



Train4Coordinators

Online training for youth volunteering coordinators on the validation of competencies, skills and qualifications

ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΟ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΤΗΣ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΘΕΛΟΝΤΙΣΜΟ

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ 2



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





ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΣΥΝΤΟΝΙΣΤΕΣ ΕΘΕΛΟΝΤΙΣΜΟΥ ΝΕΩΝ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΙΚΑΝΟΤΗΤΩΝ, ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΣΟΝΤΩΝ

Σύμπραξη έργου

- Fundaci3n Altum, **Ισπανία**
- Vienna Association Of Education Volunteers, **Αυστρία**
- Science And Human Foundation, **Τουρκία**
- Trend-Prima, Zavod Za Raziskave In razvoj Znanja, Μάριμπορ, **Σλοβενία**
- Synthesis Center For Research And Education Limited, **Κύπρος**
- Hellenic Society For The Promotion Of R&D Methodologies, **Ελλάδα**
- Gestión Estratégica E Innovación SL, **Ισπανία**

Συντονιστής έργου

Fundaci3n Altum, Ισπανία



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



2021-1-ES02-KA220-YOU-000028638

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή της παρούσας δημοσίευσης δεν συνιστά έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

Πίνακας περιεχομένων

Εισαγωγή 04

Κεφάλαιο 1 05
Διαχείριση προγραμμάτων
εθελοντισμού νέων

Κεφάλαιο 2 18
Διαχείριση
ηγεσίας

Κεφάλαιο 3 26
Αποτελεσματική επικοινωνία

Κεφάλαιο 4 36
Δημόσιες σχέσεις, μέσα
κοινωνικής δικτύωσης
και εκστρατείες

Κεφάλαιο 5 47
Διαχείριση εθελοντικού
προγράμματος

Κεφάλαιο 6 55
Λογισμικό διαχείρισης
εθελοντών

Κεφάλαιο 7 63
Ανάπτυξη εταιρικής
συνεργασίας

Κεφάλαιο 8 74
Αξιολόγηση εθελοντικού προγράμματος



Εισαγωγή

Οι νέοι μπορούν να αποκτήσουν πολύτιμες εμπειρίες μη τυπικής μάθησης μέσω του εθελοντισμού. Δεν ενισχύει μόνο τις επαγγελματικές τους δεξιότητες και την απασχολησιμότητά τους, αλλά προάγει επίσης το αίσθημα αλληλεγγύης, τις κοινωνικές δεξιότητες και την ενεργή συμμετοχή τους στην κοινωνία.

Ο εθελοντισμός των νέων είναι μια αντιπροσωπευτική μορφή μη τυπικής μάθησης που ακολουθεί επαγγελματικά πρότυπα και βασίζεται στις ανάγκες, τις κουλτούρες και τα ενδιαφέροντα των νέων. Δίνει προτεραιότητα στη διαδικασία έναντι των μαθησιακών αποτελεσμάτων, παρέχοντας στους νέους ένα περιβάλλον συνεργασίας σε ομάδες και ανταλλαγής ιδεών.

Για να διασφαλιστεί ο αποτελεσματικός και βιώσιμος εθελοντισμός, τα θεσμικά όργανα της ΕΕ και τα κράτη μέλη πρέπει να στηρίζουν και να ενθαρρύνουν τον εθελοντισμό, να προστατεύουν τους εθελοντές και να εξαλείφουν τα νομικά εμπόδια στις δραστηριότητές τους. Μια προσέγγιση με επίκεντρο τον εθελοντισμό είναι ζωτικής σημασίας για την ποιότητα, την αναγνώριση και την ανάπτυξη των ικανοτήτων των νέων εθελοντών.

Το έργο Train4Coordinators, το οποίο αποτελείται από επτά οργανισμούς από έξι χώρες, έχει ως στόχο να ενισχύσει και να ενδυναμώσει τις ικανότητες, τις δεξιότητες και τα προσόντα των νέων συντονιστών εθελοντών μέσω διαδικτυακής κατάρτισης και αξιολόγησης μέσω κινητού τηλεφώνου. Οι συντονιστές εθελοντών απαιτούν δεξιότητες επικοινωνίας, ηγεσίας και προσαρμοστικότητας για την αποτελεσματική διαχείριση ομάδων εθελοντών. Το έργο θα αναπτύξει ένα "Εγχειρίδιο διαχείρισης της κατάρτισης εθελοντών" και μια "Διαδικτυακή πλατφόρμα μάθησης για συντονιστές εθελοντών" για να βοηθήσει τους συντονιστές να αναπτύξουν προσωπικές και επαγγελματικές δεξιότητες και να ωφεληθεί τους οργανισμούς έχοντας ένα πιο αποτελεσματικό και επιτυχημένο πρόγραμμα εθελοντισμού.

Το εγχειρίδιο διαχείρισης της κατάρτισης των εθελοντών είναι ένα σύνολο πόρων που έχουν σχεδιαστεί για να βοηθήσουν τους οργανισμούς στην αποτελεσματική κατάρτιση και διαχείριση των εθελοντών τους. Περιλαμβάνει μια σειρά από υλικά και πόρους, όπως πρότυπα, οδηγούς, λίστες ελέγχου και εκπαιδευτικό υλικό, τα οποία μπορούν να προσαρμοστούν ώστε να ανταποκρίνονται στις μοναδικές ανάγκες κάθε οργανισμού που εργάζεται με εθελοντές.

Σε τελική ανάλυση, το έργο αποσκοπεί στην ενθάρρυνση πιο ενεργών και αφοσιωμένων εθελοντών, στη μεγαλύτερη απήχηση στην κοινότητα και στη μεγαλύτερη ευαισθητοποίηση στη διαχείριση των εθελοντικών δραστηριοτήτων.

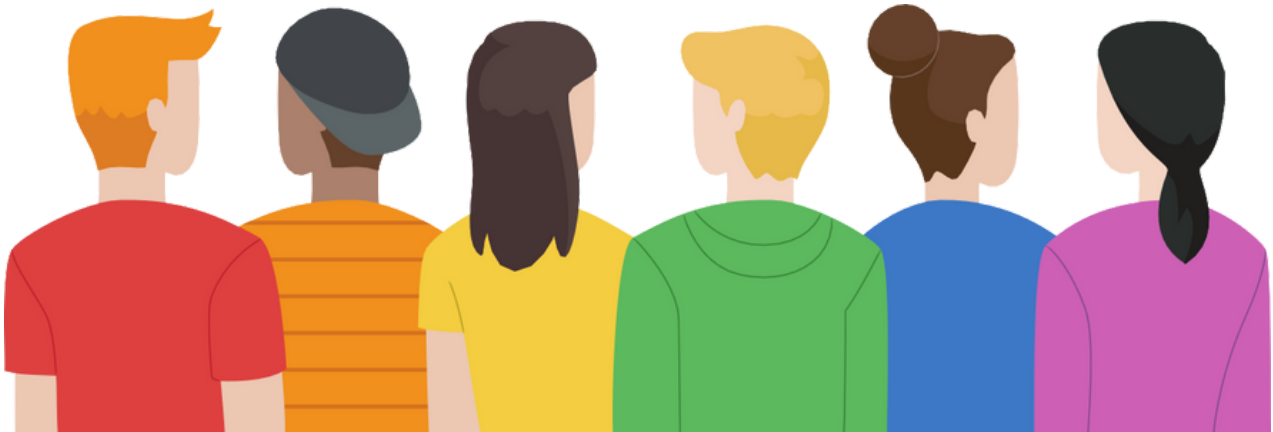




Κεφάλαιο 1

Διαχείριση προγραμμάτων εθελοντισμού νέων

Προκλήσεις και καλές πρακτικές στη διαχείριση προγραμμάτων εθελοντισμού για νέους



1.1. ΜΑΘΗΣΙΑΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ

Σε αυτό το κεφάλαιο, στοχεύουμε στην στήριξη των οργανισμών, και ιδίως των συντονιστών τους, σε:

- Σχεδιασμό και ανάπτυξη σταθερών προγραμμάτων εθελοντισμού.
- Προσέλκυση, διατήρηση και ανταμοιβή νέων εθελοντών.
- Προσανατολισμό και κατάρτιση νέων εθελοντών.
- Παροχή και διαχείριση επιτυχημένων προγραμμάτων εθελοντισμού για νέους.

Αντιμετωπίζοντας αυτούς τους σημαντικούς τομείς, μπορούμε να βοηθήσουμε τους οργανισμούς να δημιουργήσουν ένα πιο αποτελεσματικό και βιώσιμο πρόγραμμα εθελοντισμού, το οποίο τελικά ωφελεί τους ίδιους τους εθελοντές, τον οργανισμό και την ευρύτερη κοινότητα.

**Η επιτυχής
διαχείριση των
εθελοντών
απαιτεί
προσεκτικό
σχεδιασμό και
προνοητικότητα**

1.2. ΟΡΙΣΜΟΙ



Εθελοντής

Ο εθελοντής είναι ένα άτομο που, από επιλογή, αφιερώνει μέρος του χρόνου του σε αλtruιστικές δράσεις αλληλεγγύης χωρίς να πληρώνεται γι' αυτό.



Πρόγραμμα εθελοντών

Ένα πρόγραμμα εθελοντισμού μπορεί να οριστεί ως ένας συστηματικός τρόπος προετοιμασίας, προσέλκυσης, κατάρτισης, επίβλεψης και ευχαριστίας των εθελοντών, ενώ παράλληλα υποστηρίζει τις εθελοντικές δραστηριότητες της κοινότητας.



Διαχείριση εθελοντών

Η διαχείριση εθελοντών είναι η διαδικασία πρόσληψης, επίβλεψης, προσέλκυσης και διατήρησης εθελοντών για την επίτευξη των στόχων και της αποστολής ενός οργανισμού.



Συντονιστής εθελοντών

Ένας Συντονιστής Εθελοντών, ή Συντονιστής Προγραμμάτων Εθελοντών, είναι υπεύθυνος για τη διαχείριση των δραστηριοτήτων εθελοντών σε έναν οργανισμό. Τα καθήκοντά του περιλαμβάνουν τη διεξαγωγή συνεντεύξεων και την πρόσληψη εθελοντών, την τοποθέτηση εθελοντών σε κατάλληλους ρόλους με βάση τα προσόντα τους και την τήρηση ακριβών αρχείων. Οι συγκεκριμένες αρμοδιότητες ενός Συντονιστή Εθελοντών μπορεί να διαφέρουν ανάλογα με το είδος του μη κερδοσκοπικού οργανισμού. Ωστόσο, τα κοινά καθήκοντα περιλαμβάνουν την πρόσληψη, τη συνέντευξη, την εποπτεία και την εκπαίδευση εθελοντών. Οι συντονιστές μπορούν επίσης να προγραμματίζουν εθελοντές για τρέχοντα καθήκοντα και εκδηλώσεις και να είναι υπεύθυνοι για την οργάνωση και την προώθηση εκδηλώσεων.

Εκτός από αυτά τα καθήκοντα, ο Συντονιστής Εθελοντών είναι συνήθως υπεύθυνος για την παρακολούθηση των εθελοντικών ωρών και τη διαχείριση των προγραμμάτων επιβράβευσης. Αυτό βοηθά τον οργανισμό να αναγνωρίζει και να διατηρεί τους καλούς εθελοντές, καθώς και να παρακολουθεί τη συνεισφορά τους. Άλλες αρμοδιότητες μπορεί να περιλαμβάνουν την περιοδική αξιολόγηση των εθελοντών, τον σχεδιασμό και την οργάνωση εκδηλώσεων, τη συγκέντρωση πόρων και τη διαχείριση της βάσης δεδομένων των εθελοντών. Ο συντονιστής εθελοντών μπορεί επίσης να είναι υπεύθυνος για διάφορα διοικητικά και διαχειριστικά καθήκοντα που του ανατίθενται.





1.3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ

Ο σχεδιασμός, η ανάπτυξη και η διαχείριση ενός προγράμματος εθελοντισμού για νέους περιλαμβάνει διάφορα βασικά βήματα για να εξασφαλιστεί ότι το πρόγραμμα είναι αποτελεσματικό και ανταποκρίνεται στις ανάγκες τόσο του οργανισμού όσο και των εθελοντών.

Ακολουθούν ορισμένα βήματα που πρέπει να λάβετε υπόψη όταν σχεδιάζετε και αναπτύσσετε ένα πρόγραμμα εθελοντισμού για νέους:

01 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

- Αξιολόγηση των κοινοτικών αναγκών
- Καθορίστε την αποστολή σας
- Εξασφαλίστε τη χρηματοδότηση και τη συμμετοχή των φορέων
- Αναπτύξτε το πρόγραμμα εθελοντών σας
- Περιγράψτε τις θέσεις εθελοντών και προσωπικού
- Περιγράψτε τους στόχους και τους δείκτες

02 ΤΑ ΤΡΙΑ "R"

- Αποφασίστε πώς να προσλάβετε
- Αναπτύξτε το μήνυμά σας και τη δήλωση πρόσκλησης για δράση
- Εφαρμόστε ένα απλό σύστημα εγγραφής
- Βρείτε, επιλέξτε και ελέγξτε τους εθελοντές
- Ευκαιρίες συνεχιζόμενης κατάρτισης
- Ενημέρωση των εθελοντών
- Αναγνωρίστε τις προσπάθειες των εθελοντών σας

03 ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ

- Αναπτύξτε το πρόγραμμα προσανατολισμού σας
- Ορίστε μέντορες
- Προσφορά κατάρτισης
- Ενθαρρύνετε την ανατροφοδότηση

04 ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ

- Ορισμός συντονιστή προγράμματος
- Τακτική επικοινωνία με τους εθελοντές
- Αξιολογήστε τους εθελοντές σας
- Αποφύγετε την εξουθένωση των εθελοντών

01 Σχεδιασμός προγράμματος εθελοντισμού για νέους

Όταν σχεδιάζετε ένα πρόγραμμα εθελοντισμού για νέους, η πρώτη φάση θα πρέπει να περιλαμβάνει τις ακόλουθες εργασίες:

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΚΟΙΝΟΤΙΚΩΝ ΑΝΑΓΚΩΝ

Είναι σημαντικό να καθοριστεί πώς οι νέοι εθελοντές μπορούν να **συνεισφέρουν ουσιαστικά**. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει τη διενέργεια έρευνας, την έρευνα των μελών της κοινότητας και τη διαβούλευση με τις τοπικές οργανώσεις για τον εντοπισμό των τομέων στους οποίους οι εθελοντές μπορούν να έχουν το μεγαλύτερο αντίκτυπο.

ΚΑΘΟΡΙΣΤΕ ΤΗΝ ΑΠΟΣΤΟΛΗ ΣΑΣ

Ο σαφής καθορισμός της **αποστολής** και των **στόχων** του προγράμματος εθελοντισμού σας θα σας βοηθήσει να **καθοδηγήσετε τη διαδικασία σχεδιασμού και ανάπτυξης**. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει τον προσδιορισμό των συγκεκριμένων δεξιοτήτων και πόρων που θα προσφέρουν οι νέοι εθελοντές στο πρόγραμμα, καθώς και των αποτελεσμάτων που ελπίζετε να επιτύχετε. Ορίστε στόχους που έχουν νόημα για εσάς και δομήστε τις βέλτιστες πρακτικές σας γύρω από την επίτευξη αυτών των στόχων, ώστε να μην ξεπερνούν σε προτεραιότητα άλλες εργασίες.

**ΕΞΑΣΦΑΛΙΣΤΕ
ΤΗΝ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ
ΤΗΣ ΗΓΕΣΙΑΣ ΚΑΙ
ΤΩΝ ΒΑΣΙΚΩΝ
ΕΜΠΛΕΚΟΜΕΝΩΝ
ΦΟΡΕΩΝ**

Είναι σημαντικό να **εξασφαλιστεί η υποστήριξη και η αποδοχή από την ηγεσία και τους βασικούς εμπλεκόμενους φορείς**, όπως οι εταίροι χρηματοδότησης και τα μέλη της κοινότητας, για να διασφαλιστεί η επιτυχία του προγράμματος. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει την παρουσίαση ενός σαφούς οράματος και σχεδίου για το πρόγραμμα, καθώς και την περιγραφή των οφελών και του αναμενόμενου αντικτύπου.

**ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ
ΤΩΝ ΣΤΟΧΩΝ ΚΑΙ
ΤΩΝ ΔΕΙΚΤΩΝ
ΕΠΙΤΥΧΙΑΣ**

Ο σαφής καθορισμός των στόχων και των δεικτών επιτυχίας θα σας βοηθήσει να **μετρήσετε τον αντίκτυπο του προγράμματος** και να κάνετε τις απαραίτητες προσαρμογές. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει τόσο βραχυπρόθεσμους όσο και μακροπρόθεσμους στόχους, καθώς και συγκεκριμένες μετρήσεις για τη μέτρηση της προόδου.

**ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ
ΕΞΑΣΦΑΛΙΣΗ
ΕΥΚΑΙΡΙΩΝ
ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ**

Η **εξασφάλιση χρηματοδότησης** αποτελεί σημαντικό βήμα για την ανάπτυξη ενός επιτυχημένου προγράμματος εθελοντισμού. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει την έρευνα για επιχορηγήσεις, χορηγίες και άλλες ευκαιρίες χρηματοδότησης, καθώς και τη **δημιουργία προϋπολογισμού και σχεδίου συγκέντρωσης πόρων**.

**ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ
ΤΩΝ
ΡΟΛΩΝ ΤΟΥ
ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ
ΚΑΙ ΤΩΝ
ΕΘΕΛΟΝΤΩΝ**

Ο σαφής καθορισμός των ρόλων και των αρμοδιοτήτων τόσο του προσωπικού όσο και των εθελοντών θα βοηθήσει να διασφαλιστεί ότι όλοι εργάζονται για τους ίδιους στόχους και ότι τα καθήκοντα ολοκληρώνονται αποτελεσματικά. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει τη δημιουργία περιγραφών θέσεων εργασίας, την περιγραφή του πεδίου εργασίας και τον καθορισμό προσδοκιών για την απόδοση.

Προσδιορίστε τα **καθήκοντα και τους τομείς** στους οποίους οι νέοι εθελοντές θα μπορούσαν να συνεισφέρουν ουσιαστικά και να αποκτήσουν πολύτιμη εμπειρία και δεξιότητες.

**ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ
ΤΟΥ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ**

Σχεδιάστε ένα **πρόγραμμα** που θα επιτρέπει στους νέους εθελοντές να **συνεισφέρουν στην κοινότητα**, το οποίο θα περιλαμβάνει τόσο ένα συγκεντρωτικό, ακαδημαϊκό πρόγραμμα διακοπών όσο και μια μακροπρόθεσμη τακτική δέσμευση.



Άλλες χρήσιμες συμβουλές μπορεί να περιλαμβάνουν:

Σχεδιασμός δομημένων **στοιχείων μάθησης και ανάπτυξης**, ώστε οι εθελοντές να μπορούν να μαθαίνουν και να αναπτύσσουν τις δεξιότητές τους.

Ανάπτυξη και παροχή των απαραίτητων πόρων για την υποστήριξη των νέων εθελοντών ώστε να αξιοποιήσουν στο έπακρο την εμπειρία τους, συμπεριλαμβανομένης της δημιουργίας περιγραφών ρόλων, αξιολογήσεων κινδύνου και του σχεδιασμού ημερών εισαγωγικής ενημέρωσης.

Ανάπτυξη ελκυστικών πόρων για τους νέους εθελοντές που θα χρησιμοποιούν κατά τη διάρκεια του προγράμματος για να καταγράφουν την εμπειρία τους και να παρακολουθούν την πρόοδο, τη μάθηση και τα επιτεύγματά τους.

02

Τα τρία "R": Πρόσληψη, διατήρηση και ανταμοιβή

Τα τρία "R" των εθελοντών αναφέρονται στη διαδικασία πρόσληψης, διατήρησης και ανταμοιβής των εθελοντών για την αποτελεσματική διαχείριση ενός προγράμματος εθελοντισμού.

Πρόσληψη (RECRUIT)

Απαιτείται ισχυρή στρατηγική προσλήψεων

Το θεμέλιο ενός προγράμματος εθελοντισμού είναι, φυσικά, οι εθελοντές. Χωρίς μια ισχυρή βάση εθελοντών, ένα πρόγραμμα εθελοντισμού δεν θα μπορέσει να ξεκινήσει. Για την αποτελεσματική πρόσληψη εθελοντών, είναι σημαντικό να έχετε σαφή αντίληψη των δεξιοτήτων και των πόρων που απαιτούνται για την υποστήριξη της αποστολής και των στόχων του οργανισμού σας. Αυτό περιλαμβάνει τον προσδιορισμό των ρόλων και καθηκόντων που θα αναλάβουν οι εθελοντές, καθώς και των απαιτούμενων προσόντων και εμπειριών. Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε διάφορες μεθόδους για την πρόσληψη εθελοντών, όπως η ανάρτηση ευκαιριών στον ιστότοπό σας, στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και σε άλλες διαδικτυακές πλατφόρμες, καθώς και η προσέγγιση πιθανών εθελοντών μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή προσωπικής προσέγγισης.

Η στρατηγική προσέλκυσης παρέχει την πρώτη εντύπωση στους υποψήφιους εθελοντές για το πρόγραμμα εθελοντισμού και πρέπει να μας επιτρέψει να έρθουμε σε επαφή με υποστηρικτές που ενδιαφέρονται για την αποστολή μας και είναι πρόθυμοι να παραμείνουν μακροπρόθεσμα.



Τα στοιχεία μιας επιτυχημένης στρατηγικής προσλήψεων περιλαμβάνουν:



Έκδοση μιας **ισχυρής πρόσκλησης για δράση** σχετικά με τη δήλωση αποστολής του οργανισμού.

Το **μήνυμα** προς τους υποψήφιους εθελοντές πρέπει να είναι **σαφές**, συνοπτικό και πειστικό. Κατά τη δημιουργία της δήλωσης πρόσκλησης εθελοντών, πρέπει να επικεντρωθούμε στη δήλωση αποστολής και στους στόχους του οργανισμού μας. Θα πρέπει επίσης να συμπεριλάβουμε πληροφορίες σχετικά με το γιατί στρατολογούμε εθελοντές και τι θέλουμε να επιτύχουμε με τη βοήθεια των εθελοντών.



Δημιουργία ελκυστικών ευκαιριών για νέους εθελοντές. Η περιγραφή της θέσης εργασίας που θα δημοσιεύσετε πρέπει να δημιουργεί περιέργεια και ενθουσιασμό στις προοπτικές που στοχεύετε. Ωστόσο, θα πρέπει επίσης να θέτει τις σωστές προσδοκίες και να παρέχει έγκυρες πληροφορίες. Κάνοντας την εμπειρία των εθελοντών μας πιο συναρπαστική μπορεί να περιλαμβάνει, για παράδειγμα, την προσφορά χρήσιμων πιστοποιητικών κατάρτισης ή ευκαιριών δικτύωσης, την ενσωμάτωση κοινωνικών στοιχείων κ.λπ.

Χρησιμοποιήστε απλή γλώσσα. Για παράδειγμα, αν αναζητάτε εθελοντές φοιτητές, ενημερώστε τους για το πώς αυτή η εργασία θα ωφελήσει τη συνολική τους ανάπτυξη και εξέλιξη. Αν θέλετε να απευθυνθείτε σε εργαζόμενους επαγγελματίες, δώστε τους πληροφορίες σχετικά με το πώς ο εθελοντισμός θα συμβάλει στη βελτίωση των δεξιοτήτων τους και θα τους βοηθήσει να γνωρίσουν ομοϊδεάτες τους ή να κάνουν κοινωνικές επαφές.



Στρατηγική προώθηση των ευκαιριών. Ξεκινήστε ψηφιακά. Η διανομή φυλλαδίων, η προβολή τηλεοπτικών διαφημίσεων, ακόμη και η προφορική επικοινωνία είναι εξαιρετικοί τρόποι προσέλκυσης εθελοντών. Ωστόσο, θα πρέπει να δημοσιεύουμε τις ευκαιρίες εθελοντισμού μας σε πολλά διαφορετικά κανάλια, από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μέχρι τον ιστότοπό μας, το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο και τα ενημερωτικά δελτία. Επιπλέον, αν αναζητούμε εξειδικευμένους εθελοντές, μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε σε πλατφόρμες όπως το LinkedIn για να πραγματοποιήσουμε πιο στοχευμένη προσέγγιση. Εστιάστε τα μηνύματα προβολής σας στις μοναδικές όψεις του προγράμματος εθελοντισμού σας και στον αναμενόμενο αντίκτυπο των εθελοντών.



Κάντε την εγγραφή όσο το δυνατόν πιο εύκολη. Η διαδικασία εγγραφής θα πρέπει να είναι πολύ απλή για να αποφύγετε την απώλεια εθελοντών εξαιτίας μιας μακράς ή πολύπλοκης διαδικασίας εγγραφής.



Διατήρηση (RETAIN)

Η διατήρηση μιας αφοσιωμένης και εμπλεκόμενης βάσης εθελοντών απαιτεί προσπάθειες διατήρησης

Για να διατηρήσετε τους εθελοντές, είναι σημαντικό να δημιουργήσετε μια θετική και υποστηρικτική ατμόσφαιρα, να προσφέρετε συνεχή κατάρτιση και ανάπτυξη και να δείξετε την εκτίμησή σας μέσω της αναγνώρισης και της επιβράβευσης. Η τακτική επικοινωνία με τους εθελοντές, συμπεριλαμβανομένων των ενημερώσεων σχετικά με τον αντίκτυπο της εργασίας τους και τους στόχους και την πρόοδο του οργανισμού, μπορεί επίσης να συμβάλει στην ενίσχυση της αίσθησης σύνδεσης και σκοπού. Με την εφαρμογή αυτών των στρατηγικών, οι οργανισμοί μπορούν να διατηρήσουν καλύτερα τους πολύτιμους εθελοντές και να συνεχίσουν να έχουν ουσιαστικό αντίκτυπο μέσω των προσπαθειών τους.

Οι ακόλουθες ιδέες δέσμευσης και διατήρησης εθελοντών θα πρέπει να εξεταστούν:

Προσφέρετε στους εθελοντές **ευκαιρίες κατάρτισης** για να τους βοηθήσετε να αποκτήσουν πολύτιμες δεξιότητες, όπως η δημόσια ομιλία ή η συγγραφή επιστολών κ.λπ.

Στείλτε **ενημερώσεις προόδου**, ώστε οι εθελοντές να γνωρίζουν τον αντίκτυπο της υποστήριξής τους και να τους κρατάτε συνδεδεμένους με τον σκοπό και ενθουσιασμένους να συνεχίσουν να πετυχαίνουν νέους στόχους.

Συνδυάστε τους εθελοντές με ευκαιρίες που ταιριάζουν με τις δεξιότητες ή τα ενδιαφέροντά τους. Όταν οι εθελοντές βρίσκουν **ικανοποίηση και ευχαρίστηση**, είναι πιο πιθανό να συνεχίσουν την εθελοντική τους εργασία.





ΕΠΙΒΡΑΒΕΥΣΗ (REWARD)

Η επιβράβευση των εθελοντών και η αναγνώριση της αξίας της εργασίας τους είναι το κλειδί για την αύξηση των επιπέδων διατήρησης.

Η επιβράβευση των εθελοντών είναι ένας τρόπος για να δείξετε την εκτίμησή σας για τη συμβολή τους και να τους ενθαρρύνετε να συνεχίσουν να προσφέρουν εθελοντικά. Υπάρχουν πολλοί τρόποι επιβράβευσης εθελοντών.

Τύποι ανταμοιβής/αναγνώρισης

- Προσφέροντας πιστοποιητικά, δωροκάρτες ή άλλα υλικά αντικείμενα, καθώς και αναγνώριση σε εκδηλώσεις ή μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.
- Εξετάστε το ενδεχόμενο να προσφέρετε ευκαιρίες για επαγγελματική ανάπτυξη ή ανέλιξη, όπως ηγετικούς ρόλους ή προγράμματα κατάρτισης. Ανταμείβοντας τους εθελοντές, μπορείτε να τους δημιουργήσετε μια αίσθηση επιτυχίας και να τους ενθαρρύνετε να παραμείνουν δεσμευμένοι με τον οργανισμό σας. Να ευχαριστείτε συχνά και ειλικρινά τους εθελοντές.
- Η έκφραση ευγνωμοσύνης προς τους εθελοντές είναι ένας από τους ευκολότερους και αποτελεσματικότερους τρόπους για να διατηρήσετε τη δέσμευσή τους. Μπορείτε να τους ευχαριστήσετε με τον ίδιο τρόπο που θα ευχαριστούσατε τους δωρητές σας. Επικοινωνήστε μαζί τους μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, τηλεφώνου ή άμεσης αλληλογραφίας, φωνάξτε τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ή προσφέρετε ένα δείγμα εκτίμησης, όπως ένα δωρεάν μπλουζάκι.
- Βραβεία: Αν όλα τα άλλα αποτύχουν, τα δωρεάν πράγματα μπορούν να αποτελέσουν ισχυρό κίνητρο για να κρατήσουν το ενδιαφέρον των εθελοντών για το τι προσφέρετε. Προσφέρετε στους υποστηρικτές κίνητρα ανάλογα με τον αριθμό των ωρών που έχουν προσφέρει εθελοντικά, όπως μπλουζάκια, τσάντες ή μπουκάλια νερού. Μπορείτε επίσης να διοργανώσετε τυχαία δώρα για τους κορυφαίους εθελοντές σας με μεγαλύτερα έπαθλα, όπως καλάθια δώρων ή εισιτήρια εκδηλώσεων.





03

Καθοδήγηση και εκπαίδευση νέων εθελοντών

Ο προσανατολισμός και η εκπαίδευση των νέων εθελοντών είναι ένα σημαντικό βήμα για να διασφαλιστεί ότι θα είναι σε θέση να συμβάλουν αποτελεσματικά στην οργάνωσή σας και ότι θα έχουν μια θετική εμπειρία ως εθελοντές. Ο προσανατολισμός βοηθά τους εθελοντές να κατανοήσουν την αποστολή, τις αξίες και τους στόχους του οργανισμού, καθώς και τις προσδοκίες και τις κατευθυντήριες γραμμές για τον εθελοντισμό. Η κατάρτιση, από την άλλη πλευρά, παρέχει στους εθελοντές τις απαραίτητες δεξιότητες και γνώσεις για την αποτελεσματική εκτέλεση των καθηκόντων και των αρμοδιοτήτων τους.

Ακολουθούν ορισμένες συμβουλές για τον προσανατολισμό και την κατάρτιση νέων εθελοντών:

- **Παροχή ολοκληρωμένου προσανατολισμού.** Κατά τη διάρκεια της διαδικασίας προσανατολισμού, φροντίστε να καλύψετε τα ακόλουθα θέματα:
 - Η αποστολή και οι αξίες του οργανισμού,
 - Ο ρόλος των εθελοντών,
 - Προσδοκίες και κατευθυντήριες γραμμές για τον εθελοντισμό, και
 - Οποιοσδήποτε σχετικές πολιτικές και διαδικασίες.

Μπορείτε επίσης να παρέχετε πληροφορίες σχετικά με την ιστορία, τα προγράμματα και το αντίκτυπο του οργανισμού.

- **Ορίστε έναν μέντορα.** Εξετάστε το ενδεχόμενο να αναθέσετε έναν μέντορα ή επόπτη στους νέους εθελοντές για να τους βοηθήσει να εγκλιματιστούν στον οργανισμό και στο ρόλο τους. Ο μέντορας μπορεί να παρέχει καθοδήγηση και υποστήριξη καθώς ο εθελοντής μπαίνει σε ρυθμούς και μπορεί να τον βοηθήσει να νιώσει πιο συνδεδεμένος με τον οργανισμό.
- **Προσφέρετε εκπαίδευση.** Ανάλογα με τη φύση του ρόλου του εθελοντή, μπορεί να χρειαστεί να παρέχετε εκπαίδευση για να διασφαλίσετε ότι οι εθελοντές διαθέτουν τις απαραίτητες δεξιότητες και γνώσεις για να εκτελούν αποτελεσματικά τα καθήκοντά τους. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει εκπαίδευση σχετικά με συγκεκριμένα προγράμματα ή έργα, καθώς και εκπαίδευση στο χώρο εργασίας για να βοηθήσετε τους εθελοντές να αποκτήσουν πρακτική εμπειρία.
- **Χρησιμοποιήστε ποικιλία μεθόδων εκπαίδευσης.** Για να διατηρήσετε τα πράγματα ενδιαφέρον και ελκυστικά, εξετάστε το ενδεχόμενο να χρησιμοποιήσετε μια ποικιλία μεθόδων κατάρτισης, όπως προσωπικές εκπαιδευτικές συνεδρίες, διαδικτυακές ενότητες, βίντεο και πρακτικές ασκήσεις.
- **Ενθαρρύνετε την ανατροφοδότηση.** Ενθαρρύνετε τους εθελοντές να παρέχουν ανατροφοδότηση σχετικά με την εκπαιδευτική τους εμπειρία, καθώς και με τη συνολική εθελοντική τους εμπειρία. Αυτό μπορεί να σας βοηθήσει να εντοπίσετε τομείς για βελτίωση και να βεβαιωθείτε ότι ικανοποιείτε τις ανάγκες των εθελοντών σας.





