



● RISORSE NARRATIVE LAB

# Condurre una Campaign Clinic

Questo schema di lavoro sulla Campaign Clinic è stato adattato dall'originale, sviluppato dal team di Australian Progress. Puoi visualizzare la versione originale [qui](#).

**Narrative Lab** Cambiare la Narrazione, per Cambiare il Mondo



# Condurre una Campaign Clinic

## Contesto

Una Campaign Clinic è un processo strutturato e limitato nel tempo per generare nuove idee in una campagna “bloccata” invitando una serie di prospettive fresche e veloci. Le nuove idee provengono da un gruppo di esperti e da persone che stanno facendo un viaggio simile al tuo – persone appassionate di cambiamento sociale ma, che non stanno lavorando alla tua specifica campagna.

**Il processo aiuta a generare nuove idee, approcci e strategie per campagne o sfide organizzative.**

Ho progettato questo formato originariamente per l’uso all’interno dell’Australian Progress Campaigning Fellowships, come un modo per aiutare ad attingere alla vasta gamma di conoscenze ed esperienze, per aiutare i *Fellows* che stavano conducendo le loro campagne ed erano “bloccati” su “cosa fare dopo”. Nelle *Fellowship*, abbiamo sempre una coorte con diversi background ed esperienze, che stanno lavorando su diverse questioni. La Campaign Clinic è uno spazio sicuro dove far nascere idee utilizzando le competenze e le conoscenze di chi singolarmente condivide i tuoi stessi valori, ma ha anche un po’ più di distanza dal contesto e, collettivamente, fare tesoro di una gamma di esperienze più ampia.

Le Campaign Clinic sono abbastanza semplici da gestire una volta spiegato il processo, e sono altamente modulabili, in quanto sono auto-organizzate e facilitate.

## Formato

Le Campaign Clinic possono essere svolte in 35 minuti, a cui vanno aggiunti 5 minuti per prepararle e 5 minuti di debriefing, per un totale di **45 minuti**.

1	Il conduttore spiega il contesto, le sfide e l'aiuto specifico che desidera.	5 minuti
2	Il gruppo fa domande al conduttore per chiarire il contesto e le sfide.	5 minuti
3	Il gruppo fa brainstorming di idee. Durante questo tempo, il conduttore si limita ad ascoltare e NON deve intervenire.	15 minuti
4	Il conduttore fa domande per approfondire tutte le idee emerse durante il brainstorming.	5 minuti
5	Il conduttore chiude riassumendo le idee emerse dalla clinic, i loro prossimi passi e ringraziando il gruppo.	5 minuti

La "regola" più importante riguarda la fase 3: durante il brainstorming, il conduttore non deve intervenire. Questo punto è fondamentale per permettere il libero flusso della discussione, per sfruttare al meglio il tempo e generare idee che in questa fase non vengono valutate.

Se il tempo è poco, la fase 3 può essere ridotta a 10 minuti, e le fasi 4 e 5 combinate in un unico slot di 5 minuti.

## Processo

### La fase di preparazione comprende:

- Spiegare il processo e i benefici delle Campaign Clinic e come funzionano.
- Invitare le persone che vogliono "condurre" una Campaign Clinic a identificarsi e fornire una presentazione di 30 secondi sulla loro campagna e su cosa sono bloccati. (Nota: se si sta facendo questo nel contesto di un programma più ampio con un gruppo, si potrebbe chiedere alle persone coinvolte di indicare su un foglio o su una lavagna se sono interessate a condurre una campagna, così da poter avere un'idea dei numeri. Se si tratta di una sessione di breakout in una conferenza più grande, le persone dovranno semplicemente proporsi al momento).
- I partecipanti auto-selezionano il gruppo a cui vogliono unirsi. Il processo funziona meglio con 6-8 per gruppo, quindi suggerisci alle persone di riassegnarsi se uno dei gruppi è troppo grande o piccolo.

### Una volta che i gruppi sono stabiliti:

- Chiedete a qualcuno che non sia l'organizzatore di essere il cronometrista. Questa persona si assicurerà che il gruppo passi attraverso ogni fase nel tempo previsto.
- È utile avere qualcuno che faciliti l'intero processo: gestire il lancio, assicurarsi che i gruppi si formino rapidamente e tenere d'occhio il tempo complessivo.

### Quando i gruppi hanno finito:

- Fate un debriefing in plenaria.
- Chiedete ai partecipanti le loro osservazioni e sensazioni sul processo.
- Chiedete al conduttore le sue osservazioni e sensazioni sul processo.
- Invitate tutto il gruppo a fare commenti su cosa è stato utile e perché, e in che modo potrebbero fare qualcosa di diverso nel loro lavoro.
- Chiudete con un saluto di ringraziamento a tutti i partecipanti, augurando al conduttore buona fortuna per la prossima fase della sua campagna.

## Perché funziona

Le Campaign Clinics sono state eseguite come parte regolare delle *Australian Progress Fellowships* dal 2016 ricevendo molti feedback positivi.

Sulla base del feedback e della mia valutazione personale, questo formato funziona perché:

- I partecipanti non sono stakeholder della campagna e quindi possono offrire idee liberamente senza che il conduttore debba accogliere tutti i suggerimenti.
- Avere limiti di tempo rigorosi costringe a concentrarsi e a prestare attenzione.
- Impedire al conduttore di parlare durante il brainstorming permette di generare molte idee liberamente e al conduttore di ascoltare senza bisogno di difendere o spiegare alcun aspetto della campagna.
- I gruppi sono diversi nella gamma di esperienze e prospettive, fornendo così una varietà più ampia di contributi rispetto a quelli a cui si potrebbero accedere normalmente.