



Train4Coordinators

Spletno usposabljanje za koordinatorje mladinskega prostovoljstva o potrjevanju kompetenc, veščin in kvalifikaci

ZBIRKA ORODIJ ZA USPOSABLJANJE PROSTOVOLJCEV

REZULTAT 2



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





SPLETNO USPOSABLJANJE ZA KOORDINATORJE MLADINSKEGA PROSTOVOLJSTVA O POTRJEVANJU KOMPETENC, SPRETNOSTI IN KVALIFIKACIJ

Partneriji projekta

- Fundación Altum, **Španija**
- Vienna Association Of Education Volunteers, **Avstrija**
- Science And Human Foundation, **Turčija**
- Trend-Prima, Zavod Za Raziskave In razvoj Znanja, Maribor, **Slovenia**
- Synthesis Center For Research And Education Limited, **Ciper**
- Hellenic Society For The Promotion Of R&D Methodologies, **Grčija**
- Gestión Estratégica E Innovación SL, **Španija**

Koordinator projekta

Fundación Altum, Španija



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



2021-1-ES02-KA220-YOU-000028638

Podpora Evropske komisije za pripravo te publikacije ne pomeni podpore vsebini, ki odraža le stališča avtorjev, zato Komisija ni odgovorna za kakršno koli uporabo informacij, ki jih ta publikacija vsebuje.

Vsebina

Uvod	04
1. poglavje Upravljanje programa prostovoljstva	05
2. poglavje Vodenje in upravljanje	18
3. poglavje Učinkovito komuniciranje	26
4. poglavje Odnosi z javnostmi, družbeni mediji in kampanje	36
5. poglavje Upravljanje programov prostovoljstva	47
6. poglavje Programska oprema za upravljanje prostovoljstva	55
7. poglavje Razvoj korporativnih partnerstev	63
8. poglavje Vrednotenje programa prostovoljstva	74





Uvod

Mladi si lahko s prostovoljnim delom pridobijo dragocene neformalne učne izkušnje. To pa ne le izboljšuje njihove poklicne spretnosti in zaposljivost, temveč tudi spodbuja njihov občutek za solidarnost, socialne spretnosti in dejavno sodelovanje v družbi.

Mladinsko prostovoljstvo je tipična oblika neformalnega učenja, ki upošteva poklicne standarde in temelji na potrebah, kulturah in interesih mladih. Prednost daje procesu pred učnimi rezultati, mladim pa zagotavlja okolje za sodelovanje v skupinah in izmenjavo idej.

Za zagotovitev učinkovitega in trajnostnega prostovoljstva morajo institucije EU in države članice podpirati in spodbujati prostovoljstvo, zaščititi prostovoljce in odpraviti pravne ovire za njihove dejavnosti. Pristop, osredotočen na prostovoljce, je ključnega pomena za kakovost, priznavanje in razvoj kompetenc mladih prostovoljcev.

Namen projekta Train4Coordinators, v katerem sodeluje sedem organizacij iz šestih držav, je s spletnim usposabljanjem in mobilnim ocenjevanjem izboljšati in okrepiti kompetence, spretnosti in kvalifikacije mladih koordinatorjev prostovoljcev. Koordinatorji prostovoljcev potrebujejo komunikacijske, vodstvene in prilagoditvene spretnosti za učinkovito upravljanje skupin prostovoljcev.

V okviru projekta bosta razvita "Orodje za upravljanje usposabljanja prostovoljcev" in "Spletna učna platforma za koordinatorje prostovoljcev", ki bosta koordinatorjem pomagala razviti osebne in poklicne spretnosti, organizacijam pa prinesla koristi v obliki učinkovitejšega in uspešnejšega prostovoljskega programa.

Zbirka orodij za usposabljanje prostovoljcev sestoji iz niza virov, ki so namenjeni pomoči organizacijam pri učinkovitem usposabljanju in upravljanju njihovih prostovoljcev. Vključuje vrsto gradiv in virov, kot so predloge, vodniki, kontrolni sezname in učna gradiva, ki jih je mogoče prilagoditi edinstvenim potrebam katere koli organizacije, ki dela s prostovoljci.

Navsezadnje je cilj projekta spodbuditi večjo angažiranost in zavzetost prostovoljcev, večji vpliv v skupnosti in večjo ozaveščenost o upravljanju prostovoljskih dejavnosti.

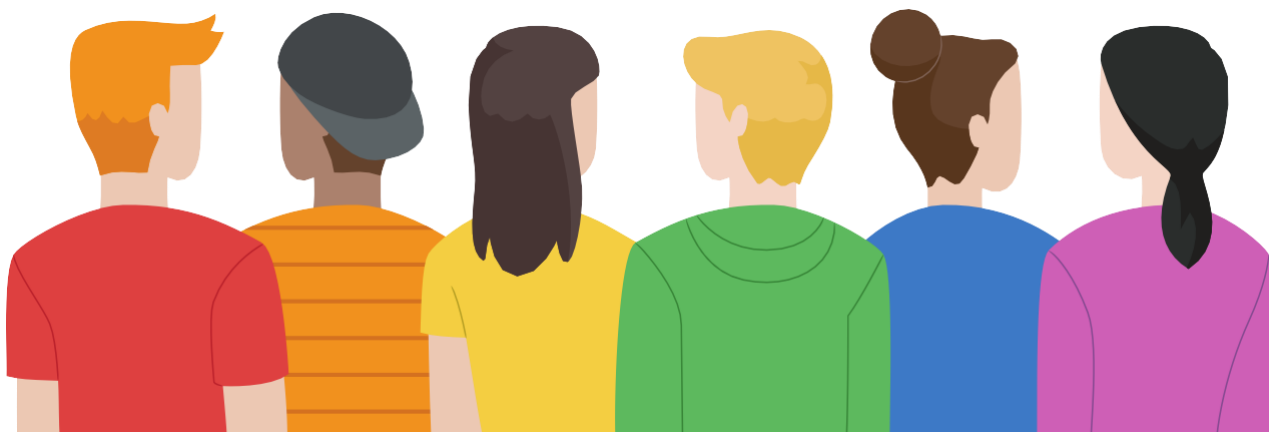




1. poglavje

Upravljanje programa mladinskega prostovoljstva

Izzivi in najboljše prakse pri upravljanju mladinskih prostovoljskih programov



1.1. UČNI CILJI

V tem poglavju želimo pomagati organizacijam, zlasti njihovim koordinatorjem, pri:

- oblikovanju in razvijanju zanesljivih prostovoljskih programov;
- pridobivanju, ohranjanju in nagrajevanju mladih prostovoljcev;
- usmerjanju in usposabljanju prostovoljcev;
- izvajanju in vodenju uspešnih prostovoljskih programov za mlade.

Z obravnavo teh pomembnih področij lahko pomagamo organizacijam ustvariti bolj učinkovit in trajnosten prostovoljski program, ki na koncu koristi prostovoljcem samim, organizaciji in širši skupnosti.

**Uspešno vodenje
prostovoljcev zahteva
skrbno načrtovanje in
preudarnost.**



1.2. RAZLAGA POJMOV



Prostovoljec

Prostovoljec je oseba, ki po lastni izbiri del svojega časa nameni altruističnim solidarnostnim dejavnostim, ne da bi za to dobila plačilo.



Prostovoljstvo

Prostovoljstvo lahko opredelimo kot sistematičen način priprave, zaposlovanja, usposabljanja in nadzorovanja prostovoljcev ob podpori prostovoljskih dejavnosti v skupnosti.



Upravljanje prostovoljstva

Upravljanje prostovoljstva je proces zaposlovanja, nadzorovanja, vključevanja in vzdrževanja vključenosti prostovoljcev za doseganje ciljev in poslanstva organizacije.



Koordinator prostovoljcev

Koordinator prostovoljcev ali koordinator prostovoljskega programa je odgovoren za vodenje prostovoljskih dejavnosti v organizaciji. Njegove naloge vključujejo razgovore s prostovoljci in njihovo zaposlovanje, razporejanje prostovoljcev v ustrezne vloge glede na njihove kvalifikacije ter vodenje natančnih evidenc. Posebne odgovornosti koordinatorja prostovoljcev se lahko razlikujejo glede na vrsto neprofitne organizacije. Vendar pa so njihove splošne naloge zaposlovanje, razgovori, nadzor in usposabljanje prostovoljcev. Koordinatorji lahko tudi razporejajo prostovoljce za tekoče naloge in dogodke ter so odgovorni za organizacijo in promocijo dogodkov.

Poleg omenjenih nalog je koordinator običajno odgovoren tudi za spremljanje prostovoljskih ur in upravljanje programov nagrajevanja. To omogoča organizaciji prepoznati in obdržati dobre prostovoljce ter spremljati njihove prispevke. Druge odgovornosti lahko vključujejo redno ocenjevanje prostovoljcev, načrtovanje in organizacijo dogodkov, zbiranje sredstev in upravljanje zbirke podatkov o prostovoljcih. Koordinator prostovoljcev je lahko odgovoren tudi za različne administrativne in vodstvene naloge, ki so mu dodeljene.





1.3. VSEBINA

Oblikovanje, razvoj in upravljanje prostovoljskega programa za mlade vključuje več ključnih korakov, ki zagotavljajo, da je program učinkovit in izpolnjuje potrebe organizacije in prostovoljcev.

Navajamo nekaj korakov, ki jih je treba upoštevati pri oblikovanju in razvoju prostovoljskega programa za mlade:



01 Načrtovanje programa prostovoljstva za mlade

Pri načrtovanju programa prostovoljstva za mlade je treba v prvi fazi opraviti naslednje naloge:

OCENITE POTREBE SKUPNOSTI

Ključnega pomena je ugotoviti, kako lahko mladi prostovoljci pomembno prispevajo. To lahko vključuje izvedbo raziskav, anketiranje članov skupnosti in posvetovanje z lokalnimi organizacijami, da se opredelijo področja, na katerih imajo lahko prostovoljci največji vpliv.

OPREDELITE SVOJE POSLANSTVO

Jasna opredelitev **poslanstva** in **ciljev** vašega prostovoljskega programa vam bo pomagala usmerjati **proces oblikovanja in razvoja**. To lahko vključuje opredelitev specifičnih znanj, spretnosti in virov, ki jih bodo mladi prostovoljci prinesli v program, ter rezultatov, ki jih želite doseči. Določite cilje, ki so za vas smiselni, in svoje najboljše prakse strukturirajte okoli doseganja teh ciljev, da jih ne bodo druge naloge postavile na prvo mesto.



PRIDOBITE PODPORO VODSTVA IN KLJUČNIH DELEŽNIKOV

Za zagotovitev uspeha programa je bistvenega pomena zagotoviti podporo vodstva in ključnih zainteresiranih strani, kot so partnerji financiranja in člani skupnosti. To lahko vključuje predstavitev jasne vizije in načrta za program ter oris koristi in pričakovanega učinka.

DOLOČANJE CILJEV IN INDICATORJEV USPEHA

Jasna opredelitev ciljev in kazalnikov uspeha vam bo pomagala **izmeriti učinek programa** in izvesti potrebne prilagoditve. To lahko vključuje kratkoročne in dolgoročne cilje ter posebne kazalnike za merjenje napredka.

RAZISKOVANJE IN ZAGOTAVLJANJE VIROV FINANCIRANJA

Zagotavljanje **financiranja** je pomemben korak pri razvoju uspešnega prostovoljskega programa. To lahko vključuje iskanje nepovratnih sredstev, sponzorstev in drugih možnosti financiranja ter **pripravo proračuna in načrta zbiranja sredstev**.

OPREDELITEV VLOG OSEBJA IN PROSTOVOLJCEV

Jasna opredelitev **vlog in odgovornosti osebja in prostovoljcev** bo pomagala zagotoviti, da si vsi prizadevajo za iste cilje in da so naloge učinkovito opravljene. To lahko vključuje pripravo opisov delovnih mest, opredelitev obsega dela in določitev pričakovanj glede uspešnosti.

Opredelitev **nalog in področij**, na katerih bi lahko mladi prostovoljci pomembno prispevali ter si pridobili dragocene izkušnje in spretnosti.

ZASNOVA PROGRAMA

Oblikovanje **programa**, ki mladim prostovoljcem omogoča, da **prispevajo k skupnosti**, in ki vključuje tako koncentriran, akademski počitniški program kot tudi dolgoročne redne obveznosti.



Drugi koristni nasveti:

● Oblikujte strukturirane **elemente za učenje in razvoj**, ki prostovoljcem omogočajo učenje in razvoj njihovih spretnosti.

● **Razvijte in zagotovite potrebne vire** za podporo mladim prostovoljcem, da bodo kar najbolje izkoristili svoje izkušnje, vključno z oblikovanjem opisov vlog, ocen tveganja in načrtovanjem uvajalnih dni.

● Razvijte zanimive vire, ki jih bodo mladi prostovoljci uporabljali med programom, da boste lahko beležili njihove **izkušnje** ter **spremljali** njihov **napredek, učenje in dosežke**.

02 Trije "R": Pridobivanje, ohranjanje in nagrajevanje (recruit, retain and reward)

Trije r-ji se nanašajo na postopek pridobivanja, ohranjanja in nagrajevanja prostovoljcev za učinkovito upravljanje prostovoljskega programa.

PRIDOBIVANJE PROSTOVOLJCEV

Potrebna je dobra strategija zaposlovanja

Temelj prostovoljskega programa so seveda prostovoljci. Brez močne baze prostovoljcev program prostovoljstva ne bo mogel zaživeti.

Za učinkovito zaposlovanje prostovoljcev je pomembno, da jasno poznate spretnosti ter vire, potrebne za podporo poslanstvu in ciljem vaše organizacije. To vključuje opredelitev vrst vlog in nalog, za katere bodo prostovoljci odgovorni, ter potrebnih kvalifikacij in izkušenj. Za pridobivanje prostovoljcev lahko uporabite različne metode, kot so objava priložnosti na vaši spletni strani, v družabnih medijih in drugih spletnih platformah ter navezovanje stikov s potencialnimi prostovoljci prek elektronske pošte ali osebne nagovarjanja.

Strategija zaposlovanja daje potencialnim prostovoljcem prvi vtis o našem prostovoljskem programu in nam mora omogočiti, da stopimo v stik s podporniki, ki jim je pomembno naše poslanstvo in so pripravljeni na dolgoročno sodelovanje.



Elementi uspešne strategije zaposlovanja vključujejo:



Odločen **poziv k ukrepanju** na podlagi izjave o poslanstvu organizacije.

Sporočilo potencialnim prostovoljcem mora biti **jasno**, jedrnato in prepričljivo. Pri oblikovanju poziva za prostovoljce se moramo osredotočiti na poslanstvo in cilje naše organizacije. Vključiti moramo tudi informacije o tem, zakaj pridobivamo prostovoljce in kaj želimo z njihovo pomočjo doseči.



Ustvarjanje **osupljivih** in **privlačnih** priložnosti za mlade prostovoljce. Opis objavljenega delovnega mesta mora med potencialnimi prostovoljci, ki jih želite pridobiti, vzbuditi radovednost in navdušenje. Hkrati pa mora izražati tudi prava pričakovanja in podati veljavne informacije. Izkušnje naših prostovoljcev lahko naredimo bolj vznemirljive tako, da jim, na primer, ponudimo veljavne certifikate o usposabljanju ali priložnosti za mreženje, vključimo družabne elemente itd.

Uporabite preprost jezik. Če, na primer, iščete študente prostovoljce, jim razložite, kako bo to delo koristilo njihovi nadaljnji karieri in razvoju. Če želite nagovarjati zaposlene strokovnjake, jih seznanite s tem, kako bo prostovoljno delo pripomoglo k izboljšanju njihovih spretnosti in jim pomagalo spoznati podobno misleče ljudi ali navezati socialne stike.



Strateško spodbujanje priložnosti, prehod na digitalno tehnologijo, razdeljevanje letakov, televizijski oglasi in celo ustno izročilo so odlični načini za pridobivanje prostovoljcev. Vendar bi morali priložnosti za prostovoljce objavljati na več različnih kanalih, od družbenih medijev do našega spletnega mesta, e-pošte in glasil. Poleg tega lahko, če iščemo usposobljene prostovoljce, za bolj ciljno usmerjeno nagovarjanje uporabimo platforme, kot je LinkedIn. Svoja sporočila za nagovarjanje osredotočite na edinstvene vidike svojega prostovoljskega programa in pričakovani učinek prostovoljcev.



Poenostavite registracijo. Postopek prijave mora biti zelo preprost, da ne bi izgubili prostovoljcev samo zaradi dolgega ali zapletenega postopka prijave.



OHRANITEV ZAPOSLENIH PROSTOVLJCEV

Potrebno si je prizadevati za ohranitev vključenosti predanih prostovoljcev.

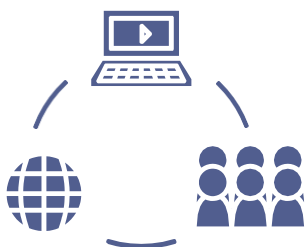
Za ohranitev vključenosti prostovoljcev je pomembno, da vzpostavite pozitivno in spodbudno vzdušje, omogočite stalno usposabljanje in razvoj ter izražate spoštovanje s priznanji in nagradami. Redno komuniciranje s prostovoljci, vključno z najnovejšimi informacijami o učinkih njihovega dela ter ciljih in napredku organizacije, lahko prav tako pomaga krepiti občutek povezanosti in namena. Z izvajanjem teh strategij bodo lahko organizacije zadržale dragocene prostovoljce in še naprej ustvarjajo pomemben vpliv z njihovimi prizadevanji.

Ideje za vključevanje in ohranjanje vključenosti prostovoljcev:

Prostovoljcem ponudite možnost stalnega usposabljanja, da pridobijo dragocene veščine, kot so javno nastopanje, pisanje pisem itd.

Povratno informiranje prostovoljcev o napredku, da bodo vedeli, kakšen je učinek njihove podpore, ter da bodo še naprej povezani z namenom in navdušeni nad doseganjem novih ciljev.

Prostovoljcem ponudite priložnosti, ki ustrezajo njihovim spretnostim ali interesom. Ko le-ti najdejo izpolnitev in zadovoljstvo, bodo bolj verjetno nadaljevali s prostovoljstvom.





NAGRAJEVANJE

Nagrajevanje prostovoljcev in priznavanje vrednosti njihovega dela je ključnega pomena za povečanje stopnje ohranjanja vključenosti prostovoljcev.

Nagrajevanje prostovoljcev je način, kako jim izraziti priznanje za njihov prispevek in jih spodbuditi k nadaljnjemu prostovoljnemu delu. Prostovoljce lahko nagradite na več načinov.

Vrste nagrad / priznanj

- Ponujanje certifikatov, darilnih kartic ali drugih materialnih predmetov ter priznanja na dogodkih ali v družabnih medijih.
- Razmislite o možnostih za strokovni razvoj ali napredovanje, kot so vodstvene vloge ali programi usposabljanja. Z nagrajevanjem prostovoljcev lahko v njih vzbudite občutek zadovoljstva in jih spodbudite, da ostanejo vključeni v vašo organizacijo.

Prostovoljcem se pogosto in iskreno zahvaljujte. Izražanje hvaležnosti prostovoljcem je eden najlažjih in najučinkovitejših načinov za ohranjanje njihovega sodelovanja. Zahvalite se jim lahko na enak način kot donatorjem. Nagovorite jih po elektronski pošti, telefonu ali direktni pošti, pohvalite jih v družabnih medijih ali jim podarite znak hvaležnosti, kot je brezplačna majica.

- Nagrade: če vse naštetto ne uspe, so brezplačne stvari lahko močan motivacijski dejavnik, ki prostovoljcem pomaga, da se zanimajo za vašo ponudbo. Podpornikom ponudite spodbude glede na število prostovoljnih ur, kot so majice, torbe ali steklenice za vodo. Za svoje najboljše prostovoljce lahko organizirate tudi naključne podelitve večjih nagrad, kot so darilne košare ali vstopnice za različne prireditve.





03

Vodenje in usposabljanje mladih prostovoljcev

Usmerjanje in usposabljanje mladih prostovoljcev je pomemben korak pri zagotavljanju, da bodo lahko učinkovito prispevali k vaši organizaciji in imeli pozitivno izkušnjo kot prostovoljci. Orientacija pomaga prostovoljcem razumeti poslanstvo, vrednote in cilje organizacije ter pričakovanja in smernice za prostovoljsko delo. Usposabljanje pa prostovoljcem zagotavlja potrebne spretnosti in znanje za učinkovito opravljanje njihovih nalog in odgovornosti.

Tukaj je nekaj nasvetov za usmerjanje in usposabljanje mladih prostovoljcev:

- ♦ **Zagotovite celovito orientacijo.** Med uvajanjem poskrbite, da bodo obravnavane naslednje teme:
 - ◊ poslanstvo in vrednote organizacije,
 - ◊ vloga prostovoljcev,
 - ◊ pričakovanja in smernice za prostovoljce in
 - ◊ vse ustrezne politike in postopki.

Navedete lahko tudi informacije o zgodovini, programih in vplivu organizacije.

- ♦ **Določite mentorja.** Razmislite o dodelitvi mentorja ali nadzornika novim prostovoljcem, ki jim bo pomagal pri privajanju na organizacijo in njihovo vlogo. Mentor lahko prostovoljcu nudi smernice in podporo pri uvajanju v delo ter mu pomaga, da se počuti bolj povezanega z organizacijo.
- ♦ **Ponudite usposabljanje.** Glede na naravo vloge prostovoljca boste morda morali zagotoviti usposabljanje, da bodo imeli prostovoljci potrebne spretnosti in znanje za učinkovito opravljanje svojih nalog. To lahko vključuje usposabljanje o posebnih programih ali projektih, pa tudi usposabljanje na delovnem mestu, ki prostovoljcem pomaga pridobivati praktične izkušnje.
- ♦ **Uporabite različne metode usposabljanja.** Če želite, da bodo stvari zanimive in privlačne, razmislite o uporabi različnih metod usposabljanja, kot so osebna usposabljanja, spletni moduli, videoposnetki in praktične vaje.
- ♦ **Spodbujajte povratno informiranje.** Spodbujajte prostovoljce, da posredujejo povratne informacije o svoji izkušnji z usposabljanjem in o svoji splošni izkušnji s prostovoljstvom. To vam lahko pomaga pri ugotavljanju področij za izboljšave in zagotavljanju, da izpolnujete potrebe prostovoljcev.