04

Εκτέλεση και διαχείριση του προγράμματος

Η υλοποίηση και διαχείριση ενός προγράμματος εθελοντών νέων απαιτεί προσεκτικό σχεδιασμό και συντονισμό. Ακολουθούν ορισμένες βασικές εκτιμήσεις:

- **Ορίστε σαφείς προσδοκίες.** Η ξεκάθαρη κοινοποίηση των προσδοκιών και των κατευθυντήριων γραμμών για τον εθελοντισμό θα βοηθήσει να διασφαλιστεί ότι οι εθελοντές μπορούν να συνεισφέρουν ουσιαστικά και να έχουν μια θετική εμπειρία. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει την περιγραφή των ρόλων και των ευθυνών των εθελοντών, καθώς και των πολιτικών και των διαδικασιών που πρέπει να ακολουθούν.
- **Παροχή συνεχούς υποστήριξης.** Είναι σημαντικό να παρέχεται συνεχής υποστήριξη και καθοδήγηση στους εθελοντές καθ' όλη τη διάρκεια της συμμετοχής τους στο πρόγραμμα. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει την ανάθεση ενός μέντορα ή επόπτη για την παροχή καθοδήγησης και υποστήριξης, καθώς και την προσφορά ευκαιριών κατάρτισης και ανάπτυξης, συμπεριλαμβανομένης της παροχής τακτικής εισαγωγικής κατάρτισης για τους νέους εθελοντές για να τους καλωσορίσουν και να τους προετοιμάσουν για την επιτυχία στο ρόλο τους.
- **Δημιουργήστε μια αίσθηση κοινότητας.** Η ενθάρρυνση των εθελοντών να οικοδομήσουν σχέσεις και δεσμούς μεταξύ τους και με τα μέλη του προσωπικού μπορεί να συμβάλει στη δημιουργία αίσθησης κοινότητας και να προωθήσει μια θετική εμπειρία εθελοντισμού. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει τη διοργάνωση κοινωνικών εκδηλώσεων ή ευκαιριών για τους εθελοντές να συνεργαστούν σε έργα.
- **Αναγνωρίστε και επιβραβεύστε τους εθελοντές.** Η επίδειξη εκτίμησης για τη συμβολή των εθελοντών είναι ένας σημαντικός τρόπος για να τους ενθαρρύνετε να παραμείνουν αφοσιωμένοι στο πρόγραμμα. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει την αναγνώριση των εθελοντών σε εκδηλώσεις, την προσφορά πιστοποιητικών ή άλλων αναμνηστικών ή την παροχή άλλων μορφών αναγνώρισης, όπως αναφορές στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ή άρθρα.
- **Παρακολούθηση και μέτρηση της προόδου.** Είναι σημαντικό να παρακολουθείτε και να μετράτε την πρόοδο και τον αντίκτυπο του εθελοντικού προγράμματος για τους νέους σας, ώστε να διασφαλίζετε ότι επιτυγχάνει τους στόχους του και ότι έχει θετικό αντίκτυπο στην κοινότητα. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει τη συλλογή και ανάλυση δεδομένων σχετικά με τη συμμετοχή των εθελοντών, τα αποτελέσματα και την ανατροφοδότηση και τη χρήση αυτών των πληροφοριών για τη συνεχή βελτίωση του προγράμματος.
- **Επικοινωνία με τους εθελοντές.** Η τακτική επικοινωνία με τους εθελοντές είναι απαραίτητη για να τους κρατάτε ενημέρους, αφοσιωμένους και κινητοποιημένους. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει την αποστολή τακτικών ενημερώσεων σχετικά με το πρόγραμμα, τη ζήτηση ανατροφοδότησης και την παροχή ευκαιριών στους εθελοντές να μοιραστούν τις εμπειρίες και τις ιδέες τους.
- **Διαχείριση διοικητικών υπηρεσιών και διοίκησης.** Η διαχείριση διοικητικών υπηρεσιών και της διοίκησης ενός προγράμματος εθελοντών νέων μπορεί να αποτελέσει πρόκληση, αλλά είναι απαραίτητη για την ομαλή διεξαγωγή του προγράμματος. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει το συντονισμό των χρονοδιαγραμμάτων και των πόρων, τη διαχείριση των οικονομικών και την τήρηση ακριβών αρχείων και εγγράφων.
- **Αξιολόγηση και εκτίμηση του προγράμματος.** Η τακτική αξιολόγηση και εκτίμηση του προγράμματος μπορεί να σας βοηθήσει να εντοπίσετε τομείς προς βελτίωση και να διασφαλίσετε ότι το πρόγραμμα επιτυγχάνει τους στόχους του και έχει θετικό αντίκτυπο. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει τη συλλογή ανατροφοδότησης από εθελοντές, άλλους συντονιστές και ενδιαφερόμενους φορείς, την ανάλυση δεδομένων του προγράμματος και τη διεξαγωγή τακτικών αξιολογήσεων για τη μέτρηση της προόδου και του αντίκτυπου.
- **Διαχείριση της εφαρμογής των πολιτικών εθελοντισμού** για τους νέους εθελοντές του προγράμματος, συμπεριλαμβανομένης της επίλυσης τυχόν προβλημάτων που προκύπτουν και της αναζήτησης υποστήριξης κατά περίπτωση.
- **Προσαρμογή και ρύθμιση ανάλογα με τις ανάγκες.** Καθώς το πρόγραμμα εξελίσσεται, είναι σημαντικό να είστε ευέλικτοι και ανοιχτοί σε αλλαγές και προσαρμογές ανάλογα με τις ανάγκες. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει την προσαρμογή στις μεταβαλλόμενες ανάγκες και προτεραιότητες, καθώς και την ανταπόκριση στα σχόλια και τις προτάσεις των εθελοντών και των ενδιαφερομένων μερών.



1.4. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ, ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΛΑΒΕΤΕ ΥΠΟΨΗ ΣΑΣ

Οι βέλτιστες πρακτικές διαχείρισης εθελοντών και τα πράγματα που πρέπει να λαμβάνονται υπόψη κατά τη διαχείριση ενός προγράμματος εθελοντισμού για νέους μπορεί να περιλαμβάνουν:

- Υπό το πρίσμα της τρέχουσας παγκόσμιας κατάστασης, είναι σημαντικό να γνωρίζετε ότι οι στόχοι που είχατε θέσει προηγουμένως μπορεί να χρειαστεί να προσαρμοστούν. Ως εκ τούτου, είναι ζωτικής σημασίας να προσαρμόσετε κάθε μέρος της διαδικασίας διαχείρισης των εθελοντών σας ώστε να ευθυγραμμιστεί με τους νέους στόχους σας. Φροντίστε να διατηρείτε τις διαφημίσεις σας σχετικές με κάθε τρέχουσα κατάσταση για να προσελκύσετε τους κατάλληλους εθελοντές.
- Λαμβάνοντας υπόψη την πιθανότητα εκπαιδευτικών συνεδριών εξ αποστάσεως, είναι σημαντικό να αξιολογήσετε το επίπεδο άνεσης των εθελοντών σας με την εξ αποστάσεως επικοινωνία και το μέγεθος της προσπάθειας που απαιτείται για να τους εκπαιδεύσετε. Με τον τρόπο αυτό, μπορείτε να διασφαλίσετε ότι η εμπειρία της κατάρτισης θα είναι επιτυχής και αποτελεσματική τόσο για τους εθελοντές όσο και για τον οργανισμό σας.
- Είναι σημαντικό να ακούτε και να λαμβάνετε υπόψη τα σχόλια και τις απόψεις των εθελοντών σας, ώστε να διασφαλίζετε τη συνεχή δέσμευσή τους. Ο σαφής καθορισμός των προσδοκιών με τους εθελοντές, ιδίως τους νέους, είναι επίσης ζωτικής σημασίας για να διασφαλιστεί ότι κατανοούν τους ρόλους και τις ευθύνες τους και ότι μπορούν να συμβάλουν αποτελεσματικά στην αποστολή της οργάνωσης.
- Μείνετε σε επαφή με τους υπάρχοντες εθελοντές που μπορεί να μην είναι σε θέση προσωρινά να προσφέρουν εθελοντική εργασία και κρατήστε τους ενημέρους για τις δραστηριότητες και την πρόοδο της οργάνωσής σας, ώστε να αυξήσετε την πιθανότητα επιστροφής τους στο μέλλον.
- Για να διατηρήσετε τους εθελοντές, είναι σημαντικό να συμμετέχετε σε εξατομικευμένη επικοινωνία και να τους αναθέτετε καθήκοντα με βάση τα πάθη τους, ακόμη και αν αυτό σημαίνει μια απότομη καμπύλη εκμάθησης. Η αποτελεσματική επικοινωνία εμπνέει τους εθελοντές να αναλάβουν δράση και η συχνή επικοινωνία τους ενημερώνει για το πώς οι προσπάθειές τους έχουν συμβάλει στον σκοπό.
- Δημιουργήστε ένα σύστημα ανατροφοδότησης, όπως μια τηλεφωνική ή αυτοματοποιημένη έρευνα μέσω κειμένου, για να ενθαρρύνετε τους εθελοντές να μοιραστούν τις σκέψεις τους.
- Συνιστάται επίσης να διενεργείτε περιοδικούς ελέγχους "ευτυχίας" για να καταγράφετε τον παλμό των εθελοντών σας και να βελτιώνετε προληπτικά την εμπειρία τους.

Ένα αποτελεσματικό και επιτυχημένο πρόγραμμα διαχείρισης εθελοντών μπορεί να αξιολογηθεί με βάση **τρία κριτήρια**:

- Είναι στρατηγικό, δηλαδή προσελκύει τους κατάλληλους εθελοντές με χαμηλό κόστος για τον οργανισμό.
- Παρέχει μια θετική εμπειρία για τους εθελοντές, εκπαιδεύοντας και υποστηρίζοντας αποτελεσματικά τους εθελοντές.
- Μειώνει τη φθορά των εθελοντών ενθαρρύνοντας τους εθελοντές να συνεχίσουν να υποστηρίζουν τον οργανισμό.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι

ΛΙΣΤΑ ΕΛΕΓΧΟΥ

Πόσες από αυτές τις βέλτιστες πρακτικές για τη διαχείριση προγραμμάτων εθελοντισμού εφαρμόζετε;

ΠΡΟΣΛΗΨΗ ΕΘΕΛΟΝΤΩΝ ☐ Πλήρης κατανόηση του επιπέδου ελέγχου των εθελοντών που απαιτείται για κάθε ευκαιρία ☐ Ψάξτε για υποψηφίους που διαθέτουν δεξιότητες που ανταποκρίνονται σε κάθε ευκαιρία ☐ Μη βιάζεστε με τη διαδικασία προσλήψεων ☐ Επικεντρωθείτε σε διάφορους πόρους κατά την προσέλκυση εθελοντών ☐ Μην ξεχνάτε την υπάρχουσα βάση δεδομένων εθελοντών σας	ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ☐ Μετατροπή εθελοντών σε δωρητές ("μελλοντικοί δωρητές") ☐ Ορίστε αισιόδοξους στόχους για τις εκστρατείες και τις ομάδες συγκέντρωσης χρημάτων σας ☐ Αξιοποίηση των υποστηρικτών μέσω πρωτοβουλιών συγκέντρωσης πόρων P2P ☐ Κάντε το εύκολο για τους χρηματοδότες να προσφέρουν ☐ Αποδοχή δωρεών όλων των χρηματικών ποσών
ΕΘΕΛΟΝΤΙΚΗ ΔΕΣΜΕΥΣΗ ☐ Ενεργοποίηση των εθελοντών (παροχή προσανατολισμού, κατάρτισης και ζητώντας ανατροφοδότηση) ☐ Γίνετε όσο το δυνατόν πιο συγκεκριμένοι όταν δημιουργείτε στρατηγικές προσέγγισης ☐ Δείξτε την εκτίμησή σας στους εθελοντές σε τακτική βάση.	ΜΗ ΚΕΡΔΟΣΚΟΠΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ☐ Δημιουργία ενδιαφέροντος περιεχομένου με έμφαση στην αφήγηση ιστοριών (οι ιστορίες προκαλούν συναισθήματα) ☐ Να έχετε ένα σχέδιο για τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και να προσδιορίσετε τα κατάλληλα κανάλια (μην δημοσιεύετε απλώς για να δημοσιεύετε) ☐ Λήψη αποφάσεων μάρκετινγκ βάσει δεδομένων ☐ Χρησιμοποιήστε τα κανάλια μάρκετινγκ ως ευκαιρία για να γνωρίσετε τους υποστηρικτές σας
ΔΙΑΤΗΡΗΣΗ ΕΘΕΛΟΝΤΩΝ ☐ Ερευνήστε τους εθελοντές σας με σκοπό την ανάλυση SWOT του εθελοντικού σας προγράμματος ☐ Ζητήστε από τους υποστηρικτές σας να συνεχίσουν να εκπληρώνουν νέες ευκαιρίες (αποτελεσματική επικοινωνία) ☐ Επιτρέψτε στους υποστηρικτές σας να δεσμεύονται για ευκαιρίες απευθείας από τον ιστότοπό σας. ☐ Παρακολούθηση των δεδομένων διαχείρισης των εθελοντών του οργανισμού σας	ΑΝΤΙΚΤΥΠΟΣ ΕΘΕΛΟΝΤΩΝ ☐ Μετρήστε οπωσδήποτε το κόστος ευκαιρίας όταν ελέγχετε τον αντίκτυπο. ☐ Διάκριση των δωρεών από εθελοντές και μη εθελοντές ☐ Αναπτύξτε ένα σχέδιο για τη μέτρηση του αντίκτυπου των εθελοντών της οργάνωσής σας



1.5. ΧΡΗΣΙΜΕΣ ΠΗΓΕΣ

- Εγχειρίδιο διαχείρισης εθελοντών
- 4 Βασικά συστατικά ενός προγράμματος διαχείρισης εθελοντών
- Περιγραφή εργασίας συντονιστή εθελοντών: Κορυφαία καθήκοντα και προσόντα
- Συντονιστής εθελοντών
- Στρατηγικές διαχείρισης εθελοντών για μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς
- Πέντε βέλτιστες πρακτικές για τη διαχείριση εθελοντών
- 10 βέλτιστες πρακτικές στη διαχείριση εθελοντών
- 33 Βέλτιστες πρακτικές για εθελοντικές οργανώσεις



Κεφάλαιο 2

Διαχείριση ηγεσίας

Τι κάνει έναν καλό ηγέτη; Κατανόηση της ηγεσίας



2.1. ΜΑΘΗΣΙΑΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ

Το παρόν κεφάλαιο αποσκοπεί στην παροχή υποστήριξης στους οργανισμούς, και ιδίως στους συντονιστές τους, ώστε:

- Να αναπτύξουν σαφή κατανόηση της αξίας των ηγετικών δεξιοτήτων και την ικανότητα να τις αναγνωρίζουν και να τις χρησιμοποιούν αποτελεσματικά όταν χρειάζεται.
- Να αποκτήσουν τις γνώσεις και τις δεξιότητες που απαιτούνται για να γίνουν αποτελεσματικοί ηγέτες και να κατανοήσουν τις δύο πλευρές της διαδικασίας της ηγεσίας.
- Να εντοπίζουν και να αντιμετωπίζουν πιθανά προβλήματα και παρανοήσεις που θα μπορούσαν να επηρεάσουν την εργασία και τις σχέσεις με τους άλλους.
- Να κατανοήσουν τη διαφορά μεταξύ ηγεσίας και διοίκησης.
- Να αναγνωρίσουν τη σημασία της ηγεσίας στο πλαίσιο του εθελοντισμού.

Η διαχείριση της ηγεσίας είναι ζωτικής σημασίας σε μια εθελοντική οργάνωση νέων, καθώς δίνει τον τόνο για τον τρόπο λειτουργίας της οργάνωσης, εμπνέει και καθοδηγεί τους εθελοντές, διασφαλίζει την αποτελεσματική επικοινωνία και τη λήψη αποφάσεων και, τελικά, συμβάλλει στην επίτευξη των στόχων της οργάνωσης.

**Η αποτελεσματική
διαχείριση της ηγεσίας
στον τομέα του
εθελοντισμού
περιλαμβάνει την
έμπνευση, την
καθοδήγηση και την
υποστήριξη των
εθελοντών ώστε να
εργάζονται συνεργατικά
για την επίτευξη των
στόχων του
οργανισμού.**

2.2. ΟΡΙΣΜΟΙ



Ηγεσία

Η ηγεσία είναι η ικανότητα ενός ατόμου ή μιας ομάδας ατόμων να επηρεάζει και να καθοδηγεί τους υποστηρικτές του ή άλλα μέλη ενός οργανισμού.

2.3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ

Η ηγεσία περιλαμβάνει τη λήψη ορθών - και μερικές φορές δύσκολων - αποφάσεων, τη δημιουργία και διατύπωση ενός σαφούς οράματος, τον καθορισμό εφικτών στόχων και την παροχή στους υποστηρικτές των γνώσεων και των εργαλείων που είναι απαραίτητα για την επίτευξη αυτών των στόχων.

Οι ηγέτες χρειάζονται σε διάφορες πτυχές της κοινωνίας, συμπεριλαμβανομένων των επιχειρήσεων, της πολιτικής, των περιφερειών και των κοινοτικών οργανώσεων.

Ένας αποτελεσματικός ηγέτης διαθέτει τα ακόλουθα χαρακτηριστικά: αυτοπεποίθηση, ισχυρές επικοινωνιακές και διοικητικές δεξιότητες, δημιουργική και καινοτόμα σκέψη, επιμονή μπροστά στην αποτυχία, προθυμία ανάληψης κινδύνων, προθυμία στην αλλαγή, ψυχραιμία και ανταπόκριση σε περιόδους κρίσης.

Στον επιχειρηματικό κόσμο, τα άτομα που διαθέτουν αυτές τις ηγετικές ιδιότητες μπορούν να ανέλθουν σε θέσεις εκτελεστικής διοίκησης ή σε θέσεις επιπέδου C, όπως CEO, CIO ή πρόεδρος.

Αξιοσημείωτα άτομα που έχουν επιδείξει ισχυρή ηγεσία στον κλάδο της τεχνολογίας είναι ο συνιδρυτής της Apple Steve Jobs, ο συνιδρυτής της Microsoft Bill Gates και ο διευθύνων σύμβουλος της Amazon Jeff Bezos.





Ποιες είναι οι ιδιότητες ενός καλού ηγέτη;

ΕΙΛΙΚΡΙΝΕΙΑ ΚΑΙ ΑΞΙΟΠΡΕΠΕΙΑ

Η ειλικρίνεια και η αξιοπρέπεια είναι κρίσιμα χαρακτηριστικά που διαθέτουν οι αποτελεσματικοί ηγέτες. Αυτές οι ιδιότητες δημιουργούν ένα θεμέλιο εμπιστοσύνης και σεβασμού μεταξύ των ηγετών και των ομάδων τους. Όταν οι ηγέτες αποτελούν πρότυπο ειλικρίνειας και αξιοπρέπειας, αυτό εμπνέει την ομάδα τους να ενεργεί με τον ίδιο τρόπο, με αποτέλεσμα μια συνεκτική και αξιόπιστη ομάδα.

ΕΜΠΝΕΥΣΗ

Οι αποτελεσματικοί ηγέτες είναι άτομα με αυτο-κίνητρα που εμπνέουν και επηρεάζουν τους υποστηρικτές τους για την επίτευξη κοινών στόχων. Έχουν σαφές όραμα και είναι σε θέση να το επικοινωνούν στην ομάδα τους, βοηθώντας τους να κατανοήσουν το ρόλο τους στη γενικότερη εικόνα. Παρέχοντας καθοδήγηση και ενθάρρυνση, οι ηγέτες μπορούν να παρακινήσουν την ομάδα τους να αξιοποιήσει πλήρως τις δυνατότητές της και να εργαστεί προς την κατεύθυνση ενός κοινού

ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Οι επικοινωνιακές δεξιότητες είναι σημαντικές για την αποτελεσματική ηγεσία. Οι καλοί ηγέτες κατανοούν τη σημασία της σαφούς και συνοπτικής επικοινωνίας με την ομάδα τους. Εκφραζόμενοι με σαφήνεια, μπορούν να διασφαλίσουν ότι το όραμά τους γίνεται κατανοητό από όλους και ότι η ομάδα τους εργάζεται για τους ίδιους στόχους. Επιπλέον, οι ηγέτες με καλές επικοινωνιακές δεξιότητες μπορούν να οικοδομήσουν εμπιστοσύνη με την ομάδα τους όντας ειλικρινείς και διαφανείς, γεγονός που οδηγεί σε ένα πιο παραγωγικό και συνεργατικό εργασιακό περιβάλλον.

**ΟΡΑΜΑ**

Οι ηγέτες είναι άτομα με όραμα που έχουν σαφή αντίληψη του τι θέλουν να πετύχουν και πώς να επιτύχουν τους στόχους τους. Διαθέτουν άριστες επικοινωνιακές δεξιότητες και μπορούν να εκφράζουν αποτελεσματικά το όραμά τους στα μέλη της ομάδας τους, εμπνέοντας και παρακινώντας τα να εργαστούν για έναν κοινό στόχο. Η ικανότητά τους να μοιράζονται το όραμά τους με τους άλλους βοηθά στην ευθυγράμμιση των προσπαθειών όλων προς έναν κοινό σκοπό και δημιουργεί μια αίσθηση ενότητας και κατεύθυνσης μέσα στην ομάδα.

ΕΠΙΜΟΝΗ

Η επιμονή είναι ένα βασικό χαρακτηριστικό των καλών ηγετών. Δεν πτοούνται εύκολα από εμπόδια και προκλήσεις, αλλά αντίθετα, επιμένουν και βρίσκουν μοναδικές λύσεις στα προβλήματα. Αυτή η αποφασιστικότητα τους βοηθά να επιτύχουν τους στόχους τους και να εμπνεύσουν την ομάδα τους να κάνει το ίδιο.

ΔΙΑΙΣΘΗΣΗ

Η διαίσθηση αποτελεί βασικό χαρακτηριστικό ενός καλού ηγέτη, καθώς του επιτρέπει να λαμβάνει ορθές αποφάσεις σε πολύπλοκες καταστάσεις. Βασιζόμενοι στις υπάρχουσες γνώσεις και τις εμπειρίες της ζωής τους, οι ηγέτες μπορούν να αξιοποιήσουν τη διαίσθησή τους και να κάνουν τεκμηριωμένες επιλογές που ωφελούν την ομάδα και τον οργανισμό τους.

ΕΝΣΥΝΑΙΣΘΗΣΗ

Οι σπουδαίοι ηγέτες κατανοούν τη σημασία της συναισθηματικής νοημοσύνης και της ενσυναίσθησης. Δημιουργούν ένα θετικό εργασιακό περιβάλλον αναπτύσσοντας ισχυρές σχέσεις με τα μέλη της ομάδας τους και αντιμετωπίζοντας τις ανησυχίες και τις φιλοδοξίες τους. Η ενσυναίσθηση επιτρέπει στους ηγέτες να συνδεθούν με την ομάδα τους σε βαθύτερο βαθμό και να κατανοήσουν τις ανάγκες τους, με αποτέλεσμα την αύξηση της παραγωγικότητας και της εργασιακής ικανοποίησης.



ΕΥΕΛΙΞΙΑ

Οι καλοί ηγέτες πρέπει να παραμένουν ευέλικτοι και προσαρμόσιμοι στις μεταβαλλόμενες συνθήκες. Κατανοούν ότι ο επιχειρηματικός κόσμος εξελίσσεται συνεχώς και ότι η ικανότητα περιστροφής και προσαρμογής των σχεδίων αναλόγως είναι απαραίτητη για την επιτυχία. Είναι ανοιχτοί σε νέες ιδέες και είναι πρόθυμοι να κάνουν αλλαγές στην προσέγγισή τους όταν είναι απαραίτητο. Αυτή η ευελιξία τους επιτρέπει να καθοδηγούν την ομάδα τους σε αβέβαιους καιρούς και να αναδύονται ισχυρότεροι στη συνέχεια.

Ηγεσία vs Διαχείριση

Η ηγεσία και η διαχείριση είναι δύο διαφορετικές έννοιες που συχνά χρησιμοποιούνται εναλλακτικά.

Αν και έχουν ομοιότητες, έχουν διαφορετικές έννοιες και επιπτώσεις. Οι διευθυντές διορίζονται συνήθως με βάση τις τεχνικές τους δεξιότητες, τις γνώσεις και την εμπειρία τους. Επικεντρώνονται στο σχεδιασμό, την οργάνωση και τον έλεγχο των πόρων για την επίτευξη συγκεκριμένων στόχων. Η ηγεσία, από την άλλη πλευρά, αφορά την έμπνευση και την καθοδήγηση των ανθρώπων προς ένα κοινό όραμα. Οι ηγέτες θέτουν ένα όραμα, παρακινούν τους ανθρώπους να εργαστούν προς αυτή την κατεύθυνση και τους ενδυναμώνουν για να επιτύχουν τους στόχους τους.

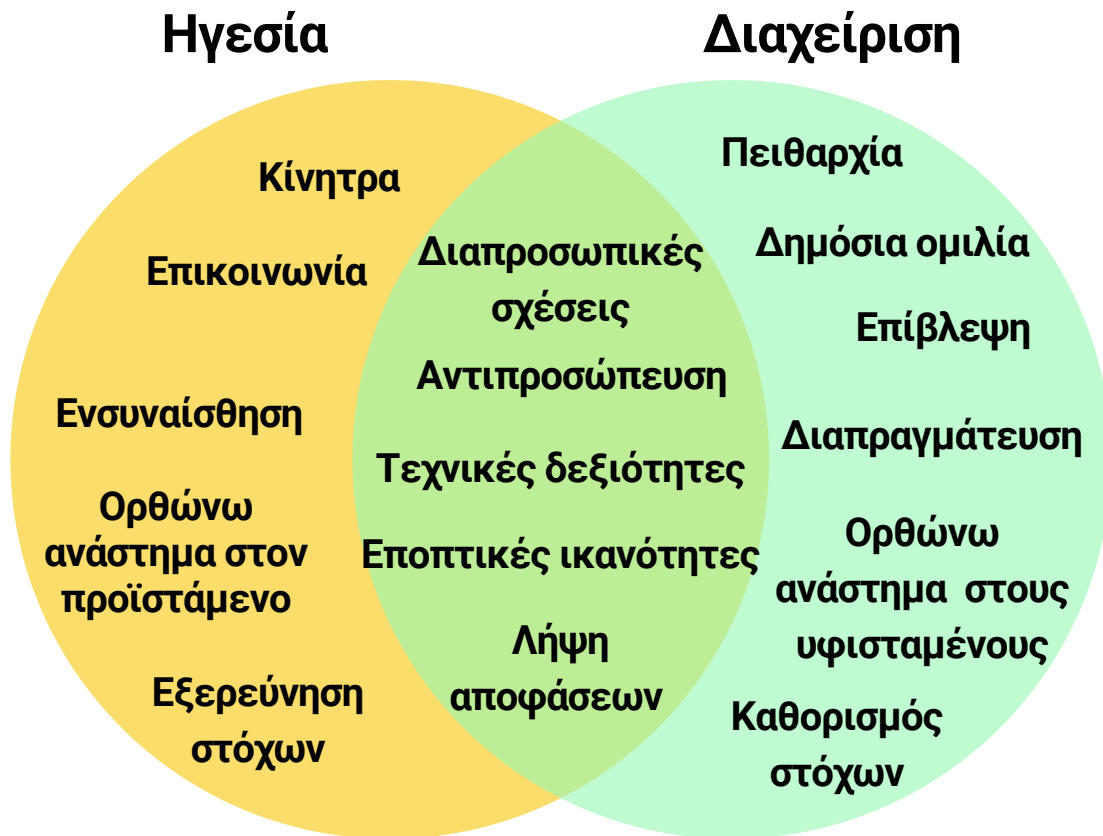
Μία από τις κρίσιμες διαφορές μεταξύ ηγεσίας και διοίκησης είναι ότι η ηγεσία αφορά την επιρροή και την έμπνευση, ενώ η διοίκηση αφορά τον έλεγχο και τον προγραμματισμό. Οι διευθυντές χρησιμοποιούν την εξουσία τους για να ελέγχουν τους πόρους, να κατανέμουν καθήκοντα και να επιβάλλουν κανόνες. Αντίθετα, οι ηγέτες εμπνέουν και επηρεάζουν τους ανθρώπους ώστε να τους ακολουθήσουν εθελοντικά προς ένα κοινό όραμα.

Μια άλλη διαφορά είναι ότι οι μάνατζερ τείνουν να επικεντρώνονται σε βραχυπρόθεσμους στόχους και σκοπούς, ενώ οι ηγέτες επικεντρώνονται σε μακροπρόθεσμους στόχους και όραμα. Οι διευθυντές ιεραρχούν τις εργασίες και τις προθεσμίες για να διασφαλίσουν ότι τα έργα ολοκληρώνονται εγκαίρως και εντός του προϋπολογισμού. Οι ηγέτες δίνουν προτεραιότητα στη μεγάλη εικόνα, με στόχο να δημιουργήσουν ένα συναρπαστικό όραμα για το μέλλον και να εμπνεύσουν τους άλλους να εργαστούν προς αυτή την κατεύθυνση.

Συμπερασματικά, ενώ υπάρχουν επικαλύψεις μεταξύ ηγεσίας και διοίκησης, πρόκειται για διακριτές έννοιες που απαιτούν διαφορετικά σύνολα δεξιοτήτων, χαρακτηριστικών και λειτουργιών. Η αποτελεσματική ηγεσία περιλαμβάνει την έμπνευση και την καθοδήγηση των ανθρώπων προς ένα κοινό όραμα, ενώ η διοίκηση αφορά το σχεδιασμό, την οργάνωση και τον έλεγχο των πόρων για την επίτευξη συγκεκριμένων στόχων.



Αυτό το διάγραμμα δείχνει τις διαφορές και τις παρεμβολές μεταξύ αυτών των δύο εννοιών που μερικές φορές προκαλούν σύγχυση στους ανθρώπους.



Ηγεσία στον εθελοντισμό. Έτσι μπορεί κάποιος να αναπτύξει ηγετικές ικανότητες μέσω του εθελοντισμού.





