



Co-funded by
the European Union



MP4MENTORS



ΟΔΗΓΟΣ

**ΓΙΑ ΤΟΥΣ
ΜΕΝΤΟΡΕΣ ΚΑΙ
ΤΟΥΣ ΣΥΝΤΟΝΙΣΤΕΣ
ΤΩΝ ΕΘΕΛΟΝΤΩΝ**



Co-funded by the European Union

Χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Ωστόσο, οι απόψεις και οι γνώμες που εκφράζονται είναι αποκλειστικά του/των συγγραφέα/ων και δεν αντανακλούν κατ' ανάγκη τις απόψεις και τις γνώμες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (ΕΑΕΕΑ). Ούτε η Ευρωπαϊκή Ένωση ούτε ο ΕΑΕΕΑ μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι γι' αυτές.

The materials published on the Mp4mentors Project website are classified as Open Educational Resources' (OER) and can be freely (without permission of their creators): downloaded, used, reused, copied, adapted, and shared by users, with information about the source of their origin.



ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

1	Εισαγωγή
4	Εταίροι
8	Κεφάλαιο 1. Διαχείριση προγραμμάτων εθελοντισμού
31	Κεφάλαιο 2. Αξιολόγηση των Προγραμμάτων Εθελοντισμού
47	Κεφάλαιο 3: Εκστρατεία
69	Κεφάλαιο 4: Αποτελεσματική διαχείριση κεφαλαίων
92	Κεφάλαιο 5. Εταιρικές συνεργασίες
112	Συμπέρασμα
114	Βιβλιογραφία

ΕΙΣΑΓΩΓΗ



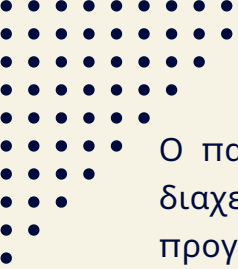
Ο εθελοντισμός είναι ένα εξαιρετικά αποτελεσματικό μέσο για τη βελτίωση των κοινοτήτων και την προώθηση της προσωπικής ανάπτυξης. Προσφέρει ευκαιρίες στους ανθρώπους να συνεισφέρουν σημαντικά στην κοινωνία και προωθεί τη συσσώρευση των απαραίτητων γνώσεων και εμπειριών.

Η κατανόηση των αποχρώσεων της ορθής διαχείρισης των εθελοντών είναι ζωτικής σημασίας για τους εργαζόμενους σε θέματα νεολαίας και τους μέντορες που είναι υπεύθυνοι για την επίβλεψη των εθελοντών, προκειμένου να καλλιεργήσουν μια ατμόσφαιρα που να ωφελεί τόσο τις κοινότητες όσο και τους εθελοντές. Στόχος αυτού του οδηγού είναι, επομένως, να εξοπλίσει τα άτομα αυτά με εμπειριστατωμένες γνώσεις καθώς και με πρακτικά εργαλεία που απαιτούνται για τη διαχείριση προγραμμάτων εθελοντισμού με ευγενικό και αποτελεσματικό τρόπο.

Σε μια κοινωνία που εξελίσσεται διαρκώς, είναι αναπόφευκτο να ανακύπτουν νέα προβλήματα και να υπάρχει ανάγκη για άτομα που είναι πρόθυμα να αφιερώσουν το χρόνο και την προσπάθειά τους για την επίλυση αυτών των προβλημάτων. Οι εθελοντές είναι φορείς θετικής αλλαγής, είτε εργάζονται για την προστασία του φυσικού περιβάλλοντος, είτε βοηθούν περιθωριοποιημένες κοινότητες, είτε παρέχουν καλύτερη πρόσβαση στην υγειονομική περίθαλψη και την εκπαίδευση. Ωστόσο, ενεργούν πάντα ως σπίθα που πυροδοτεί τα θετικά πράγματα να συμβούν- χωρίς αυτούς, λίγα πράγματα θα άλλαζαν. Η δημιουργία κοινοτήτων που είναι αρκετά ισχυρές ώστε να ανακάμπτουν από τις δυσκολίες και ταυτόχρονα η διασφάλιση ότι όλοι είναι σε θέση να φροντίζουν τον εαυτό τους είναι δύο ακόμη λόγοι για τους οποίους δεν μπορούμε να κάνουμε χωρίς τους εθελοντές.

Υπό τη διεύθυνση μιας αφοσιωμένης κοινοπραξίας, το έργο αυτό αποσκοπεί στη βελτίωση της κοινωνικής και προσωπικής ανάπτυξης των νέων με τη συμμετοχή τους σε εθελοντικές δραστηριότητες. Η πρωτοβουλία αυτή συμπληρώνει την τυπική εκπαίδευση και την επαγγελματική κατάρτιση, ευθυγραμμιζόμενη άψογα με τη στρατηγική της ΕΕ για τη νεολαία. Και οι δύο επικεντρώνονται στην ενίσχυση των ευκαιριών απασχόλησης, στην αναγνώριση της αξίας του εθελοντισμού, στην προώθηση διεθνών ευκαιριών εθελοντισμού και στην προώθηση της αλληλεγγύης μεταξύ των γενεών. Ως μη τυπική μέθοδος μάθησης, ο εθελοντισμός βελτιώνει τις κοινωνικές δεξιότητες και την απασχολησιμότητα, εκτός από τη βελτίωση των επαγγελματικών δεξιοτήτων.






Ο παρών οδηγός, ο οποίος έχει δομηθεί με στόχο την ενδεδειγμένη εξέταση της διαχείρισης των εθελοντών, εξετάζει κάθε πτυχή, από τη δημιουργία του προγράμματος έως τη συνεχή υποστήριξη και δέσμευση. Η πρόσληψη, ο έλεγχος, η κατάρτιση, η εποπτεία και η διατήρηση είναι σημαντικοί τομείς που προσφέρουν χρήσιμες πληροφορίες για την αποσαφήνιση βασικών εννοιών και τακτικών. Καλλιεργώντας μια κουλτούρα σεβασμού, αναγνώρισης και συνεχούς βελτίωσης, οι οργανισμοί μπορούν να διασφαλίσουν ότι οι εθελοντές αισθάνονται ότι εκτιμώνται, ενδυναμώνονται και εμπνέονται να συνεισφέρουν ουσιαστικά.

Τα κεφάλαια αυτού του οδηγού είναι προσεκτικά σχεδιασμένα ώστε να καλύπτουν τα βασικά στοιχεία της διαχείρισης του προγράμματος εθελοντισμού:

- Το Κεφάλαιο 1 εμβαθύνει στις βασικές αρχές της διαχείρισης των εθελοντικών προγραμμάτων, συμπεριλαμβανομένων των βασικών στοιχείων και των στρατηγικών αξιολόγησης που είναι απαραίτητες για την επιτυχία.
- Το Κεφάλαιο 2 εστιάζει στη σημασία της αξιολόγησης των εθελοντικών προγραμμάτων, καλύπτοντας τη συλλογή δεδομένων, την ανάλυση και τους μηχανισμούς ανατροφοδότησης για τη διασφάλιση της συνεχούς βελτίωσης.
- Το Κεφάλαιο 3 διερευνά τις περιπλοκές της εκστρατείας στο πλαίσιο του εθελοντικού ελέγχου, από τη δημιουργία και τον σχεδιασμό έως την εκτέλεση και την αξιολόγηση του αντίκτυπου.
- Το Κεφάλαιο 4 παρέχει πληροφορίες για την αποτελεσματική διαχείριση των κεφαλαίων, δίνοντας έμφαση στον οικονομικό προγραμματισμό, τη διαφάνεια, τη λογοδοσία και τη συγγραφή επιχορηγήσεων.
- Το Κεφάλαιο 5 εξετάζει τη δημιουργία και τη διατήρηση εταιρικών συνεργασιών, περιγράφοντας στρατηγικές για επιτυχημένη συνεργασία και αξιολόγηση των συνεργασιών.

Οι οργανισμοί μπορούν να ενισχύσουν τη διατήρηση των εθελοντών, να αυξήσουν τη δέσμευση και τη συμμετοχή, να βελτιώσουν την επικοινωνία και να αυξήσουν τη λειτουργική αποτελεσματικότητα μέσω της αποτελεσματικής διαχείρισης των εθελοντών. Αυτός ο οδηγός έχει ως στόχο να ενθαρρύνει και να ενδυναμώσει τις ομάδες να αξιοποιήσουν σωστά το μετασχηματιστικό δυναμικό της εθελοντικής υπηρεσίας για να κάνουν τον κόσμο καλύτερο μέσω της συνδυασμένης δράσης.

Εφαρμόζοντας ισχυρές πρακτικές διαχείρισης εθελοντών, οι οργανισμοί μπορούν να ενισχύσουν τον αντίκτυπό τους, να ενδυναμώσουν τους δεσμούς με την κοινότητα και να προετοιμάσουν το έδαφος για ένα ελπιδοφόρο μέλλον. Αυτός ο οδηγός θα χρησιμεύσει ως πολύτιμος πόρος για τους εργαζόμενους και τους μέντορες των νέων, ενδυναμώνοντας την ανάπτυξη της κοινότητας και την ατομική ανάπτυξη.





ETAIPOI



MIR Akademien AB



Η MIR Akademien AB είναι ένας εξουσιοδοτημένος εκπαιδευτικός οργανισμός και σύμβουλος από τη Σουηδία που επικεντρώνεται στην κοινωνική ανάπτυξη, συγκεκριμένα στην ένταξη στην αγορά εργασίας και στην κοινωνική ενσωμάτωση για κοινωνικά και οικονομικά μειονεκτούσες γειτονιές και ομάδες. Λειτουργώντας σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο, ο οργανισμός διαθέτει εμπειρία στην ανάπτυξη μεθοδολογιών και πρακτικών λύσεων προσαρμοσμένων στις ανάγκες της κοινότητας και των ατόμων. Παρά το γεγονός ότι πρόκειται για μια σχετικά νέα εταιρεία, το προσωπικό της διαθέτει μεγάλη εμπειρία στην παροχή εκπαιδευτικών υπηρεσιών σε διάφορες ομάδες, συμπεριλαμβανομένων των ανέργων, των εργαζομένων/αυτοαπασχολούμενων και των ευάλωτων κοινωνικών ομάδων. Αξιοποιώντας τη διεθνή εμπειρία και τις μεθοδολογίες κατάρτισης αιχμής, η MIR Akademien AB στοχεύει στην ενίσχυση της προσωπικής ολοκλήρωσης, της κοινωνικής ένταξης, της ενεργού πολιτικότητας και της απασχολησιμότητας σε μια κοινωνία της γνώσης. Η εταιρεία υποστηρίζει τη βιώσιμη ανάπτυξη μέσω της ενεργού συμμετοχής στην κοινότητα και προωθεί τον εμπλουτισμό μέσω της διαφορετικότητας.



Asociatia Scout Society



Scout Society Association, που ιδρύθηκε το 2011 στο Targu-Jiu της Ρουμανίας, επικεντρώνεται στη μη τυπική εκπαίδευση για την προώθηση της ενεργού πολιτειότητας. Η οργάνωση εμπλέκει τη νεολαία σε προγράμματα εθελοντισμού, συνεργαζόμενη με τις τοπικές αρχές για την αντιμετώπιση κοινωνικών αναγκών και την προώθηση των ευρωπαϊκών αξιών της πολυπολιτισμικότητας, της δημοκρατίας και των ανθρωπίνων δικαιωμάτων. Οι πρωτοβουλίες της Scout Society ενισχύουν την επαγγελματική και προσωπική ανάπτυξη των νέων, εφοδιάζοντάς τους με δεξιότητες για την εκπαίδευση και την απασχόληση. Η ένωση στέλνει ενεργά εθελοντές στο εξωτερικό για προγράμματα αλληλεγγύης και διατηρεί μια ισχυρή τοπική βάση εθελοντών. Η Προσκοπική Εταιρεία χτίζει επίσης το δικό της Κέντρο Νεολαίας για την περαιτέρω υποστήριξη και το συντονισμό των δραστηριοτήτων και των εθελοντών της.

The Hub Nicosia Ltd



The Hub Nicosia Ltd είναι μια ΜΚΟ που λειτουργεί ως εκπαιδευτικό κέντρο και χώρος συνεργασίας κοντά στη νεκρή ζώνη της Λευκωσίας, καλωσορίζοντας διαφορετικές κοινότητες. Επικεντρώνεται στην εκπαίδευση της παγκόσμιας ιθαγένειας και της βιώσιμης ανάπτυξης, προωθώντας τα ανθρώπινα δικαιώματα, την ισότητα των φύλων, την περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση και την ειρήνη. Ο κόμβος κινητοποιεί τους νέους για πολιτική, πολιτική και οικονομική δέσμευση, προσφέροντας ευκαιρίες για προσωπική ανάπτυξη, απασχόληση και επιχειρηματικές δεξιότητες. Ενισχύει επίσης τον διαπολιτισμικό διάλογο, τον γραμματισμό στα μέσα ενημέρωσης και την ισότητα των φύλων, συμβάλλοντας στην κοινωνική ενσωμάτωση των μειονοτήτων. Με εκτεταμένη εμπειρία στη διαχείριση έργων που χρηματοδοτούνται από την ΕΕ, το Hub Nicosia συνεργάζεται με διάφορους εταίρους για την υλοποίηση πρωτοβουλιών που προωθούν την εκπαίδευση χωρίς αποκλεισμούς, την πολιτιστική κληρονομιά και τη βιώσιμη ανάπτυξη.

VAEV R&D GmbH



Η VAEV R&D GmbH είναι ο ιδιωτικός βραχίονας του Συλλόγου Εθελοντών Εκπαίδευσης της Βιέννης, αξιοποιώντας την πολυετή εμπειρία σε έργα Erasmus+ για την ενίσχυση της εκπαίδευσης μέσω συνεργασιών με τοπικά σχολεία και κέντρα. Με επίκεντρο την παροχή καθοδήγησης και καθοδήγησης από ομοτίμους, ο οργανισμός προσφέρει ευκαιρίες εκπαίδευσης και σταδιοδρομίας σε νέους από χαμηλότερα κοινωνικοοικονομικά στρώματα. Ενισχύοντας τους εκπαιδευτικούς με δεξιότητες στην εκπαίδευση χωρίς αποκλεισμούς, την κοινωνική ένταξη και τις οικολογικές σχολικές πρωτοβουλίες, η VAEV R&D GmbH υποστηρίζει την επαγγελματική ανάπτυξη και προωθεί χώρους μάθησης με κίνητρα. Το όραμά τους περιλαμβάνει την παροχή βοήθειας σε διάφορα εκπαιδευτικά ιδρύματα για την εφαρμογή καινοτόμων προγραμμάτων σπουδών και στρατηγικών προς όφελος των μαθητών νέας ηλικίας και των μη προνομιούχων νέων, συμπεριλαμβανομένων των μεταναστών και των μειονοτήτων. Επιπλέον, προσφέρουν ευκαιρίες μη τυπικής εκπαίδευσης και ηλεκτρονικού ακτιβισμού σε μειονεκτούντες νέους, προωθώντας την εκπαίδευση, τον ακτιβισμό και τον επαγγελματικό προσανατολισμό.

Jovesolides



jovesólides
JÓVENES HACIA
LA SOLIDARIDAD
Y EL DESARROLLO



Η Jovesolides είναι μια ΜΚΟ που ιδρύθηκε από νέους και εδρεύει κοντά στη Βαλένθια, εστιάζοντας στη νεολαία και τις ευάλωτες κοινότητες για την προώθηση της κοινωνικής ένταξης και ενσωμάτωσης. Η οργάνωση εργάζεται σε διάφορους τομείς, όπως η ηλεκτρονική ένταξη, η κοινωνική ευαισθητοποίηση, η εκπαίδευση για την ανάπτυξη, η διεθνής συνεργασία για την ανάπτυξη ικανοτήτων των νέων, η κοινωνική επιχειρηματικότητα και η κοινωνική καινοτομία. Με εκτεταμένη εμπειρία στη διαχείριση εθελοντικών υπηρεσιών, η Jovesolides δίνει έμφαση στην πιστοποίηση των εθελοντικών εμπειριών για την ενίσχυση της μελλοντικής εργασιακής ένταξης των νέων. Ο οργανισμός είναι επίσης γνωστός για τις καινοτόμες κοινωνικές στρατηγικές του, τις μεθόδους παιχνιδοποίησης για κοινωνικά έργα και το εθνικό δίκτυο προώθησης της κοινωνικής επιχειρηματικότητας και καινοτομίας. Ο Jovesolides συμμετέχει ενεργά στην κοινωνική και πολιτική συνηγορία, φιλοξενώντας συζητήσεις και παράγοντας πνευματικά αποτελέσματα για την ενδυνάμωση και την κατάρτιση διαφόρων ενδιαφερόμενων μερών.





ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΕΘΕΛΟΝΤΙΣΜΟΥ

01

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τα προγράμματα εθελοντισμού προωθούν και διεγείρουν εποικοδομητικές αλλαγές σε διάφορους τομείς, όπως η προστασία του περιβάλλοντος, η υγειονομική περίθαλψη, η εκπαίδευση και η ανθρωπιστική βοήθεια. Αυτές οι πρωτοβουλίες αποτελούν παράδειγμα του πνεύματος της γενναιοδωρίας και της συμμετοχής στην κοινότητα, ενθαρρύνοντας τους ανθρώπους να προσφέρουν το χρόνο, τα talέντα και τους πόρους τους για την υποστήριξη κοινών στόχων. Οι κοινότητες επηρεάζονται από αυτές με θετικό τρόπο, γεγονός που προάγει την κοινωνική συνοχή, την ανθεκτικότητα και την ενδυνάμωση των εθελοντών και των δικαιούχων.

Στο σημερινό συνεχώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον, όταν οι κοινωνικές απαιτήσεις αλλάζουν και προκύπτουν δυσκολίες, ο εθελοντισμός είναι ζωτικής σημασίας για την αντιμετώπιση επειγόντων προβλημάτων και την προώθηση της βιώσιμης ανάπτυξης. Οι εθελοντές είναι ουσιαστικοί παράγοντες προώθησης που συνεργάζονται με οργανισμούς για να επιφέρουν καλές αλλαγές, είτε υποστηρίζοντας μη προνομιούχες ομάδες, είτε διατηρώντας το φυσικό περιβάλλον, είτε προωθώντας την πρόσβαση στην υγειονομική περίθαλψη και την εκπαίδευση.

Αυτό το κεφάλαιο διερευνά τις πολυπλοκότητες της εποπτείας των προγραμμάτων εθελοντισμού, αναγνωρίζοντας τη σημασία τους ως θεμελιώδους συνιστώσας της κοινοτικής ανάπτυξης και της οργανωτικής αποτελεσματικότητας. Μέσα στις επόμενες σελίδες, θα ξεκινήσουμε ένα ταξίδι για να κατανοήσουμε την πολύπλευρη φύση της διαχείρισης των εθελοντών, από τα αρχικά στάδια της ανάπτυξης του προγράμματος έως τη συνεχή υποστήριξη και δέσμευση των εθελοντών. **Θα εξερευνήσουμε τις αποχρώσεις της πρόσληψης, του ελέγχου, της κατάρτισης, της εποπτείας και της διατήρησης, εμβαθύνοντας σε πρακτικές ιδέες για να φωτίσουμε βασικές έννοιες και στρατηγικές**

Οι εθελοντές αισθάνονται ότι εκτιμώνται, ενδυναμώνονται και παρακινούνται να συνεισφέρουν σημαντικά σε συνθήκες όπου οι οργανισμοί καλλιεργούν μια κουλτούρα σεβασμού, ευγνωμοσύνης και συνεχούς ανάπτυξης. Τελικά, το κεφάλαιο αυτό έχει ως στόχο να ενθαρρύνει και να δώσει τη δυνατότητα στους οργανισμούς να αξιοποιήσουν το μετασχηματιστικό δυναμικό του εθελοντισμού και να χρησιμοποιήσουν τις συνδυασμένες προσπάθειες των ανθρώπων για να κάνουν τον κόσμο καλύτερο.

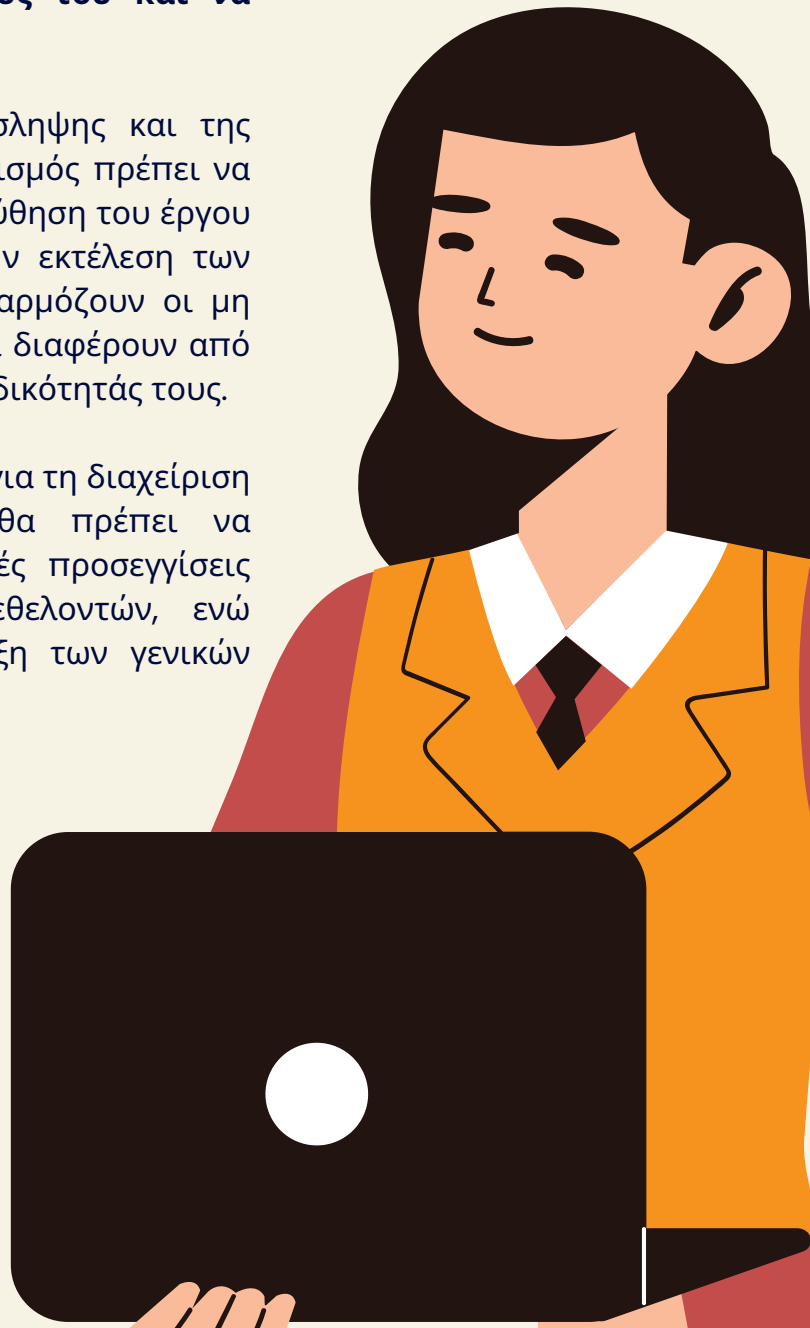
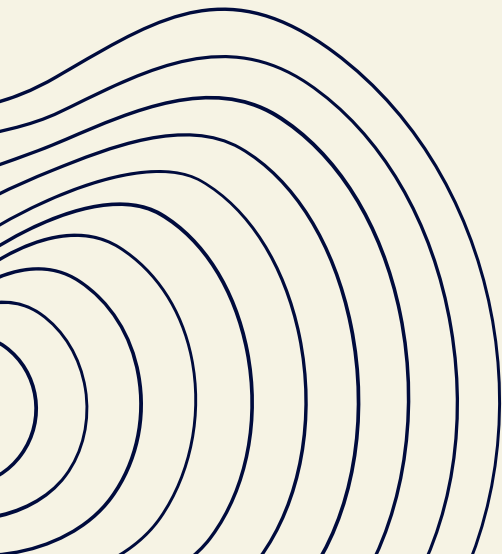
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΘΕΛΟΝΤΩΝ

Τι είναι η διαχείριση των εθελοντών;

Η διαδικασία ανάπτυξης μηχανισμών για την προσέλκυση, την εμπλοκή, την κατάρτιση και τον συντονισμό των εθελοντών είναι γνωστή ως διαχείριση εθελοντών. Για να το συνοψίσουμε με απλά λόγια, πρόκειται για την επίβλεψη της εργασίας που εκτελούν οι εθελοντές για έναν μη κερδοσκοπικό οργανισμό. **Η εφαρμογή ενός αποτελεσματικού σχεδίου διαχείρισης εθελοντών μπορεί να βοηθήσει έναν οργανισμό να επιτύχει τους στόχους του και να βελτιώσει τη ροή των εργασιών του.**

Εκτός από την οργάνωση της πρόσληψης και της κατάρτισης των εθελοντών, ένας οργανισμός πρέπει να δημιουργήσει σχέδια για την παρακολούθηση του έργου τους και την ενθάρρυνσή τους για την εκτέλεση των καθηκόντων τους. Οι τεχνικές που εφαρμόζουν οι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί ενδέχεται να διαφέρουν από οργανισμό σε οργανισμό λόγω της μοναδικότητάς τους.

Κατά τη διαμόρφωση μιας στρατηγικής για τη διαχείριση των εθελοντών, ένας οργανισμός θα πρέπει να επικεντρωθεί στις πιο αποτελεσματικές προσεγγίσεις που διευκολύνουν το έργο των εθελοντών, ενώ ταυτόχρονα συμβάλλουν στην επίτευξη των γενικών στόχων του οργανισμού.



Τι κάνει ένας διαχειριστής εθελοντών;

Τα άτομα που είναι υπεύθυνα για τη διαχείριση των εθελοντών έχουν διάφορους τίτλους, π.χ. Συντονιστής εθελοντών, Οργανωτής εθελοντών, Διαχειριστής εθελοντών, Αρχηγός ομάδας, και μπορεί να είναι έμμισθη ή άμισθη θέση. Η διαχείριση των εθελοντών απαιτεί διαφορετική προσέγγιση και πρόσθετες δεξιότητες σε σχέση με τη διαχείριση του έμμισθου προσωπικού. Η προσέλκυση εθελοντών, η κατανομή καθηκόντων και βάρδιας, η εφαρμογή σχεδίων κατάρτισης και η παρακολούθηση των υποστηρικτών κατά την εκτέλεση των καθηκόντων τους είναι όλα αρμοδιότητα των διαχειριστών εθελοντών. Διασφαλίζουν ότι ο οργανισμός τους διαθέτει αρκετό προσωπικό για έργα, εκδηλώσεις και εκστρατείες, εκτός από τη διαχείριση του προγράμματος εθελοντών στο σύνολό του. Αυτά είναι τα βασικά καθήκοντα που εκτελεί κάθε συντονιστής εθελοντών- οι συγκεκριμένοι ρόλοι μπορεί να διαφέρουν ανάλογα με την οργάνωση.

Ορισμένα από τα **γενικά καθήκοντα** για τα οποία είναι υπεύθυνος ένας διαχειριστής εθελοντών είναι τα εξής:

- Διαχείριση της διαδικασίας πρόσληψης εθελοντών.
- Ανάπτυξη προγραμμάτων εργασίας με στόχο.
- Ανάθεση καθημερινών και έκτακτων αρμοδιοτήτων στους εθελοντές.
- Παροχή ορθών οδηγιών και κατάλληλης καθοδήγησης.
- Αξιολόγηση της απόδοσης των εθελοντών σε προγραμματισμένα χρονικά διαστήματα.
- Καθοδήγηση της εφαρμογής των πολιτικών και διαδικασιών για τους εθελοντές.
- Διασφάλιση της συμμόρφωσης με τις κατευθυντήριες γραμμές σε επίπεδο εταιρείας και ειδικά για τους εθελοντές.
- Αξιολόγηση των πολιτικών και διαδικασιών διαχείρισης των εθελοντών για βελτιώσεις.
- Προώθηση της συμμόρφωσης με τον προϋπολογισμό για τη διατήρηση των δραστηριοτήτων μας.

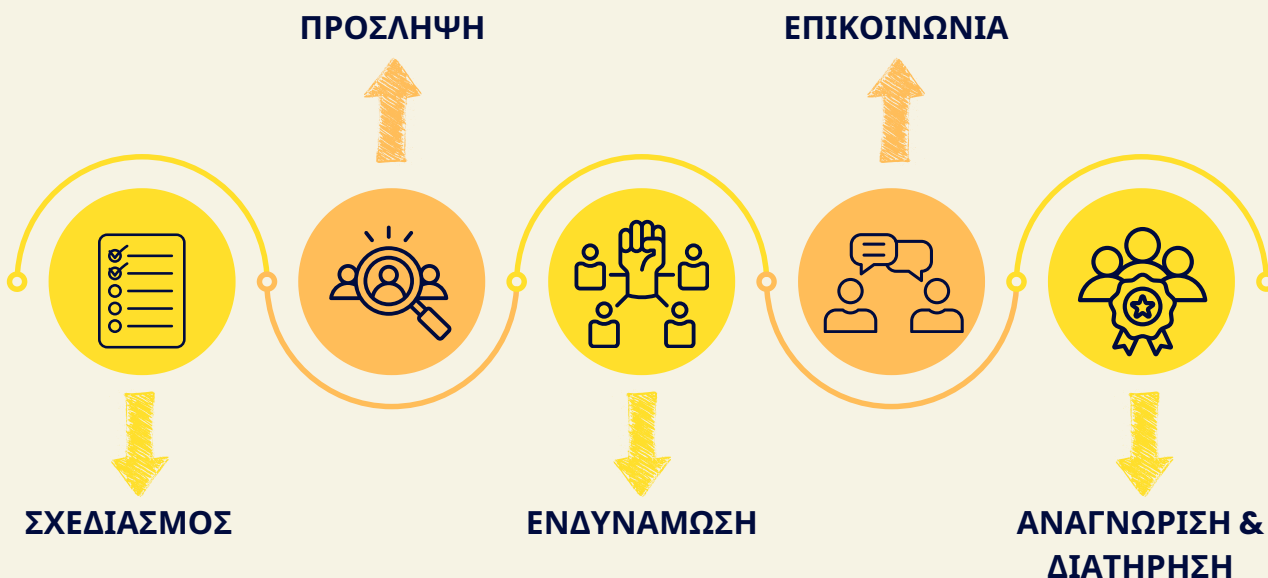


ΚΥΡΙΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΤΩΝ ΕΘΕΛΟΝΤΩΝ

Κάθε οργανισμός έχει τους δικούς του ξεχωριστούς στόχους, έργα και σχέδια. Κατά συνέπεια, ανάλογα με τις ιδιαίτερες απαιτήσεις και τους στόχους του οργανισμού σας, η διαχείριση των εθελοντών μπορεί να περιλαμβάνει μια ποικιλία στοιχείων.

Η διαδικασία από την οποία περνούν οι εθελοντές κατά τη διάρκεια της συνεργασίας τους με τον οργανισμό σας, από τη στιγμή που προσλαμβάνονται για πρώτη φορά έως τη στιγμή που γίνονται τακτικοί συνεργάτες, είναι γνωστή ως κύκλος ζωής της διαχείρισης εθελοντών. Η κατανόηση του κύκλου ζωής των εθελοντών μπορεί να σας βοηθήσει να βρείτε ευκαιρίες για να βελτιώσετε τις διαδικασίες σας για τους εθελοντές σε κάθε στροφή.

ΚΥΚΛΟΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΕΘΕΛΟΝΤΩΝ



1. Σχεδιασμός

Πολιτικές και διαδικασίες

Οι πολιτικές και οι διαδικασίες συχνά αποτελούνται από μια περιγραφή των δραστηριοτήτων που ήδη εκτελείτε. Ωστόσο, η ύπαρξη πολιτικής για τους εθελοντές είναι ιδιαίτερα σημαντική για τους οργανισμούς που σκοπεύουν να εμπλέξουν εθελοντές για πρώτη φορά- αποτελεί το σημείο εκκίνησης για την αποτελεσματική διαχείριση των εθελοντών. Μια πολιτική για τους εθελοντές δίνει κατευθύνσεις και κατευθυντήριες γραμμές για τη λήψη αποφάσεων. Οι πολιτικές λένε στους ανθρώπους τι πρέπει να κάνουν, και οι διαδικασίες λένε στους ανθρώπους πώς να το κάνουν, περιγράφοντας τα βήματα και την αλληλουχία των δραστηριοτήτων που υποστηρίζουν μια πολιτική. Η καθιέρωση μιας πολιτικής για τους εθελοντές αποδεικνύει ότι έχετε εξετάσει τον εθελοντισμό και ότι ενδιαφέρεστε για τους εθελοντές σας. Μπορεί να βοηθήσει στον καθορισμό των διαφορών μεταξύ αμειβόμενου προσωπικού και εθελοντών και να το γνωστοποιήσει αυτό τόσο στο προσωπικό όσο και στους εθελοντές που συμμετέχουν στον οργανισμό.

Είναι σημαντικό να συζητήσετε γιατί εμπλέκετε τους εθελοντές και πώς θα πλαισιώσουν τη λειτουργία του οργανισμού. Επίσης, είναι χρήσιμο η πολιτική εθελοντών να είναι σχετικά σύντομη και φιλική προς τον χρήστη.

Ακολουθούν ορισμένες προτάσεις για τους τομείς που πρέπει να καλύπτει η πολιτική σας για τους εθελοντές:

- Εισαγωγή στον οργανισμό και γιατί συμμετέχουν οι εθελοντές
- Όραμα και αποστολή για τον εθελοντισμό
- Ο ρόλος του προσωπικού στην παροχή εθελοντισμού
- Ρόλοι εθελοντών
- Αντιστοίχιση των σωστών εθελοντών με τον κατάλληλο ρόλο
- Θετική εισαγωγή και κατάρτιση Υγεία και ασφάλεια και ασφάλιση
- Έξοδα Συμβολή και εκτίμηση Διαχείριση δύσκολων καταστάσεων

Καθορισμός των ρόλων και των αρμοδιοτήτων των εθελοντών

Κατά την αποτελεσματική διαχείριση των εθελοντών, είναι σημαντικό να κατανοήσετε τους ρόλους και τα καθήκοντά τους εντός του οργανισμού. Περιγράφοντας αυτές τις ευθύνες, οι οργανισμοί μπορούν να προσελκύσουν εθελοντές με τις δεξιότητες και τα ενδιαφέροντα που θα έχουν αντίκτυπο. Αυτό επιτρέπει επίσης στους εθελοντές να λαμβάνουν εκπαίδευση, υποστήριξη και ανατροφοδότηση.

Η αναγνώριση και η αποτίμηση της συμβολής και των επιτευγμάτων των εθελοντών είναι ζωτικής σημασίας, μαζί με την αξιολόγηση και τη βελτίωση της απόδοσης και των αποτελεσμάτων του προγράμματος εθελοντισμού. Τελικά, η προσέγγιση αυτή βοηθά τους εθελοντές να δουν πώς η εργασία τους ευθυγραμμίζεται με το όραμα και την αποστολή του οργανισμού.

Επιπλέον, με τον καθορισμό ρόλων και αρμοδιοτήτων, οι οργανισμοί μπορούν να δημιουργήσουν μια αίσθηση σαφήνειας και υπευθυνότητας μεταξύ των εθελοντών. Όταν οι εθελοντές γνωρίζουν τι αναμένεται από αυτούς, μπορούν να κατευθύνουν τις προσπάθειές τους αποτελεσματικά και να συνεισφέρουν ουσιαστικά. Αυτό ωφελεί τον οργανισμό και εμπλουτίζει την εμπειρία του εθελοντή, καθώς τα άτομα βλέπουν από πρώτο χέρι τα θετικά αποτελέσματα της συμμετοχής τους.

2. Πρόσληψη

Σε αυτό το μέρος, είναι απαραίτητη η συνεργασία με την ομάδα επικοινωνίας και η εξέταση στρατηγικών για την προσέλκυση του κατάλληλου είδους ανθρώπων στον οργανισμό σας. Μπορεί να πρόκειται για ανθρώπους που δεν έχουν σκεφτεί ποτέ να προσφέρουν εθελοντική εργασία και πρέπει να δημιουργήσετε μια σύνδεση μαζί τους. Και αυτό θα το καταφέρετε μόνο αν οι άνθρωποι βλέπουν τον εαυτό τους να συνδέεται μαζί σας, είτε επειδή έχουν κάτι να σας προσφέρουν είτε επειδή εσείς έχετε κάτι να τους προσφέρετε.

Όταν πρόκειται για την πρόσληψη εθελοντών, είναι σημαντικό να αναγνωρίσουμε τις δυσκολίες που υπάρχουν. Υπάρχουν ευκαιρίες για δυνητικούς εθελοντές, από ρόλους πλήρους απασχόλησης με αμοιβή μέχρι την απόκτηση σχολικών μονάδων ή τη συμμετοχή σε έργα με παγκόσμια σημασία. Είναι ζωτικής σημασίας να διακρίνετε τον οργανισμό σας και να επικοινωνήσετε τι τον κάνει μοναδικό σε αυτόν τον τομέα. **Τι προσφέρει ο οργανισμός σας που τον κάνει να ξεχωρίζει από τους άλλους;** Αυτό μπορεί να είναι μια αποστολή, ένας τομέας εστίασης, ένα φιλόξενο περιβάλλον ή εξειδικευμένη κατάρτιση και εμπειρογνωμοσύνη.

Παρά το τοπίο της προσέλκυσης εθελοντών, υπάρχουν διαθέσιμες στρατηγικές για την αντιμετώπιση αυτών των εμποδίων. Οι προσεγγίσεις αυτές κυμαίνονται από τη χρήση πλατφορμών και μέσων κοινωνικής δικτύωσης για την προβολή έως τη διοργάνωση εκδηλώσεων και ενημερωτικών συνεδριών. Αναδεικνύοντας τις εμπειρίες και τις συνεισφορές που μπορούν να προσφέρουν οι εθελοντές στον οργανισμό σας, δημιουργείτε μια ιστορία που προσελκύει πραγματικά ενδιαφερόμενα και αφοσιωμένα άτομα. Ένα ισχυρό σχέδιο για την προσέλκυση εθελοντών είναι απαραίτητο για την προσέλκυση ατόμων που συμμερίζονται τους στόχους του οργανισμού σας. Η οικοδόμηση ενός συστήματος για την ενίσχυση της πρόσληψης μπορεί να οδηγήσει σε μια πιο αφοσιωμένη κοινότητα εθελοντών που επηρεάζει σημαντικά την κοινότητα ή τον σκοπό σας.



