

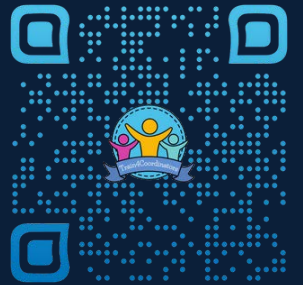


Train4Coordinators

Gençlik Çalışanları için yeterlilik, beceri ve niteliklerin doğrulanması konusunda çevrimiçi eğitim

GÖNÜLLÜLÜK YÖNETİMİ EĞİTİM SETİ

SONUÇ 2



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





GENÇLİK ÇALIŞANLARI İÇİN YETERLİLİK, BECERİ VE NİTELİKLERİN DOĞRULANMASI KONUSUNDA ÇEVİRİMİÇİ EĞİTİM

Project Ortakları

- Altum Vakfı, **İspanya**
- VAEV, Viyana Eğitim Gönüllüleri Derneği, **Avusturya**
- Bilim ve İnsan Vakfı, **Türkiye**
- Trend-Prima, Araştırma ve Bilgi Geliştirme Enstitüsü, Maribor, **Slovenya**
- Synthesis, Sentez Merkezi Araştırma ve Eğitim Limited Şirketi, **Kıbrıs**
- Promea, Helenik Araştırma ve Geliştirme Metodolojilerinin Teşviki Derneği, **Yunanistan**
- Geinnova, Stratejik Yönetim ve İnovasyon Limited Şirketi, **İspanya**

Proje Koordinatörü

Altum Vakfı, İspanya



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



2021-1-ES02-KA220-YOU-000028638

Avrupa Komisyonu'nun bu yayının hazırlanmasına verdiği destek, yazarların görüşlerini yansıtan içeriğin onaylandığı anlamına gelmez ve Komisyon burada yer alan bilgilerin herhangi bir şekilde kullanılmasından sorumlu tutulamaz.

İçindekiler

Giriş 04

Ünite 1 05
Gençlik Gönüllülüğü Programı
Yönetimi

Ünite 2 18
Liderlik Yönetimi

Ünite 3 26
Etkili İletişim

Ünite 4 36
Halkla İlişkiler, Sosyal Medya
ve Kampanyalar

Ünite 5 47
Gönüllülük Projesi Yönetimi

Ünite 6 55
Gönüllülük Yönetimi Yazılımı

Ünite 7 63
Kurumsal Ortaklıklar Geliştirilmesi

Ünite 8 74
Gönüllülük Programı
Değerlendirmesi



Giriş

Gençler gönüllülük yoluyla değerli yaygın öğrenme deneyimleri kazanabilirler. Bu, sadece mesleki becerilerini ve istihdam edilebilirliklerini artırmakla kalmaz, aynı zamanda dayanışma duygularını, sosyal becerilerini ve topluma aktif katılımlarını da geliştirir.

Gençlik gönüllülüğü, profesyonel standartlara bağlı olan ve gençlerin ihtiyaçlarına, kültürlerine ve ilgi alanlarına dayanan tipik bir yaygın öğrenme biçimidir. Öğrenme çıktılarından ziyade sürece öncelik verir, gençlerin gruplar halinde işbirliği yapmaları ve fikir alışverişinde bulunmaları için bir ortam sağlar.

Etkili ve sürdürülebilir gönüllülüğü sağlamak için AB kurumları ve Üye Devletler gönüllülüğü desteklemeli ve teşvik etmeli, gönüllüleri korumalı ve faaliyetlerinin önündeki yasal engelleri ortadan kaldırmalıdır. Gönüllü merkezli bir yaklaşım, genç gönüllülerin kalitesi, tanınması ve yetkinliklerinin geliştirilmesi için çok önemlidir.

Altı ülkeden yedi kuruluşun yer aldığı Train4Coordinators projesi, çevrimiçi eğitim ve mobil değerlendirme yoluyla genç gönüllü koordinatörlerinin yetkinliklerini, becerilerini ve niteliklerini geliştirmeyi ve güçlendirmeyi amaçlamaktadır. Gönüllü koordinatörleri, gönüllü gruplarını etkin bir şekilde yönetebilmek için iletişim, liderlik ve uyum becerilerine ihtiyaç duymaktadır.

Proje, koordinatörlerin kişisel ve profesyonel becerilerini geliştirmelerine yardımcı olmak ve daha verimli ve başarılı bir gönüllü programına sahip olarak kuruluşlara fayda sağlamak için bir "Gönüllü Yönetimi Eğitim Seti" ve "Gönüllü Koordinatörleri için Çevrimiçi Öğrenme Platformu" geliştirecektir.

Gönüllü Eğitim Yönetimi Araç Seti, kuruluşlara gönüllülerini etkin bir şekilde eğitme ve yönetme konusunda yardımcı olmak için tasarlanmış bir dizi kaynaktır. Gönüllülerle çalışan herhangi bir kuruluşun kendine özgü ihtiyaçlarına uyacak şekilde özelleştirilebilen şablonlar, kılavuzlar, kontrol listeleri ve eğitici materyaller gibi bir dizi materyal ve kaynak içerir.

Nihayetinde proje, daha ilgili ve bağlı gönüllüleri, toplumda daha fazla etkiyi ve gönüllü faaliyet yönetimi konusunda daha fazla farkındalığı teşvik etmeyi amaçlamaktadır.

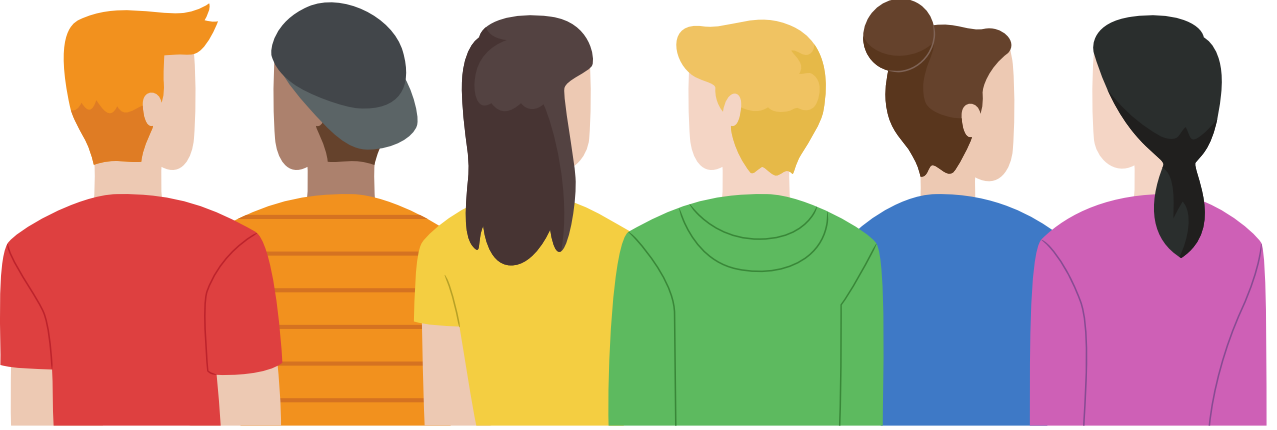




Ünite 1

Gençlik Gönüllülüğü Programı Yönetimi

Gençlik Gönüllülüğü Programlarının Yönetiminde Karşılaşılan Zorluklar ve En İyi Uygulamalar



1.1. ÖĞRENME HEDEFLERİ

Bu bölümde kuruluşlara, özellikle de koordinatörlerine destek olmayı amaçlıyoruz:

- Sağlam gönüllü programlarının tasarlanması ve geliştirilmesi.
- Genç gönüllüleri işe almak, elde tutmak ve ödüllendirmek.
- Genç gönüllülerin yönlendirilmesi ve eğitilmesi.
- Başarılı gençlik gönüllülük programlarının sunulması ve yönetilmesi.

Bu önemli alanları ele alarak, kuruluşların daha etkili ve sürdürülebilir bir gönüllü programı oluşturmalarına yardımcı olabiliriz; bu da sonuçta gönüllülerin kendilerine, kuruluşa ve daha geniş bir topluma fayda sağlar.

**Gönüllüleri
başarılı bir
şekilde
yönetmek
dikkatli bir
planlama ve
öngörü
gerektirir**



1.2. TANIMLAR



Gönüllü

Gönüllü, kendi tercihiyle zamanının bir kısmını fedakâr dayanışma faaliyetlerine ayıran ve bunun için ücret almayan kişidir.



Gönüllü Programı

Bir gönüllü programı, toplum gönüllü faaliyetlerini desteklerken gönüllüleri hazırlama, işe alma, eğitme, denetleme ve teşekkür etmenin sistematik bir yolu olarak tanımlanabilir.



Gönüllü Yönetimi

Gönüllü yönetimi, bir kuruluşun hedeflerine ve misyonuna ulaşmak için gönüllüleri işe alma, denetleme, katılımlarını sağlama ve elde tutma sürecidir.



Gönüllü Koordinatörü

Gönüllü Koordinatörü veya Gönüllü Programı Koordinatörü, bir kuruluştaki gönüllü faaliyetlerini yönetmekten sorumludur. Görevleri arasında gönüllülerle mülakat yapmak ve işe almak, gönüllüleri niteliklerine göre uygun rollere yerleştirmek ve doğru kayıtları tutmak yer alır. Gönüllü Koordinatörünün özel sorumlulukları kâr amacı gütmeyen kuruluşun türüne göre değişebilir. Bununla birlikte, ortak görevler arasında gönüllüleri işe alma, mülakat yapma, denetleme ve eğitme yer alır. Koordinatörler ayrıca devam eden görevler ve etkinlikler için gönüllüleri planlayabilir ve etkinliklerin düzenlenmesi ve tanıtımından sorumlu olabilir.

Bu görevlere ek olarak, Gönüllü Koordinatörü genellikle gönüllü saatlerini takip etmekten ve ödül programlarını yönetmekten sorumludur. Bu, kuruluşun iyi gönüllüleri tanımasına ve elde tutmasına ve katkılarını izlemesine yardımcı olur. Diğer sorumluluklar arasında gönüllülerin periyodik olarak değerlendirilmesi, etkinliklerin planlanması ve düzenlenmesi, bağış toplanması ve gönüllü veri tabanının yönetilmesi yer alabilir. Gönüllü Koordinatörü ayrıca atandığı şekilde çeşitli idari ve yönetim görevlerinden de sorumlu olabilir.





1.3. İÇERİK

Gençler için bir gönüllülük programı tasarlamak, geliştirmek ve yönetmek, programın etkili olmasını ve hem kuruluşun hem de gönüllülerin ihtiyaçlarını karşılamasını sağlamak için birkaç temel adım içerir.

Gençler için bir gönüllülük programı tasarlarken ve geliştirirken göz önünde bulundurulması gereken bazı adımları aşağıda bulabilirsiniz :

01**PLANLAMA**

- Toplum ihtiyaçlarını değerlendirin
- Misyonunuzu tanımlayın
- Finansman ve paydaş katılımını güvence altına alın
- Gönüllü programınızı geliştirin
- Gönüllü ve personel pozisyonlarını tanımlayın
- Hedef ve göstergelerin ana hatları çıkarın

02**YAPI TAŞLARI**

- Nasıl işe alım yapılacağını öğrenin
- Mesajınızı ve harekete geçirici söyleminizi geliştirin
- Basit bir kayıt sistemi uygulayın
- Gönüllüleri tarayın, bulun ve seçin
- Sürekli eğitim fırsatları sağlayın
- Gönüllüleri güncel tutun
- Gönüllülerinizin çabalarını takdir edin

03**EĞİTİM**

- Oryantasyon programınızı geliştirin
- Mentorlar atayın
- Eğitim teklifi
- Geri bildirimi teşvik edin

04**YÖNETİM**

- Bir program koordinatörü atayın
- Gönüllülerle düzenli olarak iletişim kurun
- Gönüllülerinizi değerlendirin
- Gönüllülerin tükenmişliğini önleyin

01

Gençler İçin Bir Gönüllülük Programı Planlama

Gençler için bir gönüllülük programı planlarken, ilk aşama aşağıdaki görevleri içermelidir:

TOPLUMUN İHTİYAÇLARINI DEĞERLENDİRİN

Genç gönüllülerin nasıl anlamlı bir katkı sağlayabileceklerini belirlemek çok önemlidir. Bu, gönüllülerin en büyük etkiye sahip olabileceği alanları belirlemek için araştırma yapmayı, topluluk üyeleriyle anket yapmayı ve yerel kuruluşlara danışmayı içerebilir.

MİSYONUNUZU TANIMLAYIN

Gönüllülük programınızın misyonunu ve hedeflerini net bir şekilde tanımlamak, tasarım ve geliştirme sürecine rehberlik edecektir. Bu, genç gönüllülerin programa getireceği belirli beceri ve kaynakların yanı sıra elde etmeyi umduğunuz sonuçların belirlenmesini de içerebilir. Sizin için anlamlı olan hedefler belirleyin ve en iyi uygulamalarınızı bu hedeflere ulaşma etrafında yapılandırın, böylece diğer görevler tarafından önceliklendirilmezler.

**LİDERLİKTE
VE KİLİT
PAYDAŞLARDAN
DESTEK ALIN**

Programın başarılı olmasını sağlamak için liderlikten ve finansman ortakları ve topluluk üyeleri gibi kilit paydaşlardan destek ve katılım sağlamak çok önemlidir. Bu, program için net bir vizyon ve plan sunmanın yanı sıra faydaları ve beklenen etkiyi özetlemeyi de içerebilir.

**HEDEFLERİN VE
BAŞARI
ÇİZGİSİNİN ANA
HATLARINI
ÇİZİN**

Hedeflerinizi ve başarı göstergelerinizi açık ve net olarak tanımlamanız, programın etkisini ölçmenize ve gerekli ayarlamaları yapmanıza yardımcı olacaktır. Bu, hem kısa vadeli hem de uzun vadeli hedeflerin yanı sıra ilerlemeyi ölçmek için belirli ölçütleri de içerebilir.

**FON
FIRSATLARINI
ARAŞTIRIN VE
GÜVENCE
ALTINA ALIN**

Finansman sağlamak, başarılı bir gönüllülük programı geliştirmenin önemli bir adımıdır. Bu, hibelerin, sponsorlukların ve diğer finansman fırsatlarının araştırılmasının yanı sıra bir bütçe ve kaynak yaratma planı oluşturmayı da içerebilir.

**PERSONEL VE
GÖNÜLLÜ
ROLLERİNİ
TANIMLAYIN**

Hem personelin hem de gönüllülerin rol ve sorumluluklarının açıkça tanımlanması, herkesin aynı hedefler doğrultusunda çalışmasını ve görevlerin verimli bir şekilde tamamlanmasını sağlamaya yardımcı olacaktır. Bu, iş tanımlarının oluşturulmasını, işin kapsamının ana hatlarıyla belirtilmesini ve performans beklentilerinin belirlenmesini içerebilir. Genç gönüllülerin anlamlı bir şekilde katkıda bulunabileceği ve değerli deneyim ve beceriler kazanabileceği görev ve alanları belirleyin.

**PROGRAM
TASARIMI**

Genç gönüllülerin topluma katkıda bulunmalarını sağlayan, hem yoğunlaştırılmış, akademik bir tatil programını hem de uzun vadeli düzenli bir taahhüdü içeren bir program tasarlayın.



Diğer faydalı ipuçları;

Gönüllülerin becerilerini öğrenmelerini ve geliştirmelerini sağlamak için yapılandırılmış öğrenme ve gelişim bileşenleri tasarlamak.

Genç gönüllülerin deneyimlerinden en iyi şekilde yararlanmalarını desteklemek için rol tanımlarının oluşturulması, risk değerlendirmeleri ve işe alıştırma günlerinin planlanması da dahil olmak üzere gerekli kaynakları geliştirmek ve sağlamak.

Genç gönüllülerin deneyimlerini kaydetmek ve ilerlemelerini, öğrenmelerini ve başarılarını takip etmek için program sırasında kullanabilecekleri ilgi çekici kaynaklar geliştirmek.

02

Yapı Taşları : İşe Alım, Aidiyet ve Ödüllendirme

Gönüllülerde süreç yönetimi; bir gönüllü programını etkin bir şekilde yönetmek için gönüllüleri işe alma, elde tutma ve ödüllendirme sürecini ifade eder.

İŞE ALIM

Güçlü bir işe alım stratejisi gereklidir

Bir gönüllü programının temeli elbette gönüllülerdir. Güçlü bir gönüllü tabanı olmadan bir gönüllü programının hayata geçmesi mümkün olmayacaktır.

Gönüllüleri etkili bir şekilde işe almak için, kuruluşunuzun misyon ve hedeflerini desteklemek için gereken beceri ve kaynakları net bir şekilde anlamak önemlidir. Bu, gönüllülerin sorumlu olacağı rol ve görev türlerinin yanı sıra gerekli nitelik ve deneyimin belirlenmesini de içerir. Gönüllüleri işe almak için web sitenizde, sosyal medyada ve diğer çevrimiçi platformlarda fırsatlar yayınlamanın yanı sıra potansiyel gönüllülere e-posta veya yüz yüze erişim yoluyla ulaşmak gibi çeşitli yöntemler kullanabilirsiniz.

İşe alım stratejisi, potansiyel gönüllülere gönüllü programımız hakkında ilk izlenimi verir ve misyonumuzu önemseyen ve uzun vadede kalmaya istekli destekçilerle temasa geçmemizi sağlamalıdır.



Başarılı bir işe alım stratejisinin unsurları şunlardır



Kuruluşun misyon bildirgesinde güçlü bir eylem çağrısının yapılması.

Potansiyel gönüllülere verilen mesaj açık, özlü ve ikna edici olmalıdır. Gönüllülere yönelik harekete geçirici mesajımızı oluştururken, kuruluşumuzun misyon beyanına ve hedeflerine odaklanmalıyız. Ayrıca, neden gönüllü topladığımıza ve gönüllülerin yardımıyla neyi başarmak istediğimize dair bilgileri de eklemeliyiz.



Genç gönüllüler için cazip ve çekici fırsatlar yaratmak. Ortaya koyduğunuz iş tanımı, hedeflediğiniz adaylar arasında merak ve heyecan yaratmalıdır. Bununla birlikte, doğru beklentileri de belirlemeli ve geçerli bilgiler vermelidir. Gönüllülerimizin deneyimini daha heyecan verici hale getirmek, örneğin değerli eğitim sertifikaları veya ağ kurma fırsatları sunmayı, sosyal unsurları dahil etmeyi vb. içerebilir.

Basit bir dil kullanın. Örneğin, öğrenci gönüllüler arıyorsanız, onlara bu işin genel büyüme ve gelişimlerine nasıl fayda sağlayacağını bildirin. Çalışan profesyonelleri hedefliyorsanız, gönüllülüğün becerilerini geliştirmeye nasıl yardımcı olacağı ve benzer düşünen insanlarla tanışmalarına veya sosyal bağlantılar kurmalarına nasıl yardımcı olacağı hakkında bilgi verin.



Fırsatları stratejik olarak tanıtmak. Dijitalleşin. El ilanları dağıtmak, TV reklamları yayınlamak ve hatta kulaktan kulağa yaymak gönüllüleri çekmenin mükemmel yollarıdır. Ancak, gönüllü fırsatlarımızı sosyal medyadan web sitemize, e-posta ve haber bültenlerine kadar birçok farklı kanalda yayınlamalıyız. Ayrıca, yetenekli gönüllüler arıyorsak, LinkedIn gibi platformları kullanarak daha hedefli sosyal yardımlar gerçekleştirebiliriz. Sosyal yardım mesajlarınızı gönüllü programınızın benzersiz yönlerine ve gönüllülerin beklenen etkisine odaklayın.



Kayıt işlemini mümkün olduğunca kolaylaştırmak. Uzun veya karmaşık bir kayıt süreci nedeniyle gönüllüleri kaybetmemek için kayıt süreci çok basit olmalıdır.



AİDİYET

Adanmış ve ilgili bir gönüllü tabanını korumak, elde tutma çabaları gerektirir.

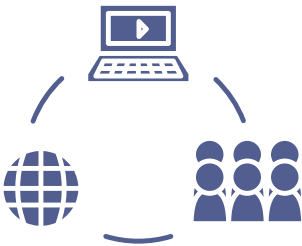
Gönüllüleri elde tutmak için olumlu ve destekleyici bir atmosfer oluşturmak, sürekli eğitim ve gelişim sunmak ve takdir ve ödüllendirme yoluyla takdir göstermek önemlidir. Gönüllülerle, çalışmalarının etkisi ve kuruluşun hedefleri ve ilerlemesi hakkındaki güncellemeler de dahil olmak üzere düzenli iletişim kurmak da bir bağlantı ve amaç duygusu geliştirmeye yardımcı olabilir. Kuruluşlar bu stratejileri uygulayarak değerli gönüllüleri daha iyi ellerinde tutabilir ve onların çabalarıyla anlamlı bir etki yaratmaya devam edebilirler.

Aşağıdaki gönüllü katılımı ve elde tutma fikirleri dikkate alınmalıdır

Gönüllülere topluluk önünde konuşma veya mektup yazma gibi değerli beceriler edinmelerine yardımcı olacak sürekli eğitim

Gönüllülerin desteklerinin etkisini bilmeleri için ilerleme güncellemeleri gönderin ve onları amaca bağlı ve yeni hedeflere ulaşmaya devam etmek için heyecanlı tutun.

Gönüllüleri becerilerine veya ilgi alanlarına uygun fırsatlarla eşleştirin. Gönüllüler tatmin ve memnuniyet bulduklarında, gönüllülüğe devam etme olasılıkları daha yüksek olacaktır.





ÖDÜL

Gönüllüleri ödüllendirmek ve yaptıkları işin değerini takdir etmek, gönüllülük seviyelerini artırmanın anahtarıdır.

Gönüllülerin ödüllendirilmesi, katkılarından dolayı takdir edildiklerini göstermenin ve onları gönüllülüğe devam etmeye teşvik etmenin bir yoludur. Gönüllüleri ödüllendirmenin birçok yolu vardır.

Ödül / Takdir Türleri

- Sertifikalar, hediye kartları veya diğer somut öğeler sunmanın yanı sıra etkinliklerde veya sosyal medya aracılığıyla tanınmalarını sağlayabilirsiniz.
- Liderlik rolleri veya eğitim programları gibi mesleki gelişim veya ilerleme fırsatları sunmayı düşünün. Gönüllüleri ödüllendirerek bir başarı duygusu yaratabilir ve onları kuruluşunuzla bağlarını sürdürmeye teşvik edebilirsiniz.
- Gönüllülere sık sık ve içtenlikle teşekkür edin. Gönüllülere minnettarlığınızı ifade etmek, bağlılıklarını sürdürmenin en kolay ve en etkili yollarından biridir. Onlara başışçılarınıza teşekkür ettiğiniz gibi teşekkür edebilirsiniz. E-posta, telefon veya doğrudan posta yoluyla ulaşabilir, sosyal medyada seslerini duyurabilir veya ücretsiz tişört gibi bir takdir simgesi sunabilirsiniz.
- Ödüller: Her şey başarısız olursa, ücretsiz şeyler gönüllülerin sunduğunuz şeylerle ilgilenmesini sağlamak için güçlü bir motive edici faktör olabilir. Destekçilere gönüllü oldukları saat sayısına göre tişört, bez çanta veya su şişesi gibi teşvikler sunun. Ayrıca en iyi gönüllüleriniz için hediye sepetleri veya etkinlik biletleri gibi daha büyük ödüller içeren rastgele eşantyonlar da düzenleyebilirsiniz.





03 Genç Gönüllülere Rehberlik Etme ve Eğitim

Gönüllülerin oryantasyonu ve eğitimi, kuruluşunuza etkin bir şekilde katkıda bulunabilmelerini ve gönüllü olarak olumlu bir deneyim yaşamalarını sağlamak için önemli bir adımdır.

Oryantasyon, gönüllülerin kuruluşun misyonu, değerleri ve hedeflerinin yanı sıra gönüllülük beklentilerini ve yönergelerini anlamalarına yardımcı olur. Eğitim ise gönüllülere görev ve sorumluluklarını etkin bir şekilde yerine getirebilmeleri için gerekli bilgi ve becerileri sağlar.

İşte genç gönüllülerin oryantasyonu ve eğitimi için bazı ipuçları :

- **Kapsamlı bir oryantasyon sağlayın:** Oryantasyon sürecinde aşağıdaki konuları ele aldığınızdan emin olun:
 - Kurumun misyonu ve değerleri,
 - Gönüllülerin rolü,
 - Gönüllülük için beklentiler ve yönergeler,
 - İlgili tüm politika ve prosedürler.

Ayrıca kuruluşun geçmişi, programları ve etkisi hakkında da bilgi verebilirsiniz.