Ο εθελοντισμός, ιδίως σε βιομηχανικές ή επαγγελματικές οργανώσεις, παρέχει μια εξαιρετική ευκαιρία να αναπτύξετε τις ηγετικές σας δεξιότητες με πολλούς τρόπους. Οι εθελοντές μπορούν να αποκτήσουν διαφορετικές προοπτικές, να οικοδομήσουν σχέσεις και να κατακτήσουν νέες δεξιότητες που ίσως δεν είναι δυνατόν να μάθουν στην καθημερινή τους εργασία. Ακολουθούν ορισμένες πολύτιμες συμβουλές για να αξιοποιήσετε στο έπακρο την εθελοντική σας εμπειρία:

- Ο εθελοντισμός προσφέρει ποικίλα οφέλη, συμπεριλαμβανομένης της ευκαιρίας να βελτιώσετε τις **ικανότητές σας στον προγραμματισμό και την οργάνωση**. Μπορεί να βρεθείτε να συντονίζετε εκδηλώσεις, να συνεργάζεστε με άλλους εθελοντές και να σχεδιάζετε στρατηγικές συνεδριάσεων, και όλα αυτά μπορούν να βελτιώσουν την ικανότητά σας να διαχειρίζεστε έργα και να θέτετε προτεραιότητες.
- Ο εθελοντισμός μπορεί επίσης να σας βοηθήσει να βελτιώσετε τις **δεξιότητες διαχείρισης του χρόνου** σας. Εξισορροπώντας τις επαγγελματικές, οικογενειακές και εθελοντικές σας υποχρεώσεις, μπορείτε να μάθετε να αναλαμβάνετε λογικές δεσμεύσεις και να ιεραρχείτε αποτελεσματικά τις εργασίες σας. Για παράδειγμα, αν είστε εθελοντής σε μια επαγγελματική ένωση, μπορεί να χρειαστεί να δεσμευτείτε για την ενεργό συμμετοχή σας, ενώ παράλληλα θα πρέπει να βρείτε χρόνο για άλλες ευθύνες. Ωστόσο, αυτό μπορεί να σας διδάξει πώς να αναλύετε τα καθήκοντα σε διαχειρίσιμα κομμάτια και να ολοκληρώνετε τις βασικές εργασίες εντός χρονοδιαγράμματος.
- Ο εθελοντισμός μπορεί επίσης να **αναπτύξει τις δεξιότητές σας ως μέντορας**. Πολλοί εθελοντικοί ρόλοι απαιτούν από έμπειρους εθελοντές να μοιράζονται τις γνώσεις τους με νεοεισερχόμενους, γεγονός που μπορεί να δημιουργήσει ευκαιρίες για να αναπτύξετε το δικό σας στυλ ηγεσίας. Καθώς εξελίξεστε σε νέους ρόλους, μπορείτε επίσης να γίνετε μέντορας για νέους εθελοντές, βοηθώντας τους να αναλάβουν αρμοδιότητες που κάποτε είχατε εσείς.
- Η συνεργασία με ανθρώπους με διαφορετικό υπόβαθρο μπορεί επίσης να σας βοηθήσει να **αναπτύξετε τις ανθρωπίνες δεξιότητές σας**. Μπορείτε να μάθετε πώς να κινητοποιείτε, να επικοινωνείτε και να συνεργάζεστε με άλλους, κάτι που είναι απαραίτητο για μια επιτυχημένη εθελοντική εργασία. Για παράδειγμα, η καθοδήγηση μιας ομάδας έμπειρων μελών του διοικητικού συμβουλίου μπορεί να σας βοηθήσει να αναπτύξετε τις δεξιότητες οικοδόμησης ομάδας και ηγεσίας, ακόμη και αν είστε νέος στον οργανισμό.
- Η εθελοντική εργασία μπορεί επίσης να προσφέρει **ευκαιρίες δικτύωσης** εκτός των τυπικών εργασιακών σας κύκλων, διευρύνοντας τις επαγγελματικές σας διασυνδέσεις.
- Ένα άλλο πλεονέκτημα του εθελοντισμού είναι η **ελευθερία να πειραματιστείτε** χωρίς το φόβο οικονομικών ή επαγγελματικών επιπτώσεων. Η ανάληψη κινδύνων μπορεί να σας κάνει πιο ευπροσάρμοστο ηγέτη, και ο εθελοντισμός σας επιτρέπει να δοκιμάζετε νέα πράγματα χωρίς να ανησυχείτε για το τελικό αποτέλεσμα.
- Τέλος, ο εθελοντισμός μπορεί να **σας ωθήσει να βγείτε από τη ζώνη άνεσής σας** και να αναπτύξετε νέες δεξιότητες. Αναλαμβάνοντας νέους ρόλους και συνεργαζόμενοι με νέους ανθρώπους, μπορείτε να προκαλέσετε τον εαυτό σας να αναπτυχθεί και να βελτιωθεί με τρόπους που ίσως να μην είχατε διαφορετικά την ευκαιρία να κάνετε.



2.4. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ, ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΛΑΒΕΤΕ ΥΠΟΨΗ ΣΑΣ

- Ηγεσία: "Η πράξη της ηγεσίας μιας ομάδας ανθρώπων ή ενός οργανισμού".
- Διαχείριση vs ηγεσία: "Η διοίκηση περιλαμβάνει να κάνεις τα πράγματα σωστά, ενώ η ηγεσία περιλαμβάνει να κάνεις τα σωστά πράγματα".
- Χαρακτηριστικά ενός καλού ηγέτη: Ειλικρίνεια και ακεραιότητα, έμπνευση, επικοινωνιακές δεξιότητες, όραμα, επιμονή, διαίσθηση, ενσυναίσθηση, αντικειμενικότητα, εξυπνάδα, ανοιχτό μυαλό και δημιουργικότητα, υπομονή και ευελιξία.
- Δεν υπάρχει σωστός τρόπος για να προσδιοριστεί αν κάποιος είναι καλός διευθυντής ή ηγέτης, διότι οι ρόλοι και οι αρμοδιότητες τόσο ενός διευθυντή όσο και ενός ηγέτη είναι διαφορετικές. Ωστόσο, ένας καλός ηγέτης και ένας διευθυντής μαθαίνουν από τα λάθη τους. Δουλεύουν για να βελτιώσουν τον εαυτό τους και παρακινούν και άλλους να το κάνουν. Ως εκ τούτου, να θυμάστε πάντα ότι το πιο βασικό προσόν για κάθε μάνατζερ ή ηγέτη είναι η αυτοπεποίθηση.
- Οι εθελοντές ηγέτες διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στην επιτυχία κάθε κοινοτικής οργάνωσης.

2.5. ΧΡΗΣΙΜΕΣ ΠΗΓΕΣ

- Ενισχύστε ηγετικές δεξιότητες μέσω του εθελοντισμού
- Αναπτύξτε ηγετικές δεξιότητες μέσω του εθελοντισμού
- Τι είναι η Ηγεσία; Ορισμός, έννοια & σημασία
- Ορισμός Ηγεσίας



Κεφάλαιο 3

Αποτελεσματική επικοινωνία

Καθιέρωση υγιέστερων και αποτελεσματικών δεξιοτήτων επικοινωνίας για τους εργαζόμενους στον τομέα της νεολαίας



3.1.ΜΑΘΗΣΙΑΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ

Σε αυτό το κεφάλαιο θα επιδιώξουμε:

- Να κατανοήσουμε τη σημασία της αποτελεσματικής επικοινωνίας στις σχέσεις μας.
- Να εξηγήσουμε τα συνήθη εμπόδια επικοινωνίας στην καθημερινή επικοινωνία.
- Να καταγράψουμε κοινά επικοινωνιακά ζητήματα στην εργασία με τους νέους.
- Να εξηγήσουμε στρατηγικές για να βελτιώσουμε την επικοινωνία μας.

Η αποτελεσματική επικοινωνία είναι απαραίτητη για την επιτυχία των συντονιστών εθελοντών νέων στον ρόλο τους. Πρέπει να είναι σε θέση να επικοινωνούν με σαφήνεια τους στόχους και τις αξίες της οργάνωσης, καθώς και τις προσδοκίες και τις ευθύνες των εθελοντών. Αυτό μπορεί να βοηθήσει στην εξασφάλιση των εθελοντών να νιώσουν ότι τους εκτιμούν, ότι δεσμεύονται και ότι έχουν κίνητρο να επιφέρουν θετικό αντίκτυπο. Επιπλέον, η αποτελεσματική επικοινωνία μπορεί να βοηθήσει στην αντιμετώπιση τυχόν προβλημάτων ή συγκρούσεων που μπορεί να προκύψουν μεταξύ των εθελοντών, οδηγώντας σε μια πιο αρμονική και παραγωγική ομάδα.

Η αποτελεσματική επικοινωνία δεν αφορά μόνο την προφορική επικοινωνία, αλλά και την ενεργή ακρόαση και την κατανόηση των αναγκών και των προκλήσεων των εθελοντών.

3.2. ΟΡΙΣΜΟΙ



Αποτελεσματική επικοινωνία

Αποτελεσματική επικοινωνία είναι η πράξη της μεταφοράς πληροφοριών ή μηνυμάτων με σαφήνεια και ακρίβεια, ώστε να διασφαλίζεται ότι το μήνυμα λαμβάνεται με το επιδιωκόμενο νόημα από τον/τους παραλήπτη/ες.

Η αποτελεσματική επικοινωνία αναφέρεται στην ανταλλαγή πληροφοριών, ιδεών, σκέψεων και συναισθημάτων με σαφή, συνοπτικό και αποτελεσματικό τρόπο που επιτρέπει στον παραλήπτη να κατανοήσει το επιδιωκόμενο νόημα του μηνύματος. Περιλαμβάνει όχι μόνο τη μετάδοση πληροφοριών, αλλά και την ενεργή ακρόαση και ερμηνεία της ανατροφοδότησης για να διασφαλιστεί ότι το μήνυμα ελήφθη σωστά.

3.3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ

Η επικοινωνία, εδώ και χιλιάδες χρόνια, αποτελεί κρίσιμο παράγοντα για την επιβίωση, την ανάπτυξη και την πρόοδο της ανθρωπότητας. Ο απαραίτητος χαρακτήρας της για την ανθρωπότητα καθιστά απαραίτητο για όλους μας να την κατακτήσουμε για την επίτευξη στόχων και σκοπών στην προσωπική και επαγγελματική μας ζωή.

Στις σύγχρονες κοινωνίες, η επικοινωνία πραγματοποιείται με δύο τρόπους. Η προσωπική επικοινωνία, όπου μπορούμε να αλληλεπιδράσουμε με άλλα μέρη στο ίδιο πλαίσιο, είναι ο πιο συνηθισμένος τρόπος επικοινωνίας. Περιλαμβάνει τη μετάδοση του μηνύματος που θέλουμε να μεταφέρουμε χρησιμοποιώντας λέξεις, χειρονομίες και άλλα αισθητηριακά μέσα. Από την άλλη πλευρά, η εξ αποστάσεως επικοινωνία μπορεί να λάβει διάφορες μορφές, από βιβλία μέχρι επιστολές, σχόλια στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και βίντεο σε ψηφιακές πύλες. Αυτή η ποικιλία μορφών και μέσων επικοινωνίας μας υποχρεώνει να κατέχουμε κάθε τύπο επικοινωνίας για να πετύχουμε και να επιτύχουμε τους στόχους μας στη ζωή. Ως εκ τούτου, η αποτελεσματική επικοινωνία είναι μια από τις πιο επιθυμητές και βασικές δεξιότητες σε προσωπικό και επαγγελματικό επίπεδο στον 21ο αιώνα.

Η αποτελεσματική επικοινωνία αναφέρεται στην ικανότητα να εκφραζόμαστε με σαφήνεια και να διασφαλίζουμε ότι το ακροατήριο κατανοεί με ακρίβεια το μήνυμά μας. Για να επιτύχουμε σαφήνεια και επιτυχή μετάδοση του μηνύματός μας, πρέπει να μάθουμε και να κατακτήσουμε ένα σύνολο δεξιοτήτων και να τις ενσωματώσουμε στην καθημερινή μας ζωή.





Επικοινωνούμε με διάφορους τρόπους και μορφές κατά τη διάρκεια της ζωής μας. Αυτοί οι τύποι επικοινωνίας μπορούν να κατηγοριοποιηθούν ως εξής:

- **Λεκτική επικοινωνία:** Αυτή μπορεί να λάβει τη μορφή συνομιλιών πρόσωπο με πρόσωπο, ομιλίας μέσω τηλεφώνου ή χρήσης ψηφιακών πλατφορμών συναντήσεων όπως το Zoom ή το Hangouts. Οι προφορικές αλληλεπιδράσεις μπορεί να είναι ανεπίσημες, όπως η κουβέντα με φίλους σε μια καφετέρια, ή επίσημες, όπως οι επαγγελματικές συναντήσεις. Ανεξάρτητα από τον τύπο, η αποτελεσματική προφορική επικοινωνία δεν αφορά μόνο το τι λέγεται, αλλά και τον τόνο, την επιλογή των λέξεων και τον ρυθμό της συζήτησης.
- **Μη λεκτική επικοινωνία:** Όταν μιλάμε, συχνά μεταφέρουμε ένα μήνυμα όχι μόνο με τα λόγια μας, αλλά και με τις πράξεις μας κατά τη διάρκεια της συζήτησης. Υποστηρίζουμε και αποσαφηνίζουμε το μήνυμά μας μέσω χειρονομιών, εκφράσεων του προσώπου, οπτικής επαφής, ακόμα και με τον τρόπο που συμπεριφερόμαστε εκτός συνομιλίας. Η μη λεκτική επικοινωνία είναι συνήθως απαραίτητη για τη λεκτική επικοινωνία και μπορεί να είναι ιδιαίτερα αποτελεσματική αν χρησιμοποιηθεί σωστά.
- **Γραπτή επικοινωνία:** Η γραπτή επικοινωνία χρησιμοποιείται εδώ και εκατοντάδες, αν όχι χιλιάδες χρόνια. Μπορεί να έχει τη μορφή μιας επιστολής, ενός βιβλίου, μιας έκθεσης, ενός SMS, μιας ανάρτησης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης κ.λπ. Η αποτελεσματική γραπτή επικοινωνία απαιτεί ισχυρές δεξιότητες γραφής για τη μετάδοση του επιδιωκόμενου μηνύματος.
- **Οπτική επικοινωνία:** Σε σύγκριση με τα γραπτά μηνύματα, τα οπτικά μηνύματα είναι πιο αποτελεσματικά στη μετάδοση ιδεών, παρά το γεγονός ότι είναι μικρότερα σε όγκο. Στην καθημερινή μας ζωή συναντάμε χιλιάδες οπτικά μηνύματα, όπως στην τηλεόραση, στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και στις διαφημίσεις, τα οποία εστιάζουν στη σύντομη αλλά αποτελεσματική μετάδοση μηνυμάτων.

Αν και είναι δύσκολο να αξιολογήσουμε αντικειμενικά την αποτελεσματικότητα της επικοινωνίας, μπορούμε να βγάλουμε συμπεράσματα για τον αντίκτυπό της στη ζωή μας. Μια έρευνα που διεξήχθη στις ΗΠΑ και το Ηνωμένο Βασίλειο έδειξε ότι οι οργανισμοί χάνουν κατά μέσο όρο 62,4 εκατομμύρια δολάρια ετησίως ως αποτέλεσμα των ελλείψεων στην επικοινωνία. Επιπλέον, μια άλλη μελέτη υπέδειξε ότι οι οργανισμοί που υιοθετούν αποτελεσματικές στρατηγικές και σχέδια επικοινωνίας στην εργασία τους έχουν 50% μεγαλύτερη απόδοση στα ετήσια έσοδά τους σε σύγκριση με εκείνους που δεν έχουν αποτελεσματικές στρατηγικές επικοινωνίας.

Για να είναι κανείς αποτελεσματικός στην επικοινωνία, πρέπει να κατανοήσει ότι η επικοινωνία είναι κάτι περισσότερο από μια απλή ανταλλαγή πληροφοριών. Η αποτελεσματική επικοινωνία περιλαμβάνει την κατανόηση και τη μετάδοση συναισθημάτων και προθέσεων πέρα από την ανταλλαγή πληροφοριών. Επιπλέον, η ακρόαση των άλλων και η κατανόηση του πλήρους μηνύματος, μαζί με το να κάνεις τους άλλους να αισθάνονται ότι ακούγονται και γίνονται κατανοητοί, είναι άλλα απαραίτητα μέρη της αποτελεσματικής επικοινωνίας.

Αν και η έννοια της αποτελεσματικής επικοινωνίας μπορεί να ακούγεται ενστικτώδης, οι άνθρωποι συχνά παραλείπουν ορισμένες από τις πτυχές που αναφέρθηκαν παραπάνω και αντιμετωπίζουν προβλήματα που προκύπτουν από επικοινωνιακές ελλείψεις. Στην καθημερινή ζωή, οι περισσότεροι άνθρωποι βιώνουν την εμπειρία να λένε ένα πράγμα αλλά να τους καταλαβαίνουν διαφορετικά, απογοητεύσεις, συγκρούσεις και παρεξηγήσεις, που συμβαίνουν στο σπίτι, στη δουλειά, στο σχολείο και στις σχέσεις.



Ποιες θα μπορούσαν να είναι οι αιτίες που οδηγούν σε προβλήματα στην επικοινωνία;

Τα προβλήματα επικοινωνίας μπορεί να οφείλονται σε διάφορα εμπόδια που διακόπτουν τη διαδικασία επικοινωνίας και δυσχεραίνουν τη μετάδοση και τη λήψη του επιθυμητού μηνύματος με σαφήνεια. Τα εμπόδια αυτά μπορούν να προσδιοριστούν ως εξής:

- **Άγχος και απώλεια ελέγχου:** Όταν βρισκόμαστε υπό άγχος, τείνουμε να παρερμηνεύουμε τους ανθρώπους και τις καταστάσεις γύρω μας, γεγονός που μπορεί να οδηγήσει σε σύγχυση και συγκρούσεις στην επικοινωνία. Για να το αποφύγετε αυτό, είναι σημαντικό να μάθετε πώς να ηρεμείτε και να διατηρείτε τον έλεγχο σε καταστάσεις άγχους. Για παράδειγμα, μπορείτε να δοκιμάσετε να μετρήσετε από το 1 έως το 10 πριν απαντήσετε σε αγχώδεις καταστάσεις ή να αφιερώσετε λίγο χρόνο για να σκεφτείτε και να χαλαρώσετε πριν στείλετε ένα μήνυμα σε μια συγκρουσιακή κατάσταση.
- **Αρνητική γλώσσα του σώματος:** Είναι φυσικό να διαφωνείτε ή να μην σας αρέσουν αυτά που ειπώθηκαν κατά τη διάρκεια μιας συζήτησης και να χρησιμοποιείτε τη γλώσσα του σώματος που σηματοδοτεί την αποδοκιμασία σας. Ωστόσο, είναι ζωτικής σημασίας να διατηρείτε τη μετριοπάθεια στη γλώσσα του σώματός σας και να αποφεύγετε να προσβάλλετε το άλλο μέρος, προκειμένου να εξασφαλίσετε υγιή και αποτελεσματική επικοινωνία.
- **Έλλειψη προσοχής:** Όταν βρίσκεστε σε μια συζήτηση, είναι σημαντικό να δίνετε στο άλλο άτομο την αμέριστη προσοχή σας. Η απόσπαση της προσοχής ή η ενασχόληση με άλλα πράγματα κατά τη διάρκεια της διαδικασίας επικοινωνίας μπορεί να σας κάνει να χάσετε σημαντικές λεπτομέρειες ή να παρερμηνεύσετε τα λεγόμενα, οδηγώντας σε προβλήματα επικοινωνίας.



Πώς να βελτιωθείτε και να επικοινωνείτε πιο αποτελεσματικά;

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, για να επικοινωνήσετε κανείς αποτελεσματικά, θα πρέπει πρώτα να αναλύσει τον τρόπο με τον οποίο επικοινωνεί σε διάφορα πλαίσια και καταστάσεις και στη συνέχεια να προσπαθήσει να εφαρμόσει τρόπους για να γίνει καλύτερος επικοινωνιακά στην προσωπική και επαγγελματική του ζωή. Για να το πετύχετε αυτό, μπορείτε να εξασκηθείτε στις δεξιότητες που παρατίθενται παρακάτω και να προσπαθήσετε να τις κατέχετε στις συναναστροφές σας με τους άλλους.

01 Γίνετε ενεργός ακροατής

Στις κοινωνικές συναναστροφές, τείνουμε να εστιάζουμε περισσότερο στο τι θα πούμε εμείς, παρά στο τι λένε οι άλλοι. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε σύγχυση στις συζητήσεις και να λειτουργήσει ως εμπόδιο στην επικοινωνία. Όταν κάποιος λέει ακρόαση, συνήθως εννοούμε να ακούμε και να επεξεργαζόμαστε αυτά που λένε οι άλλοι άνθρωποι στις συζητήσεις. Ωστόσο, υπάρχει μεγάλη διαφορά μεταξύ της ακοής, της ακρόασης και της ενεργητικής ακρόασης. Η ενεργητική ακρόαση αναφέρεται στο να δίνουμε προσοχή στους ανθρώπους που μιλούν χωρίς διακοπή, να κατανοούμε τα συναισθήματά τους κατά τη διάρκεια της συζήτησης, να κάνουμε την άλλη πλευρά να αισθάνεται ότι ακούγεται και ότι γίνεται κατανοητή και, τέλος, να παρέχουμε περαιτέρω συνεισφορά στη συζήτηση. Η εκπλήρωση αυτών των βημάτων καταλήγει συνήθως σε πιο ξεκάθαρη και ομαλή επικοινωνία μεταξύ των πλευρών, βαθύτερη σύνδεση και μειωμένα επίπεδα άγχους κατά τη διάρκεια των συζητήσεων. Για να εξασκήσετε τις δεξιότητες ενεργητικής ακρόασης, μπορείτε να δοκιμάσετε τις παρακάτω συμβουλές στις καθημερινές σας συζητήσεις.

- **Δώστε προσοχή στον ομιλητή, και για τη στιγμή αφήστε τα άλλα πράγματα που έχετε στο μυαλό σας.** Είναι φυσικό να στρέφετε όλη σας την προσοχή κατά τη διάρκεια ολόκληρης της συζήτησης μόνο σε ένα άτομο, και αυτό είναι κάτι που βιώνουν πολλοί άνθρωποι. Επομένως, η αποφυγή πραγμάτων που τραβούν την προσοχή, όπως τα τηλέφωνα και το να κοιτάτε προς άλλες πλευρές, μπορεί να σας βοηθήσει να επικεντρωθείτε καλύτερα στη συζήτηση. Επίσης, επαναλαμβάνοντας τις τελευταίες λέξεις των δηλώσεων των άλλων και γνέφοντας κατά διαστήματα δείχνει στους άλλους ότι συμμετέχετε στη συζήτηση.
- **Αποφύγετε να διακόπτετε τους άλλους.** Όπως αναφέρθηκε, συνήθως τείνουμε να επικεντρωνόμαστε περισσότερο σε αυτό που θα πούμε εμείς παρά σε αυτό που λέγεται. Αυτή η διαδικασία στο μυαλό μας συνήθως αντανακλάται στη μίμηση και τις χειρονομίες μας και μπορεί να σηματοδοτήσει στους άλλους ανθρώπους ότι η προσοχή μας είναι αλλού. Επίσης, το να προσπαθείτε να παίρνετε τη σειρά στη συζήτηση αντί για το τι λένε οι άλλοι θα σηματοδοτούσε ότι σας ενδιαφέρει μόνο να πείτε αυτό που θέλετε να πείτε, αντί να συνομιλήσετε ουσιαστικά με τους άλλους.
- **Αφήστε στην άκρη τις προκαταλήψεις σας.** Όταν συζητάτε με άλλους, για να επικοινωνήσετε αποτελεσματικά, δεν χρειάζεται να συμφωνείτε, να εγκρίνετε ή να σας αρέσουν αυτά που λένε οι άλλοι. Ωστόσο, για υγιή και αποτελεσματική επικοινωνία, πρέπει να παραμερίσετε τις προκαταλήψεις, να ακούτε τι λένε οι άλλοι και να συζητάτε αντικειμενικά με τους άλλους για να καταλήξετε σε γόνιμες συζητήσεις.

02 Εστίαση στα Μη-Λεκτικά σημάδια

Οι εκφράσεις του προσώπου μας, οι κινήσεις του σώματος, οι χειρονομίες, η στάση του σώματος και ο τόνος της φωνής μας επικοινωνούν το πώς αισθανόμαστε περισσότερο από τις λέξεις που λέμε κατά τη διάρκεια μιας συζήτησης. Δίνοντας προσοχή στις μη λεκτικές ενδείξεις μας, μπορούμε να πλοηγηθούμε με επιτυχία σε δύσκολες καταστάσεις και να επικοινωνήσουμε αποτελεσματικά. Για να βελτιώσετε τις δεξιότητές σας στη μη λεκτική επικοινωνία, δοκιμάστε να κρατάτε τα χέρια σας ανοιχτά, να κοιτάτε προς το πρόσωπο που μιλάει και να διατηρείτε οπτική επαφή κατά τη διάρκεια των συνομιλιών. Η χρήση φυσικού αγγίγματος, όπως το να χτυπήσετε ελαφρά τον ώμο κάποιου όταν του κάνετε κομπλιμέντο, μπορεί επίσης να βοηθήσει στη μετάδοση θετικών συναισθημάτων.



Ακολουθούν ορισμένες πρόσθετες συμβουλές για την ανάγνωση και την απόδοση μη λεκτικών μηνυμάτων:

- **Λάβετε υπόψη σας τις προσωπικές διαφορές και μην επικεντρώνεστε υπερβολικά σε ένα μόνο σημείο.** Οι άνθρωποι εκφράζονται διαφορετικά σε διάφορους πολιτισμούς και είδη προσωπικότητας. Ορισμένα άτομα μπορεί να χρησιμοποιούν περισσότερες εκφράσεις προσώπου και χειρονομίες από άλλα, και αυτό μπορεί να οφείλεται σε πολιτισμικές διαφορές ή ατομικές προτιμήσεις. Αντί να εστιάζετε σε ένα συγκεκριμένο μη λεκτικό σημείο, επικεντρωθείτε στην ανάγνωση του συνολικού τόνου της συζήτησης και στο αν είναι θετικός, δεσμευτικός ή αρνητικός.
- **Διαβάστε το πλαίσιο και προσαρμόστε ανάλογα τα μη λεκτικά σας σήματα.** Προσαρμόστε τον τόνο της φωνής σας στο θέμα της συζήτησης. Για παράδειγμα, χρησιμοποιήστε έναν πιο ήπιο τόνο όταν συζητάτε για παιδικές ιστορίες ή χρησιμοποιήστε περισσότερες χειρονομίες για να μεταδώσετε τον ενθουσιασμό κατά τη διάρκεια μιας συναρπαστικής στιγμής.



03

Προσπαθήστε να ελέγξετε το άγχος σας

Θυμάστε κάποια στιγμή που νιώσατε άγχος κατά τη διάρκεια μιας σύγκρουσης με το αφεντικό σας, τους φίλους σας, τα παιδιά ή τον/την σύζυγό σας και κάνατε κάτι για το οποίο μετά μετανιώσατε; Αν έχετε την ικανότητα να ελέγχετε το άγχος σας και να επιστρέψετε στην ήρεμη κατάσταση, όχι μόνο θα αποφύγετε να νιώσετε τύψεις, αλλά θα βοηθήσετε και τον άλλον να ηρεμήσει και να αποφύγει να πει ή να κάνει κάτι που δεν θα θέλατε να ακούσετε ή να δείτε. Σε τέτοιες περιπτώσεις, αν καταφέρετε να παραμείνετε ήρεμοι και χαλαροί, μόνο τότε μπορείτε να δώσετε την κατάλληλη απάντηση στην κατάσταση. Όταν οι άλλοι βρίσκονται σε κατάσταση άγχους, συνήθως το καλύτερο είναι να παραμείνετε σιωπηλοί για να τους βοηθήσετε να ηρεμήσουν.

Η αποτελεσματική επικοινωνία σε καταστάσεις όπως οι επαγγελματικές συναντήσεις, οι οικογενειακές συγκεντρώσεις, οι συνεντεύξεις για δουλειά και οι συναντήσεις με την οικογένεια του συντρόφου σας απαιτεί να παραμείνετε ήρεμοι και να έχετε τον έλεγχο. Αυτό θα σας βοηθήσει να φτάσετε ευκολότερα στην επιτυχία και να επιτύχετε τους στόχους σας. Το να παραμείνετε ήρεμοι και να διατηρήσετε τον έλεγχο είναι πιο εύκολο να το πεις παρά να το κάνεις. Ως εκ τούτου, η δοκιμή και η εξάσκηση των τακτικών και στρατηγικών που παρατίθενται παρακάτω σε αγχωτικές καταστάσεις μπορεί να σας βοηθήσει να γίνετε καλύτεροι σε αυτές και να χειρίζεστε αποτελεσματικά αγχωτικές καταστάσεις.

- **Προσπαθήστε να χρησιμοποιείτε ερωτήσεις καθυστέρησης** σε τέτοιες καταστάσεις και κερδίστε χρόνο για τον εαυτό σας ζητώντας από τους συνομιλητές σας να επαναλάβουν την ερώτηση ή ζητώντας διευκρινίσεις. Με αυτόν τον τρόπο, θα κερδίσετε περισσότερο χρόνο για να σκεφτείτε μια απάντηση ή να ηρεμήσετε και να δώσετε μια καλύτερη απάντηση.



- **Μιλήστε με σαφήνεια και ολοκληρώστε με μια περίληψη.** Εάν αισθάνεστε αγχωμένοι κατά τη διάρκεια μιας διαδικασίας επικοινωνίας, προσπαθήστε να διατηρήσετε σταθερό τόνο φωνής και στάση του σώματος για να αποφύγετε να δώσετε οποιοδήποτε ακούσιο μήνυμα στους αποδέκτες. Επίσης, αν θέλετε ή πρέπει να ολοκληρώσετε τα λόγια σας, προσπαθήστε να τελειώσετε με μια σύντομη και συνοπτική πρόταση. Ακόμα και αν καταλήξετε με σιωπή στο δωμάτιο, δεν χρειάζεται να γεμίσετε τη σιωπή αφού μεταδώσετε το μήνυμά σας. Αν χρειαστεί, θα υπάρξουν ερωτήσεις για να διευκρινίσετε το μήνυμά σας, γεγονός που θα σας δώσει χρόνο να αναπτύξετε καλύτερα τις απαντήσεις.
- **Χρησιμοποιήστε τακτικές γείωσης.** Οι περισσότεροι άνθρωποι σε ορισμένες περιπτώσεις βιώνουν ακραίο άγχος κατά την επικοινωνία, όπως η δημόσια ομιλία ή η παρουσίαση ενός θέματος που δεν έχουν συνηθίσει. Σε τέτοιες περιπτώσεις, όταν αισθάνεστε αγχωμένοι, προσπαθήστε να χρησιμοποιήσετε τακτικές γείωσης, όπως το να κατονομάσετε τρία πράγματα που βλέπετε, τρία πράγματα που ακούτε και τρία πράγματα που αγγίζετε. Επιπλέον, μπορείτε να ενεργοποιήσετε τις αισθήσεις σας βάζοντας μια μέντα στο στόμα σας, παίρνοντας τρεις βαθιές αναπνοές ή έχοντας μια μπάλα άγχους στην τσέπη σας.
- **Να συμφωνήσουμε ότι διαφωνούμε.** Όταν η κατάσταση είναι έντονη και αισθάνεστε ότι εμπλέκεστε πάρα πολύ αλλά δεν μπορείτε να συμβιβαστείτε, προσπαθήστε να πάρετε λίγο χρόνο για τον εαυτό σας και να απομακρυνθείτε από την κατάσταση. Είναι χρήσιμο να ξεφύγετε από το θέμα και να στρέψετε την προσοχή σας σε άλλα πράγματα. Μόλις νιώσετε ανακούφιση, επιστρέψτε και προσπαθήστε να βρείτε κοινό έδαφος συμφωνώντας ότι διαφωνείτε.

04 Επιβληθείτε μέσω της επικοινωνίας σας

Η άμεση, διεκδικητική και ξεκάθαρη επικοινωνία σας βοηθά όχι μόνο να εκφράσετε καλύτερα τις σκέψεις και τις απόψεις σας, αλλά και τους ανθρώπους με τους οποίους επικοινωνείτε να κατανοήσουν τις ανάγκες και τα ενδιαφέροντά σας και να ενεργήσουν ανάλογα. Το να είσαι διεκδικητικός, σε αντίθεση με την κοινή αντίληψη, δεν σημαίνει ότι είσαι επιθετικός ή εχθρικός. Σημαίνει να είσαι ειλικρινής, ξεκάθαρος, άμεσος και να τηρείς τα όριά σου, σεβόμενος παράλληλα και τα όρια των άλλων. Αποτελεσματική επικοινωνία σημαίνει να εκφράζετε τις σκέψεις και τις απόψεις σας ξεκάθαρα και ανοιχτά. Δεν έχει να κάνει με το να κερδίσετε ένα επιχείρημα ή να επιβάλλετε τις ιδέες σας στους άλλους.

Αν δυσκολεύεστε να θέσετε όρια και να επιβληθείτε στην επικοινωνία, μπορείτε να δοκιμάσετε τις παρακάτω τεχνικές για να βελτιωθείτε και να τις προσαρμόσετε στη ζωή σας.

Διαβεβαίωση ενσυναίσθησης: Αυτή η τεχνική αναφέρεται στην ανάδειξη των αναγκών και των ανησυχιών σας με ενσυναίσθητο τρόπο, εκφράζοντας παράλληλα την ενσυναίσθηση προς τους άλλους. Για παράδειγμα, μπορείτε να εκφράσετε το ενδιαφέρον σας να περνάτε περισσότερο χρόνο με το αγαπημένο σας πρόσωπο λέγοντας κάτι τέτοιο: "Καταλαβαίνω ότι πρέπει να περνάς πολύ χρόνο στη δουλειά, αλλά θα ήθελα να αφιερώνεις περισσότερο χρόνο σε εμάς. Αν υπάρχει κάτι που μπορώ να κάνω, είμαι έτοιμος να σε βοηθήσω".

Κλιμακούμενη διεκδίκηση: Η τεχνική αυτή είναι συνήθως καλύτερη όταν η ενσυναίσθητική επιβεβαίωση δεν είναι αρκετή. Σε αυτή την τεχνική, μπορείτε να αυξάνετε την αυστηρότητα με την πάροδο του χρόνου και να τονίζετε τις συνέπειες εάν δεν τηρούνται τα όρια. Για παράδειγμα, αν οι άνθρωποι δεν σέβονται τους κανόνες που θέτει ένα συμβόλαιο, μπορείτε να πείτε: "Αν συνεχίσετε να μη σέβεστε το συμβόλαιο, θα πρέπει να λάβω νομικά μέτρα".