04 Izvajanje in upravljanje programa

Izvajanje in upravljanje programa mladinskih prostovoljcev zahteva skrbno načrtovanje in usklajevanje. Tukaj je nekaj ključnih premislekov:

- **Postavite jasna pričakovanja.** Jasno sporočanje pričakovanj in smernic za prostovoljno delo bo pomagalo zagotoviti, da bodo prostovoljci lahko pomembno prispevali in imeli pozitivno izkušnjo. To lahko vključuje opis vlog in odgovornosti prostovoljcev ter pravilnikov in postopkov, ki jih morajo upoštevati.
- **Zagotavljanje stalne podpore.** Pomembno je, da prostovoljcem ves čas njihovega sodelovanja v programu zagotavljate stalno podporo in usmerjanje. To lahko vključuje dodelitev mentorja ali nadzornika, ki bo zagotavljal usmerjanje in podporo, ter nudenje priložnosti za usposabljanje in razvoj, vključno z rednim uvajalnim usposabljanjem za nove prostovoljce ob sprejemu in njihovo pripravo na uspešno delovanje.
- **Ustvarite občutek skupnosti.** Spodbujanje prostovoljcev k vzpostavljanju odnosov in povezav med seboj in z osebjem lahko pomaga ustvariti občutek skupnosti in pripomore k pozitivni izkušnji prostovoljstva. To lahko vključuje organizacijo družabnih dogodkov ali priložnosti za sodelovanje prostovoljcev pri projektih.
- **Priznavanje in nagrajevanje prostovoljcev.** Izkazovanje spoštovanja do dela prostovoljcev je pomemben način, kako jih spodbuditi, da ostanejo vključeni v program. To lahko vključuje priznanje prostovoljcem na dogodkih, izdaja certifikatov ali drugih spominkov ali zagotavljanje drugih oblik priznanja, kot so pohvale v družabnih medijih ali člankih.
- **Spremljajte in merite napredek.** Pomembno je, da spremljate in merite napredek in učinek svojega programa mladinskih prostovoljcev ter tako zagotovite, da izpolnjuje svoje cilje in pozitivno vpliva na skupnost. To lahko vključuje zbiranje in analiziranje podatkov o angažiranosti prostovoljcev, rezultatih in povratnih informacijah ter uporabo teh informacij za nenehno izboljševanje programa.
- **Komuniciranje s prostovoljci.** Redno komuniciranje s prostovoljci je bistvenega pomena za njihovo obveščenost, zavzetost in motiviranost. To lahko vključuje redno pošiljanje najnovejših informacij o programu, prošnjo za povratne informacije in zagotavljanje priložnosti, da prostovoljci delijo svoje izkušnje in zamisli.
- **Upravljanje logistike in administracije.** Upravljanje logistike in administracije mladinskega prostovoljskega programa je lahko izziv, vendar je bistvenega pomena za zagotavljanje nemotenega poteka programa. To lahko vključuje usklajevanje urnikov in virov, upravljanje financ ter vodenje natančnih evidenc in dokumentacije.
- **Vrednotenje in ocenjevanje programa.** Z rednim ocenjevanjem in vrednotenjem programa lahko prepoznate področja, ki jih je treba izboljšati, in zagotovite, da program dosega svoje cilje in ima pozitiven učinek. To lahko vključuje zbiranje povratnih informacij od prostovoljcev, drugih koordinatorjev in zainteresiranih strani, analizo podatkov o programu ter redno ocenjevanje za merjenje napredka in učinka.
- **Vodenje izvajanja politik prostovoljstva** za mlade prostovoljce v programu, vključno z reševanjem morebitnih težav in iskanjem ustrezne podpore.
- **Prilagoditve po potrebi.** Pri razvoju programa je pomembno, da ste prožni in odprti za potrebne spremembe in prilagoditve. To lahko vključuje prilagajanje spreminjajočim se potrebam in prednostnim nalogam ter odzivanje na povratne informacije in predloge prostovoljcev in zainteresiranih strani.



1.4. SKLEPI, PREMISLEKI IN OPOZORILA, KI JIH JE TREBA POMNITI

Najboljše prakse upravljanja prostovoljstva in zadeve, ki jih je treba upoštevati pri upravljanju mladinskega prostovoljskega programa, lahko vključujejo:

- Glede na trenutne razmere v svetu se je treba zavedati, da bo morda treba prilagoditi cilje, ki ste si jih predhodno zastavili. Zato je ključnega pomena, da vsak del postopka upravljanja prostovoljcev prilagodite novim ciljem. Poskrbite, da bodo vaši zaposlitveni oglasi ustrezali vsem trenutnim razmeram, da boste pritegnili prave prostovoljce.
- Glede na možnost usposabljanj na daljavo je pomembno, da ocenite raven udobja prostovoljcev pri komunikaciji na daljavo in količino napora, potrebnega za njihovo usposobitev. S tem lahko zagotovite, da bo usposabljanje uspešno in učinkovito tako za prostovoljce kot za vašo organizacijo.
- Pomembno je, da prisluhnete in upoštevate povratne informacije in stališča prostovoljcev ter tako zagotovite njihovo stalno sodelovanje. Jasno oblikovanje pričakovanj do prostovoljcev, zlasti novih, je prav tako ključnega pomena, da le-ti razumejo svoje vloge in odgovornosti ter da lahko učinkovito prispevajo k poslanstvu organizacije.
- Ostanite v stiku z obstoječimi prostovoljci, ki morda začasno ne morejo opravljati prostovoljnega dela, in jih obveščajte o dejavnostih in napredku vaše organizacije, da bi povečali verjetnost njihove vrnitve v prihodnosti.
- Za ohranjanje vključenosti prostovoljcev je pomembno, da z njimi komuniciramo po meri in jim dodelimo naloge, ki temeljijo na njihovih strasteh, tudi če to pomeni strmo krivuljo učenja. Učinkovita komunikacija prostovoljce navdihuje k ukrepanju, pogosta komunikacija pa jih obvešča o tem, kako so njihova prizadevanja prispevala k cilju.
- Vzpostavite sistem povratnega informiranja, kot je telefonska ali samodejna besedilna anketa, da bi prostovoljce spodbudili k izmenjavi mnenj.
- Priporočljivo je tudi, da občasno preverjate zadovoljstvo prostovoljcev, da ugotovite njihov "utrip" in proaktivno izboljšate njihovo izkušnjo.

Učinkovit in uspešen program upravljanja prostovoljcev je mogoče oceniti na podlagi treh meril:

- Je strateški, kar pomeni, da privablja prave prostovoljce z nizkimi stroški za organizacijo.
Z učinkovitim usposabljanjem in podporo prostovoljcem zagotavlja pozitivno izkušnjo prostovoljcev.
- Zmanjšuje odliv prostovoljcev, saj jih spodbuja, da še naprej podpirajo organizacijo.

PRILOGA I

KONTROLNI SEZNAM

Koliko izmed navedenih najboljših praks za upravljanje prostovoljskih programov uporabljate?

ZAPOSLOVANJE PROSTOVOLJCEV ☐ V celoti razumete stopnjo preverjanja prostovoljcev, ki je potrebna za vsako priložnost. ☐ Iščite kandidate, ki imajo znanja in spretnosti, ki ustrezajo posameznim primerom. ☐ Ne hitite s postopkom zaposlovanja ☐ Pri zaposlovanju prostovoljcev se osredotočite na različne kanale. ☐ Ne pozabite na obstoječo zbirko podatkov o prostovoljcih.	PRIDOBIVANJE SREDSTEV ☐ Spremenite prostovoljce v donatorje (potencialni donatorji) ☐ Postavite optimistične cilje svoji kampanji za zbiranje sredstev in ekipe ☐ Pridobite podpornike s pobudami za zbiranje sredstev P2P ☐ Donatorjem olajšajte doniranje ☐ Sprejmite donacije v vseh zneskih.
SODELOVANJE PROSTOVOLJCEV ☐ Vključevanje prostovoljcev (usmerjanje, usposabljanje, povratno informiranje) ☐ Pri oblikovanju strategij ozaveščanja bodite čim bolj natančni. ☐ Prostovoljcem redno izkazujte hvaležnost.	NEPROFITNO TRŽENJE ☐ Ustvarjanje prepričljive vsebine s poudarkom na pripovedovanju zgodb (zgodbe vzbujajo čustva). ☐ Imejte načrt za družbene medije in določite prave kanale (ne objavljajte samo za objavo) ☐ Sprejemanje marketinških odločitev na podlagi podatkov ☐ Uporabite trženjske kanale kot priložnost, da spoznate svoje podpornike
OHRANITEV PROSTOVOLJCEV ☐ Izvedite SWOT analizo med svojimi prostovoljci. ☐ Prosite svoje podpornike, naj še naprej izpolnjujejo nove priložnosti (učinkovito komuniciranje). ☐ Podpornikom omogočite, da se zavežejo priložnostim neposredno z vašega spletnega mesta. ☐ Pripravite načrt za merjenje vpliva prostovoljcev v vaši organizaciji.	UČINEK PROSTOVOLJSTVA ☐ Spremljajte prostovoljce svoje organizacije ☐ Pri spremljanju učinka poskrbite za merjenje oportunitetnih stroškov. ☐ Razlikujte med donacijami prostovoljcev in tistimi, ki niso prostovoljci



1.5. UPORABNI VIRI

- [Volunteer Management Handbook](#)
- [4 Essential Components of a Volunteer Management Program](#)
- [Volunteer Coordinator Job Description: Top Duties and Qualifications](#)
- [Volunteer coordinator](#)
- [Volunteer management strategies for nonprofits](#)
- [Five Best Practices For Volunteer Management](#)
- [10 Best Practices in Volunteer Management](#)
- [33 Best Practices for Volunteer Organizations](#)

2. poglavje

Upravljanje in vodenje

Kaj naredi dobrega vodjo? Razumevanje vodenja



2.1. UČNI CILJI

To poglavje je namenjeno zagotavljanju podpore organizacijam, zlasti koordinatorjem:

- za razvoj jasnega razumevanja vrednosti vodstvenih veščin in sposobnost njihovega prepoznavanja in učinkovite uporabe, kadar je to potrebno.
- pridobivanje znanja in veščin, ki jih potrebujejo, da postanejo učinkoviti vodje in razumejo dve plati procesa vodenja.
- prepoznavanje in obravnavanje potencialnih težav in iluzij, ki bi lahko vplivale na delo in odnose z drugimi.
- razumevanje razlike med vodenjem in upravljanjem.
- prepoznavanje pomena vodenja v kontekstu prostovoljstva.

Upravljanje vodenja je v mladinski prostovoljski organizaciji ključnega pomena, saj daje ton delovanju organizacije, navdihuje in usmerja prostovoljce, zagotavlja učinkovito komunikacijo in sprejemanje odločitev ter na koncu pomaga pri doseganju ciljev organizacije.

**Učinkovito vodenje
prostovoljstva
vključuje motiviranje,
usmerjanje in
podpiranje
prostovoljcev pri
sodelovanju za
doseganje ciljev
organizacije.**



2.2. RAZLAGA POJMOV



Vodenje

Vodenje je sposobnost posameznika ali skupine posameznikov, da vpliva na sledilce ali druge člane organizacije in jih vodi.

2.3. VSEBINA

Vodenje pomeni sprejemanje tehtnih - in včasih težkih - odločitev, oblikovanje in izražanje jasne vizije, določanje dosegljivih ciljev ter zagotavljanje znanja in orodij, potrebnih za doseganje teh ciljev.

Vodje so potrebni na različnih področjih družbe, vključno s podjetji, politiko, regijami in družbenimi organizacijami.

Značilnosti učinkovitega vodje so: samozavest, dobre komunikacijske in vodstvene sposobnosti, kreativno in inovativno razmišljanje, vztrajnost kljub neuspehu, pripravljenost na tveganje, odprtost za spremembe, uravnovešenost in odzivnost v kriznih razmerah.

V poslovnem svetu se lahko posamezniki, ki imajo te vodstvene lastnosti, povzpnejo na vodstvene položaje, kot so generalni direktor, informacijski direktor ali predsednik.

Pomembni posamezniki, ki so se izkazali kot močni vodje v tehnološki industriji, so soustanovitelj podjetja Apple Steve Jobs, soustanovitelj podjetja Microsoft Bill Gates in izvršni direktor podjetja Amazon Jeff Bezos.





Katere so lastnosti dobrega vodje?

POŠTENOST IN INTEGRITETA

Poštenost in integriteta sta ključni lastnosti, ki ju morajo imeti učinkoviti vodje. Te lastnosti ustvarjajo temelj zaupanja in spoštovanja med vodji in njihovimi ekipami. Ko so vodje zgled poštenosti in integritete, to navdihuje njihove sodelavce, da ravnajo enako, posledica tega pa je povezanost in zanesljivost ekipe.

NAVDIH

Učinkoviti vodje so samomotivirani posamezniki, ki navdihujejo in vplivajo na svoje privržence za doseganje skupnih ciljev. Imajo jasno vizijo in jo znajo posredovati svoji ekipi ter ji pomagati razumeti njihovo vlogo v širši sliki. Z usmerjanjem in spodbujanjem lahko vodje motivirajo svojo ekipo, da doseže svoj polni potencial in si prizadeva za skupno vizijo. To ne le spodbuja uspeh, temveč tudi gradi lojalnost in zaupanje v ekipi.

KOMUNIKACIJSKE SPRETNOSTI

Komunikacijske spretnosti so ključnega pomena za učinkovito vodenje. Dobri vodje se zavedajo, kako pomembno je jasno in jedrnato komunicirati s svojo ekipo. Z jasnim izražanjem lahko zagotovijo, da vsi razumejo njihovo vizijo in da si ekipa prizadeva za iste cilje. Poleg tega lahko vodje z dobrimi komunikacijskimi spretnostmi z iskrenostjo in preglednostjo gradijo zaupanje v svoji ekipi, kar vodi k bolj produktivnemu in sodelovalnemu delovnemu okolju.



VIZIJA

Vodje so vizionarji, ki jasno vedo, kaj želijo doseči in kako doseči svoje cilje. Imajo odlične komunikacijske sposobnosti in znajo svojo vizijo učinkovito predstaviti članom ekipe ter jih navdihniti in motivirati za delo v smeri skupnega cilja. Njihova sposobnost, da svojo vizijo delijo z drugimi, pomaga uskladiti prizadevanja vseh za skupni namen ter ustvarja občutek enotnosti in usmerjenosti v ekipi.

VZTRAJNOST

Vztrajnost je ključna lastnost dobrih vodij. Ovire in izzivi jih ne odvrnejo zlahka, temveč vztrajajo in iščejo edinstvene rešitve za težave. Ta odločnost jim pomaga pri doseganju ciljev in navdihuje ekipo, da stori enako.

INTUICIJA

Intuicija je bistvena lastnost dobrega vodje, saj mu omogoča sprejemanje pravih odločitev v zapletenih situacijah. Z opiranjem na svoje znanje in življenjske izkušnje lahko vodje izkoristijo svojo intuicijo in sprejemajo premišljene odločitve, ki koristijo njihovi ekipi in organizaciji.

EMPATIJA

Veliki vodje se zavedajo pomena čustvene inteligence in empatije. Pozitivno delovno okolje ustvarjajo z močnimi odnosi s člani svoje ekipe ter z obravnavanjem njihovih skrbi in želja. Empatija vodjem omogoča, da se z ekipo povežejo na globlji ravni in razumejo njene potrebe, kar vodi k večji produktivnosti in zadovoljstvu pri delu.

**FLEKSIBILNOS**

Dobri vodje morajo ostati prilagodljivi in se prilagajati spreminjajočim se okoliščinam. Zavedajo se, da se poslovni svet nenehno razvija, zato je za uspeh bistvenega pomena, da se znajo odzivati in ustrezno prilagoditi svoje načrte. Odprti so za nove ideje in so pripravljeni spremeniti svoj pristop, kadar je to potrebno. Ta prilagodljivost jim omogoča, da svojo ekipo vodijo skozi negotove čase in se tako izkažejo za močnejše.

Vodenje v primerjavi z upravljanjem

Vodenje in upravljanje sta dva različna pojma, ki se pogosto uporabljata izmenično.

Čeprav sta si podobna, imata različen pomen in posledice. Menedžerji so običajno imenovani na podlagi svojih tehničnih spretnosti, znanja in izkušenj. Osredotočajo se na načrtovanje, organiziranje in nadzorovanje virov za doseganje določenih ciljev. Vodenje pa je povezano z navdihovanjem in usmerjanjem ljudi k skupni viziji. Vodje postavijo vizijo, motivirajo ljudi, da si prizadevajo zanj, in jih opolnomočijo za doseganje ciljev.

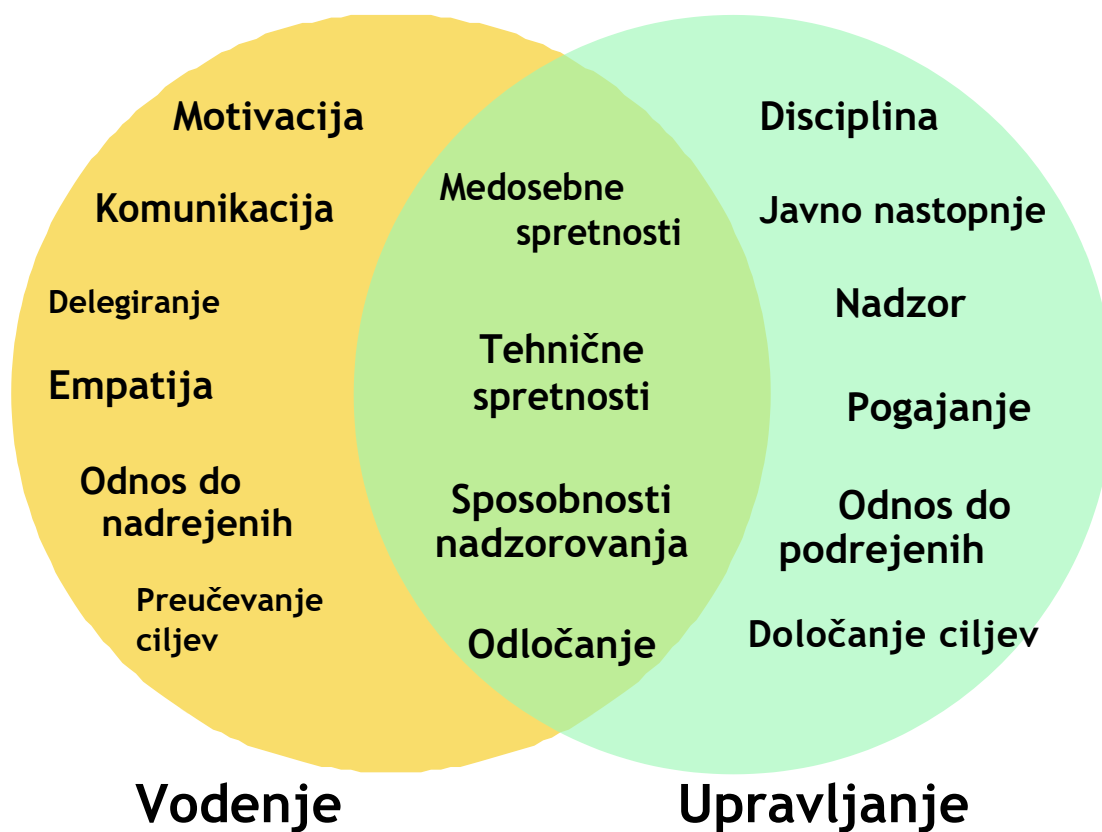
Ena od bistvenih razlik med vodenjem in upravljanjem je, da gre pri vodenju za vpliv in navdih, pri upravljanju pa za nadzor in načrtovanje. Menedžerji uporabljajo svojo avtoriteto za nadzor nad viri, dodeljevanjem nalog in uveljavljanjem pravil. Nasprotno pa vodje navdihujejo in vplivajo na ljudi, da jim prostovoljno sledijo v smeri skupne vizije.

Druga razlika je v tem, da se menedžerji običajno osredotočajo na kratkoročne cilje in naloge, medtem ko se vodje osredotočajo na dolgoročne cilje in vizijo. Menedžerji določajo prednostne naloge in roke, da bi zagotovili pravočasno dokončanje projektov in upoštevanje proračuna. Vodje dajejo prednost širši sliki, s ciljem ustvariti prepričljivo vizijo prihodnosti in navdihniti druge, da si prizadevajo za njeno uresničenje.

Zaključimo lahko, da se vodenje in upravljanje sicer prekrivata, vendar gre za različna koncepta, ki zahtevata različne sklope znanj, lastnosti in funkcij. Učinkovito vodenje vključuje navdihovanje in usmerjanje ljudi k skupni viziji, medtem ko gre pri upravljanju za načrtovanje, organiziranje in nadzorovanje virov za doseganje določenih ciljev.



Grafikon prikazuje razlike in povezave med tema dvema pojmom, zaradi katerih so ljudje včasih zmedeni.



Vodenje v prostovoljstvu. Tako lahko posameznik skozi prostovoljstvo razvija svoje vodstvene sposobnosti.