Η στρατηγική σας για την πρόσληψη εθελοντών θα πρέπει να απαντά σε αυτά τα ερωτήματα:


- Ποιες είναι οι ανάγκες της οργάνωσής μας σε εθελοντές;
- Ποια αποτελεσματικά μηνύματα μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε για να προσελκύσουμε νέους εθελοντές;
- Ποια κανάλια προσέλκυσης χρησιμοποιούμε επί του παρόντος για να προσεγγίσουμε τους υποψήφιους εθελοντές;
- Ποια νέα κανάλια μπορούμε να εξερευνήσουμε;
- Ποια εργαλεία διαθέτουμε για την αποτελεσματική και αποδοτική προσέλκυση εθελοντών;
- Είναι το σχέδιο πρόσληψής μας βιώσιμο και επεκτάσιμο;

Το ξεκίνημα με τους εθελοντές περιλαμβάνει διάφορα βασικά βήματα για να διασφαλίσετε την αποτελεσματική χρήση τους στον οργανισμό σας. Το αρχικό βήμα είναι να συγκαλέσετε την ομάδα σας για να αξιολογήσετε διεξοδικά τις απαιτήσεις του οργανισμού σας και τις ανάγκες της κοινότητας.

Η αναγνώριση των κενών στο εθελοντικό σας πρόγραμμα και η κατανόηση του τρόπου με τον οποίο οι εθελοντές μπορούν να υποστηρίξουν τις καθημερινές λειτουργίες του οργανισμού σας είναι επιτακτική ανάγκη. Σε διάφορους ρόλους, οι εθελοντές μπορούν να είναι απαραίτητοι αλληλεπιδρώντας άμεσα με τα μέλη της κοινότητας και τους σκοπούς που υποστηρίζει ο οργανισμός. Στους εθελοντές πρώτης γραμμής περιλαμβάνονται άτομα που εργάζονται στο περιβάλλον, σερβίρουν γεύματα σε καταφύγια και συντηρούν δημόσιους χώρους, όπως μονοπάτια πεζοπορίας. Όποια και αν είναι η συγκεκριμένη εστίαση του προγράμματος, οι εθελοντές αποτελούν ανεκτίμητη πηγή για την άμεση παροχή ζωτικών υπηρεσιών στην κοινότητα. Υπάρχουν όμως και πολλοί άλλοι τρόποι με τους οποίους οι εθελοντές σας μπορούν να βοηθήσουν πέρα από την άμεση εξυπηρέτηση.

Ακολουθούν μερικά μόνο παραδείγματα για το πώς οι εθελοντές μπορούν να κάνουν τη διαφορά στον οργανισμό σας:

- Εξεύρεση πόρων για τον οργανισμό σας
- Συντήρηση ιστότοπου Υποστήριξη πρωτοβουλιών συνηγορίας
- Διατήρηση των λογαριασμών του οργανισμού σας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης
- Σχεδιασμός εκδηλώσεων
- Έρευνα και παροχή συμβουλών
- Σύνδεσμος της κοινότητας



Το μήνυμα πρόσληψής σας είναι ζωτικής σημασίας για τη δέσμευση της κοινότητάς σας και την ενθάρρυνσή της για τον σκοπό της οργάνωσής σας. Είναι οι βασικές πληροφορίες που θέλετε να μεταφέρετε, αντιπροσωπεύοντας τη φωνή και τις αξίες του οργανισμού σας. Το μήνυμα πρέπει να είναι δελεαστικό και απλό, προσκαλώντας τους δυνητικούς εθελοντές να συμμετάσχουν στον σκοπό σας. Έχετε διάφορες προσεγγίσεις για τη διαμόρφωση αυτού του μηνύματος. Θα πρέπει να καλωσορίσετε τους δυνητικούς εθελοντές με θέρμη, προσκαλώντας τους να γίνουν μέρος μιας υποστηρικτικής κοινότητας. Εναλλακτικά, θα μπορούσατε να εκμεταλλευτείτε την αίσθηση του επείγοντος και να τους παροτρύνετε να αναλάβουν γρήγορα δράση για να αλλάξουν τα πράγματα. Ανεξάρτητα από τη στρατηγική, στόχος είναι ένα συνεκτικό, ελκυστικό μήνυμα που να συνδέεται με το κοινό σας.

Τι πρέπει να λέει η περιγραφή της θέσης εργασίας του εθελοντή σας:

Τίτλος ρόλου: Ξεκινήστε με έναν πιασάρικο και κατατοπιστικό τίτλο για τη θέση του εθελοντή. Ως το πρώτο πράγμα που θα δουν οι δυνητικοί υποψήφιοι, αυτός ο τίτλος θα πρέπει να τους προσελκύει. "Κοινοτικός φροντιστής: Βοηθήστε να κάνετε τη διαφορά στη γειτονιά σας", για παράδειγμα.


Ρωτήστε μια ερώτηση: Χρησιμοποιήστε ένα στοχευμένο μήνυμα προσέλκυσης, θέτοντας μια ερώτηση που ενθαρρύνει τους υποψήφιους εθελοντές να διαπιστώσουν αν η ευκαιρία είναι κατάλληλη γι' αυτούς. Όπως στην ερώτηση: "Έχετε πάθος για την κοινωνική προσφορά και θέλετε να επηρεάσετε θετικά τη γειτονιά σας;"

Αίτημα πρόσκλησης: Δηλώστε με σαφήνεια τις προτιμήσεις σας στους υποψήφιους υποψηφίους και προσκαλέστε τους να επικοινωνήσουν μαζί σας. Για παράδειγμα: "Αναζητούμε αφοσιωμένους ανθρώπους πρόθυμους να προσφέρουν το χρόνο και την εμπειρία τους για τη βελτίωση της κοινότητάς μας".

Περιγραφή: Αφού τραβήξετε την προσοχή τους, αναλύστε τα καθήκοντα της θέσης εργασίας, τη σημασία του ρόλου τους και τυχόν απαιτήσεις για εθελοντική εργασία. Αυτό θα μπορούσε να περιλαμβάνει καθήκοντα όπως ο σχεδιασμός εκδηλώσεων, η βοήθεια σε πρωτοβουλίες προβολής ή η παροχή βοήθειας σε όσους στην κοινότητα το χρειάζονται. Τονίστε τη σημασία της συμβολής τους στην αποστολή του οργανισμού και τον πιθανό αντίκτυπο.

Κλήση σε δράση (CTA): Χρησιμοποιήστε μια συναρπαστική Πρόσκληση προς Δράση (CTA) για να ενθαρρύνετε τους εθελοντές να εγγραφούν. Για παράδειγμα: "Έτοιμοι να κάνετε τη διαφορά; Κάντε κλικ στο 'Εγγραφείτε τώρα' για να ενταχθείτε στην ομάδα των αφοσιωμένων εθελοντών μας!"

Πρόσθετες λεπτομέρειες: Ακολουθήστε με πρόσθετες πληροφορίες και υλικότεχνικές λεπτομέρειες. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει εκπαιδευτικές συνεδρίες, ώρες συνάντησης, λεπτομέρειες σχετικά με την τοποθεσία και στοιχεία επικοινωνίας για περαιτέρω ερωτήσεις.



Ποια κανάλια προσέλκυσης χρησιμοποιούμε σήμερα για να προσεγγίσουμε τους υποψήφιους εθελοντές; Ποια νέα κανάλια μπορούμε να εξερευνήσουμε;

Ενώ οι παραδοσιακές μέθοδοι, όπως τα φυλλάδια και οι εκθέσεις εθελοντών, παραμένουν αποτελεσματικές για την πρόσληψη, πολλές οργανώσεις στρέφονται όλο και περισσότερο σε διαδικτυακές πλατφόρμες για την προσέλκυση εθελοντών. Αυτή η στροφή προς τη διαδικτυακή πρόσληψη προσφέρει πολλά πλεονεκτήματα: Πρώτον, η διαδικτυακή πρόσληψη είναι συχνά πιο αποδοτική από τις παραδοσιακές μεθόδους. Επιτρέπει στις οργανώσεις να προσεγγίσουν ένα ευρύτερο κοινό και να ρίξουν ένα ευρύτερο δίκτυο, διευρύνοντας τη δεξαμενή των δυνητικών εθελοντών. Επιπλέον, το ψηφιακό τοπίο προσφέρει καινοτόμους τρόπους επικοινωνίας με τους εθελοντές, όπως μέσω εκστρατειών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, εικονικών εκδηλώσεων και στοχευμένων διαδικτυακών διαφημίσεων.

Κανάλια πρόσληψης μέσω κοινωνικών μέσων

Πράγματι, κάθε πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης έχει πλεονεκτήματα έναντι των άλλων, καθώς και βέλτιστες πρακτικές για την αλληλεπίδραση με τους υποστηρικτές και τους εθελοντές. Ακολουθούν ορισμένες συμβουλές για την καλύτερη δυνατή αξιοποίηση κάθε πλατφόρμας:

Στο Facebook:

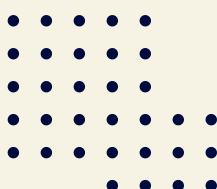
- Μοιραστείτε λεπτομέρειες σχετικά με τις συνεισφορές, τις αξίες και τους στόχους του οργανισμού σας στο Facebook. Μοιραστείτε ιστορίες από εκδηλώσεις για να παρουσιάσετε το έργο σας.
- Ενημερώστε τους εθελοντές για ευκαιρίες, εκδηλώσεις και ενημερώσεις μέσω του Facebook. Δημιουργήστε μια ομάδα στο Facebook για να συνδέσετε τους εθελοντές και να ενθαρρύνετε τη συντροφικότητα.

Στο Instagram:

- Στο Instagram, μοιραστείτε οπτικό περιεχόμενο, όπως φωτογραφίες και βίντεο, για να αναδείξετε τα επιτεύγματα και τον αντίκτυπο της εταιρείας σας.
- Χρησιμοποιήστε το Instagram Stories για να παρουσιάσετε εθελοντές, να δώσετε ματιές στα παρασκήνια και να παρουσιάσετε στιγμές εκδηλώσεων.
- Ενθαρρύνετε τους εθελοντές να μοιραστούν τις εμπειρίες τους και να επισημάνουν τον οργανισμό σας στις αναρτήσεις τους.

Στο LinkedIn:

- Όσον αφορά το LinkedIn, δημοσιεύστε θέσεις εθελοντών και καταχωρίσεις εκδηλώσεων στη σελίδα του οργανισμού σας.
- Απευθυνθείτε σε εμπειρογνώμονες για εθελοντικούς ρόλους.
- Εγγραφείτε σε ομάδες του LinkedIn για να ενημερώνεστε για τα νέα του οργανισμού και να συνδέεστε με εθελοντές.



Στο Twitter:

- Συνδεθείτε με τους υποστηρικτές σας στο Twitter και μοιραστείτε εκεί ανακοινώσεις και ενημερώσεις. Η χρήση hashtags σχετικά με τον εθελοντισμό για τον σκοπό σας και τις επικείμενες εκδηλώσεις θα σας βοηθήσει να συμμετάσχετε σε συζητήσεις.
- Ενθαρρύνετε την αίσθηση της κοινότητας και της ενεργού συμμετοχής, απαντώντας στις αναρτήσεις των ακολούθων σας.
- Συμμετέχετε σε συζητήσεις στο Twitter σχετικά με τον εθελοντισμό για να διευρύνετε το κοινό για τον σκοπό που υποστηρίζετε.

Στο Youtube:

- Δημιουργήστε βίντεο στο YouTube που αφηγούνται την ιστορία του οργανισμού σας, αποδεικνύουν την επιρροή του και δίνουν έμφαση στον εθελοντισμό. Προσθέστε το βίντεο σας στο YouTube στον ιστότοπό σας, κοινοποιήστε το εκεί και παραπέμπτε σε αυτό από τα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που στέλνετε.
- Χρησιμοποιήστε το YouTube ως χώρο για την κοινή χρήση μαγνητοσκοπημένων εικονικών εκδηλώσεων και εκπαιδευτικού υλικού σχετικού με την αποστολή σας. Μπορείτε να εδραιώσετε μια παρουσία και να αναπτύξετε μια αφοσιωμένη ομάδα ανθρώπων που είναι αφοσιωμένοι στον σκοπό σας, συνεχίζοντας να εμπλέκεστε μέσω αυτών των καναλιών.

Άλλες μέθοδοι

Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο και ενημερωτικά δελτία:

- Το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο είναι ένας τρόπος για να παραμείνετε συνδεδεμένοι με την κοινότητά σας, συμπεριλαμβανομένων των εθελοντών και των δωρητών, καθώς περιηγούνται στην εμπλοκή τους με τον οργανισμό σας.

Ενθαρρύνετε τις παραπομπές:

- Η αξιοποίηση της δύναμης του μάρκετινγκ από στόμα σε στόμα μπορεί να αποτελέσει στρατηγική για την προσέλκυση εθελοντών. Αξιοποιεί το πάθος και τη συνηγορία των υφιστάμενων υποστηρικτών σας για να προσελκύσει άτομα που μοιράζονται τις ίδιες αξίες και ενδιαφέροντα για εθελοντισμό ή δωρεές.

Επένδυση στη διαδικτυακή διαφήμιση:

- Η διαδικτυακή διαφήμιση είναι ένα εργαλείο για την προώθηση της επισκεψιμότητας στις ευκαιρίες εθελοντισμού σας. Σας επιτρέπει να επεκτείνετε την εμβέλειά σας και να προσελκύσετε άτομα που αναζητούν ενεργά εθελοντικούς ρόλους. Εξετάστε το ενδεχόμενο να εξερευνήσετε διαφημιστικές πλατφόρμες όπως οι διαφημίσεις Google Ads, οι διαφημίσεις Facebook και οι διαφημίσεις LinkedIn που είναι προσαρμοσμένες για μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς.

Εξειδικευμένες διαδικτυακές πλατφόρμες εθελοντισμού:

- Σε ορισμένες χώρες υπάρχουν αυτού του είδους οι πλατφόρμες εθελοντισμού που συνδέουν οργανώσεις με εθελοντές.

Ακολουθούν ορισμένα παραδείγματα πλατφορμών:

Ρουμανία - <https://euvoluntar.ro/> ,
<https://voluntarbv.ro/> for Brasov

Ισπανία - <https://www.hacesfalta.org/> ,
<https://www.observatoriovoluntariadocv.org/valencia> for Valencia

Σουηδία- <https://www.volontarbyran.org/>

Κύπρος - <https://esc.idep.org.cy/>
<https://volunteerism-cc.org.cy/>

Αυστρία - <https://www.freiwilligenagentur.wien>
<https://volunteering.at/#>

Εάν επιλέξετε να εξερευνήσετε τη διαφήμιση για την πρόσληψη εθελοντών, σας προτείνουμε να εξερευνήσετε τις επιχορηγήσεις Google Ad Grants. Αυτές οι χορηγούμενες συνδέσεις εμφανίζονται στην κορυφή των αποτελεσμάτων αναζήτησης της Google όταν οι χρήστες αναζητούν πληροφορίες που σχετίζονται με τον οργανισμό σας.

Χρήση πολλαπλών καναλιών πρόσληψης

Η υιοθέτηση μιας πολυκαναλικής προσέγγισης μάρκετινγκ για την προσέλκυση εθελοντών μπορεί να ενισχύσει σημαντικά την εμβέλεια και τη δέσμευσή σας με δυνητικούς εθελοντές. Η στρατηγική αυτή περιλαμβάνει τη χρήση διαφόρων καναλιών επικοινωνίας για να συνδεθείτε με το κοινό σας εκεί όπου είναι πιο ενεργό. Μια έξυπνη πολυκαναλική προσέγγιση μπορεί να αυξήσει τη δέσμευση, να συνδεθεί με μεγαλύτερο κοινό και να αναπτύξει το δίκτυό σας, και ένα καλό παράδειγμα είναι το Hootsuite.





Η επιλογή των κατάλληλων καναλιών είναι ζωτικής σημασίας, αλλά η χρήση των κατάλληλων εργαλείων μπορεί να ενισχύσει σημαντικά τις προσπάθειες πρόσληψής σας. Εργαλεία όπως το Canva για οπτικό υλικό, το Mailchimp για μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, το WordPress για τη διαχείριση του ιστότοπου, το Hootsuite για τον προγραμματισμό των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και το Google Analytics για την παρακολούθηση μπορούν να εξοικονομήσουν χρόνο, χρήματα και ενέργεια. Αυτά τα εργαλεία βοηθούν στο σχεδιασμό ελκυστικού περιεχομένου, στη συγγραφή ελκυστικών κειμένων, στην αυτοματοποίηση των αναρτήσεων και στην παρακολούθηση των επιδόσεων και, αξιοποιώντας τα, οι οργανισμοί μπορούν να εξοικονομήσουν πολύτιμο χρόνο, πόρους και προσπάθεια, ενώ παράλληλα ενισχύουν τη στρατηγική μάρκετινγκ.

3. Ενδυνάμωση

Ο εθελοντισμός και η συμμετοχή σε πρωτοβουλίες καθοδήγησης παρέχει ανεκτίμητη υποστήριξη και καθοδήγηση στους εθελοντές. Ένα πολύ μεγάλο ποσοστό των εθελοντών είναι φοιτητές λυκείου ή πανεπιστημίου που προσπαθούν να βρουν το δρόμο τους στη ζωή υπό την πίεση να πάρουν τις σωστές αποφάσεις. Μπορούν να επωφεληθούν σε μεγάλο βαθμό από τις γνώσεις και την εμπειρία που μοιράζονται έμπειροι άνθρωποι. Η καθοδήγηση που λαμβάνουν μέσω της καθοδήγησης τους βοηθά να λαμβάνουν τεκμηριωμένες αποφάσεις, να αντιμετωπίζουν τις προκλήσεις και να αναπτύσσουν κρίσιμες δεξιότητες για την προσωπική και επαγγελματική τους ζωή και, πάνω απ' όλα, να αποκτούν προοπτική.



Η ενδυνάμωση των εθελοντών σημαίνει επίσης την τοποθέτησή τους στους σωστούς ρόλους όπου αισθάνονται ότι εκτιμώνται και όπου βοηθούν περισσότερο, γι' αυτό και είναι ζωτικής σημασίας να ρωτάτε για τις δεξιότητες ή να τονίζετε τις επιθυμητές δεξιότητες στις περιγραφές των ρόλων σας. Στο τέλος, ο εθελοντισμός που βασίζεται σε δεξιότητες είναι πολύ πιο ικανοποιητικός για όλα τα εμπλεκόμενα μέρη. Από αυτό το σημείο και έπειτα, θα πρέπει να παρέχετε πολλές ευκαιρίες κατάρτισης για να διασφαλίσετε ότι οι εθελοντές είναι προετοιμασμένοι για τη δραστηριότητά τους. Να θυμάστε ότι οι διαφορετικοί ρόλοι των εθελοντών χρειάζονται ξεχωριστά προγράμματα κατάρτισης, τα οποία εκτείνονται πέρα από τα βασικά καθήκοντα που θα κάνουν.

Η δημιουργία ενός εκπαιδευτικού προγράμματος είναι ζωτικής σημασίας για τον εξοπλισμό των εθελοντών για τα καθήκοντά τους. Ο πρωταρχικός στόχος αυτής της κατάρτισης και του προσανατολισμού είναι να διασφαλιστεί ότι οι εθελοντές είναι καλά προετοιμασμένοι για την επιτυχία, προσφέροντάς τους τις γνώσεις και τους πόρους που χρειάζονται για να ευδοκιμήσουν. Μπορούν να χρησιμοποιηθούν διαφορετικές προσεγγίσεις για την κατάρτιση, όπως διαδικτυακά σεμινάρια, βίντεο και ομαδικές συναντήσεις.

Ακολουθούν ορισμένες **βέλτιστες πρακτικές** που πρέπει να έχετε κατά νου για την εκπαίδευση των εθελοντών:

- Προσφέρετε διαδικτυακές ενότητες κατάρτισης και βίντεο που επιτρέπουν στους εθελοντές να ολοκληρώνουν την κατάρτιση ανεξάρτητα.
- Παρέχουν πρακτικές συμβουλές και συμβουλές για πιθανά σενάρια που μπορεί να αντιμετωπίσουν κατά τη διάρκεια της υπηρεσίας τους. Για παράδειγμα, μοιραστείτε βέλτιστες πρακτικές για την αλληλεπίδραση με συγκεκριμένες ομάδες ή για τη διαχείριση κοινών ερωτήσεων.
- Αναγνωρίστε την επιτυχή ολοκλήρωση της εκπαίδευσης των εθελοντών, υποδεικνύοντας ότι είναι έτοιμοι να αρχίσουν να εγγράφονται για βάρδιες.
- Χρησιμοποιήστε τη βάση δεδομένων των εθελοντών σας για να παρακολουθείτε την πρόοδο της εκπαίδευσης κάθε εθελοντή, αποτρέποντας την επανάληψη των ασκήσεων.

Είναι σημαντικό να αποφεύγεται η υπερφόρτωση των εθελοντών με υπερβολικές απαιτήσεις κατάρτισης. Διατηρήστε τη διαδικασία απλή και διασφαλίστε ότι η εκπαίδευση είναι προσαρμοσμένη στους συγκεκριμένους ρόλους ή καθήκοντα που θα εκτελούν οι εθελοντές. Αυτή η προσέγγιση σέβεται το χρόνο των εθελοντών και διασφαλίζει ότι είναι επαρκώς προετοιμασμένοι για τα καθήκοντά τους.

4. Επικοινωνία

Η αποτελεσματική διαχείριση των εθελοντών βασίζεται σε μεγάλο βαθμό στην επικοινωνία. Είναι ζωτικής σημασίας να διατηρείται διάλογος μεταξύ των εθελοντών και των προϊσταμένων τους και μεταξύ των εθελοντών και των άλλων μελών της ομάδας. Με τη διεξαγωγή τέτοιων συζητήσεων, οι οργανισμοί μπορούν να αποκτήσουν γνώσεις σχετικά με τις ανάγκες των εθελοντών. Εντοπίζουν τους τομείς που απαιτούν ενίσχυση. Είναι σημαντικό να ενθαρρύνετε τους εθελοντές να εκφράζουν τις σκέψεις τους, να κάνουν ερωτήσεις και να μοιράζονται τις απόψεις τους. Η καλλιέργεια μιας κουλτούρας που εκτιμά την επικοινωνία μεταξύ των συναδέλφων προάγει τη διαφάνεια, τη συνεργασία και την αλληλεγγύη εντός της ομάδας. Η πρακτική αυτή ενισχύει σημαντικά την ομαδική εργασία, τις δεξιότητες επίλυσης προβλημάτων, την ικανοποίηση των εθελοντών και την οργανωτική απόδοση.

Ορισμένες προτάσεις για σαφή και συνεπή επικοινωνία με τους εθελοντές

- Καθιέρωση αλυσίδας διοίκησης.
- Αντιμετωπίστε γρήγορα ζητήματα έκτακτης ανάγκης και ασφάλειας.
- Παρέχετε στους εθελοντές εύκολη πρόσβαση στις απαραίτητες πληροφορίες.
- Γνωρίστε τους εθελοντές σε προσωπικό επίπεδο.
- Ζητήστε από τους εθελοντές ανατροφοδότηση.



Καθιέρωση αλυσίδας διοίκησης



Βεβαιωθείτε ότι οι εθελοντές γνωρίζουν σε ποιον πρέπει να απευθύνονται για τυχόν ερωτήσεις πριν, κατά τη διάρκεια ή μετά από κάθε εθελοντική δραστηριότητα. Ενημερώστε τους εθελοντές για την πλατφόρμα που πρέπει να χρησιμοποιούν για να επικοινωνούν με το προσωπικό σας. Για παράδειγμα, τα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου είναι κατάλληλα για την επικοινωνία πριν από την εκδήλωση, ενώ τα μηνύματα κειμένου ή οι τηλεφωνικές κλήσεις λειτουργούν καλύτερα για μηνύματα κατά την ημέρα της εκδήλωσης.



Αντιμετώπιση ζητημάτων έκτακτης ανάγκης και ασφάλειας γρήγορα

Είτε πρόκειται για ένα περιστατικό στο χώρο στάθμευσης είτε για μια μεγάλη διαρροή στην αίθουσα υποδοχής, η σαφής επικοινωνία σχετικά με τους πιθανούς κινδύνους για την ασφάλεια είναι απαραίτητη. Η γρήγορη και αποτελεσματική ανταπόκριση σε καταστάσεις έκτακτης ανάγκης κάνει τους εθελοντές να αισθάνονται πιο άνετα να εργάζονται με την οργάνωσή σας και διευκολύνει μια ασφαλή εμπειρία για όλους τους εμπλεκόμενους.

Παροχή στους εθελοντές εύκολης πρόσβασης στις απαραίτητες πληροφορίες

Οι εθελοντές θα πρέπει να έχουν πρόσβαση στα απαραίτητα έγγραφα και λεπτομερείς πληροφορίες σχετικά με το ρόλο τους και τον οργανισμό σας. Οι πληροφορίες αυτές θα πρέπει να είναι εύκολα προσβάσιμες σε πολλαπλές πλατφόρμες, συμπεριλαμβανομένου του ιστοτόπου σας και, όπου είναι απαραίτητο και δυνατό, μιας εφαρμογής για εθελοντές.

Εξασφαλίστε ότι οι εθελοντές έχουν πάντα πρόσβαση σε πληροφορίες όπως:

- Το πρόγραμμα των εθελοντών σας για να μπορείτε να βλέπετε όλες τις επερχόμενες ευκαιρίες και τις ανοικτές δραστηριότητες.
- Την υλικοτεχνική υποδομή κάθε δραστηριότητας για την οποία εγγράφονται, συμπεριλαμβανομένης της ημερομηνίας και της ώρας, της τοποθεσίας, των στοιχείων επικοινωνίας για το σημείο επαφής, των προμηθειών που πρέπει να φέρουν μαζί τους και του ρόλου για τον οποίο θα είναι υπεύθυνοι κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης.
- Εκπαιδευτικό υλικό, όπως εγχειρίδια ή βίντεο-διδασκαλίες

Χρησιμοποιήστε τις συνεδρίες προσανατολισμού σας για να ενημερώσετε τους εθελοντές για το πού θα βρουν αυτές τις πληροφορίες. Αυτό μπορεί να βοηθήσει στη μείωση της σύγχυσης και στον περιορισμό των ερωτήσεων.



Γνωρίστε τους εθελοντές σε προσωπικό επίπεδο.

Η δημιουργία μιας στρατηγικής επικοινωνίας για τους εθελοντές που δίνει έμφαση στις προσωπικές συνδέσεις είναι ζωτικής σημασίας για μια ικανοποιητική εμπειρία εθελοντισμού. Όταν οι εθελοντές αισθάνονται γνωστοί και ενθαρρύνονται να οικοδομήσουν σχέσεις μεταξύ τους, είναι πιο αφοσιωμένοι και ικανοποιημένοι από το ρόλο τους.

Για να επιτευχθεί αυτό, οι οργανισμοί θα πρέπει να συλλέγουν πληροφορίες σχετικά με τις δεξιότητες και τα ενδιαφέροντα των εθελοντών μέσω προσωπικών συζητήσεων ή επίσημων διαδικτυακών ερευνών. Κατανοώντας τις προτιμήσεις και τα δυνατά σημεία των εθελοντών, μαζί με τα κίνητρά τους για εθελοντισμό, οι οργανισμοί μπορούν να προτείνουν ρόλους που ευθυγραμμίζονται με τις δεξιότητές τους. Αυτή η εξατομικευμένη προσέγγιση διασφαλίζει ότι οι εθελοντές τοποθετούνται σε κατάλληλες θέσεις και ενισχύει την αίσθηση του σκοπού και της ικανοποίησης από τη συνεισφορά τους. Οι προσωπικές συνδέσεις και η κατανόηση των μοναδικών χαρακτηριστικών κάθε εθελοντή οδηγούν σε μια πιο ουσιαστική και ικανοποιητική εμπειρία εθελοντισμού.

Ζητήστε από τους εθελοντές ανατροφοδότηση

Η ενθάρρυνση των εθελοντών να μοιράζονται τα σχόλιά τους είναι ζωτικής σημασίας για τη συνεχή βελτίωση και τη θετική εμπειρία των εθελοντών. Το να ζητάτε τακτικά πληροφορίες σας επιτρέπει να προσαρμόζετε το πρόγραμμά σας ώστε να ευθυγραμμίζεται με τις προσδοκίες και τις ανάγκες των εθελοντών.

Εξετάστε το ενδεχόμενο αποστολής ερευνών εθελοντών μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή κειμένου με ερωτήσεις όπως:

- Αισθανθήκατε επαρκώς προετοιμασμένοι για το ρόλο σας;
- Πιστεύετε ότι η εθελοντική σας εργασία κάνει ουσιαστική διαφορά;
- Ποιες προτάσεις έχετε για να βελτιώσετε την εμπειρία του εθελοντή;
- Πόσο πιθανό είναι να συμμετάσχετε σε άλλη εθελοντική ευκαιρία μαζί μας;
- Θα συνιστούσατε το εθελοντικό μας πρόγραμμα σε άλλους;

Αφού συγκεντρώσετε και οργανώσετε τις απαντήσεις των εθελοντών, αναπτύξτε ένα σχέδιο για να αντιμετωπίσετε τα σχόλιά τους. Μοιραστείτε αυτό το σχέδιο με τους εθελοντές για να δείξετε ότι η συμβολή τους εκτιμάται και ότι δεσμεύεστε να κάνετε ουσιαστικές αλλαγές με βάση τις προτάσεις τους. Αυτός ο ανοιχτός βρόχος επικοινωνίας ενισχύει την αίσθηση της συνεργασίας και της επένδυσης στο πρόγραμμα εθελοντισμού.



5. Αναγνώριση και διατήρηση

Η αναγνώριση και επιβράβευση των εθελοντών για την αφοσίωσή τους είναι απαραίτητη για την έκφραση ευγνωμοσύνης και την παρακίνηση της συμμετοχής.

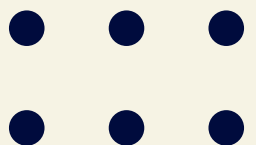
Ακολουθούν ορισμένοι τρόποι για να δημιουργήσετε ένα σχέδιο εκτίμησης των εθελοντών:

Προσωπική αναγνώριση: Είτε μέσω τηλεφωνικής κλήσης, είτε μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, είτε μέσω χειρόγραφου σημειώματος. Αυτή η προσωπική επαφή δείχνει την ευγνωμοσύνη για το έργο τους και τη διαφορά που κάνουν.

Στιγμιότυπα Εθελοντών: Οι οργανισμοί μπορούν να προβάλλουν τους εθελοντές σε ενημερωτικά δελτία, αναρτήσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ή στον ιστότοπό τους για να αναδείξουν τη συμβολή και τον αντίκτυπό τους. Η κοινοποίηση ιστοριών από τις εμπειρίες των εθελοντών και τις θετικές αλλαγές που επιφέρουν μπορεί να εμπνεύσει και άλλους να συμμετάσχουν. Χρησιμεύει επίσης ως μια μορφή εκτίμησης. Αυτές οι επισημάνσεις τιμούν τους εθελοντές και απεικονίζουν τη συλλογική επιρροή του εθελοντισμού, τονίζοντας τη σημασία των προσπαθειών τους εντός του οργανισμού και της κοινότητας.

Οργανώστε συγκεντρώσεις εκτίμησης εθελοντών: Η διοργάνωση μιας εκδήλωσης για να δείξετε την εκτίμησή σας στους εθελοντές μπορεί να είναι πολύ αποτελεσματική. Εκδηλώσεις όπως γεύματα, δείπνα ή διασκεδαστικές δραστηριότητες προσφέρουν την ευκαιρία να ενωθούν οι εθελοντές, να γιορτάσουν την υποστήριξή τους και να μεταφέρουν ευχαριστίες. Αυτές οι συγκεντρώσεις είχαν αποδείξει την εκτίμησή τους. Επίσης, δημιουργείται μια αίσθηση συντροφικότητας μεταξύ των εθελοντών και ενισχύεται η δέσμευσή τους στην αποστολή του οργανισμού.

Επειδή μειώνει τον κύκλο εργασιών και την ανάγκη για δαπανηρές προσπάθειες προσέλκυσης, η διατήρηση των εθελοντών είναι απαραίτητη για τη μακροπρόθεσμη επιτυχία του οργανισμού σας. Μπορείτε να μεγιστοποιήσετε την προσπάθεια που καταβάλλετε για την εξεύρεση εθελοντών, εστιάζοντας **στη διατήρηση.**



Ακολουθούν ορισμένες στρατηγικές που λειτουργούν καλά για τη διατήρηση της δέσμευσης των εθελοντών:

Συνδέστε τους με τοπικές στατιστικές και πραγματικές ιστορίες:

Κατά τη δέσμευση εθελοντών, είναι σημαντικό να τους συνδέετε με τοπικές στατιστικές και να μοιράζεστε πραγματικές ιστορίες ατόμων που έχουν ανάγκη στην κοινότητά τους. Αυτό βοηθά τους εθελοντές να κατανοήσουν τους βαθύτερους λόγους πίσω από τα προβλήματα που αντιμετωπίζει η κοινότητα. Παρουσιάζοντας δεδομένα και προσωπικές ιστορίες, οι εθελοντές μπορούν να αντιληφθούν τη σοβαρότητα της κατάστασης και τον αντίκτυπο των προσπαθειών τους. Η κατανόηση των βαθύτερων αιτιών των ζητημάτων, όπως η φτώχεια ή η έλλειψη στέγης, δίνει στους εθελοντές τη δυνατότητα να εργαστούν για ουσιαστικές λύσεις.

Συνδυάστε τις δεξιότητες και τα ενδιαφέροντα των εθελοντών:

- Οι εθελοντές δεσμεύονται περισσότερο όταν αισθάνονται ότι έχουν ουσιαστικό αντίκτυπο και ότι αξιοποιούν τις δεξιότητές τους.
- Καταγράψτε τα ενδιαφέροντα, τα πάθη και τις γνώσεις των εθελοντών κατά την εγγραφή για να αναθέσετε ρόλους που ανταποκρίνονται στις προτιμήσεις τους.

Εφαρμογή προσανατολισμού και κατάρτισης εθελοντών:

- Ο κατάλληλος προσανατολισμός και η εκπαίδευση βοηθούν τους εθελοντές να αισθάνονται προετοιμασμένοι και σίγουροι.
- Αυτό ενισχύει επίσης την αίσθηση σύνδεσης με τον οργανισμό σας, αυξάνοντας την πιθανότητα επιστροφής των εθελοντών.

Παροχή ανατροφοδότησης για τους εθελοντές:

- Μια μέθοδος για την αξιολόγηση της απόδοσης των εθελοντών από τους οργανισμούς περιλαμβάνει τη συλλογή στοιχείων από διάφορα μέλη/ τμήματα της ομάδας, όπως ο διευθυντής του εθελοντή και οι συνάδελφοι που ασχολούνται στενά με τα καθήκοντά του. Κατά την αναζήτηση ανατροφοδότησης, είναι σημαντικό για τους οργανισμούς να θέτουν ερωτήματα που αποσκοπούν στη συλλογή λεπτομερειών σχετικά με την απόδοση του εθελοντή και τους πιθανούς τομείς ανάπτυξης. Αυτή η εστιασμένη στρατηγική εγγυάται ότι η συνεισφορά που παρέχεται είναι εμπειριστατωμένη και πρακτική, βοηθώντας τους εθελοντές να ενισχύσουν τον αντίκτυπό τους στον οργανισμό.



ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

Η αποτελεσματική διαχείριση των εθελοντών απαιτεί μεθόδους αξιολόγησης και ανατροφοδότησης, καθώς προσφέρουν σημαντικές πληροφορίες για την αποτελεσματικότητα και τα αποτελέσματα των εθελοντικών πρωτοβουλιών. Οι οργανισμοί μπορούν να εντοπίζουν τα δυνατά σημεία, να αντιμετωπίζουν τα εμπόδια και να βελτιώνουν με συνέπεια τα προγράμματα εθελοντισμού τους αξιολογώντας μεθοδικά την αποτελεσματικότητα του προγράμματος και λαμβάνοντας πληροφορίες από τους εθελοντές και τους ενδιαφερόμενους φορείς.

Τεχνικές για την αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας του προγράμματος εθελοντισμού:

Αξιολογήστε το βαθμό στον οποίο οι εθελοντικές δραστηριότητες ευθυγραμμίζονται με τους σκοπούς και τους στόχους του οργανισμού. Καθορίστε αν οι εθελοντές συμβάλλουν στην επίτευξη των επιδιωκόμενων αποτελεσμάτων.

Ποσοτικές μετρήσεις: Για να αξιολογήσετε την αποτελεσματικότητα και τον αντίκτυπο ενός προγράμματος, χρησιμοποιήστε ποσοτικές μετρήσεις, όπως ο αριθμός των εθελοντικών ωρών που προσφέρθηκαν, ο αριθμός των εργασιών που ολοκληρώθηκαν και τα αποτελέσματα που επιτεύχθηκαν.

Ποιοτική ανατροφοδότηση: Για να μάθετε τις εμπειρίες, τα επίπεδα ικανοποίησης και τις απόψεις των εθελοντών σχετικά με την αποτελεσματικότητα του προγράμματος, συλλέξτε ποιοτική ανατροφοδότηση με τη χρήση ερωτηματολογίων, συνεντεύξεων και ομάδων εστίασης.

Δείκτες απόδοσης: Ορίστε βασικούς δείκτες επιδόσεων (KPIs), όπως μετρήσεις επιπτώσεων, βαθμολογίες ικανοποίησης εθελοντών και ποσοστά διατήρησης εθελοντών για την παρακολούθηση των στόχων του προγράμματος.

Οι οργανισμοί μπορούν να βελτιώσουν την ικανοποίηση και τη διατήρηση των εθελοντών, να ενισχύσουν τα εθελοντικά τους προγράμματα και τελικά να βελτιστοποιήσουν την επιρροή τους στις κοινότητες που υπηρετούν, χρησιμοποιώντας μια μεθοδική προσέγγιση στην αξιολόγηση και την ανατροφοδότηση. Τα προγράμματα εθελοντισμού μπορούν να αλλάξουν ώστε να προσαρμόζονται στις ανάγκες και τους στόχους των εθελοντών, των ενδιαφερομένων και των δικαιούχων μέσω της συνεχούς μάθησης, της προσαρμογής και της συνεργασίας.



ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η διαχείριση των προγραμμάτων εθελοντισμού είναι ζωτικής σημασίας για τον θετικό μετασχηματισμό και την ανάπτυξη της κοινότητας σε διάφορους τομείς. Εξετάσαμε τις διάφορες πτυχές της διαχείρισης των εθελοντών σε αυτό το κεφάλαιο, τονίζοντας τη σημασία της ως βασικό στοιχείο της οργανωτικής αποτελεσματικότητας και της ενδυνάμωσης της κοινότητας.