Είναι προτιμότερο να εξασκείτε τη διεκδίκηση σε καταστάσεις χαμηλότερου κινδύνου, όπως συγκρούσεις και προβλήματα για ασήμαντα πράγματα με στενούς φίλους και μέλη της οικογένειας. Με αυτόν τον τρόπο, δεν θα διακινδυνεύετε αδύναμες σχέσεις στη δουλειά ή στον κοινωνικό σας κύκλο, αλλά θα μπορέσετε να αναπτύξετε τη διεκδικητικότητα πάνω σε ισχυρές σχέσεις. Μπορείτε επίσης να τους ενημερώσετε ότι εργάζεστε πάνω στις επικοινωνιακές σας δεξιότητες και εξασκείστε στη διεκδίκηση για να αποφύγετε τα άσχημα συναισθήματα.



Αποτελεσματική επικοινωνία στην εργασία με νέους

Στο πλαίσιο της εργασίας με τους νέους, μπορούμε να πούμε ότι οι περισσότερες συγκρούσεις μεταξύ της ομάδας των νέων με την οποία εργάζεται ο εργαζόμενος σε θέματα νεολαίας προκύπτουν λόγω της έλλειψης αποτελεσματικής και υγιούς επικοινωνίας. Υπό αυτή την έννοια, μελετητές που εργάζονται στον τομέα αυτό, όπως ο Gable (2003), υποστηρίζουν ότι μία από τις σημαντικότερες πτυχές της επικοινωνίας με τους νέους είναι η επιλογή του στυλ επικοινωνίας και η προσαρμογή στην ηλικία. Επομένως, σε κάθε πλαίσιο επικοινωνίας με τους νέους, είναι εξαιρετικά σημαντικό για έναν εργαζόμενο σε θέματα νεολαίας να γνωρίζει το ακροατήριό του, το μορφωτικό του επίπεδο και την ψυχοκοινωνική του ανάπτυξη και να προσαρμόζει το περιεχόμενο και τις λέξεις ανάλογα με το υπόβαθρο των νέων.

Ο Gable (2003) προτείνει πρακτικές στρατηγικές για την καθιέρωση και τη διατήρηση αποτελεσματικής επικοινωνίας με τους νέους. Η διερευνητική προσέγγιση, όπως προτείνει ο Gable, επιτρέπει στους νέους να ανακαλέσουν πληροφορίες σχετικά με το θέμα και να εμπλακούν στην εκάστοτε δραστηριότητα με πιο αφοσιωμένο τρόπο. Επίσης, η προσφορά περιγραφικών υποδείξεων, εάν χρειάζεται, σε γραπτή μορφή πριν από τη διεξαγωγή της δραστηριότητας θα τους βοηθούσε να οπτικοποιήσουν τις σκέψεις τους και να εκφράσουν τα αρνητικά και θετικά συναισθήματά τους.



Είναι επίσης σημαντικό να γνωρίζουμε και να θυμόμαστε ότι οι νέοι άνω των 14 ετών τείνουν να εστιάζουν περισσότερο στις σχέσεις εκτός της οικογένειάς τους και βρίσκονται στη διαδικασία διαμόρφωσης της αυτοεκτίμησης, της αυτοπεποίθησης και της ενήλικης ταυτότητας. Μελέτες δείχνουν ότι οι νέοι άνω των 14 ετών, όταν προσεγγίζονταν με συχνή και ευαίσθητη επικοινωνία με επίκεντρο τις ανάγκες τους και τη μετάβασή τους, αναφέρθηκε ότι είχαν μειωμένα αισθήματα μοναξιάς (Gentzler, Oberhauser, Westerman, & Nadorff, 2011).



Εκτός από τα κοινά εμπόδια επικοινωνίας που αναφέρθηκαν παραπάνω, υπάρχουν ορισμένα προβλήματα επικοινωνίας που παρατηρούνται στην εργασία με νέους. Παρακάτω παρουσιάζονται ορισμένα από αυτά και προτείνεται στους εργαζόμενους σε θέματα νεολαίας να τα αυτοαναλογιστούν και να τα αποφύγουν στις πρακτικές τους:

- **Διαταγή:** Να λες στους νέους τι να κάνουν. Η εργασία με τη νεολαία, υπό αυτή την έννοια, απαιτεί από τους εργαζόμενους σε θέματα νεολαίας να αποτελούν παραδείγματα για τους νέους με τους οποίους εργάζονται και να παρέχουν πρακτικά παραδείγματα από την πραγματική ζωή μέσω δραστηριοτήτων ως σημεία μάθησης για τους νέους.
- **Κήρυγμα:** Ένα άλλο κοινό πρόβλημα επικοινωνίας που παρατηρείται στην εργασία με νέους. Όπως αναφέρθηκε, αντί για την επίσημη εκπαίδευση στο σχολείο, η εργασία για τους νέους έχει ως στόχο να εξοικειώσει τους νέους με τον κόσμο και να τους παρέχει αυθεντικά παραδείγματα από τα οποία μπορούν να μάθουν.
- **Αποφυγή:** Η αποφυγή της ερώτησης είναι ένα άλλο συνηθισμένο ζήτημα. Σε αυτή την περίπτωση, είναι φυσικό να μην γνωρίζετε αρκετά για μια κατάσταση που βρίσκεται σε εξέλιξη- ωστόσο, ένας πιο υγιής τρόπος για να το επικοινωνήσετε αυτό θα ήταν να ζητήσετε λίγο χρόνο για να κάνετε έρευνα σχετικά με αυτό, να ενθαρρύνετε τους νέους να κάνουν τη δική τους έρευνα σχετικά με αυτό, αλλά και να πείτε απλά ότι δεν έχετε τις πληροφορίες σχετικά με αυτό.
- **Ειρηνοποίηση:** Αυτό αναφέρεται στο να κάνετε τους νέους να αισθάνονται καλύτερα χωρίς να προτείνετε λύσεις για το πρόβλημα που υπάρχει. Ο κύριος σκοπός της εργασίας με τους νέους είναι να καταστήσει τους νέους ικανούς να είναι ανεξάρτητοι υπεύθυνοι για την επίλυση των προβλημάτων της ζωής τους, λαμβάνοντας καλά ενημερωμένες αποφάσεις. Ως εκ τούτου, ένας εργαζόμενος σε θέματα νεολαίας πρέπει να ενθαρρύνει τους νέους να αναλάβουν τις ευθύνες τους και να βρουν τρόπους να επιλύσουν τα προβλήματα στη ζωή τους.

Συνολικά, η εργασία με τους νέους, στον πυρήνα της, είναι μια δραστηριότητα ανάπτυξης για τους νέους, η οποία πραγματοποιείται μόνο μέσω της επικοινωνίας. Επομένως, η χρησιμοποίηση αποτελεσματικής επικοινωνίας και η βοήθεια των νέων στην επικοινωνία θα καταστήσει ευκολότερο και αποτελεσματικότερο για τους εργαζόμενους σε θέματα νεολαίας να επιτύχουν τους στόχους και τους σκοπούς τους με τους νέους.



3.4. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ, ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΛΑΒΕΤΕ ΥΠΟΨΗ ΣΑΣ

Στον σημερινό κόσμο, η ικανότητα αποτελεσματικής επικοινωνίας με τους άλλους, είτε σε φυσικό είτε σε ψηφιακό περιβάλλον, έχει γίνει μια από τις πιο σημαντικές δεξιότητες που μπορούμε να έχουμε. Ως εκ τούτου, είναι σημαντικό για τους λειτουργούς νεολαίας να εξοπλίσουν τους νέους με αποτελεσματικές επικοινωνιακές δεξιότητες με το να γίνουν οι ίδιοι ικανοί επικοινωνιολόγοι και να αποφεύγουν τα συνήθη λάθη επικοινωνίας.

Το να είσαι ένας υγιής και αποτελεσματικός επικοινωνιακά άνθρωπος δεν είναι πάντα εύκολο, αλλά η εξάσκηση σε στρατηγικές και τεχνικές μπορεί να βοηθήσει οποιονδήποτε να βελτιώσει την ικανότητά του να συμμετέχει σε ουσιαστικές συζητήσεις και να μεταφέρει αποτελεσματικά το μήνυμά του.

Συμπερασματικά, η αποτελεσματική επικοινωνία είναι ένα κρίσιμο συστατικό της εργασίας με τους νέους και της ζωής γενικότερα. Δίνοντας προτεραιότητα στην επικοινωνία και δουλεύοντας ενεργά για να βελτιώσουμε τις επικοινωνιακές μας δεξιότητες, μπορούμε να δώσουμε στους νέους τη δυνατότητα να γίνουν ανεξάρτητοι λύτες προβλημάτων και να τους βοηθήσουμε να επιτύχουν τους στόχους τους. Να θυμάστε, η αποτελεσματική επικοινωνία απαιτεί εξάσκηση, υπομονή και προθυμία για μάθηση και προσαρμογή.

3.5. ΧΡΗΣΙΜΕΣ ΠΗΓΕΣ

- Πέντε τύποι επικοινωνίας
- Όταν αυξάνεται η γνωστική απαίτηση, το δεξί αυτί έχει πλεονέκτημα;

Κεφάλαιο 4

Δημόσιες σχέσεις, μέσα κοινωνικής δικτύωσης και εκστρατείες

Τι είναι οι δημόσιες σχέσεις και οι εκστρατείες κοινωνικής δικτύωσης;



4.1. ΜΑΘΗΣΙΑΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ

Οι κύριοι στόχοι του παρόντος κεφαλαίου είναι οι ακόλουθοι:

- Ανάπτυξη μιας ολοκληρωμένης στρατηγικής δημοσίων σχέσεων.
- Προσδιορισμός και εφαρμογή βέλτιστων πρακτικών για εκστρατείες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.
- Ανάλυση και παρουσίαση πρακτικών παραδειγμάτων επιτυχημένων εκστρατειών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Στο πλαίσιο των εθελοντικών οργανώσεων, οι δημόσιες σχέσεις, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και οι εκστρατείες αποτελούν βασικές πτυχές της αποτελεσματικής επικοινωνίας και προβολής. Μια ισχυρή στρατηγική δημοσίων σχέσεων συμβάλλει στην οικοδόμηση εμπιστοσύνης και αξιοπιστίας με τα ενδιαφερόμενα μέρη, τους δωρητές και τους εθελοντές, ενώ τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης παρέχουν μια πλατφόρμα για τη συνεργασία με τους υποστηρικτές και τη διάδοση της ευαισθητοποίησης σχετικά με την αποστολή και τον αντίκτυπο της οργάνωσης. Οι εκστρατείες, είτε επικεντρώνονται στην εξεύρεση πόρων, την προώθηση ή την πρόσληψη, μπορούν να συμβάλουν στην κινητοποίηση και την ενεργοποίηση της κοινότητας, οδηγώντας σε μεγαλύτερη συμμετοχή και αντίκτυπο.

Οι δημόσιες σχέσεις, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και οι εκστρατείες μπορούν να βοηθήσουν τους οργανισμούς εθελοντισμού να ενισχύσουν το μήνυμά τους και να επιτύχουν τους στόχους τους πιο αποτελεσματικά.



4.2. ΟΡΙΣΜΟΙ



Δημόσιες σχέσεις

Οι δημόσιες σχέσεις (PR) είναι η διαδικασία χρήσης των καναλιών των μέσων ενημέρωσης για την προώθηση του οργανισμού σας και την καλλιέργεια θετικής δημόσιας αντίληψης.



Μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι διαδραστικές τεχνολογίες μέσων που διευκολύνουν τη δημιουργία και την ανταλλαγή πληροφοριών, ιδεών, ενδιαφερόντων και άλλων μορφών έκφρασης μέσω εικονικών κοινοτήτων και δικτύων.



Εκστρατείες κοινωνικής δικτύωσης

Μια εκστρατεία κοινωνικής δικτύωσης (καμπάνια κοινωνικής δικτύωσης) είναι μια οργανωμένη προσπάθεια μάρκετινγκ για την αύξηση της ευαισθητοποίησης, του ενδιαφέροντος και της αφοσίωσης των καταναλωτών σε έναν οργανισμό, μια μάρκα, ένα προϊόν ή μια υπηρεσία, μέσω των καναλιών κοινωνικής δικτύωσης. Οι εκστρατείες μάρκετινγκ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σχεδιάζονται στρατηγικά, απευθύνονται σε συγκεκριμένο κοινό και έχουν μετρήσιμα αποτελέσματα.

4.3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ

Τι είναι οι δημόσιες σχέσεις;

Οι δημόσιες σχέσεις (PR) είναι η πρακτική διαδικασία χρήσης διαφόρων καναλιών επικοινωνίας για τη δημιουργία και τη διατήρηση μιας θετικής αντίληψης του κοινού για τον οργανισμό σας. Περιλαμβάνει τη διαχείριση της φήμης και του εμπορικού σήματος του οργανισμού σας, ιδίως σε δύσκολες περιόδους. Οι δημόσιες σχέσεις διαδραματίζουν κρίσιμο ρόλο στη διαχείριση της διάδοσης των πληροφοριών, παρόμοια με την επωνυμία. Ωστόσο, το branding βασίζεται σε οπτικά στοιχεία όπως λογότυπα, ιστότοπους και υλικά μάρκετινγκ, ενώ οι δημόσιες σχέσεις επικεντρώνονται στην επικοινωνία και τη φήμη.

Πώς να οικοδομήσετε μια στρατηγική δημοσίων σχέσεων

Για να οικοδομήσουν μια αποτελεσματική στρατηγική δημοσίων σχέσεων, οι εταιρείες πρέπει να επηρεάσουν στάσεις και συμπεριφορές μέσω ενός καλά σχεδιασμένου σχεδίου ψηφιακών δημοσίων σχέσεων με προκαθορισμένους στόχους και σκοπούς. Οι ειδικοί σε θέματα δημοσίων σχέσεων συνιστούν διάφορα κοινά βήματα για τη δημιουργία μιας επιτυχημένης στρατηγικής δημοσίων σχέσεων, όπως ο καθορισμός των στόχων δημοσίων σχέσεων, η γνώση του κοινού-στόχου σας, ο καθορισμός στόχων, η επιλογή των κατάλληλων τακτικών δημοσίων σχέσεων και η μέτρηση των αποτελεσμάτων.





01 Καθορισμός στόχων PR

Ο καθορισμός των στόχων δημοσίων σχέσεων είναι ένα κρίσιμο βήμα για τη δημιουργία ενός επιτυχημένου σχεδίου δημοσίων σχέσεων. Αρχικά, θα πρέπει να καθορίσετε τους τελικούς στόχους που θέλετε να επιτύχετε μέσω των προσπαθειών σας για δημόσιες σχέσεις.

Για μια ΜΚΟ, οι στόχοι αυτοί μπορεί να περιλαμβάνουν:

- Επέκταση της εμβέλειας της ΜΚΟ σε νέα ακροατήρια.
- Αύξηση του αριθμού των ατόμων που εξυπηρετούνται από τη ΜΚΟ.
- Ενίσχυση της παραγωγικότητας και του ηθικού των εργαζομένων.
- Βελτίωση των ποσοστών πρόσληψης και διατήρησης.
- Ενίσχυση των σχέσεων με τις κοινότητες με τις οποίες συνεργάζεται ο οργανισμός σας.
- Εντοπισμός πιθανών συμμάχων που θα βοηθήσουν στη διαχείριση μελλοντικών κρίσεων.
- Εγκαινίαση νέων προϊόντων ή υπηρεσιών.
- Γεφύρωση του χάσματος αντίληψης μεταξύ του οργανισμού σας και του κοινού.

Καθορίζοντας με σαφήνεια τους στόχους σας για τις δημόσιες σχέσεις, μπορείτε να αναπτύξετε μια στρατηγική δημοσίων σχέσεων που να ανταποκρίνεται στις συγκεκριμένες ανάγκες και στους στόχους σας.

02 Γνωρίζοντας το κοινό-στόχο σας

Για να δημιουργήσουν ένα αποτελεσματικό σχέδιο δημοσίων σχέσεων, οι επαγγελματίες πρέπει να κατανοούν σε βάθος το βασικό κοινό του brand τους. Οι βασικές δημογραφικές πληροφορίες όπως η ηλικία, το φύλο και η γεωγραφική περιοχή είναι ένα καλό σημείο εκκίνησης, αλλά η κατανόηση πιο ποιοτικών χαρακτηριστικών όπως τα ενδιαφέροντα, οι προτεραιότητες και οι φιλοδοξίες του τρόπου ζωής είναι ζωτικής σημασίας.

Για να αναπτύξετε ένα στρατηγικό σχέδιο δημοσίων σχέσεων, είναι απαραίτητο να γνωρίζετε επίσης πώς αντιλαμβάνεται το κοινό σας την επιχείρησή σας. Μπορείτε να ρωτήσετε απευθείας τους ανθρώπους για τις αντιλήψεις τους και να χρησιμοποιήσετε διάφορα εργαλεία παρακολούθησης των μέσων ενημέρωσης και ανάλυσης δεδομένων για να αποκτήσετε πληροφορίες. Ωστόσο, η κατανόηση του κοινού-στόχου και της αντίληψής του για τον οργανισμό σας είναι μόνο το μισό της μάχης. Είναι επίσης ζωτικής σημασίας να γνωρίζετε ποια μέσα ενημέρωσης επισκέπτονται συχνά από το κοινό σας, από πού παίρνουν τις ειδήσεις τους και ποιες φωνές των μέσων ενημέρωσης εμπιστεύονται. Θα πρέπει επίσης να υπάρχει κατανόηση των μη παραδοσιακών πλατφορμών, όπως οι συγκεντρωτικές δημοσιεύσεις, τα κοινωνικά δίκτυα, τα podcasts, τα ιστολόγια, τα φόρουμ συζητήσεων και οι ιστότοποι αξιολόγησης των καταναλωτών.

Μόλις συγκεντρώσετε δεδομένα και εντοπίσετε διάφορα μοτίβα και τάσεις, μπορείτε να αρχίσετε να θέτετε στόχους.

03 Καθορισμός των στόχων

Για τον αποτελεσματικό σχεδιασμό και την εκτέλεση εκστρατειών δημοσίων σχέσεων (PR), είναι σημαντικό να τίθενται συγκεκριμένοι στόχοι για κάθε κοινό-στόχο που είναι σημαντικό για τον οργανισμό. Αυτοί οι στόχοι μπορεί να επικαλύπτονται ή να είναι ξεχωριστοί, ανάλογα με τους στόχους δημοσίων σχέσεων.



Ωστόσο, όλοι οι στόχοι πρέπει να περιλαμβάνουν δύο βασικά στοιχεία: ένα μετρήσιμο αποτέλεσμα και ένα χρονοδιάγραμμα του σχεδίου δημοσίων σχέσεων. Με αυτόν τον τρόπο, μπορείτε να μετρήσετε τα τελικά αποτελέσματα σε σχέση με τις προσπάθειες και τα επιτεύγματά σας.

Ένα κοινό μοντέλο για τη διαμόρφωση στόχων είναι το πλαίσιο στόχων SMART:

- **Συγκεκριμένοι (Specific):** Να είστε συγκεκριμένοι και σαφείς στον καθορισμό των στόχων σας. Για παράδειγμα, αντί να λέτε "βελτίωση της επίγνωσης", αναφέρετε τον συγκεκριμένο τομέα της επίγνωσης που θέλετε να βελτιώσετε.
- **Μετρήσιμοι (Measurable):** Οι στόχοι σας πρέπει να είναι μετρήσιμοι για να διαπιστωθεί αν τους έχετε επιτύχει ή όχι. Χωρίς μετρήσιμο αποτέλεσμα, ο στόχος σας είναι ελλιπής.
- **Εφικτοί (Attainable):** Βεβαιωθείτε ότι οι στόχοι σας είναι εφικτοί και ρεαλιστικοί με βάση τους διαθέσιμους πόρους. Είναι επίσης σημαντικό να εξετάσετε αν η πιθανή ανταμοιβή δικαιολογεί το κόστος της εκστρατείας δημοσίων σχέσεων για το κοινό-στόχο.
- **Σχετικοί (Relevant):** Βεβαιωθείτε ότι οι αλλαγές που επιδιώκετε είναι σχετικές με το κοινό-στόχο που προσπαθείτε να προσεγγίσετε, όχι μόνο με τον οργανισμό σας.
- **Δεσμευμένοι χρονικά (Time-bound):** Ορίστε προθεσμίες για την επίτευξη των στόχων σας. Οι βραχυπρόθεσμοι στόχοι μπορεί να επικεντρωθούν στη βελτίωση της γνώσης και της ευαισθητοποίησης, ενώ οι μακροπρόθεσμοι στόχοι μπορεί να αποσκοπούν στην επίτευξη αλλαγών στις στάσεις και τις συμπεριφορές.

Θέτοντας SMART στόχους για τις εκστρατείες δημοσίων σχέσεων, μπορείτε να διασφαλίσετε ότι οι προσπάθειές σας είναι στοχευμένες, μετρήσιμες και επικεντρωμένες στην επίτευξη απτών αποτελεσμάτων.

04

Επιλογή των κατάλληλων τακτικών δημοσίων σχέσεων

Όταν επιλέγετε τακτικές δημοσίων σχέσεων (PR), είναι σημαντικό να εξετάζετε κατά πόσο αυτές ευθυγραμμίζονται με την τοποθέτηση και την εικόνα που θέλετε να επιτύχετε για τον οργανισμό σας. Εάν δεν υποστηρίζουν αυτούς τους στόχους, είναι καλύτερο είτε να αλλάξετε την τακτική είτε να διαθέσετε πόρους αλλού. Οι παραδοσιακές προσεγγίσεις δημοσίων σχέσεων, όπως οι τηλεφωνικές σχέσεις και τα ακριβά δείπνα, δεν είναι πλέον οι μόνες διαθέσιμες επιλογές. Με την έλευση των νέων ψηφιακών πλατφορμών, υπάρχουν αμέτρητες νέες τακτικές δημοσίων σχέσεων που πρέπει να εξετάσετε.

Μερικές από τις πιο αποτελεσματικές τακτικές δημοσίων σχέσεων είναι:

- **Δελτία Τύπου:** Τα δελτία τύπου, αν και παραδοσιακά προορίζονται για μεγάλες ανακοινώσεις εταιρειών, έχουν γίνει βασικά εργαλεία επικοινωνίας στην ψηφιακή εποχή. Υπάρχουν πολλές συμβουλές και πρότυπα διαθέσιμα στο διαδίκτυο για όσους δεν έχουν εμπειρία στη σύνταξη δελτίων τύπου.
- **Ηλεκτρονικά άρθρα και θέσεις επισκεπτών:** Μπορούν να προσφέρουν πολύτιμες πληροφορίες για τις αξίες και τους στόχους του οργανισμού σας. Εκτός από την καθιέρωση της εταιρείας σας ως ηγέτη σκέψης, οι διαδικτυακές δημοσιεύσεις μπορούν επίσης να δημιουργήσουν συνδέσμους (backlinks) και να αυξήσουν την επισκεψιμότητα στον ιστότοπό σας.
- **Μάρκετινγκ μέσω Influencer:** Οι Influencers ασκούν όλο και μεγαλύτερη επιρροή στην καθοδήγηση της κοινής γνώμης σχετικά με το τι να αγοράσει κανείς και πού να το αγοράσει. Η συμπερίληψη του μάρκετινγκ μέσω influencers στο σχέδιο δημοσίων σχέσεων μπορεί να αποτελέσει ένα ισχυρό εργαλείο για τη σύνδεση με ένα ευρύτερο κοινό και την οικοδόμηση εμπιστοσύνης με τους πιθανούς πελάτες.



- **Επικοινωνία με τα μέσα ενημέρωσης:** Πώς και σε ποιον πρέπει να απευθυνθείτε. Η οικοδόμηση σχέσεων με τους βασικούς δημοσιογράφους και η ενημέρωση για τις προθεσμίες και τις προτιμήσεις τους είναι ζωτικής σημασίας.
- **Εταιρικά βίντεο και συνεντεύξεις:** Μπορεί να είναι ένας ισχυρός τρόπος για να οικοδομήσετε εμπιστοσύνη και να δημιουργήσετε ένα "πρόσωπο" για τον οργανισμό σας. Με την άνοδο των ψηφιακών πλατφορμών, αυτού του είδους τα βίντεο και οι συνεντεύξεις είναι πιο προσιτά από ποτέ.

Επιλέγοντας τις σωστές τακτικές δημοσίων σχέσεων, μπορείτε να επικοινωνήσετε αποτελεσματικά τις αξίες και τους στόχους του οργανισμού σας στο κοινό. Είτε επιλέγετε δελτία τύπου, άρθρα στο διαδίκτυο, μάρκετινγκ επιρροής, προσέγγιση μέσων ενημέρωσης ή εταιρικά βίντεο, το κλειδί είναι να ευθυγραμμίσετε τις τακτικές σας με τους στόχους δημοσίων σχέσεων και την επιθυμητή εικόνα της μάρκας σας.

05

Μέτρηση των αποτελεσμάτων

Η μέτρηση των αποτελεσμάτων του σχεδίου δημοσίων σχέσεων είναι ζωτικής σημασίας για την αξιολόγηση της αποτελεσματικότητάς του. Ακολουθούν ορισμένοι τρόποι για να μετρήσετε τα αποτελέσματά σας:

- **Μετρήσεις** - Παρακολουθήστε τα ποσοστά εμπλοκής, την επισκεψιμότητα του ιστότοπου και την εμβέλεια του κοινού, συμπεριλαμβανομένων των κοινοποιήσεων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Αυτό θα σας βοηθήσει να καταλάβετε πόσο μακριά φτάνουν τα μηνύματά σας.
- **Αίσθηση του brand** - Επισημάνετε τις αναφορές βασικών μηνυμάτων, τα αποσπάσματα και άλλα στοιχεία που υποστηρίζουν τη συγγένεια με το brand και το θετικό συναίσθημα. Αυτό θα σας βοηθήσει να μετρήσετε πώς γίνεται αντιληπτό το brand σας από το στοχευμένο κοινό σας.
- **Ανάλυση του ανταγωνισμού** - Αναλύστε πού εμφανίζονται οι άμεσοι ανταγωνιστές σας και εξασφαλίστε ότι το brand σας έχει ίσες, αν όχι περισσότερες, τοποθετήσεις. Αυτό θα σας βοηθήσει να μείνετε μπροστά από τους ανταγωνιστές σας και να διασφαλίσετε ότι το brand σας λαμβάνει την αναγνώριση που της αξίζει.

Οι μετρήσεις που επιλέγετε για τη μέτρηση των αποτελεσμάτων των δημοσίων σχέσεών σας μπορεί να ποικίλλουν ανάλογα με τους στόχους δημοσίων σχέσεων, τα ψηφιακά εργαλεία και τα διαθέσιμα δεδομένα. Αυτό που έχει μεγαλύτερη σημασία είναι να παρακολουθείτε πώς εκτελείται το σχέδιο δημοσίων σχέσεων και τι σημαίνει αυτό για τον οργανισμό σας. Τηρήστε το σχέδιο, αλλά να είστε ευέλικτοι όταν χρειάζεται για να επιτύχετε τα επιθυμητά αποτελέσματα.



Ακολουθεί παράδειγμα σχεδίου δημοσίων σχέσεων για μια ΜΚΟ:

Ερωτήσεις	Σημασία	Παράδειγμα σχεδίου εκστρατείας δημοσίων σχέσεων
ΤΙ	Ποιοι είναι ο στόχος και τα επιθυμητά αποτελέσματα;	Προώθηση του νεοσύστατου προγράμματος για την εκπαίδευση των νέων
ΠΟΙΟΣ	Ποιο είναι το κοινό σας; Ποιοι θα συμμετάσχουν στην υλοποίηση;	Στοχευμένο κοινό: Νέοι, εκπαιδευτικοί, εργαζόμενοι σε ΜΚΟ, γονείς
ΓΙΑΤΙ	Γιατί το οργανώνουμε;	Προώθηση του νεοσύστατου εκπαιδευτικού προγράμματος για τη νεολαία για την αύξηση των γνώσεων τους
ΠΟΤΕ	Ποιες είναι οι ημερομηνίες των εκδηλώσεων/εκστρατείας;	Κατά τη διάρκεια μερικών μηνών
ΠΟΥ	Πού θα πραγματοποιηθεί (online ή offline); Ποια πλατφόρμα; Πού θα προωθηθεί και ποια είναι τα στοχευμένα μέσα ενημέρωσης;	Offline: προώθηση σε σχολεία και κέντρα νεολαίας Online: TikTok, Instagram και Facebook Στοχευμένα σημεία πώλησης: ιστότοποι πληροφόρησης για τη νεολαία
ΠΩΣ	Διαχείριση διαδικασιών υλοποίησης και ευθύνης	Εκδηλώσεις που διοργανώνονται από τους διαχειριστές του έργου. Οργάνωση εκστρατείας προώθησης AD σε πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, απευθείας αποστολή ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και άμεσες προσκλήσεις σε ενδιαφερόμενους φορείς.



Καμπάνια κοινωνικής δικτύωσης

Μια εκστρατεία κοινωνικής δικτύωσης είναι μια συντονισμένη προσπάθεια μάρκετινγκ για την επίτευξη ενός επιχειρηματικού στόχου με τη χρήση μιας ή περισσότερων πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης. Σε αντίθεση με το καθημερινό περιεχόμενο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, οι καμπάνιες είναι πιο εστιασμένες, στοχευμένες και μετρήσιμες, με συγκεκριμένα αποτελέσματα που μπορούν να παρακολουθηθούν για μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο (π.χ. ένα μήνα). Η καμπάνια σας μπορεί να περιορίζεται σε ένα μόνο δίκτυο ή να εκτείνεται σε πολλές πλατφόρμες, συχνά με συγκεκριμένο θέμα.

Πριν από την έναρξη μιας καμπάνιας, είναι ζωτικής σημασίας να διαθέτετε τα κατάλληλα εργαλεία για την παρακολούθηση των μετρήσεων. Αρκετές δωρεάν εφαρμογές μάρκετινγκ κοινωνικών μέσων μπορούν να βοηθήσουν στην παρακολούθηση των κοινοποιήσεων, των retweets, των likes και των λέξεων-κλειδιών που σχετίζονται με την επωνυμία σας, όπως το HootSuite, το Social Mention και το Addictomatic. Μόλις δημιουργήσετε μια βασική γραμμή, καθορίστε τους στόχους σας και προγραμματίστε ένα οριστικό χρονοδιάγραμμα για την εκστρατεία, συμπεριλαμβανομένων των σταθερών ημερομηνιών έναρξης και λήξης. Αυτό είναι σημαντικό για τη διατήρηση του κόστους και της αποστολής υπό έλεγχο, καθώς και για τη σύγκριση των επιδόσεων πριν και μετά την εκστρατεία.

Βέλτιστες πρακτικές εκστρατείας κοινωνικής δικτύωσης

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να αποτελέσουν ένα ισχυρό εργαλείο για να επηρεάσουν τους ανθρώπους να αγοράσουν τα προϊόντα σας ή να χρησιμοποιήσουν τις υπηρεσίες σας. Ωστόσο, δεν αρκεί απλώς να δημοσιεύετε τακτικά περιεχόμενο. Η εκτέλεση διαφημίσεων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι απαραίτητη για να προσεγγίσετε νέους πελάτες και να προωθήσετε αποτελεσματικά τον οργανισμό σας. Ακολουθούν ορισμένες βέλτιστες πρακτικές για καμπάνιες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που θα σας βοηθήσουν να επιτύχετε περισσότερα κλικ, συμπάθειες, αγορές και ευαισθητοποίηση:

- **Action-gate:** Ενθαρρύνετε τους χρήστες να συμμετάσχουν στις αναρτήσεις σας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, κάνοντάς τους ερωτήσεις, διεξάγοντας δημοσκοπήσεις, ζητώντας κριτικές, διοργανώνοντας διαγωνισμούς ή προσκαλώντας τους να ενταχθούν σε λίστες αλληλογραφίας.
- **Παροχή κινήτρων:** Δώστε στο κοινό σας έναν λόγο για να παρέχει τις πληροφορίες του, προσφέροντάς του βραβεία, εκπτώσεις ή αποκλειστικό περιεχόμενο σε αντάλλαγμα για την προσοχή του.
- Κάντε τα **βραβεία σχετικά** με την οργάνωσή σας, αν διεξάγετε διαγωνισμό.
- **Ενεργητική επικοινωνία με το κοινό σας** καθ' όλη τη διάρκεια της εκστρατείας: Ανταποκριθείτε γρήγορα στις κριτικές και δώστε προσωπική προσοχή για να ενισχύσετε τις θετικές αλληλεπιδράσεις.
- **Πρωθήστε την καμπάνια σας** σε όλους τους λογαριασμούς κοινωνικής δικτύωσης, ακόμη και αν επικεντρώνεστε σε μία πλατφόρμα.
- **Χρησιμοποιήστε συνεκτική επωνυμία και γλώσσα** σε ολόκληρη την ηλεκτρονική σας παρουσία για να ενισχύσετε το μήνυμα της εκστρατείας. Συμπεριλάβετε την επωνυμία και τη γλώσσα της εκστρατείας στις επικεφαλίδες, τις σελίδες προορισμού και τις αρχικές σελίδες.