Prostovoljstvo, zlasti v industrijskih ali strokovnih organizacijah, je odlična priložnost, da skozi številne načine razvijate svoje vodstvene sposobnosti. Prostovoljci si tako lahko pridobijo različne poglede, gradijo odnose in osvojijo nove spretnosti, ki se jih morda ne bi mogli naučiti na svojih običajnih delovnih mestih. Tukaj je nekaj dragocenih nasvetov, kako kar najbolje izkoristiti svoje prostovoljske izkušnje:

- Prostovoljstvo prinaša številne koristi, med drugim lahko izpopolnujete svoje **načrtovalske in organizacijske sposobnosti**. Morda se vam bo zgodilo, da boste usklajevali dogodke, sodelovali z drugimi prostovoljci in pripravljali strategije za sestanke, kar lahko izboljša vašo sposobnost vodenja projektov in določanja prednostnih nalog.
- Prostovoljstvo vam lahko pomaga tudi pri izboljšanju **spretnosti upravljanja s časom**. Z usklajevanjem službenih, družinskih in prostovoljskih obveznosti se lahko naučite sprejemati razumne obveznosti in učinkovito določati prednostne naloge. Če ste na primer prostovoljec v strokovnem združenju, se boste morda morali zavezati k aktivnemu sodelovanju, hkrati pa si boste morali vzeti čas tudi za druge obveznosti. Vendar se lahko pri tem naučite, kako razdeliti naloge na obvladljive dele in opraviti bistveno delo v skladu z načrtom.
- S prostovoljnim delom lahko **razvijate tudi svoje mentorske veščine**. Veliko prostovoljskih vlog zahteva, da izkušeni prostovoljci delijo svoje znanje z novinci, kar lahko ustvari priložnosti za razvoj vašega lastnega sloga vodenja. Ko napredujete v nove vloge, lahko postanete tudi mentor novim prostovoljcem in jim pomagate pri prevzemanju odgovornosti, ki ste jih nekoč imeli vi.
- Delo z ljudmi iz različnih okolij vam lahko pomaga tudi pri **razvijanju veščin za delo z ljudmi**. Naučite se, kako motivirati, komunicirati in sodelovati z drugimi, kar je bistvenega pomena za uspešno prostovoljsko delo. Vodenje skupine izkušenih članov upravnega odbora vam lahko na primer pomaga razviti veščine oblikovanja skupine in vodenja, tudi če ste v organizaciji novi.
- Prostovoljstvo vam lahko ponudi tudi **priložnosti za mreženje** zunaj običajnih delovnih krogov in tako razširi vaše poklicne stike.
- Druga prednost prostovoljnega dela je **svoboda eksperimentiranja** brez strahu pred finančnimi ali poklicnimi posledicami. S prevzemanjem tveganj lahko postanete bolj prilagodljiv vodja, prostovoljstvo pa vam omogoča, da preizkušate nove stvari, ne da bi vas skrbelo, kako se vam bo izšlo.
- Prostovoljno delo vas lahko prisili, da **stopite iz cone udobja** in razvijete nove spretnosti. S prevzemanjem novih vlog in delom z novimi ljudmi si lahko postavite izziv, da se razvijate in izboljšujete na načine, za katere sicer ne bi imeli priložnosti.



2.4. SKLEPI, PREMISLEKI IN OPOZORILA, KI JIH JE TREBA POMNITI

- Vodenje: "Dejanje vodenja skupine ljudi ali organizacije."
- Upravljanje v primerjavi z vodenjem: "Upravljanje pomeni delati stvari pravilno, medtem ko vodenje pomeni delati prave stvari."
- Lastnosti dobrega vodje: poštenost in integriteta, navdih, komunikacijske sposobnosti, vizija, vztrajnost, intuicija, empatija, objektivnost, inteligenca, odprtost in ustvarjalnost, potrpežljivost in prilagodljivost.
- Ni pravega načina za ugotavljanje, ali je nekdo dober menedžer ali vodja, saj se njune vloge in odgovornosti razlikujejo. Vendar pa se dobri vodje in menedžerji učijo iz svojih napak, delajo na osebni rasti in k temu navdihujejo tudi druge. Zato si je treba zapomniti, da je vera vase bistvena lastnost vsakega menedžerja oz. vodje.
- Vodje prostovoljci imajo ključno vlogo pri uspehu vsake organizacije v skupnosti.

2.5. UPORABNI VIRI

- [Grow Leadership Skills Through Volunteering](#)
- [Develop Leadership Skills through Volunteering](#)
- [What is Leadership? Definition, Meaning & Importance](#)
- [Definition Leadership](#)

3. poglavje

Učinkovito komuniciranje

Vzpostavitev učinkovitih komunikacijskih veščin za mladinske delavce



3.1. UČNI CILJI

Cilj poglavja:

- razumevanje pomena učinkovite komunikacije v naših odnosih;
- razlaga pogostih komunikacijskih ovir v vsakodnevni komunikaciji;
- seznam pogostih komunikacijskih težav pri mladinskem delu;
- razlaga strategij za boljše komuniciranje.

Učinkovita komunikacija je bistvenega pomena za uspešnost koordinatorjev mladinskih prostovoljcev pri opravljanju njihove vloge. Ti morajo znati jasno izražati cilje in vrednote organizacije ter pričakovanja in odgovornosti prostovoljcev. To lahko pomaga zagotoviti, da se prostovoljci počutijo cenjene, angažirane in motivirane za pozitiven vpliv. Poleg tega lahko učinkovita komunikacija pomaga pri reševanju morebitnih težav ali konfliktov, ki se lahko pojavijo med prostovoljci, kar vodi k bolj usklajeni in produktivni ekipi.

**Učinkovita
komunikacija ni
le govorjenje,
temveč tudi
aktivno
poslušanje ter
razumevanje
potreb in
izzivov
prostovoljcev.**



3.2. RAZLAGA POJMOV



Učinkovita komunikacija

Učinkovito komuniciranje je posredovanje informacij ali sporočil jasno in natančno, da bi zagotovili, da prejemnik(i) sporočilo sprejme(jo) v predvidenem pomenu.

Učinkovito komuniciranje pomeni izmenjavo informacij, idej, misli in občutkov na jasen, jedrnat in učinkovit način, ki prejemniku omogoča, da razume predvideni pomen sporočila. Vključuje ne le posredovanje informacij, temveč tudi aktivno poslušanje in interpretacijo povratnih informacij, da se zagotovi, da je bilo sporočilo pravilno sprejeto.

3.3. VSEBINA

Komunikacija je že tisočletja ključni dejavnik preživetja, razvoja in napredka človeštva. Zaradi njene nepogrešljivosti za človeštvo jo moramo vsi obvladati, da bi dosegli cilje v osebni in poklicni življenju.

V sodobnih družbah poteka komunikacija na dva načina. Najpogostejši način komunikacije je osebno komuniciranje, pri katerem lahko komuniciramo z drugimi osebami v istem kontekstu. Vključuje prenos sporočila, ki ga želimo posredovati, z uporabo besed, gest in drugih čutnih sredstev. Na drugi strani ima lahko komunikacija na daljavo različne oblike, od knjig do pisem, komentarjev v družabnih omrežjih in videoposnetkov na digitalnih portalih. Ta raznolikost oblik in medijev komuniciranja nas obvezuje, da obvladamo vse vrste komuniciranja, če želimo uspeti in doseči svoje cilje v življenju. Zato je učinkovito komuniciranje v 21. stoletju ena najbolj zaželenih in bistvenih spretnosti v osebni in poklicni okolju.

Učinkovito komuniciranje pomeni sposobnost jasnega izražanja misli in zagotavljanja, da občinstvo natančno razume naše sporočilo. Da bi dosegli jasnost in uspešen prenos našega sporočila, se moramo naučiti in obvladati vrsto spretnosti ter jih vključiti v svoje vsakdanje življenje.





V življenju komuniciramo na različne načine in v različnih oblikah. Te vrste komuniciranja lahko razvrstimo v naslednje kategorije:

- **Verbalna komunikacija:** lahko poteka v obliki osebnih pogovorov, pogovorov po telefonu ali prek digitalnih platform za sestanke, kot sta Zoom ali Hangouts. Verbalni stiki so lahko neformalni, kot je klepet s prijatelji v kavarni, ali formalni, kot so poslovni sestanki. Ne glede na vrsto učinkovitega verbalnega sporazumevanja, ne gre le za to, kaj je izrečeno, temveč tudi za ton, izbiro besed in ritem pogovora.
- **Neverbalna komunikacija:** ko govorimo, pogosto ne prenašamo sporočila le z besedami, temveč tudi z dejanji med pogovorom. Svoje sporočilo podpiramo in pojasnjujemo z gestami, obrazno mimiko, očesnim stikom in celo s tem, kako se obnašamo, ko ne govorimo. Neverbalna komunikacija je običajno nepogrešljiva pri verbalni komunikaciji in je lahko zelo učinkovita, če jo pravilno uporabljamo.
- **Pisna komunikacija:** pisna komunikacija se uporablja že več sto, če ne celo več tisoč let. Lahko je v obliki pisma, knjige, poročila, sporočila SMS, objave v družabnih omrežjih itd. Za učinkovito pisno komuniciranje so potrebne dobre pisne spretnosti, da se prenese predvideno sporočilo.
- **Vizualna komunikacija:** v primerjavi s pisnimi sporočili so vizualna sporočila učinkovitejša pri prenašanju idej, čeprav so krajša. V vsakdanjem življenju srečujemo na tisoče vizualnih sporočil, na primer na televiziji, v družabnih medijih in oglasih, ki se osredotočajo na kratek, a učinkovit prenos sporočil.

Čeprav je težko objektivno oceniti učinkovitost komunikacije, lahko sklepamo o njenem vplivu na naše življenje. Raziskava, opravljena v ZDA in Združenem kraljestvu, je pokazala, da organizacije zaradi pomanjkljivega komuniciranja v povprečju izgubijo 62,4 milijona dolarjev na leto. Poleg tega je druga študija pokazala, da imajo organizacije, ki pri svojem delu uporabljajo učinkovite komunikacijske strategije in načrte, za 50 % večji donos pri letnih prihodkih v primerjavi z organizacijami brez učinkovitih komunikacijskih strategij.

Da bi bili učinkoviti komunikatorji, se moramo zavedati, da je komunikacija več kot le izmenjava informacij. Učinkovito komuniciranje vključuje razumevanje in posredovanje čustev in namenov, ki presegajo izmenjavo informacij. Poleg tega sta nepogrešljiva dela učinkovitega komuniciranja tudi poslušanje drugih in razumevanje celotnega sporočila ter dajanje občutka, da so drugi slišani in razumljeni.

Čeprav koncept učinkovitega komuniciranja morda deluje instinktiven, ljudje pogosto spregledajo nekatere od zgoraj omenjenih vidikov in se soočajo s težavami, ki so posledica pomanjkljivega komuniciranja. V vsakdanjem življenju se večina ljudi srečuje s tem, da rečejo eno, razumljeni pa so drugače, z razočaranji, konflikti in nesporazumi, ki se dogajajo doma, v službi, šoli in v odnosih.



Kateri so lahko vzroki za težave v komunikaciji?

Težave pri komuniciranju se lahko pojavijo zaradi različnih ovir, ki prekinjajo komunikacijski proces in otežujejo jasno oddajanje in sprejemanje načrtovanega sporočila. Te ovire so lahko naslednje:

- ♦ **Stres in izguba nadzora:** V stresu smo nagnjeni k temu, da napačno razumemo ljudi in situacije okoli sebe, kar lahko povzroči zmedo in konflikte v komunikaciji. Da bi se temu izognili, se je treba naučiti, kako se v stresnih situacijah umiriti in ohraniti nadzor. V stresnih situacijah lahko na primer poskusite šteti od 1 do 10, preden odgovorite, ali pa si vzemite nekaj časa za razmislek in sprostitev, preden pošljete sporočilo v konfliktni situaciji.
- ♦ **Negativna govorica telesa:** To, da se med pogovorom ne strinjate ali da vam ni všeč, kar je bilo rečeno, je naravno, da z govorico telesa izražate nestrinjanje. Vendar je za zdravo in učinkovito komunikacijo ključnega pomena, da ohranite zmernost v govorici telesa in se izognete žaljenju druge strani.
- ♦ **Pomanjkanje pozornosti:** V pogovoru je pomembno, da drugi osebi namenite vso svojo pozornost. Če ste med komunikacijo raztreseni ali se ukvarjate z drugimi stvarmi, lahko spregledate pomembne podrobnosti ali si napačno razlagate povedano, kar lahko povzroči težave v komunikaciji.





Kaj lahko naredimo za boljšo in učinkovitejšo komunikacijo?

Kot smo že omenili, je treba za učinkovito komuniciranje najprej analizirati, kako komuniciramo v različnih okoliščinah in situacijah, nato pa poskušati vaditi načine, kako postati boljši komunikatorji v osebnem in poklicnem življenju. Da bi to dosegli, lahko vadite spodaj navedene spretnosti in jih poskušate obvladati v odnosih z drugimi.

01 Postanite aktivni poslušalec

V družabnem okolju se bolj osredotočamo na to, kaj bomo povedali, kot na to, kaj govorijo drugi. To lahko povzroči zmedo v pogovorih in ovira komunikacijo. Ko nekdo reče, da poslušamo, običajno razumemo poslušanje in predelovanje tega, kar govorijo drugi ljudje v pogovoru. Vendar pa obstaja velika razlika med poslušanjem, poslušanjem in aktivnim poslušanjem. Aktivno poslušanje pomeni, da smo pozorni na osebe, ki govorijo, ne da bi jih prekinili, da razumemo njihova čustva med pogovorom, da se druga stran počuti slišano in razumljeno ter da na koncu še dodatno prispevamo k pogovoru. Izpolnjevanje teh korakov se običajno konča z jasnejšo in bolj gladko komunikacijo med stranmi, globljo povezanostjo in nižjo stopnjo stresa med pogovori. Če želite vaditi spretnosti aktivnega poslušanja, lahko v vsakodnevnih pogovorih preizkusite spodaj navedene nasvete.

- **Bodite pozorni na govornika in za trenutek pozabite na druge stvari v mislih.** Naravno je, da med celotnim pogovorom vso pozornost usmerite le na eno osebo, in to je nekaj, kar doživlja veliko ljudi. Zato vam lahko izogibanje stvarim, ki odvrčajo pozornost, kot so telefoni in gledanje na druge strani, pomaga, da se bolje osredotočite na pogovor. Tudi ponavljanje zadnjih besed, ki so jih povedali drugi, in občasno prikimavanje bi drugim osebam sporočalo, da ste vključeni v pogovor.
- **Izogibajte se prekinjanju drugih.** Kot smo že omenili, se običajno bolj osredotočamo na to, kaj bomo povedali, kot pa na to, kar se govori. Ta proces v naših mislih se običajno odraža v naši mimiki in gestah ter lahko drugim ljudem sporoča, da je naša pozornost drugje. Tudi poskus, da bi v pogovoru prevzeli besedo namesto tega, kar govorijo drugi, bi bil signal, da vas zanima le to, kar želite povedati, namesto da bi se smiselno pogovarjali z drugimi..
- **Pustite predsodke ob strani.** Če želite učinkovito komunicirati, se v pogovoru z drugimi ne rabite strinjati, odobravati ali imeti radi to, kar drugi govorijo. Za zdravo in učinkovito komunikacijo pa je treba pustiti predsodke ob strani, poslušati, kaj drugi govorijo, in se objektivno pogovarjati z drugimi, da bi prišli do plodnih pogovorov.

02 Osredotočite se na neverbalne znake

Naša mimika, gibi telesa, geste, drža in ton glasu sporočajo, kako se počutimo, bolj kot besede, ki jih izrečemo med pogovorom. Če smo pozorni na svoje neverbalne signale, lahko uspešno krmarimo v zahtevnih situacijah in učinkovito komuniciramo. Da bi izboljšali svoje spretnosti neverbalnega komuniciranja, poskusite med pogovorom držati roke razkročene, biti obrnjeni proti osebi, ki govori, in vzdrževati očesni stik. Tudi uporaba fizičnega dotika, kot je trepljanje po rami, ko nekoga pohvalite, lahko pomaga pri prenašanju pozitivnih čustev.



Tukaj je nekaj dodatnih nasvetov za branje in posredovanje neverbalnih sporočil:

- ♦ **Zavedajte se osebnih razlik in se ne osredotočajte preveč na eno samo znamenje.** Ljudje se v različnih kulturah in tipih osebnosti izražajo različno. Nekateri posamezniki lahko uporabljajo več obrazne mimike in gest kot drugi, kar je lahko posledica kulturnih razlik ali individualnih preferenc. Namesto da se osredotočate na en določen neverbalni znak, se raje osredotočite na branje splošnega tona pogovora in na to, ali je ta pozitiven, privlačen ali negativen.
- ♦ **Ugotovite kontekst in temu prilagodite svoje neverbalne signale.** Ton glasu prilagodite vsebini pogovora. Na primer, pri pogovoru o otroških pravljičah uporabite nežnejši ton ali pa uporabite več gest z rokami, da bi izrazili vznemirjenje v razburljivem trenutku.

**03****Poskusite nadzorovati stres**

Ali se spomnite trenutka, ko ste se med konfliktom s šefom, prijatelji, otroki ali zakoncem počutili stresno in naredili nekaj, kar ste pozneje obžalovali? Če ste sposobni nadzorovati svoj stres in se umiriti, se ne boste le izognili občutku obžalovanja, temveč boste tudi pomagali drugi osebi, da se umiri in ne reče ali naredi nečesa, česar ne bi radi slišali ali videli. Če vam v takih primerih uspe ostati mirni in sproščeni, lahko le tako zagotovite ustrezen odziv na situacijo. Kadar so drugi v stresni situaciji, je običajno najbolje, da ostanete tiho in jim tako pomagate, da se umirijo.

Učinkovito komuniciranje v situacijah, kot so poslovni sestanki, družinska srečanja, razgovori za službo in srečanja z družino vaše drage osebe, zahteva mirnost in nadzor. To vam bo pomagalo, da boste lažje dosegli uspeh in uresničili svoje cilje. Ostati miren in ohraniti nadzor je lažje reči, kot storiti. Zato lahko s preizkušanjem in prakticiranjem spodaj navedenih taktik in strategij v stresnih situacijah postanete boljši v njih in učinkovito obvladujete stresne situacije.

- ♦ **V takšnih situacijah poskušajte zavlačevati z vprašanji in si vzemite čas, tako da prosite sogovornika, naj vprašanje ponovi, ali ga prosite za pojasnila.** Tako boste pridobili več časa za razmislek o odgovoru ali se umirili in pripravili boljši odgovor.



- **Jasno povejte svoje besede in jih zaključite s povzetkom.** Če komunicirate pod stresom, poskušajte ohraniti enakomeren ton glasu in telesno držo, da prejemnikom ne bi posredovali nenamernega sporočila. Če želite ali morate povzeti svoje besede, jih poskušajte s kratkim in povzemajočim stavkom. Tudi če se na koncu v prostoru pojavi tišina, vam ni treba zapolniti tišine, ko ste že posredovali svoje sporočilo. Če bo treba, se bodo pojavila vprašanja za razjasnitev vašega sporočila, kar vam bo dalo čas, da bolje formulirate odgovore.
- **Uporabite taktike "prizemljitve".** Večina ljudi v nekaterih primerih doživlja izreden stres pri komuniciranju, na primer, pri javnem nastopanju ali predstavljanju teme, ki je niso vajeni. V takih primerih, ko se počutite pod stresom, poskusite uporabiti naslednje taktike: naštetih tri stvari, ki jih vidite, tri stvari, ki jih slišite, in tri stvari, ki se jih lahko dotaknete. Poleg tega lahko svoje čute aktivirate tako, da žvečite žvečilni gumi, trikrat globoko vdihnete ali v žepu stiskate žogico.
- **Strinjati se, da se ne strinjamo.** Ko je situacija »vroča« in se počutite preveč vpleteni, vendar ne morete doseči kompromisa, si poskusite vzeti nekaj časa zase in se umakniti iz situacije. Koristno je, da se odmaknete od teme in preusmerite pozornost na druge stvari. Ko si boste oddahnili, se vrnite in skušajte najti skupni jezik tako, da se dogovorite, da se ne strinjate.

04

Asertivno komuniciranje

Neposredno, asertivno in jasno komuniciranje vam pomaga, ne le bolje izraziti svoje misli in mnenja, temveč tudi pomaga ljudem, s katerimi komunicirate, razumeti vaše potrebe in interese ter ustrezno ukrepati. V nasprotju s splošnim razumevanjem asertivnost ne pomeni agresivnosti ali sovražnosti. Pomeni biti iskren, jasen, neposreden, upoštevati svoje meje in hkrati spoštovati meje drugih. Učinkovito komuniciranje pomeni jasno in odkrito izražanje svojih misli in mnenj. Ne gre za to, da bi zmagali v sporu ali drugim vsiljevali svoje zamisli.

Če imate težave pri postavljanju meja in uveljavljanju v komunikaciji, lahko poskusite s spodnjimi tehnikami, da jih izboljšate in prilagodite svojemu življenju.

Empatična asertivnost: ta tehnika se nanaša na empatično izražanje svojih potreb in skrbi, hkrati pa tudi na empatijo do drugih. Svoj interes, da bi z ljubljeno osebo preživeli več časa, lahko, na primer, izrazite z naslednjimi besedami: "Razumem, da moraš veliko časa preživeti v službi, vendar bi rad, da več časa nameniš nama. Če lahko kar koli storim, sem ti pripravljen pomagati."