- **Bir mentor atayın :** Yeni gönüllülerin kuruluşa ve rollerine alışmalarına yardımcı olmak için onlara bir akıl hocası veya süpervizör atamayı düşünün. Akıl hocası, gönüllü hız kazanırken rehberlik ve destek sağlayabilir ve kuruluşa daha bağlı hissetmelerine yardımcı olabilir.
- **Eğitim sunun :** Gönüllü rolünün niteliğine bağlı olarak, gönüllülerin görevlerini etkin bir şekilde yerine getirebilmeleri için gerekli bilgi ve becerilere sahip olmalarını sağlamak üzere eğitim vermeniz gerekebilir. Bu, belirli programlar veya projeler hakkında eğitimin yanı sıra gönüllülerin uygulamalı deneyim kazanmalarına yardımcı olmak için iş başında eğitimi de içerebilir.
- **Çeşitli eğitim yöntemleri kullanın :** İşlerin ilginç ve ilgi çekici olmasını sağlamak için yüz yüze eğitim oturumları, çevrimiçi modüller, videolar ve uygulamalı alıştırmalar gibi çeşitli eğitim yöntemleri kullanmayı düşünün.
- **Geri bildirimi teşvik edin :** Gönüllüleri, eğitim deneyimlerinin yanı sıra genel gönüllü deneyimleri hakkında geri bildirimde bulunmaya teşvik edin. Bu, iyileştirme alanlarını belirlemenize ve gönüllülerinizin ihtiyaçlarını karşıladığınızdan emin olmanıza yardımcı olabilir.





04 Programı Sunmak ve Yönetmek

Bir gençlik gönüllü programının yürütülmesi ve yönetilmesi dikkatli bir planlama ve koordinasyon gerektirir. İşte bazı önemli hususlar:

- **Net beklentiler belirleyin.** Gönüllülüğe ilişkin beklentilerin ve yönergelerin açık bir şekilde iletilmesi, gönüllülerin anlamlı bir katkıda bulunabilmelerini ve olumlu bir deneyim yaşamalarını sağlamaya yardımcı olacaktır. Bu, gönüllülerin rol ve sorumluluklarının yanı sıra izlemeleri gereken politika ve prosedürlerin ana hatlarıyla belirtilmesini de içerebilir.
- **Sürekli destek sağlayın.** Gönüllülere programa katılımları boyunca sürekli destek ve rehberlik sağlamak önemlidir. Bu, rehberlik ve destek sağlamak için bir mentor veya süpervizör atamanın yanı sıra, yeni gönüllüleri karşılamak ve görevlerinde başarılı olmaları için onları hazırlamak üzere düzenli işe başlama eğitimi vermek de dahil olmak üzere eğitim ve gelişim fırsatları sunmayı içerebilir.
- **Bir topluluk duygusu yaratın.** Gönüllüleri birbirleriyle ve çalışanlarla ilişkiler ve bağlantılar kurmaya teşvik etmek, bir topluluk duygusu yaratmaya ve olumlu bir gönüllülük deneyimini teşvik etmeye yardımcı olabilir. Bu, sosyal etkinlikler düzenlemeyi veya gönüllülerin projeler üzerinde birlikte çalışması için fırsatlar sunmayı içerebilir.
- **Gönüllüleri tanıyın ve ödüllendirin.** Gönüllülerin katkılarının takdir edildiğini göstermek, onları programa bağlı kalmaya teşvik etmenin önemli bir yoludur. Bu, gönüllüleri etkinliklerde takdir etmeyi, sertifika veya başka hatıralar sunmayı ya da sosyal medyada öne çıkarma veya makaleler gibi başka takdir biçimleri sağlamayı içerebilir.
- **İlerlemeyi takip edin ve ölçün.** Hedeflerine ulaştığından ve toplumda olumlu bir etki yarattığından emin olmak için gençlik gönüllü programınızın ilerlemesini ve etkisini izlemek ve ölçmek önemlidir. Bu, gönüllü katılımı, sonuçları ve geri bildirimleri ile ilgili verilerin toplanmasını ve analiz edilmesini ve bu bilgilerin programı sürekli olarak iyileştirmek için kullanılmasını içerebilir.
- **Gönüllülerle iletişim kurun.** Gönüllülerle düzenli iletişim, onları bilgilendirmek, katılımlarını sağlamak ve motive etmek için çok önemlidir. Bu, program hakkında düzenli güncellemeler göndermeyi, geri bildirim istemeyi ve gönüllülerin deneyimlerini ve fikirlerini paylaşmaları için fırsatlar sağlamayı içerebilir.
- **Lojistik ve idareyi yönetin.** Bir gençlik gönüllü programının lojistiğini ve idaresini yönetmek zor olabilir, ancak programın sorunsuz bir şekilde yürütülmesini sağlamak çok önemlidir. Bu, programların ve kaynakların koordine edilmesini, finansmanın yönetilmesini ve doğru kayıt ve belgelerin tutulmasını içerebilir.
- **Programı değerlendirin ve ölçün.** Programı düzenli olarak değerlendirmek ve ölçmek, iyileştirme alanlarını belirlemenize ve programın hedeflerine ulaştığından ve olumlu bir etki yarattığından emin olmanıza yardımcı olabilir. Bu, gönüllülerden, diğer koordinatörlerden ve paydaşlardan geri bildirim toplamayı, program verilerini analiz etmeyi ve ilerlemeyi ve etkiyi ölçmek için düzenli değerlendirmeler yapmayı içerebilir. Ortaya çıkan sorunları çözmek ve uygun şekilde destek aramak da dahil olmak üzere, programdaki genç gönüllüler için gönüllülük politikalarının uygulanmasını yönetmek.
- **Gerektiği gibi ayarlayın ve uyarlayın.** Program geliştikçe, esnek olmak ve gerektiğinde değişiklik ve ayarlamalar yapmaya açık olmak önemlidir. Bu, değişen ihtiyaçlara ve önceliklere uyum sağlamanın yanı sıra gönüllülerden ve paydaşlardan gelen geri bildirimlere ve önerilere yanıt vermeyi de içerebilir.



1.4. SONUÇLAR VE DİKKAT EDİLMESİ GEREKENLER

Gönüllü yönetiminin en iyi uygulamaları ve bir gençlik gönüllülük programını yönetirken göz önünde bulundurulması gerekenler şunları içerebilir:

- Devam eden küresel durum ışığında, daha önce belirlediğiniz hedeflerin ayarlanması gerekebileceğinin farkında olmak önemlidir. Bu nedenle, gönüllü yönetim sürecinizin her parçasını yeni hedeflerinizle uyumlu hale getirmek çok önemlidir. Doğru gönüllüleri çekmek için reklamlarınızı süregelen her durumla alakalı tuttuğunuzdan emin olun.
- Uzaktan eğitim oturumları olasılığını göz önünde bulundurarak, gönüllülerinizin uzaktan iletişim konusundaki rahatlık düzeyini ve onları hızlandırmak için gereken çaba miktarını değerlendirmek önemlidir. Bunu yaparak, eğitim deneyiminin hem gönüllüler hem de kuruluşunuz için başarılı ve verimli olmasını sağlayabilirsiniz.
- Gönüllülerinizin sürekli katılımını sağlamak için onların geri bildirimlerini ve bakış açılarını dinlemek ve dikkate almak önemlidir. Gönüllülerle, özellikle de yeni gönüllülerle beklentileri net bir şekilde belirlemek, rollerini ve sorumluluklarını anlamalarını ve kuruluşun misyonuna etkili bir şekilde katkıda bulunabilmelerini sağlamak açısından da hayati önem taşımaktadır.
- Geçici olarak gönüllü olamayan mevcut gönüllülerle iletişim halinde kalın ve gelecekte geri dönme olasılıklarını artırmak için onları kuruluşunuzun faaliyetleri ve ilerlemesi hakkında bilgilendirin.
- Gönüllüleri elde tutmak için, dik bir öğrenme eğrisi anlamına gelse bile, kişiselleştirilmiş iletişim kurmak ve onları tutkularına dayalı görevlerle eşleştirmek önemlidir. Etkili iletişim gönüllülere harekete geçmeleri için ilham verir ve sık iletişim, çabalarının amaca nasıl katkıda bulunduğu konusunda onları bilgilendirir.
- Gönüllüleri düşüncelerini paylaşmaya teşvik etmek için telefon veya otomatik metin anketi gibi bir geri bildirim sistemi kurun.
- Gönüllülerinizin nabzını tutmak ve deneyimlerini proaktif olarak iyileştirmek için periyodik "mutluluk" kontrolleri yapmanız da önerilir.

Etkili ve başarılı bir gönüllü yönetimi programı üç kritere göre değerlendirilebilir:

- Stratejiktir, yani kuruluşa düşük maliyetle doğru gönüllüleri çeker.
- Gönüllüleri etkin bir şekilde eğiterek ve destekleyerek olumlu bir gönüllü deneyimi sağlar.
- Gönüllüleri kuruluşu desteklemeye devam etmeye teşvik ederek gönüllü kaybını azaltır.

**EK I**

KONTROL LİSTESİ

Gönüllü programı yönetimi için bu en iyi uygulamalardan kaçını uyguluyorsunuz?

GÖNÜLLÜ İŞE ALIM

- ☐ Her fırsat için gereken gönüllü tarama seviyesini tam olarak anlamak
- ☐ Her bir fırsatla uyumlu becerilere sahip adaylar arayın
- ☐ İşe alım sürecini aceleyle getirmeyin
- ☐ Gönüllüleri işe alırken çeşitli kanallara odaklanın
- ☐ Mevcut gönüllü veritabanınızı unutmayın

FON YARATMA

- ☐ Gönüllüleri bağışçılara dönüştürme (bağışçı adayları)
- ☐ Bağış toplama kampanyalarınız ve ekipleriniz için iyimser hedefler belirleyin
- ☐ P2P bağış toplama girişimleri aracılığıyla destekçilerden yararlanın
- ☐ Bağışçıların bağış yapmasını kolaylaştırın
- ☐ Tüm parasal boyutlardaki bağışları kabul edin

GÖNÜLLÜ KATILIMI

- ☐ Gönüllülerin katılımını sağlama (oryantasyon, eğitim sağlama ve geri bildirim isteme)
- ☐ Sosyal yardım stratejileri oluştururken mümkün olduğunca spesifik olun
- ☐ Gönüllülere düzenli olarak takdirlerinizi gösterin.

KÂR AMACI GÜTMİYEN PAZARLAMA

- ☐ Hikaye anlatımına vurgu yaparak ilgi çekici içerikler oluşturun (hikayeler duyguları ortaya çıkarır)
- ☐ Sosyal medya için bir planınız olsun ve doğru kanalları belirleyin (sadece paylaşım yapmak için paylaşım yapmayın)
- ☐ Verilere dayalı pazarlama kararları alın
- ☐ Pazarlama kanallarını destekçilerinizi tanımak için bir fırsat olarak kullanın

GÖNÜLLÜ AİDİYETİ

- ☐ Gönüllü programınızın SWOT analizi için gönüllülerinize anket yapın
- ☐ Destekçilerinizden yeni fırsatları yerine getirmeye devam etmelerini isteyin (etkili iletişim)
- ☐ Destekçilerin doğrudan web sitenizden fırsatlara katılmalarına izin verin.
- ☐ Kuruluşunuzun gönüllü yönetimi verilerini takip edin

GÖNÜLLÜ ETKİSİ

- ☐ Etkiyi izlerken fırsat maliyetlerini ölçtüğünüzden emin olun
- ☐ Gönüllüler ve gönüllü olmayanlar tarafından yapılan bağışları ayırt edin
- ☐ Kuruluşunuzdaki gönüllülerin etkisini ölçmek için bir plan geliştirin



1.5. YARARLI KAYNAKLAR

- [Gönüllü Yönetimi El Kitabı](#)
- [Gönüllü Yönetimi Programının 4 Temel Bileşeni](#)
- [Gönüllü Koordinatörü İş Tanımı: En Önemli Görevler ve Nitelikler](#)
- [Gönüllü Koordinatörü](#)
- [Kâr amacı gütmeyen kuruluşlar için gönüllü yönetimi stratejileri](#)
- [Gönüllü Yönetimi İçin En İyi 5 Uygulama](#)
- [Gönüllü Yönetiminde En İyi 10 Uygulama](#)
- [Gönüllü Kuruluşlar için En İyi 33 Uygulama](#)



Ünite 2

Liderlik Yönetimi

İyi bir lideri 'Lider' yapan nedir? **Liderliği anlamak**



2.1. ÖĞRENME HEDEFLERİ

Bu ünite, kuruluşlara, özellikle de koordinatörlere şu konularda destek sağlamayı amaçlamaktadır:

- Liderlik becerilerinin değeri konusunda net bir anlayış ve gerektiğinde bu becerileri tanıma ve etkili bir şekilde kullanma becerisi geliştirmek.
- Etkili bir lider olmak için gereken bilgi ve becerileri edinmek ve liderlik sürecinin iki yönünü anlamak.
- İş ve başkalarıyla ilişkileri etkileyebilecek potansiyel sorunları ve yanılsamaları tanımlama ve ele alma.
- Liderlik ve yöneticilik arasındaki farkı anlamak.
- Gönüllülük bağlamında liderliğin öneminin farkına varmak.

Liderlik yönetimi bir gençlik gönüllü kuruluşunda çok önemlidir çünkü kuruluşun işleyişine yön verir, gönüllülere ilham verir ve rehberlik eder, etkili iletişim ve karar alma süreçleri sağlar ve nihayetinde kuruluşun hedeflerine ulaşmasına yardımcı olur.

Gönüllülükte etkili liderlik yönetimi, kuruluşun hedeflerine ulaşması için gönüllülere ilham vermeyi, onları yönlendirmeyi ve işbirliği içinde çalışmalarını desteklemeyi içerir.



2.2. TANIMLAR



Liderlik

Liderlik, bir bireyin veya bir grup bireyin takipçilerini veya bir kuruluşun diğer üyelerini etkileme ve yönlendirme yeteneğidir.

2.3. İÇERİK

Liderlik, sağlam ve bazen zor kararlar almayı, net bir vizyon oluşturmayı ve ifade etmeyi, ulaşılabilir hedefler belirlemeyi ve takipçilere bu hedeflere ulaşmak için gerekli bilgi ve araçları sağlamayı içerir.

İş dünyası, siyaset, bölgeler ve toplum temelli kuruluşlar da dahil olmak üzere toplumun çeşitli alanlarında liderlere ihtiyaç duyulmaktadır.

Etkili bir lider şu özelliklere sahiptir: özgüven, güçlü iletişim ve yönetim becerileri, yaratıcı ve yenilikçi düşünme, başarısızlık karşısında azim, risk almaya isteklilik, değişime açıklık, soğukkanlılık ve kriz zamanlarında duyarlılık.

İş dünyasında, bu liderlik niteliklerini sergileyen bireyler CEO, CIO veya başkan gibi üst düzey yöneticilik veya C Level pozisyonlarına yükselebilirler.

Teknoloji sektöründe güçlü liderlik sergileyen kayda değer kişiler arasında Apple kurucu ortağı Steve Jobs, Microsoft kurucu ortağı Bill Gates ve Amazon CEO'su Jeff Bezos gösterilebilir.





İyi Bir Liderin Nitelikleri Nelerdir?

DÜRÜSTLÜK VE DOĞRULUK

Dürüstlük ve doğruluk, etkili liderlerin sahip olduğu kritik özelliklerdir. Bu nitelikler liderler ve ekipleri arasında bir güven ve saygı temeli oluşturur. Liderler dürüstlük ve doğruluk konusunda model olduklarında, ekiplerine de aynı şekilde davranmaları için ilham verirler ve böylece uyumlu ve güvenilir bir ekip ortaya çıkar.

İLHAM KAYNAĞI OLMA

Güçlü ve etkili liderler, ortak hedeflere ulaşmak için takipçilerine ilham veren ve onları etkileyen, kendi kendini motive eden bireylerdir. Net bir vizyona sahiptirler ve bunu ekiplerine ileterek onların büyük resimdeki rollerini anlamalarına yardımcı olurlar. Liderler, rehberlik ve teşvik sağlayarak ekiplerini tam potansiyellerine ulaşmaları ve ortak bir vizyon doğrultusunda çalışmalarını için motive edebilirler. Bu sadece başarıyı artırmakla kalmaz, aynı zamanda ekip içinde sadakat ve güven de oluşturur.

İLETİŞİM BECERİLERİ

İletişim becerileri etkili liderlik için çok önemlidir. İyi liderler ekipleriyle açık ve özlü iletişim kurmanın önemini bilirler. Kendilerini net bir şekilde ifade ederek vizyonlarının herkes tarafından anlaşılmasını ve ekiplerinin aynı hedefler doğrultusunda çalışmasını sağlayabilirler. Dahası, iyi iletişim becerilerine sahip liderler dürüst ve şeffaf davranarak ekipleriyle güven inşa edebilir ve bu da daha üretken ve işbirlikçi bir çalışma ortamı sağlar.



VİZYON

Liderler, neyi başarmak istediklerini ve hedeflerine nasıl ulaşacaklarını net bir şekilde anlayan vizyon sahibi bireylerdir. Mükemmel iletişim becerilerine sahiptirler ve vizyonlarını ekip üyelerine etkili bir şekilde ifade edebilir, ortak bir hedef doğrultusunda çalışmaları için onlara ilham ve motivasyon verebilirler. Vizyonlarını başkalarıyla paylaşma becerileri, herkesin çabalarını ortak bir amaç doğrultusunda hizalamaya yardımcı olur ve ekip içinde bir birlik ve yön duygusu yaratır.

AZİM

Azim, iyi liderlerin temel bir özelliğidir. Engeller ve zorluklar onları kolayca yıldırmaz, bunun yerine sebat eder ve sorunlara benzersiz çözümler bulurlar. Bu kararlılık, hedeflerine ulaşmalarına ve ekiplerine de aynı şeyi yapmaları için ilham vermelerine yardımcı olur.

ÖN SEZİ

Sezgi, karmaşık durumlarda doğru kararlar almalarını sağladığı için iyi bir liderin temel niteliklerinden biridir. Liderler mevcut bilgi birikimlerine ve yaşam deneyimlerine dayanarak sezgilerinden faydalana-bilir ve ekiplerine ve kuruluşlarına fayda sağlayacak bilinçli seçimler yapabilirler.

EMPATİ

Büyük liderler duygusal zeka ve empatinin önemini bilirler. Ekip üyeleriyle güçlü ilişkiler geliştirerek ve onların endişelerini ve isteklerini ele alarak olumlu bir çalışma ortamı yaratırlar. Empati, liderlerin ekipleriyle daha derin bir düzeyde bağlantı kurmasına ve ihtiyaçlarını anlamasına olanak tanıyarak üretkenliğin ve iş memnuniyetinin artmasını sağlar.

**ESNEKLİK**

İyi liderler esnek kalmalı ve değişen koşullara uyum sağlayabilmelidir. İş dünyasının sürekli geliştiğini ve planları buna göre değiştirip ayarlayabilmenin başarı için gerekli olduğunu bilirler. Yeni fikirlere açıktırlar ve gerektiğinde yaklaşımlarında değişiklik yapmaya isteklidirler. Bu esneklik, belirsiz zamanlarda ekiplerine liderlik etmelerini ve diğer taraftan daha güçlü çıkmalarını sağlar.

Liderlik ve Yöneticilik

Liderlik ve yöneticilik genellikle birbirinin yerine kullanılan iki farklı kavramdır.

Her ne kadar benzerlikleri olsa da, farklı anlamları ve etkileri vardır. Yöneticiler genellikle teknik becerileri, bilgileri ve uzmanlıklarına göre atanırlar. Belirli hedeflere ulaşmak için kaynakları planlamaya, organize etmeye ve kontrol etmeye odaklanırlar. Öte yandan liderlik, insanlara ortak bir vizyon doğrultusunda ilham vermek ve onları yönlendirmekle ilgilidir. Liderler bir vizyon belirler, insanları bu vizyon doğrultusunda çalışmaya motive eder ve hedeflerine ulaşmaları için onları güçlendirir.

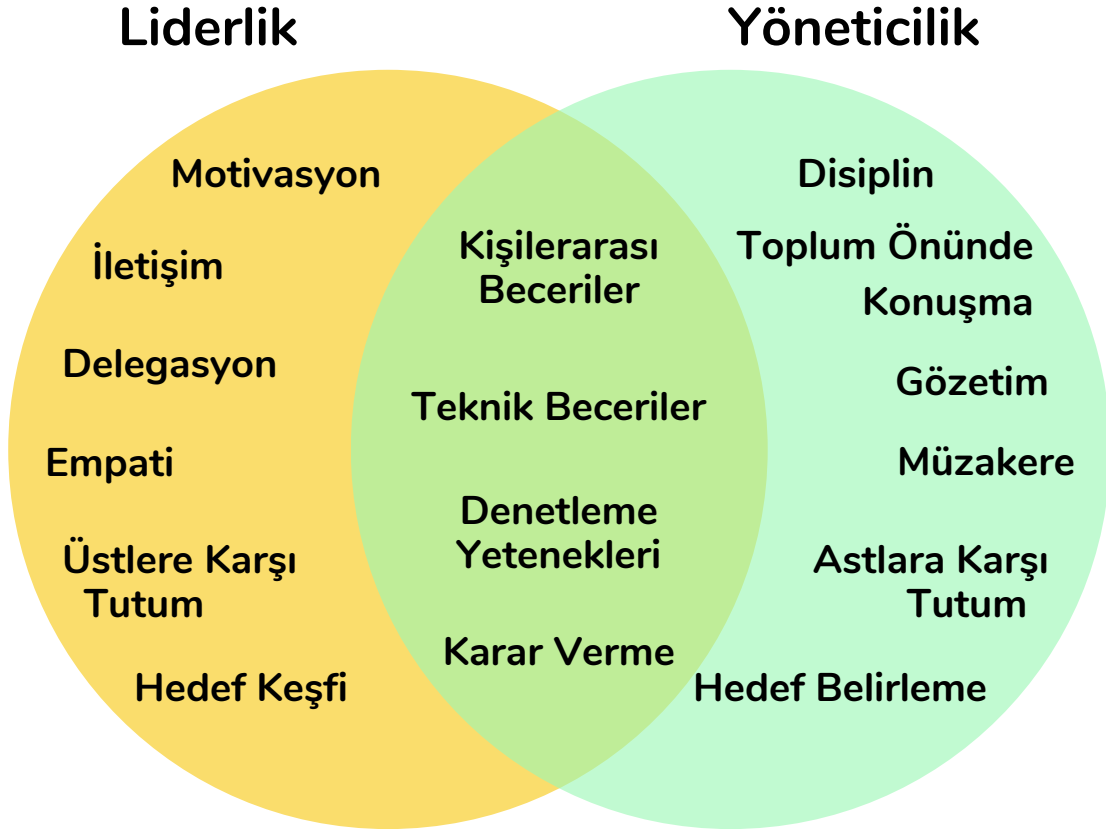
Liderlik ve yöneticilik arasındaki kritik farklardan biri, liderliğin etkileme ve ilham verme, yöneticiliğin ise kontrol ve planlama ile ilgili olmasıdır. Yöneticiler yetkilerini kaynakları kontrol etmek, görevleri tahsis etmek ve kuralları uygulamak için kullanır. Buna karşın liderler insanlara ilham verir ve onları paylaşılan bir vizyon doğrultusunda gönüllü olarak takip etmeleri için etkiler.

Bir diğer fark ise yöneticiler kısa vadeli amaç ve hedeflere odaklanma eğilimindeyken liderler uzun vadeli amaç ve vizyona odaklanır. Yöneticiler, projelerin zamanında ve bütçe dahilinde tamamlanmasını sağlamak için görevlere ve son teslim tarihlerine öncelik verir. Liderler ise büyük resme öncelik vererek gelecek için ilgi çekici bir vizyon yaratmayı ve diğerlerine bu vizyon doğrultusunda çalışmalarını için ilham vermeyi amaçlar.

Sonuç olarak, liderlik ve yöneticilik arasında örtüşmeler olsa da, bunlar farklı beceriler, özellikler ve işlevler gerektiren farklı kavramlardır. Etkili liderlik, insanlara ortak bir vizyon doğrultusunda ilham vermeyi ve onları yönlendirmeyi içerirken, yönetim belirli hedeflere ulaşmak için kaynakları planlamak, organize etmek ve kontrol etmekle ilgilidir.



Bu grafik, bazen insanların kafasını karıştıran bu iki kavram arasındaki farkları ve etkileşimleri göstermektedir.



Gönüllülükte liderlik. Bir kişi gönüllülük yoluyla liderlik becerilerini bu şekilde geliştirebilir.