Ακολουθούν πέντε παραδείγματα εκστρατειών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που επικεντρώνονται σε ΜΚΟ και τους στόχους τους για την αύξηση της ευαισθητοποίησης σχετικά με τον σκοπό τους:

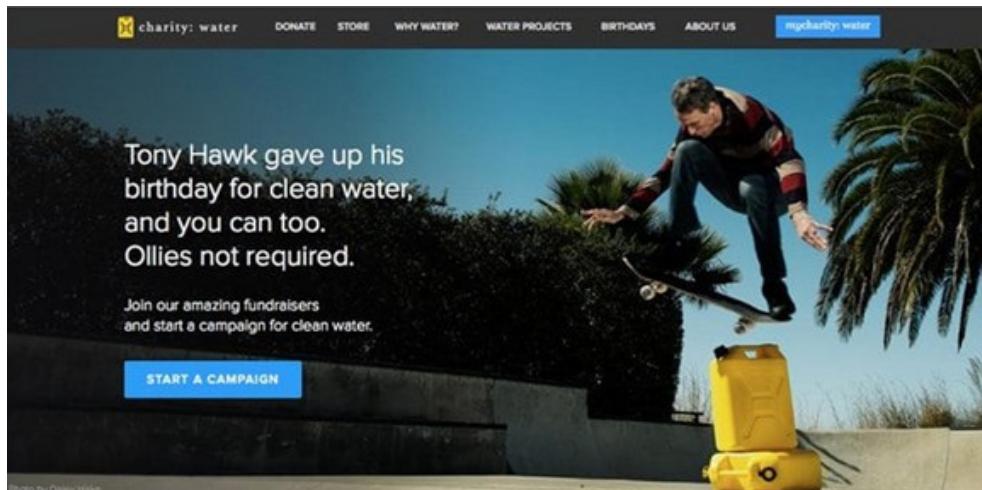
Εκστρατεία Σεπτεμβρίου - Φιλανθρωπικός σκοπός: Water

Φιλανθρωπικός σκοπός: Η Water είναι μια μη κερδοσκοπική εκστρατεία κοινωνικής δικτύωσης που αποδεικνύει πόσο βιώσιμες μπορούν να είναι οι εκστρατείες κοινωνικής δικτύωσης. Οι συμμετέχοντες στο πρόγραμμα συγκέντρωσαν πάνω από 1,8 εκατομμύρια δολάρια το 2015. Η εκστρατεία ζητούσε από τους ανθρώπους που γεννήθηκαν τον Σεπτέμβριο να προσκαλέσουν φίλους και συγγενείς να κάνουν δωρεά στο Φιλανθρωπικό σκοπό: Νερό αντί να αγοράσουν δώρα και να μοιραστούν αυτή την ιστορία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.



Η εκστρατεία αυτή αναδεικνύει τη δύναμη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ως μέσο διαφήμισης από στόμα σε στόμα. Όταν οι άνθρωποι βλέπουν τον αντίκτυπο των δωρεών που κάνουν οι φίλοι, οι συγγενείς και οι γνωστοί τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, αυτό τους εμπνέει να συνεισφέρουν και αυτοί.

Μπορείτε να βρείτε περισσότερες πληροφορίες σχετικά με το Φιλανθρωπικός σκοπό: Water και τις καμπάνιες τους στη διεύθυνση <https://www.charitywater.org/>.



Ώρα της Γης - Παγκόσμιο Ταμείο για τη Φύση

Το Παγκόσμιο Ταμείο για τη Φύση (WWF) διοργάνωσε την εκστρατεία κοινωνικής δικτύωσης "Η ώρα της Γης". Κάθε Μάρτιο, η "Ώρα της Γης" καλεί τους ιδιώτες και τις επιχειρήσεις να σβήσουν τα φώτα τους για μία ώρα για να συμβολίσουν την αφοσίωσή τους στην καταπολέμηση της κλιματικής αλλαγής. Το 2017, η Ώρα της Γης γιόρτασε τη 10η επέτειό της και 187 χώρες και εδάφη συμμετείχαν στην πιο επιτυχημένη μέχρι σήμερα εκστρατεία τους. Κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης, το WWF έγραψε 105 φορές στο Twitter, λαμβάνοντας περισσότερες από 23.800 αλληλεπιδράσεις και 3.200 αναφορές. Ένα από τα καλύτερα μέρη της εκστρατείας ήταν το επώνυμο πλαίσιο στο Facebook, το οποίο έφτασε σε περισσότερα από 1.000.000 άτομα σε όλη την πλατφόρμα, επιτρέποντας στα άτομα να μοιραστούν τις δικές τους εκπληκτικές ιστορίες με τους φίλους και την οικογένειά τους.

Συνολικά, η Ώρα της Γης αποδεικνύει πώς τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την κινητοποίηση ενός παγκόσμιου κοινού γύρω από ένα συγκεκριμένο σκοπό και πώς μια απλή αλλά ισχυρή πρόσκληση για δράση μπορεί να εμπνεύσει άτομα και επιχειρήσεις να αναλάβουν δράση για την κλιματική αλλαγή.

<https://www.earthhour.org/>





Θα προτιμούσατε...; - DoSomething.org

Το DoSomething.org είναι ένας μεγάλος μη κερδοσκοπικός οργανισμός υπό την ηγεσία των νέων που βοηθά τις κοινότητες με τα πάντα, από την εγγραφή ψηφοφόρων μέχρι τη δωρεά ρούχων και τον καθαρισμό του περιβάλλοντος. Δεδομένου ότι το μεγαλύτερο μέρος του κοινού-στόχου τους είναι νέοι, αποφάσισαν να ξεκινήσουν μια καμπάνια SMS, στέλνοντας μηνύματα κειμένου με ερωτήσεις "Θα προτιμούσατε;". Για παράδειγμα, στον παραλήπτη παρουσιάζονταν δύο σενάρια, το ένα προωθούσε την παραγωγή χρημάτων και το άλλο την εξοικονόμηση χρημάτων. Αφού απαντούσε, θα του προσφερόταν ένας σύνδεσμος για περισσότερες συμβουλές εξοικονόμησης χρημάτων. Υπήρχαν και άλλα κίνητρα, για παράδειγμα, οι συμμετέχοντες που μοιράζονταν το παιχνίδι με φίλους θα έπαιρναν μέρος σε μια κλήρωση.

Η εκστρατεία αυτή αποτελεί ένα εξαιρετικό παράδειγμα ενός οργανισμού που κατανοεί τα μέσα με τα οποία το κοινό-στόχος του προτιμά να επικοινωνεί. Κατά την ανάπτυξη μιας στρατηγικής επικοινωνίας για ένα μη κερδοσκοπικό οργανισμό, είναι σημαντικό να εξετάσετε ποιες πλατφόρμες ή συσκευές χρησιμοποιεί το κοινό σας σε καθημερινή βάση και πώς μπορείτε να αξιοποιήσετε αυτά τα κανάλια για να συνδεθείτε μαζί του. Το μάρκετινγκ με γραπτά μηνύματα/SMS μπορεί να αποτελέσει εξαιρετικό συμπλήρωμα άλλων ψηφιακών προσπαθειών μάρκετινγκ.

<https://www.dosomething.org/us>



Γίνετε συναισθηματικοί για να γίνετε viral- Save The Children

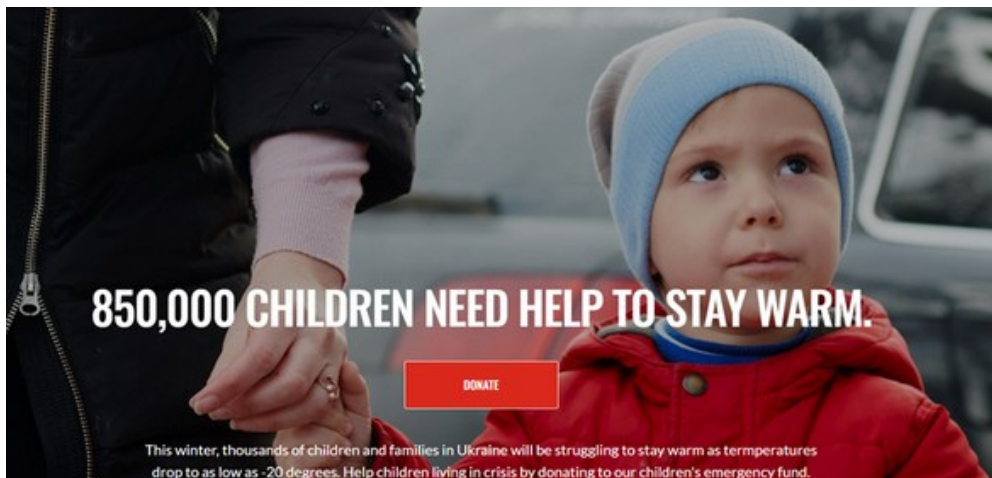
Η Save the Children είναι ένας οργανισμός με έδρα το Ηνωμένο Βασίλειο που εργάζεται για τη βελτίωση της ζωής και της ευημερίας των παιδιών παγκοσμίως, ιδίως των ιδιαίτερα ευάλωτων παιδιών στις εμπόλεμες ζώνες. Ωστόσο, μπορεί να είναι δύσκολο να δημιουργηθεί μια συναισθηματική σύνδεση με πιθανούς δωρητές που αισθάνονται αποκομμένοι από το θέμα λόγω γεωγραφικής απόστασης. Για να ξεπεράσει αυτή την πρόκληση, η Save the Children δημιούργησε ένα βίντεο που βάζει ένα παιδί από τη Δύση στη θέση ενός παιδιού από μια εμπόλεμη ζώνη. Αυτό το βίντεο προκαλεί έντονα συναισθήματα, όπως συμπάθεια και θλίψη, και βοηθά στην αύξηση των δωρεών, της ευαισθητοποίησης και των κοινοποιήσεων του βίντεο.

Η δημιουργία viral βίντεο είναι δυνατή για μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς με μικρό προϋπολογισμό. Με τις δυνατότητες εγγραφής των smartphones και το προσιτό λογισμικό επεξεργασίας βίντεο, είναι εύκολο να δημιουργηθούν κομψά βίντεο που είναι ιδανικά για τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Ωστόσο, ο σχεδιασμός ενός viral βίντεο απαιτεί περισσότερα από έναν καλό εξοπλισμό εγγραφής και λογισμικό επεξεργασίας. Ο Jamie Salvatori, ένας δημιουργικός επιχειρηματίας, προτείνει ότι το κλειδί για ένα επιτυχημένο viral βίντεο είναι η δημιουργία μιας συναισθηματικής αφήγησης που απευθύνεται στο συμφέρον του θεατή.



Ενθαρρύνοντας τους ανθρώπους να δείξουν στους κύκλους τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ότι νοιάζονται, μπορείτε να δημιουργήσετε ένα βίντεο που προκαλεί έντονα συναισθήματα και παρακινεί τους ανθρώπους να το μοιραστούν με τον κόσμο. <https://www.savethechildren.net/>



#MeToo - Just Be

Το #MeToo ήταν μια από τις πιο επιτυχημένες και απροσδόκητες μη κερδοσκοπικές εκστρατείες κοινωνικής δικτύωσης του 2017. Έγινε μια κραυγή συσπείρωσης κατά της σεξουαλικής επίθεσης και παρενόχλησης. Ωστόσο, πρέπει να πάμε πίσω στο 2007, όταν η Tarana Burke, η ιδρύτρια του μη κερδοσκοπικού οργανισμού Just Be Inc. ξεκίνησε την αρχική εκστρατεία #MeToo. Το κίνημα είχε ως στόχο να προσφέρει "ενδυνάμωση μέσω της ενσυναίσθησης" σε επιζώντες σεξουαλικής κακοποίησης, επίθεσης, εκμετάλλευσης και παρενόχλησης.

Το 2017, η ηθοποιός Αλίσια Μιλάνο έγραψε στο Twitter για την εκστρατεία και μέσα σε λίγες ημέρες εκατομμύρια γυναίκες και άνδρες χρησιμοποίησαν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να μοιραστούν τις δικές τους εμπειρίες κακοποίησης. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα η εκστρατεία να γίνει μια από τις πιο σημαντικές και αποτελεσματικές εκστρατείες κοινωνικής δικτύωσης των τελευταίων χρόνων.

Αυτό που καταδεικνύει το #MeToo είναι η δύναμη της αυθεντικότητας και η σημασία του να ακούμε τις φωνές όσων πλήττονται από ένα συγκεκριμένο ζήτημα. Η καμπάνια προετοιμαζόταν για μια δεκαετία πριν φτάσει στο μέγιστο των δυνατοτήτων της, αλλά ο αντίκτυπος που είχε έγινε αισθητός παγκοσμίως. Για τους μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς που επιθυμούν να δημιουργήσουν καμπάνιες με αντίκτυπο, είναι σημαντικό να δώσουν προτεραιότητα στην αυθεντικότητα και να ακούσουν πραγματικά τους ανθρώπους που επηρεάζονται από το εκάστοτε θέμα.





4.4. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ, ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΛΑΒΕΤΕ ΥΠΟΨΗ ΣΑΣ

Για να πετύχετε στις δημόσιες σχέσεις, πρέπει να είστε ιδιαίτερα δημιουργικοί και να αναπτύσσετε μοναδικές εκστρατείες που προσελκύουν το μέγιστο αριθμό ανθρώπων για τον σκοπό σας. Οι δημόσιες σχέσεις μπορούν να θεωρηθούν τόσο τέχνη όσο και επιστήμη, απαιτώντας δεξιότητες, γνώσεις και αποφασιστικότητα από όσους επιλέγουν να εργαστούν στον κλάδο. Αυτός ο τομέας συνδυάζει το συναίσθημα και τη λογική για την επίτευξη της επιτυχίας και μπορεί να είναι τόσο απαιτητικός όσο και ικανοποιητικός.

Για να διευκολύνουμε τη διαδικασία ένταξης σε αυτόν τον τομέα, σας παρέχουμε πρακτικά παραδείγματα επιτυχημένων εκστρατειών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που μπορούν να σας εμπνεύσουν να δημιουργήσετε τις δικές σας μοναδικές εκστρατείες. Χρησιμοποιώντας τις βέλτιστες πρακτικές και τις επιτυχίες του παρελθόντος ως σημείο εκκίνησης, μπορείτε να ξεκινήσετε το ταξίδι σας στις δημόσιες σχέσεις και τις κοινωνικές καμπάνιες με αυτοπεποίθηση.

4.5. ΧΡΗΣΙΜΕΣ ΠΗΓΕΣ

- Πώς να δημιουργήσετε μια στρατηγική δημοσίων σχέσεων
- 10 από τις κορυφαίες καμπάνιες κοινωνικής δικτύωσης του 2022
- 5 παραδείγματα μη κερδοσκοπικών στρατηγικών για τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης
- Μελέτη περίπτωσης: Charity Water



Κεφάλαιο 5

Διαχείριση εθελοντικού προγράμματος

Αποτελεσματικές ιδιότητες και μεθοδολογίες διαχείρισης έργων



5.1. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Οι πρωταρχικοί στόχοι αυτού του κεφαλαίου είναι:

- Κατανόηση του τι σημαίνει διαχείριση εθελοντών.
- Κατανόηση των καθηκόντων και των ευθυνών ενός διαχειριστή προγράμματος εθελοντών.
- Η συνειδητοποίηση των σημαντικών ιδιοτήτων που πρέπει να έχει ο διαχειριστής ενός εθελοντικού έργου.
- Καθορισμός και υλοποίηση της διαδικασίας διαχείρισης εθελοντών.

Η διαχείριση του προγράμματος εθελοντών είναι μια κρίσιμη πτυχή των επιτυχημένων προγραμμάτων εθελοντισμού. Ο καθορισμός και η εφαρμογή μιας διαδικασίας διαχείρισης των εθελοντών είναι απαραίτητη για να διασφαλιστεί ότι το έργο εκτελείται ομαλά και ότι οι εθελοντές δεσμεύονται και παρακινούνται καθ' όλη τη διάρκεια του έργου.

**Μια σταθερή
βάση για την
αποτελεσματική
διαχείριση των
εθελοντών είναι
απαραίτητη για
την επίτευξη
οργανωτικής
επιτυχίας.**

5.2. ΟΡΙΣΜΟΙ

Μεθοδολογία

Ένα σύστημα τρόπων με τους οποίους πραγματοποιείται, διδάσκεται ή μελετάται κάτι.

Διαχειριστής έργου

Κάποιος του οποίου η δουλειά είναι να σχεδιάζει ένα έργο ή μια δραστηριότητα και να οργανώνει την εργασία όλων των ατόμων που εμπλέκονται σε αυτήν.

5.3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ

Αυτό το κεφάλαιο θα σας βοηθήσει πρώτα να καταλάβετε τι είναι η διαχείριση προγράμματος εθελοντών. Θα περιγράψει ορισμένες από τις ευθύνες και τα καθήκοντα που εμπίπτουν σε αυτή τη θέση, καθώς και τις κύριες ιδιότητες που καθιστούν έναν σπουδαίο διαχειριστή εθελοντικών έργων. Τέλος, το κεφάλαιο αυτό θα εξηγήσει τη σημασία του καθορισμού και της εφαρμογής μιας διαδικασίας διαχείρισης εθελοντικών έργων και θα αναπτύξει ορισμένες κοινές πρακτικές, συμβουλές και στρατηγικές διαχείρισης.



Τι είναι η διαχείριση εθελοντών;

Η διαχείριση των εθελοντών περιλαμβάνει πολλά περισσότερα από την πρόσληψη και την εποπτεία των εθελοντών. Περιλαμβάνει επίσης τη δέσμευση και τη διατήρηση εθελοντών που μοιράζονται τους στόχους και τις αξίες του οργανισμού σας. Η ανάπτυξη μιας ισχυρής διαδικασίας διαχείρισης εθελοντών είναι απαραίτητη για τη δημιουργία ενός αποτελεσματικού και αποδοτικού προγράμματος εθελοντών που υποστηρίζει την αποστολή σας.

Η αποτελεσματική διαχείριση του προγράμματος είναι επίσης ζωτικής σημασίας για τη δημιουργία ενός υγιούς και παραγωγικού εργασιακού περιβάλλοντος. Με την εφαρμογή καλών πρακτικών διαχείρισης έργων, οι ομάδες μπορούν να εξοικονομούν χρόνο, να βελτιώνουν την επικοινωνία, να λαμβάνουν καλύτερες αποφάσεις και να επιτυγχάνουν καλύτερα αποτελέσματα.

Η διαχείριση εθελοντικού έργου επικεντρώνεται ειδικά στη διαχείριση μιας ομάδας εθελοντών. Αυτό περιλαμβάνει αρμοδιότητες όπως η πρόσληψη, η κατάρτιση, ο προγραμματισμός των βαρδιών και των ρόλων, η διατήρηση, η αναγνώριση και οι ανταμοιβές. Ένας επιτυχημένος διαχειριστής εθελοντικού έργου θα πρέπει να διαθέτει τα απαραίτητα προσόντα και τις δεξιότητες για να καθοδηγεί και να διαχειρίζεται αποτελεσματικά μια ομάδα εθελοντών για την επίτευξη των στόχων του οργανισμού.



Υποχρεώσεις και Αρμοδιότητες

Ένας διαχειριστής προγράμματος εθελοντών έχει ένα ευρύ φάσμα υποχρεώσεων και ευθυνών. Παρακάτω παρατίθενται ορισμένες από τις κύριες αρμοδιότητες που θα έχει ένας εθελοντής διαχειριστής έργου:

- Συλλογή και διαχείριση όλων των δεδομένων που σχετίζονται με τους εθελοντές, όπως τα στοιχεία επικοινωνίας, η διαθεσιμότητα και οι δεξιότητές τους.
- Σχεδιασμός των απαιτήσεων στελέχωσης, των ρόλων και των αρμοδιοτήτων των εθελοντών.
- Δημιουργία και διατήρηση του προγράμματος βάρδιας των εθελοντών.
- Έλεγχος και πρόσληψη νέων εθελοντών.
- Διαχείριση της εκπαίδευσης των εθελοντών.
- Επικοινωνία και συντονισμός με τους εθελοντές.
- Διαχείριση ή επίβλεψη των εθελοντών κατά τη διάρκεια των βάρδιας.
- Παρακολούθηση και υποβολή εκθέσεων σχετικά με τις ώρες των εθελοντών και άλλες βασικές μετρήσεις του προγράμματος.



Η αποτελεσματική διαχείριση των εθελοντών είναι καθοριστική για την επιτυχία κάθε οργανισμού ή μη κερδοσκοπικού οργανισμού. Τα καθήκοντα και οι ευθύνες ενός διαχειριστή εθελοντικών προγραμμάτων είναι απαραίτητα για τη διασφάλιση της αποτελεσματικής λειτουργίας ενός εθελοντικού προγράμματος και για τη μεγιστοποίηση του αντίκτυπου των εθελοντικών προσπαθειών για την επίτευξη των στόχων και της αποστολής του οργανισμού.

Σημαντικά προσόντα που πρέπει να έχει ένας Διαχειριστής Προγράμματος Εθελοντών

Όπως φαίνεται στην παραπάνω ενότητα, τα καθήκοντα και οι ευθύνες των διαχειριστών προγραμμάτων εθελοντών μπορεί να είναι αρκετά ποικίλα και πολλά απαιτούν άμεση αλληλεπίδραση με τους εθελοντές. Καθώς ένα μεγάλο μέρος της εργασίας ενός διαχειριστή εθελοντικών προγραμμάτων είναι η άμεση αλληλεπίδραση με την ομάδα εθελοντών που διαχειρίζεται, υπάρχουν ορισμένες ιδιότητες που μπορούν να διακρίνουν έναν σπουδαίο διαχειριστή εθελοντικών προγραμμάτων. Ορισμένες από τις ιδιότητες που ξεχωρίζουν περιλαμβάνουν:

ΙΣΧΥΡΕΣ ΗΓΕΤΙΚΕΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ

Η διαχείριση των εθελοντών απαιτεί έναν διευθυντή που μπορεί να δίνει το παράδειγμα και δεν πτοείται από την εργασία στην πρώτη γραμμή. Ωστόσο, είναι εξίσου σημαντικό για έναν διευθυντή να μπορεί να αναθέτει καθήκοντα και να δείχνει στην ομάδα του ότι έχει εμπιστοσύνη στις ικανότητές της.



**ΕΞΑΙΡΕΤΙΚΕΣ
ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ**

Εξαιρετικές δεξιότητες επικοινωνίας: Η ξεκάθαρη επικοινωνία αποτελεί βασικό μέρος κάθε επιτυχημένης ομάδας. Ένας καλός διαχειριστής εθελοντών κατανοεί τη σημασία της καθιέρωσης ανοικτής και σαφούς επικοινωνίας με την ομάδα του, της χρήσης ποικίλων μεθόδων επικοινωνίας και της ενεργούς ακρόασης των ανατροφοδοτήσεων.

ΠΕΡΙΕΡΓΕΙΑ

Ένας σπουδαίος διαχειριστής είναι περίεργος να γνωρίσει τον κάθε εθελοντή ξεχωριστά και τις μοναδικές του ανάγκες, προκειμένου να τον τοποθετήσει στη σωστή θέση ή ρόλο.

ΣΕΒΑΣΜΟΣ

Οι Υπεύθυνοι Προγραμμάτων Εθελοντών θα πρέπει να δημιουργούν μια φιλόξενη ατμόσφαιρα σεβασμού και κατανόησης των αναγκών των εθελοντών τους, αποφεύγοντας να είναι επικριτικοί ή αποδοκιμαστικοί.

ΔΕΣΜΕΥΣΗ

Ένας σπουδαίος διαχειριστής εθελοντικών προγραμμάτων γνωρίζει ότι η οικοδόμηση μιας αφοσιωμένης βάσης εθελοντών απαιτεί χρόνο και προσπάθεια και προσπαθεί να ισορροπήσει μεταξύ της πρόσληψης και της διατήρησης ενθουσιωδών εθελοντών.

ΟΡΓΑΝΩΣΗ

Οι διαχειριστές εθελοντικών προγραμμάτων πρέπει να παρακολουθούν πολλαπλές, διαφορετικές εργασίες, ενώ παράλληλα διαχειρίζονται όλους τους εθελοντές που συμμετέχουν στο έργο τους, καθιστώντας την οργάνωση βασικό συστατικό της επιτυχίας.

ΕΥΓΝΩΜΟΣΥΝΗ

Ένας σπουδαίος διαχειριστής εθελοντικών προγραμμάτων εκφράζει την ευγνωμοσύνη και την εκτίμηση για τη σκληρή δουλειά των εθελοντών του, παρέχοντας τακτικά ανατροφοδότηση και αναγνώριση για τη συμβολή τους. Βρίσκουν τρόπους να λένε "ευχαριστώ" και να κάνουν τους εθελοντές τους να αισθάνονται ότι εκτιμώνται και αναγνωρίζονται.



Ορισμός και εφαρμογή μιας διαδικασίας διαχείρισης εθελοντών

Πριν ξεκινήσετε οποιαδήποτε καθήκοντα διαχείρισης εθελοντικών προγραμμάτων, είναι σημαντικό να εφαρμόσετε μια σαφή διαδικασία ή διαδικασία διαχείρισης εθελοντικών προγραμμάτων, ώστε να διασφαλίσετε ότι δεν θα παραλείπονται σημαντικά βήματα.

Οι ακριβείς λεπτομέρειες της διαχείρισης του εθελοντικού έργου θα διαφέρουν ανάλογα με τις οργανωτικές και υλικοτεχνικές ανάγκες. Ωστόσο, υπάρχουν συνήθως κάποιες κοινές πρακτικές που μπορούν να εφαρμοστούν σε πολλές διαφορετικές ανάγκες και καταστάσεις. Παρακάτω παρατίθενται ορισμένες συμβουλές και στρατηγικές διαχείρισης που θα σας βοηθήσουν να καθορίσετε τη διαδικασία διαχείρισης των εθελοντών σας.

01 Δημιουργία σαφώς καθορισμένων εθελοντικών ρόλων

Η δημιουργία σαφώς καθορισμένων ρόλων έχει μεγάλη σημασία για κάθε οργανισμό. Εξασφαλίζει ότι αντιστοιχίζετε το σωστό άτομο στη σωστή θέση εργασίας. Το ίδιο ισχύει και για την αντιστοίχιση του σωστού εθελοντή με τη σωστή θέση ή ρόλο γι' αυτόν.

Μια περιγραφή ρόλων λειτουργεί ως οδηγός τόσο για τον διαχειριστή του έργου όσο και για τους εθελοντές ώστε να κατανοήσουν καλύτερα τις δεξιότητες και τις ευθύνες των καθηκόντων που συνδέονται με έναν συγκεκριμένο ρόλο.

Ακολουθούν τα βασικά σημεία που πρέπει να έχετε υπόψη σας κατά τη δημιουργία μιας σωστά καθορισμένης περιγραφής θέσης εργασίας ως μέρος της διαδικασίας διαχείρισης.

- **Ρόλος/Τίτλος θέσης:** Μπορεί να είναι περιγραφικός και περιεκτικός.
- **Περιγραφή ρόλου:** Αυτή θα πρέπει να είναι μια γενική περιγραφή μερικών προτάσεων που περιγράφει τι περιλαμβάνει ο ρόλος αυτός.
- **Καθήκοντα και αρμοδιότητες:** Κατάλογος των κύριων καθηκόντων και αρμοδιοτήτων που πρέπει να εκτελούνται για τη συγκεκριμένη θέση.
- **Δεξιότητες και προσόντα:** Κατάλογος των δεξιοτήτων και των προσόντων που απαιτούνται για την εκτέλεση των καθηκόντων και των υποχρεώσεων που περιγράφηκαν προηγουμένως. Εδώ θα πρέπει να αναφέρετε εάν απαιτούνται φυσικές, τεχνικές ή ειδικές δεξιότητες.
- **Πιστοποιήσεις:** Καθορίστε με σαφήνεια και απαριθμήστε τυχόν πιστοποιήσεις που είναι απαραίτητες για τον ρόλο (π.χ. έλεγχος ιστορικού, εκπαίδευση πρώτων βοηθειών, άδεια οδήγησης κ.λπ.)



02 Ανάπτυξη στρατηγικής προσλήψεων

Η πρόσληψη είναι ένας από τους βασικούς τομείς όταν πρόκειται να συνεργαστείτε με εθελοντές. Ως διαχειριστής εθελοντικών έργων, η πρόσληψη αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της εργασίας σας και είναι κάτι με το οποίο θα πρέπει να ασχολείστε συνεχώς. Ευτυχώς, υπάρχουν πολλοί τρόποι πρόσληψης εθελοντών, αλλά ένα σημαντικό στοιχείο που πρέπει να θυμάστε είναι να προσπαθήσετε να κάνετε τη διαδικασία όσο το δυνατόν πιο εύκολη. Αυτό θα ενθαρρύνει τους εθελοντές να συμμετάσχουν και όχι να τους τρομάξει.



Η δημιουργία μιας στρατηγικής προσλήψεων είναι κάτι που πρέπει να εξεταστεί προσεκτικά, καθώς αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της εργασίας με εθελοντές. Παρακάτω περιγράφονται ορισμένα στοιχεία προσέλευσης που μπορούν να εφαρμοστούν στις περισσότερες στρατηγικές πρόσληψης εθελοντών:



Διαδικασία εγγραφής

Φόρμα εγγραφής: Βεβαιωθείτε ότι η φόρμα εγγραφής σας έχει ρυθμιστεί με τρόπο που να συλλέγει όλες τις σχετικές πληροφορίες που μπορεί να χρειαστείτε για να αντιστοιχίσετε έναν εθελοντή σε έναν ρόλο. Χρησιμοποιήστε τις περιγραφές ρόλων που έχετε δημιουργήσει για να βεβαιωθείτε ότι δεν λείπουν πληροφορίες από τη φόρμα εγγραφής.



Σχέδιο μάρκετινγκ προσλήψεων

Η δημιουργία ενός σχεδίου προσλήψεων δεν χρειάζεται να είναι δύσκολη, αλλά είναι σημαντικό να έχετε κατά νου ότι είναι καλύτερο να ακολουθήσετε μια πολυκαναλική προσέγγιση προκειμένου να προσεγγίσετε όσο το δυνατόν περισσότερους ανθρώπους. Είναι επίσης σημαντικό να βεβαιωθείτε ότι οι άνθρωποι έχουν τη δυνατότητα να εγγραφούν ως εθελοντές μέσω διαφορετικών μέσων. Πολλοί άνθρωποι που γνωρίζουν την οργάνωσή σας και ενδιαφέρονται να εγγραφούν ως εθελοντές θα μεταβούν πιθανότατα στον ιστότοπό σας. Επομένως, είναι ζωτικής σημασίας να διασφαλίσετε ότι υπάρχει μια σελίδα εθελοντών με φύλλο εγγραφής διαθέσιμη και εύκολα προσβάσιμη στον ιστότοπό σας. Επιπλέον, είναι σημαντικό να δημιουργήσετε ένα μήνυμα μάρκετινγκ που να παρακινεί, να εμπνέει και να ενθαρρύνει τους ανθρώπους να κάνουν το επόμενο βήμα για να γίνουν εθελοντές. Οι άνθρωποι γίνονται εθελοντές για να υποστηρίξουν και να εργαστούν για κάτι στο οποίο πιστεύουν. Στο μήνυμα μάρκετινγκ προς τους εθελοντές σας, προσπαθήστε να ενσωματώσετε εντυπωσιακές αφηγήσεις, στατιστικά στοιχεία που δείχνουν τον αντίκτυπο που μπορούν να έχουν οι εθελοντές μέσω του εθελοντισμού στον οργανισμό σας και τελικά πώς μπορούν να συμβάλουν στο γενικότερο καλό του κόσμου ή της κοινότητας.