Stopnjevana asertivnost: ta tehnika se običajno uporablja, kadar empatično zatrjevanje ne zadostuje. Pri tej tehniki lahko sčasoma povečate odločnost in poudarite posledice, če omejitve niso upoštevane. Če na primer ljudje ne spoštujejo pravil, določenih s pogodbo, lahko rečete: "Če še naprej ne boste spoštovali pogodbe, bom moral sprožiti pravni postopek."

Asertivnost je bolje vaditi v manj tveganih situacijah, kot so konflikti in težave zaradi manjših stvari z bližnjimi prijatelji in družinskimi člani. Tako ne boste tvegali šibkih zvez na delovnem mestu ali v družbenih krogih, lahko pa boste razvijali asertivnost z močnimi zvezami. Prav tako lahko svojemu krogu sporočite, da delate na svojih komunikacijskih spretnostih in vadite asertivnost, da bi se izognili težkim občutkom.



Učinkovita komunikacija v mladinskem delu

V okviru mladinskega dela lahko rečemo, da večina konfliktov med skupino mladih, s katerimi dela mladinski delavec, nastane zaradi pomanjkanja učinkovite in zdrave komunikacije. V tem smislu znanstveniki, ki delajo na tem področju, kot je Gable (2003), menijo, da je eden najpomembnejših vidikov komuniciranja z mladimi, izbira sloga komuniciranja in njegova prilagojenost starosti. Zato je v vsakem kontekstu komuniciranja z mladimi izredno pomembno, da mladinski delavec pozna svoje občinstvo, njegovo stopnjo izobrazbe in psihosocialni razvoj ter da vsebino in besede ustrezno prilagodi izkušnjam mladih.

Gable (2003) navaja praktične strategije za vzpostavitev in vzdrževanje učinkovite komunikacije z mladimi. Raziskovalni pristop, kot ga predlaga Gable, mladim omogoča, da se spomnijo informacij v zvezi s temo in se bolj zavzeto vključijo v obravnavano dejavnost. Tudi ponujanje opisnih namigov, po potrebi v pisni obliki, preden se dejavnost izvede, bi jim pomagalo vizualizirati njihove misli ter izraziti negativna in pozitivna čustva



Pomembno je tudi vedeti in opozoriti, da se mladi, starejši od 14 let, običajno bolj osredotočajo na odnose zunaj družine in so v procesu oblikovanja samospoštovanja, samozavesti in odrasle identitete. Študije kažejo, da naj bi se pri mladih, starejših od 14 let, če so bili deležni pogoste in občutljive komunikacije, osredotočene na njihove potrebe in prehod, zmanjšali občutki osamljenosti (Gentzler, Oberhauser, Westerman in Nadorff, 2011).



Poleg zgoraj omenjenih običajnih komunikacijskih ovir je pri mladinskem delu mogoče opaziti številne težave pri komunikaciji. V nadaljevanju so predstavljena nekatera od teh dejanj, mladinskim delavcem pa predlagamo, da o njih samoreflektirajo in se jim v svojih praksah izogibajo:

- **Ukazovanje:** ukazovanje mladim, kaj naj naredijo. Mladinsko delo v tem smislu od mladinskih delavcev zahteva, da so mladim, s katerimi delajo, za zgled in jim z dejavnostmi kot učnimi zgledi ponujajo praktične primere iz resničnega življenja.
- **Pridiganje:** še ena pogosta težava v komunikaciji, ki jo opažamo pri mladinskem delu. Kot že omenjeno, je mladinsko delo bolj kot formalno izobraževanje v šoli namenjeno seznanjanju mladih s svetom in jim daje pristne primere, iz katerih se lahko učijo.
- **Izogibanje:** izogibanje je še ena pogosta težava, ko se soočite z vprašanjem. V takem primeru je normalno, da o dani situaciji ne veste dovolj; vendar bi bil boljši način od izogibanja prositi za nekaj časa, da se poučite o zadevi, spodbuditi mlade, da to sami raziščejo, ali preprosto reči, da nimate informacij o tem.
- **Pomirjanje:** pomeni, da se mladi počutijo bolje, ne da bi predlagali rešitev za obravnavano težavo. Glavni namen mladinskega dela je omogočiti mladim, da samostojno rešujejo probleme v svojem življenju in sprejemajo premišljene odločitve. Zato mora mladinski delavec spodbujati mlade, da se sami postavijo na noge in poiščejo načine za reševanje težav v svojem življenju.

Mladinsko delo je v svojem bistvu razvojna dejavnost za mlade, ki poteka le prek komunikacije. Zato bo uporaba učinkovite komunikacije in pomoč mladim pri komunikaciji omogočila, da mladinski delavci lažje in učinkoviteje dosežejo svoje cilje in naloge z mladimi.

3.4. SKLEPI, PREMISLEKI IN OPOZORILA, KI JIH JE TREBA POMNITI

V današnjem svetu je sposobnost učinkovitega komuniciranja z drugimi, tako v fizičnem kot virtualnem okolju, postala ena najpomembnejših veščin, ki jih lahko imamo. Zato je bistveno, da mladinski delavci mlade opremijo z učinkovitimi komunikacijskimi spretnostmi, tako da bodo postali spretni komunikatorji in se izogibali pogostim komunikacijskim napakam.

Biti dober in učinkovit sogovornik ni vedno enostavno, vendar lahko z izvajanjem strategij in tehnik vsakdo izboljša svojo sposobnost vključevanja v smiselne pogovore in učinkovito posredovanje svojih sporočil.

Učinkovita komunikacija je ključna sestavina mladinskega dela in življenja na splošno. Če komunikaciji dajemo prednost in si aktivno prizadevamo za izboljšanje svojih komunikacijskih spretnosti, lahko mladim omogočimo, da postanejo samostojni reševalci problemov, in jim pomagamo pri doseganju njihovih ciljev. Ne pozabite, da je za učinkovito komunikacijo potrebna praksa, potrpežljivost ter pripravljenost na učenje in prilagajanje.

3.5. UPORABNI VIRI

- Pet vrst komuniciranja
- Ali ima desno uho prednost, ko se poveča kognitivna potreba?

4. poglavje

Odnosi z javnostmi, družbeni mediji in kampanje

Kaj so odnosi z javnostmi in kampanje v družabnih medijih?



4.1. UČNI CILJI

Glavni cilji tega poglavja:

- razvoj celovite PR strategije.
- prepoznavanje in izvajanje najboljših praks za kampanje v družbenih medijih.
- analiziranje in predstavitev praktičnih primerov uspešnih kampanj v družbenih medijih.

V okviru prostovoljskih organizacij so odnosi z javnostmi, družbeni mediji in kampanje bistveni elementi učinkovitega komuniciranja in ozaveščanja. Močna strategija odnosov z javnostmi pomaga graditi zaupanje in verodostojnost pri deležnikih, donatorjih in prostovoljcih, družbeni mediji pa zagotavljajo platformo za sodelovanje s podporniki ter širjenje ozaveščenosti o poslanstvu in vplivu organizacije. Kampanje, ki so usmerjene v zbiranje sredstev, zagovorništvo ali zaposlovanje, lahko pomagajo mobilizirati in spodbuditi skupnost, kar spodbuja večjo udeležbo in učinek.

Odnosi z javnostmi, družbeni mediji in kampanje lahko prostovoljskim organizacijam pomagajo okrepiti njihovo sporočilo in učinkoviteje doseči njihove cilje.



4.2. RAZLAGA POJMOV



Odnosi z javnostmi

Odnosi z javnostmi (PR) so praksa uporabe medijskih kanalov za promocijo organizacije in ustvarjanje pozitivnega javnega mnenja.



Družbeni mediji

Družbeni mediji so interaktivne medijske tehnologije, ki omogočajo ustvarjanje in izmenjavo informacij, idej, interesov in drugih oblik izražanja prek virtualnih skupnosti in omrežij.



Kampanje v družbenih medijih

Kampanja v družabnih medijih je organizirano trženjsko prizadevanje za povečanje ozaveščenosti, zanimanja in zvestobe potrošnikov do organizacije, blagovne znamke, izdelka ali storitve prek kanalov družabnih medijev. Trženjske kampanje v družbenih medijih so strateško načrtovane, usmerjene k določenemu občinstvu in imajo merljive rezultate.

4.3. VSEBINA

Kaj so odnosi z javnostmi?

Odnosi z javnostmi (PR) so praksa uporabe različnih komunikacijskih kanalov za ustvarjanje in ohranjanje pozitivne percepcije vaše organizacije v javnosti. Vključuje upravljanje ugleda in blagovne znamke vaše organizacije, zlasti v težkih časih. Stiki z javnostmi imajo ključno vlogo pri upravljanju širjenja informacij, podobno kot pri oblikovanju blagovne znamke. Vendar se oblikovanje blagovne znamke opira na vizualne elemente, kot so logotipi, spletna mesta in tržno gradivo, medtem ko se PR osredotoča na komunikacijo in ugled.

Kako oblikovati PR strategijo

Za oblikovanje učinkovite strategije odnosov z javnostmi morajo podjetja vplivati na odnos in vedenje z dobro zasnovanim načrtom digitalnih odnosov z javnostmi z vnaprej opredeljenimi cilji in nalogami. Strokovnjaki za odnose z javnostmi priporočajo več skupnih korakov za oblikovanje uspešne strategije odnosov z javnostmi, vključno z opredelitvijo ciljev odnosov z javnostmi, poznavanjem ciljne publike, določitvijo ciljev, izbiro ustreznih taktik odnosov z javnostmi in merjenjem rezultatov.





01 Opredelitev PR ciljev

Opredelitev ciljev odnosov z javnostmi je ključni korak pri oblikovanju uspešnega načrta odnosov z javnostmi. Za začetek morate določiti končne cilje, ki jih želite doseči s svojimi prizadevanji na področju odnosov z javnostmi.

Za nevladno organizacijo lahko ti cilji vključujejo:

- Širjenje dosega nevladne organizacije na nove javnosti
- Povečanje števila ljudi, ki jim nevladna organizacija nudi storitve.
- Povečanje produktivnosti in morale zaposlenih.
- Izboljšanje stopnje zaposlovanja in ohranjanja zaposlitve.
- Krepitev odnosov s skupnostmi, s katerimi vaša organizacija sodeluje.
- Opredelitev potencialnih zaveznikov za pomoč pri obvladovanju prihodnjih kriz.
- Uvajanje novih izdelkov ali storitev.
- Premostitev vrzeli v zaznavanju med vašo organizacijo in javnostjo.

Z jasno opredelitvijo ciljev odnosov z javnostmi lahko razvijete strategijo odnosov z javnostmi, ki je prilagojena vašim posebnim potrebam in ciljem.

02 Poznavanje ciljnih skupin

Za oblikovanje učinkovitega načrta odnosov z javnostmi morajo strokovnjaki dobro poznati ključno občinstvo svoje blagovne znamke. Osnovni demografski podatki, kot so starost, spol in geografska regija, so dobro izhodišče, vendar je ključnega pomena razumevanje bolj kakovostnih lastnosti, kot so interesi, prednostne naloge in življenjski slog.

Za pripravo strateškega načrta za odnose z javnostmi je pomembno tudi vedeti, kako vaše ciljno občinstvo dojema vaše podjetje. Ljudi lahko neposredno povprašate o njihovem dojemanju, za pridobivanje vpogleda pa lahko uporabite različna orodja za spremljanje medijev in podatkovno analitiko. Vendar je razumevanje ciljnih javnosti in njihovega dojemanja vaše organizacije le polovica uspeha. Bistveno je tudi vedeti, katere medije ciljne javnosti pogosto obiskujejo, kje dobivajo novice in katerim medijskim glasovom zaupajo. Razumeti je treba tudi netradicionalne platforme, kot so zbirne publikacije, družbena omrežja, podcasti, blogi, diskusijski forumi in spletna mesta s potrošniškimi ocenami.

Ko ste zbrali podatke ter ugotovili različne vzorce in trende, lahko začnete določati cilje.

03 Določanje ciljev

Za učinkovito načrtovanje in izvajanje kampanj za odnose z javnostmi je treba določiti posebne cilje za vsako ciljno skupino, ki je pomembna za organizacijo. Ti cilji se lahko prekrivajo ali pa so ločeni, odvisno od vaših ciljev na področju odnosov z javnostmi.



Vendar pa morajo vsi cilji vključevati dva bistvena elementa: merljiv rezultat in časovni okvir načrta odnosov z javnostmi. Tako boste lahko končne rezultate merili glede na svoja prizadevanja in dosežke.

Pogost model za oblikovanje ciljev je okvir ciljev SMART:

- **Specifičen:** pri opredeljevanju ciljev bodite konkretni in jasni. Namesto da rečete "izboljšanje ozaveščenosti", navedite področje ozaveščenosti, ki ga želite izboljšati.
- **Merljiv:** vaši cilji morajo biti merljivi, da lahko ugotovite, ali ste jih dosegli ali ne. Brez merljivega rezultata je vaš cilj nepopoln.
- **Dosegljiv:** zagotovite, da so vaši cilji dosegljivi in realistični glede na razpoložljiva sredstva. Pomembno je tudi razmisliti, ali morebitna nagrada upravičuje stroške kampanje za odnose z javnostmi za ciljno skupino
- **Relevanten:** prepričajte se, da so spremembe, za katere si prizadevate, pomembne za ciljno občinstvo, ki ga želite doseči, in ne le za vašo organizacijo.
- **Časovno omejen:** Določite roke za doseg ciljev. Kratkoročni cilji so lahko osredotočeni na izboljšanje znanja in ozaveščenosti, medtem ko so dolgoročni cilji lahko usmerjeni v spremembe stališč in vedenja.

Z določitvijo ciljev SMART za svoje PR kampanje lahko zagotovite, da so vaša prizadevanja dobro usmerjena, merljiva in osredotočena na doseganje oprijemljivih rezultatov.

04

Izbira ustreznih taktik odnosov z javnostmi

Pri izbiri taktik za odnose z javnostmi (PR) je treba upoštevati, ali so v skladu s pozicioniranjem in predstavitvijo, ki jo želite doseči za svojo organizacijo. Če teh ciljev ne podpirajo, je najbolje, da taktiko spremenite ali pa sredstva namenite drugam. Tradicionalni pristopi na področju odnosov z javnostmi, kot so telefonski odnosi in drage večerje, niso več edina možnost, ki je na voljo. S pojavom novih digitalnih platform obstaja nešteto novih taktik odnosov z javnostmi, ki jih je treba upoštevati.

Nekatere najučinkovitejše taktike odnosov z javnostmi so:

- **Sporočila za javnost:** v digitalni dobi so sporočila za javnost, ki so bila tradicionalno rezervirana za objave večjih podjetij, postala bistvena komunikacijska orodja. Na spletu je na voljo veliko nasvetov in predlog za tiste, ki nimajo izkušenj s pisanjem sporočil za javnost.
- **Spletni članki in gostujoče objave:** v dobro raziskanih in spodbudnih člankih lahko dobite dragocen vpogled v vrednote in cilje vaše organizacije. Poleg tega, da vaše podjetje postane idejni vodja, lahko spletne objave ustvarjajo tudi povratne povezave in vodijo promet na vašo spletno stran.
- **Vplivnostno trženje:** vplivneži imajo vedno večji vpliv pri usmerjanju javnega mnenja o tem, kaj kupiti in kje kupiti. Vključitev vplivnežev v vaš načrt odnosov z javnostmi je lahko močno orodje za navezovanje stikov s širšim občinstvom in gradnjo zaupanja pri potencialnih strankah.



- ♦ **Medijsko ozaveščanje:** učinkoviti strokovnjaki za odnose z javnostmi morajo razumeti, kako in koga nagovarjati. Ključnega pomena je vzpostaviti odnose s ključnimi novinarji ter poznati njihove časovne roke in želje.
- ♦ **Korporativni videoposnetki in intervjuji:** če svojemu občinstvu omogočite vpogled v zaposlene in prostore svoje organizacije, je to lahko učinkovit način za gradnjo zaupanja in vzpostavitev "obraza" vaše organizacije. Z razvojem digitalnih platform so tovrstni videoposnetki in intervjuji dostopnejši kot kdaj koli prej.

Z izbiro prave taktike odnosov z javnostmi lahko javnosti učinkovito predstavite vrednote in cilje svoje organizacije. Ne glede na to, ali se odločite za sporočila za javnost, spletne članke, trženje vplivnežev, navezovanje stikov z mediji ali korporativne videoposnetke, je ključno, da taktiko uskladite s cilji odnosov z javnostmi in želeno podobo blagovne znamke.

05

Merjenje rezultatov

Merjenje rezultatov načrta odnosov z javnostmi je ključnega pomena za oceno njegove učinkovitosti. Tukaj je nekaj načinov za merjenje rezultatov:

- ♦ **Metrike** - spremljajte stopnjo vključenosti, obisk spletnega mesta in doseg občinstva, vključno z deleži v družabnih medijih. To vam bo pomagalo razumeti, kako daleč segajo vaša sporočila.
- ♦ **Občutenje blagovne znamke** - poudarite omembe ključnih sporočil, citate in druge zgodbe, ki podpirajo naklonjenost blagovni znamki in pozitivna čustva. To vam bo pomagalo oceniti, kako vašo blagovno znamko dojema vaša ciljna skupina.
- ♦ **Analiza konkurence** - analizirajte, kje se pojavljajo vaši neposredni konkurenti, in zagotovite, da bo vaša blagovna znamka uvrščena enako ali celo višje. Tako boste ostali pred konkurenti in si zagotovili, da bo vaša blagovna znamka dobila priznanje, ki si ga zasluži.

Metrike, ki jih izberete za merjenje rezultatov odnosov z javnostmi, se lahko razlikujejo glede na vaše cilje odnosov z javnostmi, digitalna orodja in razpoložljive podatke. Najpomembneje je, da spremljate, kako se vaš načrt odnosov z javnostmi izvaja in kaj to pomeni za vašo organizacijo. Držite se načrta, vendar bodite prilagodljivi, kadar je to potrebno za doseganje želenih rezultatov.



Spodaj je primer načrta odnosov z javnostmi za nevladno organizacijo:

Vprašanja	Pomen	Primer načrta PR kampanje
KATERI	Kateri so cilji in želeni izidi?	Promocija novo razvitega programa za izobraževanje mladih.
KDO	Kdo je vaša ciljna publika? Kdo bo sodeloval pri izvedbi?	Ciljna publika: mladi, učitelji, NGO delavci, starši
ZAKAJ	Zakaj jo organiziramo?	Spodbujanje novo razvitega izobraževalnega programa za mlade za ustvarjanje novega znanja.
KDAJ	Kateri so datumi dogodkov/kampanje?	Nekaj mesecev.
KJE	Kje bodo potekali (na spletu ali brez)? Katera platforma?	Brez spleta: promocija v šolah in mladinskih centrih. Na spletu: TikTok, Instagram in Facebook.
KAKO	Kje se bo promoviral in kateri so ciljni mediji? Logistika izvajanja in odgovornosti.	Ciljna prodajna mesta: spletne strani z informacijami za mlade. Dogodki, ki jih organizirajo vodje projektov. Organizacija promocije AD kampanje na platformah družbenih medijev, neposredno pošiljanje e-pošte in neposredna povabila



Kampanja na družbenih omrežjih

Kampanja na družbenih omrežjih je usklajeno trženjsko prizadevanje za doseg poslovnega cilja z uporabo ene ali več platform družabnih medijev. Za razliko od vsakodnevnih vsebin v družbenih medijih so kampanje bolj osredotočene, ciljno usmerjene in merljive, z določenimi rezultati, ki jih je mogoče spremljati v določenem časovnem obdobju (npr. en mesec). Vaša kampanja je lahko omejena na eno samo omrežje ali pa se razteza na več platformah, pogosto z določeno temo.

Pred začetkom kampanje je ključnega pomena, da imate na voljo prava orodja za spremljanje metrik. Več brezplačnih aplikacij za trženje v družabnih medijih vam lahko pomaga spremljati delitve, retweete, všečke in ključne besede, povezane z vašo blagovno znamko, kot so HootSuite, Social Mention in Addictomatic. Ko ste določili izhodiščno raven, opredelite svoje cilje in določite dokončen časovni razpored kampanje, vključno z natančnimi začetnimi in končnimi datumi. To je pomembno za obvladovanje stroškov in nadzora nad izvajanjem nalog ter za primerjavo uspešnosti pred in po kampanji.

Najboljše prakse kampanj v družbenih medijih

Družbeni mediji so lahko močno orodje za vplivanje na ljudi, da kupijo vaše izdelke ali uporabljajo vaše storitve. Vendar samo redno objavljanje vsebin ni dovolj. Izvajanje oglasov v družabnih medijih je bistveno za doseganje novih potencialnih strank in učinkovito promocijo vaše organizacije. Navajamo nekaj najboljših praks za kampanje v družabnih medijih, ki vam bodo pomagale doseči več klikov, všečkov, nakupov in ozaveščenosti:

- **Spodbujanje k akciji:** spodbujajte uporabnike k sodelovanju pri objavah v družbenih medijih tako, da jim postavljate vprašanja, izvajate ankete, zahtevate ocene, organizirate natečaje ali jih vabite na mailing listo.
- **Zagotavljanje spodbude:** v zameno za njihovo pozornost jim ponudite nagrade, popuste ali ekskluzivno vsebino.
- Če organizirate natečaj, naj bodo **nagrade pomembne** za vašo organizacijo.
- **Proaktivno sodelujte s svojim občinstvom med kampanjo:** hitro se odzovite na kritike in poskrbite za osebno pozornost, da okrepite pozitivne interakcije.
- **Kampanjo spodbujajte** v vseh družbenih medijih, tudi če se osredotočate le na eno platformo.
- **Uporabite usklajeno blagovno znamko** in jezik v celotni spletni prisotnosti, da poudarite sporočilo kampanje. Vključite blagovno znamko in jezik kampanje v naslove, pristajalne strani in domače strani.