Τα προγράμματα εθελοντισμού ενισχύουν την κοινωνική συνοχή, την ανθεκτικότητα και την ενδυνάμωση τόσο των εθελοντών όσο και των αποδεκτών, λειτουργώντας ως καταλύτες για θετική αλλαγή. Στον δυναμικό και διαρκώς εξελισσόμενο κόσμο του σήμερα, οι εθελοντές είναι απαραίτητοι για την επίλυση πειστικών ζητημάτων και την επίτευξη στόχων βιώσιμης ανάπτυξης.

Οι οργανισμοί μπορούν να στρατολογήσουν, να δεσμεύσουν και να βοηθήσουν τους εθελοντές να επιτύχουν τους στόχους τους έχοντας πλήρη επίγνωση της πολυπλοκότητας που συνεπάγεται η διαχείριση των εθελοντών. Με τη δημιουργία κανόνων και διαδικασιών, τακτικών προσέλκυσης και πρωτοβουλιών κατάρτισης, οι οργανισμοί μπορούν να δημιουργήσουν περιβάλλοντα όπου οι εθελοντές αισθάνονται ότι εκτιμώνται, ενδυναμώνονται και εμπνέονται να συνεισφέρουν σημαντικά.

Για τις οργανώσεις που επιδιώκουν να μεγιστοποιήσουν τον αντίκτυπό τους και να επιτύχουν τους στόχους τους, η αποτελεσματική διαχείριση των εθελοντών είναι απαραίτητη από πολλές απόψεις:

Εξοικονομεί χρόνο: Οργανώνοντας και ιεραρχώντας αξιόπιστες πρακτικές διαχείρισης.

Βελτιώνει τις λειτουργίες: Η αποτελεσματική διαχείριση των εθελοντών μπορεί να βελτιώσει σημαντικά τις λειτουργίες του οργανισμού. Η διαχείριση μπορεί να βελτιώσει τον εθελοντισμό και να εξορθολογήσει τις διαδικασίες. Επιπλέον, μια ομάδα με αξιόπιστη, καθιερωμένη ηγεσία θα παράγει καλύτερο έργο.

Αυξάνει τη συμμετοχή και τη δέσμευση: Η αποτελεσματική διαχείριση των εθελοντικών προγραμμάτων δίνει προτεραιότητα στις ομάδες τους και εξασφαλίζει ότι όλοι έχουν τους πόρους για την επίτευξη του στόχου της ομάδας. Με δομημένη διαχείριση, οι εθελοντές είναι πιο πιθανό να συμμετέχουν σε ευκαιρίες και να αισθάνονται μέρος της αποστολής. Είναι επίσης συχνά πιο πρόθυμοι να προσφέρουν ξανά το χρόνο τους στο μέλλον.



Εξορθολογίζει την επικοινωνία: Η αποτελεσματική διαχείριση των εθελοντών βασίζεται σε μεγάλο βαθμό στην αποτελεσματική επικοινωνία. Οι ανοιχτοί δίαυλοι επικοινωνίας καθιστούν δυνατή την καλύτερη επίλυση προβλημάτων και τη συνεργασία. Στόχος των διευθυντών είναι να είναι ανοιχτοί και ειλικρινείς με το προσωπικό τους. Αυτό απλοποιεί δραματικά τη διαδικασία οργάνωσης εθελοντών και εκδηλώσεων. Η παροχή και η λήψη ανατροφοδότησης είναι ζωτικής σημασίας για την ενίσχυση της ομαδικής εργασίας.

Ενισχύει τη διατήρηση των εθελοντών: Η οργάνωση μπορεί να αυξήσει τη διατήρηση με την εφαρμογή αποτελεσματικών στρατηγικών διαχείρισης. Η αλληλεπίδραση με τους εθελοντές σας είναι ένας καταπληκτικός τρόπος για τη διατήρησή τους.

Κάνει την ηγεσία απλή: Οι καλά μελετημένες και σωστά εφαρμοζόμενες πολιτικές επιτρέπουν στους επικεφαλής των ομάδων να διαχειρίζονται πιο αποτελεσματικά τα πολλά καθήκοντα που σχετίζονται με την εποπτεία και τη φροντίδα των εθελοντών τους. Επίσης, όταν υπάρχει αποτελεσματική διαχείριση, οι άνθρωποι σε ηγετικές θέσεις μπορούν να αφιερώσουν περισσότερη προσοχή στους ανθρώπους με τους οποίους εργάζονται και όχι αποκλειστικά σε διοικητικά καθήκοντα.

Επιπλέον, οι οργανισμοί μπορούν να βελτιώσουν την ικανοποίηση των εθελοντών, τη διατήρηση και την επιτυχία του προγράμματος αξιολογώντας και βελτιώνοντας τακτικά τα εθελοντικά τους προγράμματα μέσω της συμβολής των ενδιαφερόμενων μερών και των εθελοντών. Οι οργανισμοί μπορούν να αξιοποιήσουν τη μετασχηματιστική δύναμη των εθελοντών με συνεχή αξιολόγηση και προσαρμογή, αξιοποιώντας τις συνδυασμένες προσπάθειες των ατόμων για θετική αλλαγή στον κόσμο.

Ουσιαστικά, η διαχείριση εθελοντικών προγραμμάτων περιλαμβάνει κάτι περισσότερο από τον απλό σχεδιασμό και προγραμματισμό- περιλαμβάνει επίσης την ανάπτυξη συνδέσεων, την ενθάρρυνση του αισθήματος της κοινότητας και την παροχή στους ανθρώπους της εμπιστοσύνης να συμμετέχουν σε έναν κοινό στόχο. Μέσω της εφαρμογής ισχυρών διαδικασιών διαχείρισης εθελοντισμού, οι οργανισμοί μπορούν να αυξήσουν την επιρροή τους, να βελτιώσουν τις τοπικές κοινότητές τους και να δημιουργήσουν ένα πιο ελπιδοφόρο μέλλον για όλους.



ΚΟΥΙΖ

1. Ποια είναι μια κρίσιμη πτυχή της ενδυνάμωσης των εθελοντών;

- α) Παροχή ανεπαρκούς εκπαίδευσης
- β) Αγνόηση των ανατροφοδοτήσεών τους
- γ) Αναγνώριση των συνεισφορών τους
- δ) Περιορισμός της επικοινωνίας τους

2. Η αποτελεσματική διαχείριση των εθελοντών βασίζεται σε μεγάλο βαθμό σε:

- α) Έλλειψη επικοινωνίας
- β) Απομόνωση των εθελοντών
- γ) Διαφάνεια και συνεργασία
- δ) Περιορισμένη αναγνώριση

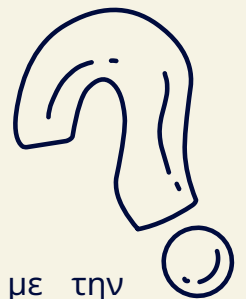


3. Ποιο από τα παρακάτω αποτελεί βέλτιστη πρακτική για την εκπαίδευση των εθελοντών;

- α) Προσφορά μόνο προσωπικών εκπαιδευτικών συνεδριών
- β) Παροχή πρακτικών συμβουλών και συμβουλών για πιθανά σενάρια
- γ) Αποφυγή οποιασδήποτε μορφής προσανατολισμού ή εκπαίδευσης
- δ) Καταπόνηση των εθελοντών με υπερβολικές απαιτήσεις

4. Προωθείται η αποτελεσματική επικοινωνία μεταξύ των εθελοντών και των προϊσταμένων τους:

- α) Διαφάνεια και συνεργασία
- β) Παρεξηγήσεις και συγκρούσεις
- γ) Απομόνωση και σύγχυση
- δ) Περιορισμένη δέσμευση



5. Αντιστοιχίστε την ακόλουθη στρατηγική διατήρησης εθελοντών με την περιγραφή της: Αναγνώριση και εκτίμηση είναι;

- α) Ενθάρρυνση του μάρκετινγκ από στόμα σε στόμα
- β) Αναγνώριση των συνεισφορών και των προσπαθειών των εθελοντών
- γ) Ανεπαρκής ανατροφοδότηση
- δ) Αγνόηση των δεξιοτήτων και των ενδιαφερόντων των εθελοντών

6. Ποιο από τα ακόλουθα ΔΕΝ αποτελεί βασικό στοιχείο της ενδυνάμωσης των εθελοντών;

- α) Κατάλληλη εκπαίδευση και προσανατολισμός
- β) Αποτελεσματική επικοινωνία
- γ) Περιορισμένη αναγνώριση
- δ) Αναγνώριση και εκτίμηση





7. Σωστό ή Λάθος: Οι πρωτοβουλίες καθοδήγησης δεν είναι πολύτιμες για τους νέους εθελοντές.

8. Σωστό ή Λάθος: Η παροχή σαφών διαύλων επικοινωνίας δεν είναι απαραίτητη για την αποτελεσματική διαχείριση των εθελοντών.

9. Συμπληρώστε το κενό: Το _____ είναι απαραίτητο για την αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας των προγραμμάτων εθελοντισμού.

10. Συμπληρώστε το κενό: Η αποτελεσματική διαχείριση των εθελοντών βασίζεται σε μεγάλο βαθμό στην προώθηση του _____ μεταξύ των εθελοντών και του προσωπικού.





ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΕΘΕΛΟΝΤΙΣΜΟΥ



02

ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ

Σκοπός και οφέλη

Τι είναι η αξιολόγηση;

Η αξιολόγηση έχει μεγάλη αξία καθώς αποτελεί σημαντικό μέρος της διδακτικής-μαθησιακής εμπειρίας. Αποτελεί αναπόσπαστο εργαλείο για τη συνεχή βελτίωση, στην προκειμένη περίπτωση, του προγράμματος. Ο πρωταρχικός στόχος της αξιολόγησης είναι να διασφαλιστεί ότι οι μαθησιακοί στόχοι είναι σαφώς διατυπωμένοι και μπορούν να επιτευχθούν εύκολα. Ως εκ τούτου, η αξιολόγηση στοχεύει να επικεντρωθεί πρωτίστως στην εκτίμηση της αποτελεσματικότητας και του αντίκτυπου του προγράμματος.

Η αξιολόγηση αναφέρεται στην ανάλυση της αξίας, της αξίας και της αξίας του προγράμματος και χρησιμοποιείται για τη λήψη αποφάσεων. Έχει πάντα μια συγκεκριμένη ομάδα ενδιαφερομένων, στην προκειμένη περίπτωση τους διαχειριστές του προγράμματος, τους ιδρυτές, τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής, τους εθελοντές μέντορες, τους συντονιστές κ.ο.κ. Η αξιολόγηση δεν μπορεί να είναι γενικεύσιμη, αλλά μπορεί να συνδυάζει και τις δύο μεθόδους αξιολόγησης που είναι η ποιοτική και η ποσοτική. Η αξιολόγηση μπορεί να είναι τόσο βραχυπρόθεσμη όσο και μακροπρόθεσμη- μπορεί να επαναλαμβάνεται αν χρειαστεί. Η αναφορά της είναι συνήθως προσαρμοσμένη στα ενδιαφερόμενα μέρη.



Τύποι αξιολόγησης

Μοντέλα αξιολόγησης

Αξιολογώ σημαίνει ότι εξετάζω προσεκτικά πόσο χρήσιμο και πολύτιμο είναι κάτι (Fan, 2024). Πιο κάτω, παρουσιάζονται διαφορετικές προσεγγίσεις για τους σκοπούς της αξιολόγησης. Μόλις σχεδιαστεί το έργο, είναι καλό να αποφασιστεί πρώτα το μοντέλο αξιολόγησης που ταιριάζει περισσότερο στον στόχο του έργου. Ο συνδυασμός των μοντέλων είναι δυνατόν να εφαρμοστεί.

Υπάρχουν 3 μοντέλα αξιολόγησης: αντικειμενική, διαχείριση αποφάσεων, κρίση.

1. **Το μοντέλο με προσανατολισμό στον στόχο περιλαμβάνει:** εκπαιδευτικούς στόχους, μαθησιακή εμπειρία και μαθησιακό αποτέλεσμα.
2. **Το μοντέλο διαχείρισης αποφάσεων περιλαμβάνει:** διαδικασία διαπίστωσης της απόφασης και επιλεκτική κατάλληλη πληροφόρηση για την υποβολή έκθεσης.
3. **Το μοντέλο με γνώμονα την κρίση περιλαμβάνει:** αξία, επιθυμητότητα, αποτελεσματικότητα και επάρκεια.

Αξιολόγηση σχεδιασμού

Προτείνεται να ξεκινήσετε με το σχέδιο αξιολόγησης. Με άλλα λόγια, προτείνεται να ξεκινήσετε με τον καθορισμό: 1) τι θέλετε να αξιολογήσετε- 2) ποιες πληροφορίες πρέπει να συλλέξετε- 3) πώς θα συλλεχθούν αυτές οι πληροφορίες.

Η αξιολόγηση δεν μπορεί να είναι ενιαία, καθώς η μορφή της αξιολόγησης είναι άμεσα ευθυγραμμισμένη με τον σκοπό της και τον σχεδιασμό του έργου. Εδώ, θα σας καθοδηγήσουμε με τις διάφορες μορφές που μπορεί να πάρει η αξιολόγηση και τα σημαντικά βήματα που πρέπει να ακολουθήσει κανείς κατά το σχεδιασμό μιας αξιολόγησης.

Start with:

- Καθορισμός σαφούς στόχου για το έργο
- Καθορισμός σαφούς αντικειμενικού σκοπού για το έργο
- Καθορισμός σαφών αποτελεσμάτων για το έργο

Στη συνέχεια, προχωρήστε στο (Smart, 2020):

Ερώτηση 1: Γιατί πρέπει να αξιολογήσω; Καθορισμός σκοπού και κοινού

Ερώτηση 2: Τι πρέπει να μάθω; Επιλέξτε το είδος της αξιολόγησης

Ερώτηση 3: Τι πρέπει να μετρήσω; Επιλέξτε τα αποτελέσματα του έργου και ορίστε δείκτες

Ερώτηση 4: Πώς θα μετρήσω; Επιλέξτε τύπο συλλογής δεδομένων

Ερώτηση 5: Τι θα κάνω με τα δεδομένα; Αξιολόγηση, ανάλυση και εφαρμογή των αποτελεσμάτων

Αξιολόγηση και αξιολόγηση των αποτελεσμάτων διδασκαλίας και μάθησης

Επιπλέον, παρακάτω μπορείτε να δείτε τους τύπους αξιολόγησης και εκτιμήσεων για τα μαθησιακά αποτελέσματα που μπορούν να εφαρμοστούν στην αρχή, κατά τη διάρκεια και στο τέλος του έργου:

Η διδακτική αξιολόγηση παρέχει δεδομένα εισόδου για τον καθορισμό, τον προσδιορισμό και την αποσαφήνιση των στόχων. Προσδιορίζει σε ποιο βαθμό έχουν επιτευχθεί οι στόχοι- παρέχει μια ρύθμιση και βελτίωση των διδακτικών στρατηγικών- και ενθαρρύνει την ανατροφοδότηση που αναδεικνύει τα δυνατά και αδύνατα σημεία. (Fan, 2024)

Η αξιολόγηση της τοποθέτησης πραγματοποιείται εκ των προτέρων. Πραγματοποιείται πριν από τον καθορισμό των δραστηριοτήτων διδασκαλίας- μάθησης για τη μέτρηση των γνώσεων εισόδου των συμμετεχόντων. Καθορίζει τις προαπαιτούμενες δεξιότητες και τον καλύτερο τρόπο μάθησης που πρέπει να υιοθετηθεί (Fan, 2024). Ένας άλλος σκοπός είναι να γνωρίζουμε αν ο εκπαιδευόμενος είναι σε θέση να αποκτήσει τη νέα μαθησιακή εμπειρία η οποία σχετίζεται με τις προηγούμενες γνώσεις (University of South Carolina, 2024).

Η διαμορφωτική αξιολόγηση παρακολουθεί την πρόοδο της μάθησης κατά τη διάρκεια της διδακτικής αξιολόγησης με στόχο τη βελτίωση της ποιότητας των οδηγιών, καθώς παρέχει ανατροφοδότηση για την ενίσχυση των αποδεκτών προτύπων και τη διόρθωση των μαθησιακών λαθών (Fan, 2024). Διεξάγεται συνήθως κατά το στάδιο ανάπτυξης του προγράμματος. Διεξάγεται επίσης περισσότερες από μία φορές για συνεχή βελτίωση.

Η διαγνωστική αξιολόγηση διεξάγεται παράλληλα με τη διαμορφωτική αξιολόγηση κατά τη διάρκεια της διδακτικής διαδικασίας (University of South Carolina, 2024). Πραγματοποιείται με βάση τα δεδομένα που προκύπτουν από τη διαμορφωτική αξιολόγηση και για τον εντοπισμό των μαθησιακών δυσκολιών με στόχο την επίλυσή τους (University of South Carolina, 2024). Οι δυσκολίες αυτές μπορεί να είναι σωματικές, διανοητικές, περιβαλλοντικές ή συναισθηματικές. Οφείλεται να διαμορφωθεί ένα σχέδιο λύσεων (Fan, 2024).



Η αθροιστική αξιολόγηση διεξάγεται στο τέλος του προγράμματος για να ληφθούν δεδομένα σχετικά με το πώς οι εκπαιδευόμενοι βελτίωσαν τις γνώσεις τους.

Εκτός από τις δύο προαναφερθείσες ομάδες αξιολόγησης, η αξιολόγηση μπορεί να διεξαχθεί συμπληρωματικά. Οι τεχνικές αξιολόγησης μπορούν να ενσωματωθούν στην αξιολόγηση με τη μορφή της παρατήρησης, των συζητήσεων μεταξύ ομοτίμων και ομάδων, της αφήγησης και των συζητήσεων, του τεστ στο τέλος της ενότητας, των μηνιαίων ή τριμηνιαίων εξετάσεων (University of South Carolina, 2024). Αυτές οι πρόσθετες δραστηριότητες ενισχύουν την ευκαιρία επανασχεδιασμού της μαθησιακής διαδικασίας καθώς και των στρατηγικών μάθησης.

Η τεχνική της αυτοαξιολόγησης είναι η αξιολόγηση της μάθησης. Βοηθάει τους εκπαιδευόμενους να αποκτήσουν μια ιδέα για τα δυνατά και αδύνατα σημεία τους και τους τομείς προς βελτίωση (University of South Carolina, 2024).

Η τεχνική αξιολόγησης από ομότιμους βασίζεται στη δύναμη της αλληλεπίδρασης των ομοτίμων. Οι ερωτήσεις ανάθεσης που δίνονται από τον συντονιστή μοιράζονται μεταξύ των ίδιων των συνομηλίκων για συζητήσεις (University of South Carolina, 2024).

Η τεχνική της ομαδικής αξιολόγησης βασίζεται στη συμμετοχή των μελών της ομάδας κατά τον σχεδιασμό και την υλοποίηση των δραστηριοτήτων. Η συμβολή τους στις ομαδικές δραστηριότητες και η σύγκριση των επιδόσεων της ομάδας φέρνουν τα δεδομένα που απαιτούνται για την αξιολόγηση της μαθησιακής διαδικασίας και βοηθούν τους εκπαιδευόμενους να τη βελτιώσουν (University of South Carolina, 2024).

Δείκτες αξιολόγησης

Specific (Ειδικό)

Οι δείκτες είναι αυτό που πρέπει να μετρηθεί ή να παρατηρηθεί προκειμένου να διασφαλιστεί η επίτευξη του αποτελέσματος. Οι δείκτες πρέπει να είναι **SMART**.

Measurable (Μετρήσιμο)

Οι δείκτες μπορούν να ομαδοποιηθούν σε δύο τύπους: **δείκτες επιδόσεων και δείκτες ενεργοποίησης**. Οι δείκτες ενεργοποίησης χρησιμοποιούνται για να διαπιστωθεί αν το έργο εξελίσσεται σύμφωνα με ένα σχέδιο ή αν υπήρξε έναυσμα για μια νέα δράση ή αλλαγή, για παράδειγμα, χρησιμοποιούνται για τη μέτρηση συνθηκών, περιβαλλόντων, προσαρμογής, εμπειριών κ.λπ. Οι δείκτες απόδοσης, από την άλλη πλευρά, χρησιμοποιούνται για τη μέτρηση της απόδοσης ή, για παράδειγμα, της παρακίνησης, της δέσμευσης, της ευχαρίστησης, της εμπλοκής και ούτω καθεξής. Οι δείκτες απόδοσης ορίζονται καθώς και οι δείκτες ενεργοποίησης ανάλογα με τις ανάγκες και τα αποτελέσματα του έργου (Smart, 2020).

Achievable (Εφικτό)

Relevant (Σχετικό)

Time-bound (Χρονικά περιορισμένο)

Είναι δυνατόν να συνδυαστούν διαφορετικοί δείκτες για μία αξιολόγηση.

Αξιολόγηση επιπτώσεων και αποτελεσμάτων

Οι δείκτες διαδικασίας μπορεί να περιλαμβάνουν την παρακολούθηση δεικτών που σχετίζονται με τη διοίκηση, τους ανθρώπινους πόρους ή τα οικονομικά. Μπορούν να αξιολογούν την ικανοποίηση των συμμετεχόντων ή την εφαρμογή του προγράμματος ή και τα δύο, για παράδειγμα (βλ: Western Australian Center for Health Promotion Research, 2024).

Οι δείκτες επιπτώσεων και αποτελεσμάτων μπορούν να περιλαμβάνουν την παρακολούθηση της προόδου του έργου και της κατάστασης επίτευξης των βραχυπρόθεσμων και μακροπρόθεσμων στόχων που έχουν προσδιοριστεί στο πλαίσιο του έργου. Μπορεί να αξιολογεί δείκτες που σχετίζονται με την αλλαγή, τη γνώση, τη στάση ή τη συμπεριφορά ((βλ. για παράδειγμα: Western Australian Center for Health Promotion Research, 2024).

Η συνολική αξιολόγηση του έργου μπορεί να θεωρηθεί ως το ακόλουθο μοντέλο: διαμορφωτική, συνοπτική, διαδικασία, αποτέλεσμα και αντίκτυπος.

Το Κέντρο Κορυφαίας Απόδοσης. (2024). Τύποι αξιολογήσεων.

Τύποι αξιολόγησης

Διαμορφωτική	Συνοπτική	Διαδικασία	Αποτελέσματα	Επιπτώσεις
Αξιολογεί ένα εκπαιδευτικό πρόγραμμα κατά το στάδιο ανάπτυξής του, προκειμένου να προβεί έγκαιρα σε τροποποιήσεις που θα βοηθήσουν στη βελτίωση του προγράμματος.	Διεξάγεται μετά το σχεδιασμό του προγράμματος κατάρτισης, προκειμένου να παράσχει πληροφορίες σχετικά με την αποτελεσματικότητά του.	Επικεντρώνεται στην εφαρμογή ενός προγράμματος κατάρτισης για να διαπιστωθεί εάν συγκεκριμένες στρατηγικές και δραστηριότητες εφαρμόστηκαν όπως προβλεπόταν	Επικεντρώνεται στις αλλαγές στις γνώσεις, τις στάσεις και τις συμπεριφορές που προέκυψαν από τις δραστηριότητες κατάρτισης	Επικεντρώνεται σε μακροπρόθεσμες, διατηρήσιμες αλλαγές στην απόδοση στην εργασία ως αποτέλεσμα της υλοποίησης ενός προγράμματος κατάρτισης.

ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Συλλογή και ανάλυση

Η συλλογή δεδομένων είναι η διαδικασία συλλογής και μέτρησης δεδομένων για μια συγκεκριμένη μεταβλητή, ενώ η ανάλυση δεδομένων είναι η διαδικασία που περιλαμβάνει την ερμηνεία των δεδομένων για την εύρεση ομοιοτήτων, διαφορών, σχέσεων και την εξαγωγή συμπερασμάτων. Η συλλογή δεδομένων απαιτεί συγκεκριμένα μοντέλα και εργαλεία ανάλυσης δεδομένων. Τα δεδομένα μπορεί να είναι πρωτογενή και δευτερογενή, ποιοτικά και ποσοτικά. Εδώ θα εξετάσουμε τον προσδιορισμό των δεδομένων, τους τύπους τους, τα μοντέλα αξιολόγησης και τις μετρήσεις.

Τι είναι τα δεδομένα;

Τα δεδομένα είναι το καταγεγραμμένο πραγματικό υλικό που είναι απαραίτητο για την επικύρωση των ευρημάτων. Δεδομένα είναι το σύνολο των τιμών σε σχέση με ποιοτικές και ποσοτικές μεταβλητές. Τα δεδομένα είναι ακατέργαστα και μη οργανωμένα. Τα δεδομένα γίνονται πληροφορίες όταν υποβάλλονται σε επεξεργασία, δομηθούν, αναλυθούν και ερμηνευθούν.



Τύποι δεδομένων

Ποιοτικά δεδομένα. Τα ποιοτικά δεδομένα δεν μπορούν να υπολογιστούν ή να υπολογιστούν, καθώς αξιολογούν άυλα περιουσιακά στοιχεία, για παράδειγμα, σαφήνεια, δημιουργικότητα και ούτω καθεξής. Τα δεδομένα αυτά μπορούν να παρατηρηθούν, να ταξινομηθούν και να επισημανθούν. Τα ποιοτικά δεδομένα είναι περισσότερο διερευνητικά, καθώς επιφέρουν ποιοτική αξιολόγηση των συλλεχθέντων υλικών. Η ποιοτική έρευνα βασίζεται σε λέξεις, ήχους, αισθήματα, συναισθήματα, χρώματα και άλλα στοιχεία που δεν είναι μετρήσιμα (Business Research Methodology, 2024).

Η ποιοτική έρευνα αποσκοπεί στη βαθύτερη ανάλυση των δεδομένων που συλλέγονται και στη βαθύτερη κατανόησή τους. Οι μέθοδοι συλλογής ποιοτικών δεδομένων περιλαμβάνουν συνεντεύξεις, ερωτηματολόγια με ερωτήσεις ανοικτού τύπου, ομάδες εστίασης, παρατήρηση, παιχνίδι ή παιχνίδι ρόλων, μελέτες περιπτώσεων κ.ο.κ. (Business Research Methodology, 2024).

Ποσοτικά δεδομένα. Τα ποσοτικά δεδομένα μπορούν να μετρηθούν καθώς είναι αριθμητικά. Υπολογίζονται και αναπαρίστανται σε αριθμούς. Οι μέθοδοι συλλογής ποσοτικών δεδομένων περιλαμβάνουν ερωτηματολόγια με ερωτήσεις κλειστού τύπου, μεθόδους συσχέτισης και παλινδρόμησης, μέσο όρο, τρόπο και διάμεσο κ.ο.κ. (Business Research Methodology, 2024). Η ποσοτική έρευνα μπορεί να τυποποιηθεί και παρέχει τη δυνατότητα να γίνουν συγκρίσεις των ευρημάτων (Business Research Methodology, 2024).

Πρωτογενή δεδομένα

Τα δεδομένα μπορεί επίσης να είναι πρωτογενή και δευτερογενή. Τα πρωτογενή δεδομένα είναι δεδομένα που συλλέγονται από πρώτο χέρι. Τα πρωτογενή δεδομένα δεν έχουν αλλάξει ή αλλοιωθεί, επομένως η εγκυρότητά τους είναι μεγαλύτερη από τα δευτερογενή δεδομένα (Chunuram, 2023).

Δευτερογενή δεδομένα

Τα δευτερογενή δεδομένα είναι τα δεδομένα που συλλέγονται από τις πρωτογενείς πηγές. Η συλλογή δευτερογενών δεδομένων συχνά απαιτεί σημαντικά λιγότερο χρόνο από τη συλλογή πρωτογενών δεδομένων, καθώς έχουν υποστεί επεξεργασία και ανάλυση (Chunuram, 2023).



Αξιοποίηση ποσοτικών και ποιοτικών δεδομένων

Κατά κύριο λόγο, τα δεδομένα μπορούν να συλλεχθούν με δύο τρόπους: με τη μορφή έρευνας ή ερωτηματολογίου που αντιπροσωπεύει ποσοτικά δεδομένα και με τη μορφή συνεντεύξεων ή ανάλυσης περιεχομένου που αντιπροσωπεύει ποιοτικά δεδομένα. Ο ακόλουθος πίνακας μπορεί να βοηθήσει στην κατανόηση των τάσεων και των προτύπων των ποσοτικών και ποιοτικών δεδομένων. Ο πίνακας προέρχεται από το Couchbase Product Marketing (2024).

Πίνακας 1. Μάρκετινγκ προϊόντων Couchbase (2024). Μέθοδοι ανάλυσης δεδομένων: ποιοτική έναντι ποσοτικής ανάλυσης.

	Ποιοτικά δεδομένα	Ποσοτικά δεδομένα
Φύση των δεδομένων	Αποτελείται από μη αριθμητικές ή κατηγορικές πληροφορίες, όπως περιγραφές, απόψεις, παρατηρήσεις ή αφηγήσεις. Επικεντρώνεται στην καταγραφή υποκειμενικών ή ποιοτικών πτυχών ενός φαινομένου.	Περιλαμβάνει αριθμητικές πληροφορίες που μπορούν να μετρηθούν ή να καταμετρηθούν. Ασχολείται με τις αντικειμενικές ή ποσοτικές πτυχές ενός φαινομένου.
Αναπαράσταση δεδομένων	Συνήθως αναπαρίσταται με τη μορφή λέξεων, κειμένων, εικόνων ή κωδικών και μπορεί να οργανωθεί σε κατηγορίες, θέματα ή μοτίβα.	Αναπαρίστανται ως αριθμοί ή αριθμητικές τιμές και μπορούν να οργανωθούν σε πίνακες, γραφήματα, διαγράμματα ή στατιστικές περιλήψεις.
Μέθοδοι συλλογής δεδομένων	Συλλέγονται μέσω συνεντεύξεων, ομάδων εστίασης, παρατηρήσεων ή ερωτήσεων έρευνας ανοικτού τύπου. Στόχος της είναι να συγκεντρώσει εις βάθος γνώσεις και να αποτυπώσει τον πλούτο των ανθρώπινων εμπειριών.	Συλλέγονται μέσω ερευνών, πειραμάτων ή δομημένων παρατηρήσεων. Αποσκοπεί στη συλλογή δεδομένων που μπορούν να αναλυθούν στατιστικά και να γενικεύσουν τα ευρήματα σε έναν ευρύτερο πληθυσμό.
Προσέγγιση ανάλυσης δεδομένων	Περιλαμβάνει τη θεματική ανάλυση των δεδομένων ή τον εντοπισμό μοτίβων, θεμάτων ή κοινών σημείων. Συνήθως χρησιμοποιούνται τεχνικές όπως η κωδικοποίηση, η ανάλυση περιεχομένου ή η ανάλυση λόγου.	Περιλαμβάνει την ανάλυση δεδομένων με τη χρήση στατιστικών τεχνικών. Επικεντρώνεται σε αριθμητικές σχέσεις, μοτίβα ή τάσεις και περιλαμβάνει υπολογισμούς, στατιστικές δοκιμές και μοντελοποίηση.
Αποτέλεσμα και γενικευσιμότητα	Παρέχει σε βάθος κατανόηση, πλούσιες περιγραφές και συμπραζόμενες γνώσεις. Τα ευρήματα μπορεί να είναι ειδικά για το υπό μελέτη πλαίσιο και να μην μπορούν εύκολα να γενικευτούν σε έναν ευρύτερο πληθυσμό.	Παρέχει αριθμητικές μετρήσεις, στατιστικές σχέσεις και μετρήσιμα αποτελέσματα. Τα ευρήματα μπορούν να γενικευτούν σε έναν ευρύτερο πληθυσμό εντός ορισμένου επιπέδου εμπιστοσύνης.

Εργαλεία αξιολόγησης και μετρήσεις

Ποιοτικά και ποσοτικά

Αυτά είναι τα δύο κύρια παραδείγματα των μεθόδων ανάλυσης δεδομένων που χρησιμοποιούνται για ποιοτικά και ποσοτικά δεδομένα. Η επιλογή της μεθόδου εξαρτάται από τους στόχους της έρευνας, τον τύπο των δεδομένων, τους διαθέσιμους πόρους και τα συγκεκριμένα ερωτήματα που πρέπει να εξεταστούν.

Ποιοτική ανάλυση δεδομένων

Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, η ποιοτική ανάλυση δεδομένων περιλαμβάνει την εξέταση μη αριθμητικών ή κατηγορικών πληροφοριών για την αποκάλυψη μοτίβων, θεμάτων και νοημάτων. Ακολουθούν οι πιο συνηθισμένοι τύποι ανάλυσης για ποιοτικά δεδομένα (Chunuram, 2023).

Ανάλυση περιεχομένου.

Πρόκειται για μια διαδικασία ανάλυσης δεδομένων κειμένου μέσω της κατηγοριοποίησης και κωδικοποίησής τους για τον εντοπισμό μοτίβων και εννοιών.

Αφηγηματική ανάλυση.

Είναι η μέθοδος που περιλαμβάνει την ανάλυση αφηγήσεων και ιστοριών για την κατανόηση εμπειριών, προοπτικών και νοημάτων. Βασίζεται στην αναδιατύπωση των ιστοριών που παρουσιάζουν οι συμμετέχοντες στην έρευνα.

Ανάλυση λόγου.

Είναι η ανάλυση της φυσικής ομιλίας και όλων των τύπων γραπτών κειμένων.

Ανάλυση πλαισίου.

Είναι η πιο σύνθετη ανάλυση που περιλαμβάνει εξοικείωση, προσδιορισμό θεματικού πλαισίου, κωδικοποίηση, χαρτογράφηση, χαρτογράφηση και ερμηνεία.

Πώς μπορεί να αναπτυχθεί η κωδικοποίηση;

1. Ανάπτυξη κωδικών.

Η κωδικοποίηση είναι κατηγοριοποίηση δεδομένων. Ένας "κωδικός" μπορεί να είναι μια λέξη ή μια σύντομη φράση που αντιπροσωπεύει μια ετικέτα ή ένα θέμα.

A) Υπάρχουν τρεις τύποι κωδικοποίησης (Chunuram, 2023):

- i. Ανοικτή κωδικοποίηση: αρχική οργάνωση των ακατέργαστων δεδομένων
- ii. Αξονική κωδικοποίηση: διασύνδεση κατηγοριών κωδικών
- iii. Επιλεκτική κωδικοποίηση: δημιουργία μιας ιστορίας με λεπτομερείς κατηγορίες



2. Προσδιορισμός θεμάτων, ετικετών, κατηγοριών. Η διαφορετική ιεραρχική δομή μπορεί να χρησιμοποιηθεί εδώ. Αυτό που είναι σημαντικό είναι να καθοριστούν μεγαλύτερα θέματα και να περιοριστούν σε κατηγορίες που απλοποιούν τη διαδικασία κωδικοποίησης. Τις περισσότερες φορές, τα θέματα προσδιορίζονται μέσω κοινών μοτίβων και σχέσεων εντός των απαντήσεων στο σύνολο των δεδομένων (Chunuram, 2023).

α. Παραδείγματα μοτίβων εντοπισμού είναι τα ακόλουθα:

- i. Επανάληψη λέξεων και φράσεων
- ii. Σύγκριση δεδομένων
- iii. Αναζήτηση ελλιπών πληροφοριών
- iv. Μεταφορές
- v. Αναλογίες

3. Συγκέντρωση δεδομένων. Τα ευρήματα της έρευνας συνδέονται με τον σκοπό και τους στόχους της έρευνας.

Ποσοτική ανάλυση δεδομένων

Η ποσοτική ανάλυση δεδομένων μετατρέπει τους ακατέργαστους αριθμούς σε σύνολα δεδομένων. Η ποσοτική ανάλυση δεδομένων περιλαμβάνει την ανάλυση αριθμητικών δεδομένων για την αποκάλυψη στατιστικών προτύπων, σχέσεων και τάσεων. Ακολουθούν οι πιο συνηθισμένοι τύποι ανάλυσης ποσοτικών δεδομένων (Chunuram, 2023).

Περιγραφικές στατιστικές.

Συνοψίζει τα δεδομένα χρησιμοποιώντας τη μέση τιμή, τη διάμεσο, τον τρόπο λειτουργίας, την τυπική απόκλιση και τα ποσοστά.

Συμπερασματική στατιστική.

Βγάζει συμπεράσματα για έναν πληθυσμό με βάση δειγματικά δεδομένα χρησιμοποιώντας έλεγχο υποθέσεων, t-tests και ανάλυση παλινδρόμησης.

Διακριτά δεδομένα.

Τα δεδομένα μπορεί να είναι διακριτά και συνεχή. Τα διακριτά δεδομένα είναι δεδομένα που μπορούν να λάβουν μόνο ορισμένες συγκεκριμένες τιμές. Για παράδειγμα, οι κατηγορίες φύλου (Chunuram, 2023).

Συνεχή δεδομένα.

Τα συνεχή δεδομένα είναι δεδομένα που μπορούν να πάρουν τιμές μεταξύ ενός συγκεκριμένου εύρους με την υψηλότερη και τη χαμηλότερη τιμή. Η διαφορά μεταξύ της υψηλότερης και της χαμηλότερης τιμής ονομάζεται εύρος δεδομένων. Για παράδειγμα, η ανατροφοδότηση της κλίμακας 5, όπου το 1 είναι εντελώς ανικανοποίητο και το 5 είναι εντελώς ικανοποιημένο (Chunuram, 2023).

Πώς μπορούν να επεξεργαστούν τα στατιστικά δεδομένα (Chunuram, 2023); (Βλέπε πρόσθετους πόρους)

1. Προετοιμασία και έλεγχος των δεδομένων.
2. Επιλογή των καταλληλότερων πινάκων και διαγραμμάτων.
3. Επιλογή των καταλληλότερων στατιστικών στοιχείων για την περιγραφή των δεδομένων.
4. Επιλογή των καταλληλότερων στατιστικών στοιχείων για την εξέταση των σχέσεων και των τάσεων στα δεδομένα.

ΜΗΧΑΝΙΣΜΟΣ ΑΝΑΔΡΟΜΗΣΗΣ

Συλλογή ανατροφοδότησης από τους εθελοντές

Λαμβάνοντας και δίνοντας

Σκοπός της ανατροφοδότησης είναι η βελτίωση. Είναι ζωτικής σημασίας να κατακτήσετε τις δεξιότητες ανατροφοδότησης για να μην αποθαρρύνεστε. Η ανατροφοδότηση πρέπει να είναι εποικοδομητική, περιγραφική και μη επικριτική. Η λήψη και η παροχή ανατροφοδότησης είναι δύο αλληλένδετες διαδικασίες.