Özellikle endüstri veya meslek kuruluşlarında gönüllülük yapmak, liderlik becerilerinizi çeşitli şekillerde geliştirmek için mükemmel bir fırsat sağlar. Gönüllüler farklı bakış açıları kazanabilir, ilişkiler kurabilir ve günlük işlerinde öğrenmeleri mümkün olmayan yeni becerilerde ustalaşabilirler. İşte gönüllü deneyiminizden en iyi şekilde yararlanmanız için bazı değerli ipuçları:

- Gönüllülük, planlama ve organizasyon becerilerinizi geliştirme şansı da dahil olmak üzere çeşitli faydalar sunar. Kendinizi etkinlikleri koordine ederken, diğer gönüllülerle işbirliği yaparken ve toplantılar için strateji belirlerken bulabilirsiniz; tüm bunlar projeleri yönetme ve görevlere öncelik verme becerinizi geliştirebilir.
- Gönüllülük ayrıca zaman yönetimi becerilerinizi geliştirmenize de yardımcı olabilir. İş, aile ve gönüllü taahhütlerinizi dengeleyerek, makul taahhütlerde bulunmayı ve görevleri etkili bir şekilde önceliklendirmeyi öğrenebilirsiniz. Örneğin, bir meslek kuruluşunda gönüllüyseniz, bir yandan diğer sorumluluklarınıza zaman ayırırken bir yandan da aktif katılım göstermeniz gerekebilir. Ancak bu size görevleri yönetilebilir parçalara ayırmayı ve gerekli işleri zamanında tamamlamayı öğretebilir.
- Gönüllülük ayrıca mentorluk becerilerinizi de geliştirebilir. Birçok gönüllü rolü, deneyimli gönüllülerin bilgilerini yeni gelenlerle paylaşmasını gerektirir; bu da kendi liderlik tarzınızı geliştirmek için fırsatlar yaratabilir. Yeni rollere geçtikçe, yeni gönüllülere mentorluk yapabilir, bir zamanlar sahip olduğunuz sorumlulukları üstlenmelerine yardımcı olabilirsiniz.
- Farklı geçmişlerden gelen insanlarla çalışmak, insani becerilerinizi geliştirmenize de yardımcı olabilir. Başarılı bir gönüllü çalışma için gerekli olan başkalarını motive etmeyi, onlarla iletişim kurmayı ve işbirliği yapmayı öğrenebilirsiniz. Örneğin, deneyimli yönetim kurulu üyelerinden oluşan bir gruba liderlik etmek, kuruluştaki yeni olsanız bile ekip oluşturma ve liderlik becerilerinizi geliştirmenize yardımcı olabilir.
- Gönüllülük ayrıca tipik iş çevrenizin dışında ağ kurma fırsatları sağlayarak profesyonel bağlantılarınızı genişletebilir.
- Gönüllülüğün bir diğer faydası da finansal veya kariyer yansımalarından korkmadan deney yapma özgürlüğüdür. Risk almak sizi daha uyumlu bir lider haline getirebilir ve gönüllülük, sonuçtan endişe etmeden yeni şeyler denemenize olanak tanır.
- Son olarak, gönüllülük sizi konfor alanınızdan çıkmaya ve yeni beceriler geliştirmeye itebilir. Yeni roller üstlenerek ve yeni insanlarla çalışarak, başka türlü fırsat bulamayacağınız şekillerde büyümek ve gelişmek için kendinize meydan okuyabilirsiniz.



2.4. SONUÇLAR VE DİKKAT EDİLMESİ GEREKENLER

- Liderlik: "Bir grup insana veya bir kuruluşa liderlik etme eylemi."
- Yönetim ve Liderlik: "Yönetim işleri doğru yapmayı içerirken, liderlik doğru şeyleri yapmayı içerir."
- İyi bir liderin nitelikleri: Dürüstlük ve doğruluk, ilham, iletişim becerileri, vizyon, azim, sezgi, empati, objektiflik, zeka, açık fikirlilik ve yaratıcılık, sabır ve esneklik.
- Bir kişinin iyi bir yönetici mi yoksa lider mi olduğunu belirlemenin doğru bir yolu yoktur çünkü hem yöneticinin hem de liderin rolleri ve sorumlulukları farklıdır. Ancak, iyi bir lider ve yönetici hatalarından ders çıkaran kişilerdir. Kendileri üzerinde çalışırlar ve başkalarını da bunu yapmaları için motive ederler. Bu nedenle, bir yönetici veya lider için en temel niteliğin kendine inanmak olduğunu her zaman hatırlayın.
- Bir kişinin iyi bir yönetici veya lider olup olmadığını belirlemenin kesin bir yolu yoktur çünkü her birinin rolleri ve sorumlulukları farklıdır. Ancak, iyi liderler ve yöneticiler hatalarından ders alır, kişisel gelişimleri için çalışır ve başkalarına da aynı şeyi yapmaları için ilham verirler. Bu nedenle, kendine inanmanın herhangi bir yönetici veya lider için en önemli nitelik olduğunu unutmayın.
- Gönüllü liderler, herhangi bir toplum kuruluşunun başarısında çok önemli bir rol oynar.

2.5. YARARLI KAYNAKLAR

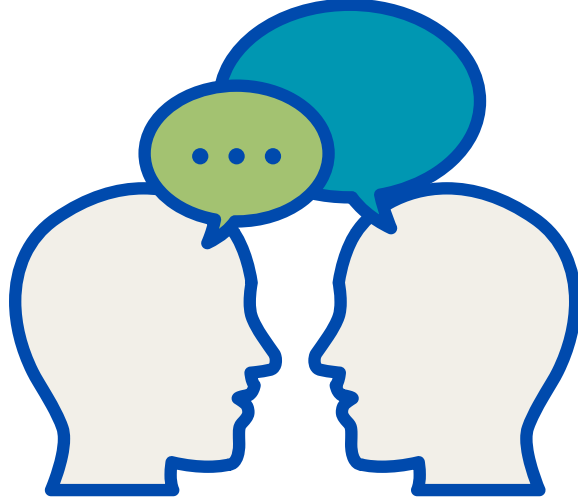
- [Gönüllülük Yoluyla Liderlik Becerilerinizi Geliştirin](#)
- [Gönüllülük Yoluyla Liderlik Becerilerini Geliştirin](#)
- [Liderlik Nedir? Tanımı, Anlamı ve Önemi](#)
- [Tanım Liderlik](#)



Ünite 3

Etkili İletişim

Gençlik çalışanları için daha sağlıklı ve etkili iletişim becerilerinin oluşturulması



3.1. ÖĞRENME HEDEFLERİ

Bu ünite de şunlar hedeflenmektedir :

- İlişkilerimizde etkili iletişimin önemini anlamak.
- Günlük iletişimde yaygın iletişim engellerini açıklamak.
- Gençlik çalışmalarında sık karşılaşılan iletişimsel sorunları listelemek.
- Daha iyi iletişimciler olmak için stratejileri açıklamak

Gençlik gönüllü koordinatörlerinin görevlerinde başarılı olabilmeleri için etkili iletişim şarttır. Gönüllülerin beklenti ve sorumluluklarının yanı sıra kuruluşun hedef ve değerlerini de net bir şekilde iletebilmelidirler. Bu, gönüllülerin kendilerini değerli hissetmelerini, katılımlarını ve olumlu bir etki yaratmak için motive olmalarını sağlamaya yardımcı olabilir. Ayrıca, etkili iletişim gönüllüler arasında ortaya çıkabilecek sorunların veya çatışmaların ele alınmasına yardımcı olarak daha uyumlu ve üretken bir ekip oluşturulmasını sağlayabilir.

**Etkili iletişim
sadece
konuşmakla
değil, aynı
zamanda aktif
olarak dinlemek
ve gönüllülerin
ihtiyaçlarını ve
zorluklarını
anlamakla da
ilgilidir.**



3.2. TANIMLAR



Etkili İletişim

Etkili iletişim, mesajın alıcı(lar) tarafından amaçlanan anlamla alınmasını sağlamak için bilgi veya mesajları açık ve doğru bir şekilde iletme eylemidir.

Etkili iletişim, bilgi, fikir, düşünce ve duyguların, alıcının mesajın amaçlanan anlamını anlamasına olanak tanıyan açık, özlü ve etkili bir şekilde değiş tokuş edilmesini ifade eder. Sadece bilgi aktarmayı değil, aynı zamanda mesajın doğru bir şekilde alındığından emin olmak için geri bildirimi aktif olarak dinlemeyi ve yorumlamayı da içerir.

3.3. İÇERİK

İletişim, binlerce yıldır insanlığın hayatta kalmasında, gelişmesinde ve ilerlemesinde çok önemli bir faktör olmuştur. İletişimin insanlık için vazgeçilmez doğası, kişisel ve profesyonel yaşamlarımızda amaç ve hedeflere ulaşmak için hepimizin bu konuda uzmanlaşmasını gerekli kılmaktadır.

Modern toplumlarda iletişim iki şekilde gerçekleşir. Diğer taraflarla aynı bağlamda etkileşime girebildiğimiz yüz yüze iletişim, en yaygın iletişim aracıdır. İletmek istediğimiz mesajı kelimeler, jestler ve diğer duysal araçları kullanarak iletmeyi içerir. Öte yandan, uzaktan iletişim kitaplardan mektuplara, sosyal medya yorumlarından dijital portallardaki videolara kadar çeşitli şekillerde olabilir. Bu çeşitli iletişim biçimleri ve ortamları, hayatta başarılı olmak ve hedeflerimize ulaşmak için her tür iletişimde ustalaşmamızı zorunlu kılmaktadır. Bu nedenle, etkili iletişim 21. yüzyılda kişisel ve profesyonel ortamlarda en çok istenen ve gerekli becerilerden biridir.

Etkili iletişim, kendimizi net bir şekilde ifade edebilme ve dinleyicilerin mesajımızı doğru bir şekilde anlamasını sağlama becerisini ifade eder. Mesajımızın netliğini ve başarılı bir şekilde iletilmesini sağlamak için bir dizi beceriyi öğrenmeli, ustalaşmalı ve bunları günlük yaşamımıza dahil etmeliyiz.





Hayatımız boyunca çeşitli şekillerde ve biçimlerde iletişim kurarız. Bu iletişim türleri aşağıdaki gibi kategorize edilebilir:

- **Sözlü İletişim:** Bu, yüz yüze konuşmalar, telefonla konuşma veya Zoom veya Hangouts gibi dijital toplantı platformlarını kullanma şeklinde olabilir. Sözlü etkileşimler, bir kafede arkadaşlarla sohbet etmek gibi gayri resmi veya iş toplantıları gibi resmi olabilir. Türü ne olursa olsun, etkili sözlü iletişim sadece konuşulanlarla ilgili değil, aynı zamanda ton, kelime seçimi ve konuşma ritmiyle de ilgilidir.
- **Sözsüz İletişim:** Konuştuğumuzda, genellikle sadece sözlerimizle değil, konuşma sırasındaki eylemlerimizle de bir mesaj iletiriz. Jestler, yüz ifadeleri, göz teması ve hatta konuşma dışındaki davranışlarımızla mesajımızı destekler ve netleştiririz. Sözsüz iletişim genellikle sözlü iletişimin vazgeçilmezidir ve doğru kullanıldığında son derece etkili olabilir.
- **Yazılı İletişim:** Yazılı iletişim binlerce yıldır olmasa da yüzlerce yıldır kullanılmaktadır. Bir mektup, bir kitap, bir rapor, bir SMS, bir sosyal medya gönderisi vb. şeklinde olabilir. Etkili yazılı iletişim, amaçlanan mesajı iletme için güçlü yazma becerileri gerektirir.
- **Görsel İletişim:** Yazılı mesajlarla karşılaştırıldığında, görsel mesajlar hacim olarak daha kısa olmalarına rağmen fikirlerin iletilmesinde daha etkilidir. Günlük hayatımızda televizyon, sosyal medya ve reklamlar gibi kısa ama etkili mesaj iletimine odaklanan binlerce görsel mesajla karşılaşırız.

İletişimin etkinliğini objektif olarak değerlendirmek zor olsa da, hayatımız üzerindeki etkisine dair sonuçlar çıkarabiliriz. ABD ve İngiltere'de yapılan bir araştırma, kuruluşların iletişim eksiklikleri nedeniyle yılda ortalama 62,4 milyon dolar kaybettiğini göstermiştir. Ayrıca bir başka araştırma, çalışmalarında etkili iletişim stratejileri ve planları benimseyen kuruluşların, etkili iletişim stratejileri olmayanlara kıyasla yıllık gelirlerinde %50 daha fazla getiri elde ettiklerini ortaya koymuştur.

Etkili bir iletişimci olmak için, iletişimin sadece bilgi alışverişinden daha fazlası olduğunu anlamak gerekir. Etkili iletişim, bilgi alışverişinin ötesinde duyguları ve niyetleri anlamayı ve aktarmayı da içerir. Ayrıca, başkalarını dinlemek ve mesajın tamamını anlamak, başkalarına duyulduklarını ve anlaşıldıklarını hissettirmek de etkili iletişimin diğer vazgeçilmez parçalarıdır.

Etkili iletişim kavramı kulağa içgüdüsel gelse de, insanlar genellikle yukarıda bahsedilen bazı hususları gözden kaçırmakta ve iletişim eksikliklerinden kaynaklanan sorunlarla karşılaşmaktadır. Günlük hayatta çoğu insan evde, işte, okulda ve ilişkilerinde bir şey söylerken farklı anlaşılma, hayal kırıklıkları, çatışmalar ve yanlış anlaşılımlar yaşar.



İletişimde Sorunlara Yol Açan Nedenler Neler Olabilir?

İletişim sorunları, iletişim sürecini kesintiye uğratan ve amaçlanan mesajın net bir şekilde iletilmesini ve alınmasını zorlaştıran çeşitli engeller nedeniyle ortaya çıkabilir. Bu engeller şu şekilde tanımlanabilir:

- **Stres ve Kontrol Kaybı:** Stres altındayken, çevremizdeki insanları ve durumları yanlış okuma eğiliminde oluruz, bu da iletişimde kafa karışıklığına ve çatışmalara yol açabilir. Bundan kaçınmak için, stresli durumlarda nasıl sakinleşileceğini ve kontrolün nasıl sağlanacağını öğrenmek önemlidir. Örneğin, stresli durumlarda cevap vermeden önce 1'den 10'a kadar saymayı deneyebilir veya çatışmalı bir durumda mesaj göndermeden önce düşünmek ve rahatlamak için biraz zaman ayırabilirsiniz.
- **Olumsuz Beden Dili:** Bir konuşma sırasında söylenenlere katılmamak veya beğenmemek ve onaylamadığınızı belirten bir beden dili kullanmak doğaldır. Ancak, sağlıklı ve etkili bir iletişim için beden dilinizde ölçülü olmanız ve karşı tarafı rencide etmekten kaçınmanız çok önemlidir.
- **Dikkat Eksikliği:** Çoklu görev yapmak çoğu insan için zorlayıcı olabilir ve bir konuşma sırasında karşınızdaki kişiye tüm dikkatinizi vermeniz önemlidir. İletişim sürecinde dikkatinizin dağılması veya başka şeylerle meşgul olmanız, önemli ayrıntıları kaçırmanıza veya söylenenleri yanlış yorumlamanıza neden olarak iletişim sorunlarına yol açabilir.





Daha İyi ve Etkili İletişim Kurmak İçin Ne Yapmalı?

Yukarıda da belirtildiği gibi, etkili iletişim kurmak için öncelikle farklı bağlam ve durumlarda nasıl iletişim kurduklarını analiz etmeli ve ardından kişisel ve profesyonel yaşamlarında daha iyi iletişimci olmanın yollarını uygulamaya çalışmalıdırlar. Bunu başarmak için aşağıda verilen becerileri uygulayabilir ve başkalarıyla olan etkileşimlerinizde bu becerilerde ustalaşmaya çalışabilirsiniz.

01 İyi Bir Dinleyici Olun

Sosyal ortamlarda, başkalarının ne söylediğinden ziyade kendi söyleyeceklerimize odaklanma eğiliminde oluruz. Bu durum konuşmalarda kafa karışıklığına yol açabilir ve iletişimin önünde bir engel teşkil edebilir. Birisi dinlemek dediğinde, genellikle konuşmalarda diğer insanlar tarafından söylenenleri duymayı ve işlemeyi anlarız. Ancak duymak, dinlemek ve aktif dinlemek arasında büyük bir fark vardır. Aktif dinleme, konuşan kişilere kesintisiz olarak dikkat etmek, konuşurken duygularını anlamak, karşı tarafa duyulduğunu ve anlaşıldığını hissettirmek ve son olarak konuşmaya daha fazla girdi sağlamak anlamına gelir. Bu adımların yerine getirilmesi genellikle taraflar arasında daha net ve sorunsuz bir iletişim, daha derin bir bağlantı ve konuşmalar sırasında daha düşük stres seviyeleri ile sonuçlanır. Aktif dinleme becerilerinizi geliştirmek için aşağıda belirtilen ipuçlarını günlük konuşmalarınızda deneyebilirsiniz.

- **Dikkatinizi konuşmacıya verin, o an için zihninizdeki diğer şeyleri bırakın.** Tüm konuşma boyunca tüm dikkatinizi sadece bir kişiye vermek doğaldır ve bu birçok kişi tarafından deneyimlenen bir şeydir. Bu nedenle, telefonlar ve diğer taraflara bakmak gibi dikkat çeken şeylerden kaçınmak, konuşmaya daha iyi odaklanmanıza yardımcı olabilir. Ayrıca, diğer insanların söylediklerinin son kelimelerini tekrarlamak ve zaman zaman başınızı sallamak, diğer insanlara konuşmaya dahil olduğunuzu gösterecektir.
- **Başkalarının sözünü kesmekten kaçının.** Daha önce de belirtildiği gibi, genellikle ne söylendiğinden ziyade ne söyleyeceğimize odaklanma eğilimindeyizdir. Zihninizdeki bu süreç genellikle mimik ve jestlerimize yansır ve diğer insanlara dikkatimizin başka bir yerde olduğu sinyalini verebilir. Ayrıca, başkalarının ne söylediğinden ziyade konuşmada sırayı almaya çalışmak, başkalarıyla anlamlı bir şekilde sohbet etmek yerine yalnızca söylemek istediklerinizi söylemekle ilgilendiğinizi gösterir.
- **Önyargılarınızı bir kenara bırakın.** Başkalarıyla sohbet ederken, etkili bir şekilde iletişim kurmak için, başkalarının söylediklerine katılmak, onaylamak veya beğenmek zorunda değilsiniz. Ancak, sağlıklı ve etkili bir iletişim için önyargıları bir kenara bırakmak, başkalarının söylediklerini dinlemek ve verimli konuşmalar yapmak için başkalarıyla objektif bir şekilde sohbet etmek gerekir.

02 Sözel Olmayan İşaretlere Odaklanın

Yüz ifadelerimiz, vücut hareketlerimiz, jestlerimiz, duruşumuz ve ses tonumuz, bir konuşma sırasında konuştuğumuz kelimelerden daha fazla nasıl hissettiğimizi iletir. Sözel olmayan ipuçlarımıza dikkat ederek, zorlu durumların üstesinden başarıyla gelebilir ve etkili iletişim kurabiliriz. Sözsüz iletişim becerilerinizi geliştirmek için, konuşma sırasında kollarınızı kavuşturmamaya, konuşan kişiye dönük durmaya ve göz teması kurmaya çalışın. İltifat ederken birinin omzunu sıvazlamak gibi fiziksel dokunuşlar kullanmak da olumlu duyguların iletilmesine yardımcı olabilir.



İşte sözsüz mesajları okumak ve iletmek için bazı ek ipuçları:

- **Kişisel farklılıkların farkında olun ve tek bir işarete çok fazla odaklanmayın.** İnsanlar kendilerini kültürler ve kişilik tipleri arasında farklı şekilde ifade ederler. Bazı bireyler diğerlerine göre daha fazla yüz ifadesi ve jest kullanabilir ve bunun nedeni kültürel farklılıklar veya bireysel tercihler olabilir. Belirli bir sözsüz işarete odaklanmak yerine, konuşmanın genel tonunu ve olumlu, ilgi çekici veya olumsuz olup olmadığını okumaya odaklanın.
- **İçeriği okuyun ve sözsüz işaretlerinizi buna göre uyarlayın.** Ses tonunuzu konuşmanın konusuyla eşleştirin. Örneğin, çocuk hikayelerinden bahsederken daha yumuşak bir ton kullanın veya heyecanlı bir anda heyecanı iletmek için daha fazla el hareketi kullanın.



03

Stresinizi Kontrol Altında Tutmaya Çalışın

Patronunuzla, arkadaşlarınızla, çocuklarınızla veya eşinizle yaşadığınız bir çatışma sırasında stresli hissettiğiniz ve sonrasında pişman olduğunuz bir şey yaptığınız bir zamanı hatırlıyor musunuz? Stresinizi kontrol etme ve sakin halinize dönme becerisine sahipseniz, sadece pişmanlık duymaktan kaçınmakla kalmaz, aynı zamanda diğer kişinin sakinleşmesine ve duymak veya görmek istemeyeceğiniz bir şey söylemekten veya yapmaktan kaçınmasına yardımcı olursunuz. Bu gibi durumlarda, sakin ve rahat kalmayı başarabilirseniz, ancak o zaman duruma uygun bir yanıt verebilirsiniz. Başkaları stresli bir durumda olduğunda, genellikle en iyi şey sakinleşmelerine yardımcı olmak için sessiz kalmaktır.

İş toplantıları, aile toplantıları, iş görüşmeleri ve sevgilinizin ailesiyle buluşma gibi durumlarda etkili iletişim kurmak sakin ve kontrollü kalmayı gerektirir. Bu, başarıya daha kolay ulaşmanıza ve hedeflerinize ulaşmanıza yardımcı olacaktır. Sakin kalmak ve kontrolü elde tutmak, söylemek yapmaktan daha kolaydır. Bu nedenle, aşağıda verilen taktik ve stratejileri stresli durumlarda denemek ve uygulamak, bunlarda daha iyi olmanıza ve stresli durumlarla etkili bir şekilde başa çıkmanıza yardımcı olabilir.

- **Bu tür durumlarda oyalayıcı sorular kullanmaya çalışın** ve karşınızdaki kişilerden soruyu tekrarlamalarını veya açıklama yapmalarını isteyerek kendinize zaman yaratın. Bu şekilde, bir yanıt düşünmek veya kendinizi sakinleştirmek ve daha iyi bir yanıt vermek için daha fazla zaman kazanacaksınız.



- Sözlerinizi net bir şekilde aktarın ve bir özetle tamamlayın. Bir iletişim sürecinde kendinizi stresli hissediyorsanız, alıcılara istenmeyen bir mesaj vermekten kaçınmak için sabit bir ses tonunu ve vücut duruşunu korumaya çalışın. Ayrıca, sözlerinizi bitirmek istiyorsanız veya bitirmek zorundaysanız, kısa ve özetleyici bir cümleyle bitirmeye çalışın. Odada sessizlik olsa bile, mesajınızı ilettikten sonra sessizliği doldurmak zorunda değilsiniz. Gerekirse, mesajınızı netleştirmek için sorular olacaktır, bu da size cevaplarla daha iyi detaylandırmak için zaman verecektir.
- Topraklama taktiklerini kullanın. Çoğu insan, topluluk önünde konuşma veya alışık olmadıkları bir konuyu sunma gibi bazı durumlarda iletişim kurarken aşırı stres yaşar. Bu gibi durumlarda, kendinizi stresli hissettiğinizde, gördüğünüz üç şeyi, duyduğunuz üç şeyi ve dokunduğunuz üç şeyi adlandırmak gibi topraklama taktiklerini kullanmaya çalışın. Ayrıca, ağzınıza bir nane alarak, üç derin nefes alarak veya cebinizde bir stres topu bulundurarak duyularınızı harekete geçirebilirsiniz.
- Aynı fikirde olmadığınızı kabul edin. Durum hararetlendiğinde ve kendinizi çok fazla meşgul hissedip uzlaşmadığınızda, kendinize biraz zaman ayırmaya ve durumdan uzaklaşmaya çalışın. Zihninizi konudan uzaklaştırmak ve odağınızı başka şeylere yöneltmek faydalı olacaktır. Rahatladığınızı hissettiğinizde geri dönün ve aynı fikirde olmadığınızı kabul ederek ortak bir zemin bulmaya çalışın.

04

İletişimde Kendinizi Kabul Ettirin

Doğrudan, iddialı ve net iletişim sadece düşünce ve görüşlerinizi daha iyi ifade etmenize yardımcı olmakla kalmaz, aynı zamanda iletişim kurduğunuz kişilerin ihtiyaçlarınızı ve çıkarlarınızı anlamalarına ve buna göre hareket etmelerine yardımcı olur. İddialı olmak, yaygın anlayışın aksine, saldırgan veya düşmanca olmak anlamına gelmez. Dürüst, açık, doğrudan olmak ve kendi sınırlarınızı korurken başkalarının sınırlarına da saygı göstermek anlamına gelir. Etkili iletişim, düşünce ve görüşlerinizi açık ve net bir şekilde ifade etmektir. Bir tartışmayı kazanmak veya fikirlerinizi başkalarına dayatmak değildir.