Tukaj je pet primerov kampanj družbenih medijev, osredotočenih na nevladne organizacije in njihove cilje za povečanje ozaveščenosti o njihovem namenu:

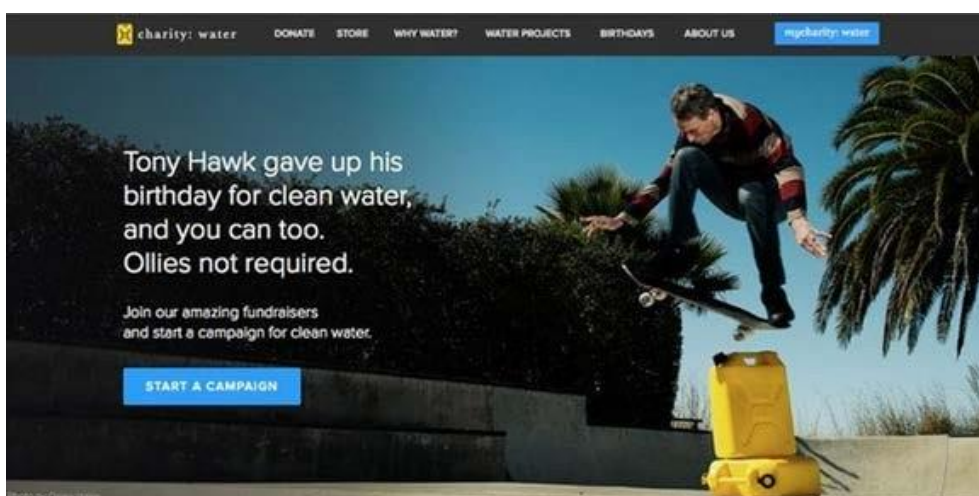
Septembrska kampanja - Charity: Water

Charity: Water je neprofitna kampanja v družbenih medijih, ki dokazuje, kako trajnostne so lahko kampanje v družbenih medijih. Udeleženci programa so leta 2015 zbrali več kot 1,8 milijona dolarjev. Kampanja je pozvala ljudi, rojene septembra, naj povabijo prijatelje in družino, da darujejo za organizacijo Charity: Water, namesto da bi kupovali darila, in to zgodbo delili na družbenih omrežjih.

Ta kampanja poudarja moč družbenih medijev kot sredstva, ki se prenašajo od ust do ust. Ko so ljudje na družbenih omrežjih priča učinku donacij, ki so jih prispevali njihovi prijatelji, družina in znanci, jih to spodbudi, da tudi sami prispevajo.

Več informacij o Charity: Water in njihovih kampanjah na spletni strani

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



Ura za Zemljo - Svetovni sklad za naravo (World Wide Fund for Nature)

Svetovni sklad za naravo (WWF) je organiziral kampanjo za družbene medije "Ura za Zemljo". Vsako leto marca ura za Zemljo poziva posameznike in podjetja, da za eno uro ugasnejo luči in s tem izrazijo svojo predanost boju proti podnebnim spremembam. Leta 2017 je Ura za Zemljo praznovala 10. obletnico, v najuspešnejši kampanji do zdaj pa je sodelovalo 187 držav. Med dogodkom je WWF na Twitterju objavil 105 sporočil, ki so prejela več kot 23 800 interakcij in 3 200 omemb. Eden najboljših delov kampanje je bil okvir z blagovno znamko na Facebooku, ki je dosegel več kot 1.000.000 ljudi na celotni platformi in posameznikom omogočil, da so svoje zgodbe o spreminjanju sveta delili s prijatelji in družino.

Ura za Zemljo na splošno dokazuje, kako je mogoče družbene medije uporabiti za mobilizacijo svetovnega občinstva za določen namen in kako lahko preprost, a močan poziv k ukrepanju navdihne posameznike in podjetja, da ukrepajo v zvezi s podnebnimi spremembami. <https://www.earthhour.org/>



**Bi raje? - DoSomething.org**

DoSomething.org je velika mladinska neprofitna organizacija, ki pomaga skupnostim pri vsem, od registracije volivcev do darovanja oblačil in čiščenja okolja. Ker je večina njihovega ciljnega občinstva mladih, so se odločili, da bodo začeli kampanjo SMS, v kateri bodo pošiljali besedilna sporočila z vprašanji "Bi raje?". Na primer, prejemniku sta bila predstavljena dva scenarija, od katerih je eden spodbujal služenje denarja, drugi pa varčevanje z denarjem. Ko bi odgovoril, bi mu bila ponujena povezava do več nasvetov za varčevanje z denarjem. Na voljo so bile tudi druge spodbude, na primer udeleženci, ki bi igro delili s prijatelji, bi sodelovali v nagradni igri.

Ta kampanja je odličen primer organizacije, ki razume, na kakšen način njena ciljna skupina najraje komunicira. Pri razvoju komunikacijske strategije za neprofitno organizacijo je pomembno upoštevati, katere platforme ali naprave vaše občinstvo vsakodnevno uporablja in kako lahko te kanale izkoristite za povezovanje z njimi. Trženje z besedilnimi sporočili/SMS lahko odlično dopolnjuje druga prizadevanja za digitalno trženje. <https://www.dosomething.org/us>

**Sočustvujte in postanite viralni - Save The Children**

Save the Children je organizacija s sedežem v Združenem kraljestvu, ki si prizadeva izboljšati življenje in blaginjo otrok po vsem svetu, zlasti tistih na vojnih območjih, ki so še posebej ranljivi. Vendar je lahko izziv ustvariti čustveno povezavo s potencialnimi donatorji, ki se zaradi geografske oddaljenosti počutijo nepovezane s tem vprašanjem. Organizacija Save the Children je za premagovanje tega izziva ustvarila videoposnetek, ki zahodnega otroka postavi v kožo otroka z vojnega območja. Ta video vzbuja močna čustva, kot sta sočutje in žalost, ter pomaga spodbujati donacije, ozaveščenost in delitve videa.

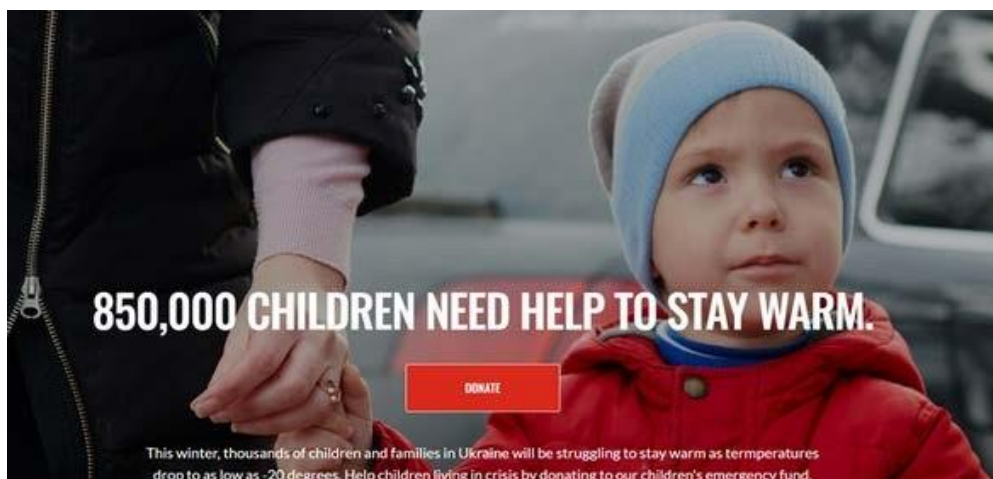
Ustvarjanje viralnih videoposnetkov je mogoče tudi za neprofitne organizacije z majhnim proračunom. S snemalnimi zmogljivostmi pametnih telefonov in cenovno dostopno programsko opremo za urejanje videoposnetkov je enostavno ustvariti elegantne videoposnetke, ki so kot nalašč za družbene medije.

Za načrtovanje viralnega videoposnetka pa ni dovolj le dobra snemalna oprema in programska oprema za urejanje. Jamie Salvatori, kreativni podjetnik, meni, da je ključ do uspešnega viralnega videoposnetka v ustvarjanju čustvene pripovedi, ki nagovarja gledalčeve lastne interese.



S spodbujanjem ljudi, da svojim krogom v družabnih omrežjih pokažejo, da jim ni vseeno, lahko ustvarite videoposnetek, ki zbuja močna čustva in spodbuja ljudi, da ga delijo s svetom.

<https://www.savethechildren.net/>



#MeToo - Just Be

#MeToo je bila ena najuspešnejših in najbolj nepričakovanih neprofitnih kampanj v družbenih medijih leta 2017. Postala je poziv k boju proti spolnim napadom in nadlegovanju. Vendar se moramo vrniti v leto 2007, ko je Tarana Burke, ustanoviteljica neprofitne organizacije Just Be Inc. začela prvotno kampanjo #MeToo. Cilj gibanja je bil zagotoviti "opolnomočenje z empatijo" žrtvam spolnih zlorab, napadov, izkoriščanja in nadlegovanja.

Leta 2017 je igralka Alyssa Milano tvitnila o kampanji in v nekaj dneh je na milijone žensk in moških na družbenih omrežjih delilo svoje izkušnje z zlorabami. Tako je kampanja postala ena najpomembnejših in najučinkovitejših kampanj v družbenih medijih v zadnjem času.

#MeToo dokazuje moč pristnosti in pomen poslušanja glasov tistih, ki jih zadeva določeno vprašanje. Kampanja se je pripravljala desetletje, preden je dosegla svoj polni potencial, njen vpliv vendar pa je bilo čutiti po vsem svetu. Za neprofitne organizacije, ki želijo ustvariti vplivne kampanje, je bistveno, da dajo prednost pristnosti in resnično prisluhnejo ljudem, ki jih zadevno vprašanje zadeva.





4.4. SKLEPI, PREMISLEKI IN OPOZORILA, KI JIH JE TREBA POMNITI

Za uspeh na področju odnosov z javnostmi morate biti zelo ustvarjalni in razviti edinstvene kampanje, ki bodo k vašemu cilju pritegnile največje število ljudi. Odnosi z javnostmi so lahko tako umetnost kot znanost, ki od tistih, ki se odločijo delati v tej panogi, zahteva spretnost, znanje in odločnost. To področje združuje čustva in logiko in je lahko tako zahtevno kot zadovoljujoče.

Da bi vam olajšali vstop na to področje, smo pripravili praktične primere uspešnih kampanj v družabnih medijih, ki vas lahko navdihnejo pri ustvarjanju lastnih edinstvenih kampanj. Z uporabo najboljših praks in preteklih uspehov kot izhodišča se lahko samozavestno podate na pot na področju odnosov z javnostmi in družbenih kampanj.

4.5. UPORABNI VIRI

- [How to Create a PR Strategy](#)
- [10 of the Top Social Media Campaigns of 2022](#)
- [5 Examples Of Nonprofit Social Media Strategies](#)
- [Case Study: Charity Water](#)



5. poglavje

Upravljanje projektov prostovoljstva

Učinkovite lastnosti in metodologije projektnega vodenja



5.1. UČNI CILJI

Glavni cilji tega poglavja:

- razumevanje, kaj je upravljanje prostovoljcev;
- razumevanje dolžnosti in odgovornosti vodje prostovoljskega projekta;
- spoznavanje pomembnih lastnosti, ki jih mora imeti vodja prostovoljskih projektov;
- kako opredeliti in izvajati proces upravljanja prostovoljcev.

Upravljanje projektov prostovoljstva je ključni vidik uspešnih prostovoljskih programov. Opredelitev in izvajanje procesa upravljanja prostovoljcev je bistvenega pomena za zagotavljanje nemotenega poteka projekta, vključenosti in motiviranosti prostovoljcev med celotnim projektom.

**Trdni temelji
za učinkovito
upravljanje
prostovoljcev
so bistveni za
doseganje
uspeha
organizacije.**



5.2. RAZLAGA POJMOV



Metodologija

Sistem načinov izvajanja, poučevanja ali preučevanja nečesa.



Projektni menedžer

Oseba, katere naloga je načrtovati delo ali dejavnost in organizirati delo vseh sodelujočih.

5.3. VSEBINA

To poglavje vam bo najprej pomagalo razumeti, kaj je upravljanje projektov prostovoljstva. Opisalo bo nekatere odgovornosti in dolžnosti, ki sodijo k tem delu, ter glavne lastnosti, ki odlikujejo odličnega vodjo prostovoljskih projektov. Nazadnje bo v tem poglavju pojasnjen pomen opredelitve in izvajanja procesa upravljanja prostovoljskih projektov ter podrobneje predstavljene nekatere pogoste prakse, nasveti in strategije upravljanja.



Kaj je upravljanje prostovoljstva?

Upravljanje prostovoljstva je veliko več kot le zaposlovanje in nadzor prostovoljcev. Vključuje tudi vključevanje in ohranjanje prostovoljcev, ki delijo cilje in vrednote vaše organizacije. Razvoj močnega procesa upravljanja prostovoljcev je bistvenega pomena za oblikovanje uspešnega in učinkovitega programa prostovoljstva, ki podpira vaše poslanstvo.

Učinkovito vodenje projektov je ključnega pomena tudi za ustvarjanje zdravega in produktivnega delovnega okolja. Z izvajanjem dobrih praks vodenja projektov lahko ekipe prihranijo čas, izboljšajo komunikacijo, sprejemajo boljše odločitve in dosegajo boljše rezultate.

Vodenje prostovoljskih projektov je posebej osredotočeno na vodenje skupine prostovoljcev. To vključuje odgovornosti, kot so novačenje, usposabljanje, načrtovanje izmen in vlog, zadržanje, priznavanje in nagrajevanje prostovoljcev. Uspešen vodja prostovoljskih projektov mora imeti potrebne lastnosti in veščine za učinkovito vodenje in upravljanje skupine prostovoljcev za doseganje ciljev organizacije.



Naloge in odgovornosti

Vodja prostovoljnega projekta ima številne naloge in odgovornosti. Spodaj je seznam nekaterih glavnih odgovornosti vodje prostovoljnega projekta:

- zbiranje in upravljanje vseh podatkov, povezanih s prostovoljci, kot so njihovi kontaktni podatki, razpoložljivost in znanja;
- načrtovanje kadrovskih zahtev, vlog in odgovornosti prostovoljcev;
- oblikovanje in vzdrževanje urnika dela prostovoljcev;
- preverjanje in novačenje prostovoljcev;
- vođenje usposabljanja prostovoljcev;
- komuniciranje in usklajevanje s prostovoljci;
- vođenje ali nadzor prostovoljcev med izmenami;
- spremljanje in poročanje o opravljenem delu in drugih ključnih kazalnikih programa.



Učinkovito upravljanje prostovoljstva je ključnega pomena za uspeh vsake organizacije ali neprofitne organizacije. Naloge in odgovornosti vodje prostovoljskih projektov so bistvene za zagotavljanje učinkovitega delovanja prostovoljskega programa in za čim večji učinek prostovoljskih prizadevanj pri doseganju ciljev in poslanstva organizacije.

Pomembne lastnosti, ki jih mora imeti vodja prostovoljskih projektov

Kot je razvidno iz zgornjega poglavja, so lahko naloge in odgovornosti vodij prostovoljskih projektov zelo raznolike in mnoge zahtevajo neposredno sodelovanje s prostovoljci. Ker je velik del dela vodje prostovoljskega projekta neposredno sodelovanje z ekipo prostovoljcev, ki jo vodi, obstajajo določene lastnosti, ki lahko odlikujejo odličnega vodjo prostovoljskega projekta. Nekatere od teh lastnosti so:

DOBRE VODSTVENE SPOSOBNOSTI

Za vođenje prostovoljcev je potreben vodja, ki lahko daje zgled in se ne ustraši dela na terenu. Vendar je prav tako pomembno, da zna vodja delegirati naloge in pokazati svoji ekipi, da zaupa v njene sposobnosti.



ODLIČNE KOMUNIKACIJSKE SPRETNOSTI

Odlične komunikacijske spretnosti: jasna komunikacija je bistveni del vsake uspešne ekipe. Dober vodja prostovoljcev se zaveda, kako pomembno je vzpostaviti odprto in jasno komunikacijo s svojo ekipo, uporabljati različne načine komuniciranja in zna aktivno sprejemati povratne informacije.

VEDOŽELJNOST

Odličen vodja želi spoznati vsakega prostovoljca posebej in njegove edinstvene potrebe, da bi ga lahko postavil na pravo delovno mesto ali mu dodelil pravo vlogo.

SPOŠTLJIVOST

Vodja prostovoljskega projekta mora ustvariti prijazno ozračje spoštovanja in razumevanja potreb svojih prostovoljcev ter se izogibati obsojanju ali kritiziranju.

PREDANOST

Odličen vodja prostovoljskih projektov se zaveda, da izgradnja baze zavzetih prostovoljcev zahteva čas in trud, zato si prizadeva uravnoteženo pridobivati in ohranjati navdušene prostovoljce.

ORGANIZIRANOST

Vodje prostovoljskih projektov morajo slediti številnim, raznolikim nalogam in hkrati upravljati vse prostovoljce, ki sodelujejo pri projektu, zato je organizacija ključna za uspeh.

HVALEŽNOST

Odličen vodja prostovoljskih projektov izraža hvaležnost in priznanje za trdo delo svojih prostovoljcev ter jim redno zagotavlja povratne informacije in priznanja za njihov prispevek. Poiščejo načine, kako se prostovoljcem zahvaliti in jim omogočiti, da se počutijo cenjene in spoštovane.



Opredelitev in izvajanje procesa upravljanja prostovoljcev

Pred začetkom opravljanja nalog vodenja projektov je treba uvesti jasen proces oz. postopek vodenja projektov prostovoljcev, da se zagotovi, da se ne izpusti nobenega pomembnega koraka.

Podrobnosti upravljanja prostovoljnega dela se razlikujejo glede na organizacijske in logistične potrebe. Vendar pa običajno obstajajo nekatere skupne prakse, ki jih je mogoče uporabiti za različne potrebe in situacije. V nadaljevanju je predstavljenih nekaj nasvetov in strategij upravljanja, ki vam bodo pomagali opredeliti postopek upravljanja prostovoljcev.

01 Opredelitev vlog prostovoljcev

Dobra opredelitev vlog je zelo pomembna za vsako organizacijo. Zagotavlja, da se prava oseba ujema s pravim delovnim mestom. To velja tudi za usklajevanje pravega prostovoljca s pravim delovnim mestom ali vlogo zanj.

Opis vloge je vodilo tako za vodjo projekta kot tudi za prostovoljce, da bolje razumejo spretnosti in odgovornosti nalog, povezanih z določeno vlogo.

V nadaljevanju so navedene bistvene točke, ki jih je treba upoštevati pri oblikovanju opisa delovnega mesta kot dela procesa upravljanja.

- **Vloga/naslov delovnega mesta:** naslov mora biti samoumeven; lahko je opisen in jedrnat;
- **Opis vloge:** splošen opis v nekaj stavkih, kaj ta vloga vključuje;
- **Naloge in dolžnosti:** seznam glavnih nalog in dolžnosti, ki jih določeno delovno mesto zahteva;
- **Spretnosti in kvalifikacije:** seznam spretnosti in kvalifikacij, potrebnih za opravljanje predhodno opisanih nalog in dolžnosti. Tu je treba navesti, ali so potrebna fizična, tehnična ali strokovna znanja.
- **Certifikati:** jasna opredelitev in navedba vseh certifikatov, ki so potrebni za opravljanje dela (npr. preverjanje preteklosti, usposabljanje za prvo pomoč, vozniško dovoljenje itd.)



02 Razvoj strategije zaposlovanja

Zaposlovanje je eno ključnih področij pri delu s prostovoljci. Za vodjo prostovoljskih projektov je zaposlovanje sestavni del njegovega dela in nekaj, s čimer mora nenehno ukvarjati. Na srečo obstaja veliko načinov za zaposlovanje prostovoljcev, vendar si je treba zapomniti, da je pomembno postopek zaposlovanja čim bolj poenostaviti, kar bo prostovoljce spodbudilo k prijavi, namesto da bi jih odvrnilo.

Oblikovanje strategije zaposlovanja je nekaj, kar je treba natančno in skrbno preučiti, saj je sestavni del dela s prostovoljci. V nadaljevanju je opisanih nekaj elementov zaposlovanja, ki jih je mogoče uporabiti za večino strategij zaposlovanja prostovoljcev:



Prijavni obrazec

Obrazec za prijavo: prepričajte se, da je prijavni obrazec nastavljen tako, da zbira vse pomembne informacije, ki jih boste potrebovali, da bi prostovoljca prilagodili vlogi. Uporabite opise vlog, ki ste jih ustvarili, da zagotovite, da v prijavnem obrazcu ne bo manjkala nobena informacija.



Načrt trženja zaposlovanja

Priprava načrta zaposlovanja ni zahtevna, vendar je treba upoštevati, da je najbolje uporabiti večkanalni pristop, da bi dosegli čim več ljudi. Prav tako je pomembno zagotoviti, da imajo ljudje možnost, da se na različne načine prijavijo kot prostovoljci. Veliko ljudi, ki pozna vašo organizacijo in se želi prijaviti kot prostovoljci, bo verjetno obiskalo vašo spletno stran. Zato je ključnega pomena, da na vaši spletni strani zagotovite stran za prostovoljce z vpisnim listom, ki bo na voljo in lahko dostopna. Poleg tega je bistvenega pomena, da vzpostavite tržno sporočilo, ki ljudi motivira, navdihuje in spodbuja, da naredijo naslednji korak in postanejo prostovoljci. Ljudje postanejo prostovoljci, da bi zagovarjali in si prizadevali za nekaj, v kar verjamejo. V marketinško sporočilo za prostovoljce poskušajte vključiti vplivno pripovedovanje zgodb, statistične podatke, ki prikazujejo vpliv, ki ga lahko imajo prostovoljci s prostovoljnim delom v vaši organizaciji, in navsezadnje, kako lahko prispevajo k splošnem dobremu v svetu ali skupnosti.