Η λήψη ανατροφοδότησης περιλαμβάνει:

1. Ενεργητική ακρόαση
2. Ακούστε για να καταλάβετε
3. Ανοιχτότητα
4. Παύση και προβληματισμός
5. Επακόλουθη παρακολούθηση

Η παροχή ανατροφοδότησης περιλαμβάνει:

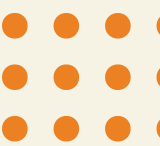
1. Θετικό πρώτο, αρνητικό δεύτερο
2. Εστίαση στην κατάσταση
3. Μη προσωπική
4. Ειδικό
5. Ρεαλιστικό
6. Έγκαιρη

Τύποι ανατροφοδότησης

Η ανατροφοδότηση έχει παρόμοια φύση με την αξιολόγηση. Ωστόσο, μπορεί να διαφέρει ως προς τη μορφή της. Η ανατροφοδότηση μπορεί να είναι γραπτή αλλά και ακουστική και οπτική. Η ανατροφοδότηση μπορεί να λάβει τις ακόλουθες μορφές:

1. Άτυπη
2. Επίσημο
3. Συνοπτική
4. Διαμορφωτική
5. Αυτοανατροφοδότηση
6. Ανατροφοδότηση από ομότιμους





Η ανατροφοδότηση μπορεί επίσης να είναι αρνητική και θετική, αλλά το σημαντικότερο είναι ότι πρέπει να παραμένει εποικοδομητική:

- **Αρνητική ανατροφοδότηση** - είναι η ανατροφοδότηση που περιλαμβάνει διορθωτικά σχόλια σχετικά με τη μελλοντική απόδοση. Έχει επίκεντρο τη συμπεριφορά που πρέπει να αποφευχθεί στο μέλλον.
- **Θετική ανατροφοδότηση** - είναι η ανατροφοδότηση που περιλαμβάνει επιβιβαιωτικά σχόλια για τη μελλοντική συμπεριφορά. Επικεντρώνεται στη συμπεριφορά που θα βελτιώσει την απόδοση στο μέλλον.

Ενσωμάτωση της ανατροφοδότησης στις βελτιώσεις του προγράμματος

Ορίστε έναν στόχο ανατροφοδότησης

Ο στόχος της ανατροφοδότησης πρέπει να ορίζεται **SMART**.

Specific (Ειδικό)

Ο SMARTly καθορισμός του στόχου για την ανατροφοδότηση βοηθά στην εφαρμογή της στρατηγικής ενσωμάτωσης της ανατροφοδότησης.

Measurable (Μετρήσιμο)

Η στρατηγική ενσωμάτωσης της ανατροφοδότησης είναι ένα στρατηγικό σχέδιο για τη συλλογή, την επεξεργασία και την εφαρμογή της ανατροφοδότησης. Περιλαμβάνει τον καθορισμό της πηγής για την ανατροφοδότηση και της μεθόδου της. Η πηγή ανατροφοδότησης είναι μια συγκεκριμένη ομάδα-στόχος. Οι μέθοδοι ανατροφοδότησης μπορούν να οριστούν ως προφορικές, οπτικές, γραπτές, ψηφιακές κ.ο.κ. Η ανατροφοδότηση μπορεί να συλλέγεται αρκετά συχνά για να διασφαλίζεται η συνεχής βελτίωση.

Achievable (Εφικτό)

Relevant (Σχετικό)

Time-bound (Χρονικά περιορισμένο)

Η στρατηγική ενσωμάτωσης της ανατροφοδότησης περιλαμβάνει την επεξεργασία της ανατροφοδότησης. Πρέπει να αναλυθεί, να κατανοηθεί, να ερμηνευθεί και να εφαρμοστεί. Με άλλα λόγια, η ανατροφοδότηση πρέπει να ενσωματωθεί στην καθημερινή ρουτίνα εργασίας. Αυτό σημαίνει ότι στοχεύει στη βελτίωση και στην αλλαγή του περιβάλλοντος και της συμπεριφοράς.

Ως εκ τούτου, υπάρχουν δύο προσεγγίσεις που πρέπει να ακολουθηθούν.



Πρώτον:

- 1.Ιεράρχηση και επιλογή των πιο σχετικών και επειγουσών ανατροφοδοτήσεων
- 2.Σχεδιασμός για τον καθορισμό των βημάτων και των πόρων για την υλοποίησή τους
- 3.Αναθεώρηση και προβληματισμός σχετικά με αυτές

Δεύτερον, για να διατηρήσετε τη στρατηγική πρέπει να είστε συνεπείς:

- 1.Αναζητήστε και ζητήστε προληπτικά ανατροφοδότηση
- 2.Μοιραστείτε και επικοινωνήστε το
- 3.Προσαρμογή για προσαρμογή και ενσωμάτωση της ανατροφοδότησης

Πρόσθετοι πόροι:

Ανάλυση και ερμηνεία ποσοτικών δεδομένων:

- 1.Έρευνα μέσω σχεδιασμού. SPSS. Πώς να χρησιμοποιήσετε το SPSS για αρχάριους. Ανακτήθηκε από: <https://www.youtube.com/@ResearchByDesign>
- 2.Ακαδημία HubSpot. Excel.Excel για ανάλυση δεδομένων. Ανακτήθηκε από: <https://academy.hubspot.com/>

Για τη μεταγραφή ποσοτικών δεδομένων:

- 1.**Otter AI. Ομιλία σε κείμενο. Ανακτήθηκε από:** <https://otter.ai/>

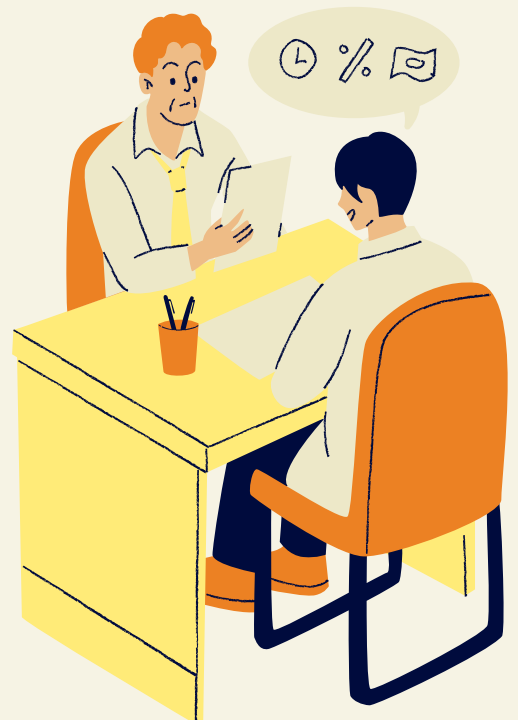
Κατεβάστε τον οδηγό βήμα προς βήμα για τη διεξαγωγή μιας συνέντευξης. (Διαβάστε περισσότερα στο Indeed, 2022- Δείτε τη βιβλιογραφία)

Πώς να διεξάγω μια συνέντευξη;

Οδηγός βήμα προς βήμα

1. Ερευνήστε το θέμα εκ των προτέρων
2. Αποφασίστε τη μορφή της συνέντευξης
3. Κανονίστε χρόνο, ημερομηνία και τόπο
4. Καθορίστε τις ερωτήσεις της συνέντευξής σας
5. Δώστε τον τόνο με κάποιες βασικές ερωτήσεις
6. Ακούστε ενεργά και κάντε σχετικές ερωτήσεις
7. Καθοδηγήστε τη συζήτηση
8. Επικεντρώστε τη συζήτηση στην πηγή σας
9. Κάντε τις δύσκολες ερωτήσεις
10. Ολοκληρώστε τη συνέντευξή σας εγκαίρως
11. Συνεχίστε και μείνετε σε επαφή

(Indeed, 2022)



ΚΟΥΙΖ



Συμπληρώστε τα κενά
Συμπληρώστε τις λέξεις που λείπουν.

1. Τα δεδομένα είναι το υλικό που είναι απαραίτητο για να το
. Δεδομένα είναι το σύνολο των τιμών σε σχέση με τις και μεταβλητές.

2. Τα ποιοτικά δεδομένα δεν μπορούν να είναι ή, καθώς αξιολογούν
άυλα περιουσιακά στοιχεία, όπως για παράδειγμα η σαφήνεια, η δημιουργικότητα
και ούτω καθεξής. Τα δεδομένα αυτά μπορούν να είναι, και Τα
ποιοτικά δεδομένα είναι περισσότερο διερευνητικά, καθώς επιφέρουν ποιοτική
αξιολόγηση του υλικού που συλλέγεται. Η ποιοτική έρευνα βασίζεται σε λέξεις,
ήχους, αισθήματα, συναισθήματα, χρώματα και άλλα στοιχεία που δεν είναι
μετρήσιμα.

3. Τα ποσοτικά δεδομένα μπορούν να είναι καθώς είναι Υπολογίζονται
και αναπαρίστανται σε αριθμούς. Οι μέθοδοι συλλογής ποσοτικών δεδομένων
περιλαμβάνουν με ερωτήσεις, μεθόδους και, και
διάμεσο.

Πολλαπλή επιλογή

Επιλέξτε τη/τις σωστή/ες εναλλακτική/ές.

4.

4.1 Η ποιοτική ανάλυση δεδομένων περιλαμβάνει ανάλυση περιεχομένου,
αφήγησης και λόγου.

4.2 Η ποιοτική ανάλυση δεδομένων περιλαμβάνει περιγραφική ανάλυση και
ανάλυση πλαισίου.

4.3 Η ποσοτική ανάλυση δεδομένων περιλαμβάνει περιγραφική και επαγωγική
στατιστική.

4.4 Η ποσοτική ανάλυση δεδομένων περιλαμβάνει ανάλυση λόγου και ανάλυση
πλαίσιου.





5.

5.1. Η αξιολόγηση μπορεί να έχει τη μορφή διδασκαλίας, τοποθέτησης, διάγνωσης, διαμορφωτικής, συνοπτικής.

5.2. Η αξιολόγηση μπορεί να έχει τη μορφή διαμορφωτικής, συνοπτικής, διαδικασίας, αποτελέσματος, αντίκτυπου.

5.3. Η αξιολόγηση μπορεί να έχει τη μορφή επίσημης, ανεπίσημης, διαμορφωτικής και συνοπτικής.

6.

6.1. Τα πρωτογενή δεδομένα είναι δεδομένα που συλλέγονται από πρώτο χέρι.

6.2. Τα δευτερογενή δεδομένα συλλέγονται από τα πρωτογενή δεδομένα.

6.3. Τα δευτερογενή δεδομένα αναλύουν τα πρωτογενή δεδομένα.



Σωστό/Λάθος

Καθορίστε αν η δήλωση είναι αληθής ή ψευδής.

7. Η τεχνική αξιολόγησης αποτελεί μέρος της αξιολόγησης.

8. Τα διακριτά δεδομένα έχουν ένα συγκεκριμένο εύρος τιμών.

9. SMART σημαίνει συγκεκριμένα, μετρήσιμα, ακριβή, συναφή, χρονικά περιορισμένα.

10. Οι δείκτες διαδικασίας παρακολουθούν την πρόοδο του έργου.





ΚΑΜΠΑΝΙΑ



03




Επισκόπηση των στόχων και της δομής του κεφαλαίου

Αυτό το κεφάλαιο σας παρουσιάζει έναν πλούτο γνώσεων και πόρων για την οργάνωση εκστρατειών, καθώς και τις δεξιότητες που θα χρειαστείτε για να οργανώσετε, να οργανώσετε και να δεσμεύσετε εθελοντές. Πολλές φιλανθρωπικές οργανώσεις βασίζονται σε αποτελεσματικές εκστρατείες εθελοντών για την προσέλκυση ατόμων με κίνητρα και τις απαραίτητες ικανότητες για την εκτέλεση της εργασίας και τη συμβολή τους στην οργάνωση ή την προσπάθεια. Το κεφάλαιο αυτό εξετάζει το στρατηγικό πλαίσιο για την ανάπτυξη, την υλοποίηση και την αξιολόγηση εκστρατειών, από τον καθορισμό σαφών στόχων έως την ενίσχυση της δέσμευσης εθελοντών.

Η δομή του παρόντος κεφαλαίου έχει ως εξής. Παρακαλείστε να το διαβάσετε ώστε να ξέρετε πού θα βρείτε τις πληροφορίες που χρειάζεστε το συντομότερο δυνατό:

Εισαγωγή στην εκστρατεία στη διαχείριση εθελοντών: και σας εισάγουμε στη σημασία της προώθησης της δέσμευσης των εθελοντών και της επίτευξης των οργανωτικών στόχων και συζητάμε τα άλλα σημαντικά βασικά στοιχεία αυτού του θέματος.



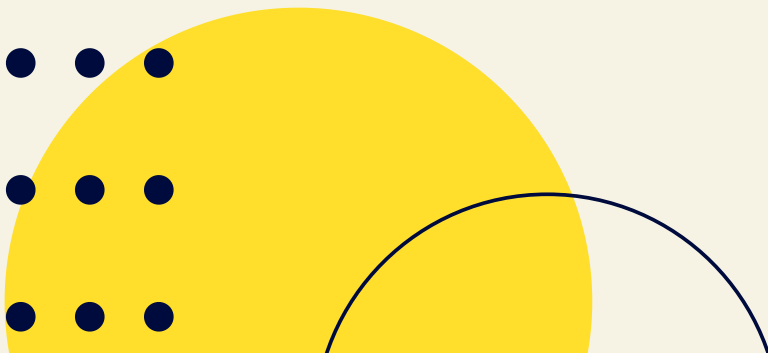
Σχεδιασμός και υλοποίηση εκστρατειών: Θα εξετάσουμε τα κρίσιμα πρώτα βήματα της ανάπτυξης καμπάνιας και θα μάθουμε τα βασικά της στοιχεία. Θα διερευνήσουμε πόσο σημαντικό μπορεί να είναι να επιλέξουμε τους στόχους SMART, να διατυπώσουμε συναρπαστικά μηνύματα και να επιλέξουμε τα καταλληλότερα κανάλια για να προσεγγίσουμε το επιθυμητό κοινό το συντομότερο δυνατό με τη χρήση περιορισμένων πόρων.

Συμμετοχή εθελοντών σε δραστηριότητες εκστρατείας: και η επόμενη ενότητα θα επικεντρωθεί στην κινητοποίηση των εθελοντών σας, στις αποτελεσματικές στρατηγικές προσέλκυσης, στην επικοινωνία σαφών προσδοκιών και στον καθορισμό συστημάτων κινήτρων και στην ανάλογη εκπαίδευση των εθελοντών για την επίτευξη βέλτιστων αποτελεσμάτων. Επιπλέον, θα διερευνήσουμε ορισμένες στρατηγικές για την αξιοποίηση και την εκμετάλλευση του ενθουσιασμού των εθελοντών μέσω της προσέγγισης μεταξύ ομοτίμων και της εμπλοκής στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Αξιολόγηση του αντικτύπου της εκστρατείας: Για να βελτιωθεί ο αντίκτυπος των εκστρατειών, είναι απαραίτητη η συνεχής μέτρηση της επιτυχίας. Σε αυτή την ενότητα, θα μάθετε περισσότερα και θα αποκτήσετε νέες γνώσεις σχετικά με τον ορισμό βασικών δεικτών απόδοσης (KPIs), θα μάθετε περισσότερα για τη συλλογή δεδομένων, την εξέταση των μετρήσεων και τη χρήση της ανατροφοδότησης για τη βελτίωση των μελλοντικών σας εκστρατειών.

Συμπεράσματα και συστάσεις: Το κεφάλαιο ολοκληρώνεται με μια σύνοψη των βασικών συμπερασμάτων, πρακτικές προτάσεις για τους μέντορες και τους συντονιστές εθελοντών και την ανάγκη συνεχούς μάθησης και προσαρμογής στον συνεχώς μεταβαλλόμενο κόσμο της εθελοντικής δέσμευσης.

Παραρτήματα: όπως πρότυπα σχεδιασμού και αξιολόγησης, εργαλεία αυτοαξιολόγησης και προοπτικές περιπτωσιολογικές μελέτες επιτυχημένων εκστρατειών εθελοντισμού.



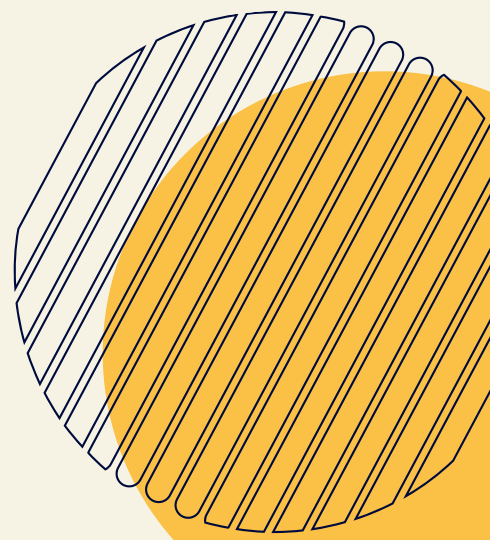
ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΣΕ ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΑ ΣΤΟΝ ΕΘΕΛΟΝΤΙΚΟ ΈΛΕΓΧΟ

Ορισμός της εθελοντικής εκστρατείας στο πλαίσιο των αιτήσεων εθελοντών

Οι εκστρατείες εθελοντισμού είναι καλά σχεδιασμένες, υπολογισμένες προσπάθειες μη κερδοσκοπικών οργανισμών να βρουν, να προσελκύσουν και να διατηρήσουν εθελοντές για συγκεκριμένα έργα ή σκοπούς. Οι εκστρατείες αυτές διαφέρουν από τις συνεχείς προσπάθειες προσέλκυσης στο ότι είναι χρονικά περιορισμένες, έχουν σαφώς καθορισμένους στόχους και ακολουθούν μια στοχευμένη στρατηγική για να απευθυνθούν σε έναν συγκεκριμένο πληθυσμό (Idealist, 2023).

Στον πυρήνα τους, οι εκστρατείες εθελοντισμού είναι ολοκληρωμένα, καλά σχεδιασμένα προγράμματα που διεξάγονται για περιορισμένο αλλά σημαντικό χρονικό διάστημα με στόχο την προσέλκυση ατόμων που έχουν κίνητρα και τις απαραίτητες δεξιότητες για την προώθηση του σκοπού. Διαφέρουν από τις συνήθεις πρακτικές προσέλκυσης, καθώς έχουν σαφώς καθορισμένες ημερομηνίες έναρξης και λήξης και προσεκτικά σχεδιασμένα σχέδια δράσης που αποσκοπούν στην επίτευξη προκαθορισμένων στόχων.

Σκεφτείτε μια εθελοντική εκστρατεία που διοργανώνεται από μια τοπική περιβαλλοντική οργάνωση για την προσέλκυση συμμετεχόντων για έναν μηνιαίο καθαρισμό της παραλίας. Για την αποτελεσματική προσέλκυση εθελοντών εντός συγκεκριμένου χρονικού πλαισίου, η εκστρατεία μπορεί να περιλαμβάνει εστιασμένη προβολή στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, κοινοτικές δραστηριότητες και συνεργασίες με σχολεία και επιχειρήσεις.



Σημασία των εκστρατειών εθελοντισμού για τη δέσμευση και τον αντίκτυπο των εθελοντών

Πολλοί μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί πιστεύουν ότι οι εθελοντές τους αποτελούν την αιμοδοσία των δραστηριοτήτων τους. Οι εθελοντές που προσφέρουν αφιλοκερδώς το χρόνο τους και την απεριόριστη ενέργειά τους για την προώθηση του σκοπού είναι ο ακρογωνιαίος λίθος κάθε μιας από αυτές τις οργανώσεις. Μια καλά σχεδιασμένη εκστρατεία μπορεί να αυξήσει σημαντικά τον αριθμό των εθελοντών, γεγονός που θα επιτρέψει τελικά μεγαλύτερη επιρροή στην κοινότητα, αυξημένη ικανότητα παροχής υπηρεσιών και προσέγγιση ευρύτερου κοινού (Points of Light, n.d.). Με άλλα λόγια, όσο περισσότερα άτομα μπορούμε να εμπνεύσουμε να υποστηρίξουν έναν σκοπό, τόσο μεγαλύτερη δύναμη έχουμε συλλογικά να αλλάξουμε την κοινωνία.

Οι εθελοντές βοηθούν στον προγραμματισμό εκδηλώσεων, προσφέρουν εξειδικευμένες δεξιότητες, διευρύνουν την εμπέλεια και άλλα καθήκοντα. Για παράδειγμα, σε περίπτωση σοβαρής καταστροφής, ένας εθνικός οργανισμός αρωγής σε περίπτωση καταστροφών θα ξεκινήσει μια εκστρατεία προσλήψεων για την εξεύρεση εξειδικευμένων εργαζομένων για τη διαδικασία ανασυγκρότησης. Η προσέγγιση αρχιτεκτόνων, μηχανικών και οικοδόμων αποτελεί μέρος της εκστρατείας, η οποία αποσκοπεί στην ενημέρωσή τους ότι η τεχνογνωσία τους μπορεί να επηρεάσει φυσικά την κοινότητα στην οποία ζουν και εργάζονται. Οι εθελοντικές προσπάθειες έχουν συχνά αντίκτυπο που εκτείνεται πολύ πέρα από την προβλεπόμενη διάρκεια ζωής τους.

Οι άνθρωποι διαμορφώνουν σχέσεις, συναισθηματικούς δεσμούς με τους οργανισμούς στους οποίους εργάζονται εθελοντικά και αποκτούν νέες δεξιότητες, εμπειρίες και δίκτυα. Όλα αυτά συμβάλλουν στην ενίσχυση του αισθήματος αφοσίωσης των εθελοντών, μετατρέποντάς τους σε αφοσιωμένους υποστηρικτές που παραμένουν κοντά τους για πολύ καιρό μετά το τέλος της εκστρατείας. Κατά συνέπεια, η χορηγία εθελοντικών πρωτοβουλιών είναι μια στρατηγική απόφαση για την ενίσχυση των δυνατοτήτων του ιδρύματος και την επέκταση της επιρροής του σε βάθος χρόνου και όχι απλώς μια εφάπαξ παρέμβαση.



Βασικά συμπεράσματα:

Η εκστρατεία εθελοντών αποτελεί την επιτομή μιας στρατηγικής και σκόπιμης προσπάθειας που αποσκοπεί όχι μόνο στην προσέλκυση αλλά και στη δέσμευση και διατήρηση εθελοντών για συγκεκριμένους σκοπούς ή προγράμματα. Αποτελεί τον ακρογωνιαίο λίθο της αποτελεσματικής διαχείρισης των εθελοντών, προσφέροντας ένα δομημένο πλαίσιο για την κινητοποίηση ατόμων προς την επίτευξη κοινών στόχων και σκοπών. Στην ουσία της, η εθελοντική εκστρατεία αντιπροσωπεύει μια συντονισμένη προσπάθεια για την αξιοποίηση της συλλογικής δύναμης των εθελοντών, αξιοποιώντας τις ποικίλες δεξιότητες, τις εμπειρίες και τα πάθη τους για την προώθηση θετικών αλλαγών τόσο στις κοινότητες όσο και στους οργανισμούς.

Οι αποτελεσματικές εκστρατείες εθελοντισμού χαρακτηρίζονται από διάφορα βασικά χαρακτηριστικά που τις διαφοροποιούν από τις ad-hoc προσπάθειες προσέλκυσης. Πρώτον, λειτουργούν εντός καθορισμένου χρονοδιαγράμματος, διασφαλίζοντας ότι οι πόροι κατανέμονται αποτελεσματικά και οι στόχοι επιδιώκονται με στοχευμένο επείγοντα χαρακτήρα. Δεύτερον, οι εκστρατείες αυτές διαθέτουν σαφείς στόχους και σκοπούς, παρέχοντας στους ενδιαφερόμενους έναν απτό οδικό χάρτη επιτυχίας και διευκολύνοντας την παρακολούθηση και αξιολόγηση της προόδου. Τέλος, είναι σχολαστικά προσαρμοσμένες ώστε να απευθύνονται σε ένα συγκεκριμένο κοινό-στόχο, αξιοποιώντας προσαρμοσμένες στρατηγικές ανταλλαγής μηνυμάτων και δέσμευσης για τη μεγιστοποίηση του αντίκτυπου και της αποτελεσματικότητας.

Επιπλέον, τα δυνητικά οφέλη των εκστρατειών εθελοντισμού εκτείνονται πολύ πέρα από την απλή αύξηση του αριθμού των εθελοντών. Κινητοποιώντας τα άτομα για έναν κοινό σκοπό, οι εκστρατείες αυτές έχουν τη δύναμη να ενισχύσουν σημαντικά την εμπέλεια, την προβολή και την επιρροή ενός οργανισμού στην κοινότητα. Οι εθελοντές χρησιμεύουν ως πρεσβευτές και υποστηρικτές, ενισχύοντας το μήνυμα του οργανισμού, διευρύνοντας τα δίκτυά του και καλλιεργώντας βαθύτερες σχέσεις με τους ενδιαφερόμενους. Με αυτόν τον τρόπο, οι εκστρατείες εθελοντών όχι μόνο ενισχύουν τη λειτουργική ικανότητα αλλά και καλλιεργούν την αίσθηση της κοινής ιδιοκτησίας και δέσμευσης, θέτοντας τις βάσεις για βιώσιμη ανάπτυξη και αντίκτυπο μακροπρόθεσμα.

Αναγνωρίζοντας τη στρατηγική σημασία των εκστρατειών εθελοντισμού, οι οργανισμοί επενδύουν ολοένα και περισσότερο πόρους και προσοχή στο σχεδιασμό και την εκτέλεσή τους. Δίνοντας προτεραιότητα στη δέσμευση και διατήρηση εθελοντών, οι οργανισμοί μπορούν να καλλιεργήσουν ένα ισχυρό οικοσύστημα υποστήριξης, τροφοδοτώντας την καινοτομία, τη δημιουργικότητα και την ανθεκτικότητα. Επιπλέον, η επένδυση σε εκστρατείες εθελοντισμού αντιπροσωπεύει μια προοδευτική προσέγγιση στην οργανωτική ανάπτυξη, επιτρέποντας στους οργανισμούς να προσαρμόζονται στις μεταβαλλόμενες συνθήκες, να εκμεταλλεύονται τις αναδυόμενες ευκαιρίες και να αντιμετωπίζουν τις πολύπλοκες προκλήσεις με ευελιξία και σκοπό.

ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΕΚΤΕΛΕΣΗ ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΩΝ: ΤΟ ΣΧΕΔΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΤΥΧΙΑ

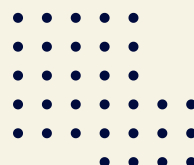
Σκεφτείτε την κατασκευή ενός σπιτιού χωρίς σχέδιο. Στην αρχή, φαίνεται ότι θα μπορούσε να λειτουργήσει. Ωστόσο, τελικά, πιθανότατα θα έχετε ένα στραβό σπίτι από το οποίο θα λείπει ένα ή δύο κρίσιμα μέρη. Δεν είναι διαφορετικά όταν πρόκειται για την πρόσληψη εθελοντών. Πρέπει να δημιουργήσετε ένα σχέδιο που θα ακολουθήσετε προτού αρχίσετε να προσεγγίζετε για να βρείτε έναν εθελοντή. Εμείς θα σας παρέχουμε όλα όσα χρειάζεστε για να οργανώσετε και να υλοποιήσετε την προσέλκυση εθελοντών. Με αυτόν τον τρόπο μπορείτε να δημιουργήσετε ένα ισχυρό θεμέλιο για το πρόγραμμα εθελοντών σας.

Καθορισμός στόχων και αντικειμενικών σκοπών:

Θεωρήστε τους στόχους ως το "πόσο" και τους σκοπούς ως το "τι" της εκστρατείας σας. Η ύπαρξη συγκεκριμένων στόχων εξασφαλίζει ότι όλοι εργάζονται για το ίδιο όραμα, παρέχοντας κατεύθυνση και εστίαση. Αυτοί οι στόχοι μεταφράζονται σε συγκεκριμένα βήματα μέσω των στόχων SMART (Specific, Measurable, Achievable, Relevant, and Time-bound). Πάρτε, για παράδειγμα, έναν μη κερδοσκοπικό οργανισμό που προωθεί τη διατήρηση του περιβάλλοντος. "Αύξηση της συμμετοχής εθελοντών στο πρόγραμμα δενδροφύτευσης" θα μπορούσε να είναι ένας γενικός στόχος. Πρόκειται για μια σταθερή αρχή, ωστόσο δεν είναι πολύ λεπτομερής. Να πώς η μέθοδος SMART μπορεί να σας βοηθήσει να τον βελτιώσετε:

- **Συγκεκριμένα:** Προσέλκυση 50 νέων εθελοντών για την πρωτοβουλία δενδροφύτευσης το επόμενο τρίμηνο.
- **Μετρήσιμο:** Παρακολουθήστε τον αριθμό των νέων εθελοντών που εγγράφονται μέσω της ιστοσελίδας της εκστρατείας μας ή παρακολουθούν τη συνεδρία προσανατολισμού των εθελοντών μας.
- **Εφικτό:** Εξετάστε την ικανότητα της οργάνωσής σας να εντάξει και να εκπαιδεύσει νέους εθελοντές. Επιδιώξτε έναν φιλόδοξο αλλά εφικτό στόχο.
- **Σχετικό:** Ο στόχος αυτός ευθυγραμμίζεται άμεσα με τον στόχο σας για αύξηση της συμμετοχής εθελοντών.
- **Δεσμευμένη χρονικά:** Η ύπαρξη προθεσμίας (π.χ. το επόμενο τρίμηνο) δημιουργεί μια αίσθηση επείγοντος και βοηθά στη μέτρηση της προόδου.

Ευθυγραμμίζοντας τους στόχους της καμπάνιας σας με τους στόχους SMART, διασφαλίζετε ότι όλοι εργάζονται προς έναν σαφή και μετρήσιμο στόχο.



Δημιουργία αποτελεσματικών στρατηγικών εκστρατείας: με το σωστό μήνυμα

Μόλις οριστούν οι στόχοι και οι σκοποί σας, είναι καιρός να δημιουργήσετε μια επιτυχημένη στρατηγική εκστρατείας. Αυτό περιλαμβάνει τον προσδιορισμό του κοινού-στόχου σας, την ανάπτυξη πειστικών μηνυμάτων, την επιλογή των καλύτερων καναλιών επικοινωνίας και τη συνετή διαχείριση των πόρων.

Αναγνωρίζοντας το κοινό-στόχο σας:

Οραματίζετε τον ιδανικό εθελοντή για εσάς. Προέρχονται από την επαγγελματική κοινότητα, τους συνταξιούχους ή τους φοιτητές; Η κατανόηση του κοινού-στόχου σας σας επιτρέπει να προσαρμόσετε το μήνυμά σας και να χρησιμοποιήσετε τις πιο αποτελεσματικές μεθόδους επικοινωνίας. Για παράδειγμα, αν ο στόχος σας είναι να προσελκύσετε φοιτητές, σκεφτείτε να δημοσιεύσετε σχετικά με την εκστρατεία σας σε ιστότοπους κοινωνικής δικτύωσης που είναι δημοφιλείς στους φοιτητές ή να λάβετε μέρος σε δραστηριότητες με επίκεντρο τον εθελοντισμό.

Διαμόρφωση σχεδίων επικοινωνίας και μηνυμάτων:

Το μήνυμά σας είναι αυτό που οδηγεί την εκστρατεία σας. Ποια είναι η συναρπαστική πτυχή του σκοπού σας; Ποιες ειδικές ευκαιρίες έχετε για εθελοντές; Δημιουργήστε ένα μήνυμα που να απευθύνεται στο κοινό στο οποίο απευθύνεστε και να τονίζει τη διαφορά που θα κάνει η συμμετοχή τους. Για ένα πραγματικό και συναρπαστικό μήνυμα, σκεφτείτε να χρησιμοποιήσετε στοιχεία αφήγησης και μαρτυρίες εθελοντών από το παρόν.

Επιλογή κατάλληλων καναλιών και πλατφορμών εκστρατείας:

Αφού τελειοποιήσετε το μήνυμά σας, επιλέξτε τα κατάλληλα κανάλια για να το μεταδώσετε. Οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης όπως το Facebook και το Instagram είναι εξαιρετικά εργαλεία. Ωστόσο, μην υποτιμάτε τη δύναμη των πιο παραδοσιακών καναλιών, όπως το κοινοτικό ραδιόφωνο ή οι τοπικές εφημερίδες, ανάλογα με το κοινό-στόχο σας. Το κλειδί είναι να είστε παρόντες εκεί όπου οι ιδανικοί εθελοντές σας περνούν το χρόνο τους online και offline.

Κατανομή πόρων και προϋπολογισμών για την εκτέλεση της εκστρατείας:

Η διεξαγωγή μιας επιτυχημένης εκστρατείας απαιτεί πόρους. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει προϋπολογισμό για λογισμικό σχεδιασμού για τη δημιουργία εντυπωσιακών οπτικών μέσων για το υλικό της εκστρατείας σας, πληρωμένη διαφήμιση σε πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης ή εκτύπωση φυλλαδίων για τοπική διανομή. Να είστε ρεαλιστές όσον αφορά τους πόρους σας και να επικεντρωθείτε στη μεγιστοποίηση του αντίκτυπου εντός του προϋπολογισμού σας.

ΕΝΕΡΓΟΠΟΙΗΣΗ ΕΘΕΛΟΝΤΩΝ ΣΕ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΑΣ

Η καρδιά κάθε επιτυχημένης εκστρατείας είναι ο εθελοντής. Οι εθελοντές αφιερώνουν το χρόνο, την εμπειρία και την ενέργειά τους για να διαδώσουν το μήνυμα και να φέρουν νέα πρόσωπα. Η εξεύρεση εθελοντών, ωστόσο, είναι μόνο το πρώτο βήμα. Πρέπει να εμπλακούν πλήρως σε ουσιαστικές δραστηριότητες για να έχουν το μέγιστο αποτέλεσμα. Οι στρατηγικές για την προσέλκυση εθελοντών και την εμπλοκή τους στην προβολή της εκστρατείας συζητούνται σε αυτό το κεφάλαιο.

Κινητοποίηση εθελοντών

Προσέλκυση και επιλογή εθελοντών για εκστρατείες:

Το πρώτο βήμα είναι η δημιουργία μιας ισχυρής βάσης εθελοντών. Ακολουθούν ορισμένες βασικές εκτιμήσεις:



- **Προσδιορισμός των αναγκών σε εθελοντές:** Αναλύστε τις δραστηριότητες της εκστρατείας και εντοπίστε καθήκοντα κατάλληλα για εθελοντές. Αυτό θα μπορούσε να κυμαίνεται από τηλεφωνικές συναλλαγές και δημοσκοπήσεις έως την καταχώρηση δεδομένων και την προώθηση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.
- **Αναπτύξτε ένα συναρπαστικό μήνυμα:** Διαμορφώστε ένα σαφές μήνυμα που να έχει απήχηση στους δυνητικούς εθελοντές. Επισημάνετε τους στόχους της εκστρατείας, τον αντίκτυπο που μπορούν να έχουν οι εθελοντές και τον τρόπο με τον οποίο η συνεισφορά τους ευθυγραμμίζεται με τα ενδιαφέροντά τους. Αυτό το μήνυμα θα πρέπει να χρησιμοποιείται σε όλα τα κανάλια προσέλκυσης.
- **Διαφοροποίηση των διαύλων πρόσληψης:** Αξιοποιήστε διάφορες πλατφόρμες για να προσεγγίσετε ένα ευρύτερο κοινό. Εξερευνήστε διαδικτυακές πλατφόρμες, ομάδες μέσω κοινωνικής δικτύωσης, κοινοτικά κέντρα, ακόμη και διοργανώστε εκδηλώσεις εγγραφής εθελοντών.
- **Εφαρμόστε μια διαδικασία διαλογής:** Μια απλή διαδικασία διαλογής βοηθά να διασφαλιστεί ότι οι εθελοντές διαθέτουν τις απαραίτητες δεξιότητες και ευθυγραμμίζονται με τις αξίες της εκστρατείας.

Παροχή σαφών οδηγιών και προσδοκιών:

Μόλις προσληφθούν, οι εθελοντές χρειάζονται σαφή καθοδήγηση σχετικά με το τι αναμένεται από αυτούς. Αυτό περιλαμβάνει:

- **Περιγραφές ρόλων:** Παρέχετε λεπτομερείς περιγραφές κάθε εθελοντικού ρόλου, περιγράφοντας τις ευθύνες, τις χρονικές δεσμεύσεις και τις απαιτούμενες δεξιότητες.
- **Εκπαιδευτικό υλικό:** Ανάπτυξη εύληπτου εκπαιδευτικού υλικού που να εφοδιάζει τους εθελοντές με τις γνώσεις και τα εργαλεία που απαιτούνται για την αποτελεσματική εκτέλεση των καθηκόντων τους.
- **Κανάλια επικοινωνίας:** Καθιέρωση σαφών διαύλων επικοινωνίας για τους εθελοντές ώστε να υποβάλλουν ερωτήσεις, να λαμβάνουν ενημερώσεις και να μοιράζονται ανατροφοδότηση.

Εκπαίδευση και ανάπτυξη ικανοτήτων για εθελοντές αγωνιστές:

Η επένδυση στην κατάρτιση ενδυναμώνει τους εθελοντές και ενισχύει την αυτοπεποίθησή τους. Η κατάρτιση μπορεί να περιλαμβάνει:

- **Επισκόπηση εκστρατείας:** Παροχή ολοκληρωμένης κατανόησης των στόχων, του οράματος και των βασικών μηνυμάτων της εκστρατείας.
- **Εκπαίδευση για συγκεκριμένες δεξιότητες:** όπως τεχνικές τηλεφωνικής τραπεζικής ή στρατηγικές εκστρατείας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.
- **Προγράμματα καθοδήγησης:** για να ενισχύσουν την αίσθηση της κοινότητας και να παρέχουν καθοδήγηση κατά τη διάρκεια της εργασίας.

Συμμετοχή εθελοντών στην προβολή

Οι δεσμευμένοι εθελοντές γίνονται ισχυροί πρεσβευτές της εκστρατείας. Δείτε πώς μπορείτε να αξιοποιήσετε τις δυνατότητες προβολής τους:

Ενδυνάμωση των εθελοντών να ενεργούν ως πρεσβευτές της εκστρατείας:

- **Αναπτύξτε ένα "πακέτο εθελοντών":** Παρέχετε στους εθελοντές υλικό για την εκστρατεία, όπως φυλλάδια, σημεία συζήτησης και γραφικά στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τα οποία μπορούν να χρησιμοποιήσουν για να προωθήσουν την εκστρατεία στα προσωπικά τους δίκτυα.

- **Οργανώστε εκδηλώσεις αναγνώρισης εθελοντών:** Αναγνωρίστε και γιορτάστε τη συμβολή των εθελοντών για να διατηρήσετε το ηθικό και να ενισχύσετε την αίσθηση του ανήκειν.

