδήλωση.

#### Συμβουλές για τη Διοργάνωση Εκδηλώσεων





### 3.3.3 Άλλες στρατηγικές για να ενσωματώσετε στην καμπάνια σας

Άλλες στρατηγικές μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να διασφαλιστεί η διατήρηση του ενδιαφέροντος και της κινητοποίησης στην ομάδα στόχο. Πρέπει να βασίζονται στην αξιολόγηση των αναγκών και των πόρων που έχετε στη διάθεσή σας, συμπεριλαμβανομένης της συνεργασίας της τοπικής κοινότητας για την υποστήριξη των δραστηριοτήτων σας.

Μια χρήσιμη στρατηγική που δοκιμάστηκε από τους εταίρους του έργου FLY είναι η παροχή ατομικής υποστήριξης στους συμμετέχοντες σε διάφορες στιγμές, για συγκεκριμένες άμεσες ανάγκες.

Μια άλλη θετική στρατηγική είναι η συμμετοχή των συμμετεχόντων σας στη διδασκαλία των νέων τους συμμαθητών στην συνέχιση των συνεδριών με την πάροδο του χρόνου. Μπορεί να γίνουν εθελοντές συνοδοιπόροι εκπαίδευσης, για παράδειγμα, ή να είναι εισηγητές σε εκδηλώσεις που έχουν σκοπό την περαιτέρω προσέλκυση και μπορούν να αποτελέσουν πόρο για τον οργανισμό σας.

☺	Παρέχετε ατομική υποστήριξη
☺	Μετατρέπετε τους συμμετέχοντες σας σε "εθελοντές" για τους νέους





Οι πόροι του έργου μπορούν να βρεθούν στην ιστοσελίδα :

<https://www.financialliteracyfly.com/>

Εναλλακτικά, σαρώστε το QR code





#### 4. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ: ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΑΠΟ ΤΟ FLY

Η οικονομική εκπαίδευση θεωρείται μια βιώσιμη μέθοδος για την καταπολέμηση των οικονομικών αποκλεισμών. Η έρευνα των εταίρων δείχνει ότι το επίπεδο της οικονομικής παιδείας ποικίλλει σημαντικά στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Κατά μέσο όρο, το 52% των ενηλίκων έχει οικονομική παιδεία. Το ποσοστό των ανταποκρινομένων που έχουν κατανόηση διαφορετικών οικονομικών έννοιων είναι υψηλότερο στη Βόρεια Ευρώπη. Τα συμπεράσματα της Έκθεσης Οικονομικής Ευημερίας της Γενιάς Z είναι ότι:

- Η πλειοψηφία των νέων δεν γνωρίζει ποιές είναι οι αξιόπιστες πηγές πληροφόρησης.
- Η οικογένεια παίζει σημαντικό ρόλο στις οικονομικές αποφάσεις και συμπεριφορές των νέων - μερικές φορές ακόμα και ανταγωνίζεται την επίδραση των οικονομικών συμβούλων και ειδικών.
- Σε όλες τις χώρες, η πλειοψηφία των νέων συμφωνεί ότι η πρόωπη οικονομική παιδεία πρέπει να ενθαρρύνεται στο εκπαιδευτικό σύστημα.
- Είναι απαραίτητο να ενημερώνονται οι νέοι για την ύπαρξη και την αποτελεσματικότητα των διαφορετικών προγραμμάτων οικονομικής εκπαίδευσης, εργαλείων διαχείρισης οικονομικών, πλατφορμών και εφαρμογών που μπορούν να τους βοηθήσουν να λαμβάνουν ενημερωμένες και έξυπνες οικονομικές αποφάσεις.

Αυτός ο Οδηγός παρουσιάζει όλα τα υλικά και τους πόρους που δημιουργήθηκαν από το έργο FLY κατά τη διάρκεια των 24 μηνών δραστηριοτήτων του σε πέντε ευρωπαϊκές χώρες: Ιταλία, Ισπανία, Ελλάδα, Ρουμανία και Σουηδία. Όλα τα αποτελέσματα του FLY είναι μεταφερόμενα καθώς αξιολογήθηκαν υψηλά από εργαζόμενους με τους νέους και τους ενδιαφερόμενους φορείς. Η μεταφορά μπορεί να πραγματοποιηθεί τόσο σε άλλες χώρες όσο και σε άλλες ομάδες στόχους διαφορετικής ηλικίας και/ή προέλευσης.