Posredovanje sporočila

Ko ste pripravili načrt trženja zaposlovanja in razvili svoje tržno sporočilo, je čas, da skušate z njim doseči čim več ljudi. Uporabite čim več kanalov, zlasti spletnih. Obstaja veliko brezplačnih kanalov, ki jih lahko uporabite, preden plačate za kakršen koli oglas. Nekaj kanalov, ki jih je treba upoštevati pri razširjanju svojega tržnega sporočila, da bi dosegli več prostovoljcev, je:

- Spletna stran: poskrbite, da bodo priložnosti za prostovoljce prikazane na domači strani spletnega mesta vaše organizacije.
- Družbeni mediji: zaposlitvene oglase pošljite na več platform družbenih medijev in spodbudite ljudi, da sodelujejo z vašimi objavami in delijo vašo vsebino.
- Medvrstniški stiki: prosite osebe in prostovoljce, da na svojih platformah družbenih medijev delijo prihajajoče priložnosti za prostovoljsko delo in tako dosežejo svoje omrežje.
- Lokalni mediji: lokalnim medijem pošljite sporočilo za javnost in jih prosite, naj delijo prostovoljske priložnosti vaše organizacije.



03 Vzpostavite jasne komunikacijske poti

Jasna komunikacija je ključni vidik učinkovitega upravljanja, zlasti pri upravljanju prostovoljcev. Če ni jasne komunikacije, lahko pride do zmede, kar lahko neposredno vpliva na ohranitev prostovoljcev v vašem programu. Za prostovoljce je lahko frustrirajoče, če imajo občutek, da so prepuščeni sami sebi ali da so jim posredovane napačne informacije.

Za vzpostavitev dobre komunikacije med vodstvom projekta in prostovoljci je pomembno, da investirate v dobro komunikacijsko orodje. Komunikacijsko orodje mora omogočati obveščanje o nujnih primerih, spremembah izmen in drugih pomembnih informacijah. Ne glede na to, katero komunikacijsko orodje izbere vodja prostovoljskega projekta, je dvosmerna komunikacija med prostovoljci in vodjo nujna. Komunikacija je ključnega pomena za spodbujanje smiselnega sodelovanja prostovoljcev.

04 Zahvalite se prostovoljcem

Pomembno je, da prepoznate in se zahvalite za čas in trud, ki ga prostovoljci namenijo vaši organizaciji ali projektu. Če imajo prostovoljci občutek, da je njihov čas samoumeven ali premalo cenjen, to lahko povzroči razočaranje in jih lahko privede do tega, da se odločijo za prostovoljno delo drugje.

Majhna dejanja imajo lahko velik vpliv. Že tako preprosta stvar, kot je zahvala prostovoljcem ob koncu izmene za njihov prispevek ali organizacija družabnega srečanja, na katerem se vsi srečajo, lahko pomaga ohranjati motivacijo v vaši ekipi prostovoljcev. Kakršen koli način, s katerim vodja prostovoljskega projekta izkaže hvaležnost prostovoljcem, lahko bistveno izboljša delovno vzdušje in poveča zadržanje prostovoljcev.



5.4. SKLEPI, PREMISLEKI IN OPOZORILA, KI JIH JE TREBA POMNITI

Kot vodja prostovoljskih projektov, ne glede na to, ali vodite majhno ali veliko skupino prostovoljcev, morate imeti dobro premišljen in organiziran načrt upravljanja. Položaj vodje prostovoljskega projekta vključuje številne odgovornosti in dolžnosti, ki se lahko sprva zdijo zastrašujoče in preobremenjujoče. Vendar, kot je prikazano v zgornjem poglavju, obstaja veliko korakov, ki lahko pomagajo organizirati naloge in poskrbijo za nemoteno delovanje. Predvsem pa je lahko položaj vodje prostovoljskega projekta zelo spodbuden in vpliven, zlasti če ste strastni glede dela, ki ga opravljate vi in vaša ekipa prostovoljcev!



5.5. UPORABNI VIRI

- [Methodology](#)
- [Project Manager](#)
- [Top 10 Volunteer Management Training Programs Plus Key Resources](#)
- [Volunteer Management: How to Develop an Engaging Program](#)



6. poglavje

Programska oprema za upravljanje prostovoljcev

Učinkovit postopek upravljanja prostovoljcev



6.1. UČNI CILJI

Cilj tega poglavja je:

- predstavitev programske opreme za upravljanje prostovoljcev.
- razumevanje prednosti programske opreme za upravljanje prostovoljcev.
- izbira ustrezne programske opreme.
- razumevanje uporabe orodij, ki jih lahko uporabljajo organizacije.

Programska oprema za upravljanje prostovoljcev je pomembna za nevladne organizacije, saj pomaga racionalizirati in avtomatizirati postopke upravljanja prostovoljcev ter tako olajša zaposlovanje, načrtovanje, spremljanje in komuniciranje s prostovoljci. To prihrani čas in vire, izboljša vključenost prostovoljcev ter organizaciji omogoča, da se osredotoči na svoje poslanstvo in cilje.

Izbira ustrezne
programske
opreme je
pomembna za
izpolnjevanje
potreb
organizacije.

6.2. RAZLAGA POJMOV



Programska oprema za upravljanje prostovoljcev

Programska oprema za upravljanje prostovoljcev je administrativno orodje, ki organizacijam pomaga pri različnih nalogah v zvezi z nemotenim delovanjem upravljanja prostovoljcev.

6.3. VSEBINA

01

Uvod

Prostovoljci imajo v številnih organizacijah ključno vlogo, njihov prispevek pa je bistven za doseganje ciljev organizacije. Vendar je lahko vodenje prostovoljcev izziv, zlasti če niste ustrezno pripravljeni na to nalogo.



Vodje prostovoljcev so vključeni v vse korake sistema upravljanja prostovoljcev. To zahteva večopravilnost, zato je precej težko upravljati poljubno število prostovoljcev brez ustreznega sistema, ki lahko podpira vodstveno ekipo za boljše in bolj nadzorovano usklajevanje. V 21. stoletju ni nič bolj imelo vpliva na naše vsakdanje življenje kot nova tehnologija. Organizacije jo bodo nedvomno v celoti izkoristile in sprejele programsko opremo/orodje, ki jim bo omogočilo nadzor nad zbirkami podatkov o prostovoljcih.

Prav tako ga je mogoče razumeti kot podporni sistem med vodji prostovoljcev in prostovoljci, ki jim bo omogočil odprto komunikacijo, poleg tega pa bo organizacijam omogočil nemoteno delovanje. Prostovoljci darujejo svoj prosti čas, da bi aktivno podprli in pospešili delovanje organizacije - organizacije bi morale storiti vse, da bi bil ta čas čim bolj učinkovito izkoriščen.

V tem poglavju bomo raziskali ključno vlogo programske opreme za upravljanje prostovoljcev pri omogočanju organizacijam, da čim bolj povečajo učinek dela svojih prostovoljcev, in predstavili prednosti te tehnologije za organizacije in prostovoljce ter primere najboljših praks in orodij za učinkovito upravljanje prostovoljcev.



02 Kaj je programska oprema za upravljanje prostovoljcev?

Programska oprema za upravljanje prostovoljcev je upravno orodje, ki organizacijam pomaga pri različnih nalogah v zvezi z nemotenim delovanjem upravljanja prostovoljcev. Za organizacijo je pomembno, da izbere ustrezen programski sistem, ki bo poskrbel za organiziranost ekipe za upravljanje in ji omogočil učinkovito upravljanje virov.

2.1. Katere so prednosti programske opreme za upravljanje prostovoljcev?

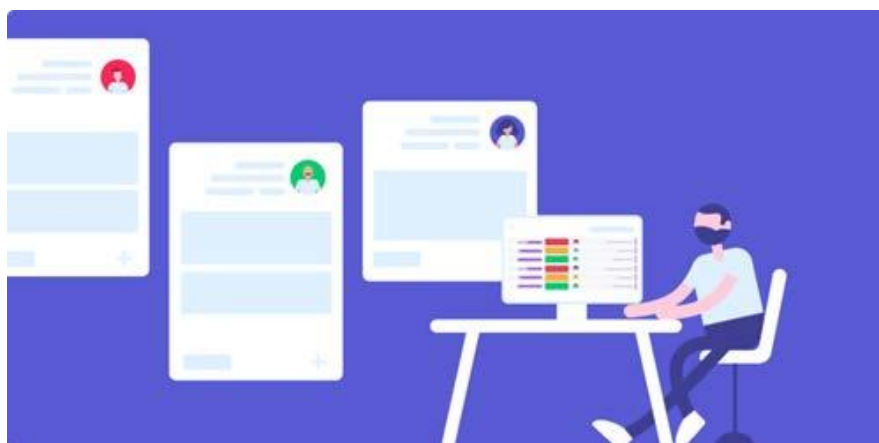
Prostovoljci imajo v številnih organizacijah ključno vlogo, njihov prispevek pa je bistven za doseganje ciljev organizacije. Vendar je lahko vodenje prostovoljcev izziv, zlasti če niste ustrezno pripravljeni na to nalogo.

- ♦ Programski sistem lahko prostovoljce razvrsti v skupine glede na njihovo razpoložljivost, starost, spol, geografsko lokacijo, delovno dobo, izkušnje in druge kategorije po izbiri organizacije.
- ♦ Programski sistem lahko organizacijam pomaga pri zaposlovanju prostovoljcev, vključevanju oz. usposabljanju, načrtovanju, nagovarjanju, sledenju, komunikaciji in zagotavljanju skladnosti.



Programska oprema omogoča, da je vse zgoraj navedeno preprosto in dosegljivo z enim samim klikom na eni platformi, ne da bi porabili preveč časa za komuniciranje po telefonu, beleženje podatkov o prostovoljcih v preglednice in datoteke Excel. Organizacijam lahko pomaga tudi pri razvrščanju kategorij, izvajanju ali ustvarjanju poročil na podlagi kombinacij vsakega od omenjenih področij. Prav tako pomaga vodstvu pri opravljanju zapletenih nalog, posodobitvah in nastavljanju opomnikov za pomembne datume, dogodke itd.

Ustrezna programska oprema za upravljanje prostovoljcev lahko organizacijam pomaga pri doseganju njihovih ciljev in nenehnem izboljševanju njihovega delovanja.



2.2. Kakšne so koristi programske opreme za prostovoljce?

Včasih se ljudem zdi težko narediti prvi korak k prostovoljstvu. Za organizacije je koristno, da imajo programsko opremo za upravljanje prostovoljstva, ki se lahko zdi privlačna za ljudi, ki želijo biti prostovoljci.



- Ljudje se bodo z **veseljem** lotili prostovoljnega dela, saj bodo s pomočjo programske opreme deležni usposabljanja o organizaciji, njenem obsegu in področjih, na katerih bi lahko potrebovali njihovo pomoč.
- Bolj bodo **angažirani** in **motivirani** za ukrepanje, saj se bodo počutili kot del skupnosti.
- Morda jih bo k sodelovanju pri projektih in opravljanju nalog **spodbudilo** to, da bodo lahko sami načrtovali in poiskali vloge, ki najbolj ustrezajo njihovim profilom. To je mogoče doseči le s portalom, kjer se lahko vsak prostovoljec prijavi v sistem s poverilnicami in si uredi svoj urnik.
- Prostovoljci bodo vedno imeli na voljo **najnatančnejše** in **najnovejše informacije**, saj bodo organizacije to zagotovile prek komunikacijskega kanala programske opreme.
- Programska oprema organizacijam olajša vključevanje **prostovoljcev z vsebino in prostovoljskimi priložnostmi**, ki so prostovoljcem resnično pomembne.

03

Izbira ustrezne programske opreme za upravljanje prostovoljcev

3.1. Primeri orodij za upravljanje prostovoljcev

Prvi korak pred izbiro oz. oblikovanjem prostovoljskega programa je ugotoviti, kaj želi organizacija doseči. Nujno je treba uporabiti prilagojeno in integrirano programsko opremo za segmentacijo seznama podpornikov organizacije, personalizacijo sodelovanja s prostovoljci, racionalizacijo postopka prijave prostovoljcev in uporabo drugih tehnoloških orodij za povečanje vključenosti prostovoljcev. Vsa obravnavana programska oprema mora omogočiti hitrejše, lažje in bolj intuitivno vsakodnevno delovanje prostovoljcev.



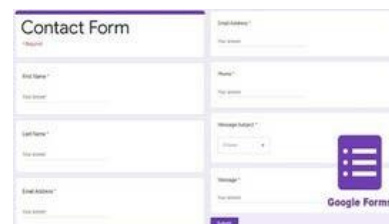
- **MeisterTask:** to orodje organizacijam omogoča enostavno ustvarjanje projektov, dodajanje članov ekipe, dodeljevanje nalog in spremljanje napredka v prilagodljivi panelni obliki, ki jo je mogoče prilagoditi za posamezni delovni primer. Omogoča tudi lažjo komunikacijo s člani ekipe, kar olajša upravljanje projektov in ohranja organiziranost.



Galaxy Digital: ta spletna, mobilnim napravam prijazna programska oprema je zasnovana tako, da podjetjem pomaga pri rasti in upravljanju prostovoljstva, povečevanju vključenosti skupnosti ter spremljanju in deljenju njihovega vpliva. Zagotavlja enotno platformo za spodbujanje, upravljanje, vključevanje in poročanje o prostovoljstvu in sodelovanju v skupnosti.



- **Google Forms** so postali pogosto uporabljeno digitalno orodje za zbiranje informacij od prostovoljcev, predvsem v fazi registracije, pa tudi v fazi spremljanja in ocenjevanja. Zbiranje življenjepisov in prijavnih obrazcev po elektronski pošti je predstavljalo težave tako za zaposlovalca kot za prijavitelja, saj je postopek precej dolgotrajen, dokumente je težko ustvariti in pogosto odvrčajo mlade od prijave, saj prihajajo v različnih formatih, velikostih in na različne elektronske naslove, poleg tega jih je treba prenesti in združiti. Zahvaljujoč Googlovim obrazcem lahko nevladne organizacije hitreje zbirajo informacije ter brez dodatnih stroškov, obdelujejo in analizirajo podatke kar v preglednicah. Če je vprašalnik preprost, a ustrezen (s kratkimi in jasnimi vprašanji, z več možnostmi izbire), in če ocenijo čas, potreben za njegovo izpolnitev, lahko bolje vključijo mlade v dialog.



- **Zasebne skupine na Facebooku** običajno uporabljajo nevladne organizacije za komuniciranje s prostovoljci pri določenem projektu. Zasebne skupine se najbolj obnesejo, če želimo zagotoviti varstvo podatkov in okrepiti zaupanje v ekipo, saj jih prek Facebooka ni mogoče iskati, člane mora povabiti ali dodati član ali administrator, odvisno od nastavitve skupine, in samo oni lahko vidijo ime skupine, kdo je v skupini, opis in oznake skupine ali zgodbe o skupini v traku novic. Vendar pa je potreben moderator skupine, ki nenehno spodbuja motivacijo članov, poskrbi, da so vse objave relevantne, ter obvladuje konflikte, če do njih pride. Dejansko pomagajo pri vzpostavljanju spletne skupnosti. Uporabljajo jih tudi nevladne organizacije, ki zbirajo prostovoljce iz različnih regij svoje skupnosti in z različnimi urniki, ki prispevajo na daljavo.



- **SignUpGeniu** neprofitnim organizacijam olajša zaposlovanje prostovoljcev, zbiranje informacij, delegiranje nalog in upravljanje prostovoljcev. Organizacije lahko svoja spletna mesta povežejo z obrazcem za prijavo, platforma pa pošilja samodejne opomnike in potrditvena e-poštna sporočila. Poleg tega služi kot zbirka podatkov o prostovoljcih.



- **VolunteerLocal** je uporabniku prijazna programska oprema, zasnovana za vodje prostovoljcev. Ponuja neomejeno bazo podatkov in aplikacij prostovoljcev, orodja za komunikacijo prek e-pošte in SMS-sporočil ter mobilno aplikacijo za prostovoljce.
- **iVolunteer** je odličen programski sistem za upravljanje prijav prostovoljcev. Ponuja vrsto funkcij, vključno z neomejenim številom prijavnih listov, datumov in časovnih intervalov, prilagodljivimi prijavnimi listi, mobilnimi in namiznimi prijavi, zbirko podatkov o prostovoljcih in podrobnimi dnevniki dejavnosti. Omeniti velja, da je iVolunteer prejel odlične ocene resničnih uporabnikov in velja za enostavnega za uporabo.
- **Timecounts** je programska oprema za upravljanje prostovoljcev, ki so jo izdelali organizatorji prostovoljstva. Zagotavlja celovito rešitev za upravljanje prostovoljcev, vključno z uvajanjem, organizacijo priložnosti ter načrtovanjem kratkoročnega in dolgoročnega prostovoljstva. Timecounts ponuja zbirko podatkov prostovoljcev, ki omogoča enostaven dostop do prijav, časovnih dnevnikov in obveznosti. Timecounts načrtuje priložnosti za kratkoročno in dolgoročno prostovoljstvo.



3.2. Dobre prakse

V tem poglavju bosta predstavljeni dve glavni digitalni orodji, ki jo organizacija Mobility Friends uporablja za upravljanje prostovoljcev. Ker ima organizacija 28 zaposlenih in več kot 30 prostovoljcev, se pri učinkovitem upravljanju prostovoljcev zanaša na ti dve orodji.

Slack: za komunikacijo in projektno delo s prostovoljci organizacija uporablja Slack že od leta 2015. Slack je spletno komunikacijsko orodje, ki skupinam ljudi omogoča, da si med seboj pošiljajo sporočila, uporablja pa se lahko na računalniku ali mobilni napravi z aplikacijami.

Zaposleni in prostovoljci pri Mobility Friends uporabljajo Slack kot aplikacijo za sporočanje in skupni delovni prostor v oblaku. Vsak projekt ima svojo ekipo Slack, kot je ekipa eSkills Volunteers Slack, kjer lahko člani ekipe pošiljajo in prejemajo sporočila drug drugemu. Vsa objavljena sporočila so običajno urejena po temah, posamezniki pa so lahko označeni, tako da vidijo, kdaj so omenjeni. Poleg tega je mogoče prenašati datoteke, kot so dokumenti Google ali Word in slike. Slack je še posebej uporaben za spletno prostovoljno delo, ker:



- prostovoljci in plačano osebje lahko delajo na daljavo;
- prostovoljci lahko delajo ob različnih dnevih in jim ni treba osebno sodelovati;
- Slack omogoča klepet v realnem času, kar spodbuja sodelovanje prostovoljcev v realnem času;
- prostovoljci lahko delijo datoteke, vsa komunikacija, povezana z določenim projektom, pa ostane na enem mestu.

Doodle: Mobility Friends Doodle uporabljajo od leta 2016. Doodle omogoča enostaven način določanja datumov, krajev in drugega, zato je idealno orodje za načrtovanje sestankov s prostovoljci.

V Mobility Friends uporabljajo Doodle predvsem za organizacijo usposabljanj in tedenskih organizacijskih sestankov. Vodja prostovoljcev ustvari brezplačen dogodek in pošlje povezavo prostovoljcem, ki lahko nato izberejo čas, ki jim najbolj ustreza. Odkar uporabljajo Doodle, so v Mobility Friends odpravili več verižnih elektronskih sporočil s skupino prostovoljcev samo za načrtovanje sestanka, kar jim prihrani veliko časa.

S tem spletnim orodjem za načrtovanje lahko hitro in preprosto poiščete datum in čas za sestanek z več osebami. Najprej oseba predlaga datume in ure dogodka, nato Doodle ustvari koledar z anketami, ki ga lahko pošljete udeležencem, da dobijo povratne informacije. Ko se vsi odzovejo, lahko vodja prostovoljcev izbere dan in uro, ki sta najbolj primerna za vse, in pošlje vabilo na koledar.

6.4. SKLEPI, PREMISLEKI IN OPOZORILA, KI JIH JE TREBA POMNITI

S časom se spreminjata tudi dožemanje in pristop k prostovoljnemu delu. Dandanes imajo ljudje več možnosti za interaktivno prostovoljno delo. Da bi prostovoljce pritegnili v določeno organizacijo, jim je treba ponuditi zanimive, interaktivne in ustvarjalne naloge v spodbudnem delovnem okolju.

Organizacije morajo vlagati v razvoj infrastrukture, ki podpira uporabo spletnih orodij in digitalnih medijev v organizaciji. Ustrezna tehnološka orodja lahko pomagajo pri prepoznavanju primernih prostovoljcev za delo, spodbujanju močne kulture vključevanja prostovoljcev in zagotavljanju več načinov za njihovo povezovanje z organizacijo.

Če povzamemo, izbira pravih tehnoloških orodij lahko precej izboljša prostovoljsko izkušnjo in sodelovanje med organizacijami in njihovimi prostovoljci.