İletişimde sınırlar koymakta ve kendinizi ortaya koymakta zorlanıyorsanız, daha iyi olmak için aşağıdaki teknikleri deneyebilir ve bunları hayatınıza uyarlayabilirsiniz.

Empatik iddia: Bu teknik, ihtiyaçlarınızı ve endişelerinizi empatik bir şekilde dile getirirken aynı zamanda başkalarına karşı da empati ifade etmek anlamına gelir. Örneğin, sevdiğiniz kişiyle daha fazla zaman geçirmek istediğinizi şu şekilde dile getirebilirsiniz: "İş yerinde çok fazla zaman geçirmeniz gerektiğini anlıyorum, ancak bize daha fazla zaman ayırmanızı istiyorum. Yapabileceğim bir şey varsa, sana yardım etmeye hazırım."

Yükselen İddia: Bu tekniği genellikle empatik iddianın yeterli olmadığı durumlarda kullanmak daha iyidir. Bu teknikte, zaman içinde sertliği artırabilir ve sınırlara uyulmaması halinde ortaya çıkacak sonuçları vurgulayabilirsiniz. Örneğin, insanlar bir sözleşme ile belirlenen kurallara uymuyorsa, "Sözleşmeye uymamaya devam ederseniz, yasal işlem başlatmak zorunda kalacağım" diyebilirsiniz.

Yakın arkadaşlar ve aile üyeleriyle küçük şeyler yüzünden yaşanan çatışmalar ve sorunlar gibi daha düşük riskli durumlarda iddiayı uygulamak daha iyidir. Bu şekilde, iş yerinizdeki veya sosyal çevrenizdeki zayıf bağlantıları riske atmazsınız, ancak güçlü bağlantılar üzerinde atılganlık geliştirebilirsiniz. Ayrıca, iletişim becerileriniz üzerinde çalıştığınızı ve kırgınlıklardan kaçınmak için iddialı olma pratiği yaptığınızı bilmelerini sağlayabilirsiniz.



Gençlik Çalışmalarında Etkili İletişim

Gençlik çalışmaları bağlamında, gençlik çalışanının birlikte çalıştığı genç grubu arasındaki çatışmaların çoğunun etkili ve sağlıklı iletişim eksikliğinden kaynaklandığını söylemek mümkündür. Bu anlamda, Gable (2003) gibi alanda çalışan akademisyenler, gençlerle iletişim kurmanın en önemli yönlerinden birinin iletişim tarzının seçimi ve yaşa uygun olması olduğunu öne sürmektedir. Dolayısıyla, gençlerle herhangi bir iletişim bağlamında, bir gençlik çalışanının hedef kitesini, eğitim düzeyini ve psiko-sosyal gelişimini bilmesi ve içeriği ve kelimeleri gençlerin geçmişine göre uyarlaması son derece önemlidir.

Gable (2003) gençlerle etkili iletişim kurmak ve sürdürmek için pratik stratejiler ortaya koyar. Gable tarafından önerilen araştırmacı yaklaşım, gençlerin konuyla ilgili bilgileri hatırlamalarını ve eldeki faaliyete daha ilgili bir şekilde dahil olmalarını sağlar. Ayrıca, gerekirse faaliyet gerçekleşmeden önce yazılı bir formatta açıklayıcı ipuçları sunmak, düşüncelerini görselleştirmelerine ve olumsuz ve olumlu duygularını ifade etmelerine yardımcı olacaktır.



Ayrıca, 14 yaşın üzerindeki gençlerin aile dışındaki ilişkilere daha fazla odaklanma eğiliminde olduklarını ve öz saygı, güven ve yetişkin kimliği oluşturma sürecinde olduklarını bilmek ve hatırlamak da önemlidir. Araştırmalar, 14 yaş üstü gençlere, ihtiyaçlarına ve geçiş dönemlerine odaklanan sık ve hassas bir iletişimle yaklaşıldığında, yalnızlık duygularının azaldığını göstermektedir (Gentzler, Oberhauser, Westerman ve Nadorff, 2011).



Yukarıda bahsedilen yaygın iletişim engellerinin yanı sıra, gençlik çalışmalarında gözlemlenen bir dizi iletişim sorunu vardır. Aşağıda bu eylemlerden bazıları yer almaktadır ve gençlik çalışanlarının bu eylemler üzerinde kendi kendilerine düşünmeleri ve uygulamalarında bunlardan kaçınmaları önerilmektedir:

- **Emir vermek:** Gençlere ne yapmaları gerektiğini söylemek. Bu anlamda gençlik çalışması, gençlik çalışanlarının birlikte çalıştıkları gençlere örnek olmalarını ve onlar için öğrenme noktaları olarak etkinlikler aracılığıyla gerçek hayattan pratik örnekler sunmalarını gerektirir.
- **Vaaz verme:** Gençlik çalışmalarında gözlemlenen bir diğer yaygın iletişim sorunu. Daha önce de belirtildiği gibi, gençlik çalışması okuldaki örgün eğitimden ziyade gençlere dünyayı tanıtmayı ve onlara öğrenebilecekleri gerçek örnekler sunmayı amaçlar.
- **Kaçınmak:** Bir soruyla karşılaşıldığında, sorudan kaçınmak bir başka yaygın sorundur. Bu durumda, söz konusu durum hakkında yeterince bilgi sahibi olmamak doğaldır; ancak bunu iletmenin daha sağlıklı bir yolu, konu hakkında araştırma yapmak için biraz zaman istemek, gençleri kendi araştırmalarını yapmaya teşvik etmek ve basitçe bu konuda bilgi sahibi olmadığınızı söylemek olabilir.
- **Yatıştırma:** Bu, eldeki soruna çözüm getirmeden gençlerin kendilerini daha iyi hissetmelerini sağlamak anlamına gelir. Gençlik çalışmasının temel amacı, gençlerin bilgiye dayalı kararlar vererek kendi yaşamlarında bağımsız sorun çözücüler olmalarını sağlamaktır. Bu nedenle, bir gençlik çalışanının gençleri kendileri için adım atmaya ve hayatlarındaki sorunları çözmenin yollarını bulmaya teşvik etmesi gerekir.

Sonuç olarak, gençlik çalışması özünde gençler için bir gelişim faaliyetidir ve bu da ancak iletişim yoluyla gerçekleşir. Bu nedenle, etkili iletişim kullanmak ve gençlere iletişim konusunda yardımcı olmak, gençlik çalışanlarının gençlerle amaç ve hedeflerine ulaşmalarını kolaylaştıracak ve daha etkili hale getirecektir.



3.4. SONUÇLAR VE DİKKAT EDİLMESİ GEREKENLER

Günümüz dünyasında, ister fiziksel ister sanal ortamlarda olsun, başkalarıyla etkili iletişim kurma becerisi sahip olabileceğimiz en önemli becerilerden biri haline gelmiştir. Bu nedenle, gençlik çalışanlarının kendileri de yetenekli iletişimciler haline gelerek ve yaygın iletişim hatalarından kaçınarak gençleri etkili iletişim becerileriyle donatmaları çok önemlidir.

Sağlıklı ve etkili bir iletişimci olmak her zaman kolay değildir, ancak strateji ve teknikleri uygulamak herkesin anlamlı konuşmalar yapma ve mesajlarını etkili bir şekilde iletme becerisini geliştirmesine yardımcı olabilir.

Sonuç olarak, etkili iletişim gençlik çalışmalarının ve genel olarak yaşamın kritik bir bileşenidir. İletişime öncelik vererek ve iletişim becerilerimizi geliştirmek için aktif olarak çalışarak gençleri bağımsız sorun çözücüler haline getirebilir ve hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olabiliriz. Unutmayın, etkili iletişim pratik, sabır ve öğrenme ve uyum sağlama isteği gerektirir.

3.5. YARARLI KAYNAKLAR

- Beş İletişim Türü
- Bilişsel talep arttığında, sağ duyunun bir avantajı var mı?



Ünite 4

Halkla İlişkiler, Sosyal Medya ve Kampanyalar

Halkla ilişkiler ve sosyal medya kampanyaları nedir?



4.1. ÖĞRENME HEDEFLERİ

Bu ünitenin ana hedefleri şunlardır:

- Kapsamlı bir halkla ilişkiler stratejisi geliştirmek.
- Sosyal medya kampanyaları için en iyi uygulama-ları belirlemek ve uygulamak.
- Başarılı sosyal medya kampanyalarının pratik örneklerini analiz etmek ve sunmak.

Gönüllü kuruluşlar bağlamında, halkla ilişkiler, sosyal medya ve kampanyalar etkili iletişim ve sosyal yardımın temel bileşenleridir. Güçlü bir halkla ilişkiler stratejisi paydaşlar, bağışçılar ve gönüllüler nezdinde güven ve güvenilirlik inşa etmeye yardımcı olurken, sosyal medya destekçilerle etkileşim kurmak ve kuruluşun misyonu ve etkisi hakkında farkındalık yaratmak için bir platform sağlar. İster bağış toplama, ister savunuculuk veya işe alım odaklı olsun, kampanyalar toplumu harekete geçirmeye ve enerji vermeye yardımcı olarak daha fazla katılım ve etki yaratabilir.

**Halkla ilişkiler,
sosyal medya ve
kampanyalar
gönüllü
kuruluşların
mesajlarını
güçlendirmelerin
e ve hedeflerine
daha etkili bir
şekilde
ulaşmalarına
yardımcı olabilir.**



4.2. TANIMLAR



Halkla İlişkiler

Halkla ilişkiler (PR), kuruluşunuzu tanıtmak ve kamuoyunda olumlu bir algı oluşturmak için medya kanallarını kullanma pratiğidir.



Sosyal Medya

Sosyal medya, sanal topluluklar ve ağlar aracılığıyla bilgi, fikir, ilgi alanı ve diğer ifade biçimlerinin oluşturulmasını ve paylaşılmasını kolaylaştıran etkileşimli medya teknolojileridir.



Sosyal Medya Kampanyaları

Sosyal medya kampanyası, sosyal medya kanalları aracılığıyla bir kuruluş, marka, ürün veya hizmete yönelik tüketici farkındalığını, ilgisini ve sadakatini artırmaya yönelik organize bir pazarlama çabasıdır. Sosyal medya pazarlama kampanyaları stratejik olarak planlanır, belirli bir hedef kitleye yöneliktir ve ölçülebilir sonuçları vardır.

4.3. İÇERİK

Halkla İlişkiler Nedir?

Halkla ilişkiler (PR), kuruluşunuzla ilgili olumlu bir kamuoyu algısı oluşturmak ve sürdürmek için çeşitli iletişim kanallarını kullanma uygulamasıdır. Özellikle zorlu zamanlarda kuruluşunuzun itibarını ve markasını yönetmeyi içerir. Halkla ilişkiler, markalaşmaya benzer şekilde bilginin yayılmasını yönetmede çok önemli bir rol oynar. Ancak markalaşma logolar, web siteleri ve pazarlama materyalleri gibi görsel unsurlara dayanırken, PR iletişim ve itibara odaklanır.

Halkla İlişkiler Stratejisi Nasıl Oluşturulur?

Etkili bir PR stratejisi oluşturmak için şirketlerin, önceden tanımlanmış hedef ve amaçlara sahip, iyi tasarlanmış bir dijital PR planı aracılığıyla tutum ve davranışları etkilemeleri gerekir. PR uzmanları, başarılı bir PR stratejisi oluşturmak için PR hedeflerinin belirlenmesi, hedef kitlelerin tanınması, amaçların belirlenmesi, uygun PR taktiklerinin seçilmesi ve sonuçların ölçülmesi gibi birkaç ortak adım önermektedir.





01 Halkla İlişkiler Hedeflerinin Belirlenmesi

Halkla ilişkiler hedeflerinin belirlenmesi, başarılı bir halkla ilişkiler planı oluşturmak için çok önemli bir adımdır. Başlangıç olarak, PR çalışmalarınızla ulaşmak istediğiniz nihai hedefleri belirlemelisiniz.

Bir STK için bu hedefler şunları içerebilir:

- STK'nın erişimini yeni kitlelere genişletmek.
- STK'nın hizmet verdiği kişi sayısının artırılması.
- Çalışan verimliliğini ve moralini artırmak.
- İşe alım ve elde tutma oranlarını artırmak.
- Kuruluşunuzun birlikte çalıştığı topluluklarla ilişkilerin güçlendirilmesi.
- Gelecekteki krizlerin yönetilmesine yardımcı olacak potansiyel müttefiklerin belirlenmesi.
- Yeni ürün veya hizmetlerin piyasaya sürülmesi.
- Kuruluşunuz ile kamuoyu arasındaki algı boşluğunu kapatmak.

Halkla ilişkiler hedeflerinizi net bir şekilde tanımlayarak, özel ihtiyaçlarınızı ve hedeflerinizi karşılayacak şekilde uyarlanmış bir halkla ilişkiler stratejisi geliştirebilirsiniz.

02 Hedef Kitlelerinizi Tanımak

Etkili bir halkla ilişkiler planı oluşturmak için uygulayıcıların markalarının kilit kitlelerini derinlemesine anlaması gerekir. Yaş, cinsiyet ve coğrafi bölge gibi temel demografik bilgiler iyi bir başlangıç noktasıdır, ancak ilgi alanları, öncelikler ve yaşam tarzı istekleri gibi daha niteliksel özelliklerin anlaşılması kritik önem taşır.

Stratejik bir halkla ilişkiler planı geliştirmek için hedef kitlenizin işletmenizi nasıl algıladığını bilmek de önemlidir. İnsanlara algılarını doğrudan sorabilir ve içgörü kazanmak için çeşitli medya izleme ve veri analizi araçlarını kullanabilirsiniz. Ancak, hedef kitleleri ve onların kuruluşunuza ilişkin algılarını anlamak işin sadece yarısıdır. Hedef kitlelerin hangi mecraları sık sık ziyaret ettiklerini, haberleri nereden aldıklarını ve hangi medya seslerine güvendiklerini bilmek de hayati önem taşır. Ayrıca, toplu yayınlar, sosyal ağlar, podcast'ler, bloglar, tartışma forumları ve tüketici değerlendirme siteleri gibi geleneksel olmayan platformların da anlaşılması gerekir.

Verileri toplayıp farklı kalıpları ve eğilimleri belirledikten sonra hedefler belirlemeye başlayabilirsiniz.

03 Hedeflerin Belirlenmesi

Halkla ilişkiler (PR) kampanyalarını etkili bir şekilde planlamak ve yürütmek için, kuruluş için önemli olan her hedef kitle için belirli hedefler belirlemek çok önemlidir. Halkla ilişkiler hedeflerinize bağlı olarak bu hedefler birbiriyle örtüşebilir veya ayrı olabilir.



Ancak, tüm hedefler iki temel unsur içermelidir: ölçülebilir bir sonuç ve bir PR planı zaman çizelgesi. Bu şekilde, nihai sonuçlarınızı çabalarınıza ve başarılarınıza göre ölçebilirsiniz.

Hedeflerin oluşturulması için yaygın bir model SMART hedefler çerçevesidir:

- **Spesifik:** Hedeflerinizi tanımlarken spesifik ve net olun. Örneğin, "farkındalığı artırmak" demek yerine, geliştirmek istediğiniz belirli farkındalık alanını belirtin.
- **Ölçülebilir:** Hedeflerinize ulaşp ulaşmadığınızı belirlemek için hedefleriniz ölçülebilir olmalıdır. Ölçülebilir bir sonuç olmadan hedefiniz eksiktir.
- **Ulaşılabilir:** Mevcut kaynaklara dayanarak hedeflerinizin ulaşılabilir ve gerçekçi olduğundan emin olun. Potansiyel ödülün hedef kitle için PR kampanyasının maliyetini haklı çıkarıp çıkarmadığını da göz önünde bulundurmak önemlidir.
- **İlgili:** Aradığınız değişikliklerin sadece kurumunuzla değil, ulaşmaya çalıştığınız hedef kitlelerle de ilgili olduğundan emin olun.
- **Zamana bağlı:** Hedeflerinize ulaşmak için son tarihler belirleyin. Kısa vadeli hedefler bilgi ve farkındalığı artırmaya odaklanabilirken, uzun vadeli hedefler tutum ve davranışlarda değişiklik yaratmayı amaçlayabilir.

Halkla ilişkiler kampanyalarınız için SMART hedefler belirleyerek, çabalarınızın iyi hedeflenmiş, ölçülebilir ve somut sonuçlar elde etmeye odaklanmış olmasını sağlayabilirsiniz.

04 Uygun PR Taktiklerinin Seçilmesi

Halkla ilişkiler (PR) taktiklerini seçerken, bunların kuruluşunuz için elde etmek istediğiniz konumlandırma ve tasvirle uyumlu olup olmadığını göz önünde bulundurmanız önemlidir. Bu hedefleri desteklemiyorlarsa, en iyisi ya taktikleri değiştirmek ya da kaynakları başka bir yere tahsis etmektir. Telefon bazlı ilişkiler ve pahalı akşam yemekleri gibi geleneksel halkla ilişkiler yaklaşımları artık tek seçenek değil. Yeni dijital platformların ortaya çıkmasıyla birlikte, dikkate alınması gereken sayısız yeni PR taktiği var.

En etkili PR taktiklerinden bazıları şunlardır:

- **Basın bültenleri:** Geleneksel olarak büyük şirket duyuruları için ayrılan basın bültenleri, dijital çağda temel iletişim araçları haline gelmiştir. Basın bülteni yazma konusunda deneyimi olmayanlar için internette birçok ipucu ve şablon mevcuttur.
- **Çevrimiçi makaleler ve konuk yazıları:** İyi araştırılmış ve düşündürücü makaleler kuruluşunuzun değerleri ve hedefleri hakkında değerli bilgiler sunabilir. Çevrimiçi yayınlar, şirketinizi bir düşünce lideri olarak konumlandırmanın yanı sıra geri bağlantılar oluşturabilir ve web sitenize trafik çekebilir.
- **Etkileyici pazarlama:** Etkileyiciler, neyin nereden satın alınacağı konusunda kamuoyunu yönlendirmede giderek daha etkili olmaktadır. Influencer pazarlamasını PR planınıza dahil etmek, daha geniş bir kitleyle bağlantı kurmak ve potansiyel müşterilerle güven oluşturmak için güçlü bir araç olabilir.



- **Medya erişimi:** Etkili halkla ilişkiler uzmanlarının nasıl ve kime sunum yapacaklarını bilmeleri gerekir. Kilit gazetecilerle ilişki kurmak ve onların son tarihlerinden ve tercihlerinden haberdar olmak çok önemlidir.
- **Kurumsal videolar ve röportajlar:** Hedef kitlenize kuruluşunuzun çalışanlarını ve tesislerini tanıtmak, güven inşa etmenin ve kuruluşunuz için bir "yüz" oluşturmanın güçlü bir yolu olabilir. Dijital platformların yükselişiyle birlikte bu tür videolar ve röportajlar her zamankinden daha erişilebilir hale geldi.

Doğru PR taktiklerini seçerek kuruluşunuzun değerlerini ve hedeflerini kamuoyuna etkili bir şekilde iletebilirsiniz. İster basın bültenleri, ister online makaleler, ister influencer pazarlaması, ister medya erişimi veya kurumsal videolar tercih edin, önemli olan taktiklerinizi PR hedefleriniz ve arzu ettiğiniz marka imajıyla uyumlu hale getirmektir.

05

Sonuçların Ölçülmesi

PR planınızın sonuçlarını ölçmek, etkinliğini değerlendirmek için çok önemlidir. İşte sonuçlarınızı ölçmenin bazı yolları:

- **Metrikler** - Sosyal medya paylaşımları da dahil olmak üzere etkileşim oranlarınızı, web sitesi trafiğinizi ve kitle erişiminizi takip edin. Bu, mesajlarınızın ne kadar uzağa ulaştığını anlamanıza yardımcı olacaktır.
- **Marka Duyarlılığı** - Marka yakınlığını ve olumlu duyarlılığı destekleyen önemli mesajlardan, alıntılardan ve diğer hikaye eklemelerinden bahsedin. Bu, markanızın hedef kitleniz tarafından nasıl algılandığını ölçmenize yardımcı olacaktır.
- **Rekabet Analizi** - Doğrudan rakiplerinizin nerelerde yer aldığını analiz edin ve markanızın eşit, hatta daha fazla yer aldığından emin olun. Bu, rakiplerinizin önüne geçmenize ve markanızın hak ettiği tanınırlığı elde etmesine yardımcı olacaktır.

PR sonuçlarınızı ölçmek için seçtiğiniz metrikler, PR hedeflerinize, dijital araçlarınıza ve elinizdeki verilere bağlı olarak değişebilir. Önemli olan, PR planınızın nasıl uygulandığını ve bunun kuruluşunuz için ne anlama geldiğini takip etmenizdir. Plana sadık kalın, ancak istediğiniz sonuçları elde etmek için gerektiğinde esnek olun.



Aşağıda bir STK için halkla ilişkiler planı örneği verilmiştir

Sorular	Anlamı	Halkla İlişkiler Kampanya Planı Örneği
NE	Hedef ve istenen sonuçlar nelerdir?	Gençlik eğitimi için yeni geliştirilen programın tanıtımı
KİM	Hedef kitleniz kim? Uygulamaya kimler dahil olacak?	Hedef kitle: Gençler, öğretmenler, STK çalışanları, ebeveynler
NEDEN	Bunu neden organize ediyoruz?	Gençlerin bilgilerini artırmak için yeni geliştirilen eğitim programının tanıtımı
NE ZAMAN	Etkinlikler/kampanya için tarihler nelerdir?	Birkaç ay boyunca
NEREDE	Nerede gerçekleşecek (çevrimiçi veya çevrimdışı)? Hangi platformda? Nerede tanıtılacak ve hedeflenen medya kuruluşları hangileri?	Çevrimdışı: okullarda ve gençlik merkezlerinde tanıtım Çevrimiçi: TikTok, Instagram ve Facebook Hedeflenen mecralar: gençlik bilgi siteleri
NASIL	Uygulamaya yönelik lojistik ve sorumluluklar	Proje yöneticileri tarafından düzenlenen etkinlikler. Sosyal medya platformlarında tanıtım AD kampanyalarının düzenlenmesi, doğrudan e- posta gönderimi ve paydaşlara doğrudan davetler



Sosyal Medya Kampanyası

Sosyal medya kampanyası, bir veya daha fazla sosyal medya platformunu kullanarak bir iş hedefine ulaşmak için koordine edilmiş bir pazarlama çabasıdır. Günlük sosyal medya içeriğinden farklı olarak kampanyalar daha odaklı, hedefli ve ölçülebilirdir; belirli bir süre boyunca (örneğin bir ay) izlenebilen belirli sonuçları vardır. Kampanyanız tek bir ağla sınırlı olabilir veya genellikle belirli bir temayla birden fazla platforma yayılabilir.

Bir kampanya başlatmadan önce, metrikleri takip etmek için doğru araçlara sahip olmak çok önemlidir. HootSuite, Social Mention ve Addictomatic gibi çeşitli ücretsiz sosyal medya pazarlama uygulamaları paylaşımları, retweetleri, beğenileri ve markanızla ilişkili anahtar kelimeleri takip etmenize yardımcı olabilir. Bir temel oluşturduktan sonra, hedeflerinizi tanımlayın ve kampanya için kesin başlangıç ve bitiş tarihleri de dahil olmak üzere kesin bir zaman çizelgesi planlayın. Bu, maliyetleri ve görev sürücüsünü kontrol altında tutmanın yanı sıra kampanya öncesi ve sonrası performansı karşılaştırmak için de önemlidir.

En İyi Sosyal Medya Kampanyası Uygulamaları

Sosyal medya, insanları ürünlerinizi satın almaları veya hizmetlerinizi kullanmaları konusunda etkilemek için güçlü bir araç olabilir. Ancak, yalnızca düzenli olarak içerik yayınlamak yeterli değildir. Yeni potansiyel müşterilere ulaşmak ve kuruluşunuzu etkili bir şekilde tanıtmak için sosyal medya reklamları yayınlamak çok önemlidir. İşte daha fazla tıklama, beğeni, satın alma ve farkındalık sağlamanıza yardımcı olacak bazı sosyal medya kampanyası en iyi uygulamaları:

- Eylem kapısı: Kullanıcılara sorular sorarak, anketler düzenleyerek, yorum talep ederek, yarışmalar düzenleyerek veya onları e-posta listelerine katılmaya davet ederek sosyal medya gönderilerinizle etkileşime geçmelerini teşvik edin.
- Teşvikler sağlayın: İlgili göstermeleri karşılığında ödüller, indirimler veya özel içerikler sunarak kitlenize bilgilerini vermeleri için bir neden verin.
- Bir yarışma düzenliyorsanız ödülleri kuruluşunuzla alakalı hale getirin.
- Kampanya boyunca hedef kitlenizle proaktif olarak etkileşim kurun: Eleştirilere hızla yanıt verin ve olumlu etkileşimleri pekiştirmek için kişisel ilgi gösterin.
- Tek bir platforma odaklanıyor olsanız bile kampanyanızı tüm sosyal medya hesaplarınızda tanıttın.
- Kampanya mesajını güçlendirmek için tüm çevrimiçi varlığınızda tutarlı bir marka ve dil kullanın. Kampanya markasını ve dilini başlıklara, açılış sayfalarına ve ana sayfalara ekleyin.