- Το FLY Playbook, το οποίο αποτελεί τον πυρήνα του έργου FLY, μπορεί να εξασφαλίσει τη συνέχιση και να θέσει τις βάσεις για ένα περιεκτικό πρόγραμμα εκπαίδευσης στην οικονομική παιδεία. Η θεματική δομή του μαθήματος δίνει τη δυνατότητα να προσαρμόσετε την εκπαίδευση στις ανάγκες και το επίπεδο κάθε συγκεκριμένης ομάδας στόχου. Ταυτόχρονα, προσφέρει την ευελιξία για τη διοργάνωση εργαστηρίων και σεμιναρίων διαφορετικής διάρκειας και πολυπλοκότητας επιλέγοντας και δραστηριότητες (NFTs).
- Τα FLY Mind Maps με την παρουσίαση των Καλύτερων πρακτικών σε εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο προσφέρουν επιπλέον πόρους για την ενίσχυση της κατανόησης της οικονομικής παιδείας με έναν συγκεκριμένο, απλό και διασκεδαστικό τρόπο.
- Η Έκθεση για την Οικονομική Ευημερία της Γενιάς Z είναι επίσης ένα μεταφερόμενο



αποτέλεσμα καθώς αναγνωρίζει τις ανάγκες και τις τάσεις των νέων και μπορεί να αποτελέσει τον οδηγό για τον σχεδιασμό πρόσθετων προσεγγίσεων νέων έργων για την οικονομική παιδεία.

Το FLY πραγματοποίησε έρευνα με νέους εργαζόμενους μέσω της διανομής ενός διαδικτυακού ερωτηματολογίου για την αξιολόγηση του κενού εκπαίδευσης στην οικονομική εκπαίδευση. 23 νέοι εργαζόμενοι απάντησαν σε 5 χώρες και τα αποτελέσματα παρείχαν ένα από τα πιο ενδιαφέροντα ευρήματα του έργου FLY, το οποίο είναι ότι οι νέοι εργαζόμενοι και εκπαιδευτικοί στις 5 συμμετέχουσες χώρες δεν έχουν εκπαίδευση και πρακτικά εργαλεία για να παρέχουν μάθηση οικονομικής παιδείας στους νέους με τους οποίους εργάζονται. Οι νέοι εργαζόμενοι που συμμετείχαν στο έργο FLY απάντησαν.

Επίσης σε ερωτήσεις σχετικά με την επίδραση του προγράμματος εκπαίδευσης FLY στους νέους. Τα αποτελέσματα δείχνουν πολύ σαφώς ότι οι περισσότεροι νέοι δεν είχαν λάβει ποτέ εκπαίδευση στην οικονομική παιδεία και υποστηρίζουν ισχυρά την μη τυπική μεθοδολογία και προσέγγιση του FLY, που οδήγησε σε αποτελεσματική συμμετοχή των νέων. Αυτό ίσχυε ακόμα και στη Σουηδία, όπου η οικονομική εκπαίδευση είναι μέρος του προγράμματος σπουδών του σχολείου. Η εμπειρία της εταιρικής σχέσης είναι, επομένως, ότι υπάρχει, πράγματι, μια ισχυρή ανάγκη για τους νέους εργαζόμενους να εκπαιδευτούν και να δοθούν εργαλεία για την παροχή περιεχομένου οικονομικής εκπαίδευσης στους νέους με τους οποίους εργάζονται και ότι οι πόροι του FLY είναι ενδιαφέρον και ελκυστικά για τους νέους σε όλη την Ευρώπη και σε διάφορα επίπεδα οικονομικής παιδείας.

Όσον αφορά τις στρατηγικές εξωστρέφειας και συμμετοχής, οι εταίροι του FLY έχουν χρησιμοποιήσει τους υπάρχοντες κοινοτικούς πόρους και αυτό έχει αποδειχθεί επιτυχές. Οι στρατηγικές για τη συνεχή συμμετοχή αφορούν τη δημιουργία θετικών και διασκεδαστικών περιβαλλόντων μάθησης, όπου οι μη τυπικές δραστηριότητες, οι οποίες αποτελούν σημαντικό μέρος του FLY Playbook, μπορούν να χρησιμοποιηθούν και να διερευνηθούν με την καθοδήγηση εκπαιδευμένων νέων εργαζομένων.

**Αρ. Σχεδίου 2021-1-IT03-KA220-YOU-000028694** Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή αυτού του υλικού δεν συνιστά έγκριση του περιεχομένου, που αντικατοπτρίζει μόνο τις απόψεις των συγγραφέων και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται στο παρόν.