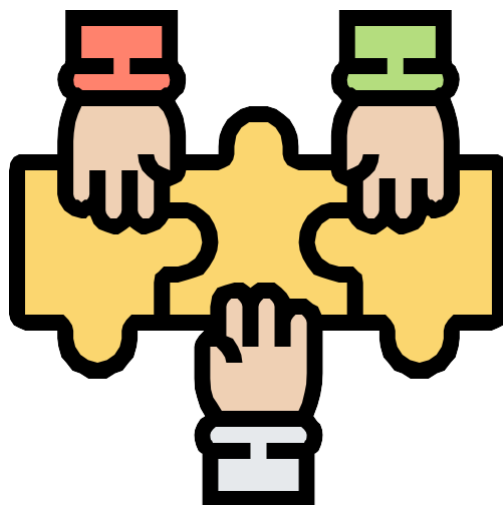
6.5. UPORBNI VIRI

- [Why Should Organizations Use Volunteer Management Software?](#)
- [Guide To Choosing The Best Volunteer Management Software](#)
- [Volunteer Management Software For Nonprofits](#)
- [Volunteer Management Software](#)
- [How to master volunteer management in 2023](#)
- [The Benefits of Using Volunteer Management Software](#)
- [Digital Tools for the Management of Volunteers](#)
- [5 Ways to Build a Better Volunteer Program with Technology](#)
- [The Best Volunteer Management Software](#)

7. poglavje

Razvoj korporativnega partnerstva

Kako in katere vrste sodelovanja lahko neprofitne organizacije vzpostavijo s podjetji in kakšne so lahko koristi za obe strani.



7.1. UČNI CILJI

Glavni cilji tega poglavja:

- razumevanje pomena partnerstva med podjetji in neprofitnimi organizacijami;
- spoznavanje različnih oblik partnerstev ter učenje, kako najti, vzpostaviti in ohraniti stik z njimi;
- imeti jasno predstavo o prednostnih nalogah in ciljih pri vzpostavljanju partnerstva ter znati oceniti dosežke.

Uspešno partnerstvo podjetij mora temeljiti na temeljitem načrtovanju, jasnih pričakovanjih, medsebojnem spoštovanju, pripravljenosti na sodelovanje z drugimi organizacijami in želji pomagati skupnosti.

**Partnerstva
med podjetji so
ključnega
pomena za
neprofitne
organizacije pri
doseganju
ciljev in
pozitivnem
vplivu na
družbo**

7.2. RAZLAGA POJMOV



Korporativno partnerstvo

Gre za vzajemno koristno razmerje med profitnim podjetjem in neprofitno organizacijo.

7.3. VSEBINA

Kakšen je pomen korporativnega partnerstva za neprofitne organizacije?



Partnerstvo podjetij je vzajemno koristno razmerje med profitnim podjetjem in neprofitno organizacijo, ki vključuje sodelovanje in skupna prizadevanja za družbeni in okoljski vpliv, trajnost in druge povezane pobude.

V zadnjem desetletju smo bili priča hitremu razvoju vodenja z namenom in pobud z družbenim učinkom. Neprofitne organizacije niso več odgovorne le za spodbujanje družbenih in okoljskih sprememb. Skupaj presegamo dolgočasno korporativno filantropijo in se usmerjamo k bolj sodelovalnim in integriranim projektom, ki se osredotočajo na vpliv, trajnost, spremembe in drugo. Poleg tega prepričanje, da bi morale korporacije vračati družbi, hitro postaja norma.

Kot odziv na ta trend podjetja vseh velikosti in v vseh panogah krepijo svoje pobude za družbeno odgovornost podjetij ter vzpostavljajo partnerstva s skupnostmi in neprofitnimi organizacijami. Ta partnerstva imajo več prednosti. Ne le, da ustvarjajo skupno vrednost za družbo na splošno, ampak koristijo tudi neprofitnim organizacijam in podjetjem, vključno z zaposlovanjem prostovoljcev, povečanjem zbiranja sredstev in večjo prisotnostjo v skupnosti. Za neprofitne organizacije bi moral biti cilj vsakega korporativnega partnerstva vzpostavitev odnosa, ki pomaga pri doseganju njihovih dobrodelnih ciljev, hkrati pa prinaša oprijemljive koristi širši skupnosti.

Poleg tega lahko partnerstvo podjetij ustvari novo vrednost, ki presega zgolj izmenjavo vrednosti. Zato mora vsako partnerstvo podjetij temeljiti na trdnem načrtovanju, jasnih pričakovanjih, medsebojnem spoštovanju, pripravljenosti za sodelovanje z drugimi organizacijami in želji pomagati skupnosti.



Kako postati partner?

01 Opredelitev potencialnih partnerjev

Izbira pravega partnerskega podjetja je lahko zahtevna. Dandanes je dober pristop ta, da ustvarite seznam potencialnih poslovnih partnerjev v svoji skupnosti. Najprej sestavite seznam 15 do 30 podjetij, ki bi lahko bili dobri partnerji. Nato nekatera podjetja izločite na podlagi posebnih meril. Na primer, če je vaša neprofitna organizacija na podežlju, je lahko bližina pomemben omejitveni dejavnik.

Če ste majhna ali srednje velika neprofitna organizacija, najprej poiščite mala in srednje velika podjetja v svojem kraju. V Googlu ali Linkedlnu na hitro poiščite podjetja v svoji regiji in poiščite stike (najbolje vam bodo pomagali kadrovski strokovnjaki, strokovnjaki za odnose z zaposlenimi ali strokovnjaki za vključevanje skupnosti).

Raziščite gospodarske trende v svojem mestu, državi oz. regiji. Te informacije so lahko v pomoč pri izbiri pravega podjetja, s katerim se boste povezali. Morda boste, na primer, pozorni na večja odpuščanja ali zapiranja trgovin. To pomeni, da podjetje najverjetneje ni primerno za partnerstvo.

Poiščite podjetja, ki rastejo: uvajajo nove izdelke, širijo svoje dejavnosti, zaposlujejo nove delavce itd. Poleg tega preučite njihovo zgodovino dajanja donacij. Katera podjetja so v preteklosti že prispevala za podobne namene? Katera podjetja delijo vaše vrednote?

02 Zagotavljanje kompatibilnosti

Ko boste našli nekaj obetavnih podjetij, se prepričajte, da so vaše vrednote usklajene. Morda boste morali opraviti dodatno raziskavo, da ugotovite, ali ima podjetje enake cilje in poslanstvo kot vaša organizacija. Poiščite njihovo izjavo o družbeni odgovornosti podjetja, v kateri opisujejo vpliv, ki ga želijo doseči v svoji skupnosti. Večina podjetij to navede na svoji spletni strani.

Tako kot vi raziskujete svoje potencialne partnerje, bodo tudi oni opravili skrbni pregled vase organizacije. Zato poskrbite za močan organizacijski profil, ki lahko pomaga pri prepoznavanju in povečuje vaš ugled.





03 Predstavite svojo vizijo in cilje

Jasno opredelite vizijo in cilje svoje neprofitne organizacije. Če morate vsako leto zbrati določeno vsoto prihodkov, da bodo vaši programi uspešni, to navedite vnaprej. Če pa je vaš cilj razširiti programe opismenjevanja na deset šol ali okoliških mest, pojasnite tudi te načrte. Vaši novi partnerji bodo morda imeli koristne zamisli, ki jih bodo prispevali, komunikacija s poslovnim partnerjem o tem, kako bodo njegov čas, talenti in donacije prispevali k spremembam v vaši organizaciji, pa lahko vodstvo in zaposlene navduši in jim omogoči večjo predanost.

Ko ste naredili seznam potencialnih partnerjev, se prepričajte, da ste natančno seznanjeni z vrednostjo, ki jo ponujate. Ne pozabite, da gre za obojestransko koristno partnerstvo, vrednost, ki jo prepoznate in sporočite, pa mora temeljiti na ključnih težavah podjetja, ki ga nagovarjate. Z drugimi besedami, vsakemu potencialnemu partnerju ne boste poslali enakega sporočila. Določite, katere so ključne težave posameznega potencialnega partnerja, nato pa pripravite predlog partnerstva, ki bo odgovarjal na te težave.

04 Sklicevanje strateških sestankov

Ko boste našli primernega partnerja, se osebno srečajte in se pogovorite o podrobnostih partnerstva. Če boste vnaprej jasno izrazili svoja pričakovanja in pogodbene podrobnosti pripravili v pisni obliki, lahko zagotovite, da bo vaše sodelovanje koristno, harmonično in produktivno še vrsto let.

Prvo srečanje s podjetjem naj bo neformalno. Predstavite svojo neprofitno organizacijo in njeno poslanstvo ter poskušajte najti skupni jezik z razpravo o tem, zakaj ste navdušeni nad svojim ciljem. Morda bosta potrebna eno ali dve neformalni srečanja, preden boste prepričani, da boste lahko predlagali partnerstvo. Na drugo ali tretje srečanje pridite pripravljeni. Podjetju pokažite, kako bo partnerstvo obojestransko koristno. Pripravite načrte, kako bo sodelovanje delovalo, in jih predstavite.





Neprofitne organizacije se pri razvoju strategije za povezovanje s podjetji in pridobivanje priložnosti iz partnerstev s podjetji pogosto soočajo z izzivom, da ne vedo, kje začeti. To velja tako za velike kot majhne nonprofitne organizacije. Dejstvo je, da partnerstva s podjetji ne prinašajo koristi le nonprofitnim organizacijam, temveč tudi vključenim podjetjem. Čeprav imajo lahko različna podjetja različne potrebe in cilje, jih na splošno razvrščamo v pet kategorij:

- ugled blagovne znamke
- zavzetost zaposlenih
- sodelovanje s strankami
- družbene rešitve
- ♦ cilji ESG (okolje, družba, upravljanje)

Pri nonprofitnih organizacijah gre za vzpostavitev partnerstev s podjetji na podoben način kot pri posameznih prostovoljcih. Bistveno je iskati motivacijo in priložnost za vzpostavitev trajnostnega odnosa, ne pa le iskati kratkoročne koristi. To vključuje spremembo miselnosti in poudarek na ustvarjanju dolgoročne vrednosti tako za partnerje kot za skupnost.

Ko se podjetje obrne na nonprofitno organizacijo, je priporočljivo, da ima le-ta pripravljen seznam vprašanj, na podlagi katerih lahko ugotovi, ali bo njuno sodelovanje ustrezno. Ta vprašanja se mogoče prilagoditi vprašanjem, ki se uporabljajo za razgovore s posameznimi potencialnimi prostovoljci. Na primer:

- ♦ Zakaj je podjetje izbralo nonprofitno organizacijo?
- ♦ Ali je kdo od zaposlenih v podjetju v preteklosti koristil storitve nonprofitne organizacije? Kaj
- ♦ želi podjetje doseči s tem partnerstvom?
- ♦ Kakšno prostovoljstvo je podjetje izvajalo v preteklosti? Kako je bilo sprejeto? Kakšne povratne informacije so prejeli?
- ♦ Ali je sodelovanje v partnerstvu za zaposlene obvezno ali neobvezno?
- ♦ Kakšne koristi bodo po mnenju podjetja imeli zaposleni s prostovoljnim delom v nonprofitni organizaciji?

Pomembno je poudariti, da ne gre za preiskavo, temveč za poskus, da bi zagotovili, da je trajnostno partnerstvo primerno za obe strani. Nprofitne organizacije imajo priložnost biti dragocen partner korporacijam, tako kot imajo korporacije priložnost biti dragocen partner nonprofitnim organizacijam. Z osredotočanjem na razvijanje dolgoročnih odnosov s partnerji ter zagotavljanjem čim večje vrednosti njim samim in skupnosti lahko nonprofitne organizacije ustvarijo vzajemno koristna partnerstva, ki presegajo kratkoročne koristi.



Cilji partnerstva

Korporativno partnerstvo je odnos sodelovanja med neprofitno organizacijo in korporativnim sponzorjem ali partnerjem, ki si skupaj prizadevata za skupni cilj na podlagi skupnih vrednot. Sodelovanje v podjetniškem partnerstvu neprofitnim organizacijam prinaša številne koristi, med drugim:

- **Povečanje sredstev:** podjetja v zameno za uporabo svojega imena v promocijskem gradivu ali na dogodkih neprofitnim organizacijam namenijo znatne donacije. Ta sredstva so lahko ključnega pomena pri doseganju ciljev neprofitnih organizacij.
- **Večji ugled v skupnosti:** sodelovanje s podjetniškim partnerjem lahko neprofitne organizacije predstavi posameznikom, ki se sicer morda ne bi zavedali njihovega poslanstva. Uveljavljena podjetja imajo pogosto globoke povezave v skupnosti in jih lahko uporabijo za pomoč neprofitnim organizacijam pri povezovanju in razvoju.
- **Večji nabor prostovoljcev:** ko podjetja sodelujejo z neprofitnimi organizacijami, lahko njihovi zaposleni dobijo navdih za prostovoljstvo. Neprofitne organizacije imajo lahko koristi od pozitivnih izkušenj teh prostovoljcev, kar poveča stopnjo ohranjanja zaposlitve prostovoljcev.
- **Izboljšano interno poslovanje:** podjetja lahko neprofitnim organizacijam zagotovijo bistvena znanja, vire ali osebje, ki jim jih sicer morda primanjkuje. Na primer, neprofitna organizacija, ki nima posebnega direktorja za trženje, lahko pridobi dostop do trženjskih virov podjetja s skupnim osebjem ali prostovoljnim delom na podlagi znanja in spretnosti.
- **Večji doseg:** znano podjetje ima lahko večjo bazo strank, zato lahko za neprofitne organizacije stori več. Ko stranke izvedo za partnerstvo, so lahko motivirane za sodelovanje, kar lahko pritegne več podpornikov in donatorjev neprofitne organizacije.

Vendar pa imajo lahko korporativni partnerji tudi lastne motive za sodelovanje v odnosu. Tukaj je nekaj načinov, kako lahko partnerstvo podjetij z neprofitnimi organizacijami koristi sodelujočim podjetjem:

- **Večji ugled v skupnosti:** večina potrošnikov želi poslovati s podjetji, ki so vredna zaupanja, skrbna in vestna. Partnerstvo z neprofitno organizacijo pomaga podjetjem, da skupnosti pokažejo svoje vrednote.
- **Možnosti oglaševanja:** kadar podjetja sponzorirajo neprofitni dogodek, v zameno pogosto dobijo možnosti oglaševanja, običajno tako, da je njihovo ime ali logotip na vidnem mestu. Podjetja lahko partnerstvo med neprofitnimi organizacijami in podjetji navedejo tudi v svojem internem marketinškem gradivu in tako poudarijo svojo podporo neprofitnim organizacijam, s katerimi sodelujejo. Te priložnosti pomagajo povečati prepoznavnost podjetja v javnosti in ustvariti pozitivne asociacije na blagovno znamko.



Izboljšana morala zaposlenih: zaposleni, ki se dobro počutijo na svojem delovnem mestu, bodo verjetno bolj produktivni in bodo v podjetju ostali dlje časa. Podjetja, ki sodelujejo z neprofitnimi organizacijami, imajo verjetno boljše moralo zaposlenih, saj so zaposleni ponosni, da delajo za podjetje, ki je del poslanstva opravljanja dobrega dela v skupnosti.

Dejavna baza strank: v idealnem primeru želijo podjetja sodelovati z neprofitnimi organizacijami, ki bodo navdušile njihovo bazo strank. Če so stranke navdušene nad partnerstvom, bodo verjetno še naprej poslovale s podjetjem.

- ♦ **Povečanje prodaje:** sodelovanje z neprofitno organizacijo je pogosto način, kako to doseči. Povečanje prodaje je lahko posledica možnosti oglaševanja in trženja ali pozitivnega povezovanja z blagovno znamko, ki ga ustvari partnerstvo. Večina podjetij meni, da je podjetniško partnerstvo uspešno, če ima neto pozitiven učinek na njihove prihodke.
- ♦ **Dostop do podatkov:** Veliko poslovnih partnerjev zahteva dokumentacijo o svojih prispevkih in o tem, kako daleč so šle njihove donacije ali prizadevanja. To dokumentacijo bodo morda želeli pokazati svojim delničarjem kot dokazilo o praksah družbene odgovornosti ali kot dokazilo o učinku, ki so ga imeli. Možnost dokumentiranja koristi partnerstva pomaga ohranjati trdne odnose med neprofitno organizacijo in korporativnim partnerjem.





Modeli partnerstev

Obstajajo različne vrste modelov neprofitnega partnerstva, neprofitne organizacije in lokalna podjetja pa lahko v sodelovanju določijo, kateri model jim najbolj ustreza. Tukaj je nekaj različnih vrst partnerstev med podjetji in neprofitnimi organizacijami:



- ♦ **Sponzorstvo podjetij:** sponzorstvo podjetij je ena od najpomembnejših vrst partnerstev. Pri tem modelu podjetja sponzorirajo določene programe ali dogodke, ki jih izvaja neprofitna organizacija. Podjetje krije stroške dogodka, neprofitna organizacija pa v zameno prikaže ime podjetja na dogodku ali v oglaševalskem gradivu. Ta dogovor ustvarja pozitivno povezavo z blagovno znamko podjetja in pomaga neprofitni organizaciji pridobiti donacije, ki jih potrebuje za izvedbo uspešnega programa ali dogodka.
- ♦ **Neposredne donacije:** druga vrsta modela zasebnega neprofitnega partnerstva vključuje neposredne donacije. Donacije so običajno v dveh oblikah: denarne donacije ali donacije v naravi. Denarne donacije so namenjene neposredno za podporo delovanja neprofitne organizacije. Donacije v naravi so nedenarne donacije stvari, ki jih podjetje potrebuje, kot so odeje, konzervirana hrana ali novi prenosni računalniki.
- ♦ **Prostovoljski programi:** v okviru teh programov lahko tudi korporativni partnerji pošljejo svoje zaposlene, da opravljajo prostovoljno delo v neprofitni organizaciji. Prostovoljci lahko pomagajo pri organizaciji javnih prireditev ali pa opravljajo delo v ozadju, kot je sprehajanje psov ali čiščenje kletk v zavetišču za živali. V številnih partnerstvih med podjetji in dobrodelnimi organizacijami postaja priljubljeno zlasti prostovoljstvo, ki temelji na spretnostih, pri katerem zaposleni prostovoljno prispevajo svoje posebne talente, na primer tesarstvo ali celo poučevanje joge za preobremenjene zaposlene.
- ♦ **Darovanje na delovnem mestu:** programi darovanja na delovnem mestu potekajo tako, da podjetja od svojih zaposlenih zbirajo donacije za neprofitno organizacijo. Podjetja velikokrat spodbujajo prispevke tako, da ponudijo, da sredstva, ki jih zberejo zaposleni, izenačijo z lastno donacijo. Programi darovanja na delovnem mestu so koristni, ker zaposlenim omogočajo neposreden občutek izpolnjenosti in zadovoljstva, tudi če si v svojem natrpanem urniku ne morejo vzeti časa za neposredno prostovoljno delo.
- ♦ **Zbiranje sredstev s strani poslovnih partnerjev:** namesto da bi svoje zaposlene prosili za donacije, se lahko korporativni partner odloči, da bo pomagal razviti kampanjo za zbiranje sredstev. Pri teh partnerstvih za zbiranje sredstev lahko podjetje postavi stojnice za zbiranje donacij, kjer lahko njegove stranke izvedejo donacijo, ali pa izvaja posebne promocijske akcije, na primer, prosi stranke, da se odrečejo drobižu, in izkupiček nameni vaši neprofitni organizaciji. Ne glede na to, kakšno pot izbere podjetje, je zbiranje sredstev s podjetniškimi partnerji učinkovita metoda zbiranja prispevkov, ki poveča tudi prepoznavnost vaše neprofitne organizacije v skupnosti.



Gradnja močnih – trajnostnih partnerstev

Razvijanje močnih in trajnostnih partnerstev je zelo koristno in ključno za uspeh neprofitnih organizacij.

Pri iskanju poslovnih partnerjev se je treba zavedati, da imajo podjetja drugačno motivacijo in delujejo drugače kot drugi sektorji, kot sta vlada in filantropija.

Da bi se neprofitne organizacije obrnile na podjetje za morebitno partnerstvo, morajo dokazati vrednost partnerstva za podjetje in ponuditi rešitve za njegove izzive. Tukaj je nekaj nasvetov, ki bodo neprofitnim organizacijam pomagali pri pripravi:

- Seznanite se s panogo in določenim podjetjem, s katerim želite delati.
- Spoznajte njihove številke in pokažite, kako vaša neprofitna organizacija razpolaga s sredstvi, ki ustrezajo njihovim potrebam.
- Dobro spoznajte jezik podjetja in ga skušajte uporabiti pri komuniciranju.
- Postavljajte veliko vprašanj in imejte kaj ponuditi v zameno:
 - ◊ Kateri so njihovi največji izzivi? (ponudite rešitve)
 - ◊ Kaj menijo o trendih v panogi? (ponudite znanje o panogi)
 - ◊ Kaj bi želeli od partnerstva? (ponudite storitve)
 - ◊ V katere obstoječe strukture se lahko vključi vaša neprofitna organizacija? (ponudite podpora)

Če želite zgraditi trajne odnose s partnerji, morate biti taktični in diplomatski ter pohvaliti partnerjevo delo. Koristno je tudi, da partnerja anketirate in pozdravite njegove zamisli ter da naloge delegirate glede na prednosti članov ekipe.

Na srečanju s potencialnimi partnerji poiščite načine, kako lahko vaša neprofitna organizacija pomaga rešiti nekatere njihove težave. Na primer, banka hrane ali zavetišče za brezdomce, ki potrebuje donacije hrane, lahko sodeluje z verigo trgovin ali hotelov, ki želi zmanjšati količino zavržene hrane. Druga možnost je, da vaša organizacija zagotovi razgovore in svetovanje pri zaposlovanju za ogroženo mladino ter se poveže z maloprodajnim podjetjem, ki potrebuje podporo. Čeprav vsa partnerstva med dobrodelnimi organizacijami in podjetji ne bodo popolna, je ključnega pomena najti področja, na katerih se želijo podjetja izboljšati.

Ugotovitve

01

Spoznajte podjetje, s katerim sodelujete: da bi vzpostavili uspešno partnerstvo med neprofitno organizacijo in podjetjem, je treba začeti na začetku, še preden se partnerstvo vzpostavi. Prvi korak je, da izberete podjetja, katerih vrednote in poslanstvo se ujemajo z vašimi.