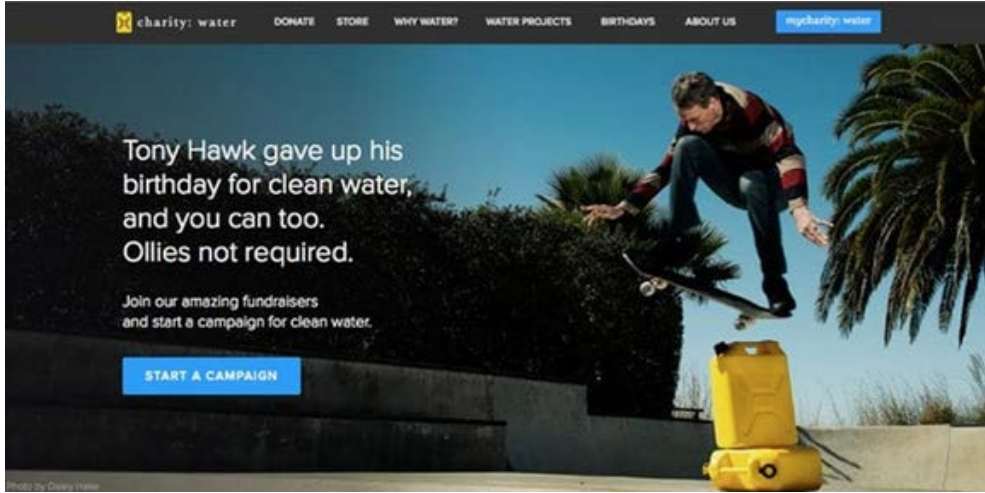
İşte STK'lara ve amaçları hakkında farkındalığı artırma hedeflerine odaklanan beş sosyal medya kampanyası örneği:

September Campaign - Charity : Water

Charity : Water'ın "Eylül Kampanyası", sosyal medya kampanyalarının ne kadar sürdürülebilir olabileceğini gösteren ve kâr amacı gütmeyen bir sosyal medya kampanyasıdır. Programa katılanlar 2015 yılında 1.8 milyon doların üzerinde bağış toplamıştır. Kampanya, Eylül ayında doğan kişilerden arkadaşlarını ve ailelerini hediye almak yerine Charity : Water'a bağış yapmaya davet etmeleri ve bu hikayeyi sosyal medyada paylaşmaları istenmiştir.

Bu kampanya, ağızdan ağıza iletişim aracı olarak sosyal medyanın gücünü vurgulamaktadır. İnsanlar sosyal medyada arkadaşları, aileleri ve tanıdıkları tarafından yapılan bağışların etkisine tanık olduklarında, bu onlara da katkıda bulunmaları için ilham veriyor.

Charity : Water ve kampanyaları hakkında daha fazla bilgiye Water ve kampanyaları hakkında daha fazla bilgi için <https://www.charitywater.org/>.



Earth Hour - World Wide Fund for Nature

Doğal Hayatı Koruma Vakfı (WWF) "Dünya Saati" adlı sosyal medya kampanyasını düzenledi. Dünya Saati her Mart ayında bireyleri ve işletmeleri iklim değişikliğiyle mücadelede bağlılıklarını sembolize etmek üzere ışıklarını bir saatliğine kapatmaya çağırılmaktadır. 2017 yılında Dünya Saati 10. yıldönümünü kutladı ve 187 ülke ve bölge bugüne kadarki en başarılı kampanyaya katıldı. Etkinlik sırasında WWF 105 kez tweet atarak 23.800'den fazla etkileşim ve 3.200 mention aldı. Kampanyanın en iyi bölümlerinden biri, platform genelinde 1.000.000'dan fazla kişiye ulaşan ve bireylerin dünyayı değiştiren kendi hikayelerini arkadaşları ve aileleriyle paylaşmalarına olanak tanıyan markalı Facebook Çerçevesi oldu.

Genel olarak Dünya Saati, sosyal medyanın küresel bir kitleyi belirli bir amaç etrafında harekete geçirmek için nasıl kullanılabileceğini ve basit ama güçlü bir eylem çağrısının bireylere ve işletmelere iklim değişikliği konusunda harekete geçmeleri için nasıl ilham verebileceğini göstermektedir.

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





Would You Rather? - DoSomething.org

DoSomething.org, seçmen kayıtlarından giysi bağışına ve çevre temizliğine kadar her konuda topluluklara yardımcı olan, gençlerin öncülük ettiği kar amacı gütmeyen büyük bir kuruluştur. Hedef kitlelerinin çoğu gençlerden oluştuğu için, "Hangisini tercih ederdiniz?" sorularını içeren kısa mesajlar göndererek bir SMS kampanyası başlatmaya karar verdiler. Örneğin, bir alıcıya biri para kazanmayı, diğeri ise para tasarrufu yapmayı teşvik eden iki senaryo sunulacaktı. Cevap verdikten sonra, daha fazla para tasarrufu ipucu için bir bağlantı sunulacaktı. Başka teşvikler de vardı; örneğin, oyunu arkadaşlarıyla paylaşan katılımcılar bir çekilişe katılacaktı.

Bu kampanya, bir kuruluşun hedef kitlesinin hangi yollarla iletişim kurmayı tercih ettiğini anlaması açısından harika bir örnektir. Kâr amacı gütmeyen bir kuruluş için iletişim stratejisi geliştirirken, hedef kitlenizin günlük olarak hangi platformları veya cihazları kullandığını ve onlarla bağlantı kurmak için bu kanallardan nasıl yararlanabileceğinizi göz önünde bulundurmanız önemlidir. Kısa mesaj/SMS pazarlaması, diğer dijital pazarlama çabaları için harika bir tamamlayıcı olabilir.

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



Get emotional to go viral- Save The Children

Save the Children, özellikle savaş bölgelerindeki savunmasız çocuklar olmak üzere tüm dünyadaki çocukların yaşamlarını ve refahını iyileştirmek için çalışan Birleşik Krallık merkezli bir kuruluştur. Ancak, coğrafi uzaklık nedeniyle konudan kopuk hisseden potansiyel bağışçılarla duygusal bir bağ kurmak zor olabilir. Save the Children bu zorluğun üstesinden gelmek için Batılı bir çocuğu savaş bölgesindeki bir çocuğun yerine koyan bir video hazırladı. Bu video sempati ve üzüntü gibi güçlü duygular uyandırıyor ve bağışların, farkındalığın ve video paylaşımlarının artmasına yardımcı oluyor.

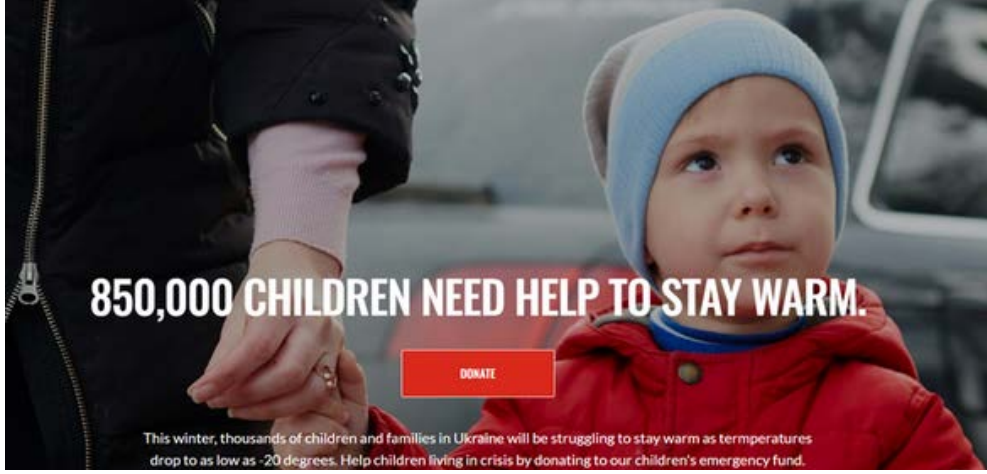
Viral videolar oluşturmak, kar amacı gütmeyen kuruluşlar için kısıtlı bir bütçeyle mümkündür. Akıllı telefonların kayıt yetenekleri ve uygun fiyatlı video düzenleme yazılımları sayesinde, sosyal medya için mükemmel olan kaygan videolar üretmek kolaydır.

Ancak viral bir video planlamak, iyi bir kayıt ekipmanı ve düzenleme yazılımından daha fazlasını gerektirir. Yaratıcı bir girişimci olan Jamie Salvatori, başarılı bir viral videonun anahtarının, izleyicinin kişisel çıkarlarına hitap eden duygusal bir anlatı oluşturmak olduğunu öne sürüyor.



İnsanları sosyal medya çevrelerine önem verdiklerini göstermeye zorlayarak, güçlü duygular uyandıran ve insanları dünyayla paylaşmaya motive eden bir video oluşturabilirsiniz.

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



#MeToo - Just Be

#MeToo 2017 yılının en başarılı ve beklenmedik kar amacı gütmeyen sosyal medya kampanyalarından biriydi. Cinsel saldırı ve tacize karşı yükselen bir çığlık haline geldi. Ancak, kar amacı gütmeyen Just Be Inc. kuruluşunun kurucusu Tarana Burke'ün orijinal #MeToo kampanyasını başlattığı 2007 yılına geri dönmemiz gerekiyor. Hareket, cinsel istismar, saldırı, sömürü ve tacizden kurtulanlara "empati yoluyla güçlenme" sağlamayı amaçlıyordu.

2017 yılında aktris Alyssa Milano kampanya hakkında bir tweet attı ve birkaç gün içinde milyonlarca kadın ve erkek sosyal medyayı kullanarak kendi istismar deneyimlerini paylaştı. Bu da kampanyanın son zamanların en önemli ve etkili sosyal medya kampanyalarından biri haline gelmesine yol açtı.

MeToo'nun gösterdiği şey, özgünlüğün gücü ve belirli bir konudan etkilenenlerin seslerine kulak vermenin önemidir. Kampanya, tam potansiyeline ulaşmadan önce on yıldır devam ediyordu, ancak yarattığı etki dünya çapında hissedildi. Etkili kampanyalar yaratmak isteyen kar amacı gütmeyen kuruluşlar için, özgünlüğe öncelik vermek ve söz konusu sorundan etkilenen insanları gerçekten dinlemek çok önemlidir.





4.4. SONUÇLAR VE DİKKAT EDİLMESİ GEREKENLER

Halkla ilişkilerde başarılı olmak için son derece yaratıcı olmanız ve amacınıza en fazla sayıda insanı çekecek benzersiz kampanyalar geliştirmeniz gerekir. Halkla ilişkiler hem bir sanat hem de bir bilim olarak kabul edilebilir ve sektörde çalışmayı seçenlerin beceri, bilgi ve kararlılık göstermesini gerektirir. Başarıya ulaşmak için duygu ve mantığı harmanlayan bu alan hem zorlu hem de tatmin edici olabilir.

Bu alana giriş sürecini kolaylaştırmak için, kendi benzersiz kampanyalarınızı oluşturmanızda size ilham verebilecek başarılı sosyal medya kampanyalarından pratik örnekler sunduk. En iyi uygulamaları ve geçmiş başarıları bir başlangıç noktası olarak kullanarak, halkla ilişkiler ve sosyal kampanyalar alanındaki yolculuğunuza güvenle çıkabilirsiniz.

4.5. YARARLI KAYNAKLAR

- [Halkla İlişkiler Stratejisi Nasıl Oluşturulur?](#)
- [2022 Yılıının En İyi 10 Sosyal Medya Kampanyası](#)
- [5 Kâr Amacı Gütmeyen Sosyal Medya Stratejisi Örneği](#)
- [Örnek Olay İncelemesi: Charity Water](#)



Ünite 5

Gönüllülük Projesi Yönetimi

Etkili Proje yönetimi nitelikleri ve metodolojileri



5.1. ÖĞRENME HEDEFLERİ

Bu ünitenin temel hedefleri aşağıdaki gibidir:

- Gönüllü yönetiminin ne olduğunun anlaşılması.
- Gönüllü bir proje yöneticisinin görev ve sorumluluklarını anlamak.
- Gönüllü bir proje yöneticisinin sahip olması gereken önemli niteliklerin farkına varmak.
- Gönüllü yönetim sürecinin nasıl tanımlanacağı ve uygulanacağı

Gönüllülük proje yönetimi, başarılı gönüllü programlarının kritik bir yönüdür... Bir gönüllü yönetim sürecinin tanımlanması ve uygulanması, projenin sorunsuz bir şekilde yürütülmesini ve gönüllülerin proje boyunca katılımını ve motivasyonunu sağlamak için çok önemlidir.

**Etkili gönüllü
yönetimi için
sağlam bir
temel, kurumsal
başarıya
ulaşmak için
gereklidir.**



5.2. TANIMLAR



Metodoloji

Bir şeyi yapmanın, öğretmenin veya çalışmanın yollarından oluşan bir sistem.



Proje Yöneticisi

Görevi; Bir işi veya faaliyeti planlamak ve buna dahil olan tüm kişilerin çalışmalarını organize etmek olan kişi.

5.3. İÇERİK

Bu bölüm öncelikle gönüllülük proje yönetiminin ne olduğunu anlamanıza yardımcı olacaktır. Bu pozisyona giren bazı sorumluluklar ve görevlerin yanı sıra harika bir gönüllülük proje yöneticisi yapan temel nitelikler ana hatlarıyla belirtilecektir. Son olarak, bu bölüm bir gönüllü yönetim süreci tanımlamanın ve uygulamanın önemini açıklayacak ve bazı yaygın uygulamalar, ipuçları ve yönetim stratejileri üzerinde duracaktır.



Gönüllü Yönetimi Nedir?

Gönüllü yönetimi, gönüllüleri işe almak ve denetlemekten çok daha fazlasını içerir. Aynı zamanda kuruluşunuzun hedeflerini ve değerlerini paylaşan gönüllülerin katılımını ve elde tutulmasını da içerir. Güçlü bir gönüllü yönetim süreci geliştirmek, misyonunuzu destekleyen etkili ve verimli bir gönüllü programı oluşturmak için gereklidir.

Etkili proje yönetimi, sağlıklı ve üretken bir çalışma ortamı yaratmak için de çok önemlidir. Ekipler, iyi proje yönetimi uygulamalarını hayata geçirerek zamandan tasarruf edebilir, iletişimi geliştirebilir, daha iyi kararlar alabilir ve daha iyi sonuçlar elde edebilir.

Gönüllülük proje yönetimi özellikle gönüllülerden oluşan bir ekibi yönetmeye odaklanır. Bu, işe alma, eğitim, vardiya ve rollerin planlanması, elde tutma, tanıma ve ödüllendirme gibi sorumlulukları içerir. Başarılı bir gönüllü proje yöneticisi, kuruluşun hedeflerine ulaşmak için gönüllülerden oluşan bir ekibi etkili bir şekilde yönetmek ve yönlendirmek için gerekli niteliklere ve becerilere sahip olmalıdır.



Görev ve Sorumluluklar

Gönüllü bir proje yöneticisinin çok çeşitli görev ve sorumlulukları vardır. Aşağıda, gönüllü bir proje yöneticisinin sahip olacağı bazı ana sorumlulukların bir listesi bulunmaktadır:

- İletişim bilgileri, uygunluk durumları ve becerileri gibi gönüllülerle ilgili tüm verilerin toplanması ve yönetilmesi.
- Gönüllüler için personel gereksinimlerinin, rollerin ve sorumlulukların planlanması.
- Gönüllü vardiya programının oluşturulması ve sürdürülmesi.
- Yeni gönüllülerin taranması ve işe alınması.
- Gönüllü eğitimini yönetmek.
- Gönüllülerle iletişim kurma ve koordinasyon sağlama.
- Vardiya sırasında gönüllüleri yönetmek veya denetlemek.
- Gönüllü saatlerinin ve diğer önemli program ölçütlerinin takip edilmesi ve raporlanması.



Gönüllülerin etkin yönetimi, herhangi bir kuruluşun veya kâr amacı gütmeyen bir kuruluşun başarısı için kritik öneme sahiptir. Bir gönüllü proje yöneticisinin görev ve sorumlulukları, bir gönüllü programının verimli bir şekilde işlenmesini sağlamak ve gönüllü çabalarının kurumsal hedeflere ve misyona ulaşma yönündeki etkisini en üst düzeye çıkarmak için gereklidir.

Bir Gönüllü Proje Yöneticisinin Sahip Olması Gereken Önemli Nitelikler

Yukarıdaki bölümde görüldüğü gibi, Gönüllü Proje Yöneticilerinin görev ve sorumlulukları oldukça çeşitli olabilir ve birçoğu gönüllülerle doğrudan etkileşim gerektirir. Bir gönüllü proje yöneticisinin işinin büyük bir kısmı, yönetilen gönüllü ekibiyle doğrudan etkileşim kurmak olduğundan, harika bir Gönüllü Proje Yöneticisini ayırt edebilecek belirli nitelikler vardır. Öne çıkan niteliklerden bazıları şunlardır:

GÜÇLÜ LİDERLİK

Gönüllüleri yönetmek, örnek olarak liderlik edebilen ve ön saflarda çalışmaktan korkmayan bir yönetici gerektirir. Bununla birlikte, bir yöneticinin görevleri devredebilmesi ve ekibine yeteneklerine güvendiğini gösterebilmesi de aynı derecede önemlidir.



MÜKEMMEL İLETİŞİM

Açık iletişim, başarılı bir ekibin vazgeçilmez bir parçasıdır. İyi bir gönüllü yöneticisi, ekibiyle açık ve net bir iletişim kurmanın, çeşitli iletişim yöntemleri kullanmanın ve geri bildirimleri aktif bir şekilde dinlemenin önemini bilir.

ARAŞTIRMACI RUH

İyi bir yönetici, her bir gönüllüyü doğru pozisyona veya role yerleştirmek için onları tek tek ve benzersiz ihtiyaçlarıyla tanımaya meraklıdır.

SAYGILI

Gönüllü Proje Yöneticileri, yargılayıcı veya eleştirel olmaktan kaçınarak, gönüllülerinin ihtiyaçlarına saygılı ve anlayışlı bir atmosfer yaratmalıdır.

BAĞLI

Harika bir gönüllü proje yöneticisi, kendini adanmış bir gönüllü tabanı oluşturmanın zaman ve çaba gerektirdiğini bilir ve hevesli gönüllüleri işe alma ve elde tutma arasında denge kurmaya çalışır.

ORGANİZASYON

Gönüllü proje yöneticilerinin, projelerine dahil olan tüm gönüllüleri yönetirken birden fazla ve çeşitli görevleri takip etmeleri gerekir; bu da organizasyonu başarının kilit bileşeni haline getirir.

TAKDİR

Harika bir gönüllü proje yöneticisi, gönüllülerinin sıkı çalışmaları için minnettarlığını ve takdirini ifade eder, katkıları için düzenli olarak geri bildirim ve takdir sağlar. "Teşekkür ederim" demenin ve gönüllülerine kendilerini değerli ve takdir edilmiş hissettirmenin yollarını bulurlar.



Bir Gönüllü Yönetim Süreci Tanımlayın ve Uygulayın

Herhangi bir gönüllü proje yönetimi görevine başlamadan önce, hiçbir önemli adımın atlanmamasını sağlamak için net bir gönüllü proje yönetimi süreci veya prosedürü uygulamak çok önemlidir.

Gönüllü çalışmalarını yönetmenin kesin ayrıntıları, organizasyonel ve lojistik ihtiyaçlara bağlı olarak farklılık gösterecektir. Bununla birlikte, genellikle birçok farklı ihtiyaç ve duruma uygulanabilecek bazı ortak uygulamalar vardır. Aşağıda, gönüllü yönetim sürecinizi tanımlamanıza yardımcı olacak bazı ipuçları ve yönetim stratejileri yer almaktadır.

01 İyi Tanımlanmış Gönüllü Rollerinin Oluşturulması

İyi tanımlanmış rollerin oluşturulması her kuruluş için büyük önem taşır. Doğru kişiyi doğru iş pozisyonu ile eşleştirmenizi sağlar. Bu durum aynı zamanda doğru gönüllünün doğru pozisyon veya rolle eşleştirilmesi için de geçerlidir.

Rol tanımı, hem proje yöneticisi hem de gönüllüler için belirli bir rolle ilişkili görevlerin beceri ve sorumluluklarını daha iyi anlamaları için bir rehber görevi görür.

Aşağıda, yönetim sürecinizin bir parçası olarak iyi tanımlanmış bir iş tanımı oluştururken aklınızda bulundurmanız gereken temel noktalar yer almaktadır.

- **Rol/Pozisyon Başlığı:** Bu, kendi kendini açıklayan bir başlık olmalıdır; açıklayıcı ve isabetli olabilir.
- **Rol Tanımı:** Bu, bu rolün ne gerektirdiğini açıklayan birkaç cümlelik genel bir açıklama olmalıdır.
- **Görevler ve Görevler:** Belirli bir pozisyon için yerine getirilmesi gereken birincil görevlerin ve görevlerin bir listesi.
- **Beceriler ve Nitelikler:** Daha önce özetlenen görev ve işleri yerine getirmek için gereken beceri ve niteliklerin bir listesi. Herhangi bir fiziksel, teknik veya uzman becerisinin gerekli olup olmadığını burada belirtmelisiniz.
- **Sertifikalar:** Rol için gerekli olan sertifikaları açıkça tanımlayın ve listeleyin (örneğin, geçmiş kontrolü, ilk yardım eğitimi, sürücü ehliyeti vb.)



02 Bir 'İşe Alım Stratejisi' Geliştirmek

İşe alım, gönüllülerle çalışma söz konusu olduğunda kilit alanlardan biridir. Gönüllü proje yöneticisi olarak işe alım, işinizin ayrılmaz bir parçasıdır ve sürekli uğraşmanız gereken bir konudur. Neyse ki, gönüllüleri işe almanın birçok yolu vardır, ancak unutulmaması gereken önemli bir bileşen, süreci olabildiğince kolay hale getirmeye çalışmaktır. Bu, gönüllüleri korkutmak yerine kaydolmaya teşvik edecektir.



Bir işe alım stratejisi oluşturmak, gönüllülerle çalışmanın ayrılmaz bir parçası olduğu için yakından ve dikkatle düşünülmesi gereken bir konudur. Aşağıda, çoğu gönüllü işe alım stratejisine uygulanabilecek bazı işe alım unsurları özetlenmiştir:



Kayıt Süreci

Kayıt Formu: Kayıt formunuzun, bir gönüllüyü bir rolle eşleştirmek için ihtiyaç duyabileceğiniz tüm ilgili bilgileri toplayacak şekilde ayarlandığından emin olun. Kayıt formunda hiçbir bilginin atlanmadığından emin olmak için oluşturduğunuz rol tanımlarını kullanın.



İşe Alım Pazarlama Planı

Bir işe alım planı oluşturmanın zor olması gerekmez, ancak mümkün olduğunca çok kişiye ulaşmak için çok kanallı bir yaklaşım benimsemenin en iyisi olduğunu akılda tutmak önemlidir. İnsanların farklı yollarla gönüllü olarak kaydolma fırsatına sahip olduklarından emin olmak da önemlidir. Kuruluşunuzu tanıyan ve gönüllü olarak kaydolmak isteyen birçok kişi muhtemelen web sitenize gidecektir. Bu nedenle, web sitenizde kayıt formunun bulunduğu ve kolayca erişilebilen bir gönüllü sayfası olmasını sağlamak çok önemlidir. Buna ek olarak, insanları gönüllü olmak için bir sonraki adımı atmaya motive eden, ilham veren ve teşvik eden bir pazarlama mesajı oluşturmak da çok önemlidir. İnsanlar inandıkları bir şeyi savunmak ve bu uğurda çalışmak için gönüllü olurlar. Gönüllülere yönelik pazarlama mesajınızda, etkili bir hikaye anlatımı, gönüllülerin kuruluşunuzda gönüllülük yaparak yaratabilecekleri etkiyi gösteren istatistikler ve nihayetinde dünyanın veya toplumun daha iyi olmasına nasıl katkıda bulunabileceklerini göstermeye çalışın.