Ενθάρρυνση της δέσμευσης και της δικτύωσης μεταξύ ομοτίμων:

- **Διευκόλυνση της ομότιμης επικοινωνίας:** Δημιουργήστε διαδικτυακά φόρουμ, ομαδικές συνομιλίες ή ομάδες κοινωνικής δικτύωσης για να συνδέονται οι εθελοντές, να μοιράζονται εμπειρίες και να παρακινούνται μεταξύ τους.
- **Οργανώστε συναντήσεις εθελοντών:** Διοργανώστε κοινωνικές εκδηλώσεις ή δραστηριότητες ομαδικής ανάπτυξης για να ενθαρρύνετε τη δικτύωση και να οικοδομήσετε ισχυρότερες σχέσεις μεταξύ των εθελοντών.

Αξιοποίηση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και των διαδικτυακών πλατφορμών για την προβολή των εθελοντών:

- **Αξιοποιήστε αποτελεσματικά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης:** Ανάπτυξη στοχευμένων εκστρατειών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για την ενθάρρυνση εγγραφών εθελοντών και την προβολή εθελοντικών δραστηριοτήτων.
- **Χρησιμοποιήστε διαδικτυακές πύλες εθελοντών:** Ανάπτυξη μιας φιλικής προς το χρήστη πλατφόρμας όπου οι εθελοντές μπορούν να εγγραφούν, να περιηγηθούν στις ευκαιρίες, να παρακολουθούν τις ώρες τους και να έχουν πρόσβαση σε πόρους. Εναλλακτικά, αξιοποιήστε υπάρχουσες πλατφόρμες που παρέχουν αυτές τις δυνατότητες για να βελτιώσετε την εμπειρία των εθελοντών.

Με αυτόν τον τρόπο μπορεί να ζωντανέψει η εκστρατεία, μετατρέποντας τους εθελοντές από παθητικούς υποστηρικτές σε ενεργούς δημιουργούς. Οι εθελοντές όχι μόνο βοηθούν στη διάδοση των μηνυμάτων, αλλά και στη δημιουργία κοινότητας και ενέργειας που δημιουργεί δυναμική για την εκστρατεία.



ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΑΝΤΙΚΤΥΠΟΥ ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΑΣ

Η αξιολόγηση της επιτυχίας μιας εκστρατείας είναι ζωτικής σημασίας για τη μάθηση, τη βελτίωση και την απόδειξη της απόδοσης της επένδυσης (ROI). Αυτό το κεφάλαιο διερευνά μεθόδους για τη μέτρηση του αντίκτυπου της εκστρατείας, την ανάλυση των δεδομένων και τη χρήση των συμπερασμάτων για τη βελτιστοποίηση των στρατηγικών.

Μέτρηση της επιτυχίας και του αντίκτυπου

Καθορισμός βασικών δεικτών απόδοσης (KPIs) για την αξιολόγηση εκστρατειών:

Το θεμέλιο μιας επιτυχημένης αξιολόγησης των επιπτώσεων έγκειται στον καθορισμό σαφών στόχων και στον προσδιορισμό βασικών δεικτών απόδοσης (ΚΔΑ) για την παρακολούθηση της προόδου. Οι KPIs είναι μετρήσιμοι δείκτες που συνδέονται άμεσα με τους στόχους της εκστρατείας. Ακολουθεί ο τρόπος ορισμού αποτελεσματικών KPIs:



- **Ειδικότητα:** Οι KPI πρέπει να είναι συγκεκριμένοι και άμεσα συνδεδεμένοι με τους στόχους της εκστρατείας. Για παράδειγμα, αντί να στοχεύετε απλώς στην "αύξηση της αναγνωρισιμότητας του εμπορικού σήματος", ένας πιο συγκεκριμένος KPI θα μπορούσε να είναι "επίτευξη αύξησης της επισκεψιμότητας του ιστότοπου κατά 10% εντός του χρονικού πλαισίου της εκστρατείας".
- **Μετρησιμότητα:** Οι KPI πρέπει να είναι μετρήσιμοι για να επιτρέπουν τη συλλογή και ανάλυση δεδομένων. Για παράδειγμα, η φράση "δημιουργώ θετική κάλυψη από τα μέσα ενημέρωσης" μπορεί να μεταφραστεί σε έναν KPI όπως "εξασφαλίζω τουλάχιστον 5 τοποθετήσεις σε σχετικές εκδόσεις με συνολικό αναγνωστικό κοινό 1 εκατομμυρίου".
- **Ευθυγράμμιση με τους στόχους:** Κάθε KPI θα πρέπει να σχετίζεται άμεσα με έναν συγκεκριμένο στόχο της εκστρατείας. Εξετάστε το πλαίσιο στόχων SMART (Specific, Measurable, Achievable, Relevant, and Time-bound) για να διασφαλίσετε ότι οι KPIs είναι σαφώς καθορισμένοι και ευθυγραμμισμένοι με τη συνολική στρατηγική (https://en.wikipedia.org/wiki/SMART_criteria).


Παραδείγματα KPIs εκστρατείας ανά στόχο:

Στόχος εκστρατείας	Παράδειγμα KPIs
Αύξηση της αναγνωρισιμότητας της μάρκας	επισκεψιμότητα ιστοτόπου, συμμετοχή στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (συμπάθειες, κοινοποιήσεις, σχόλια), αναφορές στα μέσα ενημέρωσης
Δημιουργία leads	Αριθμός εγγραφών, υποβολών φόρμας, opt-ins ηλεκτρονικού ταχυδρομείου
Δωρεές Drive	Συνολικό ποσό που συγκεντρώθηκε, αριθμός δωρητών, μέσο μέγεθος δωρεάς
Μετατόπιση της κοινής γνώμης	Αποτελέσματα έρευνας, αλλαγές στην ανάλυση συναισθήματος στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Συλλογή σχετικών δεδομένων και ανατροφοδότησης από τις δραστηριότητες της εκστρατείας:

Η συλλογή δεδομένων είναι απαραίτητη για τη μέτρηση των KPI και την απόκτηση μιας ολιστικής κατανόησης της απόδοσης της εκστρατείας. Ακολουθούν ορισμένες βασικές πηγές δεδομένων:

- **Εργαλεία διαχείρισης εκστρατειών:** Οι περισσότερες πλατφόρμες διαχείρισης καμπανιών παρέχουν ενσωματωμένους πίνακες ανάλυσης που παρακολουθούν την επισκεψιμότητα του ιστοτόπου, την εμπλοκή στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τα ποσοστά ανοίγματος ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και άλλα σχετικά σημεία δεδομένων.
- **Έρευνες και ομάδες εστίασης:** Η διεξαγωγή ερευνών και ομάδων εστίασης σε βασικά στάδια της εκστρατείας μπορεί να προσφέρει πολύτιμες πληροφορίες σχετικά με την αντίληψη του κοινού, τα επίπεδα δέσμευσης και τους τομείς που χρήζουν βελτίωσης.
- **Εργαλεία κοινωνικής ακρόασης:** Τα εργαλεία κοινωνικής ακρόασης παρακολουθούν τις διαδικτυακές συζητήσεις σχετικά με την εκστρατεία, το εμπορικό σήμα ή συναφή θέματα, επιτρέποντας την ανάλυση συναισθημάτων και τον εντοπισμό αναδυόμενων τάσεων.



Εξετάστε τις μετρήσεις για να προσδιορίσετε την αποτελεσματικότητα της εκστρατείας σας: Είναι ώρα για την ανάλυση όταν τα δεδομένα έχουν ανακτηθεί και επιλεγεί. Μπορούν να πραγματοποιηθούν αναλύσεις διαφόρων ειδών για την αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας μιας καμπάνιας. Μπορείτε να αξιολογήσετε την αποτελεσματικότητα της καμπάνιας σας χρησιμοποιώντας συγκριτική ανάλυση για να συγκρίνετε την απόδοσή της με προηγούμενα δεδομένα ή με σημεία αναφοράς του κλάδου. Μπορείτε να προσδιορίσετε τις τάσεις των δεδομένων, τα επαναλαμβανόμενα μοτίβα, τη δυναμική και την επίδραση ενός συγκεκριμένου χαρακτηριστικού μάρκετινγκ με τη χρήση της ανάλυσης τάσεων. Τα κανάλια ή τα σημεία επαφής που παράγουν τις περισσότερες μετατροπές ή αποκτούν το χαμηλότερο κόστος ανά απόκτηση μπορούν να βρεθούν με τη χρήση της μοντελοποίησης απόδοσης. Συνδυάζοντας αυτές τις τρεις τεχνικές, μπορείτε να έχετε μια ολοκληρωμένη αξιολόγηση των αποτελεσμάτων της εκστρατείας και να μάθετε πώς να προσαρμόσετε καλύτερα τις τακτικές σας.


Προσαρμογή στρατηγικών με βάση τα αποτελέσματα

Μετατόπιση της κατανομής των πόρων: Ανακατανομή των πόρων με βάση τα δεδομένα απόδοσης. Επικεντρώστε τις προσπάθειες στις τακτικές που παράγουν τον σημαντικότερο αντίκτυπο και μειώστε τις προσπάθειες σε εκείνες που δεν έχουν αντίκτυπο.

- **Εισαγωγή νέων τακτικών:** Εξετάστε το ενδεχόμενο ενσωμάτωσης νέων τακτικών με βάση τις γνώσεις από δοκιμές A/B, τις τάσεις του κλάδου ή την ανατροφοδότηση.
- **Επέκταση του χρονοδιαγράμματος της εκστρατείας:** Εάν η επίτευξη των στόχων απαιτεί περισσότερο χρόνο, εξετάστε το ενδεχόμενο να παρατείνετε το χρονοδιάγραμμα της εκστρατείας και να προσαρμόσετε ανάλογα την κατανομή των πόρων.

Παράδειγμα: με βάση τα δεδομένα

Φανταστείτε μια εκστρατεία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με στόχο την ευαισθητοποίηση για μια πρωτοβουλία προστασίας του περιβάλλοντος.

- **Ανάλυση δεδομένων:** Ανάλυση αποκαλύπτει ότι τα σύντομα, ενημερωτικά βίντεο με συναρπαστικό οπτικό υλικό υπερτερούν των αναρτήσεων που βασίζονται σε κείμενο.
 - **Ερμηνεία:** Τα δεδομένα υποδηλώνουν ότι το κοινό-στόχος προτιμά το περιεχόμενο βίντεο.
 - **Προσαρμογή:** Η καμπάνια μπορεί να στρέψει την προσοχή της προς τη δημιουργία περισσότερου περιεχομένου βίντεο και ενδεχομένως να μειώσει τον αριθμό των αναρτήσεων που βασίζονται σε κείμενο.
- 



Πέρα από τα ποσοτικά δεδομένα: Η σημασία της ποιοτικής ανατροφοδότησης

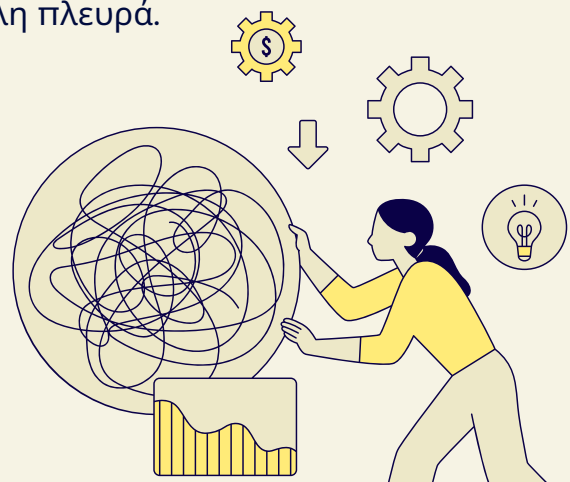
Ενώ τα ποσοτικά δεδομένα είναι ζωτικής σημασίας, η ποιοτική ανατροφοδότηση παρέχει πολύτιμες πληροφορίες για το συναίσθημα και την αντίληψη του κοινού. Ακολουθεί ο τρόπος αξιοποίησής τους:

- **Αναλύστε τις απαντήσεις της έρευνας ανοικτού τύπου:** μπορούν να αποκαλύψουν τους λόγους που κρύβονται πίσω από τη συμπεριφορά και τις προτιμήσεις του κοινού. Αυτό μπορεί να δώσει πληροφορίες για τα μηνύματα της εκστρατείας και τη συνολική στρατηγική.
- **Παρακολουθήστε τις συζητήσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης:** Τα σχόλια και οι συζητήσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να παρέχουν ποιοτική ανατροφοδότηση σχετικά με το ύφος, τα μηνύματα και τη συνολική αποτελεσματικότητα της εκστρατείας.

Με την ενσωμάτωση της ποσοτικής ανάλυσης δεδομένων με την ποιοτική ανατροφοδότηση, οι εκστρατείες αποκτούν μια πιο πλούσια κατανόηση του αντίκτυπού τους και μπορούν να βελτιώσουν την προσέγγισή τους για να επιτύχουν βέλτιστα αποτελέσματα.

Ολοκληρωμένο σχέδιο έκτακτης ανάγκης και πλαίσιο διαχείρισης κρίσεων για εκστρατείες

Στον ταχέως εξελισσόμενο κόσμο της διαχείρισης εκστρατειών, τα προβλήματα μπορούν να εμφανιστούν ανά πάσα στιγμή και να θέσουν σε κίνδυνο την επιτυχία ή τη φήμη της εκστρατείας. Η ομάδα εκστρατείας χρειάζεται ένα καλά μελετημένο εφεδρικό σχέδιο που θα τη βοηθήσει να περιηγηθεί στα δύσκολα νερά. Το πλαίσιο που ακολουθεί περιγράφει μια γενική στρατηγική και τις ενέργειες που πρέπει να γίνουν σε περίπτωση κρίσης κατά τη διάρκεια μιας εκστρατείας. Το σχέδιο περιγράφει κάθε στάδιο της διαδικασίας, από τον προληπτικό σχεδιασμό έως τη διαχείριση της κρίσης και τελικά την αποκατάσταση. Καθορίζει τις δραστηριότητες που πρέπει να αναληφθούν, ποιος είναι υπεύθυνος για την ολοκλήρωσή τους και πότε θα πρέπει να ολοκληρωθούν. Μέσω της εκτίμησης κινδύνου, του σχηματισμού ομάδας κρίσης και της καλής επικοινωνιακής τακτικής, η εκστρατεία μπορεί να διαχειριστεί αποτελεσματικά μια κρίση και να βγει ισχυρότερη από την άλλη πλευρά.



Φάση	Δράση	Υπεύθυνη	Χρονοδιάγραμμα
Προετοιμασία	Εντοπισμός και ιεράρχηση πιθανών κινδύνων και κρίσεων	Διαχειριστής καμπάνιας	Προ-εκστρατεία
	Δημιουργία ειδικής ομάδας διαχείρισης κρίσεων	Εκτελεστική ηγεσία	Προ-εκστρατεία
	Δημιουργία ολοκληρωμένων πρωτοκόλλων επικοινωνίας	Ομάδα δημοσίων σχέσεων/επικοινωνίας	Προ-εκστρατεία
	Διεξαγωγή τακτικών εκπαιδευτικών συνεδριών	Τμήμα Ανθρώπινου Δυναμικού/Κατάρτισης	Προ-εκστρατεία
	Εφαρμογή ισχυρών συστημάτων παρακολούθησης	Ομάδα Social Media/PR	Προ-εκστρατεία
Συνεχής	Καθιέρωση πρωτοκόλλων για άμεση αναφορά	Όλο το προσωπικό	Συνεχής
	Παρακολούθηση πιθανών κρίσεων σε όλα τα κανάλια	Ομάδα Social Media/PR	Συνεχής
Απάντηση	Διεξαγωγή ταχέων αξιολογήσεων	Ομάδα διαχείρισης κρίσεων	Εντός 1 ώρας
	Εκτέλεση προκαθορισμένων στρατηγικών επικοινωνίας κρίσης	Ομάδα διαχείρισης κρίσεων	Εντός 1 ώρας
	Διάδοση επικαιροποιήσεων και οδηγιών εσωτερικά	Ομάδα δημοσίων σχέσεων/επικοινωνίας	Εντός 2 ωρών
	Να δίνετε άμεσες και ενσυναίσθητικές απαντήσεις εξωτερικά	Ομάδα δημοσίων σχέσεων/επικοινωνίας	Εντός 2 ωρών
	Ανάπτυξη πόρων για την αντιμετώπιση της κρίσης	Αρμόδια τμήματα	Συνεχής
	Συντονισμός των αλληλεπιδράσεων με τα μέσα ενημέρωσης	Ομάδα δημοσίων σχέσεων/επικοινωνίας	Συνεχής
	Ενημέρωση των ενδιαφερομένων μερών	Εκτελεστική ηγεσία	Συνεχής

Ανάκτηση	Διεξαγωγή διεξοδικών αξιολογήσεων	Ομάδα διαχείρισης κρίσεων	Μετά την κρίση
	Τεκμηρίωση όλων των δραστηριοτήτων που σχετίζονται με την κρίση	Ομάδα διαχείρισης κρίσεων	Μετά την κρίση
	Επανεξέταση και αναθεώρηση των πρωτοκόλλων διαχείρισης κρίσεων	Υπεύθυνος εκστρατείας/ Ομάδα Ανθρώπινων Δικαιωμάτων	Μετά την κρίση
	Εφαρμογή στοχευμένων στρατηγικών διαχείρισης της φήμης	Ομάδα δημοσίων σχέσεων/επικοινωνίας	Μετά την κρίση

Εξασφάλιση βιώσιμης δέσμευσης εθελοντών στην προσέλκυση εκστρατειών: Μετριασμός της αποσύνδεσης μετά την εκστρατεία

Η διατήρηση της δέσμευσης των εθελοντών πέραν της περιόδου της εκστρατείας αποτελεί σημαντική πρόκληση σε σύγκριση με τις παραδοσιακές μεθόδους προσέλκυσης. Υπάρχει ο κίνδυνος οι εθελοντές να χάσουν το ενδιαφέρον τους ή να αποσυνδεθούν από τον σκοπό μόλις επιτευχθούν οι στόχοι της εκστρατείας. Για να μετριάσουν αυτόν τον κίνδυνο, οι διοργανωτές εκστρατειών μπορούν να εφαρμόσουν διάφορες στρατηγικές.

Πρώτον, δώστε έμφαση στο μακροπρόθεσμο όραμα και τη δέσμευση, τονίζοντας τον διαρκή αντίκτυπο των συνεισφορών των εθελοντών στους στόχους του σκοπού ή του οργανισμού. Χτίστε ουσιαστικές σχέσεις με τους εθελοντές μέσω τακτικής επικοινωνίας, εκδηλώσεων και προγραμμάτων αναγνώρισης. Ενισχύστε την αίσθηση της κοινότητας μεταξύ των εθελοντών για τη δημιουργία δικτύων υποστήριξης μεταξύ ομοτίμων και συνεργατικών πρωτοβουλιών.

Διαφοροποιήστε τα κανάλια δέσμευσης προσφέροντας ευέλικτους ρόλους που ανταποκρίνονται στα ενδιαφέροντα, τις δεξιότητες και τη διαθεσιμότητα των εθελοντών. Παρέχετε ευκαιρίες για εκπαίδευση, κατάρτιση και πρωτοβουλίες υπεράσπισης για να ενδυναμώσετε τους εθελοντές ως αποτελεσματικούς υποστηρικτές του σκοπού. Ζητήστε ανατροφοδότηση από τους εθελοντές για να κατανοήσετε τα κίνητρα, τις προτιμήσεις και τις προκλήσεις τους και αξιολογήστε τακτικά τις στρατηγικές δέσμευσης εθελοντών για να βελτιώσετε τις προσεγγίσεις με βάση τις γνώσεις της κοινότητας των εθελοντών.



ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ ΚΑΙ ΣΥΣΤΑΣΕΙΣ

Αυτό το κεφάλαιο ολοκληρώνει την εξέταση των τακτικών που μπορούν να σας βοηθήσουν στη διαχείριση εκστρατειών αυτή τη στιγμή. Έχετε διαβάσει για στρατηγικές για να μετράτε την επιτυχία των πρωτοβουλιών σας, να αυξάνετε τον αριθμό των εθελοντών που συμμετέχουν και να βελτιώνετε συνεχώς το έργο σας. Με τη βοήθεια αυτών των μαθημάτων, θα είστε σε θέση να αναπτύξετε εκστρατείες που είναι σημαντικές, σχετικές και μακροχρόνιες. Περισσότερες πληροφορίες σχετικά με τα κύρια συμπεράσματα αυτού του κεφαλαίου παρέχονται στην επόμενη ενότητα του βιβλίου. Προσφέρει επαγγελματική καθοδήγηση για μέντορες και συντονιστές εθελοντικών δραστηριοτήτων, καθώς και μια μέθοδο για δια βίου μάθηση στον δυναμικό τομέα των εκστρατειών.

Ανακεφαλαίωση των βασικών διδαγμάτων από το κεφάλαιο:

Σημασία των σαφών στόχων και των KPIs: Ο καθορισμός σαφών, μετρήσιμων στόχων και ο καθορισμός σχετικών Βασικών Δεικτών Απόδοσης (ΚΔΑ) αποτελούν το θεμέλιο για την αποτελεσματική αξιολόγηση της εκστρατείας. Ο καθορισμός μετρήσιμων στόχων επιτρέπει μια προσέγγιση της διαχείρισης της εκστρατείας με βάση τα δεδομένα, επιτρέποντας στους επαγγελματίες να αποδείξουν την απόδοση της επένδυσης (ROI) των προσπαθειών τους.

Λήψη αποφάσεων με βάση τα δεδομένα: Η συλλογή και ανάλυση δεδομένων από διάφορες πηγές, συμπεριλαμβανομένων εργαλείων διαχείρισης καμπανιών, ερευνών και πλατφορμών κοινωνικής ακρόασης, είναι ζωτικής σημασίας για την κατανόηση της απόδοσης της καμπάνιας και την ενημέρωση για μελλοντικές στρατηγικές. Όπως τονίζεται στο βιβλίο "Strategic Public Relations Management: Planning and Managing Effective Communication Campaigns" (Bruce E. Pinkleton, Erica Weintraub Austin, 2015), η ανάλυση δεδομένων δίνει τη δυνατότητα στους διαχειριστές εκστρατειών να ξεπεράσουν τη διαίσθηση και τα ανεκδοτολογικά στοιχεία, επιτρέποντάς τους να βασίζονται τις αποφάσεις τους σε συγκεκριμένες μετρήσεις και γνώσεις.



Βρόχοι συνεχούς ανάδρασης: Η καθιέρωση βρόχων ανατροφοδότησης μέσω ερευνών, ομάδων εστίασης και κοινωνικής ακρόασης βοηθά στον εντοπισμό τομέων για βελτίωση και επιτρέπει τη βελτιστοποίηση της εκστρατείας. Αυτοί οι μηχανισμοί ανατροφοδότησης επιτρέπουν στις καμπάνιες να προσαρμόζονται στις ανάγκες και τις προτιμήσεις του κοινού σε πραγματικό χρόνο, οδηγώντας τελικά σε πιο αποτελεσματικές και επιτυχημένες πρωτοβουλίες.

Προσαρμοστικότητα: Η δυναμική φύση της εκστρατείας απαιτεί ευελιξία. Οι επιτυχημένες εκστρατείες είναι προσαρμόσιμες και εξελίσσονται συνεχώς με βάση τα δεδομένα και την ανατροφοδότηση. Να είστε προετοιμασμένοι να βελτιώνετε τις στρατηγικές και τις τακτικές ανάλογα με τις ανάγκες, υιοθετώντας μια επαναληπτική προσέγγιση στη διαχείριση της καμπάνιας για την επίτευξη των επιθυμητών αποτελεσμάτων.

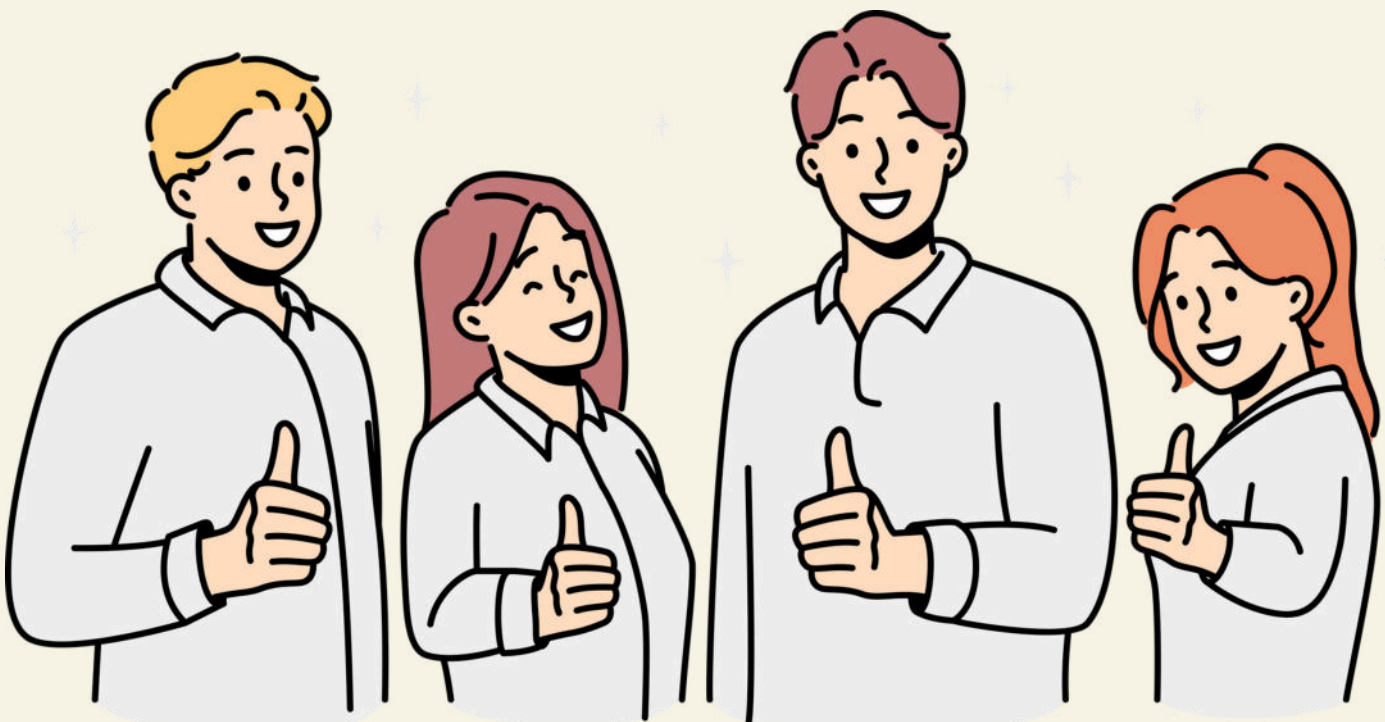
Ενσωματώνοντας αυτά τα κρίσιμα μαθήματα στις διαδικασίες διαχείρισης των εκστρατειών σας, μπορείτε να δημιουργήσετε εκστρατείες που ξεχωρίζουν και επιτυγχάνουν τους στόχους σας. Οι συντονιστές και οι μέντορες εθελοντών διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στη μεγιστοποίηση της συμμετοχής και του αποτελέσματος των εθελοντών. Λειτουργώντας ως σημείο επαφής μεταξύ της ηγεσίας της εκστρατείας και του στρατού των εθελοντών, εξασφαλίζουν μια ομαλή και αποτελεσματική διαδικασία εκστρατείας. Οι συντονιστές και οι μέντορες εθελοντών θα νιώσουν πιο δυνατοί αν λάβουν υπόψη τους τις ακόλουθες χρήσιμες συμβουλές:

- **Εισαγωγή και κατάρτιση:** Παροχή ολοκληρωμένων προγραμμάτων εισαγωγής και κατάρτισης για τους εθελοντές, εξοπλίζοντάς τους με τις απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες για την αποτελεσματική εκτέλεση του ρόλου τους. Τα προγράμματα κατάρτισης θα πρέπει να καλύπτουν τους στόχους της εκστρατείας, τις ευθύνες των εθελοντών, τα σχετικά εργαλεία και τους πόρους και τις βέλτιστες πρακτικές για τη συμμετοχή.
- **Σαφής επικοινωνία:** Διατήρηση ανοικτών και τακτικών διαύλων επικοινωνίας με τους εθελοντές. Αυτό διασφαλίζει ότι κατανοούν τις προσδοκίες, ότι λαμβάνουν έγκαιρες ενημερώσεις και ότι έχουν την ευκαιρία να κάνουν ερωτήσεις. Χρησιμοποιήστε μια ποικιλία καναλιών επικοινωνίας, όπως το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, ομάδες κοινωνικών μέσων και διαδικτυακές πλατφόρμες συνεργασίας, για να καλύψετε τις διαφορετικές προτιμήσεις επικοινωνίας.



- **Αναγνώριση και εκτίμηση:** Αναγνωρίστε και εκτιμήστε τη συμβολή των εθελοντών για να ενισχύσετε την αίσθηση του ανήκειν, της αξίας και να τους παρακινήσετε να συνεχίσουν τη συμμετοχή τους. Η δημόσια αναγνώριση μέσω αναφορών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, εκδηλώσεων εκτίμησης των εθελοντών ή εξατομικευμένων ευχαριστήριων σημειωμάτων μπορεί να συμβάλει σημαντικά στην τόνωση του ηθικού των εθελοντών.
- **Ενδυνάμωση και ιδιοκτησία:** Ενδυνάμωση των εθελοντών με την ανάληψη ευθύνης για τους ρόλους και τα καθήκοντά τους. Ενθαρρύνετε τους να μοιράζονται ιδέες και να συμβάλλουν στις συζητήσεις για τη στρατηγική της εκστρατείας. Αυτό προάγει την αίσθηση της υπευθυνότητας και επιτρέπει στους εθελοντές να αισθάνονται ότι επενδύουν στην επιτυχία της εκστρατείας.
- **Ανατροφοδότηση και ευκαιρίες ανάπτυξης:** Παρέχετε εποικοδομητική ανατροφοδότηση στους εθελοντές για να τους βοηθήσετε να αναπτύξουν τις δεξιότητές τους και να προτείνετε ευκαιρίες για περαιτέρω ανάπτυξη στο πλαίσιο της εκστρατείας. Οι τακτικές συνεδρίες ανατροφοδότησης μπορούν να βοηθήσουν τους εθελοντές να εντοπίσουν τομείς προς βελτίωση και να παρακολουθήσουν την πρόοδό τους με την πάροδο του χρόνου.

Με την εφαρμογή αυτών των συστάσεων, οι εθελοντές μέντορες και συντονιστές μπορούν να καλλιεργήσουν μια ισχυρή εθελοντική δύναμη που συμβάλλει σημαντικά στην επιτυχία της εκστρατείας.



ΚΟΥΙΖ

1. Ποιο είναι το πρώτο βήμα για τη δημιουργία μιας ισχυρής εθελοντικής βάσης για μια εκστρατεία;

- α) Ανάπτυξη ενός πειστικού μηνύματος
- β) Διαφοροποίηση των διαύλων πρόσληψης
- γ) Προσδιορισμός των αναγκών σε εθελοντές
- δ) Εφαρμογή μιας διαδικασίας διαλογής



2. Γιατί είναι σημαντικό να παρέχονται σαφείς οδηγίες και προσδοκίες στους προσληφθέντες εθελοντές;

- α) Να μπερδεύει τους εθελοντές σχετικά με τους ρόλους τους
- β) Να διασφαλίζει ότι οι εθελοντές κατανοούν τις ευθύνες τους
- γ) Να περιορίζει την επικοινωνία με τους εθελοντές
- δ) Να αποθαρρύνει τους εθελοντές από τη συμμετοχή τους

3. Πώς μπορεί η κατάρτιση να συμβάλει στην εμπλοκή των εθελοντών σε δραστηριότητες εκστρατείας;

- α) Με την αύξηση του φόρτου εργασίας των εθελοντών
- β) Με την ενίσχυση της εμπιστοσύνης και της ενδυνάμωσης των εθελοντών
- γ) Με τον περιορισμό της πρόσβασης των εθελοντών στο υλικό της εκστρατείας
- δ) Με την αποθάρρυνση των εθελοντών από το να συνεισφέρουν ιδέες

4. Ποια είναι η προτεινόμενη στρατηγική για την ενδυνάμωση των εθελοντών ώστε να ενεργούν ως πρεσβευτές της εκστρατείας;

- α) Απόκρυψη προεκλογικού υλικού από τους εθελοντές
- β) Ανάπτυξη "πακέτου εθελοντών" με προεκλογικό υλικό
- γ) Αγνόηση των συνεισφορών των εθελοντών
- δ) Ακύρωση εκδηλώσεων αναγνώρισης εθελοντών

5. Πώς μπορούν να αξιοποιηθούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και οι διαδικτυακές πλατφόρμες για την προβολή εθελοντών;

- α) Αποφεύγοντας εντελώς τις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης
- β) Παρέχοντας μια φιλική προς το χρήστη ηλεκτρονική πλατφόρμα για την εγγραφή εθελοντών
- γ) Περιορίζοντας τα μηνύματα της εκστρατείας σε παραδοσιακά κανάλια
- δ) Περιορίζοντας την πρόσβαση των εθελοντών σε ηλεκτρονικούς πόρους



6. Σωστό ή Λάθος: Οι αφοσιωμένοι εθελοντές παίζουν καθοριστικό ρόλο στην ανάπτυξη δυναμικής για την εκστρατεία, διαδίδοντας το μήνυμά της, προσελκύοντας περισσότερους υποστηρικτές και κινητοποιώντας τη δράση.

7. Σωστό ή Λάθος: Η επιτυχία μιας εκστρατείας μπορεί να αξιολογηθεί με τον καθορισμό σαφών στόχων και τον προσδιορισμό βασικών δεικτών απόδοσης (KPI) που είναι συγκεκριμένοι, μετρήσιμοι και ευθυγραμμισμένοι με τους στόχους της εκστρατείας.

8. Σωστό ή Λάθος: Οι συνεχείς βρόχοι ανατροφοδότησης μέσω ερευνών, ομάδων εστίασης και κοινωνικής ακρόασης είναι απαραίτητοι για τον εντοπισμό τομέων βελτίωσης και τη βελτιστοποίηση των εκστρατειών.

9. Η επιτυχία της εκτίμησης του αντίκτυπου μιας εκστρατείας έγκειται στον καθορισμό σαφών στόχων και στον προσδιορισμό των Βασικών Δεικτών Απόδοσης (ΚΔΑ) που είναι συγκεκριμένοι, μετρήσιμοι, εφικτοί, σχετικοί και χρονικά προσδιορισμένοι, σύμφωνα με το πλαίσιο _____.

10. Η συλλογή δεδομένων είναι απαραίτητη για τη μέτρηση των KPI και την απόκτηση μιας ολιστικής κατανόησης της απόδοσης της εκστρατείας. Οι πλατφόρμες διαχείρισης καμπανιών παρέχουν συχνά ενσωματωμένους πίνακες ανάλυσης που παρακολουθούν την επισκεψιμότητα του ιστότοπου, τη δέσμευση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τα ποσοστά ανοίγματος email και άλλα σχετικά _____.

11. Κατά τη διάρκεια της φάσης απόκρισης της διαχείρισης κρίσεων, είναι ζωτικής σημασίας η διενέργεια ταχέων αξιολογήσεων και η εκτέλεση προκαθορισμένων στρατηγικών επικοινωνίας για την κρίση εντός του _____ για να εξασφαλιστεί η έγκαιρη και αποτελεσματική επικοινωνία.

12. Η διατήρηση της δέσμευσης των εθελοντών πέρα από την περίοδο της εκστρατείας απαιτεί από τους διοργανωτές της εκστρατείας να δώσουν έμφαση στο μακροπρόθεσμο όραμα και τη δέσμευση, τονίζοντας τον διαρκή αντίκτυπο των συνεισφορών των εθελοντών στον σκοπό ή τον οργανισμό _____.





ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ



04

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Υπάρχει μια γενική παρανόηση ότι τα εθελοντικά προγράμματα δεν χρειάζονται χρήματα: αν οι ίδιοι οι εθελοντές εργάζονται χωρίς να πληρώνονται, γιατί να είναι απαραίτητη η χρηματοδότηση; Λοιπόν, είναι.

Η λειτουργία και η διατήρηση ισχυρών εθελοντικών προγραμμάτων - τα οποία είναι ωφέλιμα τόσο για τους εθελοντές όσο και για τις κοινότητες που εξυπηρετούν - απαιτεί επαρκείς πόρους για να διασφαλιστεί η αποτελεσματικότητα και η μακροζωία τους.

Πρώτον, η οικονομική στήριξη είναι απαραίτητη για την κατάρτιση, την υποστήριξη και τη διατήρηση των εθελοντών. Επενδύοντας σε συνεδρίες κατάρτισης εθελοντών, σεμινάρια και συνεδρίες αναγνώρισης της μάθησης, οι οργανώσεις μπορούν να εξοπλίσουν τους εθελοντές με τις απαραίτητες δεξιότητες και γνώσεις ώστε να συνεισφέρουν ουσιαστικά στους αντίστοιχους σκοπούς τους. Επιπλέον, η χρηματοδότηση επιτρέπει στα προγράμματα εθελοντισμού να παρέχουν κίνητρα και αναγνώριση στους εθελοντές, καλλιεργώντας το αίσθημα εκτίμησης και παρακίνησης μεταξύ τους.

Δεύτερον, η χρηματοδότηση επιτρέπει στα εθελοντικά προγράμματα να εφαρμόσουν και να επεκτείνουν τις προσπάθειες προβολής τους, προσεγγίζοντας ένα ευρύτερο κοινό και μεγιστοποιώντας τον αντίκτυπό τους. Είτε πρόκειται για κοινοτικές εκδηλώσεις, εκστρατείες προβολής ή πρωτοβουλίες ψηφιακού μάρκετινγκ, οι οικονομικοί πόροι δίνουν τη δυνατότητα στους οργανισμούς να ευαισθητοποιήσουν τους πολίτες σχετικά με την αποστολή τους και να προσελκύσουν περισσότερους εθελοντές.

Τέλος, η οικονομική υποστήριξη είναι ζωτικής σημασίας για τη διατήρηση της υποδομής και των λειτουργικών δαπανών των εθελοντικών προγραμμάτων. Από την ενοικίαση χώρων για εκδηλώσεις και συναντήσεις, την παροχή των απαραίτητων υλικών για τις εθελοντικές δραστηριότητες έως την κάλυψη των διοικητικών εξόδων, η χρηματοδότηση εξασφαλίζει ότι τα προγράμματα εθελοντισμού μπορούν να λειτουργούν αποτελεσματικά και βιώσιμα.

Έτσι, σε αυτό το κεφάλαιο, θα διερευνήσουμε λεπτομερώς τι πρέπει να λάβουμε υπόψη μας όταν καταρτίζουμε έναν προϋπολογισμό για ένα εθελοντικό πρόγραμμα, πώς να εφαρμόσουμε πρότυπα λογοδοσίας και διαφάνειας στο έργο μας και, στο τέλος, από πού θα βρούμε τα απαραίτητα χρήματα.

