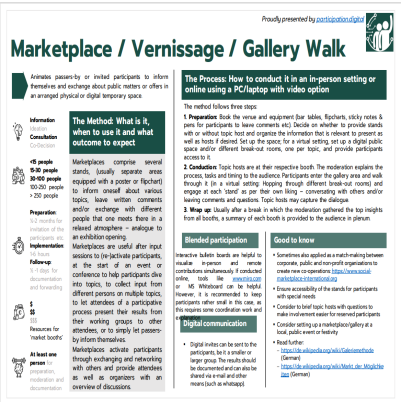


Marketplace / Vernissage / Galerry Walk

Description

Marketplace / Vernissage / Galerry Walk

Marketplace / Vernissage / Gallery Walk permet aux passants ou aux participants invitÃ©s de sâ??informer et dâ??Ã©changer sur des sujets publics ou des offres dans un espace temporaire physique ou numÃ©rique amÃ©nagÃ©.

Niveau de participation

Information
Consultation

DurÃ©e du processus de participation

Preparation: Â½-2 months for invitation of the participants etc.
Implementation: 1-6 hours
Follow-up: Â½ -1 days for documentation and forwarding

Taille du groupe ciblÃ©

<15 peopleâ??
15-30 peopleâ??
30-100 people

Les coÃ»ts

$
$$

Ressources pour les Â« stands de marchÃ© Â»

Ressources humaines nÃ©cessaires

Au moins une personne pour la prÃ©paration, la modÃ©ration et la documentation

La mÃ©thode : quâ??est-ce que câ??est, quand lâ??utiliser et quels rÃ©sultats attendre

Les marketplaces sont composÃ©es de plusieurs stands, (gÃ©nÃ©ralement des espaces sÃ©parÃ©s Ã©quipÃ©s dâ??une affiche ou dâ??un paperboard) pour sâ??informer sur divers sujets, laisser des commentaires Ã©crits et/ou Ã©changer avec les diffÃ©rentes personnes que lâ??on y rencontre dans une ambiance dÃ©tendue â?? analogue Ã un vernissage dâ??exposition.

Les marketplaces sont utiles aprÃ¨s les sessions de contribution pour (rÃ©)activer les participants, au dÃ©but dâ??un Ã©vÃ©nement ou dâ??une confÃ©rence pour aider les participants Ã se plonger dans des sujets, pour recueillir les contributions de diffÃ©rentes personnes sur plusieurs sujets, pour permettre aux participants dâ??un processus participatif de prÃ©senter les rÃ©sultats de leurs groupes de travail Ã dâ??autres participants, ou simplement pour laisser les passants sâ??informer.

Les places de marchÃ© activent les participants par lâ??Ã©change et la mise en rÃ©seau avec dâ??autres personnes et fournissent aux participants ainsi quâ??aux organisateurs une vue dâ??ensemble des discussions.

Le processus : comment le mener en personne ou en ligne en utilisant un ordinateur portable ou un PC avec option vidÃ©o.

La mÃ©thode suit trois Ã©tapes :

1. Preparation: Book the venue and equipment (bar tables, flipcharts, sticky notes & pens for participants to leave comments etc). Decide on whether to provide stands with or without topic host and organize the information that is relevant to present as well as hosts if desired. Set up the space; for a virtual setting, set up a digital public space and/or different break-out rooms, one per topic, and provide participants access to it. â??

2. Conduite : Les animateurs de sujets sont Ã leur stand respectif. La modÃ©ration explique le processus, les tÃ¢ches et le calendrier au public. Les participants entrent dans la zone de la galerie et la traversent (dans un cadre virtuel : en sautant Ã travers diffÃ©rentes salles de rÃ©union) et sâ??engagent Ã chaque Â« stand Â» selon leur propre goÃ»t â?? conversant avec les autres et/ou laissant des commentaires et des questions. Les hÃ´tes de sujets peuvent capturer le dialogue.

3. Conclusion : Habituellement, aprÃ¨s une pause au cours de laquelle la modÃ©ration a rassemblÃ© les meilleures informations de tous les stands, un rÃ©sumÃ© de chaque stand est fourni au public en plÃ©num.

La participation hybride

Les tableaux dâ??affichage interactifs sont utiles pour visualiser simultanÃ©ment les contributions en personne et Ã distance. Sâ??ils sont effectuÃ©s en ligne, des outils tels que www.miro.com ou MS Whiteboard peuvent Ãªtre utiles. Cependant, il est recommandÃ© de garder des participants plutÃ´t petits dans ce cas, car cela nÃ©cessite un certain travail de coordination et dâ??explication.

La communication numÃ©rique

Les tableaux dâ??affichage interactifs sont utiles pour visualiser simultanÃ©ment les contributions en personne et Ã distance. Sâ??ils sont effectuÃ©s en ligne, des outils tels que www.miro.com ou MS Whiteboard peuvent Ãªtre utiles. Cependant, il est recommandÃ© de garder des participants plutÃ´t petits dans ce cas, car cela nÃ©cessite un certain travail de coordination et dâ??explication.

Bon Ã savoir

- Parfois aussi utilisÃ© comme jumelage entre des entreprises, des organismes publics et des organismes sans but lucratif pour crÃ©er de nouvelles coopÃ©rations : https://www.social-marketplace-international.org
- Assurer lâ??accessibilitÃ© des stands pour les participants ayant des besoins particuliers
- Envisagez de poser des questions aux hÃ´tes de sujets pour faciliter la participation des participants rÃ©servÃ©s
- Envisagez dâ??amÃ©nager un marchÃ© ou une galerie lors dâ??un Ã©vÃ©nement ou dâ??une fÃªte publique locale
- Continuer la lecture :

  https://de.wikipedia.org/wiki/Galeriemethode (allemand)

  https://de.wikipedia.org/wiki/Markt_der_MÃ¶glichkeiten (allemand)

Partager :

Twitter
LinkedIn
Facebook
Email
TÃ©lÃ©charger methode
Imprimer la page