Mesajınızı İletmek

İşe alım pazarlama planınızı oluşturduktan ve pazarlama mesajınızı geliştirdikten sonra, bu mesajla mümkün olduğunca çok kişiye ulaşmaya çalışmanın zamanı gelmiştir. Özellikle online olmak üzere mümkün olduğunca çok kanaldan faydalandığınızdan emin olun. Herhangi bir reklam için ödeme yapmadan önce göz önünde bulundurmanız ve kullanmanız gereken birçok ücretsiz kanal vardır. Daha fazla gönüllüye ulaşmak için pazarlama mesajınızı yaymayı düşünebileceğiniz bazı kanallar şunlardır:

- **Web sitesi:** Kuruluşunuzun web sitesinin ana sayfasında gönüllü fırsatlarının görüntülendiğinden emin olun.
- **Sosyal Medya:** Sosyal medyada aktif bir varlığınız olduğundan emin olun. İşe alım mesajlarınızı birden fazla sosyal medya platformunda yayınlayın ve insanları paylaşımlarınızla etkileşime geçmeye ve içeriğinizi paylaşmaya teşvik edin.
- **Eşler Arası İletişim:** Personel ve gönüllülerden oluşan sosyal ağını kullanın ve onlardan yaklaşan gönüllülük fırsatlarını kendi sosyal medya platformlarında paylaşımlarını isteyerek kendi ağlarına ulaşmalarını sağlayın.
- **Yerel Medya:** Yerel medyaya bir basın bülteni göndererek kuruluşunuzun gönüllülük fırsatını paylaşımlarını isteyin.



03 Açık İletişim Hatları Oluşturun

Açık iletişim, özellikle gönüllü yönetimi için etkili yönetimin kritik bir yönüdür. Net bir iletişim eksikliği olduğunda, kafa karışıklığına yol açabilir ve bu da programınızda gönüllüleri elde tutmayı doğrudan etkileyebilir. Gönüllülerin karanlıkta bırakıldıklarını veya kendilerine yanlış bilgi verildiğini hissetmeleri sinir bozucu olabilir.

Proje yönetimi ve gönüllüler arasında iyi bir iletişim kurmak için iyi bir iletişim aracına yatırım yapmak önemlidir. İletişim aracı acil durumların, vardiya değişikliklerinin ve diğer önemli bilgilerin duyurulmasına olanak sağlamalıdır. Gönüllü proje yöneticisinin hangi iletişim aracını seçtiğine bakılmaksızın, gönüllüler ve yönetici arasında iki yönlü bir iletişim esastır. İletişim, anlamlı gönüllü katılımını teşvik etmek için çok önemlidir.

04 Gönüllülerinize Teşekkür Edin

Gönüllülerin kuruluşunuza veya projenize bağışladıkları zaman ve emek için minnettarlığınızı göstermeniz çok önemlidir. Gönüllüler zamanlarının hafife alındığını veya takdir edilmediğini hissettiklerinde, bu durum hayal kırıklığı yaratabilir ve başka bir yerde gönüllü olmalarına yol açabilir.

Küçük eylemlerin büyük bir etkisi olabilir. Vardiyalarının sonunda gönüllülere katkılarından dolayı teşekkür etmek veya herkesin bir araya geldiği bir sosyal toplantı düzenlemek kadar basit bir şey, gönüllü ekibinizdeki motivasyonun korunmasına yardımcı olabilir. Gönüllü bir proje yöneticisinin gönüllülere minnettarlığını göstermesinin herhangi bir yolu, çalışma ortamını önemli ölçüde iyileştirebilir ve gönüllülerin elde tutulmasını artırabilir.





5.4. SONUÇLAR VE DİKKAT EDİLMESİ GEREKENLER

Bir gönüllü proje yöneticisi olarak, ister küçük ister büyük bir gönüllü grubunu yönetiyor olun, iyi düşünülmüş ve organize edilmiş bir yönetim planına sahip olmanız çok önemlidir. Gönüllü proje yöneticisi pozisyonu, ilk başta göz korkutucu ve bunaltıcı görünebilecek birçok sorumluluk ve görev içerir. Ancak, yukarıdaki bölümde gösterildiği gibi, görevlerin düzenlenmesine ve işlerin daha sorunsuz yürütülmesine yardımcı olabilecek birçok adım vardır. Hepsinden önemlisi, gönüllü proje yöneticisi pozisyonu gerçekten motive edici ve etkili olabilir, özellikle de siz ve gönüllü ekibinizin yaptığı iş konusunda tutkuluysanız!



5.5. YARARLI KAYNAKLAR

- [Metodoloji](#)
- [Proje Yöneticisi](#)
- [En İyi 10 Gönüllü Yönetimi Eğitim Programı ve Temel Kaynaklar](#)
- [Gönüllü Yönetimi: İlgi Çekici Bir Program Nasıl Geliştirilir?](#)



Ünite 6

Gönüllü Yönetim Yazılımı

Daha iyi ve daha etkili bir gönüllü yönetim süreci



6.1. ÖĞRENME HEDEFLERİ

Bu ünite aşağıdaki temel hedeflere ulaşmayı amaçlamaktadır:

- Gönüllü yönetim yazılımının açıklanması.
- Bir gönüllü yönetim yazılımının faydalarını anlamak.
- Doğru yönetim yazılımının seçilmesi.
- Kuruluşlar tarafından kullanılabilecek araçların kullanımının anlaşılması.

Gönüllü yönetim yazılımı STK'lar için önemlidir çünkü gönüllü yönetim süreçlerini kolaylaştırmaya ve otomatikleştirmeye yardımcı olarak gönüllülerin işe alınmasını, programlanmasını, izlenmesini ve onlarla iletişim kurulmasını kolaylaştırır. Bu da zaman ve kaynak tasarrufu sağlar, gönüllü katılımını artırır ve kuruluşun misyon ve hedeflerine odaklanmasına olanak tanır.

**Doğru gönüllü
yönetim
yazılımını
seçmek,
kuruluşun
ihtiyaçlarını
karşıladığından
emin olmak için
önemlidir.**



6.2. TANIMLAR



Gönüllü Yönetim Yazılımı

Gönüllü yönetim yazılımı, kuruluşlara gönüllü yönetiminin sorunsuz işleyişiyle ilgili çeşitli görevlerde yardımcı olan idari bir araçtır.

6.3. İÇERİK

01

Giriş

Gönüllüler birçok kuruluşta çok önemli bir rol oynar ve katkıları kuruluşun hedeflerine ulaşması için gereklidir. Bununla birlikte, gönüllüleri yönetmek, özellikle de elinizdeki görev için yeterince hazırlıklı değilseniz, zor olabilir.



Gönüllü yöneticileri, gönüllü yönetim sisteminin her adımında yer alır. Çoklu görev gerektirir ve daha iyi ve daha kontrol edilebilir koordinasyon için yönetim ekibini destekleyebilecek uygun bir sisteme sahip olmadan herhangi bir sayıda gönüllüyü yönetmek zorlaşabilir. 21. yüzyılda hiçbir şey günlük hayatımızı yeni teknoloji kadar etkilemedi. Kuşkusuz, kuruluşlar gönüllü veri tabanlarını kontrol etmelerini sağlayacak bir yazılım/araç benimsemek için bundan tam olarak yararlanacaklardır.

Bu aynı zamanda gönüllü yöneticileri ve gönüllüler arasında açık bir iletişim kurmalarını sağlayacak bir destek sistemi olarak da görülebilir ve ikinci olarak kuruluşların sorunsuz çalışmasına olanak tanıyacaktır. Gönüllüler boş zamanlarını bir kuruluşun amacını aktif olarak desteklemek ve ilerletmek için bağışlamaktadır - kuruluşlar bu zamanı mümkün olduğunca etkili kılmak için her adımı atmalıdır.

Bu bölüm boyunca, gönüllü yönetim yazılımının kuruluşların gönüllülerinin etkisini en üst düzeye çıkarmalarını sağlamadaki kritik rolünü inceleyecek, bu teknolojinin hem kuruluşlar hem de gönüllüler için faydaları hakkında içgörüler sunacak ve etkili gönüllü yönetimini desteklemek için en iyi uygulama ve araç örneklerini paylaşacağız.

02 Gönüllü Yönetim Yazılımı Nedir?

Gönüllü yönetim yazılımı, kuruluşlara gönüllü yönetiminin sorunsuz işleyişiyle ilgili çeşitli görevlerde yardımcı olan idari bir araçtır. Bir kuruluşun, yönetim ekibini düzenli tutacak ve ekibin kaynakları etkin bir şekilde yönetmesini sağlayacak ilgili yazılım sistemini seçmesi önemlidir.

2.1. Gönüllü Yönetim Yazılımının Faydaları Nelerdir?

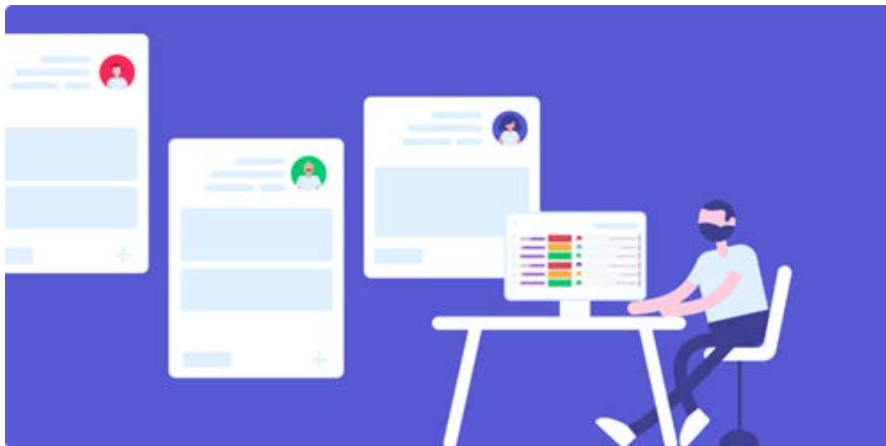
Gönüllüler birçok kuruluşta çok önemli bir rol oynar ve katkıları kuruluşun hedeflerine ulaşması için gereklidir. Bununla birlikte, gönüllüleri yönetmek, özellikle de elinizdeki görev için yeterince hazırlıklı değilseniz, zor olabilir.

- Bir yazılım sistemi gönüllüleri uygunluk, yaş, cinsiyet, coğrafi konum, hizmet yılı, deneyim ve kuruluşun seçeceği diğer özel kategorilere göre gruplandırabilir.
- Bir yazılım sistemi kuruluşlara gönüllü alımı, işe alım/eğitim modülleri, zamanlama, sosyal yardım, izleme, iletişim ve uyumluluk konularında yardımcı olabilir.



Yazılım, telefonla iletişim kurmak, gönüllülerin ayrıntılarını elektronik tablolara ve Excel dosyalarına kaydetmek için çok fazla zaman harcamadan yukarıdakilerin tümünü tek bir platformda tek bir tıklamayla basit ve erişilebilir hale getirir. Ayrıca kuruluşların kategorileri sıralamasına, belirtilen her alanın kombinasyonlarına göre raporlar çalıştırmasına veya oluşturmaya yardımcı olabilir. Ayrıca yönetimin karmaşık görevleri tamamlamasına, güncellemeler yapmasına ve önemli tarihler, etkinlikler vb. için hatırlatıcılar ayarlamasına yardımcı olur.

Uygun bir gönüllü yönetim yazılımına sahip olmak, kuruluşların hedeflerine ulaşmalarına ve faaliyetlerini sürekli olarak iyileştirmelerine yardımcı olabilir.



2.2. Gönüllü Yönetim Yazılımı Gönüllülere Nasıl Fayda Sağlar?

Bazen insanlar için gönüllülük yolunda ilk adımı atmak zor gelebilir. Kuruluşların, gönüllü olmak isteyen kişilere cazip gelebilecek bir gönüllü yönetim yazılımına sahip olmalarında fayda vardır.

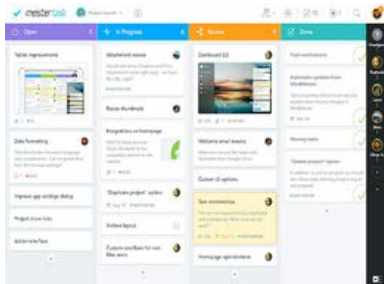


- İnsanlar, yazılım aracılığıyla kuruluş, kapsamı ve yardımlarına ihtiyaç duyulabilecek alanlar hakkında alacakları eğitimle gönüllülüğe başlamak için heyecan duyacaklardır.
- Kendilerini bir topluluğun parçası olarak hissedecekleri için harekete geçme konusunda daha ilgili ve motive hissedeceklerdir.
- Projelere katılma ve görevleri tamamlama konusunda kendilerini cesaretlendirilmiş hissedebilirler, zira kendi profillerine en uygun rolleri kendileri planlayabilir ve bulabilirler. Bu ancak her gönüllünün programını düzenlemek için kimlik bilgileriyle sisteme giriş yapabileceği bir portal aracılığıyla gerçekleştirilebilir.
- Kuruluşlar bunu yazılımın iletişim kanalı aracılığıyla sağlayacağından gönüllüler her zaman en doğru ve en güncel bilgilere sahip olacaktır.
- Yazılım, kuruluşların gönüllüler için gerçekten önemli olan içerik ve gönüllü fırsatlarıyla gönüllülerin ilgisini çekmesini kolaylaştırır.

03 Doğru Gönüllü Yönetimi Yazılımını Seçme

3.1. Gönüllü Yönetimi İçin Araç Örnekleri

Bir gönüllü programı seçmeden veya oluşturmadan önceki ilk adım, kuruluşun neyi başarmak istediğini belirlemektir. Kuruluşun destekçi listesini bölümlere ayırmak, gönüllülerle etkileşimi kişiselleştirmek, gönüllü başvuru sürecini kolaylaştırmak ve gönüllü katılımını artırmak için diğer teknoloji araçlarını kullanmak için özelleştirilmiş ve entegre bir yazılım kullanmak çok önemlidir. Dikkate alınan tüm yazılımlar günlük gönüllü operasyonlarını daha hızlı, daha kolay ve daha sezgisel hale getirmelidir.



MeisterTask: Bu araç, kuruluşların kolayca proje oluşturmaya, ekip üyeleri eklemesine, görevler atmasına ve her iş vakası için özelleştirilebilen esnek bir panel biçiminde ilerlemeyi izlemesine olanak tanır. Ayrıca ekip üyeleriyle iletişimi kolaylaştırarak projeleri yönetmeyi ve düzenli kalmayı kolaylaştırır.

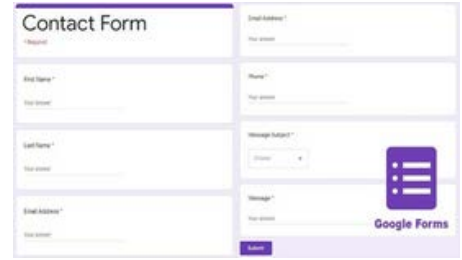


Galaxy Digital: Bu web tabanlı, mobil dostu yazılım, kurumların gönüllülüklerini büyütme ve yönetme, topluluk katılımını artırmalarına ve etkilerini izlemelerine ve paylaşımlarına yardımcı olmak için tasarlanmıştır. Bir kuruluşun gönüllülüğünü ve toplum katılımını teşvik etmek, yönetmek, katılımını sağlamak ve raporlamak için tek bir platform sağlar.

Google Forms başta kayıt aşamasında olmak üzere izleme ve değerlendirme aşamasında da gönüllülerden bilgi toplamak için yaygın olarak kullanılan bir dijital araç haline gelmiştir. Özgeçmişlerin ve başvuru formlarının e-posta yoluyla toplanması, hem işe alan hem de başvuran için zorluklar yaratmıştır; çünkü süreç oldukça uzundur, belgelerin oluşturulması zordur ve farklı formatlarda, boyutlarda ve çeşitli e-posta adreslerinde geldiklerinden ve indirilmeleri ve gruplandırılmaları gerektiğinden gençleri başvurmaktan caydırmaktadır. Google Forms sayesinde STK'lar daha hızlı bilgi toplayabilir ve verileri hiçbir ekstra maliyet olmadan doğrudan elektronik tablolarda işleyebilir ve analiz edebilir. Anketi basit ama alakalı tutarlarsa (kısaca ve net sorularla, birden fazla seçenekle) ve doldurmak için gereken süreyi tahmin ederlerse, gençlerle daha iyi diyalog kurabilirler.

Özel Facebook grupları genellikle STK'lar tarafından belirli bir projedeki gönüllülerle iletişim kurmak için kullanılır. Gizli gruplar, Facebook üzerinden arama yapılamadığından, üyelerin grup ayarlarına bağlı olarak bir üye veya yönetici tarafından davet edilmesi veya eklenmesi gerektiğinden ve yalnızca onlar grup adını, grupta kimlerin olduğunu, grubun açıklamasını ve etiketlerini veya haber kaynağında gruba ilgili hikayeleri görebildiğinden, veri korumasını sağlamak ve ekip içinde güveni artırmak için en iyi sonucu verir. Bununla birlikte, üyelerin motivasyonunu sürekli olarak teşvik etmek, tüm gönderilerin alakalı olduğundan emin olmak ve ortaya çıkarsa çatışmaları yönetmek için bir grup moderatörüne ihtiyaç vardır. Aslında çevrimiçi bir topluluk oluşturmaya yardımcı olurlar. Ayrıca, toplumlarının farklı bölgelerinden ve uzaktan katkıda bulunan farklı zaman çizelgelerine sahip gönüllüleri bir araya getiren STK'lar tarafından da kullanılmaktadır.

SignUpGenius kâr amacı gütmeyen kuruluşların gönüllüleri işe almasını, bilgi toplamasını, görevleri devretmesini ve gönüllüleri yönetmesini kolaylaştırır. Kuruluşlar web sitelerini kayıt formuna bağlayabilir ve platform otomatik hatırlatıcılar ve onay e-postaları gönderir. Ayrıca, bir gönüllü veritabanı olarak da hizmet veriyor.

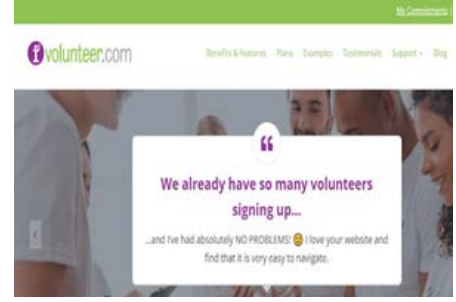




VolunteerLocal, gönüllü yöneticileri için tasarlanmış kullanıcı dostu bir yazılımdır. Sınırsız gönüllü veritabanı ve uygulamaları, e-posta ve SMS iletişim araçları ve gönüllüler için bir mobil uygulama sunar.

iVolunteer gönüllü kayıtlarını yönetmek için mükemmel bir yazılım sistemidir. Sınırsız kayıt sayfaları, tarihler ve yuvalar, özelleştirilebilir kayıt sayfaları, mobil ve masaüstü kayıtları, gönüllü veritabanı ve ayrıntılı etkinlik günlükleri dahil olmak üzere bir dizi özellik sunar. iVolunteer'ın gerçek kullanıcılardan harika yorumlar aldığını ve kullanımının kolay olduğunu belirtmek gerekir.

Timecounts, gönüllü organizatörler tarafından yapılmış bir gönüllü yönetim yazılımıdır. Gönüllü yönetimi için işe alım, fırsatların düzenlenmesi ve kısa ve uzun vadeli gönüllülüğün planlanması dahil olmak üzere kapsamlı bir çözüm sunar. Timecounts, kayıtlara, zaman kayıtlarına ve taahhütlere kolay erişim sağlayan bir gönüllü veritabanı sunar. Timecounts, kısa ve uzun vadeli gönüllülük fırsatlarını planlar.



3.2. İyi Uygulamalar

Bu bölümde, Mobility Friends tarafından gönüllü yönetimi için kullanılan iki ana dijital araç sunulacaktır. 28 çalışanı ve 30'dan fazla gönüllüsü olan kuruluş, gönüllülerini etkin bir şekilde yönetmek için bu araçlara güveniyor.

Slack: Mobility Friends, gönüllüleriyle iletişim ve proje çalışmaları için 2015 yılından bu yana Slack kullanıyor. Slack, insan gruplarının birbirlerine mesaj göndermesine olanak tanıyan çevrimiçi bir iletişim aracıdır ve uygulamalarla bilgisayarda veya mobil cihazda kullanılabilir.

Mobility Friends çalışanları ve gönüllüleri Slack'i bir mesajlaşma uygulaması ve bulut tabanlı ortak çalışma alanı olarak kullanıyor. Her projenin, eSkills Gönüllüleri Slack ekibi gibi ayrı bir Slack ekibi vardır ve ekip üyeleri burada birbirlerine mesaj gönderip alabilirler. Gönderilen tüm mesajlar genellikle konuya göre düzenlenir ve kişiler kendilerinden ne zaman bahsedildiğini görebilmeleri için etiketlenebilir. Ayrıca, Google veya Word belgeleri ve resimler gibi dosyalar da yüklenebilir. Slack özellikle çevrimiçi gönüllü çalışmalar için kullanışlıdır çünkü:

- Gönüllüler ve ücretli personel uzaktan çalışabilir.
- Gönüllüler farklı günlerde çalışabilir ve yüz yüze etkileşime girmeleri gerekmez. Slack, gerçek zamanlı sohbete izin vererek gönüllüler için gerçek zamanlı katılımı teşvik eder.
- Gönüllüler dosya paylaşabilir ve belirli bir projeye ilgili tüm iletişim tek bir yerde kalır.



Doodle: Mobility Friends 2016 yılından beri Doodle kullanıyor. Doodle, tarihlere, yerlere ve daha fazlasına karar vermenin basit bir yolunu sunarak gönüllülerle toplantıları planlamak için ideal bir araç haline getiriyor.

Mobilite Dostları Doodle'ı esas olarak eğitim ve haftalık organizasyon toplantılarını ayarlamak için kullanıyor. Gönüllü Yöneticisi ücretsiz bir etkinlik oluşturuyor ve bağlantıyı gönüllülere gönderiyor, onlar da kendilerine en uygun zamanı seçebiliyorlar. Doodle'ı kullanmaya başladığından beri Mobility Friends, bir grup gönüllüyle sadece bir toplantı planlamak için ileri geri giden çok sayıda e-posta zincirini ortadan kaldırdı ve onlara çok zaman kazandırdı.

Bu çevrimiçi planlama aracı, birden fazla kişiyle buluşmak üzere bir tarih ve saat bulmak için hızlı ve kolay bir şekilde kullanılabilir. İlk olarak, bir kişi etkinlik için tarih ve saat önerir, ardından Doodle geri bildirim için katılımcılara gönderilebilecek bir anket takvimi oluşturur. Herkes yanıt verdikten sonra, Gönüllü Yöneticisi herkes için en uygun gün ve saati seçebilir ve takvim davetini gönderebilir.

6.4. SONUÇLAR VE DİKKAT EDİLMESİ GEREKENLER

Zaman geçtikçe gönüllü çalışma algısı ve yaklaşımı da değişiyor. Günümüzde insanlar interaktif gönüllülük fırsatları için daha fazla seçeneğe sahip. Gönüllüleri belirli bir kuruluşa çekmek için, destekleyici bir çalışma ortamında ilgi çekici, etkileşimli ve yaratıcı görevler sunmak gerekir.

Kuruluşlar, kuruluş içinde çevrimiçi araçların ve dijital medyanın kullanımını destekleyen bir altyapı geliştirmeye yatırım yapmalıdır. Uygun teknoloji araçları, iş için uygun gönüllülerin belirlenmesine yardımcı olabilir, güçlü bir gönüllü katılımı kültürünü teşvik edebilir ve kuruluşla bağlantı kurlarını için daha fazla yol sağlayabilir.

Özetle, doğru teknoloji araçlarının seçilmesi gönüllülük deneyimini büyük ölçüde geliştirebilir ve kuruluşlar ile gönüllüleri arasındaki etkileşimi artırabilir.