Έτοιμοι; Ας το κάνουμε!

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΓΙΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΕΘΕΛΟΝΤΙΣΜΟΥ

Προϋπολογισμός και κατανομή πόρων

Ο προϋπολογισμός ενός εθελοντικού προγράμματος εξαρτάται από πολλούς παράγοντες, όπως ο διαθέσιμος προϋπολογισμός, το εύρος του προγράμματος (π.χ. πόσοι εθελοντές), το θέμα του προγράμματος (π.χ. σε τι είδους δραστηριότητες συμμετέχουν οι εθελοντές) και τα υπάρχοντα συστήματα. Παρ' όλα αυτά, η πρακτική δείχνει ότι υπάρχουν ορισμένες γραμμές του προϋπολογισμού που συνήθως πρέπει να εξασφαλίσουμε. Αυτές θα περιλαμβάνουν:

Δαπάνες για την εξασφάλιση δραστηριοτήτων

Ανάλογα με το είδος των εθελοντικών δραστηριοτήτων, ενδέχεται να είναι απαραίτητη η κάλυψη των δαπανών που θα διασφαλίσουν το έργο των εθελοντών. Για παράδειγμα, εάν οι εθελοντές μας πραγματοποιούν μια περιβαλλοντική δράση, η οποία περιλαμβάνει τον καθαρισμό μιας παραλίας, κανονικά αναμένεται να παράσχουμε βασικά υλικά για τη διεξαγωγή της δραστηριότητας, όπως γάντια, σακούλες, μάσκες και σχετικά εργαλεία. Πράγματι, σε ορισμένες περιπτώσεις, μπορεί να ζητήσουμε από τους εθελοντές να παρέχουν αυτά τα υλικά, αλλά αυτό μπορεί να θεωρηθεί άδικο, δεδομένου ότι ήδη συνεισφέρουν δωρεάν τον χρόνο και την προσπάθειά τους, για να μην αναφέρουμε ότι θέτει ένα επιπλέον εμπόδιο στη συμμετοχή. Επιπλέον, αν πρόκειται για μια δράση μεγάλης κλίμακας, ίσως χρειαστεί να καλύψουμε πρόσθετα υλικοτεχνικά έξοδα, όπως μηχανήματα συλλογής σκουπιδιών.

Εργασία: Παρακαλείσθε να συντάξετε έναν κατάλογο των δαπανών που θα χρειαστούν αν η εθελοντική δραστηριότητα είναι:

- Μαθήματα γλώσσας με μειονεκτούντα παιδιά
- Καλλιτεχνική θεραπεία μέσω της ζωγραφικής για άτομα με αναπηρίες

Κόστος συμμετοχής των εθελοντών

Αυτή η κατηγορία είναι παρόμοια με την προηγούμενη, αλλά επικεντρώνεται στη διευκόλυνση της πρόσβασης των εθελοντών στο χώρο όπου πραγματοποιείται ο εθελοντισμός. Για παράδειγμα, αν το πρόγραμμα εθελοντισμού περιλαμβάνει τη συνεργασία με μια ομάδα παιδιών υπό φροντίδα, τα οποία ζουν σε ένα μικρό χωριό ή μια απομακρυσμένη γειτονιά, συνήθως απαιτείται είτε να οργανώσουμε τη μεταφορά είτε να επιστρέψουμε τα έξοδα ταξιδιού για τους εθελοντές. Ομοίως, αν ο εθελοντισμός απαιτεί συγκεκριμένο εξοπλισμό ή λογισμικό, θα μπορούσαμε να εξετάσουμε το ενδεχόμενο κάλυψης των εξόδων για αυτό.

Κόστος για την ασφάλεια των εθελοντών

Ανάλογα με το είδος της εθελοντικής δραστηριότητας, θα μπορούσαμε να εξετάσουμε –ή ακόμη και να είμαστε υποχρεωμένοι– να παρέχουμε ασφάλιση για τους εθελοντές μας. Αυτό θα περιλάμβανε δραστηριότητες που λαμβάνουν χώρα στη φύση, αλλά και δραστηριότητες με μηχανήματα ή σε πιο επικίνδυνες περιοχές ή γειτονιές. Σε ορισμένες χώρες, υπάρχει νομοθεσία για τους εθελοντές, η οποία εξισώνει τον εθελοντισμό για έναν οργανισμό με την ιδιότητα του εργαζομένου, δηλαδή ένα ατύχημα κατά τη διάρκεια της εθελοντικής εμπειρίας θα μπορούσε να θεωρηθεί εργατικό ατύχημα. Σε τέτοιες περιπτώσεις, μπορεί να είμαστε νομικά υποχρεωμένοι να έχουμε ασφάλιση για τους εθελοντές, ή ακόμη και αν δεν είμαστε, αυτό θα έδινε εμπιστοσύνη τόσο στους εθελοντές όσο και στον φορέα μας ότι τα πιθανά ατυχήματα θα είχαν τακτοποιηθεί.

Εργασία: Ελέγξτε αν η χώρα σας (ή η περιοχή σας) έχει νομοθεσία για τον εθελοντισμό και αν ναι, ποιες είναι οι συνθήκες και τα πρότυπα ασφαλείας που ισχύουν.

Κόστος διαχείρισης

Και εδώ είναι το μεγάλο ερώτημα: πρέπει οι εθελοντές μέντορες και συντονιστές να είναι επίσης εθελοντές ή μπορούν (πρέπει) να πληρώνονται για το έργο που επιτελούν; Δεν υπάρχει καθολική απάντηση σε αυτό το ερώτημα, καθώς τα διάφορα προγράμματα εθελοντισμού έχουν διαφορετική δομή. Γενικά όμως, πρέπει να υποστηριχθεί ότι η καθοδήγηση και ο συντονισμός εθελοντών είναι ένας ειδικός ρόλος, ο οποίος απαιτεί συγκεκριμένες ικανότητες. Επιπλέον, οι ικανότητες αυτές αλλάζουν με τον χρόνο και απαιτούν συνεχή κατάρτιση, μάθηση ή/και συμμετοχή σε κοινότητες πρακτικής. Είναι δίκαιο ότι, για να γίνει σωστά, ο ρόλος αυτός απαιτεί επένδυση και δέσμευση, καθώς και σταθερότητα, η οποία συνήθως αναμένεται να αμείβεται. Λέγοντας αυτό, δεν είναι ντροπή να διατίθενται πόροι για την αμοιβή των εθελοντών μεντόρων και συντονιστών, εάν αυτό θα αυξήσει την ποιότητα του συντονισμού και της διαχείρισης και θα αποφέρει καλύτερα αποτελέσματα για τους εθελοντές και την κοινότητα στο σύνολό της.

Πέρα από τις δαπάνες προσωπικού για τον συντονιστή του έργου, οι δαπάνες διαχείρισης μπορεί επίσης να περιλαμβάνουν έμμεσες δαπάνες για εκτυπώσεις και προμήθειες γραφείου για την τεκμηρίωση των εθελοντών, λογισμικό για τη συλλογή και αποθήκευση δεδομένων των εθελοντών ή/και την επικοινωνία με τους εθελοντές, λογιστική (καθώς άλλες δαπάνες που σχετίζονται με το πρόγραμμα εθελοντισμού πρέπει να τεκμηριώνονται σωστά), κ.λπ.

Δαπάνες για καθοδήγηση και μαθησιακή υποστήριξη

Σύμφωνα με τις ερευνητικές μας προσπάθειες του MP4Mentors, οι οποίες διεξήγαγαν έρευνα σε άτομα που συμμετέχουν σε προγράμματα εθελοντισμού στην Ισπανία, τη Σουηδία, την Αυστρία, τη Ρουμανία και την Κύπρο, η απόκτηση ικανοτήτων είναι ένα από τα κύρια κίνητρα για τους ανθρώπους να προσφέρουν εθελοντική εργασία (ξεπερνώντας το συνηθισμένο κίνητρο της "βοήθειας προς τους άλλους"). Αυτό σημαίνει ότι τα προγράμματα εθελοντισμού πρέπει να παρέχουν επαρκείς διατάξεις για την ενίσχυση των διαδικασιών μάθησης των εθελοντών. Ένας από τους τρόπους είναι η ανάθεση μεντόρων ή ατόμων υποστήριξης της μάθησης, οι οποίοι θα συναντώνται τακτικά με τους εθελοντές και, μέσω ερωτήσεων και συζητήσεων, θα τους βοηθούν να προβληματιστούν σχετικά με την εμπειρία τους, μετατρέποντάς την έτσι σε μάθηση. Οι μέντορες και τα άτομα που παρέχουν μαθησιακή υποστήριξη θα μπορούσαν επίσης να είναι εθελοντές, εφόσον είναι κατάλληλα εκπαιδευμένοι ώστε να καθοδηγούν τον αναστοχασμό και να εξάγουν μάθηση. Σε αυτή την περίπτωση, κατά περίπτωση, μπορούμε να προϋπολογίσουμε δαπάνες για την εκπαίδευση των μεντόρων. Ανάλογα όμως με τον προϋπολογισμό μας, αξίζει επίσης να επενδύσουμε στην ποιοτική υποστήριξη, προσλαμβάνοντας έμμισθο προσωπικό για να εκτελέσει το έργο αυτό με την απαιτούμενη ποιότητα.

Δαπάνες για εκπαίδευση και εισαγωγή

Ακόμα και αν δεν έχουμε την οικονομική δυνατότητα να παρέχουμε ποιοτική μαθησιακή υποστήριξη (βλ. προηγούμενο σημείο), η εκπαίδευση και η εισαγωγή είναι συνήθως υποχρεωτικά στοιχεία για κάθε πρόγραμμα εθελοντών. Η διαδικασία onboarding είναι μια διαδικασία προσανατολισμού, η οποία θα παρέχει στους εθελοντές οδηγίες σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο εκτυλίσσονται οι δραστηριότητες, σε ποιον να απευθυνθούν για βοήθεια, τις διοικητικές απαιτήσεις, την τεκμηρίωση κ.λπ. Η εκπαίδευση είναι μια πιο συγκεκριμένη διαδικασία, η οποία επιδιώκει να προετοιμάσει τον εθελοντή με συγκεκριμένες ικανότητες που μπορεί να χρειαστεί για την υλοποίηση των δραστηριοτήτων του: αν επιστρέψουμε στο παράδειγμα με την καλλιτεχνική θεραπεία για άτομα με αναπηρίες, που διεξάγεται από εθελοντές, πρέπει να βεβαιωθούμε ότι είναι κατάλληλα εκπαιδευμένοι για να το κάνουν. Αυτές οι εργασίες θα μπορούσαν να διεξαχθούν ηλεκτρονικά, για παράδειγμα, αλλά συνήθως είναι καλύτερα να γίνονται αυτοπροσώπως, γεγονός που συνεπάγεται κόστος: ενοικίαση δωματίου, υλικά, αναψυκτικά και, σε ορισμένες περιπτώσεις, ακόμη και μεταφορά και διαμονή. Ίσως είναι επίσης σκόπιμο να προϋπολογίσετε μια αμοιβή για έναν εκπαιδευτή.

Κόστος πρόσληψης

Αν θέλουμε να αναπτύξουμε και να διατηρήσουμε τα εθελοντικά μας προγράμματα, αυτό συνήθως σημαίνει ότι πρέπει να καταβάλλουμε προσπάθειες για την προσέλκυση νέων εθελοντών. Αλλά ακόμη και αν δεν έχουμε στόχο την ανάπτυξη, καθώς οι εθελοντές κατά καιρούς εγκαταλείπουν, πρέπει να διασφαλίσουμε ότι υπάρχουν κανάλια και μέτρα για την εξασφάλιση νέων ανθρώπων. Οι συνήθεις δραστηριότητές μας και οι προσπάθειες επικοινωνίας μπορεί να αρκούν, αλλά μπορεί επίσης να χρειαστεί να επενδύσουμε σε διαδικτυακές και μη διαδικτυακές δράσεις προβολής. Σε αυτή την περίπτωση, μπορεί να θέλουμε να προϋπολογίσουμε χρήματα για σχεδιασμό, διαδικτυακή ενίσχυση των αναρτήσεων, εκτύπωση και ακόμη και προσλήψεις.

Κόστος αναγνώρισης

Οι εθελοντές μπορεί να μην αναζητούν χρήματα, αλλά σίγουρα αξίζουν αναγνώριση της προσπάθειας, του χρόνου και των μαθησιακών τους επιτευγμάτων. Για το λόγο αυτό, πρέπει να βεβαιωθούμε ότι υπάρχουν επαρκή μέτρα αναγνώρισης, τα οποία συνήθως περιλαμβάνουν: πιστοποιητικά για τον εθελοντικό χρόνο, βραβεία για τους ενεργούς/αφοσιωμένους/μεγαλύτερης διάρκειας εθελοντές, συστατικές επιστολές (αυτές μπορεί να είναι χρήσιμες για αιτήσεις εργασίας και σε ορισμένες περιπτώσεις για αιτήσεις στο πανεπιστήμιο), μικρά δώρα- και/ή ένα πάρτι για να γιορτάσουμε έναν κύκλο εθελοντισμού (π.χ. ένα έτος ή το τέλος μιας εντατικής εκστρατείας εθελοντισμού). Από αυτή την άποψη, το κόστος μπορεί να περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων, προσωπικό, σχεδιασμό, εκτύπωση, δώρα, ενοικίαση αίθουσας και αναψυκτικά.

Κόστος για την οικοδόμηση ταυτότητας και το ανήκειν

Και πάλι, σύμφωνα με την παγκόσμια έρευνα του MP4Mentors, ένας αυξανόμενος αριθμός εθελοντών παρακινείται να παραμείνει ενεργός λόγω των κοινωνικών σχέσεων που τους παρέχει ο εθελοντισμός. Είναι σημαντικό να θυμόμαστε ότι ο εθελοντισμός εξυπηρετεί περισσότερους από έναν σκοπούς, και αν η κοινωνικοποίηση και το ανήκειν θα έφερνε εθελοντές ή θα τους έκανε να παραμείνουν, πρέπει να επενδύσουμε σε τέτοιες ευκαιρίες. Τα επώνυμα μπλουζάκια και άλλες πορείες θα μπορούσαν να βοηθήσουν σε αυτό το αίσθημα ταυτότητας και ανήκειν, μαζί με τις ευκαιρίες για κοινωνικοποίηση (ναι, οι εθελοντές χρειάζονται και τα πάρτι τους).

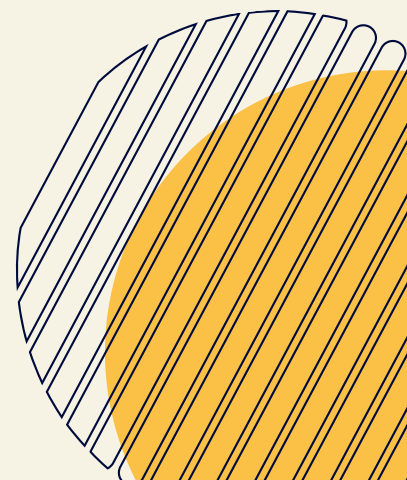
Εργασία: με 15 εθελοντές και προϋπολογισμό 3000 ευρώ. Λείπει κάτι ζωτικής σημασίας; Θα κατανέματε τα χρήματα διαφορετικά και πώς; Φτιάξτε τον δικό σας προϋπολογισμό με τις ίδιες παραμέτρους στο παρακάτω υπόδειγμα.



Εργασία: με 15 εθελοντές και προϋπολογισμό 3000 ευρώ. Λείπει κάτι ζωτικής σημασίας; Θα κατανέματε τα χρήματα διαφορετικά και πώς; Φτιάξτε τον δικό σας προϋπολογισμό με τις ίδιες παραμέτρους στο παρακάτω υπόδειγμα.

Περιγραφή κόστους/τιμής	Τιμή μονάδας	Μονάδες	Σύνολο	Ποσοστό
Είδη τέχνης - μηνιαία	25	6	150	5%
Κόστος μεταφοράς - μηνιαίως ανά εθελοντή	5	90	450	15%
Συντονιστής εθελοντών - 16 ώρες το μήνα	15	96	1440	48%
Επώνυμα μπλουζάκια	15	15	225	7.5%
Αναψυκτικά κόμματος	30	15	450	15%
Δώρα	10	15	150	5%
Ενοικίαση αίθουσας πάρτι	135	1	135	4.5%
		Σύνολο	3000	100%

Δώρα



Περιγραφή κόστους	Τιμή μονάδας	Μονάδες	Σύνολο	Ποσοστό
Δαπάνες για την εξασφάλιση δραστηριοτήτων				%
Κόστος συμμετοχής των εθελοντών				%
Κόστος για την ασφάλεια των εθελοντών				%
Κόστος διαχείρισης				%
Κόστος μάθησης και υποστήριξης				%
Δαπάνες για εκπαίδευση και εισαγωγή				%
Κόστος πρόσληψης				%
Κόστος αναγνώρισης				%
Κόστος για την οικοδόμηση ταυτότητας και το ανήκειν				%
		Σύνολο	3000	100%

Είναι πάντα χρήσιμο να εξετάζουμε όχι μόνο τους απόλυτους αριθμούς, αλλά και το ποσοστό. Αυτό δίνει μια σαφέστερη εικόνα για το πώς ξοδεύονται τα χρήματά μας, δηλαδή ποιες είναι οι προτεραιότητές μας στην πράξη.

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗΣ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ

Ολοκληρώσαμε το προηγούμενο κεφάλαιο "ξοδεύοντας" έναν προϋπολογισμό σε μια εθελοντική εκστρατεία. Αλλά ένα εξίσου σημαντικό ερώτημα είναι από πού θα πάρουμε αυτόν τον προϋπολογισμό. Και πάλι, αυτό θα εξαρτηθεί από διάφορους παράγοντες, ανάλογα με τη χώρα και το τοπικό πλαίσιο, αλλά γενικά από τα εξής

Επιχορηγήσεις/έργα

Η πλειονότητα των κοινωνικών φορέων στην Ευρώπη εξασφαλίζει μεγάλο μέρος του προϋπολογισμού της -συμπεριλαμβανομένων και των προγραμμάτων εθελοντισμού- ζητώντας επιχορηγήσεις από τοπικές και εθνικές αρχές, ευρωπαϊκά προγράμματα ή/και ιδιωτικά ιδρύματα. Μπορούμε να εξασφαλίσουμε χρηματοδότηση για τα εθελοντικά μας προγράμματα μέσω τουλάχιστον δύο τύπων προγραμμάτων:

- Κοινωνικά σχέδια, τα οποία δεν είναι αποκλειστικά αφιερωμένα στον εθελοντισμό, αλλά περιλαμβάνουν ένα εθελοντικό στοιχείο.

Αν ο οργανισμός μας θέλει να διατηρήσει το εθελοντικό του πρόγραμμα, αξίζει να αναλύσουμε πώς θα το ενσωματώσουμε στα τοπικά προγράμματα. Για παράδειγμα, αν ο φορέας μας υποβάλλει αίτηση για επιχορήγηση για τη μείωση της φτώχειας σε μια μειονεκτική γειτονιά με κύρια δραστηριότητα την παροχή κοινωνικών υπηρεσιών, κατάρτισης και υποστήριξης για την εύρεση εργασίας, μπορούμε να εξετάσουμε ποιο μέρος αυτής της εργασίας μπορεί να γίνει από εθελοντές. Αν και σε πολλές περιπτώσεις μπορεί να μην είναι σοφό (ή δίκαιο) να βασιστούμε σε κοινωνικούς λειτουργούς ως εθελοντές, ο εθελοντισμός μπορεί και πάλι να στηρίξει το πρόγραμμα. Για παράδειγμα, οι εθελοντές μπορούν να διεξάγουν εκπαιδευτικές και κοινωνικές δραστηριότητες με τα παιδιά των μονογονεϊκών οικογενειών, ενώ αυτοί εκπαιδεύονται. Σε αυτή την περίπτωση, μπορούμε να αφιερώσουμε μέρος του προϋπολογισμού του μεγαλύτερου προγράμματος για να καλύψουμε τα έξοδα του προγράμματος εθελοντών μας, ή τουλάχιστον τμήματα αυτού.

- Κοινωνικά προγράμματα, ειδικά αφιερωμένα στον εθελοντισμό.

Ο εθελοντισμός αναγνωρίζεται ως αξία στην Ευρώπη (και όχι μόνο), πράγμα που σημαίνει ότι συνήθως υπάρχουν ειδικές ευκαιρίες χρηματοδότησης που αποσκοπούν στην προώθηση του εθελοντισμού. Αυτές μπορεί να είναι διαθέσιμες σε πολύ τοπικό επίπεδο, σε εθνικό επίπεδο ή σε διεθνές επίπεδο. Συνήθως, τα προγράμματα αυτά επιδιώκουν την προώθηση του εθελοντισμού, πράγμα που εξ ορισμού σημαίνει ότι οι αιτούντες οργανισμοί έχουν την ευκαιρία να προϋπολογίσουν δαπάνες που συνδέονται με την προώθηση και την πρόσληψη εθελοντών, καθώς και δαπάνες διαχείρισης και άλλες συναφείς δαπάνες.



- Ευρωπαϊκό Σώμα Αλληλεγγύης

Πρέπει να δώσουμε ιδιαίτερη προσοχή στο Ευρωπαϊκό Σώμα Αλληλεγγύης, το οποίο είναι το σημερινό εμβληματικό πρόγραμμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την προώθηση και την υποστήριξη του εθελοντισμού. Είναι χτισμένο στα θεμέλια της πρώην Ευρωπαϊκής Υπηρεσίας Εθελοντισμού και σήμερα υποστηρίζει ευκαιρίες εθελοντισμού σε ολόκληρη την Ευρώπη. Αν και η πλειονότητα των ευκαιριών εθελοντισμού είναι διακρατικές (δηλαδή η ιδέα είναι να υποστηριχθούν οι νέοι για εθελοντισμό στο εξωτερικό), υπάρχουν επίσης ευκαιρίες εντός της χώρας. Υπάρχουν δυνατότητες για ατομική και ομαδική εθελοντική εργασία, καθώς και για βραχυχρόνια υπηρεσία (από 2 εβδομάδες έως 2 μήνες) και για μακροχρόνια υπηρεσία (από 2 μήνες έως 12 μήνες). Κατά κανόνα, ο εθελοντισμός μέσω του Ευρωπαϊκού Σώματος Αλληλεγγύης είναι πλήρους απασχόλησης. Τα προγράμματα προσφέρουν οικονομική υποστήριξη για τις βασικές ανάγκες των εθελοντών (ταξίδι, διαμονή, επίδομα διατροφής), ασφάλιση και γλωσσική υποστήριξη, καθώς και ευκαιρίες για την οντότητα που διαχειρίζεται το πρόγραμμα εθελοντισμού να το συντηρήσει. Περισσότερα εδώ: https://youth.europa.eu/solidarity_en.

Διαρκής κοινοτική χρηματοδότηση

Η κοινοτική χρηματοδότηση είναι ένα από τα πιο βιώσιμα και ευέλικτα είδη χρηματοδότησης που μπορεί να δημιουργήσει μια οργάνωση, καθώς την καθιστά ανεξάρτητη από συγκεκριμένους φορείς (δωρητές) και την καθιστά υπόλογη μόνο στην κοινότητα (βλ. παρακάτω για τη διαφάνεια και τη λογοδοσία). Η κοινοτική χρηματοδότηση αναφέρεται γενικά στην άντληση κεφαλαίων από μια συγκεκριμένη κοινότητα, οπότε μπορούμε να απαντήσουμε στις ανάγκες συνεργατικά και με διάφορες μορφές, αλλά εδώ θα δώσουμε ιδιαίτερη προσοχή στη βιώσιμη κοινοτική χρηματοδότηση, δηλαδή όταν μια ομάδα ανθρώπων συνεισφέρει οικονομικά σε μια οργάνωση με τακτικό τρόπο (για παράδειγμα, μηνιαίως). Προσφέρουμε δύο μοντέλα για να γίνει αυτό:

- Μέλη - για οργανώσεις που βασίζονται σε μέλη και έχουν μεγάλο αριθμό μελών, η συνδρομή μέλους (γνωστή και ως συνδρομή) είναι ένας τρόπος κάλυψης των εξόδων μιας οργάνωσης και των προγραμμάτων της, συμπεριλαμβανομένου ενός προγράμματος εθελοντισμού. Όσο περισσότερα μέλη έχει μια οργάνωση, τόσο μεγαλύτερο προϋπολογισμό μπορεί να συγκεντρώσει από τις συνδρομές μελών. Σε αυτό το παράδειγμα, τα μέλη και οι εθελοντές δεν χρειάζεται να επικαλύπτονται (αλλά θα μπορούσαν).
- Ομάδα αποφοίτων - αν προσφέρουμε ένα υψηλής ποιότητας εθελοντικό πρόγραμμα που έχει μεγάλο κοινωνικό αντίκτυπο και αφήνει ικανοποιημένους τους εθελοντές, μπορούμε να προσπαθήσουμε να διατηρήσουμε μια ομάδα αποφοίτων, δηλαδή μια ομάδα προηγούμενων εθελοντών. Με την πάροδο του χρόνου, καθώς περισσότεροι εθελοντές θα περνούν από το πρόγραμμα, η ομάδα θα μεγαλώσει και πολλά από τα μέλη της θα ξεκινήσουν δουλειά ή ακόμη και τη δική τους επιχείρηση. Κάποιοι μπορεί ακόμη και να ξεκινήσουν μια δουλειά, εμπνευσμένοι ή/και υποστηριζόμενοι από τη μάθηση ή τα δίκτυα που δημιουργήθηκαν μέσω της εθελοντικής τους εμπειρίας. Μπορούμε στη συνέχεια να καλέσουμε αυτά τα μέλη να συνεισφέρουν οικονομικά σε τακτική βάση και να στηρίξουμε ένα πρόγραμμα που τους έχει δώσει θετικές εμπειρίες και ευκαιρίες, ώστε να μπορεί να δοθεί και σε άλλους.

Εκστρατείες συγκέντρωσης πόρων

Οι εκστρατείες συγκέντρωσης πόρων είναι πιο σποραδικές, χρονικά περιορισμένες και εντατικές προσπάθειες για τη συγκέντρωση κεφαλαίων από την κοινότητα, ώστε να μπορούμε να υποστηρίξουμε τα εθελοντικά μας προγράμματα.

Όσον αφορά τη μορφή τους, μπορούν να λάβουν χώρα σε ψηφιακές καμπάνιες, πλατφόρμες crowdfunding, δράσεις στο δρόμο, κουτιά δωρεών και εκδηλώσεις στην κοινότητα. Σε όλες τις περιπτώσεις, πρέπει να βεβαιωθούμε ότι οι άνθρωποι στους οποίους απευθυνόμαστε έχουν:

- Πληροφορίες για το τι δίνουν
- Ένας εύκολος τρόπος για να δώσετε

Για τις ηλεκτρονικές δωρεές, εξετάστε τη δυνατότητα δωρεάς με κάρτα, η οποία είναι συνήθως ευκολότερη από τη διενέργεια τραπεζικού εμβάσματος, ή μέσω ενός δημοφιλούς χρηματοπιστωτικού εργαλείου/καναλιού στο τοπικό σας πλαίσιο - π.χ. PayPal, Revolut κ.λπ.).

Όταν απευθυνόμαστε στην κοινότητα για βοήθεια, πρέπει να διασφαλίσουμε ότι είμαστε διαφανείς και υπεύθυνοι, ώστε οι άνθρωποι να μας εμπιστεύονται τα χρήματά τους. Επιπλέον, πρέπει να βεβαιωθούμε ότι τους πείθουμε ότι το πρόγραμμά μας αξίζει να υποστηριχθεί. Μερικές ιδέες για να το πετύχουμε αυτό:

- Χρησιμοποιήστε αριθμούς - π.χ., "Τον τελευταίο χρόνο, συνεργαστήκαμε με 18 εθελοντές, οι οποίοι αφιέρωσαν 1080 ώρες για να εργαστούν με 124 παιδιά στη γειτονιά X στις αγγλικές τους ικανότητες. Ως αποτέλεσμα, το 89% των παιδιών βελτίωσαν το επίπεδο των αγγλικών τους".
- Πείτε για ποιο λόγο θα δαπανηθούν τα χρήματα - πολλοί άνθρωποι δεν θα καταλάβαιναν γιατί τα εθελοντικά προγράμματα χρειάζονται χρήματα. Π.χ.: "Ζητάμε να συγκεντρώσουμε 1000 ευρώ για να καλύψουμε τα έξοδα για τα υλικά για τα μαθήματα αγγλικών, την ασφάλιση και τη μεταφορά των εθελοντών μας, τα επώνυμα μπλουζάκια που θα μας βοηθήσουν να προωθήσουμε το πρόγραμμα και έναν μικρό μισθό για τον ακούραστο υπεύθυνο εθελοντών μας".
- Αφηγηθείτε ιστορίες - αξιοποιήστε την ευκαιρία να αφηγηθείτε ιστορίες για την αλλαγή - τόσο τις ιστορίες της κοινότητας που υποστηρίζεται όσο και τις ιστορίες των εθελοντών. "Η Μαρία από τη γειτονιά X αποφοίτησε με άριστη βαθμολογία στα Αγγλικά, αφού σχεδόν απέτυχε πέρυσι. Αυτό που έκανε τη διαφορά - έλαβε μέρος στο μάθημα υποστήριξης της αγγλικής γλώσσας, το οποίο διευθύνεται από εθελοντές. Η Μαρία δεν βλέπει τώρα μόνο ταινίες στα αγγλικά χωρίς υπότιτλους, αλλά σκέφτεται να ακολουθήσει πανεπιστημιακό πτυχίο. Βοηθήστε μας να στηρίξουμε περισσότερα παιδιά όπως η Μαρία κάνοντας δωρεά εδώ".

Εργασία: Προσπαθήστε να διατυπώσετε μια ιστορία για το πώς το ίδιο πρόγραμμα θα μπορούσε να έχει θετικό αντίκτυπο σε έναν εθελοντή. Ακολουθήστε τη δομή: Ποιος είναι; Ποια ήταν η πρόκληση; Τι συνέβη; Ποιο είναι το θετικό αποτέλεσμα τώρα; κάλεσμα για δράση.

Ιδιώτες δωρητές

Μπορεί να υπάρχει μια επιχείρηση, ένα ίδρυμα ή ένας ιδιώτης πρόθυμος να υποστηρίξει το πρόγραμμά μας, χωρίς να χρειάζεται να συμμετάσχει σε μια ανταγωνιστική διαδικασία υποβολής αιτήσεων. Ωστόσο, σπάνια θα απευθυνθούν σε εμάς για να μας προσφέρουν υποστήριξη - εμείς πρέπει να είμαστε εκείνοι που θα δράσουν προληπτικά και θα τη ζητήσουν. Στο έργο μας, είναι σημαντικό να χρησιμοποιήσουμε τις ίδιες αρχές που περιγράφονται παραπάνω.

Οι ιδιώτες δωρητές δεν υποστηρίζουν πάντα κοινωνικά έργα, όχι μόνο λόγω του αλτρουιστικού τους χαρακτήρα αλλά και επειδή βλέπουν μια ευκαιρία να αυξήσουν το προφίλ της επιχείρησής τους. Σε τέτοιες περιπτώσεις, πρέπει να βεβαιωθούμε ότι κατανοούμε τους "όρους" που συνδέονται με την υποστήριξή τους (π.χ. χρήση του λογοτύπου τους, δέσμευση να τους αναφέρουμε στα μέσα ενημέρωσης κ.λπ.) και αν μπορεί να υπάρχουν ηθικές ανησυχίες σχετικά με την εμπλοκή μας με έναν ιδιώτη δωρητή. Παραδείγματα περιλαμβάνουν: τη λήψη υποστήριξης από μια εταιρεία που είναι γνωστή για τη διαφθορά ή τη σύνδεσή της με ένα ακροδεξιό κόμμα- τη λήψη υποστήριξης από μια εταιρεία με αποδεδειγμένο ιστορικό έντονης περιβαλλοντικής ρύπανσης στην περιοχή- τη λήψη υποστήριξης από μια εταιρεία που παράγει καπνό κ.λπ.

Συνεισφορά σε είδος

Σε πολλές περιπτώσεις, δεν χρειαζόμαστε πραγματικά τα χρήματα, αλλά τι μπορούμε να αγοράσουμε/ ενοικιάσουμε πράγματα με αυτά. Στην πραγματικότητα, πολλές επιχειρήσεις και ιδρύματα εκεί έξω θα ήταν πιο πρόθυμα να μας δώσουν υποστήριξη σε είδος παρά να μας δώσουν χρήματα. Παραδείγματα περιλαμβάνουν: να μας δώσουν δωρεάν έναν χώρο για μια εκπαίδευση ή ένα πάρτι, να μας δώσουν δωρεάν σακούλες και γάντια για έναν καθαρισμό, να μας προσφέρουν δωρεάν ή με έκπτωση πάσο μεταφοράς, δωρεάν ή με έκπτωση εκτύπωση κ.λπ. Έτσι, όποτε γνωρίζουμε τι χρειαζόμαστε, μπορούμε να χαρτογραφήσουμε το πλαίσιο μας για να δούμε ποιος θα μπορούσε να μας το προσφέρει και να αρχίσουμε να κάνουμε εργασίες. Επίσης, σε αυτή την περίπτωση, είναι σημαντικό να εφαρμόσουμε τους κανόνες για το πώς ζητάμε χρήματα (βλ. εκστρατείες συγκέντρωσης χρημάτων) και με ποιους συνεργαζόμαστε (βλ. ιδιώτες δωρητές).

Για περισσότερη εμβάθυνση στο θέμα, συνιστούμε το T-kit "Funding and Financial Management" της Σύμπραξης για τη Νεολαία μεταξύ της Ευρωπαϊκής Ένωσης και του Συμβουλίου της Ευρώπης:

<https://pjp-eu.coe.int/documents/42128013/47261296/tkit9.pdf/8ce14ff0-586b-46d6-9567-f99495a2ed49?t=1377278337000>

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ ΚΑΙ ΛΟΓΟΔΟΣΙΑ

Χρηματοοικονομικές αναφορές

Συνήθως, οι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί δεσμεύονται από εθνικούς/τοπικούς κανονισμούς σχετικά με τη φορολογία και τη λογιστική και υποχρεούνται να τηρούν τα λογιστικά αρχεία σε τάξη. Όταν πρόκειται για την υποβολή οικονομικών εκθέσεων, πρέπει να ακολουθούμε τους λογιστικούς κανόνες (και την κοινή λογική), οι οποίοι περιλαμβάνουν:

- Καταγράφει κάθε έσοδο για το εθελοντικό πρόγραμμα στο λογιστικό σύστημα του οργανισμού.
- Καταγράφει κάθε δαπάνη για το εθελοντικό πρόγραμμα στο λογιστικό σύστημα του οργανισμού.
- Κάθε δαπάνη πρέπει να υποστηρίζεται από έγκυρο οικονομικό έγγραφο (συνήθως περιλαμβάνει απόδειξη, τιμολόγιο και, κατά περίπτωση, σύμβαση).
- Τα έξοδα πρέπει να είναι εύλογα, κατάλληλα και να συνδέονται σαφώς με τις ανάγκες του προγράμματος εθελοντισμού.
-

Κατά κανόνα, η υποχρέωση τήρησης οικονομικών αρχείων συνοδεύεται από την υποχρέωση σύνταξης και υποβολής στις αρχές ετήσιας τεχνικής και οικονομικής έκθεσης, η οποία σε πολλές χώρες είναι δημόσια. Ωστόσο, σε αυτές τις εκθέσεις, τα προγράμματα ενός οργανισμού συνήθως αναμειγνύονται μεταξύ τους, οπότε δεν είναι δυνατόν να διακρίνει κανείς, για παράδειγμα, τα έσοδα και τις δαπάνες μόνο για ένα πρόγραμμα εθελοντισμού.

Επιπλέον, αυτή η ευθύνη για την τήρηση λογιστικών αρχείων και τη δημοσίευση ετήσιας έκθεσης είναι το ελάχιστο που μπορούμε να κάνουμε για να διασφαλίσουμε τη διαφάνεια και τη λογοδοσία για το έργο μας, ιδίως στα προγράμματα εθελοντισμού. Γιατί, ιδιαίτερα, στα προγράμματα εθελοντισμού; Επειδή στα εθελοντικά προγράμματα, υπάρχει μια ομάδα ανθρώπων που προσφέρουν δωρεάν το χρόνο και τις προσπάθειές τους και πρέπει να διασφαλίσουμε ότι τόσο αυτοί οι άνθρωποι όσο και η κοινωνία στο σύνολό της γνωρίζουν ότι δεν χρησιμοποιούμε το έργο τους για να παράγουμε κέρδος.

Έτσι, πέρα από τις νομικές απαιτήσεις, παραθέτουμε μερικές ακόμη κατευθυντήριες γραμμές, προσαρμοσμένες από τα Πρότυπα για τη χρηστή διακυβέρνηση μιας οργάνωσης της κοινωνίας των πολιτών (2020):

- Εάν συγκεντρώνουμε δημοσίως κεφάλαια για τους σκοπούς του οργανισμού ή προς όφελος άλλων, πρέπει να παρέχουμε πλήρεις, ενημερωμένες και σωστές πληροφορίες σχετικά με τον σκοπό των κεφαλαίων που ζητούνται.
- Μετά το τέλος κάθε εκστρατείας συγκέντρωσης χρημάτων, ανακοινώνουμε δημόσια το ποσό που συγκεντρώθηκε, το κόστος που προέκυψε, τον τρόπο με τον οποίο δαπανήθηκαν τα κεφάλαια και τα αποτελέσματα που επιτεύχθηκαν.
- Εάν συγκεντρώνουμε δημόσια κεφάλαια για άλλα άτομα και οργανισμούς μέσω διαχειριζόμενων διαδικτυακών πλατφορμών δωρεών, πρέπει να το κάνουμε:
 - Καθορίστε το ποσοστό που θα αφαιρείται από το ποσό κάθε δωρεάς για την κάλυψη της διαχείρισης της πλατφόρμας.
 - Να συνάψει σύμβαση με τα άτομα και τους οργανισμούς που δημιουργούν εκστρατείες συγκέντρωσης κεφαλαίων για να ρυθμίσει τη σχέση της με τρόπο που να διασφαλίζει τη μέγιστη δυνατή διαφάνεια και λογοδοσία.
 - Εμφανίστε στην πλατφόρμα το ποσό των κεφαλαίων που έχουν συγκεντρωθεί για κάθε καμπάνια μέχρι σήμερα.
 - Παρέχετε πιστοποιητικό δωρεάς στους δωρητές κατόπιν αιτήματος ή κατά κανόνα.
 - Παρέχετε σαφείς πληροφορίες σχετικά με τις αρχές και τους τρόπους αναπροσανατολισμού των συγκεντρωθέντων κεφαλαίων για άλλες δαπάνες ή προγράμματα.
 - Έγκαιρη ενημέρωση του κοινού σχετικά με τα αποτελέσματα που επιτυγχάνονται με τα δωρηθέντα κεφάλαια.