Ανακοίνωση

Αφού καταρτίσετε το σχέδιο μάρκετινγκ προσλήψεων και αναπτύξετε το μήνυμα μάρκετινγκ, είναι καιρός να προσπαθήσετε να φτάσετε με αυτό σε όσο το δυνατόν περισσότερους ανθρώπους. Φροντίστε να αξιοποιήσετε όσο το δυνατόν περισσότερα κανάλια, ιδίως στο διαδίκτυο. Υπάρχουν πολλά δωρεάν κανάλια που θα πρέπει να εξετάσετε και να χρησιμοποιήσετε προτού πληρώσετε για οποιαδήποτε διαφήμιση. Ορισμένα κανάλια που πρέπει να εξετάσετε τη διάδοση του μηνύματος μάρκετινγκ σας για να προσεγγίσετε περισσότερους εθελοντές είναι τα εξής



- Ιστοσελίδα: Βεβαιωθείτε ότι οι ευκαιρίες εθελοντισμού εμφανίζονται στην αρχική σελίδα της ιστοσελίδας του οργανισμού σας.
- Μέσα κοινωνικής δικτύωσης: Βεβαιωθείτε ότι έχετε ενεργή παρουσία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Στείλτε τα μηνύματα πρόσληψής σας σε πολλές πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης και ενθαρρύνετε τους ανθρώπους να αλληλεπιδρούν με τις αναρτήσεις σας και να μοιράζονται το περιεχόμενό σας.
- Ομότιμοι προς ομοτίμους: Αξιοποιήστε το ήδη καθιερωμένο κοινωνικό δίκτυο του προσωπικού και των εθελοντών σας, ζητώντας τους να μοιραστούν τις επερχόμενες ευκαιρίες εθελοντισμού στις δικές τους πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, απευθυνόμενοι στο δικό τους δίκτυο.
- Τοπικά μέσα ενημέρωσης: Στείλτε ένα δελτίο τύπου στα τοπικά σας μέσα ενημέρωσης, ζητώντας τους να κοινοποιήσουν την ευκαιρία εθελοντισμού του οργανισμού σας.



03 Καθιέρωση σαφών γραμμών επικοινωνίας

Η σαφής επικοινωνία αποτελεί κρίσιμη πτυχή της αποτελεσματικής διαχείρισης, ιδίως για τη διαχείριση των εθελοντών. Όταν δεν υπάρχει σαφής επικοινωνία, μπορεί να οδηγήσει σε σύγχυση, η οποία μπορεί να έχει άμεσο αντίκτυπο στη διατήρηση των εθελοντών στο πρόγραμμά σας. Μπορεί να είναι απογοητευτικό για τους εθελοντές να αισθάνονται ότι παραμένουν στο σκοτάδι ή ότι τους δίνονται λανθασμένες πληροφορίες.

Για την καθιέρωση καλής επικοινωνίας μεταξύ της διαχείρισης του προγράμματος και των εθελοντών, είναι σημαντικό να επενδύσετε σε ένα καλό εργαλείο επικοινωνίας. Το εργαλείο επικοινωνίας θα πρέπει να επιτρέπει την ανακοίνωση έκτακτων περιστατικών, αλλαγών βάρδιας και άλλων σημαντικών πληροφοριών. Ανεξάρτητα από το ποιο εργαλείο επικοινωνίας επιλέγει ο διαχειριστής του εθελοντικού έργου, η αμφίδρομη επικοινωνία μεταξύ των εθελοντών και του διαχειριστή είναι απαραίτητη. Η επικοινωνία είναι ζωτικής σημασίας για την προώθηση της ουσιαστικής δέσμευσης των εθελοντών.

04 Ευχαριστήστε τους εθελοντές σας

Είναι σημαντικό να αναγνωρίζετε και να δείχνετε ευγνωμοσύνη για το χρόνο και την προσπάθεια που οι εθελοντές προσφέρουν στον οργανισμό ή το έργο σας. Όταν οι εθελοντές αισθάνονται ότι ο χρόνος τους θεωρείται δεδομένος ή ότι δεν εκτιμάται επαρκώς, αυτό μπορεί να προκαλέσει απογοήτευση και να τους οδηγήσει στο να προσφέρουν εθελοντική εργασία αλλού.

Μικρές ενέργειες μπορούν να έχουν μεγάλο αντίκτυπο. Κάτι τόσο απλό όσο το να ευχαριστείτε τους εθελοντές στο τέλος της βάρδιας τους για τη συνεισφορά τους ή να οργανώνετε μια κοινωνική συγκέντρωση όπου όλοι θα βρεθούν μαζί μπορεί να βοηθήσει στη διατήρηση των κινήτρων στην ομάδα των εθελοντών σας. Οποιοσδήποτε τρόπος με τον οποίο ένας υπεύθυνος εθελοντικού έργου δείχνει ευγνωμοσύνη στους εθελοντές μπορεί να βελτιώσει σημαντικά την εργασιακή ατμόσφαιρα και να αυξήσει τη διατήρηση των εθελοντών.





5.4. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ, ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΛΑΒΕΤΕ ΥΠΟΨΗ ΣΑΣ

Ως διαχειριστής εθελοντικών προγραμμάτων, είτε διαχειρίζεστε μια μικρή είτε μια μεγάλη ομάδα εθελοντών, είναι απαραίτητο να έχετε ένα καλά μελετημένο και οργανωμένο σχέδιο διαχείρισης. Η θέση του διαχειριστή εθελοντικού έργου περιλαμβάνει πολλές ευθύνες και καθήκοντα, τα οποία μπορεί να φαίνονται εκφοβιστικά και συντριπτικά στην αρχή. Ωστόσο, όπως φαίνεται στο παραπάνω κεφάλαιο, υπάρχουν πολλά βήματα που μπορούν να βοηθήσουν στην οργάνωση των καθηκόντων και να κάνουν τα πράγματα να κυλήσουν πιο ομαλά. Πάνω απ' όλα, η θέση του διαχειριστή εθελοντικού έργου μπορεί να είναι πραγματικά παρακινητική και επιδραστική, ειδικά αν είστε παθιασμένοι με τη δουλειά που κάνετε εσείς και η ομάδα εθελοντών σας!



5.5. ΧΡΗΣΙΜΕΣ ΠΗΓΕΣ

- Μεθοδολογία
- Διαχειριστής προγράμματος
- Κορυφαία 10 εκπαιδευτικά προγράμματα διαχείρισης εθελοντών καθώς και βασικές πηγές
- Διαχείριση εθελοντών: Πώς να αναπτύξετε ένα ελκυστικό πρόγραμμα



Ενότητα 6

Λογισμικό διαχείρισης εθελοντών

Μια καλύτερη και αποτελεσματικότερη διαδικασία διαχείρισης εθελοντών



6.1. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Οι πρωταρχικοί στόχοι αυτού του κεφαλαίου είναι:

- Επεξήγηση του λογισμικού διαχείρισης εθελοντών.
- Κατανόηση των πλεονεκτημάτων ενός λογισμικού διαχείρισης εθελοντών.
- Επιλογή του κατάλληλου λογισμικού διαχείρισης.
- Κατανόηση της χρήσης των εργαλείων που μπορούν να χρησιμοποιηθούν από τις οργανώσεις.

Το λογισμικό διαχείρισης εθελοντών είναι σημαντικό για τις ΜΚΟ επειδή συμβάλλει στον εκσυγχρονισμό και την αυτοματοποίηση των διαδικασιών διαχείρισης εθελοντών, διευκολύνοντας την πρόσληψη, τον προγραμματισμό, την παρακολούθηση και την επικοινωνία με τους εθελοντές. Αυτό εξοικονομεί χρόνο και πόρους, βελτιώνει τη δέσμευση των εθελοντών και επιτρέπει στον οργανισμό να επικεντρωθεί στην αποστολή και τους στόχους του.

Η επιλογή του κατάλληλου λογισμικού διαχείρισης εθελοντών είναι σημαντική για να διασφαλιστεί ότι ανταποκρίνεται στις ανάγκες του οργανισμού.

6.2. ΟΡΙΣΜΟΙ



Λογισμικό διαχείρισης εθελοντών

Το λογισμικό διαχείρισης εθελοντών είναι ένα διοικητικό εργαλείο που βοηθά τους οργανισμούς σε διάφορες εργασίες σχετικά με την ομαλή λειτουργία της διαχείρισης εθελοντών.

6.3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ

01 Εισαγωγή

Οι εθελοντές διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο σε πολλές οργανώσεις και η συμβολή τους είναι απαραίτητη για την επίτευξη των στόχων της οργάνωσης. Ωστόσο, η διαχείριση των εθελοντών μπορεί να αποτελέσει πρόκληση, ιδίως αν δεν είστε επαρκώς προετοιμασμένοι για το συγκεκριμένο έργο.



Οι διαχειριστές εθελοντών συμμετέχουν σε κάθε βήμα του συστήματος διαχείρισης εθελοντών. Απαιτείται πολλαπλή εργασία και μπορεί να γίνει δύσκολη η διαχείριση οποιουδήποτε αριθμού εθελοντών χωρίς να υπάρχει ένα κατάλληλο σύστημα που να μπορεί να υποστηρίξει την ομάδα διαχείρισης για καλύτερο και πιο ελεγχόμενο συντονισμό. Στον 21ο αιώνα, τίποτα δεν έχει επηρεάσει περισσότερο την καθημερινή μας ζωή από τη νέα τεχνολογία. Αναμφίβολα, οι οργανισμοί θα την εκμεταλλευτούν πλήρως για να υιοθετήσουν ένα λογισμικό/εργαλείο που θα τους επιτρέψει να ελέγχουν τις βάσεις δεδομένων των εθελοντών τους.

Μπορεί επίσης να θεωρηθεί ως ένα σύστημα υποστήριξης μεταξύ των διαχειριστών εθελοντών και των εθελοντών, το οποίο θα τους επιτρέψει να έχουν μια ανοιχτή επικοινωνία και δεύτερον θα επιτρέψει στις οργανώσεις να λειτουργούν ομαλά. Οι εθελοντές προσφέρουν τον ελεύθερο χρόνο τους για να υποστηρίξουν ενεργά και να προωθήσουν τον σκοπό ενός οργανισμού - οι οργανισμοί θα πρέπει να κάνουν κάθε βήμα για να κάνουν αυτόν τον χρόνο όσο το δυνατόν πιο αποτελεσματικό.

Κατά τη διάρκεια αυτού του κεφαλαίου, θα διερευνήσουμε τον καθοριστικό ρόλο του λογισμικού διαχείρισης εθελοντών στην ενδυνάμωση των οργανώσεων ώστε να μεγιστοποιήσουν τον αντίκτυπο των εθελοντών τους, προσφέροντας πληροφορίες σχετικά με τα οφέλη αυτής της τεχνολογίας τόσο για τις οργανώσεις όσο και για τους εθελοντές, και θα μοιραστούμε παραδείγματα βέλτιστων πρακτικών και εργαλείων για την υποστήριξη της αποτελεσματικής διαχείρισης εθελοντών.



02 Τι είναι το λογισμικό διαχείρισης εθελοντών;

Το λογισμικό διαχείρισης εθελοντών είναι ένα διοικητικό εργαλείο που βοηθά τους οργανισμούς σε διάφορες εργασίες σχετικά με την ομαλή λειτουργία της διαχείρισης εθελοντών. Είναι σημαντικό για έναν οργανισμό να επιλέξει το κατάλληλο σύστημα λογισμικού που θα κρατήσει την ομάδα διαχείρισης οργανωμένη και θα της επιτρέψει να διαχειριστεί αποτελεσματικά τους διαθέσιμους πόρους.

2.1. Ποια είναι τα πλεονεκτήματα ενός λογισμικού διαχείρισης εθελοντών;

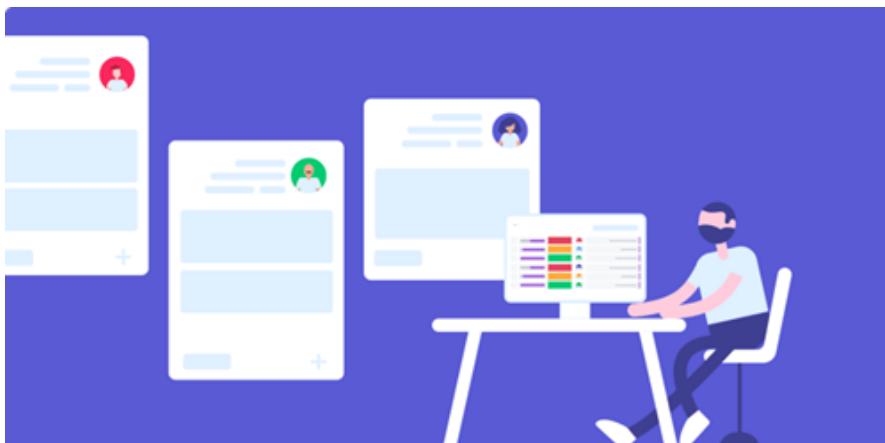
Οι εθελοντές διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο σε πολλές οργανώσεις και η συμβολή τους είναι απαραίτητη για την επίτευξη των στόχων της οργάνωσης. Ωστόσο, η διαχείριση των εθελοντών μπορεί να αποτελέσει πρόκληση, ιδίως αν δεν είστε επαρκώς προετοιμασμένοι για το συγκεκριμένο έργο.

- Ένα σύστημα λογισμικού μπορεί να ομαδοποιήσει τους εθελοντές ανάλογα με τη διαθεσιμότητά τους, την ηλικία, το φύλο, τη γεωγραφική τους θέση, τα χρόνια υπηρεσίας, την εμπειρία και άλλες προσαρμοσμένες κατηγορίες που επιλέγει ο οργανισμός.
- Ένα σύστημα λογισμικού μπορεί να βοηθήσει τους οργανισμούς στην πρόσληψη εθελοντών, στις ενότητες επιβίβασης/εκπαίδευσης, στον προγραμματισμό, στην προβολή, στην παρακολούθηση, στην επικοινωνία και στη συμμόρφωση.



Το λογισμικό καθιστά όλα τα παραπάνω απλά και προσιτά με ένα μόνο κλικ σε μια πλατφόρμα, χωρίς να ξοδεύετε πολύ χρόνο για την επικοινωνία μέσω τηλεφώνου, την καταγραφή των στοιχείων των εθελοντών σε λογιστικά φύλλα και αρχεία Excel. Μπορεί επίσης να βοηθήσει τους οργανισμούς να ταξινομήσουν κατηγορίες, να τρέξουν ή να δημιουργήσουν αναφορές με βάση συνδυασμούς κάθε πεδίου που αναφέρθηκε. Βοηθά επίσης τη διοίκηση να ολοκληρώσει περίπλοκες εργασίες, να κάνει ενημερώσεις και να θέσει υπενθυμίσεις για σημαντικές ημερομηνίες, εκδηλώσεις κ.λπ.

Η ύπαρξη ενός κατάλληλου λογισμικού διαχείρισης εθελοντών μπορεί να βοηθήσει τις οργανώσεις να επιτύχουν τους στόχους τους και να βελτιώνουν συνεχώς τις λειτουργίες τους.





2.2. Πώς επωφελούνται οι εθελοντές από το λογισμικό διαχείρισης εθελοντών;

Μερικές φορές μπορεί να είναι δύσκολο για τους ανθρώπους να κάνουν το πρώτο βήμα προς τον εθελοντισμό. Είναι ωφέλιμο για τους οργανισμούς να διαθέτουν λογισμικό διαχείρισης εθελοντών που μπορεί να φαίνεται ελκυστικό στους ανθρώπους που θέλουν να προσφέρουν εθελοντική εργασία.



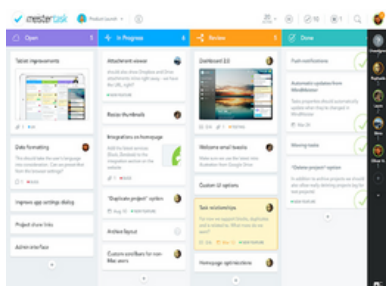
- Οι άνθρωποι θα αισθάνονται **ενθουσιασμένοι** για να ξεκινήσουν τον εθελοντισμό με την εκπαίδευση που θα λάβουν μέσω του λογισμικού σχετικά με τον οργανισμό, το πεδίο εφαρμογής του και τους τομείς στους οποίους μπορεί να χρειαστεί η βοήθειά τους.
- Θα αισθάνονται πιο **αφοσιωμένοι** και **κινητοποιημένοι** να αναλάβουν δράση, καθώς θα νιώθουν μέρος μιας κοινότητας.
- Ίσως νιώσουν **ενθαρρυμένοι** να συμμετάσχουν σε έργα και να ολοκληρώσουν εργασίες, καθώς θα μπορούν να αυτοπρογραμματίζονται και να βρίσκουν ρόλους που ταιριάζουν περισσότερο στο προφίλ τους. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί μόνο μέσω μιας πύλης όπου κάθε εθελοντής μπορεί να συνδεθεί στο σύστημα με στοιχεία πρόσβασης για να οργανώσει το πρόγραμμά του.
- Οι εθελοντές θα έχουν πάντα τις **πιο ακριβείς** και **τελευταίες πληροφορίες**, καθώς οι οργανισμοί θα τις εξασφαλίζουν μέσω του καναλιού επικοινωνίας του λογισμικού.
- Το λογισμικό διευκολύνει τους οργανισμούς να εμπλέκουν τους εθελοντές με **περιεχόμενο** και **ευκαιρίες εθελοντισμού** που έχουν πραγματικά σημασία για τους εθελοντές.

03

Επιλογή του κατάλληλου λογισμικού διαχείρισης εθελοντών

3.1. Παραδείγματα εργαλείων για τη διαχείριση των εθελοντών

Το πρώτο βήμα πριν από την επιλογή ή τη δημιουργία ενός προγράμματος εθελοντισμού είναι να προσδιοριστεί τι θέλει να επιτύχει ο οργανισμός. Είναι σημαντικό να χρησιμοποιηθεί προσαρμοσμένο και ολοκληρωμένο λογισμικό για την τμηματοποίηση του καταλόγου υποστηρικτών της οργάνωσης, την εξατομίκευση της δέσμευσης με τους εθελοντές, τον εκσυγχρονισμό της διαδικασίας υποβολής αιτήσεων εθελοντών και τη χρήση άλλων τεχνολογικών εργαλείων για την ενίσχυση της δέσμευσης των εθελοντών. Όλα τα λογισμικά που εξετάζονται θα πρέπει να καθιστούν τις καθημερινές λειτουργίες των εθελοντών ταχύτερες, ευκολότερες και πιο διαισθητικές.



MeisterTask: Αυτό το εργαλείο επιτρέπει στους οργανισμούς να δημιουργούν εύκολα έργα, να προσθέτουν μέλη ομάδων, να αναθέτουν εργασίες και να παρακολουθούν την πρόοδο σε μια ευέλικτη μορφή πίνακα που μπορεί να προσαρμοστεί για κάθε περίπτωση εργασίας. Διευκολύνει επίσης την επικοινωνία με τα μέλη της ομάδας, διευκολύνοντας τη διαχείριση των έργων και την οργάνωση.

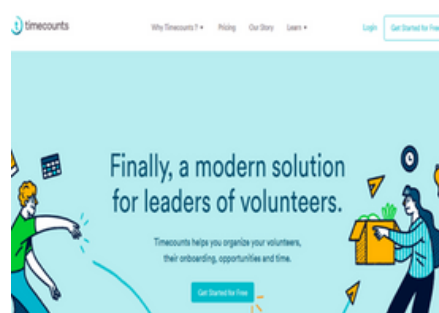
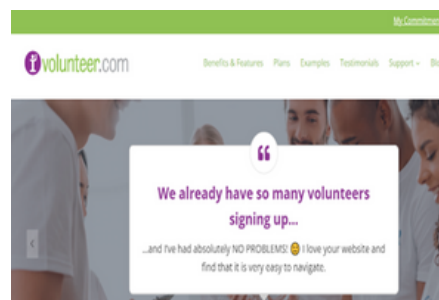
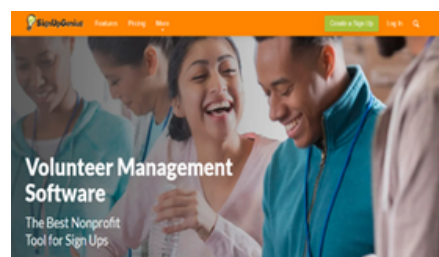


- **Galaxy Digital:** Αυτό το διαδικτυακό, φιλικό προς τα κινητά λογισμικό έχει σχεδιαστεί για να βοηθήσει τις εταιρείες να αναπτύξουν και να διαχειριστούν τον εθελοντισμό τους, να αυξήσουν την κοινοτική δέσμευση και να παρακολουθούν και να μοιράζονται τον αντίκτυπό τους. Παρέχει μια ενιαία πλατφόρμα για την προώθηση, τη διαχείριση, την εμπλοκή και την υποβολή εκθέσεων σχετικά με τον εθελοντισμό και την κοινοτική συμμετοχή ενός οργανισμού.
- **Τα Google Forms** έχουν γίνει ένα ευρέως χρησιμοποιούμενο ψηφιακό εργαλείο για τη συλλογή πληροφοριών από τους εθελοντές, κυρίως κατά το στάδιο της εγγραφής, αλλά και για τη φάση της παρακολούθησης και αξιολόγησης. Η συλλογή βιογραφικών σημειωμάτων και εντύπων αίτησης μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου παρουσιάζει δυσκολίες τόσο για τον υπεύθυνο πρόσληψης όσο και για τον αιτούντα, καθώς η διαδικασία είναι αρκετά χρονοβόρα, τα έγγραφα είναι δύσκολο να δημιουργηθούν και συχνά αποθαρρύνουν τους νέους από το να υποβάλουν αίτηση, καθώς έρχονται σε διαφορετικές μορφές, μεγέθη και διάφορες διευθύνσεις ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και πρέπει να μεταφορτωθούν και να ομαδοποιηθούν. Χάρη στα Google Forms, οι ΜΚΟ μπορούν να συλλέγουν πληροφορίες ταχύτερα και να χειρίζονται και να αναλύουν τα δεδομένα απευθείας σε λογιστικά φύλλα χωρίς επιπλέον κόστος. Εάν διατηρήσουν το ερωτηματολόγιο απλό αλλά σχετικό (με σύντομες και σαφείς ερωτήσεις, με πολλαπλές επιλογές) και εκτιμήσουν τον χρόνο που απαιτείται για τη συμπλήρωσή του, μπορούν να εμπλακούν καλύτερα σε διάλογο με τους νέους.
- Οι **κλειστές ομάδες του Facebook** χρησιμοποιούνται γενικά από ΜΚΟ για την επικοινωνία με εθελοντές σε ένα συγκεκριμένο έργο. Οι κλειστές ομάδες λειτουργούν καλύτερα προκειμένου να διασφαλιστεί η προστασία των δεδομένων και να ενισχυθεί η εμπιστοσύνη εντός της ομάδας, καθώς δεν είναι αναζητήσιμες μέσω του Facebook, τα μέλη πρέπει να προσκληθούν ή να προστεθούν από ένα μέλος ή τον διαχειριστή, ανάλογα με τις ρυθμίσεις της ομάδας και μόνο αυτοί μπορούν να δουν το όνομα της ομάδας, ποιοι είναι στην ομάδα, την περιγραφή και τις ετικέτες της ομάδας ή τις ιστορίες σχετικά με την ομάδα στη ροή ειδήσεων. Ωστόσο, χρειάζεται ένας συντονιστής της ομάδας για να υποκινεί συνεχώς τα κίνητρα των μελών, να βεβαιώνεται ότι όλες οι δημοσιεύσεις είναι σχετικές, καθώς και να διαχειρίζεται τις συγκρούσεις, αν προκύψουν. Στην πραγματικότητα βοηθούν στην οικοδόμηση μιας διαδικτυακής κοινότητας. Χρησιμοποιείται επίσης από ΜΚΟ που συγκεντρώνουν εθελοντές από διαφορετικές περιοχές της κοινότητάς τους και με διαφορετικά ωράρια που συνεισφέρουν εξ αποστάσεως.





- Το **SignUpGenius** διευκολύνει τους μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς να προσλαμβάνουν εθελοντές, να συλλέγουν πληροφορίες, να αναθέτουν καθήκοντα και να διαχειρίζονται εθελοντές. Οι οργανισμοί μπορούν να συνδέσουν τους ιστότοπούς τους με τη φόρμα εγγραφής και η πλατφόρμα στέλνει αυτοματοποιημένες υπενθυμίσεις και μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου επιβεβαίωσης. Επιπλέον, χρησιμεύει ως βάση δεδομένων εθελοντών.
- Το VolunteerLocal είναι ένα φιλικό προς το χρήστη λογισμικό σχεδιασμένο για τους διαχειριστές εθελοντών. Προσφέρει απεριόριστη βάση δεδομένων και εφαρμογές εθελοντών, εργαλεία επικοινωνίας μέσω email και SMS, καθώς και μια εφαρμογή για κινητά τηλέφωνα για εθελοντές.
- Το **iVolunteer** είναι ένα εξαιρετικό σύστημα λογισμικού για τη διαχείριση των εγγραφών εθελοντών. Προσφέρει μια σειρά χαρακτηριστικών, όπως απεριόριστα φύλλα εγγραφής, ημερομηνίες και χρονοθυρίδες, προσαρμόσιμα φύλλα εγγραφής, εγγραφές από κινητά και επιτραπέζιες συσκευές, βάση δεδομένων εθελοντών και λεπτομερή αρχεία καταγραφής δραστηριοτήτων. Αξίζει να σημειωθεί ότι το iVolunteer έχει λάβει εξαιρετικές κριτικές από πραγματικούς χρήστες και θεωρείται εύκολο στη χρήση.
- Το **Timecounts** είναι ένα λογισμικό διαχείρισης εθελοντών που δημιουργήθηκε από διοργανωτές εθελοντών. Παρέχει μια ολοκληρωμένη λύση για τη διαχείριση εθελοντών, συμπεριλαμβανομένης της πρόσληψης, της οργάνωσης ευκαιριών και του προγραμματισμού βραχυπρόθεσμης και μακροπρόθεσμης εθελοντικής εργασίας. Το Timecounts προσφέρει μια βάση δεδομένων εθελοντών, η οποία παρέχει εύκολη πρόσβαση σε εγγραφές, καταγραφές χρόνου και δεσμεύσεις. Το Timecounts προγραμματίζει ευκαιρίες βραχυπρόθεσμου και μακροπρόθεσμου εθελοντισμού.



3.2. Καλές πρακτικές

Σε αυτή την ενότητα θα παρουσιαστούν δύο βασικά ψηφιακά εργαλεία που χρησιμοποιούνται από τους Mobility Friends για τη διαχείριση των εθελοντών. Με προσωπικό 28 υπαλλήλων και περισσότερους από 30 εθελοντές, ο οργανισμός βασίζεται σε αυτά τα εργαλεία για την αποτελεσματική διαχείριση των εθελοντών του.

Slack: Η Mobility Friends χρησιμοποιεί το Slack από το 2015 για την επικοινωνία και την εργασία έργων με τους εθελοντές της. Το Slack είναι ένα διαδικτυακό εργαλείο επικοινωνίας που επιτρέπει σε ομάδες ανθρώπων να στέλνουν μηνύματα μεταξύ τους και μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε υπολογιστή ή κινητή συσκευή με εφαρμογές.

Οι εργαζόμενοι και οι εθελοντές της Mobility Friends χρησιμοποιούν το Slack ως εφαρμογή ανταλλαγής μηνυμάτων και ως κοινόχρηστο χώρο εργασίας που βασίζεται στο cloud. Κάθε έργο έχει μια ξεχωριστή ομάδα Slack, όπως η ομάδα Slack των εθελοντών eSkills, όπου τα μέλη της ομάδας μπορούν να στέλνουν και να λαμβάνουν μηνύματα μεταξύ τους. Όλα τα μηνύματα που αποστέλλονται είναι συνήθως οργανωμένα ανά θέμα και τα άτομα μπορούν να επισημανθούν, ώστε να βλέπουν πότε αναφέρονται. Επιπλέον, μπορούν να μεταφορτωθούν αρχεία όπως έγγραφα Google ή Word και εικόνες. Το Slack είναι ιδιαίτερα χρήσιμο για τη διαδικτυακή εθελοντική εργασία επειδή:

- Οι εθελοντές και το αμειβόμενο προσωπικό μπορούν να εργάζονται εξ αποστάσεως.
- Οι εθελοντές μπορούν να εργάζονται σε διαφορετικές ημέρες και δεν χρειάζεται να αλληλεπιδρούν αυτοπροσώπως.
- Το Slack επιτρέπει τη συνομιλία σε πραγματικό χρόνο, προωθώντας την εμπλοκή των εθελοντών σε πραγματικό χρόνο.
- Οι εθελοντές μπορούν να μοιράζονται αρχεία και όλη η επικοινωνία που σχετίζεται με ένα συγκεκριμένο έργο παραμένει σε ένα μέρος.

Doodle: Η Mobility Friends χρησιμοποιεί το Doodle από το 2016. Το Doodle παρέχει έναν απλό τρόπο για να αποφασίζονται ημερομηνίες, τόποι και άλλα, καθιστώντας το ιδανικό εργαλείο για τον προγραμματισμό συναντήσεων με εθελοντές.

Το Mobility Friends χρησιμοποιεί το Doodle κυρίως για να κανονίζει εκπαιδευτικές και εβδομαδιαίες οργανωτικές συναντήσεις. Ο Διαχειριστής Εθελοντών δημιουργεί μια δωρεάν εκδήλωση και στέλνει τον σύνδεσμο στους εθελοντές, οι οποίοι μπορούν στη συνέχεια να επιλέξουν την καλύτερη ώρα που τους βολεύει. Από τότε που χρησιμοποίησαν το Doodle, οι Mobility Friends έχουν εξαλείψει τις πολλαπλές αλυσίδες ηλεκτρονικού ταχυδρομείου προς-πίσω με μια ομάδα εθελοντών μόνο και μόνο για να προγραμματίσουν μια συνάντηση, εξοικονομώντας τους πολύ χρόνο.

Αυτό το διαδικτυακό εργαλείο προγραμματισμού μπορεί να χρησιμοποιηθεί γρήγορα και εύκολα για την εύρεση ημερομηνίας και ώρας συνάντησης με πολλά άτομα. Αρχικά, ένα άτομο προτείνει ημερομηνίες και ώρες για την εκδήλωση, και στη συνέχεια το Doodle δημιουργεί ένα ημερολόγιο δημοσκοπήσεων που μπορεί να σταλεί στους συμμετέχοντες για ανατροφοδότηση. Μόλις όλοι απαντήσουν, ο Διαχειριστής Εθελοντών μπορεί να επιλέξει την ημέρα και την ώρα που δούλεψε καλύτερα για όλους και να στείλει την πρόσκληση του ημερολογίου.



6.4. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ, ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΛΑΒΕΤΕ ΥΠΟΨΗ ΣΑΣ

Με το πέρασμα του χρόνου, η αντίληψη και η προσέγγιση της εθελοντικής εργασίας εξελίσσονται επίσης. Σήμερα, οι άνθρωποι έχουν περισσότερες επιλογές για διαδραστικές ευκαιρίες εθελοντισμού. Για την προσέλκυση εθελοντών σε μια συγκεκριμένη οργάνωση, είναι απαραίτητο να προσφέρονται ελκυστικά, διαδραστικά και δημιουργικά καθήκοντα σε ένα υποστηρικτικό περιβάλλον εργασίας.

Οι οργανισμοί πρέπει να επενδύσουν στην ανάπτυξη μιας υποδομής που υποστηρίζει τη χρήση διαδικτυακών εργαλείων και ψηφιακών μέσων εντός του οργανισμού. Τα κατάλληλα τεχνολογικά εργαλεία μπορούν να βοηθήσουν στον εντοπισμό των κατάλληλων εθελοντών για την εργασία, στην προώθηση μιας ισχυρής κουλτούρας δέσμευσης των εθελοντών και στην παροχή περισσότερων τρόπων σύνδεσής τους με την οργάνωση.

Συνοπτικά, η επιλογή των σωστών τεχνολογικών εργαλείων μπορεί να ενισχύσει σημαντικά την εμπειρία του εθελοντισμού και να βελτιώσει τη δέσμευση μεταξύ των οργανώσεων και των εθελοντών τους.

6.5. ΧΡΗΣΙΜΕΣ ΠΗΓΕΣ

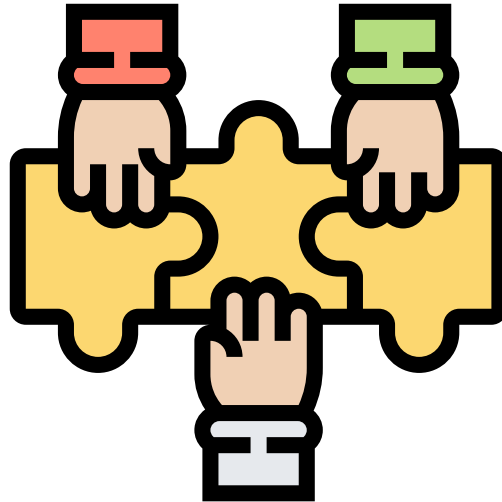
- Γιατί οι οργανισμοί πρέπει να χρησιμοποιούν λογισμικό διαχείρισης εθελοντών;
- Οδηγός για την επιλογή του καλύτερου λογισμικού διαχείρισης εθελοντών
- Λογισμικό διαχείρισης εθελοντών για μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς
- Λογισμικό διαχείρισης εθελοντών
- Πώς να κατακτήσετε τη διαχείριση των εθελοντών το 2023
- Τα πλεονεκτήματα της χρήσης λογισμικού διαχείρισης εθελοντών
- Ψηφιακά εργαλεία για τη διαχείριση των εθελοντών
- 5 τρόποι για να δημιουργήσετε ένα καλύτερο πρόγραμμα εθελοντισμού με την τεχνολογία
- Το καλύτερο λογισμικό διαχείρισης εθελοντών



Κεφάλαιο 7

Ανάπτυξη εταιρικής συνεργασίας

Πώς και τι είδους συνεργασία μπορούν να έχουν μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί με εταιρείες και ποια είναι τα πλεονεκτήματα για τα συμβαλλόμενα μέρη.