6.5. YARARLI KAYNAKLAR

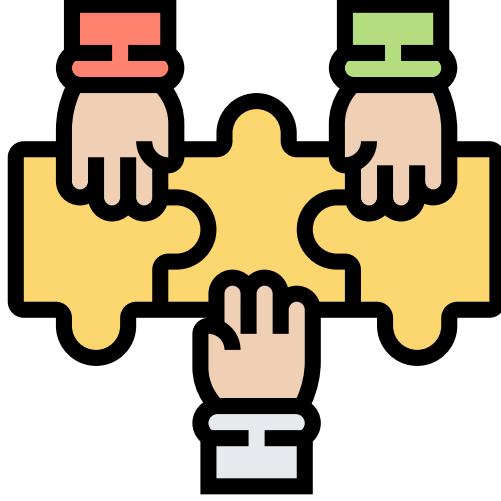
- [Kuruluşlar Neden Gönüllü Yönetim Yazılımı Kullanmalı?](#)
- [En İyi Gönüllü Yönetim Yazılımını Seçme Rehberi](#)
- [Kâr Amacı Gütmeyen Kuruluşlar İçin Gönüllü Yönetim Yazılımı](#)
- [Gönüllü yönetim yazılımı](#)
- [2023'te gönüllü yönetimde nasıl ustalaşılır?](#)
- [Gönüllü Yönetim Yazılımı Kullanmanın Faydaları](#)
- [Gönüllülerin Yönetimi için Dijital Araçlar](#)
- [Teknoloji ile Daha İyi Bir Gönüllü Programı Oluşturmanın 5 Yolu](#)
- [En İyi Gönüllü Yönetim Yazılımı](#)



Ünite 7

Kurumsal Ortaklıklar Geliştirilmesi

Kâr amacı gütmeyen kuruluşların kurumsal kuruluşlarla nasıl ve ne tür bir işbirliği yapabileceği ve her iki taraf için de ne gibi faydalar sağlayabileceği



7.1. ÖĞRENME HEDEFLERİ

Bu ünitenin temel hedefleri aşağıdaki gibidir:

- Kurumsal ve kar amacı gütmeyen kuruluşlar arasında ortaklık kurmanın değerinin anlaşılması
- Farklı ortaklık biçimlerinin öğrenilmesi ve nasıl bulunacağını öğrenilmesi, temas ve sürdürme
- Ortaklık kurarken öncelikler ve hedefler hakkında net bir fikre sahip olmak ve başarıları değerlendirebilmek

Başarılı bir kurumsal ortaklık sağlam bir planlamaya, net beklentilere, karşılıklı saygıya, diğer kuruluşlarla ilişki kurma isteğine ve topluma yardım etme arzusuna dayanmalıdır.

**Kurumsal
ortaklıklar,
STK'ların
hedeflerine
ulaşmaları ve
toplum
üzerinde olumlu
bir etki
yaratmaları için
çok önemlidir**

7.2. TANIMLAR



Kurumsal Ortaklık

It is a mutually beneficial relationship between a for-profit company and a not-for-profit organisation

7.3. İÇERİK

STK'lar için kurumsal ortaklıkların önemi nedir?



Kurumsal ortaklık, kâr amacı güden bir şirket ile kâr amacı gütmeyen bir kuruluş arasında sosyal ve çevresel etki, sürdürülebilirlik ve diğer ilgili girişimlere yönelik işbirliği ve ortak çabaları içeren karşılıklı fayda sağlayan bir ilişkidir.

Son on yılda amaç odaklı liderlik ve sosyal etki girişimlerinde hızlı bir evrim yaşanmıştır. Kâr amacı gütmeyen kuruluşlar artık sosyal ve çevresel değişimi sağlamaktan tek başına sorumlu değil. Birlikte, donuk kurumsal hayırseverliğin ötesine geçerek etki, sürdürülebilirlik, değişim ve daha fazlasına odaklanan daha işbirlikçi ve entegre projelere doğru ilerliyoruz. Dahası, şirketlerin topluma geri vermesi gerektiği düşüncesi hızla norm haline geliyor.

Bu eğilime yanıt olarak, her ölçekten ve her sektörden işletmeler KSS (Kurumsal Sosyal Sorumluluk) girişimlerini büyütüyor ve topluluklar ve kâr amacı gütmeyen kuruluşlarla ortaklıklar kuruyor. Bu ortaklıkların çeşitli avantajları vardır. Sadece toplumun geneli için ortak değer yaratmakla kalmıyor, aynı zamanda gönüllü yetenekleri işe almak, bağış toplamayı artırmak ve toplumda daha büyük bir varlık yaratmak da dahil olmak üzere hem kar amacı gütmeyen kuruluşlara hem de şirketlere fayda sağlıyorlar. Kâr amacı gütmeyen kuruluşlar için, herhangi bir kurumsal ortaklığın amacı, hayırsever hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olurken aynı zamanda daha geniş bir topluma somut faydalar sağlayan bir ilişki kurmak olmalıdır.

Ayrıca, kurumsal bir ortaklık sadece bir değer alışverişinin ötesinde yeni bir değer yaratabilir. Bu nedenle, herhangi bir kurumsal ortaklık sağlam bir planlama, net beklentiler, karşılıklı saygı, diğer kuruluşlarla etkileşim kurma isteği ve topluma yardım etme arzusu üzerine kurulmalıdır.



Ortaklık Nasıl Kurulur?

01 Potansiyel Ortakları Belirleyin

Ortak olmak için doğru şirketi seçmek zor olabilir. Günümüzde, toplumunuzdaki potansiyel iş ortaklarının bir listesini oluşturmak iyi bir yaklaşımdır. İyi ortaklar olabilecek yaklaşık 15 ila 30 işletmenin adını yazarak işe başlayın. Ardından, belirli kriterlere göre bazılarını eleyin. Örneğin, kâr amacı gütmeyen kuruluşunuz kırsal bir bölgedeyse, yakınlık önemli bir sınırlayıcı faktör olabilir.

Küçük veya orta ölçekli bir kâr amacı gütmeyen kuruluşsanız, bölgenizdeki küçük ve orta ölçekli işletmeleri arayarak işe başlayın. Bölgenizdeki işletmeler için hızlı bir Google veya LinkedIn araması yapın ve bağlantıları bulun (İnsan Kaynakları, Çalışan İlişkileri veya Topluluk Katılımı unvanları en iyi seçeneğiniz olabilir).

Şehrinizdeki, eyaletinizdeki veya ülkenizdeki ekonomik eğilimleri araştırın. Bu bilgiler, ulaşılabilecek doğru işletmeyi seçmenize yardımcı olabilir. Örneğin, önemli işten çıkarmalara veya mağaza kapanışlarına dikkat etmek isteyebilirsiniz. Bunlar, şirketin muhtemelen uygun olmadığını gösterir.

Büyümekte olan şirketleri arayın: yeni ürünler piyasaya sürme, faaliyetlerini genişletme, yeni çalışanlar işe alma vb. Ayrıca, bağış geçmişlerini de inceleyin. Geçmişte hangi şirketler benzer amaçlar için bağışta bulunmuş? Hangi işletmeler sizin değerlerinizi paylaşıyor?

02 Uyumluluğu Sağlayın

Gelecek vaat eden birkaç işletme belirledikten sonra, değerlerinizin uyumlu olduğundan emin olun. Şirketin kuruluşunuzun hedeflerini ve misyonunu paylaşıp paylaşmadığını belirlemek için daha fazla araştırma yapmanız gerekebilir. Topluluklarında yaratmayı umdukları etkiyi tanımladıkları kurumsal sosyal sorumluluk beyanlarını bulun. Çoğu işletme bunu web sitesinde listeler.

Tıpkı sizin potansiyel ortaklarınızı araştırdığınız gibi, onlar da kendi durum tespitlerini yapacak ve sizi araştıracaklardır. Bu nedenle, keşfedilebilirlik açısından faydalı olabilecek ve itibarınıza katkıda bulunacak güçlü bir kurumsal profiliniz olduğundan emin olun.





03 Vizyonunuzu ve Hedeflerinizi Anlatın

Kâr amacı gütmeyen kuruluşunuzun vizyonu ve hedefleri konusunda net olun. Programlarınızın uygulanabilir olması için her yıl belirli bir miktarda gelir elde etmeniz gerekiyorsa, bunu önceden belirtin. Ya da amacınız okuryazarlık programlarınızı on okula veya çevre illere daha yaymaksa, bu planlarınızı da açıklayın. Yeni ortaklarınızın katkıda bulunacakları faydalı fikirleri olabilir ve kurumsal ortağınızla zamanının, yeteneklerinin ve bağışlarının kuruluşunuz aracılığıyla nasıl bir fark yaratacağı konusunda iletişim kurmak, hem yöneticileri hem de çalışanları daha hevesli ve kararlı hale getirebilir.

Bir potansiyel müşteri listesine sahip olduğunuzda, sunduğunuz değer konusunda net olduğunuzdan emin olun. Unutmayın, bu karşılıklı fayda sağlayan bir ortaklıktır ve tanımladığınız ve iletmeyi seçtiğiniz değer, yaklaştığınız işletmenin sorunlu noktaları tarafından bilgilendirilmelidir. Başka bir deyişle, her müşteri adayına aynı sunumu göndermeyeceksiniz. Belirli bir potansiyel müşterinin sorunlu noktalarını belirleyin ve ardından bu sorunlu noktalara yanıt veren bir ortaklık teklifi geliştirin.

04 Strateji Toplantıları Düzenleyin

Uygun bir ortak bulduğunuzda, ortaklığınızın ayrıntılarını görüşmek üzere şahsen bir araya geldiğinizden emin olun. Beklentileriniz konusunda önceden net olmak ve sözleşme detaylarını yazılı hale getirmek, işbirliğinizin uzun yıllar boyunca faydalı, uyumlu ve üretken olmasını sağlamaya yardımcı olabilir.

Şirkette ilk toplantınızı sıradan tutun. Kâr amacı gütmeyen kuruluşunuzu ve misyonunu tanıttın ve amacınız konusunda neden tutkulu olduğunuzu tartışarak ortak bir zemin bulmaya çalışın. Bir ortaklık teklif edecek kadar rahat hissetmeniz için bir veya iki gayri resmi toplantı gerekebilir. İkinci veya üçüncü toplantıya hazırlıklı gelin. Şirkete ortaklığın karşılıklı olarak nasıl faydalı olacağını gösterin. İşbirliğinin nasıl işleyeceğine dair planları sunmaya hazır olun.





Kâr amacı gütmeyen kuruluşlar, kurumsal ortaklıklarla bağlantı kurmak ve bu ortaklıklardan fırsatlar elde etmek için bir strateji geliştirirken genellikle nereden başlayacaklarını bilememe sorunuyla karşı karşıya kalırlar. Bu durum hem büyük hem de küçük kâr amacı gütmeyen kuruluşlar için geçerlidir. Gerçek şu ki, kurumsal ortaklıklar yalnızca kâr amacı gütmeyen kuruluşlara değil, aynı zamanda ilgili şirketlere de değer sunar. Farklı şirketlerin farklı ihtiyaçları ve hedefleri olsa da, bunlar genellikle beş kategoriye ayrılır:

- Marka İtibarı
- Çalışan Bağlılığı
- Müşteri Bağlılığı
- Toplumsal Çözümler
- ESG (Çevresel, Sosyal, Yönetişim) Hedefleri.

Kâr amacı gütmeyen kuruluşlar için yaklaşım, bireysel gönüllülerle olduğu gibi şirketlerle de benzer şekilde ortaklıklar kurmaktır. Sadece kısa vadeli kazançlar aramak yerine, motivasyon ve sürdürülebilir bir ilişki kurma fırsatı aramak esastır. Bu, bir zihniyet değişikliğini ve hem ortaklar hem de toplum için uzun vadeli değer yaratmaya vurgu yapılmasını gerektirir.

Bir şirket kar amacı gütmeyen bir kuruluşa yaklaştığında, katılımlarının uygun olup olmayacağını belirlemek için bir soru listesinin hazır olması tavsiye edilir. Bu sorular, gönüllü adaylarıyla bireysel görüşmelerde kullanılan sorulardan değiştirilebilir.

Mesela:

- Şirket neden kar amacı gütmeyen kuruluşu seçti?
- Geçmişte şirket çalışanlarından herhangi biri kar amacı gütmeyen kuruluşun hizmetlerinden yararlandı mı?
- Şirket bu ortaklık aracılığıyla ne elde etmeyi umuyor?
- Şirket geçmişte ne tür gönüllülük faaliyetlerinde bulundu? Nasıl karşılandı? Ne gibi geri bildirimler aldılar?
- Ortaklığa katılım çalışanlar için zorunlu mu yoksa isteğe bağlı mı?
- Şirket, çalışanlarının kar amacı gütmeyen kuruluştaki gönüllülük yaparak ne gibi faydalar elde edeceğine inanıyor?

Bunun bir sorgulama değil, sürdürülebilir bir ortaklığın her iki taraf için de uygun olmasını sağlamaya yönelik bir girişim olduğunu vurgulamak önemlidir. Kâr amacı gütmeyen kuruluşlar şirketler için değerli bir ortak olma fırsatına sahiptir, aynı şekilde şirketler de kâr amacı gütmeyen kuruluşlar için değerli bir ortak olma fırsatına sahiptir. Kâr amacı gütmeyen kuruluşlar, ortaklarıyla uzun vadeli ilişkiler geliştirmeye ve onlara ve topluma mümkün olduğunca fazla değer sağlamaya odaklanarak kısa vadeli kazançların ötesine geçen karşılıklı fayda sağlayan ortaklıklar kurabilir.



Ortaklık Hedefleri

Kurumsal ortaklık, kâr amacı gütmeyen bir kuruluş ile kurumsal bir sponsor veya ortak arasında, ortak değerlere dayalı ortak bir hedef doğrultusunda birlikte çalışılan işbirliğine dayalı bir ilişkidir. Kurumsal bir ortaklığa dahil olmak, kar amacı gütmeyen kuruluşlar için aşağıdakiler de dahil olmak üzere çok sayıda fayda sunar:

- **Artan finansman:** İşletmeler, adlarının tanıtım materyallerinde veya etkinliklerde kullanılması karşılığında kâr amacı gütmeyen kuruluşlara önemli miktarda bağışta bulunurlar. Bu fon, kar amacı gütmeyen kuruluşların hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olmak için çok önemli olabilir.
- **Toplumsal itibarın artması:** Kurumsal bir ortakla çalışmak, kar amacı gütmeyen kuruluşları başka türlü misyonlarının farkında olmayan bireylere tanıtabilir. Köklü işletmeler genellikle toplum içinde derin bağlantılara sahiptir ve bunları kar amacı gütmeyen kuruluşların ağ kurmasına ve gelişmesine yardımcı olmak için kullanabilir.
- **Daha geniş bir gönüllü havuzu:** İşletmeler kar amacı gütmeyen kuruluşlarla ortaklık kurduklarında, çalışanlarından bazıları gönüllü olmak için ilham alabilir. Kâr amacı gütmeyen kuruluşlar bu gönüllülerin olumlu deneyimlerinden faydalanarak gönüllüleri elde tutma oranlarını artırabilir.
- **Geliştirilmiş iç operasyonlar:** İşletmeler kar amacı gütmeyen kuruluşlara aksi takdirde eksik olabilecek temel beceriler, kaynaklar veya personel sağlayabilir. Örneğin, özel bir pazarlama direktörü olmayan kar amacı gütmeyen bir kuruluş, ortak personel veya beceriye dayalı gönüllülük yoluyla bir işletmenin pazarlama kaynaklarına erişim sağlayabilir.
- **Daha geniş erişim:** Tanınmış bir işletme daha geniş bir müşteri tabanına sahip olabilir, dolayısıyla kar amacı gütmeyen kuruluşlar için daha fazlasını yapabilir. Müşteriler ortaklıktan haberdar olduklarında, kar amacı gütmeyen kuruluşa daha fazla destekçi ve bağışçı çekme potansiyeline sahip olarak dahil olmak için motive olabilirler.

Ancak, kurumsal ortakların da bu ilişkiye katılmak için kendi motivasyonları olabilir. İşte kâr amacı gütmeyen kuruluşlarla kurumsal ortaklıkların katılımcı işletmelere fayda sağlayabileceği bazı yollar:

- **Gelişmiş toplum itibarı:** Çoğu tüketici güvenilir, ilgili ve vicdanlı şirketlerle iş yapmak ister. Kâr amacı gütmeyen bir kuruluşla ortaklık kurmak, işletmelerin değerlerini topluma göstermelerine yardımcı olur.
- **Reklam fırsatları:** İşletmeler kar amacı gütmeyen bir etkinliğe sponsor olduklarında, karşılığında genellikle adlarının veya logolarının belirgin bir şekilde gösterilmesi yoluyla reklam fırsatları elde ederler. İşletmeler ayrıca kendi iç pazarlama materyallerinde kar amacı gütmeyen kuruluş-kurumsal ortaklığa atıfta bulunarak ortaklık yaptıkları kar amacı gütmeyen kuruluşlara verdikleri desteği vurgulayabilirler. Bu fırsatlar, işletmenin kamuoyundaki görünürlüğünü artırmaya ve olumlu marka çağrışımları yaratmaya yardımcı olur.



- **Çalışanların morali yükselir:** İşyerleri hakkında iyi hisseden çalışanların daha üretken olması ve şirkette daha uzun süre kalması muhtemeldir. Kâr amacı gütmeyen kuruluşlarla ortaklık yapan şirketlerin çalışanlarının moralinin daha iyi olması muhtemeldir, çünkü çalışanlar toplumda iyi işler yapma misyonunun bir parçası olan bir işletmede çalışmaktan gurur duyarlar.
- **Enerjik müşteri tabanı:** İdeal olarak işletmeler, müşteri tabanlarının heyecan duyacağı kâr amacı gütmeyen kuruluşlarla ortaklık kurmak ister. Müşteriler ortaklık konusunda hevesliyse, şirketle iş yapmaya devam etme olasılıkları daha yüksek olabilir.
- **Artan satışlar:** Şirketler gelirlerini en üst düzeye çıkarmak için çalışırlar ve kar amacı gütmeyen bir kuruluşla çalışmak genellikle bunu yapmanın bir yolunu sunar. Artan satışlar, reklam ve pazarlama fırsatlarından veya ortaklığın yarattığı olumlu marka ilişkisinden kaynaklanabilir. Çoğu işletme, gelirleri üzerinde net olumlu bir etkisi olan kurumsal bir ortaklığı başarılı olarak değerlendirir.
- **Verilere erişim:** Birçok kurumsal ortak, katkılarının ve bağışlarının ya da çabalarının ne kadar ilerlediğinin belgelenmesini talep edecektir. Bu belgeleri kurumsal sorumluluk uygulamalarının kanıtı olarak hissedarlarına göstermek ya da yarattıkları etkiyi göstermek isteyebilirler. Ortaklığın faydalarını belgeleyebilmek, kâr amacı gütmeyen kuruluş ile kurumsal ortak arasındaki ilişkiyi güçlü tutmaya yardımcı olur.





Ortaklık Modelleri

Kâr amacı gütmeyen çeşitli ortaklık modelleri mevcuttur ve kâr amacı gütmeyen kuruluşlar ile yerel işletmeler kendilerine en uygun modeli belirlemek için işbirliği yapabilirler. İşte birkaç farklı kurumsal-kâr amacı gütmeyen ortaklık türü:



- **Kurumsal Sponsorluk:** Kurumsal sponsorluk, kurumsal ortaklıkların en önde gelen türlerinden biridir. Bu modelde, işletmeler kar amacı gütmeyen kuruluş tarafından yürütülen belirli programlara veya etkinliklere sponsor olur. İşletme etkinliğin maliyetini karşılar ve bunun karşılığında kar amacı gütmeyen kuruluş işletmenin adını etkinlikte veya reklam materyallerinde sergiler. Bu düzenleme, işletme için olumlu bir marka çağrışımı yaratır ve kar amacı gütmeyen kuruluşun başarılı bir program veya etkinlik yürütmek için ihtiyaç duyduğu bağışları elde etmesine yardımcı olur.
- **Doğrudan Bağışlar:** Bir başka özel kar amacı gütmeyen ortaklık modeli de doğrudan bağışları içerir. Bağışlar genellikle iki şekilde gerçekleşir: nakit bağışlar veya ayni bağışlar. Nakit bağışlar doğrudan kâr amacı gütmeyen kuruluşun faaliyetlerini desteklemek için kullanılır. Ayni bağışlar ise battaniye, konserve yiyecek veya yeni dizüstü bilgisayarlar gibi işletmenin ihtiyaç duyduğu şeylerin parasal olmayan bağışlarıdır.
- **Gönüllü Programları:** Kurumsal ortaklar ayrıca çalışanlarını kar amacı gütmeyen kuruluşu gönüllü olarak gönderecekleri programlar da oluşturabilirler. Gönüllüler halka açık etkinliklerde personele yardımcı olabilir ya da köpekleri gezdirmek veya hayvan barınağındaki kafesleri temizlemek gibi perde arkası işlerde çalışabilirler. Özellikle çalışanların marangozluk veya hatta fazla çalışan personele yoga öğretmek gibi özel yeteneklerini gönüllü olarak kullandıkları beceri temelli gönüllülük, birçok iş dünyası-kâr amacı gütmeyen kuruluş ortaklığında popüler hale gelmektedir.
- **İşyeri Bağışçılığı:** İşyeri bağış programları, işletmelerin kar amacı gütmeyen kuruluşlar için çalışanlarından bağış toplamasıyla gerçekleşir. Çoğu zaman işletmeler, çalışanların topladığı fonları kendi bağışlarıyla eşleştirmeyi teklif ederek katkıları teşvik eder. İşyeri bağış programları faydalıdır çünkü çalışanların yoğun programlarından zaman ayırıp doğrudan gönüllü olmasalar bile doğrudan bir başarı ve tatmin duygusu hissetmelerini sağlar.
- **Kurumsal Ortak Bağış Toplama:** Bir kurumsal ortak, kendi çalışanlarından bağış istemek yerine, bir bağış toplama kampanyası geliştirmeye yardımcı olmayı seçebilir. Bu tür kurumsal bağış toplama ortaklıklarında işletme, müşterilerinin katkıda bulunabileceği bağış istasyonları kurabilir veya müşterilerden para üstlerini toplamalarını istemek ve elde edilen geliri kâr amacı gütmeyen kuruluşunuza bağışlamak gibi özel promosyonlar düzenleyebilir. İşletmenin seçtiği yol ne olursa olsun, kurumsal ortaklıkla bağış toplama etkili bir katkı yöntemidir ve kar amacı gütmeyen kuruluşunuzun toplumdaki görünürlüğünü de artırır.



Güçlü ve Sürdürülebilir Ortaklıklar Kurmak

Güçlü ve sürdürülebilir ortaklıklar geliştirmek son derece faydalı ve kâr amacı gütmeyen kuruluşların başarısı için kritik öneme sahiptir.

Kurumsal ortaklar ararken, işletmelerin farklı motivasyonlara sahip olduğunu ve devlet ve hayırseverlik gibi diğer sektörlerden farklı şekilde çalıştığını kabul etmek önemlidir.

Potansiyel bir ortaklık için bir işletmeye yaklaşmak için, kâr amacı gütmeyen kuruluşların ortaklığın işletme açısından değerini göstermesi ve karşılaştıkları zorluklara çözüm sunması gerekir. İşte kâr amacı gütmeyen kuruluşların hazırlanmasına yardımcı olacak bazı ipuçları:

- Sektörü ve birlikte çalışmak istediğiniz işletmeyi yakından tanıyın.
- Rakamlarını bilin ve kâr amacı gütmeyen kuruluşunuzun onların ihtiyaçlarına uygun varlıklara nasıl sahip olduğunu gösterin.
- Şirketin dili hakkında iyi bir fikir edinin ve iletişim kurarken bunu yansıtmaya çalışın.
- Bol bol soru sorun ve karşılığında sunacak bir şeyleriniz olsun:
 - En büyük zorlukları nelerdir? (Çözüm önerileri sunun)
 - Sektör trendleri hakkında ne düşünüyorlar? (Sektör bilgisi sunun)
 - Bir ortaklıktan ne isterler? (Hizmet sunun)
 - Kâr amacı gütmeyen kuruluşunuz hangi mevcut yapılara bağlanabilir? (Destek sunun)

Ortaklarla kalıcı ilişkiler kurmak için nazik ve diplomatik olmak ve ortağınızın çalışmalarını övmek önemlidir. Ortağınızla anket yapmak, fikirlerini almak ve görevleri ekip üyelerinin güçlü yönlerine göre dağıtmak da faydalıdır.

Potansiyel ortaklarla görüşürken, kâr amacı gütmeyen kuruluşunuzun onların bazı sorunlarını çözmeye yardımcı olabileceği yolları arayın. Örneğin, gıda bağıışı arayan bir gıda bankası veya evsizler barınağı, gıda israfını azaltmak isteyen bir market veya otel zinciri ile ortaklık kurabilir. Alternatif olarak, kuruluşunuz risk altındaki gençler için mülakat ve istihdam koçluğu sağlayabilir ve desteğe ihtiyacı olan bir perakende işletmesiyle ortaklık kurabilir. Tüm hayır kurumu-işletme ortaklıkları mükemmel uyum sağlamayacak olsa da, işletmelerin iyileştirmek istedikleri alanları bulmak çok önemlidir.

Çıkarımlar

01

Ortaklık yaptığınız şirketi anlayın: Başarılı bir kar amacı gütmeyen kuruluş-şirket ortaklığı kurmak için, herhangi bir ortaklık kurulmadan önce en baştan başlamak çok önemlidir. İlk adım, sizinle aynı değerlere ve misyona sahip olan şirketleri seçmektir.

02

Net beklentiler ve temel kurallar belirleyin: Bir şirketle ortaklığa girerken, en başından itibaren net beklentiler ve temel kurallar belirlemek çok önemlidir. Bu, netlik ve her iki tarafın da sahiplenmesini sağlayacak ve zaman içinde ortaklığı güçlendirecektir. Ayrıca kafa karışıklığı veya iletişim eksikliğinden kaynaklanan çatışma olasılığını da azaltacaktır.