Είναι ήδη καθιερωμένο ότι πρέπει να παρακολουθούμε πόσα χρήματα έχουμε συγκεντρώσει και πόσα χρήματα έχουμε δαπανήσει για ένα συγκεκριμένο εθελοντικό πρόγραμμα, καθώς και για τι δαπανήθηκαν. Αυτό είναι σημαντικό για τον συντονιστή ή τον διαχειριστή του προγράμματος, φυσικά, αλλά είναι επίσης σημαντικό για λόγους διαφάνειας: προς τους εθελοντές, προς τους δωρητές και προς την κοινότητα.

Διασφάλιση δεοντολογικής διαχείρισης κεφαλαίων

Έχουμε ήδη συζητήσει ορισμένα ηθικά ζητήματα όσον αφορά τη λήψη κεφαλαίων. Υπάρχουν όμως εξίσου σημαντικά ζητήματα που πρέπει να εξετάσουμε όταν διαχειριζόμαστε, δηλαδή ξοδεύουμε, χρήματα κατά τη διάρκεια του εθελοντικού μας προγράμματος. Πράγματι, για ορισμένα από τα μικρότερα εθελοντικά προγράμματα (που είναι η πλειοψηφία των προγραμμάτων που συμμετείχαν στην έρευνα MP4 Mentors), τα ποσά για τα οποία μιλάμε δεν είναι μεγάλα και ορισμένες από τις αρχές που συζητήθηκαν παραπάνω μπορεί να φαίνονται λίγο υπερβολικά μεγάλες. Ωστόσο, η δεοντολογία υπαγορεύει ότι οι αρχές πρέπει να ακολουθούνται για μικρά και μεγάλα προγράμματα, ακόμη και αν χρειάζονται κάποιες τροποποιήσεις.

Σύγκρουση συμφερόντων

Για να αντιμετωπίσουμε τα ζητήματα σύγκρουσης συμφερόντων (δηλαδή την πραγματοποίηση μιας δαπάνης που μπορεί να μην είναι προς το συμφέρον του οργανισμού/προγράμματος αλλά προς το προσωπικό συμφέρον κάποιου), πρέπει πρώτα να καθορίσουμε ποιος έχει την εξουσία να λάβει απόφαση για την πραγματοποίηση μιας συγκεκριμένης δαπάνης: σε πολλές περιπτώσεις, αυτός θα ήταν ο διαχειριστής του προγράμματος ή ο συντονιστής εθελοντών, αλλά θα μπορούσε επίσης να είναι οι ίδιοι οι εθελοντές. Για παράδειγμα, στους εθελοντές δίνονται χρήματα εκ των προτέρων (ή τους επιστρέφονται τα έξοδα αργότερα) για να αγοράσουν τα υλικά που απαιτούνται για μια εθελοντική δραστηριότητα. Σε ορισμένες οργανώσεις, κάθε δαπάνη θα πρέπει να εγκρίνεται εκ των προτέρων από έναν διευθυντή, ενώ σε άλλες, αυτό δεν ισχύει για δαπάνες μικρής κλίμακας. Σε όλες τις περιπτώσεις, ωστόσο, πρέπει να γνωρίζουμε και να ενημερώνουμε όλους τους εμπλεκόμενους: 1) ποιος λαμβάνει την απόφαση για την πραγματοποίηση μιας δαπάνης- 2) ποιος πρέπει να γνωρίζει για μια πιθανή σύγκρουση συμφερόντων- και 3) ποια διαδικασία πρέπει να ακολουθηθεί όταν διαπιστωθεί σύγκρουση συμφερόντων. Χρειάζεται να σημειωθεί ότι ακόμη και όταν τα οικονομικά συμφέροντα του οργανισμού μπορεί να μην τίθενται πραγματικά σε κίνδυνο, η υποψία σύγκρουσης συμφερόντων μπορεί να είναι αρκετά επιζήμια για τον οργανισμό και το πρόγραμμα.

Για τους μεγαλύτερους οργανισμούς, είναι πραγματικά σκόπιμο (και σε ορισμένες περιπτώσεις μπορεί να είναι υποχρεωτικό) να αναπτύξουν και να εφαρμόσουν μια πολιτική για την αποφυγή σύγκρουσης συμφερόντων. Δείτε πόρους για μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς σχετικά με το θέμα εδώ:

<https://www.councilofnonprofits.org/running-nonprofit/governance-leadership/conflicts-interest>

Δεοντολογικές εκτιμήσεις για την υποστήριξη επιχειρήσεων

Ακόμη και αν δεν ξοδεύουμε πολλά για το εθελοντικό μας πρόγραμμα, εξακολουθούμε να δίνουμε χρήματα σε επιχειρήσεις για αγαθά και υπηρεσίες, δηλαδή στηρίζουμε τις επιχειρήσεις αυτές. Υπό αυτή την έννοια, μπορούμε να μιλάμε για εφαρμογή των αρχών της ηθικής κατανάλωσης στον τρόπο που ξοδεύουμε τα χρήματα του οργανισμού. Η ηθική κατανάλωση αναφέρεται στην πρακτική της λήψης αποφάσεων αγοράς με βάση εκτιμήσεις για τον κοινωνικό, περιβαλλοντικό και ηθικό αντίκτυπο. Η προσέγγιση αυτή περιλαμβάνει την επίγνωση των συνεπειών των καταναλωτικών μας συνηθειών στους εργαζόμενους, τις κοινότητες, τα ζώα και τον πλανήτη. Οι κανόνες ηθικής κατανάλωσης κάθε ατόμου και οργανισμού μπορεί να διαφέρουν, αλλά συνήθως ευθυγραμμίζονται με ορισμένους από τους ακόλουθους παράγοντες:

- Υποστηρίξτε τοπικές επιχειρήσεις αντί για διεθνείς αλυσίδες
- Υποστηρίξτε τις μικρές επιχειρήσεις και όχι τις μεγάλες εταιρείες
- Πάρτε αποφάσεις φιλικές προς το περιβάλλον, όπου είναι δυνατόν (π.χ. γυάλινα μπουκάλια αντί για πλαστικά μπουκάλια, εκτύπωση σε ανακυκλωμένο χαρτί, χρήση βαμβακιού βιώσιμης προέλευσης για μπλουζάκια κ.λπ.)
- Μην υποστηρίζετε επιχειρήσεις με επιβλαβείς κοινωνικές, οικονομικές και/ή εργασιακές πρακτικές

Ωστόσο, η επιθυμία μας να είμαστε ηθικοί καταναλωτές θα μπορούσε να αντιμετωπίσει την πρόκληση ότι τα ηθικά προϊόντα και υπηρεσίες είναι πιο ακριβά, γεγονός που θα μπορούσε να προσθέσει πίεση στον προϋπολογισμό μας. Σε αυτή την περίπτωση, μπορεί να γίνει μια ανάλυση για να αποφασιστεί ποιοι συμβιβασμοί μπορούν να γίνουν. Ένας από τους τρόπους για να γίνει αυτό είναι η συμμετοχή των εθελοντών στη διαδικασία λήψης αποφάσεων (βλ. παρακάτω).

Συμμετοχική κατάρτιση προϋπολογισμού και λήψη αποφάσεων

Ο συμμετοχικός προϋπολογισμός είναι μια ιδέα που εμπλέκει τους πολίτες στη διαδικασία λήψης αποφάσεων σχετικά με τον τρόπο που θα δαπανηθεί ένας κοινός προϋπολογισμός. Συνήθως εφαρμόζεται σε επίπεδο πόλης ή γειτονιάς, αλλά δεν υπάρχει κανένα εμπόδιο να εφαρμοστεί σε επίπεδο οργανισμού και να εμπλέξουμε τους εθελοντές μας στη διαδικασία λήψης αποφάσεων σχετικά με το πώς/που θα δαπανηθούν τα χρήματα ενός οργανισμού.

Υπάρχει μεγάλη βιβλιογραφία σχετικά με τον συμμετοχικό προϋπολογισμό (βλέπε, για παράδειγμα, Wampler, 2000) και υπάρχουν διάφορα εργαλεία και στρατηγικές για την προσέγγισή του. Η διερεύνησή τους εδώ θα υπερέβαινε το έργο μας, για να μην αναφέρουμε ότι το αν και πώς μπορεί να εφαρμοστεί αυτή η προσέγγιση σε έναν οργανισμό εξαρτάται από πολλούς παράγοντες.

Οι εθελοντές θα μπορούσαν να συμμετάσχουν σε μια πλήρη ή μερική διαδικασία συμμετοχικού προϋπολογισμού. Στην πλήρη διαδικασία, οι εθελοντές θα συμμετέχουν σε όλες τις αποφάσεις, συμπεριλαμβανομένων των διαθέσιμων κονδυλίων που θα δαπανηθούν για ποιες ανάγκες. Σε μια μερική διαδικασία, οι εθελοντές μπορούν να συμμετέχουν στη λήψη ορισμένων μόνο αποφάσεων: για παράδειγμα, πώς θα δαπανηθούν καλύτερα 550 ευρώ από τα 3000 ευρώ, όταν η κατανομή των υπόλοιπων χρημάτων έχει ήδη αποφασιστεί. Ή μπορούν να συμμετάσχουν σε μια απόφαση σχετικά με το ποιον προμηθευτή θα χρησιμοποιήσουν για τη δημιουργία επώνυμου υλικού για το εθελοντικό έργο.

Ανεξάρτητα από το επίπεδο του συμμετοχικού προϋπολογισμού, θα φέρει επιπλέον λογοδοσία και διαφάνεια στην οργάνωση και θα ενισχύσει την αίσθηση της ιδιοκτησίας τους στο πρόγραμμα εθελοντισμού. Αποτελεί επίσης μια άσκηση δημοκρατίας, η οποία θα σας επιτρέψει να ενισχύσετε τις ικανότητές τους για ενεργό πολιτειότητα και δημοκρατική συμμετοχή.

Εργασία για προβληματισμό: Ποια προβλήματα ή προκλήσεις μπορείτε να προβλέψετε για την εμπλοκή των εθελοντών στον συμμετοχικό προϋπολογισμό του προγράμματος εθελοντισμού; Πώς μπορείτε να μετριάσετε ή να ξεπεράσετε αυτές τις προκλήσεις;



ΣΥΓΓΡΑΦΗ ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΠΡΟΤΑΣΕΩΝ

Υπάρχει εκτεταμένη βιβλιογραφία σχετικά με το θέμα της συγγραφής επιχορηγήσεων και του σχεδιασμού έργων, οπότε δεν βλέπουμε μεγάλη αξία στην επανάληψη πολλών από τα πράγματα που έχουν ήδη ειπωθεί εκεί. Έτσι θα επικεντρωθούμε σε πράγματα που θεωρούμε ιδιαίτερα σημαντικά ή που επαναλαμβάνονται λιγότερο συχνά.

Ξεκινήστε από τις ανάγκες

Γνωρίζουμε από την εμπειρία μας ότι υπάρχουν πολλοί άνθρωποι και οργανισμοί που τείνουν να ενθουσιάζονται με μια ευκαιρία για ένα έργο και μια ιδέα και στη συνέχεια να κάνουν μια ανάλυση αναγκών που ταιριάζει σε αυτή την ιδέα, αντί να εξετάζουν πρώτα τις ανάγκες, οι οποίες θα πρέπει να τροφοδοτούν την ιδέα. Αυτό δεν είναι ιδανικό και θα πρέπει να αποφεύγεται. Πιο συγκεκριμένα, όταν πρόκειται για προγράμματα εθελοντισμού, υπάρχουν τουλάχιστον δύο ομάδες στις οποίες έχουμε άμεση πρόσβαση και τις οποίες μπορούμε (και πρέπει!) να συμβουλευτούμε καθώς αναπτύσσουμε την ιδέα μας: οι ίδιοι οι εθελοντές και οι κοινότητες που υπηρετούν. Η διερεύνηση των αναγκών, των επιθυμιών και των προσδοκιών αυτών των ομάδων μπορεί να λάβει διάφορες μορφές: από πιο παθητικές μορφές όπως μια έρευνα έως πιο διαδραστικές και βασισμένες σε συζητήσεις μορφές όπως ομάδες εστίασης ή διευκολυντικές διαδικασίες. Για τις τελευταίες, είμαστε στην ευχάριστη θέση να προτείνουμε μια μεθοδολογία, μέρος της βιβλιοθήκης του Jovesolide για την κοινωνική καινοτομία, η οποία ονομάζεται Factor 5 και θα μπορούσε να υποστηρίξει τους ανθρώπους στον εντοπισμό των αναγκών και στον καταγισμό ιδεών για την αντιμετώπισή τους: <https://www.escuelacreactiva.org/en/portfolio/factor-5/>.



Σχεδιάστε ρεαλιστικά

Υπάρχει μια συνήθης πρόκληση στο σχεδιασμό έργων, η οποία είναι ότι είμαστε υπερβολικά φιλόδοξοι όταν σχεδιάζουμε. Έχουμε την τάση να το κάνουμε αυτό για δύο λόγους, οι οποίοι μερικές φορές συνδυάζονται για ακόμη μεγαλύτερη υπερεκτίμηση των ικανοτήτων μας: 1) προσπαθούμε να εντυπωσιάσουμε τον χορηγό και να πάρουμε τη χρηματοδότηση- 2) φανταζόμαστε ότι το έργο θα υλοποιηθεί στο κενό, δηλαδή χωρίς να λάβουμε υπόψη όλα τα άλλα έργα, τις πρωτοβουλίες και τις εργασίες γύρω από αυτό.

Αυτό είναι παγίδα! Οι έμπειροι αξιολογητές έργων θα εντοπίσουν αν το έργο είναι μη ρεαλιστικό, π.χ. αν υπόσχεστε να προσλάβετε και να δεσμεύσετε ουσιαστικά 1000 εθελοντές με 1000 ευρώ. Έτσι, αντί να κερδίσουμε πόντους για τον δωρητή, μπορεί στην πραγματικότητα να χάσουμε πόντους. Οι δωρητές δεν θέλουν να υποστηρίξουν έργα που είναι πιθανό να αποτύχουν. Αλλά το πιο σημαντικό είναι ότι, ακόμη και αν οι ιδέες μας για τα έργα χρηματοδοτηθούν, βρισκόμαστε αντιμέτωποι με το καθήκον να κάνουμε το αδύνατο με πολύ περιορισμένους πόρους. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε απογοήτευση στην ομάδα, στους εθελοντές και στην κοινότητα, καθώς και στον δωρητή.

Ένας τρόπος για να βεβαιωθούμε ότι σχεδιάζουμε ρεαλιστικά είναι να εμπλέξουμε έμπειρους εθελοντές στη διαδικασία σχεδιασμού και να συζητήσουμε μαζί τους τι είναι εφικτό από την άποψη της πρόσληψης, της διαχείρισης, των εθελοντικών ωρών, της υποστήριξης και της ανάπτυξης των εθελοντών.



Διαβάστε και ακολουθήστε τις οδηγίες

Αν οι μέχρι τώρα συμβουλές φαίνονται λίγο γενικές, αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι δεν μπορούν να γίνουν πιο συγκεκριμένες αν δεν γνωρίζουμε τις συγκεκριμένες συνθήκες για το έργο που σχεδιάζουμε. Κάθε δωρητής τις έχει, και συνήθως συγκεντρώνονται σε ένα μαγικό έγγραφο που ονομάζεται Οδηγός.

Μπορεί να φαίνεται προφανές, αλλά υπάρχει λόγος για τον οποίο περιλαμβάνουμε εδώ την ακόλουθη συμβουλή: να διαβάσετε πάντα τον οδηγό. Διαβάστε τον προσεκτικά. Διαβάστε τον δύο φορές. Πρώτον, επειδή πιθανότατα περιέχει τις απαντήσεις σε πολλές ερωτήσεις που μπορεί να έχουμε. Αλλά δεύτερον, επειδή αν λείπει κάτι από τον οδηγό μπορεί να αποτύχει εντελώς το έργο μας και όλοι οι πόροι που έχουμε βάλει στην ανάπτυξή του. Υπάρχουν δωρητές εκεί έξω (ειδικά οι τοπικές αρχές σε ορισμένες χώρες), οι οποίοι είναι πολύ αυστηροί με τις διοικητικές απαιτήσεις και είναι πρόθυμοι να απορρίψουν ένα έργο ως μη επιλέξιμο εξαιτίας μιας ελλιπούς δήλωσης, ενός αχρονολόγητου εγγράφου ή μιας έλλειψης σφραγίδας. Επομένως, διαβάστε τον οδηγό.



Λάβετε υπόψη τα κριτήρια αξιολόγησης

Είναι θέμα προτύπου: σχεδόν όλοι, αν όχι όλοι, οι δωρητές θα δημοσίευαν τα κριτήρια βάσει των οποίων θα αξιολογούσαν τις προτάσεις και θα αποφάσιζαν αν θα χρηματοδοτούσαν το έργο σας έναντι κάποιου άλλου. Αυτές οι πληροφορίες είναι εξίσου σημαντικές με τον οδηγό και πρέπει να καθοδηγούν τον τρόπο με τον οποίο αναπτύσσουμε την πρότασή μας. Δεν είναι πάντα δυνατό να εξετάσουμε 20 διαφορετικές πτυχές καθώς αναπτύσσουμε το έργο, γι' αυτό και μπορούμε να σας προτείνουμε:

- Διαβάστε την κατευθυντήρια γραμμή αξιολόγησης λίγο πριν αρχίσετε να σχεδιάζετε το έργο.
- Όταν το έργο είναι έτοιμο, δώστε το σε έναν συνάδελφο με εμπειρία και ζητήστε του να το διαβάσει και να πραγματοποιήσει μια εικονική αξιολόγηση με βάση τα κριτήρια αξιολόγησης.
- Εάν δεν έχετε έμπειρο συνάδελφο (ή χρόνο), κάντε την αξιολόγηση μόνοι σας: σε αυτή την περίπτωση, προσπαθήστε να την κάνετε όσο το δυνατόν πιο αντικειμενικά, χωρίς να ξεχνάτε ότι ο αξιολογητής του χρηματοδότη δεν θα έχει άλλη γνώση του έργου παρά μόνο ό,τι βλέπει στην πρόταση.

Πείτε ιστορίες

Η συγγραφή ενός έργου μπορεί συχνά να μοιάζει με μια μη εμπνευσμένη διοικητική εργασία που χρησιμοποιεί επαγγελματική ορολογία, πολλούς πίνακες και ένα σύνολο περίπλοκων δεικτών. Αν και όλα αυτά μπορεί να είναι αλήθεια, δεν σημαίνει ότι πρέπει να επιμείνουμε πλήρως στο είδος. Ο σχεδιασμός ενός έργου μπορεί να αισθάνεται πραγματικά ενδυναμωτικός, καθώς μας δίνει την ευκαιρία να ονειρευτούμε, να φανταστούμε και να κατασκευάσουμε έναν νέο κόσμο στον οποίο συμβαίνουν νέα πράγματα. Μας δίνει επίσης την ευκαιρία να είμαστε περήφανοι για τη δουλειά που έχουμε κάνει μέχρι στιγμής. Επομένως, μη φοβηθείτε να ξεφύγετε λίγο από το πλαίσιο και να χρησιμοποιήσετε μια εφαρμογή έργου για να αφηγηθείτε ιστορίες, παρέχοντας παράλληλα όλες τις τεχνικές πληροφορίες που απαιτούνται (σίγουρα δεν παραλείπετε να το κάνετε αυτό).

Καλή διασκέδαση

Και πάλι, η συγγραφή ενός έργου μπορεί να μοιάζει με μοναχική και επίπονη εργασία. Αλλά δεν χρειάζεται να είναι. Μπορεί να είναι (και καλύτερα να είναι) διαδραστική άσκηση φαντασίας, εξέταση τρελών ιδεών, εμπλοκή εθελοντών και μελών της κοινότητας και διασκέδαση. Κατά τον σχεδιασμό του έργου, την υλοποίηση του έργου και το κλείσιμο του έργου, θα πρέπει πάντα να αναζητούμε τρόπους να αναστοχαζόμαστε για το τι κάναμε και τι μάθαμε και να γιορτάζουμε.

ΚΟΥΙΖ

1. Τα προγράμματα εθελοντισμού δεν χρειάζονται χρηματοδότηση, επειδή οι εθελοντές εργάζονται δωρεάν.

- Σωστό
- Λάθος



2. Συνδέστε το συγκεκριμένο κόστος με διάφορες κατηγορίες κόστους.

1. Κόστος διαχείρισης	A. Ασφάλιση υγείας για τους εθελοντές
2. Δαπάνες για την εξασφάλιση δραστηριοτήτων	B. Επώνυμα μπλουζάκια για τους εθελοντές
3. Κόστος για την οικοδόμηση ταυτότητας και το ανήκειν	C. Σακούλες και γάντια για καθαρισμό
4. Κόστος για την ασφάλεια των εθελοντών	D. Διατήρηση βάσης δεδομένων εθελοντών

3. Είναι απαράδεκτο ένας συντονιστής εθελοντών να λαμβάνει μισθό για τη δουλειά του.

- Σωστό
- Λάθος

4. Ποιο από τα ακόλουθα δεν μπορεί να αποτελέσει κόστος για τα προγράμματα εθελοντισμού;

- Δαπάνες για πιστοποιητικά εθελοντικής εργασίας
- Δαπάνες για τη μεταφορά στον τόπο του εθελοντισμού
- Μισθός εθελοντή
- Αμοιβή για μέντορα ή μαθησιακή υποστήριξη

5. Ποιο είναι το όνομα του προγράμματος της Ευρωπαϊκής Ένωσης που έχει ως κύριο στόχο την υποστήριξη των εθελοντών;

- Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Φόρουμ
- Ευρωπαϊκό Σώμα Αλληλεγγύης
- Ευρωπαϊκό Φόρουμ Νεολαίας
- Ευρωπαίοι Εθελοντές χωρίς Σύνορα



6. Ποιο από τα παρακάτω δεν θεωρείται συνιστώμενη πρακτική όταν γίνεται εκστρατεία συγκέντρωσης χρημάτων για ένα πρόγραμμα εθελοντισμού;

- Πείτε ιστορίες για τον εθελοντή
- Πείτε ιστορίες για τους ανθρώπους που υποστηρίζουν οι εθελοντές
- Χρησιμοποιήστε αριθμούς
- Ενοχοποιήστε τους ανθρώπους να δωρίσουν Α
- ναφέρετε για ποιο λόγο θα χρησιμοποιηθεί η χρηματοδότηση

7. Πρέπει να μας ενδιαφέρουν τα προφίλ των επιχειρήσεων που είναι πρόθυμες να υποστηρίξουν οικονομικά το πρόγραμμά μας;

- Ναι, πρέπει να λάβουμε υπόψη μας τα ηθικά πρότυπα
- Όχι, τα χρήματα είναι χρήματα

8. Τα προγράμματα εθελοντισμού απαλλάσσονται από την υποχρέωση τήρησης λογιστικών αρχείων.

- Σωστό
- Λάθος

9. Η διαφάνεια της χρηματοδότησης των εθελοντικών προγραμμάτων είναι σημαντική, διότι:

- δημιουργεί εμπιστοσύνη στην κοινότητα
- δημιουργεί εμπιστοσύνη μεταξύ των εθελοντών
- δημιουργεί εμπιστοσύνη με πιθανούς δωρητές
- όλα τα παραπάνω

10. Μετά το τέλος κάθε εκστρατείας συγκέντρωσης χρημάτων, ανακοινώνουμε δημοσίως το ποσό που συγκεντρώθηκε, το κόστος που προέκυψε, τον τρόπο με τον οποίο δαπανήθηκαν τα κεφάλαια και τα αποτελέσματα που επιτεύχθηκαν.

- Σωστό
- Λάθος



11. Μια υπεύθυνη εθελοντών παραγγέλνει τακτικά επώνυμα μπλουζάκια για τους εθελοντές από την εταιρεία του ξαδέλφου της, ο οποίος της δίνει μια τιμή, η οποία είναι καλύτερη από οποιαδήποτε άλλη επιχείρηση στην περιοχή. Θα πρέπει η υπεύθυνη να αναφέρει στον οργανισμό τη σχέση της με την εταιρεία;

- Όχι, επειδή παίρνει καλύτερη τιμή
- Ναι, επειδή ακόμη και η υποψία σύγκρουσης συμφερόντων θα μπορούσε να

12. Η ηθική διαχείριση κεφαλαίων σημαίνει ότι πρέπει πάντα να επιδιώκεται η χαμηλότερη τιμή.

- Σωστό
- Λάθος

13. Μια διαδικασία που εμπλέκει εθελοντές στη λήψη αποφάσεων για το πώς θα δαπανηθεί ένας κοινός προϋπολογισμός ονομάζεται:

- Μια καταστροφή
- Συμμετοχικός προϋπολογισμός
- Κλειστός προϋπολογισμός
- Παράλληλος προϋπολογισμός

14. Ποιες ΔΕΝ είναι χρήσιμες συμβουλές για την προετοιμασία μιας επιχορήγησης και την εξασφάλιση χρηματοδότησης για το εθελοντικό μας πρόγραμμα

- Ξεκινήστε από τις πραγματικές ανάγκες
- Σχεδιάστε ρεαλιστικά
- Κρατήστε το επίσημο και μην λέτε ιστορίες
- Διασκεδάστε
- Διαβάστε τα κριτήρια αξιολόγησης





ΕΤΑΙΡΙΚΕΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ

05

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΑΙ ΔΙΑΤΗΡΗΣΗ ΕΤΑΙΡΙΚΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

Η οικοδόμηση μιας ισχυρής εταιρικής σχέσης με εταιρείες είναι ζωτικής σημασίας για τους εθελοντές μέντορες και τους συντονιστές που συμμετέχουν στην υποστήριξη διαφόρων προγραμμάτων. Οι συνεργασίες αυτές δεν παρέχουν μόνο ουσιαστική οικονομική στήριξη, αλλά προσφέρουν επίσης ευκαιρίες για ανταλλαγή πόρων, ανταλλαγή γνώσεων και διευρυμένη εμβέλεια. Σε αυτή την ενότητα, εμβαθύνουμε στη διαδικασία εντοπισμού πιθανών εταιρικών εταίρων και στην καλλιέργεια ουσιαστικών σχέσεων που ωφελούν και τα δύο μέρη. Με την κατανόηση της δυναμικής της εταιρικής δέσμευσης και τη χρήση αποτελεσματικών στρατηγικών, οι εθελοντές μέντορες και συντονιστές μπορούν να δημιουργήσουν γόνιμες συνεργασίες που οδηγούν σε θετικό αντίκτυπο στις αντίστοιχες κοινότητές τους.


Πώς να εντοπίσετε πιθανούς εταίρους;

Όταν αντιμετωπίζουμε πειστικές προκλήσεις και παγκόσμια προβλήματα, όπως η οικονομική ανθεκτικότητα, η υγειονομική περίθαλψη, η πρόσβαση σε καθαρό νερό, η εξασφάλιση στέγης, τροφής και βασικών αναγκών για όλους, η εργασία σε απομονωμένες ομάδες δεν αποτελεί απλώς επιλογή. Όλο και περισσότερο οι εταιρείες αναζητούν συνεργάτες εκτός της ζώνης της ιδιοφυΐας τους, όπως θα έπρεπε για συγκριτικό πλεονέκτημα. Παρόλο που οι εταιρείες μπορεί να έχουν παγκόσμιο αποτύπωμα, υπάρχουν ορισμένες ανάγκες τις οποίες δεν μπορεί να λύσει μια εταιρική λύση, ακόμη και υπό τις καλύτερες συνθήκες της αγοράς.

Όμως, το να βρείτε πώς να συνεργαστείτε και με ποιον, γίνεται το μεγάλο ερώτημα: το να γνωρίζετε τι κάνει μια πιθανή συνεργασία επιτυχημένη είναι επίσης κρίσιμο για να διασφαλίσετε μια διαρκή, συνεργατική σχέση. Παρακάτω παραθέτουμε διάφορα βασικά στοιχεία και στρατηγικές για την επιτυχία:

- **Εξετάστε την ευθυγράμμιση:** Πρέπει να αξιολογήσουμε τις εταιρείες με βάση την αποστολή, τις αξίες και την πρωτοβουλία εταιρικής κοινωνικής ευθύνης τους και να αναζητήσουμε εταιρείες των οποίων οι στόχοι ευθυγραμμίζονται στενά με τους στόχους μας για ένα πρόγραμμα εθελοντισμού.



- 
- **Έρευνα:** Για να διερευνηθούν οι προηγούμενες συνεργασίες τους, η συμμετοχή τους στα κοινά και οι φιλανθρωπικές τους δραστηριότητες, απαιτείται έρευνα για τον εντοπισμό εταιρειών που έχουν ιστορικό υποστήριξης παρόμοιων σκοπών ή πρωτοβουλιών.
 - **Τραβήξτε το δίκτυό σας:** Αξιοποιήστε προσωπικά και επαγγελματικά δίκτυα για να συνδεθείτε με εκπροσώπους εταιρειών ή υπεύθυνους λήψης αποφάσεων. Παραδείγματος χάριν, παρευρίσκεστε σε εκδηλώσεις του κλάδου, εκδηλώσεις δικτύωσης και συνέδρια όπου μπορεί να είναι παρόντες πιθανοί εταίροι.
 - **Ενεργοποιήστε τους εργαζόμενους:** Μπορεί να είναι χρήσιμο να συνεργαστείτε με τους εργαζόμενους των εταιρειών-στόχων για να κατανοήσετε τα ενδιαφέροντα και τις προτιμήσεις τους όσον αφορά τις προσπάθειες εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Μπορεί να αποτελέσει ένα πολύτιμο σημείο εισόδου για την έναρξη συζητήσεων με τις εταιρείες, αλλά μερικές φορές είναι δύσκολο να βρεθούν αυτά τα σημεία εισόδου.
 - **Εξετάστε το μέγεθος και την κλίμακα:** Θα πρέπει να εξετάσουμε το μέγεθος και την κλίμακα των πιθανών εταιρικών εταίρων. Ενώ οι μεγαλύτερες εταιρείες μπορεί να προσφέρουν μεγαλύτερους οικονομικούς πόρους, οι μικρότερες εταιρείες μπορεί να είναι πιο ευέλικτες και να ανταποκρίνονται στις ευκαιρίες συνεργασίας.
 - **Εξερευνήστε τις τοπικές συνδέσεις:** Είναι ωφέλιμο να βρείτε συνεργασίες με τοπικές επιχειρήσεις και οργανισμούς που έχουν παρουσία στην κοινότητα που εξυπηρετείται από το πρόγραμμα εθελοντισμού. Αυτό μπορεί να ενισχύσει τους κοινοτικούς δεσμούς και να υποστηρίξει πρωτοβουλίες.
 - **Αξιοποιήστε τους διαδικτυακούς πόρους:** Καλό είναι να αξιοποιείτε διαδικτυακούς πόρους, όπως εταιρικές ιστοσελίδες, πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης και βάσεις δεδομένων, για να συλλέγετε πληροφορίες σχετικά με πιθανούς εταίρους. Πολλές εταιρείες διαθέτουν ειδικές ενότητες στις ιστοσελίδες τους που περιγράφουν τις πρωτοβουλίες τους για την εταιρική κοινωνική ευθύνη και τις κατευθυντήριες γραμμές για τις συνεργασίες. \

Ακολουθώντας αυτά τα βήματα και διεξάγοντας ενδελεχείς έρευνες, τη δέουσα επιμέλεια, οι μέντορες και οι συντονιστές εθελοντών μπορούν να εντοπίσουν πιθανούς εταιρικούς εταίρους που είναι κατάλληλοι για να υποστηρίξουν και να συνεργαστούν με τα εθελοντικά τους προγράμματα. Μέσω της στοχευμένης εμπλοκής και της ευθυγράμμισης των στόχων, η διαδικασία εντοπισμού πιθανών εταίρων θέτει τα θεμέλια για επιτυχημένες συνεργασίες που ωφελούν τόσο τους εθελοντές όσο και τις κοινότητες που υπηρετούν.



Οικοδόμηση επωφελών συμπράξεων4

Αφού εντοπίσαμε την ομάδα-στόχο για πιθανές εταιρικές συνεργασίες, πρέπει να οικοδομήσουμε και στη συνέχεια να διατηρήσουμε αμοιβαία επωφελείς συνεργασίες μαζί τους. Οι συνεργασίες αποτελούν τη ραχοκοκαλιά κάθε επιτυχημένης επιχείρησης. Μπορούν να σας βοηθήσουν να διευρύνετε την εμβέλειά σας, να φέρετε νέες προοπτικές και ιδέες στο τραπέζι των διαπραγματεύσεων και παράλληλα να προωθήσετε την ανάπτυξη. Ωστόσο, η οικοδόμηση ισχυρών συνεργασιών δεν είναι πάντα εύκολη, απαιτεί χρόνο, προσπάθεια, με βαθιά κατανόηση των αναγκών και των στόχων του συνεργάτη σας. Οι αποτελεσματικές συνεργασίες με εταιρείες μπορούν να προσφέρουν πολύτιμους πόρους, τεχνογνωσία και υποστήριξη που ενισχύουν την εμβέλεια και την αποτελεσματικότητα των εθελοντικών πρωτοβουλιών. Ωστόσο, η δημιουργία πραγματικά ουσιαστικών συνεργασιών απαιτεί κάτι περισσότερο από την εξασφάλιση οικονομικής υποστήριξης ή δωρεών σε είδος- απαιτεί μια στρατηγική προσέγγιση βασισμένη σε κοινές αξίες, σαφή επικοινωνία και συνεργατικό σχεδιασμό.

Ακολουθούν διάφορα βήματα που θα σας βοηθήσουν να διασφαλίσετε ότι όλοι -συμπεριλαμβανομένων εσάς και των συνεργατών σας- θα επωφεληθούν στο έπακρο από τις συνεργασίες σας.

1. Κοινοί στόχοι και αξίες: Αναζητήστε εταιρικούς εταίρους των οποίων η αποστολή και οι αξίες ευθυγραμμίζονται στενά με τους στόχους του εθελοντικού προγράμματος. Το αναφέραμε ήδη κατά τη φάση της διερεύνησης, αλλά είναι κρίσιμο να καταλάβετε πόσο σημαντικό είναι να υπάρχει κοινή δέσμευση για τον κοινωνικό αντίκτυπο, την ανάπτυξη της κοινότητας και τη βιωσιμότητα.

2. Επικοινωνήστε αποτελεσματικά και με σαφήνεια: Είναι απαραίτητο να είστε σε θέση να δημιουργήσετε ένα ανοικτό και διαφανές κανάλι επικοινωνίας με τους εταίρους για να διασφαλίσετε την ευθυγράμμιση, να διαχειριστείτε τις προσδοκίες και να δημιουργήσετε αμοιβαία κατανόηση. Διατυπώνοντας με σαφήνεια τους στόχους, τις προσδοκίες και τα πιθανά οφέλη της συνεργασίας, οι μέντορες και οι συντονιστές μπορούν να θέσουν τις βάσεις για μια παραγωγική συνεργασία και να αποφύγουν παρεξηγήσεις ή παρεκκλίσεις στην πορεία.

3. Η συνεργασία είναι το κλειδί: Η συμμετοχή των εταιρικών εταίρων στις διαδικασίες σχεδιασμού και λήψης αποφάσεων των προγραμμάτων εθελοντισμού όχι μόνο ενισχύει την αίσθηση της ιδιοκτησίας και της επένδυσης, αλλά και αξιοποιεί την εμπειρογνωμοσύνη, τους πόρους και τα δίκτυά τους για τη συνδημιουργία πρωτοβουλιών που αφορούν κοινές προτεραιότητες και μεγιστοποιούν τον αντίκτυπο. Με την εμπλοκή των εταιρικών εταίρων ως στρατηγικών συμμάχων και όχι ως παθητικών δωρητών, οι μέντορες και οι συντονιστές μπορούν να αξιοποιήσουν τις μοναδικές προοπτικές και ικανότητές τους για την ανάπτυξη καινοτόμων λύσεων σε πιεστικές κοινωνικές προκλήσεις. Και συνδέεται με το επόμενο βήμα που θα ακολουθήσει.

4. Προγραμματισμός πόρων: Οι μέντορες και οι συντονιστές μπορούν να αξιοποιήσουν τα συμπληρωματικά πλεονεκτήματα και των δύο μερών για να επιτύχουν μεγαλύτερο συλλογικό αντίκτυπο.

5. Τακτική αξιολόγηση και προσαρμογή: Όπως σε όλες τις σχέσεις, η τακτική αξιολόγηση και η ανατροφοδότηση μπορούν να αναδείξουν επιτυχίες, προκλήσεις και τομείς προς βελτίωση και να προσαρμόσουν ανάλογα τις στρατηγικές της εταιρικής σχέσης. Ανταποκρινόμενοι και προσαρμόζοντας τις προσεγγίσεις των εταιρικών σχέσεων με βάση τα διδάγματα που έχουν αποκτηθεί και τις εξελισσόμενες ανάγκες, οι μέντορες και οι συντονιστές μπορούν να διασφαλίσουν ότι οι εταιρικές σχέσεις παραμένουν δυναμικές, συναφείς και αποτελεσματικές.

6. Μακροπρόθεσμη δέσμευση: Οι μέντορες και οι συντονιστές μπορούν να προωθήσουν βιώσιμες συνεργασίες που εξελίσσονται και προσαρμόζονται στις μεταβαλλόμενες συνθήκες και προτεραιότητες.

7. Αναγνώριση και εκτίμηση: Η αναγνώριση και η εκτίμηση της συμβολής των εταιρικών εταίρων μέσω δημόσιας αναγνώρισης, μαρτυριών και κοινών ιστοριών επιτυχίας δεν αποδεικνύει μόνο την ευγνωμοσύνη, αλλά προάγει επίσης την καλή θέληση και ενισχύει τα θεμέλια για συνεχή συνεργασία. Γιορτάζοντας μαζί τις επιτυχίες και τα ορόσημα, οι μέντορες και οι συντονιστές μπορούν να ενισχύσουν την αξία της εταιρικής σχέσης και να εμπνεύσουν τη συνεχή δέσμευση και εμπλοκή όλων των εμπλεκόμενων μερών.

Συνοψίζοντας, η οικοδόμηση αμοιβαία επωφελών εταιρικών σχέσεων απαιτεί μια στρατηγική προσέγγιση που βασίζεται σε κοινές αξίες, σαφή επικοινωνία, προγραμματισμό πόρων, μακροπρόθεσμη δέσμευση, αξιολόγηση και εκτίμηση. Με την υιοθέτηση αυτών των αρχών και στρατηγικών, οι μέντορες και οι συντονιστές μπορούν να καλλιεργήσουν συνεργασίες που δημιουργούν διαρκή κοινωνικό αντίκτυπο, οδηγούν σε ουσιαστικές αλλαγές και εμπλουτίζουν τις εμπειρίες τόσο των εθελοντών όσο και των εταιρικών εταίρων.