7.1. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Οι πρωταρχικοί στόχοι του συγκεκριμένου κεφαλαίου είναι οι εξής:

- Κατανόηση της αξίας της δημιουργίας εταιρικής σχέσης μεταξύ εταιρικών και μη κερδοσκοπικών οργανισμών
- Εκμάθηση των διαφόρων μορφών εταιρικής σχέσης και εκμάθηση του τρόπου εύρεσης,
- να έρθουν σε επαφή και να τη διατηρήσουν
- Να έχουν μια σαφή ιδέα για τις προτεραιότητες και τους στόχους κατά τη δημιουργία μιας εταιρικής σχέσης και να είναι σε θέση να αξιολογούν τα επιτεύγματα

Μια επιτυχημένη εταιρική σύμπραξη θα πρέπει να βασίζεται σε σταθερό σχεδιασμό, σαφείς προσδοκίες, αμοιβαίο σεβασμό, προθυμία για συνεργασία με άλλους οργανισμούς και επιθυμία να βοηθηθεί η κοινότητα.

**Οι εταιρικές
συνεργασίες είναι
σημαντικές για
τους μη
κερδοσκοπικούς
οργανισμούς
προκειμένου να
επιτύχουν τους
στόχους τους και
να έχουν θετικό
αντίκτυπο στην
κοινωνία**

7.2. ΟΡΙΣΜΟΙ



Εταιρική συνεργασία

Είναι μια αμοιβαία επωφελής σχέση μεταξύ μιας κερδοσκοπικής εταιρείας και ενός μη κερδοσκοπικού οργανισμού.

7.3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ

Ποια είναι η σημασία των εταιρικών συνεργασιών για τους μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς;



Η εταιρική συνεργασία είναι μια αμοιβαία επωφελής σχέση μεταξύ μιας κερδοσκοπικής εταιρείας και ενός μη κερδοσκοπικού οργανισμού που περιλαμβάνει συνεργασία και κοινές προσπάθειες για τον κοινωνικό και περιβαλλοντικό αντίκτυπο, τη βιωσιμότητα και άλλες συναφείς πρωτοβουλίες.

Την τελευταία δεκαετία έχει σημειωθεί ραγδαία εξέλιξη στην ηγεσία με στόχο και στις πρωτοβουλίες κοινωνικού αντίκτυπου. Οι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί δεν είναι πλέον αποκλειστικά υπεύθυνοι για την προώθηση της κοινωνικής και περιβαλλοντικής αλλαγής. Μαζί, προχωράμε πέρα από την ανιαρή εταιρική φιλανθρωπία προς πιο συνεργατικά και ολοκληρωμένα έργα που εστιάζουν στον αντίκτυπο, τη βιωσιμότητα, την αλλαγή και πολλά άλλα. Επιπλέον, η αντίληψη ότι οι εταιρείες πρέπει να ανταποδίδουν στην κοινωνία γίνεται γρήγορα κανόνας.

Ανταποκρινόμενες σε αυτή την τάση, οι επιχειρήσεις όλων των μεγεθών και σε όλους τους κλάδους κλιμακώνουν τις πρωτοβουλίες τους για την ΕΚΕ (Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη) και δημιουργούν συνεργασίες με κοινότητες και μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς. Οι συνεργασίες αυτές έχουν πολλά πλεονεκτήματα. Όχι μόνο δημιουργούν κοινή αξία για την κοινωνία στο σύνολό της, αλλά ωφελούν επίσης τόσο τους μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς όσο και τις επιχειρήσεις, συμπεριλαμβανομένης της προσέλκυσης εθελοντών, της αύξησης της συγκέντρωσης κεφαλαίων και της δημιουργίας μεγαλύτερης παρουσίας στην κοινότητα. Για τους μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς, ο στόχος κάθε εταιρικής συνεργασίας θα πρέπει να είναι η δημιουργία μιας σχέσης που θα βοηθά στην επίτευξη των φιλανθρωπικών τους στόχων, ενώ παράλληλα θα προσφέρει απτά οφέλη στην ευρύτερη κοινότητα.

Επιπλέον, μια εταιρική συνεργασία μπορεί να δημιουργήσει νέα αξία πέρα από μια απλή ανταλλαγή αξιών. Ως εκ τούτου, κάθε εταιρική συνεργασία θα πρέπει να βασίζεται σε σταθερό σχεδιασμό, σαφείς προσδοκίες, αμοιβαίο σεβασμό, προθυμία για συνεργασία με άλλους οργανισμούς και επιθυμία να βοηθηθεί η κοινότητα.



Πώς να γίνετε συνέταιροι;

01 Εντοπισμός πιθανών εταίρων

Η επιλογή της σωστής εταιρείας για συνεργασία μπορεί να αποτελέσει πρόκληση. Σήμερα, μια καλή προσέγγιση είναι να δημιουργήσετε έναν κατάλογο πιθανών επιχειρηματικών εταίρων στην κοινότητά σας. Ξεκινήστε γράφοντας τα ονόματα περίπου 15 έως 30 επιχειρήσεων που μπορεί να αποτελέσουν καλούς συνεργάτες. Στη συνέχεια, αποκλείστε ορισμένες από αυτές με βάση συγκεκριμένα κριτήρια. Για παράδειγμα, εάν η μη κερδοσκοπική σας επιχείρηση βρίσκεται σε αγροτική περιοχή, η εγγύτητα μπορεί να αποτελεί σημαντικό περιοριστικό παράγοντα.

Εάν είστε μικρός ή μεσαίος μη κερδοσκοπικός οργανισμός, ξεκινήστε αναζητώντας μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις στην περιοχή σας. Πραγματοποιήστε μια γρήγορη αναζήτηση στο Google ή στο LinkedIn για επιχειρήσεις στην περιοχή σας και εντοπίστε επαφές (οι τίτλοι ανθρώπινου δυναμικού, σχέσεων με τους εργαζομένους ή κοινοτικής δέσμευσης μπορεί να είναι η καλύτερη επιλογή σας).

Ερευνήστε τις οικονομικές τάσεις στην πόλη, την πολιτεία ή τη χώρα σας. Αυτές οι πληροφορίες μπορούν να βοηθήσουν στην επιλογή της κατάλληλης επιχείρησης για να απευθυνθείτε. Για παράδειγμα, μπορεί να θέλετε να δώσετε προσοχή σε σημαντικές απολύσεις ή κλείσιμο καταστημάτων. Αυτά υποδεικνύουν ότι η επιχείρηση πιθανόν να μην είναι κατάλληλη.

Αναζητήστε εταιρείες που αναπτύσσονται: λανσάρουν νέα προϊόντα, επεκτείνουν τις δραστηριότητές τους, προσλαμβάνουν νέους υπαλλήλους κ.λπ. Επιπλέον, εξετάστε το ιστορικό των δωρεών τους. Ποιες εταιρείες έχουν δώσει σε παρόμοιους σκοπούς στο παρελθόν; Ποιες επιχειρήσεις μοιράζονται τις δικές σας αξίες;

02 Εξασφάλιση συμβατότητας

Μόλις εντοπίσετε μερικές υποσχόμενες επιχειρήσεις, βεβαιωθείτε ότι οι αξίες σας είναι ευθυγραμμισμένες. Ίσως χρειαστεί να διεξάγετε περαιτέρω έρευνα για να διαπιστώσετε αν η εταιρεία μοιράζεται τους στόχους και την αποστολή του οργανισμού σας. Βρείτε τη δήλωση εταιρικής κοινωνικής ευθύνης τους, όπου περιγράφουν τον αντίκτυπο που ελπίζουν να έχουν στην κοινότητά τους. Οι περισσότερες επιχειρήσεις την παραθέτουν στον ιστότοπό τους.

Ακριβώς όπως εσείς ερευνάτε τους πιθανούς συνεργάτες σας, έτσι και αυτοί θα διεξάγουν τη δέουσα επιμέλεια και θα σας αναζητήσουν. Βεβαιωθείτε λοιπόν ότι διαθέτετε ένα ισχυρό οργανωτικό προφίλ, το οποίο μπορεί να είναι χρήσιμο για την ευρεσιμότητα και προσθέτει στη φήμη σας.



03 Παρουσιάστε το όραμα και τους στόχους σας

Να είστε σαφείς σχετικά με το όραμα και τους στόχους του μη κερδοσκοπικού σας οργανισμού. Εάν πρέπει να συγκεντρώνετε ένα συγκεκριμένο ποσό εσόδων κάθε χρόνο για να είναι βιώσιμα τα προγράμματά σας, δηλώστε το εκ των προτέρων. Ή, αν ο στόχος σας είναι να επεκτείνετε τα προγράμματα αλφαριθμητισμού σας σε δέκα ακόμη σχολεία ή στις γύρω πόλεις, εξηγήστε και αυτά τα σχέδια. Οι νέοι συνεργάτες σας μπορεί να έχουν χρήσιμες ιδέες να συνεισφέρουν και η επικοινωνία με τον εταιρικό σας συνεργάτη για το πώς ο χρόνος, τα ταλέντα και οι δωρεές του θα κάνουν τη διαφορά μέσω του οργανισμού σας μπορεί να κάνει τα στελέχη και τους υπαλλήλους σας πιο ενθουσιώδεις και αφοσιωμένους.

Αφού έχετε μια λίστα υποψήφιων συνεργατών, βεβαιωθείτε ότι είστε σαφείς σχετικά με την αξία που προσφέρετε. Να θυμάστε ότι πρόκειται για μια αμοιβαία επωφελής συνεργασία και η αξία που προσδιορίζετε και επιλέγετε να επικοινωνήσετε θα πρέπει να ενημερώνεται από τα σημεία πόνου της επιχείρησης που προσεγγίζετε. Με άλλα λόγια, δεν θα στείλετε την ίδια πρόταση σε κάθε υποψήφιο. Προσδιορίστε τα σημεία πόνου μιας συγκεκριμένης προοπτικής και, στη συνέχεια, αναπτύξτε μια πρόταση συνεργασίας που να ανταποκρίνεται σε αυτά τα σημεία πόνου.

04 Ορισμός συνεδριάσεων στρατηγικής

Αφού βρείτε την κατάλληλη λύση, φροντίστε να συναντηθείτε προσωπικά για να συζητήσετε τις λεπτομέρειες της συνεργασίας σας. Η εκ των προτέρων αποσαφήνιση των προσδοκιών σας και η γραπτή καταγραφή των συμβατικών λεπτομερειών μπορεί να σας βοηθήσει να διασφαλίσετε ότι η συνεργασία σας θα είναι επωφελής, αρμονική και παραγωγική για πολλά χρόνια.

Κρατήστε την πρώτη σας συνάντηση με την εταιρεία χαλαρή. Παρουσιάστε τον μη κερδοσκοπικό σας οργανισμό και την αποστολή του και προσπαθήστε να βρείτε κοινό έδαφος συζητώντας γιατί είστε ενθουσιώδεις με τον σκοπό σας. Μπορεί να χρειαστούν μία ή δύο ανεπίσημες συναντήσεις προτού νιώσετε αρκετά άνετα για να προτείνετε μια συνεργασία. Στη δεύτερη ή τρίτη συνάντηση, να είστε προετοιμασμένοι. Δείξτε στην εταιρεία πώς η συνεργασία θα είναι αμοιβαία ωφέλιμη. Έχετε έτοιμα τα σχέδια για το πώς θα λειτουργήσει η συνεργασία, ώστε να τα παρουσιάσετε.





Κατά την ανάπτυξη μιας στρατηγικής για τη δημιουργία επαφών και την αξιοποίηση ευκαιριών από εταιρικές συνεργασίες, οι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί συχνά αντιμετωπίζουν την πρόκληση να μην ξέρουν από πού να ξεκινήσουν. Αυτό ισχύει τόσο για τους μεγάλους όσο και για τους μικρούς μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς. Είναι γεγονός ότι οι εταιρικές συνεργασίες προσφέρουν αξία όχι μόνο στον μη κερδοσκοπικό οργανισμό, αλλά και στις εμπλεκόμενες εταιρείες. Αν και οι διάφορες εταιρείες μπορεί να έχουν διαφορετικές ανάγκες και στόχους, γενικά εμπίπτουν σε πέντε κατηγορίες:

- Φήμη της επωνυμίας
- Δέσμευση εργαζομένων
- Δέσμευση πελατών
- Κοινωνικές λύσεις
- Στόχοι ESG (Περιβαλλοντικοί, Κοινωνικοί, Διακυβέρνησης).

Για τους μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς, η προσέγγιση είναι η δημιουργία συνεργασιών με εταιρείες με παρόμοιο τρόπο όπως και με τους μεμονωμένους εθελοντές. Είναι σημαντικό να αναζητούνται κίνητρα και η ευκαιρία να οικοδομηθεί μια βιώσιμη σχέση, αντί να επιδιώκεται απλώς βραχυπρόθεσμο κέρδος. Αυτό προϋποθέτει αλλαγή νοοτροπίας και έμφαση στη δημιουργία μακροπρόθεσμης αξίας τόσο για τους εταίρους όσο και για την κοινότητα.

Όταν μια εταιρεία προσεγγίζει τον μη κερδοσκοπικό οργανισμό, καλό είναι να έχει έτοιμο έναν κατάλογο ερωτήσεων για να διαπιστώσει αν η συμμετοχή της θα είναι κατάλληλη. Οι ερωτήσεις αυτές μπορούν να τροποποιηθούν από εκείνες που χρησιμοποιούνται για τη συνέντευξη μεμονωμένων υποψήφιων εθελοντών. Για παράδειγμα:

- Γιατί η εταιρεία επέλεξε τον μη κερδοσκοπικό οργανισμό;
- Έχουν επωφεληθεί στο παρελθόν κάποιοι εργαζόμενοι της εταιρείας από τις υπηρεσίες του μη κερδοσκοπικού οργανισμού;
- Τι ελπίζει να επιτύχει η εταιρεία μέσω αυτής της συνεργασίας;
- Τι εθελοντισμό έχει κάνει η εταιρεία στο παρελθόν; Πώς έγινε αποδεκτή; Ποια ήταν τα σχόλια που έλαβαν;
- Είναι η συμμετοχή στη σύμπραξη υποχρεωτική ή προαιρετική για τους εργαζόμενους;
- Ποια οφέλη πιστεύει η εταιρεία ότι θα έχουν οι εργαζόμενοί της από τον εθελοντισμό με τη μη κερδοσκοπική οργάνωση;

Είναι σημαντικό να τονιστεί ότι δεν πρόκειται για ανάκριση, αλλά μάλλον για μια προσπάθεια να διασφαλιστεί ότι μια βιώσιμη εταιρική σχέση ταιριάζει και στα δύο μέρη. Οι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί έχουν την ευκαιρία να είναι ένας πολύτιμος εταίρος για τις εταιρείες, όπως ακριβώς και οι εταιρείες έχουν την ευκαιρία να είναι ένας πολύτιμος εταίρος για τους μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς. Εστιάζοντας στην ανάπτυξη μακροχρόνιων σχέσεων με τους εταίρους και παρέχοντας σε αυτούς και στην κοινότητα όσο το δυνατόν μεγαλύτερη αξία, οι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί μπορούν να δημιουργήσουν αμοιβαία επωφελείς συνεργασίες που εκτείνονται πέρα από τα βραχυπρόθεσμα κέρδη.



Στόχοι συνεργασίας

Η εταιρική συνεργασία είναι μια σχέση συνεργασίας μεταξύ ενός μη κερδοσκοπικού οργανισμού και ενός εταιρικού χορηγού ή εταίρου, οι οποίοι εργάζονται από κοινού για την επίτευξη ενός κοινού στόχου που βασίζεται σε κοινές αξίες.

Η συμμετοχή σε μια εταιρική σύμπραξη προσφέρει πολλά οφέλη για τους μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς, μεταξύ των οποίων:

- **Αύξηση της χρηματοδότησης:** Σε αντάλλαγμα για τη χρήση του ονόματός τους σε διαφημιστικό υλικό ή σε εκδηλώσεις, οι επιχειρήσεις παρέχουν σημαντικές δωρεές σε μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς. Αυτή η χρηματοδότηση μπορεί να είναι ζωτικής σημασίας για να βοηθήσουν τους μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς να επιτύχουν τους στόχους τους.
- **Ενισχυμένη φήμη στην κοινότητα:** Η συνεργασία με έναν εταιρικό εταίρο μπορεί να εκθέσει μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς σε άτομα που διαφορετικά μπορεί να μην γνώριζαν την αποστολή τους. Οι καθιερωμένες επιχειρήσεις έχουν συχνά βαθιές διασυνδέσεις στην κοινότητα και μπορούν να τις χρησιμοποιήσουν για να βοηθήσουν τους μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς να δικτυωθούν και να ανθίσουν.
- **Μεγαλύτερη δεξαμενή εθελοντών:** Όταν οι επιχειρήσεις συνεργάζονται με μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς, ορισμένοι από τους υπαλλήλους τους μπορεί να εμπνευστούν για εθελοντισμό. Οι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί μπορούν να επωφεληθούν από τις θετικές εμπειρίες αυτών των εθελοντών, αυξάνοντας τα ποσοστά διατήρησης εθελοντών.
- **Βελτιωμένες εσωτερικές λειτουργίες:** Οι επιχειρήσεις μπορούν να παρέχουν σε μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς βασικές δεξιότητες, πόρους ή προσωπικό που διαφορετικά μπορεί να λείπουν. Για παράδειγμα, ένας μη κερδοσκοπικός οργανισμός που δεν διαθέτει ειδικό διευθυντή μάρκετινγκ μπορεί να αποκτήσει πρόσβαση στους πόρους μάρκετινγκ μιας επιχείρησης μέσω κοινής χρήσης προσωπικού ή εθελοντισμού με βάση τις δεξιότητες.
- **Ευρύτερη εμβέλεια:** Μια γνωστή επιχείρηση μπορεί να έχει μεγαλύτερη πελατειακή βάση και, ως εκ τούτου, να είναι σε θέση να κάνει περισσότερα για μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς. Όταν οι πελάτες μαθαίνουν για τη συνεργασία, μπορεί να παρακινηθούν να συμμετάσχουν, προσελκύοντας ενδεχομένως περισσότερους υποστηρικτές και δωρητές για τον μη κερδοσκοπικό οργανισμό.

Ωστόσο, οι εταιρικοί συνεργάτες μπορεί επίσης να έχουν τα δικά τους κίνητρα για τη συμμετοχή τους στη συνεργασία. Ακολουθούν ορισμένοι τρόποι με τους οποίους οι εταιρικές συνεργασίες με μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς μπορούν να ωφελήσουν τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις:

- **Ενισχυμένη φήμη στην κοινότητα:** Οι περισσότεροι καταναλωτές θέλουν να συνεργάζονται με εταιρείες που είναι αξιόπιστες, μεριμνούν και είναι ευσυνείδητες. Η συνεργασία με έναν μη κερδοσκοπικό οργανισμό βοηθά τις επιχειρήσεις να επιδείξουν τις αξίες τους στην κοινότητα.
- **Ευκαιρίες διαφήμισης:** Όταν οι επιχειρήσεις χορηγούν μια μη κερδοσκοπική εκδήλωση, συχνά λαμβάνουν ως αντάλλαγμα διαφημιστικές ευκαιρίες, συνήθως μέσω της προβολής του ονόματος ή του λογότυπού τους σε περίοπτη θέση. Οι επιχειρήσεις μπορούν επίσης να αναφέρουν τη συνεργασία μη κερδοσκοπικού και εταιρικού χαρακτήρα στο εσωτερικό τους υλικό μάρκετινγκ, τονίζοντας την υποστήριξή τους προς τους μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς με τους οποίους συνεργάζονται. Αυτές οι ευκαιρίες συμβάλλουν στην αύξηση της προβολής της επιχείρησης στο κοινό και στη δημιουργία θετικών συσχετισμών με το εμπορικό σήμα.



- **Βελτίωση του ηθικού των εργαζομένων:** Οι εργαζόμενοι που αισθάνονται καλά για τον χώρο εργασίας τους είναι πιθανό να είναι πιο παραγωγικοί και να παραμείνουν στην εταιρεία για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα. Οι εταιρείες που συνεργάζονται με μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς είναι πιθανό να δουν καλύτερο ηθικό των εργαζομένων, καθώς οι εργαζόμενοι αισθάνονται υπερήφανοι που εργάζονται σε μια επιχείρηση που αποτελεί μέρος μιας αποστολής να κάνει καλό έργο στην κοινότητα.
- **Ενεργοποιημένη πελατειακή βάση:** Ιδανικά, οι επιχειρήσεις θέλουν να συνεργάζονται με μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς για τους οποίους θα ενθουσιαστεί η βάση πελατών τους. Εάν οι πελάτες είναι ενθουσιασμένοι με τη συνεργασία, μπορεί να είναι πιο πιθανό να συνεχίσουν να συνεργάζονται με την εταιρεία.
- **Αυξημένες πωλήσεις:** Οι εταιρείες δραστηριοποιούνται για να μεγιστοποιήσουν τα έσοδά τους, και η συνεργασία με έναν μη κερδοσκοπικό οργανισμό συχνά προσφέρει έναν τρόπο για να γίνει ακριβώς αυτό. Η αύξηση των πωλήσεων μπορεί να προέλθει από ευκαιρίες διαφήμισης και μάρκετινγκ ή από τη θετική συσχέτιση της μάρκας που δημιουργείται από τη συνεργασία. Οι περισσότερες επιχειρήσεις θεωρούν μια εταιρική συνεργασία επιτυχημένη εάν έχει καθαρό θετικό αντίκτυπο στα έσοδά τους.
- **Πρόσβαση σε δεδομένα:** Πολλοί εταιρικοί συνεργάτες θα ζητήσουν τεκμηρίωση των συνεισφορών τους και της έκτασης των δωρεών ή των προσπαθειών τους. Μπορεί να θέλουν να παρουσιάσουν την τεκμηρίωση αυτή στους μετόχους τους ως απόδειξη των πρακτικών εταιρικής υπευθυνότητας ή για να καταδείξουν τον αντίκτυπο που είχαν. Η δυνατότητα τεκμηρίωσης των ωφελειών της συνεργασίας βοηθά να διατηρηθεί ισχυρή η σχέση μεταξύ του μη κερδοσκοπικού και του εταιρικού συνεργάτη.





Μοντέλα συνεργασίας

Υπάρχουν διάφοροι τύποι μη κερδοσκοπικών μοντέλων συνεργασίας και οι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί και οι τοπικές επιχειρήσεις μπορούν να συνεργαστούν για να καθορίσουν ποιο μοντέλο τους ταιριάζει καλύτερα. Ακολουθούν μερικοί διαφορετικοί τρόποι εταιρικών και μη κερδοσκοπικών συνεργασιών:



- **Εταιρική χορηγία:** Η εταιρική χορηγία είναι ένας από τους πιο σημαντικούς τύπους εταιρικών συνεργασιών. Σε αυτό το μοντέλο, οι επιχειρήσεις χρηματοδοτούν συγκεκριμένα προγράμματα ή εκδηλώσεις που πραγματοποιούνται από τη μη κερδοσκοπική εταιρεία. Η επιχείρηση καλύπτει το κόστος της εκδήλωσης και, σε αντάλλαγμα, ο μη κερδοσκοπικός οργανισμός προβάλλει το όνομα της επιχείρησης στην εκδήλωση ή σε διαφημιστικό υλικό. Η συμφωνία αυτή δημιουργεί μια θετική συσχέτιση με το εμπορικό σήμα της επιχείρησης και βοηθά το μη κερδοσκοπικό ίδρυμα να αποκτήσει τις δωρεές που χρειάζεται για τη διεξαγωγή ενός επιτυχημένου προγράμματος ή εκδήλωσης.
- **Άμεσες δωρεές:** Ένας άλλος τύπος μοντέλου σύμπραξης ιδιωτικών μη κερδοσκοπικών επιχειρήσεων περιλαμβάνει άμεσες δωρεές. Οι δωρεές λαμβάνουν συνήθως μία από τις δύο μορφές: δωρεές σε μετρητά ή δωρεές σε είδος. Οι δωρεές σε μετρητά διατίθενται απευθείας για την υποστήριξη των εργασιών του μη κερδοσκοπικού οργανισμού. Οι δωρεές σε είδος είναι μη χρηματικές δωρεές πραγμάτων που χρειάζεται η επιχείρηση, όπως κουβέρτες, κονσερβοποιημένα τρόφιμα ή νέοι φορητοί υπολογιστές.
- **Προγράμματα εθελοντισμού:** Οι εταιρικοί συνεργάτες μπορούν επίσης να δημιουργήσουν προγράμματα μέσω των οποίων στέλνουν τους υπαλλήλους τους για εθελοντική εργασία στο μη κερδοσκοπικό ίδρυμα. Οι εθελοντές μπορεί να βοηθήσουν στο προσωπικό δημόσιων εκδηλώσεων ή να κάνουν παρασκηνιακές εργασίες, όπως να βγάζουν βόλτα σκυλιά ή να καθαρίζουν κλουβιά στο καταφύγιο ζώων. Ειδικά ο εθελοντισμός βάσει δεξιοτήτων, στον οποίο οι εργαζόμενοι προσφέρουν εθελοντικά τα συγκεκριμένα ταλέντα τους, όπως ξυλουργική ή ακόμη και διδασκαλία γιόγκα σε καταπονημένα μέλη του προσωπικού, γίνεται όλο και πιο δημοφιλής σε πολλές συνεργασίες επιχειρήσεων και φιλανθρωπικών οργανώσεων.
- **Προσφορά στον χώρο εργασίας:** Τα προγράμματα εργασιακής προσφοράς λαμβάνουν χώρα όταν οι επιχειρήσεις συλλέγουν δωρεές από τους υπαλλήλους τους για τη μη κερδοσκοπική οργάνωση. Πολλές φορές, οι επιχειρήσεις ενθαρρύνουν τις συνεισφορές προσφέροντας να συνδυάσουν τα όποια κεφάλαια συγκεντρώσουν οι εργαζόμενοι με μια δική τους δωρεά. Τα προγράμματα δωρεάς στο χώρο εργασίας είναι χρήσιμα επειδή επιτρέπουν στους εργαζόμενους να αισθάνονται άμεσα την αίσθηση της ολοκλήρωσης και της ικανοποίησης, ακόμη και αν δεν μπορούν να βρουν χρόνο από το πολυάσχολο πρόγραμμά τους για να προσφέρουν άμεσα εθελοντική εργασία.
- **Συγκέντρωση κεφαλαίων από εταιρικούς εταίρους:** Αντί να ζητήσει από τους δικούς του υπαλλήλους δωρεές, ένας εταιρικός συνétairos μπορεί να επιλέξει να βοηθήσει στην ανάπτυξη μιας εκστρατείας συγκέντρωσης χρημάτων. Σε αυτές τις εταιρικές συνεργασίες συγκέντρωσης χρημάτων, η επιχείρηση μπορεί να στήσει σταθμούς δωρεών όπου οι πελάτες της μπορούν να συνεισφέρουν ή μπορεί να πραγματοποιήσει ειδικές προσφορές, όπως το να ζητά από τους πελάτες να μαζέψουν τα ρέστα τους και να δωρίσουν τα έσοδα στον μη κερδοσκοπικό σας οργανισμό. Όποια διαδρομή και αν επιλέξει η επιχείρηση, η συγκέντρωση χρημάτων από εταιρικούς συνεργάτες είναι μια αποτελεσματική μέθοδος συνεισφοράς και μια μέθοδος που αυξάνει επίσης την προβολή του μη κερδοσκοπικού σας οργανισμού στην κοινότητα.



Δημιουργία ισχυρών - βιώσιμων εταιρικών σχέσεων

Η ανάπτυξη ισχυρών και βιώσιμων συνεργασιών είναι ιδιαίτερα αποδοτική και κρίσιμη για την επιτυχία των μη κερδοσκοπικών οργανισμών.

Κατά την αναζήτηση εταιρικών συνεργατών, είναι σημαντικό να αναγνωρίζεται ότι οι επιχειρήσεις έχουν διαφορετικά κίνητρα και λειτουργούν διαφορετικά από άλλους τομείς, όπως η κυβέρνηση και η φιλανθρωπία.

Για να προσεγγίσουν μια επιχείρηση για μια πιθανή εταιρική σχέση, οι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί πρέπει να αποδείξουν την αξία της εταιρικής σχέσης όσον αφορά την επιχείρηση και να προσφέρουν λύσεις στις προκλήσεις τους. Ακολουθούν ορισμένες συμβουλές που θα βοηθήσουν τους μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς να προετοιμαστούν:

- Εξοικειωθείτε με τον κλάδο και τη συγκεκριμένη επιχείρηση με την οποία θέλετε να συνεργαστείτε.
- Γνωρίστε τα νούμερά τους και δείξτε πώς η μη κερδοσκοπική σας επιχείρηση διαθέτει περιουσιακά στοιχεία που ανταποκρίνονται στις ανάγκες τους.
- Αποκτήστε μια καλή ιδέα της γλώσσας της εταιρείας και προσπαθήστε να την αντικατοπτρίζετε κατά την επικοινωνία.
- Κάντε πολλές ερωτήσεις και να έχετε κάτι να προσφέρετε σε αντάλλαγμα:
 1. Ποιες είναι οι μεγαλύτερες προκλήσεις τους; (Προσφέρετε λύσεις)
 2. Ποια είναι η άποψή τους για τις τάσεις του κλάδου; (Προσφέρετε γνώσεις για τον κλάδο)
 3. Τι θα ήθελαν από μια συνεργασία; (Προσφορά υπηρεσιών)
 4. Σε ποιες υπάρχουσες δομές μπορεί να ενταχθεί η μη κερδοσκοπική σας οργάνωση; (Προσφορά υποστήριξης)

Για να οικοδομήσετε μόνιμες σχέσεις με τους συνεργάτες σας, είναι σημαντικό να είστε διακριτικοί και διπλωματικοί και να επαινείτε τη δουλειά του συνεργάτη σας. Είναι επίσης χρήσιμο να ερευνάτε τον συνεργάτη σας και να δέχεστε τις ιδέες του και να αναθέτετε καθήκοντα ανάλογα με τις δυνάμεις των μελών της ομάδας.

Όταν συναντάτε δυνητικούς εταίρους, αναζητήστε τρόπους με τους οποίους η μη κερδοσκοπική σας οργάνωση μπορεί να βοηθήσει στην επίλυση κάποιων από τα προβλήματά τους. Για παράδειγμα, μια τράπεζα τροφίμων ή ένα καταφύγιο αστέγων που αναζητά δωρεές τροφίμων μπορεί να συνεργαστεί με ένα παντοπωλείο ή μια αλυσίδα ξενοδοχείων που επιθυμεί να μειώσει τα απορρίμματα τροφίμων. Εναλλακτικά, ο οργανισμός σας θα μπορούσε να παρέχει καθοδήγηση για συνεντεύξεις και απασχόληση σε νέους που βρίσκονται σε κίνδυνο και να συνεργαστεί με μια επιχείρηση λιανικής πώλησης που χρειάζεται υποστήριξη. Αν και δεν είναι όλες οι συνεργασίες φιλανθρωπικών οργανώσεων και επιχειρήσεων ιδανικές, η εξεύρεση τομέων στους οποίους οι επιχειρήσεις θέλουν να βελτιωθούν είναι το κλειδί.

Συμπεράσματα

01

Κατανοήστε την εταιρεία με την οποία συνεργάζεστε: Για να οικοδομήσετε μια επιτυχημένη συνεργασία μεταξύ μη κερδοσκοπικού και εταιρείας, είναι σημαντικό να ξεκινήσετε από την αρχή, πριν από τη δημιουργία οποιασδήποτε συνεργασίας. Το πρώτο βήμα είναι να επιλέξετε εταιρείες που έχουν αξίες και αποστολή ευθυγραμμισμένες με τις δικές σας.