02

Postavite jasna pričakovanja in osnovna pravila: pri sklepanju partnerstva s podjetjem je treba že na začetku določiti jasna pričakovanja in temeljna pravila. To bo zagotovilo jasnost in odgovornost obeh strani ter sčasoma okrepilo partnerstvo. Zmanjšala se bo tudi verjetnost konfliktov, ki bi nastali zaradi zmede ali pomanjkljive komunikacije.



- 03** Določite temo partnerstva: določite, kakšno vrsto partnerstva vzpostavljate, ali je koristno in zakaj naj bi ljudi zanimal projekt, pri katerem sodelujete. Ta vprašanja si zastavite, preden začnete promovirati svoje partnerstvo. To se morda zdi strog pristop, vendar če ne boste razvili projekta ali kampanje, ki prinaša resnično dodano vrednost ali rešuje resnično težavo, boste kričali v prazno.
- 04** Pogosto komunicirajte in ostanite prilagodljivi: načrtujte redne kontrolne obiske ali dogodke, na katerih se lahko povežete s svojim poslovnim partnerjem. Razpravljajte o težavah in praznujte uspehe, da zagotovite nemoten napredek.
- 05** Delite zgodbe in sprostite govornice: družbeni mediji so olajšali deljenje privlačnih zgodb z širšim občinstvom.
- 06** Pridružite se ekipam: za uspeh zavezništva med neprofitnimi organizacijami in podjetji je potrebno, da jih sprejme celotna organizacija na obeh straneh. Obe ekipi morata resnično verjeti v vrednost projekta, da bo imel učinek. Za zagotovitev trajnih povezav negujte številne odnose v celotnem podjetju.

Preverite, kako dobro je partnerstvo vključeno v vašo organizacijo:

- Ali so opisi delovnih mest zaposlenih in prostovoljcev ter projektni načrti skupin usklajeni z dejavnostmi, opisanimi v načrtu?
 - Ali politike in postopki, povezani s partnerstvom, podpirajo poenostavljeno izvajanje vaše skupne strategije?
 - Ali so odločitve o virih in financiranju prednostno razvrščene na podlagi načrta?
-
- 07** Spremljajte, merite in ocenjujte: podjetja so zavezana količinski opredelitvi donosnosti naložbe, neprofitne organizacije pa (upajmo) merijo uspeh z različnimi drugimi ključnimi kazalniki uspešnosti, vključno s kazalniki učinka.

Sodelovanje z neprofitno organizacijo lahko podjetju prinese številne koristi, predvsem zaradi boljšega trženja in javne podobe. Poveča ozaveščenost javnosti o podjetju in ga prikaže v pozitivni luči.

Poleg tega podjetja, ki sodelujejo z neprofitnimi organizacijami, pogosteje ohranjajo zaposlene in so bolj zadovoljna, kar pomeni dolgoročne prihranke pri naložbah v zaposlene. To partnerstvo ustvarja situacijo, v kateri zmagata obe strani: neprofitna organizacija prejme potrebno pomoč, podjetje pa ima koristi od gradnje svoje blagovne znamke in ustvarjanja pozitivnih vtisov v skupnosti.



7.4. SKLEPI, PREMISLEKI IN OPOZORILA, KI JIH JE TREBA POMNITI

Sodelovanje z neprofitnimi organizacijami lahko podjetjem prinese številne koristi. Predvsem gre za večje trženje podjetja in pozitivno javno podobo, povezano z njim. Ta večja izpostavljenost lahko poveča ozaveščenost o podjetju in izboljša njegov ugled.

Poleg tega podjetja, ki sodelujejo z neprofitnimi organizacijami, pogosteje ohranjajo zaposlene in so bolj zadovoljna, kar omogoča dolgoročne prihranke pri naložbah v zaposlene.

Na splošno je to partnerstvo koristno za obe strani: neprofitna organizacija prejme pomoč, ki jo potrebuje, podjetje pa ima koristi od gradnje svoje blagovne znamke in ustvarjanja pozitivnih vtisov v skupnosti.

7.5. UPORABNI VIRI

- [Corporate Partnership and Charities](#)
- [5 Steps to Creating Corporate Partnerships](#)
- [How Nonprofits Can Create Lasting Corporate Support](#)
- [How Nonprofits Can Build Partnerships With Businesses](#)
- [Engage Corporate Partners and Build Strategic Partnerships](#)
- [Guide To Corporate Partnerships For Nonprofits](#)
- [Nonprofit Corporate Partnerships How to Make Them Work](#)
- [4 Ways that Nonprofits can Create Corporate Partnerships](#)
- [How to Build an Irresistible Corporate Nonprofit Volunteer Partnership](#)



8. poglavje

Vrednotenje programa prostovoljstva

Ključni vidiki za celovito vrednotenje programa prostovoljstva



8.1. UČNI CILJI

Glavni cilji tega poglavja:

- oceniti, v kolikšni meri so izpolnjeni posebni cilji programa prostovoljstva;
- ocenjevanje kakovosti prostovoljskih izkušenj v organizaciji;
- ugotavljanje vpliva prostovoljcev na organizacijo, vključno z njihovimi prispevki in ekonomsko vrednostjo;
- opredelitev področij v programu prostovoljstva, ki jih je treba izboljšati.

Z ocenjevanjem ciljev programa, izkušenj prostovoljcev, vpliva na organizacijo in področja, ki jih je treba izboljšati, lahko organizacije nenehno izboljšujejo in krepijo svoj proces upravljanja prostovoljcev.

**Vrednotenje
prostovoljskega
programa je
ključnega
pomena za
razumevanje
njegove
učinkovitosti in
področij, ki
potrebujejo
izboljšavo.**



8.2. RAZLAGA POJMOV



Vrednotenje programa prostovoljstva

Vrednotenje vključuje uporabo zbranih informacij, da bi odgovorili na vprašanja o tem, kako dobro deluje program prostovoljstva, da bi ugotovili morebitne vrzeli in izboljšave, ki jih lahko uvedete, ter da bi prikazali svoje rezultate, npr. razliko, ki jo prinaša vključevanje prostovoljcev. Vključuje analizo informacij o spremljanju in kakršne koli povratne informacije, študije primerov in izkušnje prostovoljcev.

8.3. VSEBINA

Vrednotenje prostovoljskega programa je bistvenega pomena za njegov razvoj in zagotavljanje prihodnjega financiranja.

Je ključno orodje za odgovore na temeljna vprašanja: "Kako nam gre?", "Ali delamo, kar smo rekli, da bomo delali?", "Ali deluje?" in "Kaj smo se še naučili, pridobili ali izgubili?"

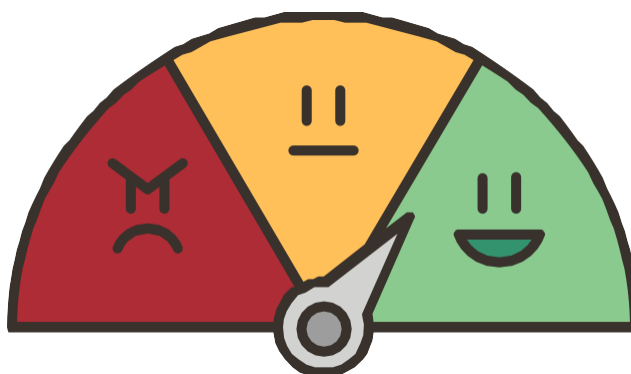
Z vrednotenjem lahko pridobite vpogled v prednosti in slabosti programa, prepoznate uspešna področja ter določite področja, ki jih je treba razvijati.

Ko boste odgovorili na ta vprašanja, boste lahko označili svoje dosežke, tako z vidika posebnih ciljev programa kot z vidika splošnega vpliva na organizacijo.

Ocenjevanje vam pomaga tudi pri ugotavljanju področij za izboljšave in morebitnih ovir, ki lahko ovirajo napredek. Ta spoznanja lahko uporabite za obveščanje o prihodnjem razvoju programa, izboljšanje svojega pristopa in zagotavljanje, da še naprej izpolnujete spreminjajoče se potrebe prostovoljcev in upravičencev.

Konec koncev vam bo redno ocenjevanje pomagalo pri oblikovanju učinkovitejšega, uspešnejšega in trajnejšega prostovoljskega programa, ki bo prinesel čim več koristi vsem vključenim zainteresiranim stranem.

Prostovoljci so pomemben del številnih organizacij, njihov prispevek pa lahko pomembno vpliva na uspeh programa. Vendar je za zagotovitev uspešnosti prostovoljskega programa nujno redno spremljanje in ocenjevanje njegove uspešnosti.





Zakaj spremljati in vrednotiti program prostovoljstva?

Spremljanje in ocenjevanje prostovoljskega programa sta ključnega pomena iz več razlogov:

Prvič, spremljanje in vrednotenje lahko organizacijam pomaga oceniti, v kolikšni meri dosegajo posebne cilje svojega prostovoljskega programa.

Drugič, spremljanje in vrednotenje lahko organizacijam pomagata pri ugotavljanju kakovosti izkušenj prostovoljcev v organizaciji.

Tretjič, spremljanje in vrednotenje lahko organizacijam pomagata ugotoviti vpliv, ki ga imajo prostovoljci na organizacijo, tako v smislu njihovega prispevka kot njihove ekonomske vrednosti.

- Četrtoč, spremljanje in vrednotenje lahko organizacijam pomagata opredeliti področja v njihovem prostovoljskem programu, ki jih je morda treba izboljšati.
- Nazadnje, financerji lahko od organizacij zahtevajo, da spremljajo in ocenjujejo svoj prostovoljski program, da bi zagotovile izpolnjevanje svojih ciljev.

Pomen spremljanja in vrednotenja prostovoljskega programa

Spremljanje in vrednotenje prostovoljskega programa je bistveno za ugotavljanje, ali dosega svoje cilje ter učinkovito izpolnjuje potrebe organizacije in prostovoljcev. Spremljanje in vrednotenje prostovoljskega programa je pomembno iz več razlogov, ki vključujejo:

- **Ocena učinkovitosti programa**

Spremljanje in vrednotenje lahko organizacijam pomaga pri ocenjevanju učinkovitosti njihovih prostovoljskih programov. Pomaga prepoznati njegove prednosti, slabosti in področja za izboljšanje. Spremljanje in vrednotenje lahko na primer pokaže, da delo prostovoljcev ni v celoti izkoriščeno, zato je mogoče uvesti spremembe za povečanje njihovega učinka.

- **Opredelitev področij, ki so potrebna izboljšave**

Spremljanje in vrednotenje lahko organizacijam pomagata opredeliti področja izboljšav, ki lahko povečajo učinkovitost prostovoljskega programa, na primer ugotoviti, kje potrebe prostovoljcev niso izpolnjene.

- **Prepoznati in ceniti uspešna področja**

To lahko prostovoljce motivira za nadaljevanje in promocijo programa, da bi pritegnili še več prostovoljcev. Najboljše prakse in področja uspeha se lahko ponovijo in delijo z drugimi organizacijami.

- **Zagotavljanje preglednosti programa in odgovornosti**

To lahko pomaga pri učinkovitem in uspešnem razporejanju sredstev ter pravičnem



obravnavanju prostovoljcev ob izpolnjevanju ciljev programa.

Spremljanje in vrednotenje po korakih

01

Določitev ciljev in nalog

Prvi korak pri spremljanju in ocenjevanju prostovoljskega programa je določitev jasnih ciljev in nalog. Pri tem je treba določiti, kaj naj bi program dosegel, kakšna sredstva so potrebna za doseg teh ciljev in kako se bo meril napredek. Cilji morajo biti jasni, merljivi in dosegljivi. Prav tako morajo biti usklajeni s cilji organizacije.

02

Razvoj metrik in kazalnikov uspešnosti

Naslednji korak je razvoj metrik in kazalnikov uspešnosti, ki se bodo uporabljali za merjenje napredka pri doseganju ciljev. Ti kazalniki morajo biti specifični, merljivi, dosegljivi, ustrezni in časovno omejeni (SMART). Prav tako morajo biti usklajeni z nameni in cilji organizacije.

Pri spremljanju in ocenjevanju prostovoljskega programa je treba upoštevati več ključnih kazalnikov. Te kazalnike lahko razdelimo v tri kategorije:

- ♦ kazalniki inputa,
- ♦ kazalniki procesa, in
- ♦ kazalniki rezultatov.



Kazalniki inputa se nanašajo na vire, ki so potrebni za izvajanje prostovoljskega programa. Ti lahko vključujejo število prostovoljcev, količino časa, ki ga prispevajo, ter znanja in izkušnje, ki jih prinašajo. Drugi vhodni kazalniki lahko vključujejo stroške izvajanja programa, razpoložljivost virov in raven podpore vodstva organizacije.

Kazalniki procesa se nanašajo na dejavnosti, ki se izvajajo med prostovoljskim programom. Ti lahko vključujejo vrste nalog, ki se dodelijo prostovoljcem, usposabljanje in usmerjanje prostovoljcev ter raven zagotovljenega nadzora in podpore. Drugi kazalniki procesa lahko vključujejo raven komunikacije in povratnih informacij med prostovoljci in organizacijo, raven zadovoljstva med prostovoljci in obseg, v katerem lahko prostovoljci dosežejo svoje osebne cilje.

Kazalniki rezultatov se nanašajo na rezultate programa prostovoljstva. Ti lahko vključujejo vpliv, ki ga imajo prostovoljci na organizacijo in skupnost, stopnjo vključenosti in podpore skupnosti ter zadovoljstvo prostovoljcev z njihovo izkušnjo. Drugi kazalniki rezultatov lahko vključujejo število novih prostovoljcev, ki so se zaposlili kot rezultat programa, znesek pridobljenih donacij ali drugih oblik podpore ter obseg, v katerem program pomaga pri doseganju poslanstva in ciljev organizacije.

**03****Zbiranje podatkov**

Tretji korak je zbiranje podatkov o inputih, procesu in rezultatih programa. To lahko vključuje ankete, intervjuje, fokusne skupine, vprašalnike, participativne metode, sekundarne podatke ali druge metode zbiranja podatkov. Zbrani podatki morajo biti pomembni za cilje in kazalnike programa. Pomembno je zbrati tako kvantitativne kot kvalitativne podatke, da bi dobili celovito sliko o učinkovitosti programa.

04**Analiziranje podatkov**

Četrty korak je analiza zbranih podatkov, da se ugotovi, ali program dosega svoje cilje, ter njegove prednosti, slabosti in področja za izboljšanje. To lahko vključuje primerjavo podatkov z uveljavljenimi metrikami in kazalniki uspešnosti, ugotavljanje trendov in vzorcev ter pridobivanje povratnih informacij od zainteresiranih strani. Analiza mora biti objektivna in temeljiti na zbranih podatkih. Ključne zamisli:

- Prepričajte se, da ste upoštevali naslednje sestavine, ki jih boste morda potrebovali: kvantitativne podatke, okvir vrednotenja ali teorijo sprememb, vprašanja za vrednotenje in določeno obliko programske opreme za upravljanje podatkov.
- Pripravite podatke. Za analizo podatkov najprej vnesite obrazce ali vprašalnike v preglednico ali zbirko podatkov, pri čemer v večini primerov zadostujejo orodja, kot je Microsoft Excel. Podatke očistite tako, da odstranite prazne odgovore, podvojene odgovore in napake. Prepričajte se, da je vsaka spremenljivka v pravilnem številčnem formatu, na primer datumi kot datumi, številke kot številke in denar kot valuta.
- Odločite se, katere statistične podatke boste uporabili. Morda boste na primer želeli poročati o odstotku posameznikov, ki so se srečali z določenim rezultatom, ali o kategorijah posameznikov, ki so z vašimi prizadevanji pridobili največ in najmanj (navzkrižna tabelacija).
- Opisna statistika je v pomoč pri predstavitvi in povzemanju podatkov. Inferenčna statistika, kot je regresijska analiza, pomaga pri razumevanju odnosov med spremenljivkami, ugotavljanju, ali se je nekaj lahko zgodilo po naključju, ali pri ekstrapolaciji izven vzorca. Tu je poudarek na opisni statistiki.

Odločite se, kako boste predstavili podatke. Za učinkovito predstavitev kvantitativnih podatkov razmislite o združevanju kategorij zaradi poenostavitve, za pomembne podatke pa uporabite tabele in diagrame. Izberite ustrezno vrsto grafa in pri predstavitvi odstotkov navedite osnovo vzorca. Prav tako bodite transparentni in poročajte o vseh omejitvah, kot so majhni ali pristranski vzorci, da pokažete moč svoje analize.

Kritično premislite o svojih podatkih. Če želite iz podatkov potegniti ključne ugotovitve, jih kritično preučite tako, da jih primerjate s prejšnjimi podatki ali drugimi podobnimi intervencijami, prepoznate vzorce in trende, pojasnite manj pogoste odgovore in preučite presenetljive rezultate. Prav tako povežite svoje kvantitativne podatke s kvalitativnimi podatki, da pojasnite svoje ugotovitve.

Uporabite analizo podatkov. Zdaj ste pripravljeni, da analizo podatkov združite v poročilo



ali drugo obliko predstavitve.

05

Poročilo o ugotovitvah

Po zbiranju dokazov jih boste morali analizirati in interpretirati, da bi ugotovili, ali ste dosegli načrtovane rezultate in izide. Pri rezultatih lahko ocenite, ali ste dosegli zastavljene cilje glede zaposlovanja prostovoljcev in ali vaši prostovoljci prihajajo iz različnih okolij. Pri rezultatih boste morali ugotoviti, ali ste dosegli, kar ste si zastavili, ali pa je prišlo do nepričakovanih rezultatov, na primer, da so prostovoljci odšli v plačano zaposlitev in pri tem uporabili spretnosti, ki so jih pridobili in razvili med prostovoljnim delom.

Pri interpretiranju informacij je pomembno, da upoštevate druge možne razlage svojih ugotovitev. Ko ugotovite morebitne vrzeli, se osredotočite na oblikovanje realističnih, konkretnih in dosegljivih izboljšav. To lahko vključuje pregled ciljnih vrednosti za izločke in rezultate.

O ugotovitvah je treba poročati zainteresiranim stranem. Poročilo mora vsebovati cilje programa, uporabljene kazalnike, zbrane podatke in analizo. Poročilo mora vključevati tudi priporočila za izboljšanje.



06

Izdelava in izvajanje načrta

Na podlagi svoje analize in razlage pripravite načrt za odpravo težav na področjih, ki jih je treba izboljšati. Prepričajte se, da je načrt specifičen, dosegljiv in realističen. Nato pa izvedite načrt in spremljajte učinek sprememb v programu prostovoljstva s ciljem, da ga izboljšate.



Srečanja prostovoljcev so lahko učinkovit način za razpravo o spremembah prostovoljskega programa in njihovo izvajanje. Ta pristop vključuje vključevanje prostovoljcev v proces, tako da se počutijo vključeni in cenjeni. Vse odločitve, sprejete na teh sestankih, je treba zabeležiti v zapisnik sestanka za poznejšo uporabo.

07

Sporočanje rezultatov

Rezultate spremljanja in vrednotenja sporočite prostovoljcem, osebju in zainteresiranim stranem. Seznanite jih z uspehi in izzivi svojega prostovoljskega programa ter kako nameravate obravnavati vsa ugotovljena področja za izboljšave.

08

Kontinuirane izboljšave

Zadnji korak je stalno spremljanje in ocenjevanje programa prostovoljstva ter po potrebi uvajanje sprememb za zagotavljanje njegove stalne učinkovitosti.



8.4. SKLEPI, PREMISLEKI IN OPOZORILA, KI JIH JE TREBA POMNITI

Spremljanje in ocenjevanje programa prostovoljstva je ključnega pomena za zagotavljanje njegove učinkovitosti in doseganja ciljev. Navajamo ključne ideje, ki jih je treba upoštevati:

- Določite jasne **cilje**, ki so merljivi, specifični in dosegljivi.
- Določite kazalnike uspešnosti za merjenje uspešnosti vašega prostovoljskega programa glede na vaše cilje.
- Redno zbirajte podatke o kazalnikih uspešnosti vašega prostovoljskega programa.
- **Analizirajte** in interpretirajte zbrane podatke ter ocenite uspešnost svojega prostovoljskega programa glede na zastavljene cilje.
- **Pripravite načrt** za obravnavanje področij, ki jih je treba izboljšati, in se prepričajte, da je le-ta specifičen, dosegljiv in realističen.
- Izvedite **spremembe in spremljajte** njihov vpliv na program prostovoljstva.
- **Obveščajte** prostovoljce, osebje in zainteresirane strani o rezultatih spremljanja in vrednotenja.
- **Nenehno spremljajte in ocenjujte** svoj program prostovoljstva ter ga po potrebi spreminjajte, da zagotovite njegovo stalno učinkovitost.

8.5. UPORABNI SPLETNI VIRI

Na spletu je na voljo več virov s primeri in predlogi za upravljanje prostovoljcev, vključno s predlogami za spremljanje in ocenjevanje prostovoljskih programov. Ti viri vključujejo:

- [Volunteer Match](#)
- [National Council of Nonprofits](#)
- [Nonprofit Hub](#)
- [Idealist](#)
- [Volunteer Pro](#)



Train4Coordinators

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



Želite izvedeti več?



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



2021-1-ES02-KA220-YOU-000028638
Podpora Evropske komisije za pripravo te publikacije ne pomeni podpore vsebini, ki odraža le stališča avtorjev, zato Komisija ni odgovorna za kakršno koli uporabo informacij, ki jih ta publikacija vsebuje.



Train4Coordinators

Spletno usposabljanje za koordinatorje mladinskega prostovoljstva o potrjevanju kompetenc, spretnosti in kvalifikacij

ZBIRKA ORODIJ ZA USPOSABLJANJE PROSTOVOLJCEV

REZULTAT 2



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