03

Ortaklık temasını belirleyin: Oluşturduğunuz ortaklığın türünü, faydalı olup olmadığını ve insanların işbirliği yaptığınız projeyi neden önemsemesi gerektiğini belirleyin. Ortaklığınızı tanıtmadan önce bu soruları sorun. Bu titiz bir yaklaşım gibi görünebilir, ancak gerçek değer katan veya gerçek bir sorunu çözen bir proje veya kampanya geliştirmezseniz, boşluğa bağırma olursunuz.

04

Sık sık iletişim kurun ve esnek olun: Kurumsal ortağınızla temas kurmak için düzenli kontroller veya etkinlikler planlayın. Sorunsuz ilerleme sağlamak için endişeleri tartışın ve başarıları kutlayın.

05

Hikayeler paylaşın ve sohbetleri ateşleyin: Sosyal medya, ilgi çekici hikayeleri geniş kitlelerle paylaşmayı her zamankinden daha kolay hale getirdi.

06

Ekiplerin katılımını sağlayın: Kâr amacı gütmeyen kuruluş-şirket ittifaklarının başarılı olabilmesi için her iki tarafın da kuruluş çapında benimsemesi gerekir. Her iki ekip de bir etki yaratmak için projenin değerine gerçekten inanmalıdır. Kalıcı bağlantılar sağlamak için yönetim kurulu genelinde birden fazla ilişki geliştirin.

Ortaklığın kuruluşunuzda ne kadar yerleşik olduğunu kontrol edin:

- Personelinizin ve gönüllülerinizin görev tanımları ve ekip proje planları planda belirtilen faaliyetlerle uyumlu mu?
- Ortaklıkla ilgili politika ve prosedürler ortak stratejinizin kolaylaştırılmış bir şekilde uygulanmasını destekliyor mu?
- Tüm kaynak ve finansman kararları plana göre mi önceliklendiriliyor?

07

Takip edin, ölçün ve değerlendirin: İşletmeler yatırım getirilerini ölçmeye karardır ve kar amacı gütmeyen kuruluşlar (umamız) etki ölçütleri de dahil olmak üzere çeşitli diğer KPI'ları kullanarak başarıyı ölçerler.

Kâr amacı gütmeyen bir kuruluşla çalışmak, başta artan pazarlama ve kamu imajı olmak üzere bir işletmeye sayısız fayda sağlayabilir. Kamuoyunun şirket hakkındaki farkındalığını artırır ve onları olumlu bir ışık altında tasvir eder.

Ayrıca, kar amacı gütmeyen kuruluşlarla çalışan şirketler daha yüksek çalışan bağlılığı ve memnuniyeti yaşama eğilimindedir ve bu da çalışan yatırımlarında uzun vadeli tasarruf sağlar. Bu ortaklık, kâr amacı gütmeyen kuruluşun gerekli yardımı aldığı ve işletmenin de markasını inşa etmekten ve toplum genelinde olumlu izlenimler yaratmaktan fayda sağladığı bir kazan-kazan durumu yaratır.



7.4. SONUÇLAR VE DİKKAT EDİLMESİ GEREKENLER

İşletmelerin kar amacı gütmeyen kuruluşlarla çalışarak elde edebilecekleri çok sayıda fayda vardır. Bu faydaların başında, şirket için artan pazarlama ve bununla ilişkili olumlu kamu imajı gelir. Bu artan teşhir, şirketin farkındalığını artırabilir ve itibarını geliştirebilir.

Buna ek olarak, kar amacı gütmeyen kuruluşlarla işbirliği yapan şirketler daha yüksek çalışan bağlılığı ve memnuniyeti yaşama eğilimindedir ve bu da çalışanlara yapılan yatırımlarda uzun vadeli tasarruflara yol açar.

Genel olarak, bu ortaklık bir kazan-kazan durumu yaratır: kar amacı gütmeyen kuruluş ihtiyaç duyduğu yardımı alırken, işletme markasını inşa etmekten ve toplum genelinde olumlu izlenimler yaratmaktan yararlanır.

7.5. YARARLI KAYNAKLAR

- [Kurumsal Ortaklık ve Hayır Kurumları](#)
- [5 Adımda Kurumsal Ortaklıklar Oluşturma](#)
- [Kâr Amacı Gütmeyen Kuruluşlar Kalıcı Kurumsal Desteği Nasıl Yaratabilir?](#)
- [Kâr Amacı Gütmeyen Kuruluşlar İşletmelerle Nasıl Ortaklıklar Kurabilir?](#)
- [Kurumsal Ortakların Katılımını Sağlayın ve Stratejik Ortaklıklar Kurun](#)
- [Kâr Amacı Gütmeyen Kuruluşlar İçin Kurumsal Ortaklıklar Rehberi](#)
- [Kâr Amacı Gütmeyen Kurumsal Ortaklıklar Nasıl Yürütülür?](#)
- [Kâr Amacı Gütmeyen Kuruluşların Kurumsal Ortaklıklar Kurmasının 4 Yolu](#)
- [Karşı Konulmaz Bir Kurumsal Kâr Amacı Gütmeyen Gönüllü Ortaklığı Nasıl Oluşturulur?](#)



Ünite 8

Gönüllülük Programı Değerlendirmesi

Kapsamlı Bir Gönüllülük Programı Değerlendirmesi için Temel Hususlar



8.1. ÖĞRENME HEDEFLERİ

Bu ünitenin hedefleri aşağıdaki gibidir:

- Gönüllü programının spesifik hedeflerine ne ölçüde ulaşıldığını değerlendirmek.
- Kuruluş içindeki gönüllü deneyiminin kalitesini değerlendirmek.
- Hem katkıları hem de ekonomik değerleri dahil olmak üzere gönüllülerin kuruluş üzerindeki etkisini belirlemek.
- Gönüllü programında iyileştirme gerektiren alanları tespit etmek.

Programın hedeflerini, gönüllü deneyimini, kuruluş üzerindeki etkisini ve iyileştirilmesi gereken alanları değerlendirerek, kuruluşlar gönüllü yönetim süreçlerini sürekli olarak iyileştirebilir ve geliştirebilir.

Bir gönüllülük programının değerlendirilmesi, programın etkinliğinin ve iyileştirilmesi gereken alanların anlaşılması açısından çok önemlidir.



8.2. TANIMLAR



Gönüllülük Programı Değerlendirmesi

Değerlendirme, gönüllü programının ne kadar iyi gittiğine ilişkin soruları yanıtlamak, yapabileceğiniz eksiklikleri ve iyileştirmeleri belirlemek ve sonuçlarınızı, örneğin gönüllüleri dahil etmenin yarattığı farkı göstermek için topladığınız bilgileri kullanmayı içerir. İzleme bilgilerinin ve her türlü geri bildirimin, vaka çalışmalarının ve gönüllü deneyimlerinin analizini içerecektir.

8.3. İÇERİK

Gönüllü programınızın değerlendirilmesi, programın geliştirilmesi ve gelecekteki finansmanın güvence altına alınması için çok önemlidir.

"Nasıl gidiyoruz?" gibi temel soruları yanıtlamak için kritik bir araçtır. "Yapacağımızı söylediğimiz şeyi yapıyor muyuz?" "İşe yarıyor mu?" ve "Başka neler öğrendik, kazandık, kaybettik?"

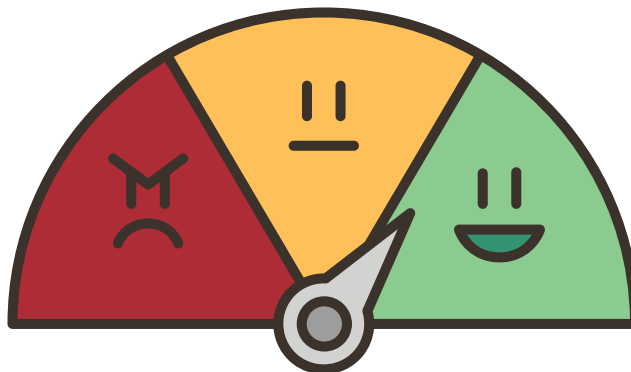
Değerlendirme yoluyla programın güçlü ve zayıf yönleri hakkında fikir edinebilir, başarıları belirleyebilir ve geliştirilmesi gereken alanları saptayabilirsiniz.

Bu soruları yanıtladıktan sonra, hem programın belirli amaçları hem de kuruluş üzerindeki genel etkisi açısından başarılarınızı işaretleyebileceksiniz.

Değerlendirme ayrıca iyileştirme alanlarını ve ilerlemeyi engelleyebilecek potansiyel engelleri belirlemenize de yardımcı olur. Bu içgörüler gelecekteki program gelişimini bilgilendirmek, yaklaşımınıza ince ayar yapmak ve gönüllülerinizin ve yararlanıcılarınızın değişen ihtiyaçlarını karşılamaya devam etmenizi sağlamak için kullanabilirsiniz.

Sonuç olarak, düzenli değerlendirmeler yapmak, ilgili tüm paydaşlar için faydaları en üst düzeye çıkaran daha etkili, verimli ve sürdürülebilir bir gönüllü programı oluşturmaya yardımcı olacaktır.

Gönüllüler birçok kuruluşun önemli bir parçasıdır ve katkıları bir programın başarısı üzerinde önemli bir etkiye sahip olabilir. Bununla birlikte, bir gönüllü programının başarısını güvence altına almak için, programın performansını düzenli olarak izlemek ve değerlendirmek çok önemlidir.





Neden Bir Gönüllülük Programını İzlemeli ve Değerlendirmelisiniz?

Bir gönüllü programının izlenmesi ve değerlendirilmesi çeşitli nedenlerle kritik önem taşır:

- İlk olarak, izleme ve değerlendirme kuruluşların gönüllü programlarının belirli amaçlarına ne ölçüde ulaştıklarını ölçmelerine yardımcı olabilir.
- İkinci olarak, izleme ve değerlendirme kuruluşların gönüllülerin kuruluş içindeki deneyimlerinin kalitesini belirlemelerine yardımcı olabilir.
- Üçüncü olarak, izleme ve değerlendirme kuruluşların gönüllülerin hem katkıları hem de ekonomik değerleri açısından kuruluş üzerindeki etkilerini belirlemelerine yardımcı olabilir.
- Dördüncü olarak, izleme ve değerlendirme kuruluşların gönüllü programlarında iyileştirilmesi gereken alanları belirlemelerine yardımcı olabilir.
- Son olarak, fon sağlayıcılar kuruluşların hedeflerine ulaştıklarından emin olmak için gönüllü programlarını izlemelerini ve değerlendirmelerini isteyebilir.

Bir Gönüllü Programını İzlemenin ve Değerlendirmenin Önemi

Bir gönüllü programının izlenmesi ve değerlendirilmesi, programın hedeflerine ulaşp ulaşmadığını ve kuruluşun ve gönüllülerin ihtiyaçlarını etkili bir şekilde karşılayıp karşılamadığını belirlemek için gereklidir. Bir gönüllü programının izlenmesi ve değerlendirilmesinin önemli olmasının çeşitli nedenleri vardır ve bunlar şunları içerir:

Programın etkinliğini değerlendirmek için

İzleme ve değerlendirme, kuruluşların gönüllü programlarının etkinliğini değerlendirmelerine yardımcı olabilir. Güçlü ve zayıf yönlerini ve iyileştirme alanlarını belirlemeye yardımcı olur. Örneğin, izleme ve değerlendirme gönüllülerin tam potansiyelleriyle kullanılmadığını ortaya çıkarabilir ve etkilerini artırmak için değişiklikler yapılabilir.

İyileştirme alanlarını belirlemek için

İzleme ve değerlendirme, kuruluşların gönüllü programının etkinliğini artırabilecek iyileştirme alanlarını belirlemelerine yardımcı olabilir, örneğin gönüllülerin ihtiyaçlarının nerede karşılanmadığını tespit etmek gibi.

Başarı alanlarını tanımak ve takdir etmek

Bu, gönüllüleri devam etmeleri için motive edebilir ve daha fazla gönüllüyü çekmek için programı tanıtabilir. En iyi uygulamalar ve başarı alanları da çoğaltılabilir ve diğer kuruluşlarla paylaşılabilir.

Programda şeffaflık ve hesap verebilirliği sağlamak için

Bu, kaynakların verimli ve etkili bir şekilde tahsis edilmesine ve programın hedeflerine ulaşırken gönüllülere adil davranılmasına yardımcı olabilir.

İzleme ve Değerlendirme Adımları

01

Amaç ve Hedeflerin Belirlenmesi

Bir gönüllü programını izleme ve değerlendirmenin ilk adımı net amaç ve hedefler belirlemektir. Bu, programın neyi başarmak için tasarlandığını, bu hedeflere ulaşmak için hangi kaynakların gerekli olduğunu ve ilerlemenin nasıl ölçüleceğini belirlemeyi içerir. Hedefler açık, ölçülebilir ve ulaşılabilir olmalıdır. Ayrıca kuruluşun amaç ve hedefleriyle de uyumlu olmalıdırlar.

02

Metrikler ve Performans Göstergeleri Geliştirin

Bir sonraki adım, amaç ve hedeflere yönelik ilerlemeyi ölçmek için kullanılacak metrikler ve performans göstergeleri geliştirmektir. Bu göstergeler spesifik, ölçülebilir, ulaşılabilir, ilgili ve zamana bağlı (SMART) olmalıdır. Ayrıca kuruluşun amaç ve hedefleriyle de uyumlu olmalıdırlar.

Bir gönüllü programını izlerken ve değerlendirirken göz önünde bulundurulması gereken birkaç temel gösterge vardır. Bu göstergeler üç kategoriye ayrılabilir:

- Girdi göstergeleri,
- Süreç göstergeleri
- Sonuç göstergeleri.



Girdi göstergeleri, gönüllü programını yürütmek için gerekli olan kaynakları ifade eder. Bunlar arasında gönüllülerin sayısı, katkıda bulundukları zaman miktarı ve getirdikleri beceri ve deneyim yer alabilir. Diğer girdi göstergeleri arasında programın yürütülmesinin maliyeti, kaynakların mevcudiyeti ve kuruluşun liderliğinden alınan desteğin düzeyi yer alabilir.

Süreç göstergeleri, gönüllü programı sırasında gerçekleşen faaliyetlerle ilgilidir. Bunlar, gönüllülere verilen görev türlerini, gönüllülere sağlanan eğitim ve oryantasyonu ve sağlanan denetim ve destek düzeyini içerebilir. Diğer süreç göstergeleri, gönüllüler ve kuruluş arasındaki iletişim ve geri bildirim düzeyini, gönüllüler arasındaki memnuniyet düzeyini ve gönüllülerin kişisel hedeflerine ne ölçüde ulaşabildiklerini içerebilir.

Sonuç göstergeleri, gönüllü programının sonuçlarını ifade eder. Bunlar arasında gönüllülerin kuruluş ve toplum üzerindeki etkisi, toplumun katılım ve destek düzeyi ve gönüllülerin deneyimlerinden duydukları memnuniyet yer alabilir. Diğer sonuç göstergeleri arasında programın bir sonucu olarak işe alınan yeni gönüllülerin sayısı, bağışların düzeyi veya oluşturulan diğer destek biçimleri ve programın kuruluşun misyon ve hedeflerine ulaşmasına ne ölçüde yardımcı olduğu yer alabilir.



03

Veri Toplayın

Üçüncü adım, programın girdi, süreç ve sonuç göstergeleri hakkında veri toplamaktır. Bunun için anketler, mülakatlar, odak grupları, anketler, katılımcı yöntemler, ikincil veriler veya diğer veri toplama yöntemleri kullanılabilir. Toplanan veriler program hedefleri ve göstergeleriyle ilgili olmalıdır. Programın etkinliğine dair kapsamlı bir resim elde etmek için hem nicel hem de nitel verilerin toplanması önemlidir.

04

Veri Analizi

Dördüncü adım, programın hedeflerine ulaşip ulaşmadığını ve programın güçlü, zayıf yönlerini ve iyileştirme alanlarını belirlemek için toplanan verilerin analiz edilmesidir. Bu, verilerin belirlenmiş ölçütler ve performans göstergeleriyle karşılaştırılmasını, eğilimlerin ve kalıpların belirlenmesini ve paydaşlardan geri bildirim alınmasını içerebilir. Analiz objektif olmalı ve toplanan verilere dayanmalıdır.

Anahtar Fikirler

- İhtiyaç duyabileceğiniz şu bileşenleri dikkate aldığınızdan emin olun: nicel verileriniz, değerlendirme çerçeveniz veya değişim teoriniz, değerlendirme sorularınız ve verileri yönetmek için bir tür yazılım.
- Verilerinizi hazırlayın. Verilerinizi analiz etmek için, kağıt formları veya anketleri bir elektronik tabloya veya veritabanına girerek başlayın; Microsoft Excel gibi araçlar çoğu durumda yeterli olacaktır. Boş yanıtları, mükerrer yanıtları ve hataları kaldırarak verilerinizi temizleyin. Her değişkenin doğru sayı formatında olduğundan emin olun; örneğin tarihleri tarih, sayıları sayı ve parayı para birimi olarak yazın.
- Hangi istatistikleri kullanacağınıza karar verin. Örneğin, belirli bir sonuçla karşılaşan bireylerin yüzdesini veya çabalarınızdan en çok ve en az kazanç sağlayan bireylerin kategorilerini raporlamak isteyebilirsiniz (çapraz tablolama).
- Tanımlayıcı istatistikler verilerin sunulmasında ve özetlenmesinde yardımcı olur. Regresyon analizi gibi çıkarımsal istatistikler, değişkenler arasındaki ilişkilerin anlaşılmasına, bir şeyin şans eseri meydana gelip gelmediğinin belirlenmesine veya örnekleminizin ötesinde tahminler yapılmasına yardımcı olur. Bizim buradaki vurgumuz tanımlayıcı istatistikler üzerinedir.
- Verilerinizi nasıl sunacağınıza karar verin. Nicel verilerinizi etkili bir şekilde sunmak için, basitlik açısından kategorileri birleştirmeyi ve önemli veriler için tablo ve grafik kullanmayı düşünün. Uygun grafik türünü seçin ve yüzdeleri sunarken örneklem tabanını bildirin. Ayrıca, analizinizin gücünü göstermek için küçük veya yanlış örneklem gibi sınırlamaları bildirerek şeffaf olun.
- Verileriniz hakkında eleştirel düşünün. Verilerinizden önemli bulgular elde etmek için, önceki verilerle veya diğer benzer müdahalelerle karşılaştırarak, kalıpları ve eğilimleri belirleyerek, daha az yaygın yanıtları açıklayarak ve şaşırtıcı sonuçları inceleyerek eleştirel bir şekilde inceleyin. Ayrıca, bulgularınıza açıklamalar getirmek için nicel verilerinizi nitel verilerle ilişkilendirin.
- Veri analizinizi kullanın. Artık veri analizinizi bir rapor veya başka bir sunum formatında birleştirmeye hazırsınız.



05

Bulguları raporlayın

Kanıtları topladıktan sonra, amaçladığınız çıktılara ve sonuçlara ulaşip ulaşmadığınızı belirlemek için bunları analiz etmeniz ve yorumlamanız gerekecektir. Çıktılar için bu, gönüllü alımı için belirlenen hedeflere ulaşip ulaşmadığınızı ve gönüllülerinizin farklı geçmişlerden gelip gelmediğini değerlendirmeyi içerebilir. Sonuçlar için, yapmak istediklerinize ulaşip ulaşmadığınızı ya da gönüllülerin gönüllülük yaparken öğrendikleri ve geliştirdikleri becerileri kullanarak ücretli bir işe girmeleri gibi beklenmedik sonuçlar olup olmadığını belirlemeniz gerekecektir.

Bilgileri yorumlarken, bulgularınız için diğer olası açıklamaları da göz önünde bulundurmanız önemlidir. Eksiklikleri tespit ettikten sonra gerçekçi, spesifik ve ulaşılabilir iyileştirmeler geliştirmeye odaklanmalısınız. Bu, hem çıktılar hem de sonuçlar için hedeflerin gözden geçirilmesini içerebilir.

Bulgular paydaşlara raporlanmalıdır. Rapor program hedeflerini, kullanılan göstergeleri, toplanan verileri ve analizi içermelidir. Raporda ayrıca iyileştirme önerileri de yer almalıdır.



06

Bir plan geliştirin ve uygulayın

Analiz ve yorumlarınıza dayanarak, iyileştirme gerektiren alanları ele almak için bir plan geliştirin. Planın spesifik, ulaşılabilir ve gerçekçi olduğundan emin olun. Ardından planı uygulayın ve gönüllü programınızı iyileştirmek amacıyla yapılan değişikliklerin etkisini izleyin.



Gönüllü toplantıları, gönüllü programınızdaki değişiklikleri tartışmak ve uygulamak için etkili bir yol olabilir. Bu yaklaşım, gönüllülerin sürece dahil edilmesini, kendilerini sürece dahil edilmiş ve değerli hissetmelerini sağlar. Bu toplantılar sırasında alınan tüm kararlar, ileride başvurulmak üzere toplantı tutanaklarına kaydedilmelidir.

07

Sonuçları iletin

İzleme ve değerlendirme çalışmalarınızın sonuçlarını gönüllülerinize, personelinize ve paydaşlarınıza iletin. Gönüllü programınızın başarılarını ve zorluklarını ve iyileştirme için belirlenen alanları nasıl ele almayı planladığınızı paylaşın.

08

Sürekli iyileştirme

Son adım, gönüllü programınızı sürekli olarak izlemek ve değerlendirmek, etkinliğinin devamlılığını sağlamak için gerektiğinde değişiklikler yapmaktır.



8.4. SONUÇLAR VE DİKKAT EDİLMESİ GEREKENLER

Gönüllü programınızın izlenmesi ve değerlendirilmesi, programın etkili olmasını ve hedeflerine ulaşmasını sağlamak açısından kritik önem taşır. İşte dikkate alınması gereken temel fikirlerin bir özeti:

- Ölçülebilir, spesifik ve ulaşılabilir net hedefler belirleyin.
- Gönüllü programınızın hedefleriniz karşısındaki başarısını ölçmek için performans göstergeleri belirleyin.
- Gönüllü programınızın performans göstergeleri hakkında düzenli olarak veri toplayın.
- Gönüllü programınızın hedefleriniz karşısındaki performansını değerlendirmek için toplanan verileri analiz edin ve yorumlayın.
- İyileştirme gerektiren alanları ele almak için bir plan geliştirin ve bu planın spesifik, ulaşılabilir ve gerçekçi olduğundan emin olun.
- Değişiklikleri uygulayın ve gönüllü programınız üzerindeki etkilerini izleyin.
- İzleme ve değerlendirme çalışmalarınızın sonuçlarını gönüllünüze, personelinize ve paydaşlarınıza iletin.
- Gönüllü programınızı sürekli olarak izleyin ve değerlendirin, programın etkinliğinin devamını sağlamak için gerektiğinde değişiklikler yapın.

8.5. YARARLI KAYNAKLAR

Gönüllü programlarının izlenmesi ve değerlendirilmesine yönelik şablonlar da dahil olmak üzere gönüllülerin yönetimine ilişkin örnekler ve şablonlar bulabileceğiniz çeşitli kaynaklar mevcuttur.

Kaynaklardan bazıları şunlardır:

- [Volunteer Match](#) (Gönüllü Eşleşmesi)
- [National Council of Nonprofits](#) (Ulusal Kâr Amacı Gütmeyen Kuruluşlar Konseyi)
- [Nonprofit Hub](#) (Kâr Amacı Gütmeyen Kuruluş Merkezi)
- [Idealist](#)
- [Volunteer Pro](#) (Gönüllü Pro)



Train4Coordinators

Gençlik Çalışanları için yeterlilik, beceri ve niteliklerin doğrulanması konusunda çevrimiçi eğitim



Daha fazla bilgi için



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



2021-1-ES02-KA220-YOU-000028638

Avrupa Komisyonu'nun bu yayının hazırlanmasına verdiği destek, yazarların görüşlerini yansıtan içeriğin onaylandığı anlamına gelmez ve Komisyon burada yer alan bilgilerin herhangi bir şekilde kullanılmasından sorumlu tutulamaz.

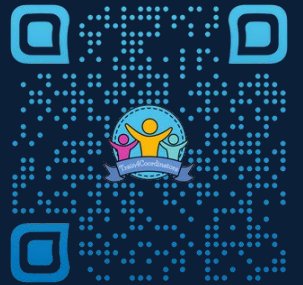


Train4Coordinators

Gençlik Çalışanları için yeterlilik, beceri ve niteliklerin
doğrulanması konusunda çevrimiçi eğitim

GÖNÜLLÜLÜK YÖNETİMİ EĞİTİM SETİ

SONUÇ 2



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