02

Ορίστε σαφείς προσδοκίες και βασικούς κανόνες: Όταν συνάπτετε συνεργασία με μια εταιρεία, είναι σημαντικό να καθορίσετε σαφείς προσδοκίες και βασικούς κανόνες από την αρχή. Αυτό θα εξασφαλίσει σαφήνεια, ιδιοκτησία και από τις δύο πλευρές και θα ενισχύσει τη συνεργασία με την πάροδο του χρόνου. Θα μειώσει επίσης τις πιθανότητες συγκρούσεων που προκύπτουν από σύγχυση ή έλλειψη επικοινωνίας.



03

Προσδιορίστε το θέμα της εταιρικής σχέσης: Καθορίστε το είδος της σύμπραξης που δημιουργείτε, αν είναι επωφελής και γιατί οι άνθρωποι πρέπει να ενδιαφέρονται για το έργο στο οποίο συνεργάζεστε. Κάντε αυτές τις ερωτήσεις πριν προωθήσετε τη σύμπραξή σας. Μπορεί να φαίνεται αυστηρή προσέγγιση, αλλά αν δεν αναπτύξετε ένα έργο ή μια εκστρατεία που να προσθέτει πραγματική αξία ή να λύνει ένα πραγματικό πρόβλημα, θα φωνάζετε στο κενό.

04

Επικοινωνήστε συχνά και παραμείνετε ευέλικτοι: Προγραμματίστε τακτικές επισκέψεις ή εκδηλώσεις για να επικοινωνείτε με τον εταιρικό σας συνεργάτη. Συζητήστε τις ανησυχίες και γιορτάστε τις επιτυχίες για να διασφαλίσετε την ομαλή πρόοδο.

05

Μοιραστείτε ιστορίες και ξεκινήστε συζητήσεις: Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν καταστήσει ευκολότερο από ποτέ το να μοιράζεστε ενδιαφέρουσες ιστορίες με μεγάλα ακροατήρια.

06

Βάλτε τις ομάδες στο παιχνίδι: Για να ευδοκιμήσουν οι συνεργασίες μεταξύ μη κερδοσκοπικών και εταιρικών οργανισμών απαιτείται η αποδοχή και από τις δύο πλευρές των οργανισμών. Και οι δύο ομάδες πρέπει να πιστεύουν πραγματικά στην αξία του έργου για να έχουν αντίκτυπο. Καλλιεργήστε πολλαπλές σχέσεις σε όλο το διοικητικό συμβούλιο για να εξασφαλίσετε μόνιμες συνδέσεις.

Ελέγξτε πόσο καλά έχει ενσωματωθεί η σύμπραξη στον οργανισμό σας:

- Είναι οι περιγραφές θέσεων εργασίας του προσωπικού και των εθελοντών σας και τα σχέδια έργων των ομάδων σας ευθυγραμμισμένα με τις δραστηριότητες που περιγράφονται στο σχέδιο;
- Οι πολιτικές και οι διαδικασίες που σχετίζονται με τη σύμπραξη υποστηρίζουν την απλοποιημένη εφαρμογή της κοινής σας στρατηγικής;
- Όλες οι αποφάσεις σχετικά με τους πόρους και τη χρηματοδότηση ιεραρχούνται με βάση το σχέδιο;

07

Παρακολούθηση, μέτρηση και αξιολόγηση: και οι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί (ελπίζουμε) να ποσοτικοποιούν την επιτυχία χρησιμοποιώντας διάφορους άλλους δείκτες απόδοσης, συμπεριλαμβανομένων των μετρήσεων επιπτώσεων.

Η συνεργασία με έναν μη κερδοσκοπικό οργανισμό μπορεί να προσφέρει πολλά οφέλη σε μια επιχείρηση, κυρίως μέσω του αυξημένου μάρκετινγκ και της δημόσιας εικόνας. Αυξάνει την ευαισθητοποίηση του κοινού για την εταιρεία και την παρουσιάζει με θετικό τρόπο.

Επιπλέον, οι εταιρείες που συνεργάζονται με μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς τείνουν να παρουσιάζουν υψηλότερη διατήρηση και ικανοποίηση των εργαζομένων, με αποτέλεσμα μακροπρόθεσμη εξοικονόμηση πόρων από τις επενδύσεις σε εργαζομένους. Αυτή η συνεργασία δημιουργεί μια κατάσταση win-win, όπου ο μη κερδοσκοπικός οργανισμός λαμβάνει την απαραίτητη βοήθεια και η επιχείρηση επωφελείται από την οικοδόμηση του εμπορικού της σήματος και τη δημιουργία θετικών εντυπώσεων σε όλη την κοινότητα.



7.4. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ, ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΛΑΒΕΤΕ ΥΠΟΨΗ ΣΑΣ

Υπάρχουν πολλά πλεονεκτήματα που μπορούν να αποκομίσουν οι επιχειρήσεις από τη συνεργασία με μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς. Κατά κύριο λόγο, τα πλεονεκτήματα αυτά περιστρέφονται γύρω από το αυξημένο μάρκετινγκ για την εταιρεία και τη θετική δημόσια εικόνα που συνδέεται με αυτήν. Αυτή η αυξημένη προβολή μπορεί να αυξήσει την ευαισθητοποίηση της εταιρείας και να ενισχύσει τη φήμη της.

Επιπλέον, οι εταιρείες που συνεργάζονται με μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς τείνουν να εμφανίζουν υψηλότερη διατήρηση και ικανοποίηση των εργαζομένων, γεγονός που οδηγεί σε μακροπρόθεσμη εξοικονόμηση χρημάτων από τις επενδύσεις σε εργαζομένους.

Συνολικά, αυτή η συνεργασία δημιουργεί μια κατάσταση win-win: ο μη κερδοσκοπικός οργανισμός λαμβάνει τη βοήθεια που χρειάζεται, ενώ η επιχείρηση επωφελείται από την ενίσχυση του εμπορικού της ονόματος και τη δημιουργία θετικών εντυπώσεων σε ολόκληρη την κοινότητα.

7.5. ΧΡΗΣΙΜΕΣ ΠΗΓΕΣ

- Εταιρική Συνεργασία και Φιλανθρωπικά Ιδρύματα
- 5 βήματα για τη δημιουργία εταιρικών συνεργασιών
- Πώς οι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί μπορούν να δημιουργήσουν διαρκή εταιρική υποστήριξη
- Πώς οι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί μπορούν να δημιουργήσουν συνεργασίες με επιχειρήσεις
- Εμπλοκή εταιρικών συνεταίρων και δημιουργία στρατηγικών συνεργασιών
- Οδηγός εταιρικών συνεργασιών για μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς
- Μη κερδοσκοπικές εταιρικές συνεργασίες Πώς να τις κάνετε να λειτουργήσουν
- 4 τρόποι με τους οποίους οι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί μπορούν να δημιουργήσουν εταιρικές συνεργασίες
- Πώς να οικοδομήσετε μια ανθεκτική εταιρική μη κερδοσκοπική εθελοντική συνεργασία



Κεφάλαιο 8

Αξιολόγηση εθελοντικού προγράμματος

Βασικές εκτιμήσεις για μια ολοκληρωμένη αξιολόγηση εθελοντικού προγράμματος



8.1. ΜΑΘΗΣΙΑΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Οι κύριοι στόχοι αυτού του κεφαλαίου είναι οι ακόλουθοι:

- Αξιολόγηση του βαθμού στον οποίο επιτυγχάνονται οι ειδικοί στόχοι του προγράμματος εθελοντισμού.
- Να αξιολογηθεί η ποιότητα της εθελοντικής εμπειρίας εντός του οργανισμού.
- Να προσδιοριστεί ο αντίκτυπος των εθελοντών στον οργανισμό, συμπεριλαμβανομένων τόσο της συνεισφοράς τους όσο και της οικονομικής τους αξίας.
- Εντοπισμός των τομέων του προγράμματος εθελοντισμού που χρήζουν βελτίωσης.

Αξιολογώντας τους στόχους του προγράμματος, την εμπειρία των εθελοντών, τον αντίκτυπο στον οργανισμό και τους τομείς που χρήζουν βελτίωσης, οι οργανισμοί μπορούν να βελτιώνουν και να ενισχύουν συνεχώς τη διαδικασία διαχείρισης των εθελοντών τους.

Η αξιολόγηση ενός εθελοντικού προγράμματος είναι σημαντική για την κατανόηση της αποτελεσματικότητάς του και των τομέων που χρήζουν βελτίωσης.



8.2. ΟΡΙΣΜΟΙ



Αξιολόγηση εθελοντικού προγράμματος

Η αξιολόγηση περιλαμβάνει τη χρήση των πληροφοριών που έχετε συλλέξει για να απαντήσετε σε ερωτήματα σχετικά με το πόσο καλά λειτουργεί το πρόγραμμα εθελοντισμού, να εντοπίσετε τυχόν κενά και βελτιώσεις που μπορείτε να κάνετε και να αποδείξετε τα αποτελέσματά σας, π.χ. τη διαφορά που κάνει η συμμετοχή εθελοντών. Θα περιλαμβάνει την ανάλυση των πληροφοριών παρακολούθησης και τυχόν ανατροφοδότηση, μελέτες περιπτώσεων και εμπειρίες εθελοντών.

8.3. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ

Η αξιολόγηση του εθελοντικού σας προγράμματος είναι απαραίτητη για την ανάπτυξή του και για την εξασφάλιση μελλοντικής χρηματοδότησης.

Είναι ένα κρίσιμο εργαλείο για να απαντήσετε σε θεμελιώδη ερωτήματα όπως "Πώς τα πάμε;", "Κάνουμε αυτό που είπαμε ότι θα κάνουμε;" "Λειτουργεί;" και "Τι άλλο μάθαμε, κερδίσαμε, χάσαμε;".

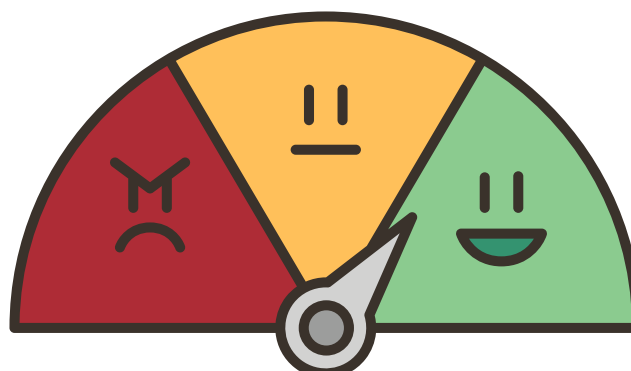
Μέσω της αξιολόγησης, μπορείτε να αποκτήσετε γνώσεις σχετικά με τα δυνατά και αδύνατα σημεία του προγράμματος, να εντοπίσετε τις επιτυχίες και να εντοπίσετε τους τομείς που απαιτούν ανάπτυξη.

Μόλις απαντήσετε σε αυτά τα ερωτήματα, θα είστε σε θέση να επισημάνετε τα επιτεύγματά σας, τόσο όσον αφορά τους συγκεκριμένους στόχους του προγράμματος όσο και τον συνολικό αντίκτυπο στον οργανισμό.

Η αξιολόγηση σας βοηθά επίσης να εντοπίσετε τομείς προς βελτίωση και πιθανά εμπόδια που μπορεί να εμποδίζουν την πρόοδο. Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε αυτές τις γνώσεις για να ενημερώσετε για τη μελλοντική ανάπτυξη του προγράμματος, να βελτιώσετε την προσέγγισή σας και να διασφαλίσετε ότι συνεχίζετε να ανταποκρίνεστε στις εξελισσόμενες ανάγκες των εθελοντών και των δικαιούχων σας.

Σε τελική ανάλυση, η διενέργεια τακτικών αξιολογήσεων θα σας βοηθήσει να δημιουργήσετε ένα πιο αποτελεσματικό, αποδοτικό και βιώσιμο πρόγραμμα εθελοντισμού που μεγιστοποιεί τα οφέλη για όλους τους εμπλεκόμενους φορείς.

Οι εθελοντές αποτελούν ουσιαστικό μέρος πολλών οργανώσεων και η συμβολή τους μπορεί να έχει σημαντικό αντίκτυπο στην επιτυχία ενός προγράμματος. Ωστόσο, για να διασφαλιστεί η επιτυχία ενός προγράμματος εθελοντισμού, είναι απαραίτητο να παρακολουθείται και να αξιολογείται τακτικά η απόδοσή του.





Γιατί να παρακολουθήσετε και να αξιολογήσετε ένα εθελοντικό πρόγραμμα;

Η παρακολούθηση και η αξιολόγηση ενός προγράμματος εθελοντισμού είναι σημαντική για διάφορους λόγους:

- Πρώτον, η παρακολούθηση και η αξιολόγηση μπορούν να βοηθήσουν τους οργανισμούς να μετρήσουν το βαθμό στον οποίο επιτυγχάνουν τους συγκεκριμένους στόχους του εθελοντικού τους προγράμματος.
- Δεύτερον, η παρακολούθηση και η αξιολόγηση μπορούν να βοηθήσουν τους οργανισμούς να προσδιορίσουν την ποιότητα της εμπειρίας των εθελοντών εντός του οργανισμού.
- Τρίτον, η παρακολούθηση και η αξιολόγηση μπορούν να βοηθήσουν τους οργανισμούς να προσδιορίσουν τον αντίκτυπο που έχουν οι εθελοντές στον οργανισμό, τόσο όσον αφορά τη συμβολή τους όσο και την οικονομική τους αξία.
- Τέταρτον, η παρακολούθηση και η αξιολόγηση μπορούν να βοηθήσουν τους οργανισμούς να εντοπίσουν τους τομείς του εθελοντικού τους προγράμματος που μπορεί να χρειάζονται βελτίωση.
- Τέλος, οι χρηματοδότες μπορεί να απαιτούν από τους οργανισμούς να παρακολουθούν και να αξιολογούν το πρόγραμμα εθελοντισμού τους για να διασφαλίσουν ότι επιτυγχάνουν τους στόχους τους.

Σημασία της παρακολούθησης και αξιολόγησης ενός εθελοντικού προγράμματος

Η παρακολούθηση και η αξιολόγηση ενός εθελοντικού προγράμματος είναι απαραίτητη για να διαπιστωθεί αν επιτυγχάνει τους στόχους του και αν ανταποκρίνεται αποτελεσματικά στις ανάγκες του οργανισμού και των εθελοντών. Υπάρχουν διάφοροι λόγοι για τους οποίους η παρακολούθηση και η αξιολόγηση ενός προγράμματος εθελοντισμού είναι σημαντική, και αυτοί περιλαμβάνουν:

- **Για την αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας του προγράμματος**

Η παρακολούθηση και η αξιολόγηση μπορούν να βοηθήσουν τους οργανισμούς να αξιολογήσουν την αποτελεσματικότητα των προγραμμάτων εθελοντισμού τους. Βοηθά στον εντοπισμό των δυνατών σημείων, των αδυναμιών και των τομέων που χρήζουν βελτίωσης. Για παράδειγμα, η παρακολούθηση και η αξιολόγηση μπορεί να αποκαλύψει ότι οι εθελοντές δεν χρησιμοποιούνται στο έπακρο και μπορούν να γίνουν αλλαγές για να αυξηθεί ο αντίκτυπός τους.

- **Για τον εντοπισμό τομέων βελτίωσης**

Η παρακολούθηση και αξιολόγηση μπορεί να βοηθήσει τους οργανισμούς να εντοπίσουν τομείς βελτίωσης που μπορούν να ενισχύσουν την αποτελεσματικότητα του προγράμματος εθελοντισμού, όπως για παράδειγμα να εντοπίσουν πού δεν ικανοποιούνται οι ανάγκες των εθελοντών.

- **Να αναγνωρίσουν και να εκτιμήσουν τους τομείς επιτυχίας**

Αυτό μπορεί να παρακινήσει τους εθελοντές να συνεχίσουν και να προωθήσουν το πρόγραμμα για να προσελκύσουν περισσότερους εθελοντές. Οι βέλτιστες πρακτικές και οι τομείς επιτυχίας μπορούν επίσης να αναπαραχθούν και να μοιραστούν με άλλους οργανισμούς.

- **Διασφάλιση της διαφάνειας και της λογοδοσίας στο πρόγραμμα**

Αυτό μπορεί να βοηθήσει στην αποδοτική και αποτελεσματική κατανομή των πόρων και στη δίκαιη μεταχείριση των εθελοντών, ενώ παράλληλα επιτυγχάνονται οι στόχοι του προγράμματος.

Βήματα παρακολούθησης και αξιολόγησης

- 01

Καθορισμός στόχων και σκοπών
Το πρώτο βήμα για την παρακολούθηση και αξιολόγηση ενός προγράμματος εθελοντισμού είναι ο καθορισμός σαφών στόχων και σκοπών. Αυτό περιλαμβάνει τον προσδιορισμό των στόχων του προγράμματος, των πόρων που απαιτούνται για την επίτευξη αυτών των στόχων και του τρόπου μέτρησης της προόδου. Οι στόχοι πρέπει να είναι σαφείς, μετρήσιμοι και εφικτοί. Θα πρέπει επίσης να είναι ευθυγραμμισμένοι με τους σκοπούς και τους στόχους του οργανισμού.
- 02

Ανάπτυξη μετρήσεων και δεικτών απόδοσης
Το επόμενο βήμα είναι η ανάπτυξη μετρήσεων και δεικτών απόδοσης που θα χρησιμοποιηθούν για τη μέτρηση της προόδου προς την επίτευξη των στόχων και σκοπών. Οι δείκτες αυτοί πρέπει να είναι συγκεκριμένοι, μετρήσιμοι, εφικτοί, σχετικοί και χρονικά περιορισμένοι (SMART). Θα πρέπει επίσης να είναι ευθυγραμμισμένοι με τους σκοπούς και τους στόχους του οργανισμού.

Κατά την παρακολούθηση και αξιολόγηση ενός εθελοντικού προγράμματος, υπάρχουν διάφοροι βασικοί δείκτες που πρέπει να ληφθούν υπόψη. Οι δείκτες αυτοί μπορούν να χωριστούν σε τρεις κατηγορίες:

- δείκτες εισαγωγής,
 - δείκτες διαδικασίας και
 - δείκτες αποτελέσματος.
- 

Οι **δείκτες εισαγωγής** αναφέρονται στους πόρους που απαιτούνται για τη λειτουργία του προγράμματος εθελοντισμού. Αυτοί μπορεί να περιλαμβάνουν τον αριθμό των εθελοντών, τον χρόνο που συνεισφέρουν και τις δεξιότητες και την εμπειρία που φέρνουν. Άλλοι δείκτες εισροών μπορεί να περιλαμβάνουν το κόστος λειτουργίας του προγράμματος, τη διαθεσιμότητα των πόρων και το επίπεδο υποστήριξης από την ηγεσία του οργανισμού.

Οι **δείκτες διαδικασίας** αναφέρονται στις δραστηριότητες που λαμβάνουν χώρα κατά τη διάρκεια του εθελοντικού προγράμματος. Αυτοί μπορεί να περιλαμβάνουν τα είδη των καθηκόντων που ανατίθενται στους εθελοντές, την εκπαίδευση και τον προσανατολισμό που παρέχεται στους εθελοντές, καθώς και το επίπεδο της εποπτείας και της υποστήριξης που παρέχεται. Άλλοι δείκτες διαδικασίας μπορεί να περιλαμβάνουν το επίπεδο επικοινωνίας και ανατροφοδότησης μεταξύ των εθελοντών και της οργάνωσης, το επίπεδο ικανοποίησης των εθελοντών και το βαθμό στον οποίο οι εθελοντές είναι σε θέση να επιτύχουν τους προσωπικούς τους στόχους.

Οι **δείκτες αποτελέσματος** αναφέρονται στα αποτελέσματα του εθελοντικού προγράμματος. Αυτοί μπορεί να περιλαμβάνουν τον αντίκτυπο που έχουν οι εθελοντές στον οργανισμό και την κοινότητα, το επίπεδο δέσμευσης και υποστήριξης από την κοινότητα και την ικανοποίηση των εθελοντών από την εμπειρία τους. Άλλοι δείκτες αποτελέσματος μπορεί να περιλαμβάνουν τον αριθμό των νέων εθελοντών που προσλαμβάνονται ως αποτέλεσμα του προγράμματος, το επίπεδο των δωρεών ή άλλων μορφών υποστήριξης που δημιουργούνται και τον βαθμό στον οποίο το πρόγραμμα συμβάλλει στην επίτευξη της αποστολής και των στόχων της οργάνωσης.

- 03

Συλλογή δεδομένων
Το τρίτο βήμα είναι η συλλογή δεδομένων σχετικά με τους δείκτες εισροών, διαδικασίας και αποτελεσμάτων του προγράμματος. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει έρευνες, συνεντεύξεις, ομάδες εστίασης, ερωτηματολόγια, συμμετοχικές μεθόδους, δευτερογενή δεδομένα ή άλλες μεθόδους συλλογής δεδομένων. Τα δεδομένα που συλλέγονται πρέπει να είναι σχετικά με τους στόχους και τους δείκτες του προγράμματος. Είναι σημαντικό να συλλέγονται τόσο ποσοτικά όσο και ποιοτικά δεδομένα για να υπάρχει μια ολοκληρωμένη εικόνα της αποτελεσματικότητας του προγράμματος.
- 04

Ανάλυση δεδομένων
Το τέταρτο βήμα είναι η ανάλυση των δεδομένων που συλλέχθηκαν για να προσδιοριστεί αν το πρόγραμμα επιτυγχάνει τους στόχους του, καθώς και τα δυνατά σημεία, οι αδυναμίες και οι τομείς που χρήζουν βελτίωσης. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει τη σύγκριση των δεδομένων με τις καθιερωμένες μετρήσεις και τους δείκτες επιδόσεων, τον εντοπισμό τάσεων και προτύπων και την αναζήτηση ανατροφοδότησης από τους ενδιαφερόμενους φορείς. Η ανάλυση θα πρέπει να είναι αντικειμενική και να βασίζεται στα δεδομένα που συλλέγονται. Βασικές ιδέες:

- Βεβαιωθείτε ότι έχετε λάβει υπόψη σας τα ακόλουθα στοιχεία που μπορεί να χρειαστείτε: τα ποσοτικά σας δεδομένα, το πλαίσιο αξιολόγησης ή τη θεωρία αλλαγής, τα ερωτήματα αξιολόγησης και κάποια μορφή λογισμικού για τη διαχείριση των δεδομένων.
 - Προετοιμάστε τα δεδομένα σας. Για να αναλύσετε τα δεδομένα σας, ξεκινήστε με την εισαγωγή έντυπων εντύπων ή ερωτηματολογίων σε ένα λογιστικό φύλλο ή μια βάση δεδομένων, με εργαλεία όπως το Microsoft Excel να είναι επαρκή για τις περισσότερες περιπτώσεις. Καθαρίστε τα δεδομένα σας αφαιρώντας τις κενές απαντήσεις, τα αντίγραφα και τα λάθη. Βεβαιωθείτε ότι κάθε μεταβλητή έχει τη σωστή αριθμητική μορφή, όπως οι ημερομηνίες ως ημερομηνίες, οι αριθμοί ως αριθμοί και τα χρήματα ως νόμισμα.
 - Αποφασίστε ποια στατιστικά στοιχεία θα χρησιμοποιήσετε. Για παράδειγμα, μπορεί να επιθυμείτε να αναφέρετε το ποσοστό των ατόμων που αντιμετώπισαν ένα συγκεκριμένο αποτέλεσμα ή τις κατηγορίες ατόμων που κέρδισαν τα περισσότερα και τα λιγότερα από τις προσπάθειές σας (διασταύρωση πινάκων).
 - Οι περιγραφικές στατιστικές είναι χρήσιμες για την παρουσίαση και τη σύνοψη των δεδομένων. Οι επαγωγικές στατιστικές, όπως η ανάλυση παλινδρόμησης, βοηθούν στην κατανόηση των σχέσεων μεταξύ μεταβλητών, στον προσδιορισμό του κατά πόσον κάτι θα μπορούσε να έχει συμβεί τυχαία ή στην εξαγωγή συμπερασμάτων πέραν του δείγματός σας. Εδώ δίνουμε έμφαση στις περιγραφικές στατιστικές.
 - Αποφασίστε πώς θα παρουσιάσετε τα δεδομένα σας. Για να παρουσιάσετε αποτελεσματικά τα ποσοτικά σας δεδομένα, εξετάστε το ενδεχόμενο να συνδυάσετε κατηγορίες για λόγους απλότητας και χρησιμοποιήστε πίνακες και διαγράμματα για σημαντικά δεδομένα. Επιλέξτε τον κατάλληλο τύπο διαγράμματος και αναφέρετε τη βάση του δείγματος όταν παρουσιάζετε ποσοστά. Επίσης, να είστε διαφανείς, αναφέροντας τυχόν περιορισμούς, όπως μικρά ή μεροληπτικά δείγματα, για να δείξετε τη δύναμη της ανάλυσής σας.
 - Σκεφτείτε κριτικά για τα δεδομένα σας. Για να αντλήσετε βασικά συμπεράσματα από τα δεδομένα σας, εξετάστε τα κριτικά, συγκρίνοντας τα με προηγούμενα δεδομένα ή άλλες παρόμοιες παρεμβάσεις, εντοπίζοντας μοτίβα και τάσεις, εξηγώντας λιγότερο συχνές απαντήσεις και εξετάζοντας εκπληκτικά αποτελέσματα. Επίσης, συνδέστε τα ποσοτικά σας δεδομένα με ποιοτικά δεδομένα για να δώσετε εξηγήσεις για τα ευρήματά σας.
 - Χρησιμοποιήστε την ανάλυση των δεδομένων σας. Είστε τώρα έτοιμοι να ενοποιήσετε την ανάλυση των δεδομένων σας σε μια έκθεση ή σε άλλου τύπου μορφή παρουσίασης.



05

Αναφορά των αποτελεσμάτων

Αφού συγκεντρώσετε τα αποδεικτικά στοιχεία, θα πρέπει να τα αναλύσετε και να τα ερμηνεύσετε για να διαπιστώσετε αν έχετε επιτύχει τις επιδιωκόμενες αποδόσεις και αποτελέσματα. Για τις αποδόσεις, αυτό μπορεί να περιλαμβάνει την αξιολόγηση του κατά πόσον πετύχατε τους στόχους που είχατε θέσει για την πρόσληψη εθελοντών και κατά πόσον οι εθελοντές σας προέρχονται από ποικίλα υπόβαθρα. Για τα αποτελέσματα, θα πρέπει να προσδιορίσετε αν πετύχατε αυτό που είχατε θέσει ως στόχο ή αν υπήρξαν απροσδόκητα αποτελέσματα, όπως η αποχώρηση των εθελοντών για να ακολουθήσουν μισθωτή απασχόληση χρησιμοποιώντας τις δεξιότητες που έμαθαν και ανέπτυξαν κατά τη διάρκεια του εθελοντισμού.

Όταν ερμηνεύετε πληροφορίες, είναι σημαντικό να εξετάζετε άλλες πιθανές εξηγήσεις για τα ευρήματά σας. Μόλις εντοπίσετε τυχόν κενά, θα πρέπει να επικεντρωθείτε στην ανάπτυξη ρεαλιστικών, συγκεκριμένων και εφικτών βελτιώσεων. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει την επανεξέταση των στόχων τόσο για τις εκροές όσο και για τα αποτελέσματα.

Τα ευρήματα θα πρέπει να αναφερθούν στους ενδιαφερόμενους φορείς. Η έκθεση θα πρέπει να περιλαμβάνει τους στόχους του προγράμματος, τους δείκτες που χρησιμοποιήθηκαν, τα δεδομένα που συλλέχθηκαν και την ανάλυση. Η έκθεση θα πρέπει επίσης να περιλαμβάνει συστάσεις για βελτίωση.



06

Ανάπτυξη και εφαρμογή σχεδίου

Με βάση την ανάλυση και την ερμηνεία σας, αναπτύξτε ένα σχέδιο για την αντιμετώπιση των τομέων που απαιτούν βελτίωση. Βεβαιωθείτε ότι το σχέδιο είναι συγκεκριμένο, εφικτό και ρεαλιστικό. Και στη συνέχεια, εφαρμόστε το σχέδιο και παρακολουθήστε τον αντίκτυπο των αλλαγών που έγιναν στο πρόγραμμα εθελοντισμού σας με στόχο τη βελτίωσή του.



Οι συναντήσεις εθελοντών μπορεί να είναι ένας αποτελεσματικός τρόπος για να συζητήσετε και να εφαρμόσετε αλλαγές στο εθελοντικό σας πρόγραμμα. Αυτή η προσέγγιση περιλαμβάνει την εμπλοκή των εθελοντών στη διαδικασία, κάνοντάς τους να αισθάνονται ότι συμμετέχουν και ότι εκτιμώνται. Όλες οι αποφάσεις που λαμβάνονται κατά τη διάρκεια αυτών των συναντήσεων θα πρέπει να καταγράφονται στα πρακτικά της συνάντησης για μελλοντική αναφορά.

07

Επικοινωνήστε τα αποτελέσματα

Κοινοποιήστε τα αποτελέσματα των προσπαθειών παρακολούθησης και αξιολόγησης στους εθελοντές, το προσωπικό και τα ενδιαφερόμενα μέρη. Μοιραστείτε τις επιτυχίες και τις προκλήσεις του εθελοντικού σας προγράμματος και πώς σκοπεύετε να αντιμετωπίσετε τυχόν εντοπισμένους τομείς προς βελτίωση.

08

Συνεχής βελτίωση

Τελευταίο βήμα είναι η συνεχής παρακολούθηση και αξιολόγηση του εθελοντικού σας προγράμματος, κάνοντας τις απαραίτητες αλλαγές για να διασφαλίσετε τη συνεχή αποτελεσματικότητά του.



8.4. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ, ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΛΑΒΕΤΕ ΥΠΟΨΗ ΣΑΣ

Η παρακολούθηση και η αξιολόγηση του εθελοντικού σας προγράμματος είναι σημαντική για να διασφαλίσετε ότι είναι αποτελεσματικό και ότι επιτυγχάνει τους στόχους του. Ακολουθεί μια περίληψη των βασικών ιδεών που πρέπει να εξετάσετε:

- Καθορίστε σαφείς **στόχους** που είναι μετρήσιμοι, συγκεκριμένοι και εφικτοί.
- Προσδιορίστε **δείκτες** απόδοσης για να μετρήσετε την επιτυχία του προγράμματος εθελοντισμού σας σε σχέση με τους στόχους σας.
- Συλλέγετε τακτικά **δεδομένα** σχετικά με τους δείκτες επιδόσεων του εθελοντικού σας προγράμματος.
- **Αναλύστε** και ερμηνεύστε τα δεδομένα που συλλέγονται για να αξιολογήσετε την απόδοση του εθελοντικού σας προγράμματος σε σχέση με τους στόχους σας.
- Αναπτύξτε ένα **σχέδιο** για την αντιμετώπιση των τομέων που απαιτούν βελτίωση, φροντίζοντας να είναι συγκεκριμένο, εφικτό και ρεαλιστικό.
- Εφαρμόστε τις **αλλαγές** και παρακολουθήστε τον αντίκτυπό τους στο εθελοντικό σας πρόγραμμα.
- **Κοινοποιήστε** τα αποτελέσματα των προσπαθειών παρακολούθησης και αξιολόγησης στους εθελοντές σας, το προσωπικό και τα ενδιαφερόμενα μέρη.
- Να **παρακολουθείτε και να αξιολογείτε συνεχώς** το εθελοντικό σας πρόγραμμα, κάνοντας τις απαραίτητες αλλαγές για να εξασφαλίσετε τη συνεχή αποτελεσματικότητά του.

8.5. ΧΡΗΣΙΜΕΣ ΠΗΓΕΣ

Υπάρχουν διάφοροι διαθέσιμοι διαδικτυακοί πόροι όπου μπορείτε να βρείτε παραδείγματα και υποδείγματα για τη διαχείριση των εθελοντών, συμπεριλαμβανομένων υποδειγμάτων για την παρακολούθηση και την αξιολόγηση των εθελοντικών προγραμμάτων. Ορισμένοι από τους πόρους είναι οι εξής:

- [Αντιστοιχία Εθελοντών](#)
- [Εθνικό Συμβούλιο Μη Κερδοσκοπικών Οργανισμών](#)
- [Μη κερδοσκοπικό κέντρο](#)
- [Ιδεαλιστής](#)
- [Εθελοντής Pro](#)



Train4Coordinators

Online training for youth volunteering coordinators on the validation of competencies, skills and qualifications



Want to know more?



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



2021-1-ES02-KA220-YOU-000028638
Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την παραγωγή της παρούσας δημοσίευσης δεν συνιστά έγκριση του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει τις απόψεις μόνο των συγγραφέων, και η Επιτροπή δεν μπορεί να θεωρηθεί υπεύθυνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.



Train4Coordinators

Online training for youth volunteering coordinators on the validation of competencies, skills and qualifications

ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΟ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΤΗΣ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΘΕΛΟΝΤΙΣΜΟ

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ 2



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