ΜΟΝΤΕΛΑ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ

Η αποτελεσματική συνεργασία είναι απαραίτητη για τους εθελοντές μέντορες και τους συντονιστές προκειμένου να μεγιστοποιήσουν τον αντίκτυπο των προγραμμάτων τους. Σε αυτή την ενότητα, εξετάζουμε διαφορετικά μοντέλα συνεργασίας που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την ενίσχυση της αποτελεσματικότητας και της βιωσιμότητας των προγραμμάτων.

Τα μοντέλα συνεργασίας περιλαμβάνουν μια ποικιλία προσεγγίσεων, καθεμία από τις οποίες προσφέρει μοναδικά οφέλη και προκλήσεις. Από άτυπες συνεργασίες έως δομημένες συμμαχίες, η κατανόηση αυτών των μοντέλων μπορεί να βοηθήσει τους μέντορες και τους συντονιστές να προσδιορίσουν την καταλληλότερη προσέγγιση για το συγκεκριμένο πλαίσιο και τους στόχους τους.

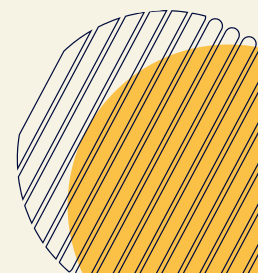
Διαφορετικά μοντέλα εταιρικής δέσμευσης

Η αποτελεσματική συνεργασία μεταξύ εθελοντικών προγραμμάτων και επιχειρήσεων είναι απαραίτητη για την προώθηση θετικών αλλαγών και τη μεγιστοποίηση του αντίκτυπου. Η κατανόηση των διαφόρων μοντέλων εταιρικής δέσμευσης είναι το κλειδί για τους εθελοντές μέντορες και συντονιστές που επιδιώκουν να αναπτύξουν επιτυχημένες συνεργασίες με επιχειρήσεις.

Εταιρική χορηγία: Σε αυτό το μοντέλο, οι εταιρείες παρέχουν οικονομική υποστήριξη σε εθελοντικά προγράμματα με αντάλλαγμα την αναγνώριση, τις ευκαιρίες επωνυμίας και την προβολή. Η χορηγία μπορεί να καλύπτει συγκεκριμένες εκδηλώσεις, έργα ή δραστηριότητες του προγράμματος. Η επιχείρηση καλύπτει το κόστος της εκδήλωσης και, σε αντάλλαγμα, ο μη κερδοσκοπικός οργανισμός προβάλλει το όνομα της επιχείρησης στην εκδήλωση ή σε διαφημιστικό υλικό. Η συμφωνία αυτή δημιουργεί μια θετική συσχέτιση με το εμπορικό σήμα της επιχείρησης και βοηθά το μη κερδοσκοπικό ίδρυμα να αποκτήσει τις δωρεές που χρειάζεται για τη διεξαγωγή ενός επιτυχημένου προγράμματος ή εκδήλωσης.

Χρήσιμα ιστολόγια, άρθρα σχετικά με τον τρόπο εύρεσης εταιρικών χορηγιών:

- <https://www.classy.org/blog/strengthen-nonprofit-strategic-partnership/>
- <https://getfullyfunded.com/corporate-sponsors/>
- <https://learning.candid.org/resources/knowledge-base/corporate-sponsorship-levels/>



Προγράμματα εθελοντισμού των εργαζομένων: Οι εταιρείες ενθαρρύνουν τους υπαλλήλους τους να προσφέρουν εθελοντικά το χρόνο και τις δεξιότητές τους για την υποστήριξη μη κερδοσκοπικών οργανισμών ή κοινοτικών πρωτοβουλιών. Οι εργαζόμενοι μπορούν να προσφέρουν εθελοντισμό ατομικά ή να συμμετέχουν σε οργανωμένες εκδηλώσεις εθελοντισμού που διευκολύνει η εταιρεία. Κατά τη φάση της έρευνας είναι χρήσιμο να εντοπίζετε ποιες εταιρείες διαθέτουν προγράμματα εθελοντισμού για τους υπαλλήλους τους και να επικοινωνείτε απευθείας μαζί τους. Οι εθελοντές μπορεί να βοηθούν στο προσωπικό δημόσιων εκδηλώσεων ή να κάνουν παρασκηνιακές εργασίες, όπως να βγάζουν βόλτα σκυλιά ή να καθαρίζουν κλουβιά στο καταφύγιο ζώων.

Εθελοντισμός με βάση τις δεξιότητες: Οι εταιρείες προσφέρουν στους υπαλλήλους τους ευκαιρίες να χρησιμοποιήσουν τις επαγγελματικές τους δεξιότητες και την τεχνογνωσία τους για την υποστήριξη μη κερδοσκοπικών οργανισμών. Αυτό το μοντέλο επικεντρώνεται στην αντιστοίχιση των δεξιοτήτων των εργαζομένων με τις συγκεκριμένες ανάγκες των εθελοντικών προγραμμάτων, όπως η παροχή δωρεάν συμβουλευτικών υπηρεσιών ή τεχνικής βοήθειας ή οι εργαζόμενοι προσφέρουν εθελοντικά τα συγκεκριμένα ταλέντα τους, όπως ξυλουργική ή ακόμη και διδασκαλία γιόγκα σε καταπονημένα μέλη του προσωπικού. Γίνεται όλο και πιο δημοφιλής σε πολλές συνεργασίες επιχειρήσεων και φιλανθρωπικών οργανώσεων.

Χρήσιμοι σύνδεσμοι:

- <https://benevity.com/resources/skills-based-volunteering/>
- <https://volunteerhub.com/blog/skill-based-volunteers>
- <https://www.optimy.com/blog-optimy/4-steps-to-get-started-with-skills-based-volunteering>
- <https://www.linkedin.com/pulse/skill-based-volunteering-empowering-youth-make-meaningful-neil-mehta>

Συνεργασίες μάρκετινγκ για λόγους: Οι εταιρείες ευθυγραμμίζουν τις προσπάθειες μάρκετινγκ με κοινωνικούς ή περιβαλλοντικούς σκοπούς, συνεργαζόμενες με μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς. Οι εκστρατείες μάρκετινγκ για το σκοπό συχνά περιλαμβάνουν κοινές δραστηριότητες προώθησης, συνεργασίες προϊόντων ή πρωτοβουλίες συγκέντρωσης χρημάτων που ωφελούν και τα δύο μέρη, ενώ παράλληλα αυξάνουν την ευαισθητοποίηση για τον σκοπό.

Περισσότερες πληροφορίες:

- <https://donorbox.org/nonprofit-blog/cause-marketing>
- <https://blog.blackbaud.com/powerful-partnerships-nonprofits-and-cause-marketing/>
- <https://learning.candid.org/resources/knowledge-base/cause-related-marketing/>
- <https://www.forbes.com/sites/forbesnonprofitcouncil/2023/08/10/the-power-of-cause-marketing-nonprofits-corporations-and-influencers-united-for-impact/>

Εταιρική φιλανθρωπία: Οι εταιρείες δωρίζουν κεφάλαια, προϊόντα ή υπηρεσίες για την υποστήριξη μη κερδοσκοπικών οργανισμών ή κοινοτικών έργων χωρίς να αναμένουν άμεσες οικονομικές απολαβές.

Υποδείξεις και συμβουλές:

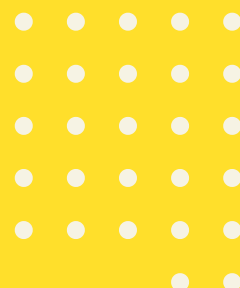
- <https://www.financestrategists.com/wealth-management/corporate-social-responsibility-csr/corporate-philanthropy/>
- <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/corporate-philanthropy>
- <https://hbr.org/2002/12/the-competitive-advantage-of-corporate-philanthropy>

Συνεργασίες εταιρικής κοινωνικής ευθύνης (ΕΚΕ): Οι εταιρείες ενσωματώνουν κοινωνικές και περιβαλλοντικές πτυχές στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και συνεργάζονται με μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς για την αντιμετώπιση των κοινωνικών προκλήσεων και την επίτευξη των στόχων βιωσιμότητας. Επικεντρώνεται στη δημιουργία κοινής αξίας τόσο για την εταιρεία όσο και για την κοινωνία μέσω πρωτοβουλιών όπως έργα κοινοτικής ανάπτυξης, περιβαλλοντική διαχείριση ή ηθικές πρακτικές προμήθειας. Η εταιρική φιλανθρωπία αναφέρεται στις δράσεις που αναλαμβάνουν οι επιχειρήσεις και αφορούν δωρεές σε μη κερδοσκοπικούς σκοπούς. Η ΕΚΕ περιλαμβάνει όλα τα προγράμματα της εταιρείας που είναι αφιερωμένα στην κοινωνική υπευθυνότητα, τα οποία περιλαμβάνουν εσωτερικές επιχειρηματικές πρακτικές και φιλανθρωπικές δράσεις.



Περισσότερες πληροφορίες:

- <https://360matchpro.com/corporate-philanthropy-vs-csr/#:~:text=CSR%20refers%20to%20a%20company's,do%20with%20donating%20or%20nonprofits.>
- <https://doublethedonation.com/types-of-corporate-philanthropy/#:~:text=Corporate%20philanthropy%20is%20a%20term,nonprofits%20to%20accomplish%20these%20goals.>
- <https://www.businessnewsdaily.com/4679-corporate-social-responsibility.html>



Εκτός από αυτά τα προγράμματα συμπράξεων υπάρχουν και άλλες μορφές συνεργασίας. Πρόκειται για τα διάφορα είδη δωρεών:

- **Άμεσες δωρεές:** δωρεές σε μετρητά ή δωρεές σε είδος. Οι δωρεές σε μετρητά διατίθενται απευθείας για την υποστήριξη των δραστηριοτήτων του μη κερδοσκοπικού οργανισμού. Οι δωρεές σε είδος είναι μη χρηματικές δωρεές πραγμάτων που χρειάζεται η επιχείρηση, όπως κουβέρτες, κονσερβοποιημένα τρόφιμα ή νέοι φορητοί υπολογιστές.
- **Δωρεές στο χώρο εργασίας:** Τα προγράμματα δωρεάς στο χώρο εργασίας λαμβάνουν χώρα όταν οι επιχειρήσεις συλλέγουν δωρεές από τους υπαλλήλους τους για τη μη κερδοσκοπική οργάνωση. Πολλές φορές, οι επιχειρήσεις ενθαρρύνουν τις συνεισφορές προσφέροντας να συνδυάσουν τα κεφάλαια που συγκεντρώνουν οι εργαζόμενοι με μια δική τους δωρεά. Τα προγράμματα δωρεάς στο χώρο εργασίας είναι χρήσιμα επειδή επιτρέπουν στους εργαζόμενους να αισθάνονται άμεσα την αίσθηση της ολοκλήρωσης και της ικανοποίησης, ακόμη και αν δεν μπορούν να βρουν χρόνο από το πολυάσχολο πρόγραμμά τους για να προσφέρουν άμεσα εθελοντική εργασία.
- **Εύρεση πόρων:** Αντί να ζητάει από τους υπαλλήλους του δωρεές, ένας εταιρικός εταίρος μπορεί να επιλέξει να βοηθήσει στην ανάπτυξη μιας εκστρατείας συγκέντρωσης χρημάτων. Σε αυτές τις εταιρικές συνεργασίες συγκέντρωσης χρημάτων, η επιχείρηση μπορεί να δημιουργήσει σταθμούς δωρεών όπου οι πελάτες της μπορούν να συνεισφέρουν, ή μπορεί να πραγματοποιήσει ειδικές προωθητικές ενέργειες, όπως το να ζητά από τους πελάτες να μαζέψουν τα ρέστα τους και να δωρίσουν τα έσοδα στον μη κερδοσκοπικό σας οργανισμό. Όποια διαδρομή και αν επιλέξει η επιχείρηση, η συγκέντρωση χρημάτων από εταιρικούς συνεργάτες είναι μια αποτελεσματική μέθοδος συνεισφοράς και μια μέθοδος που αυξάνει επίσης την προβολή του μη κερδοσκοπικού σας οργανισμού στην κοινότητα.



ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΣΥΜΠΡΑΞΕΩΝ

Είναι ωραίο και καλό να ξεκινάτε μια συνεργασία. Αλλά πώς θα μάθετε ποτέ αν πετύχαμε αυτό που θέσαμε ως στόχο χωρίς να εντοπίσουμε και να αναλύσουμε σημαντικές στρατηγικές συνεργασίες; Η μέτρηση της επιτυχίας των στρατηγικών συνεργασιών απαιτεί μια ολοκληρωμένη αξιολόγηση διαφόρων πτυχών, που κυμαίνονται από οικονομικές μετρήσεις έως την επέκταση της αγοράς, την καινοτομία, την ικανοποίηση των πελατών και τη μακροπρόθεσμη στρατηγική ευθυγράμμιση. Ενώ κάθε μέτρηση παρέχει πολύτιμες πληροφορίες, μια ολιστική προσέγγιση που λαμβάνει υπόψη πολλαπλές προοπτικές είναι απαραίτητη για να μετρηθεί ο συνολικός αντίκτυπος της εταιρικής σχέσης.

Με την προσεκτική ανάλυση αυτών των μετρήσεων και τη συνεχή παρακολούθηση της προόδου της συνεργασίας, οι επιχειρήσεις μπορούν να διασφαλίσουν ότι οι στρατηγικές συνεργασίες τους οδηγούν στην ανάπτυξη και παράγουν απτά αποτελέσματα.

Αξιολόγηση της συνεργασίας

Με τη συστηματική αξιολόγηση των αποτελεσμάτων των συνεργασιών, τα προγράμματα εθελοντισμού μπορούν να αποκτήσουν πολύτιμες γνώσεις σχετικά με τα δυνατά σημεία, τις αδυναμίες και τους τομείς για βελτίωση των συνεργασιών τους.

Οι αποτελεσματικές πρακτικές αξιολόγησης επιτρέπουν στα προγράμματα εθελοντισμού να αξιολογούν το βαθμό στον οποίο οι συνεργασίες τους έχουν επιτύχει τους επιδιωκόμενους σκοπούς και στόχους. Ακολουθούν βασικοί παράγοντες:

Καθορίστε σαφείς στόχους: Θα πρέπει να καθορίσουμε σαφείς και μετρήσιμους στόχους για κάθε εταιρική συνεργασία, περιγράφοντας συγκεκριμένους σκοπούς, στόχους και επιθυμητά αποτελέσματα.

Βασικοί δείκτες απόδοσης (ΚΡΙ): για την παρακολούθηση της προόδου και τη μέτρηση της επιτυχίας σε σχέση με τους καθορισμένους στόχους. Οι δείκτες απόδοσης μπορεί να περιλαμβάνουν ποσοτικά μέτρα όπως ποσοστά συμμετοχής, ώρες εθελοντισμού ή συγκεντρωθέντα κεφάλαια, καθώς και ποιοτικά μέτρα όπως η ικανοποίηση των ενδιαφερομένων ή ο αντίκτυπος στην κοινότητα.



Συλλογή δεδομένων: Σημαντική η συλλογή δεδομένων σχετικά με τις δραστηριότητες, τις εκροές και τα αποτελέσματα της εταιρικής σχέσης με τη χρήση διαφόρων μεθόδων, συμπεριλαμβανομένων ερευνών, συνεντεύξεων, ομάδων εστίασης και συμμετοχικής παρατήρησης. Βεβαιωθείτε ότι οι μέθοδοι συλλογής δεδομένων είναι αυστηρές, αξιόπιστες και ευθυγραμμισμένες με τους στόχους της αξιολόγησης.

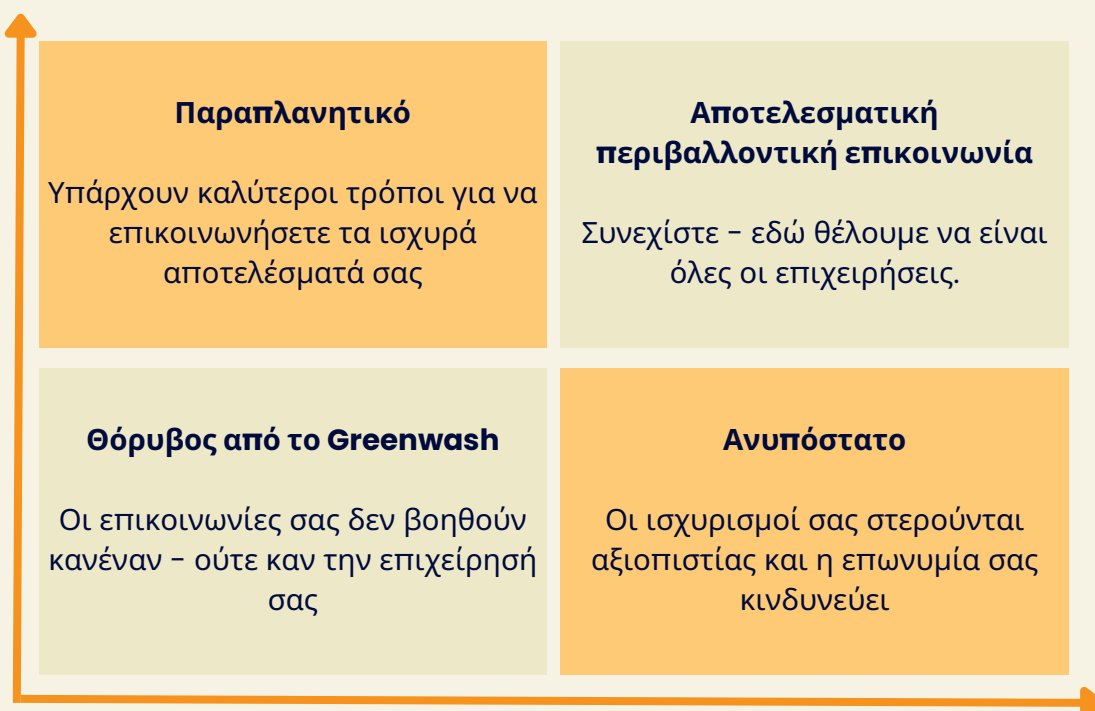
Αναλύστε τα αποτελέσματα/αποτελέσματα: Συγκρίνετε τις πραγματικές επιδόσεις με τα αναμενόμενα αποτελέσματα για να εντοπίσετε τους τομείς που χρήζουν βελτίωσης και τις ευκαιρίες για αναπαραγωγή ή κλιμάκωση.

Μάθετε και προσαρμοστείτε: Χρησιμοποιήστε τα ευρήματα για να ενημερώσετε για τη λήψη αποφάσεων, να βελτιώσετε τις στρατηγικές εταιρικής σχέσης και να ενισχύσετε τη συνεργασία με τους εταιρικούς εταίρους. Προωθήστε μια κουλτούρα μάθησης και συνεχούς βελτίωσης στο πλαίσιο του προγράμματος εθελοντισμού, αξιοποιώντας τα δεδομένα αξιολόγησης για την προώθηση θετικών αλλαγών και καινοτομιών.

Είναι επίσης πολύ σημαντικό να αναφερθεί η πιθανή αρνητική πτυχή της συνεργασίας. Είναι κρίσιμο να βρεθεί ο σωστός εταίρος και τα παρακάτω βήματα βοηθούν στην οικοδόμηση μιας επιτυχημένης σχέσης και στην αποφυγή καταστάσεων όπως το "greenwashing":

- Μην προβάλλετε ισχυρισμούς που δεν είναι ακριβείς
- Να υπάρχει διαφάνεια, σαφής επικοινωνία και ανταλλαγή πληροφοριών, υποβολή αιτήσεων, διερεύνηση
- Να είστε ειλικρινείς για το ταξίδι σας

Για να κατανοήσουμε καλύτερα τι είναι το greenwashing υπάρχουν τέσσερις τύποι:



Λανθασμένη πράσινη πλύση: Αυτή η κατηγορία περιλαμβάνει εταιρείες που έχουν καταβάλει σημαντικές προσπάθειες για τη βελτίωση των περιβαλλοντικών επιδόσεων των προϊόντων και των διαδικασιών τους, αλλά δεν είναι σε θέση να επικοινωνήσουν αποτελεσματικά τις προσπάθειες αυτές. Οι εταιρείες αυτές μπορεί να διατυπώνουν σαρωτικές γενικεύσεις στους ισχυρισμούς τους για να προσπαθήσουν να ακουστούν "φιλικές προς το περιβάλλον", ή μπορεί να χρησιμοποιούν γλώσσα που απωθεί τους πιθανούς πελάτες. Έχουν τη δυνατότητα να κινηθούν προς το τεταρτημόριο "Αποτελεσματική περιβαλλοντική επικοινωνία" εστιάζοντας τα μηνύματά τους με ακρίβεια στις βασικές επιπτώσεις που υποστηρίζονται με δεδομένα.

Ανυπόστατη οικολογική πλύση: Με την πρώτη ματιά, οι εταιρείες αυτές φαίνεται να κάνουν αξιόπαινη δουλειά και να παρέχουν στοιχεία για να υποστηρίξουν τον ισχυρισμό τους. Ωστόσο, μια βαθύτερη εμβάθυνση δείχνει ότι η εταιρεία δεν αξίζει τόσα πολλά εύσημα όσο φαίνεται. Μπορεί να ασκεί πιέσεις ενάντια στις ίδιες τις περιβαλλοντικές πολιτικές που ισχυρίζεται ότι υποστηρίζει, ή μπορεί να επενδύει περισσότερους πόρους στις επικοινωνίες της παρά στις πραγματικές πρωτοβουλίες της. Οι ψεύτικες προσπάθειες θα αποκαλυφθούν τελικά καθώς το κοινό γίνεται πιο εκπαιδευμένο και ευαίσθητο στο greenwash, και είναι μόνο θέμα χρόνου αυτές οι εταιρείες να σταλούν στο τεταρτημόριο "Greenwash Noise".

Θόρυβος πράσινου ξεπλύματος: Στις περιπτώσεις όπου μια εταιρεία λέει "είμαστε πράσινοι", αλλά δεν έχει πολλά στοιχεία για να υποστηρίξει αυτόν τον ισχυρισμό, τα μηνύματα αυτά δεν είναι πειστικά για τους καταναλωτές. Πρέπει να γίνει πολλή δουλειά για να μετακινηθούν αυτές οι εταιρείες στο άνω δεξιό τεταρτημόριο, αλλά είναι εφικτό. Αξιολογώντας τις επιπτώσεις της εταιρείας σε όλη την αλυσίδα αξίας, αναπτύσσοντας και εφαρμόζοντας μια περιβαλλοντική στρατηγική και επικοινωνώντας στη συνέχεια με ακρίβεια αυτές τις προσπάθειες, οι εταιρείες αυτές μπορούν να δημιουργήσουν μια πορεία προς το τεταρτημόριο "Αποτελεσματική περιβαλλοντική επικοινωνία".

Αποτελεσματική περιβαλλοντική επικοινωνία: Αυτός είναι ο στόχος που έχουμε για όλες τις εταιρείες. Οι επιχειρήσεις αυτές βελτιώνουν τις περιβαλλοντικές και κοινωνικές επιδόσεις των προϊόντων τους και ευθυγραμμίζουν τις προσπάθειες αυτές σε όλες τις διάφορες λειτουργίες της εταιρείας. Είναι σε θέση να επικοινωνούν τις προσπάθειές τους, ώστε οι καταναλωτές να κατανοούν σαφώς τις επιπτώσεις και οι άλλες επιχειρήσεις να προσβλέπουν σε αυτές τις εταιρείες για ηγετική θέση.

Η οικολογική πλύση αναφέρεται στην πράξη της μετάδοσης μιας ψευδούς εντύπωσης ή της παροχής παραπλανητικών πληροφοριών που κάνει τους ανθρώπους να πιστεύουν ότι ένας οργανισμός κάνει περισσότερα για να είναι βιώσιμος από ό,τι στην πραγματικότητα. Η οικολογική πλύση, είτε γίνεται σκόπιμα είτε ακούσια, είναι μια πρακτική που παραπλανά τους καταναλωτές που έχουν οικολογική συνείδηση. Επιπλέον, τροφοδοτεί τον αθέμιτο ανταγωνισμό, ενώ εμποδίζει την πραγματική πρόοδο προς έναν βιώσιμο πλανήτη.

Με την υιοθέτηση συστηματικών προσεγγίσεων αξιολόγησης, οι εθελοντές μέντορες και συντονιστές μπορούν να εντοπίζουν επιτυχημένες στρατηγικές συνεργασίας, να εντοπίζουν τομείς για βελτίωση και να λαμβάνουν αποφάσεις με βάση τα δεδομένα για τη βελτιστοποίηση της αποτελεσματικότητας και του αντίκτυπου των συνεργασιών τους με εταιρικούς εταίρους.

Μέτρηση του κοινωνικού και επιχειρηματικού αντίκτυπου

Η μέτρηση του κοινωνικού και επιχειρηματικού αντίκτυπου των εταιρικών συνεργασιών είναι απαραίτητη για τους εθελοντές μέντορες και συντονιστές, προκειμένου να καταδείξουν την αξία και τη σημασία των συνεργασιών τους με τους εταιρικούς εταίρους.

Τι είναι ο κοινωνικός αντίκτυπος;

Περιλαμβάνει την αξιολόγηση της συμβολής τους στη θετική κοινωνική αλλαγή, την ανάπτυξη της κοινότητας και την ενδυνάμωση των ενδιαφερομένων μερών. Τα βασικά βήματα περιλαμβάνουν τον ορισμό δεικτών κοινωνικού αντίκτυπου, τη συλλογή σχετικών δεδομένων και την ανάλυση των αποτελεσμάτων για να κατανοηθεί η έκταση της κοινωνικής αξίας που παράγεται από τις συμπράξεις.

Τι είναι ο επιχειρηματικός αντίκτυπος;

Ο επιχειρηματικός αντίκτυπος των εταιρικών συμπράξεων συνεπάγεται την αξιολόγηση των οφελών και της αξίας που παράγονται για τους εταιρικούς εταίρους, όπως η ενισχυμένη φήμη του εμπορικού σήματος, η δέσμευση των εργαζομένων και η επιχειρηματική απόδοση. Οι μέθοδοι μέτρησης του επιχειρηματικού αντίκτυπου μπορεί να περιλαμβάνουν έρευνες, συνεντεύξεις και χρηματοοικονομική ανάλυση για την ποσοτικοποίηση των υλικών και άυλων οφελών για τους εταιρικούς εταίρους.

Ποιος είναι ο αντίκτυπος της επικοινωνίας;

Η αποτελεσματική κοινοποίηση των ευρημάτων για τον κοινωνικό και επιχειρηματικό αντίκτυπο είναι απαραίτητη για την ανάδειξη της πρότασης αξίας των εταιρικών συμπράξεων. Τα προγράμματα εθελοντισμού θα πρέπει να χρησιμοποιούν συναρπαστικές ιστορίες, οπτικοποίηση δεδομένων και εξατομικευμένα μηνύματα για να μεταφέρουν τα θετικά αποτελέσματα και την αξία που δημιουργούν οι συνεργασίες στους ενδιαφερόμενους, συμπεριλαμβανομένων των εταιρικών εταίρων, των δωρητών και της ευρύτερης κοινότητας.



Μελέτη περίπτωσης: ING και UNICEF

Για να παρουσιάσουμε τι σημαίνει αυτή η εταιρική συνεργασία στη ζωή μας, θα παρουσιάσουμε μια μελέτη περίπτωσης για να μιλήσουμε για όλες τις παραπάνω πτυχές.

Η ING είναι ένα παγκόσμιο χρηματοπιστωτικό ίδρυμα με έδρα το Άμστερνταμ, του οποίου η κύρια λειτουργία είναι η παροχή τραπεζικών, ασφαλιστικών και επενδυτικών υπηρεσιών.

Η UNICEF είναι ένας μη κερδοσκοπικός οργανισμός που ιδρύθηκε το 1946 και έχει παρουσία σε περισσότερες από 190 χώρες, ο οποίος είναι αφιερωμένος στην πρόωση και υπεράσπιση των δικαιωμάτων όλων των παιδιών στον κόσμο.

Η συνεργασία της ING και της UNICEF αποσκοπεί στο να βοηθήσει τα παιδιά από τις αναπτυσσόμενες χώρες να πάνε σχολείο. Έτσι, οι νέοι από χώρες όπως η Αιθιοπία, η Ζάμπια, η Ινδία, η Βραζιλία και οι Φιλιππίνες μπορούν να λάβουν εκπαίδευση και να αυξήσουν την πιθανότητα να ξεφύγουν από τη φτώχεια και να οικοδομήσουν ένα καλύτερο μέλλον χάρη στις προσπάθειες αυτών των οργανισμών. Η ING και η UNICEF συνέβαλαν στην επίτευξη του Αναπτυξιακού Στόχου 2 της Χιλιετίας: "Επίτευξη καθολικής πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης".

Η ING και οι υπάλληλοί της έχουν εμπλακεί έντονα και έχουν δημιουργήσει μια ισχυρή στρατηγική συνεργασία, ακόμη και έχουν δωρίσει το χρόνο και τα χρήματά τους για να βοηθήσουν στην υλοποίηση αυτού του έργου. Κατά τη διάρκεια των ετών πριν από το 2005, η εταιρεία ING είχε πραγματοποιήσει κάποιες τοπικές και ειδικές πρωτοβουλίες με τη συμμετοχή των εργαζομένων της στις χώρες όπου δραστηριοποιείται, προκειμένου να αναπτύξει ευεργετικά προγράμματα ειδικά για τα παιδιά. Επέλεξαν τη UNICEF επειδή η οργάνωση αυτή είναι παρούσα σε όλο τον κόσμο, είναι διαφανής και ειλικρινής, οπότε είναι ευκολότερο να βασιστεί κανείς απόλυτα σε αυτήν, και το κύριο καθήκον της είναι να προστατεύει τα δικαιώματα των παιδιών σε όλο τον κόσμο, οπότε διαθέτει τις απαραίτητες γνώσεις και δεξιότητες για την εκτέλεση έργων μεγάλης κλίμακας.

Η συνεργασία αυτή ήταν θετική και για τις δύο πλευρές. Από τη μία πλευρά, η UNICEF χρειαζόταν νέους συνεργάτες για να αποκτήσει περισσότερους πόρους και έτσι να μπορέσει να βοηθήσει περισσότερα παιδιά. Από την άλλη πλευρά, η ING υποστήριξε το έργο αυτό με την ιδέα να προβάλει κάποια από τα τοπικά της προγράμματα, να βελτιώσει τη ζωή πολλών παιδιών με λίγους πόρους και να κάνει γνωστή την εικόνα της κοινωνικά υπεύθυνης εταιρείας.

Η συνεργασία μεταξύ της ING και της UNICEF έχει εξελιχθεί με την πάροδο των ετών και έχουν προστεθεί νέα προγράμματα και δραστηριότητες με στόχο τη συγκέντρωση κεφαλαίων για την παροχή ποιοτικής εκπαίδευσης και καλύτερων συνθηκών διαβίωσης. Οι εργαζόμενοι είχαν την ευκαιρία να συμμετάσχουν στον εθελοντισμό της συνεργασίας και να ασκήσουν οποιαδήποτε από τις ιδιότητές τους ως χρηματοοικονομικές συμβουλευτικές υπηρεσίες. Η ING συγκέντρωσε κεφάλαια εσωτερικά μέσω λαχειοφόρων αγορών, πλειστηριασμών ή με την πραγματοποίηση ορισμένων εσωτερικών εκδηλώσεων, όπως ο Μαραθώνιος ING ή το τουρνουά γκολφ της ING. Αυτή η συνεργασία με περισσότερα από 10 χρόνια ζωής έχει επιτύχει καλύτερη ποιότητα εκπαίδευσης για περισσότερα από 1 εκατομμύριο παιδιά στις πιο απομακρυσμένες περιοχές του κόσμου κυρίως. Κατά τη διάρκεια αυτών των ετών, η ING συγκέντρωσε περισσότερα από 29 εκατομμύρια ευρώ για τη βελτίωση των εκπαιδευτικών προγραμμάτων. Στην πραγματικότητα, η ετήσια έκθεση της ING (ING Bank, 2014) έδειξε μια θετική τάση στο επίπεδο της δέσμευσης των εργαζομένων προς την εταιρεία, που έγινε 75% πριν από δύο χρόνια. Στην περίπτωση της Αιθιοπίας έχουν κατασκευαστεί συνολικά 458 κέντρα βασικής εκπαίδευσης που παρέχουν εκπαίδευση σε πάνω από 50.000 παιδιά. Από την άλλη πλευρά, στη Ζάμπια έχουν δημιουργηθεί 13 νέα σχολεία που παρέχουν ποιοτική εκπαίδευση σε πάνω από 84.000 παιδιά και έχουν διαμορφωθεί 344 εκπαιδευτικοί προκειμένου να έχουν ανώτερες γνώσεις. Αυτές είναι μόνο δύο χώρες που πρέπει να επισημανθούν, αλλά κατά τη διάρκεια της συνεργασίας συνεργάστηκαν για να βοηθήσουν πέντε χώρες.

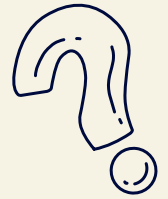
Ως εκ τούτου, γνωρίζοντας την επιτυχία που σημείωσε η εκστρατεία "Ευκαιρίες για τα παιδιά", η ING και η UNICEF αποφάσισαν να επεκτείνουν τη συνεργασία τους και να δημιουργήσουν νέα προγράμματα για το μέλλον. Έτσι, το έργο αυτό επενδύει σε μια γενιά νέων ανθρώπων τη στιγμή που χρειάζονται περισσότερο βοήθεια.



ΚΟΥΙΖ

1. Ποιο από τα παρακάτω ΔΕΝ αποτελεί βήμα για τον εντοπισμό πιθανών εταιρικών εταίρων;

- a. Εξετάστε την ευθυγράμμιση
- b. Έρευνα
- c. Αξιολογήστε τους υπαλλήλους
- d. Αξιοποίηση διαδικτυακών πόρων



2. Ποιος είναι ο πρωταρχικός σκοπός της εταιρικής χορηγίας σε προγράμματα εθελοντισμού;

- a. Για να δωρίσετε προϊόντα
- b. Παροχή οικονομικής στήριξης με αντάλλαγμα την αναγνώριση και την προβολή
- c. Να συμμετάσχουν οι εργαζόμενοι στον εθελοντισμό
- d. Ανάπτυξη μακροπρόθεσμων κοινοτικών έργων

3. Σωστό ή Λάθος: Οι συμπράξεις εταιρικής κοινωνικής ευθύνης (ΕΚΕ) επικεντρώνονται αποκλειστικά στις οικονομικές συνεισφορές των επιχειρήσεων σε μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς.

4. Σωστό ή Λάθος: Η αποτελεσματική επικοινωνία είναι απαραίτητη για την ευθυγράμμιση των στόχων και τη διαχείριση των προσδοκιών στις εταιρικές συνεργασίες.

5. Σωστό ή Λάθος: Δεν χρειάζεται να επενδύσετε σε ενδεδειγμένη έρευνα και στρατηγικά βήματα για να εντοπίσετε εταιρικούς εταίρους που είναι κατάλληλοι για να υποστηρίξουν και να συνεργαστούν με τα εθελοντικά σας προγράμματα.

6. Η εταιρική φιλανθρωπία αναφέρεται σε ενέργειες όπου οι εταιρείες δωρίζουν κεφάλαια, προϊόντα ή υπηρεσίες για την υποστήριξη μη κερδοσκοπικών οργανισμών χωρίς να αναμένουν απολαβές _____indirect financial

- a. άυλα χρηματοοικονομικά
- b. άμεση οικονομική
- c. άμεση οικονομική



7. Αντιστοιχίστε τους ακόλουθους τύπους εταιρικών συμπράξεων με τις περιγραφές τους:

- a. Εταιρική χορηγία
- b. Προγράμματα εθελοντισμού των εργαζομένων
- c. Εθελοντισμός βάσει δεξιοτήτων
- d. Συμπράξεις μάρκετινγκ αιτίας

1. Οι επιχειρήσεις ευθυγραμμίζουν τις προσπάθειες μάρκετινγκ με κοινωνικούς ή περιβαλλοντικούς σκοπούς, συνεργαζόμενες με μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς.
2. Οι εταιρείες ενθαρρύνουν τους υπαλλήλους τους να προσφέρουν εθελοντικά το χρόνο και τις δεξιότητές τους για την υποστήριξη μη κερδοσκοπικών οργανισμών ή κοινοτικών πρωτοβουλιών.
3. Οι εταιρείες παρέχουν οικονομική υποστήριξη σε προγράμματα εθελοντισμού με αντάλλαγμα την αναγνώριση, τις ευκαιρίες επωνυμίας και την προβολή.
4. Οι εταιρείες προσφέρουν στους υπαλλήλους τους ευκαιρίες να χρησιμοποιήσουν τις επαγγελματικές τους δεξιότητες και την τεχνογνωσία τους για την υποστήριξη μη κερδοσκοπικών οργανισμών.

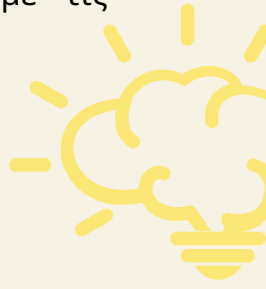
8. Ποιο από τα ακόλουθα είναι ένα πλεονέκτημα από τη συμμετοχή εταιρικών εταίρων στις διαδικασίες σχεδιασμού και λήψης αποφάσεων των εθελοντικών προγραμμάτων;

- a. Εξασφαλίζει οικονομική στήριξη
- b. Δημιουργεί παθητικούς δωρητές
- c. Αξιοποιεί την τεχνογνωσία και τους πόρους τους
- d. Εγγυάται μακροχρόνια δέσμευση

9. Ποιος είναι ο κύριος στόχος της μέτρησης του κοινωνικού αντίκτυπου των εταιρικών συμπράξεων; To evaluate financial gains for the corporation

- a. Αξιολόγηση της συμβολής στη θετική κοινωνική αλλαγή και την ανάπτυξη της κοινότητας
- b. Για να παρακολουθείτε τις ώρες εθελοντισμού
- c. Προώθηση της εταιρικής επωνυμίας

10. Σωστό ή Λάθος: Η λανθασμένη οικολογική πλήση αναφέρεται σε εταιρείες που έχουν καταβάλει σημαντικές προσπάθειες για τη βελτίωση των περιβαλλοντικών επιδόσεων, αλλά επικοινωνούν τις προσπάθειες αυτές αναποτελεσματικά.





ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

Εν κατακλείδι, ο παρών οδηγός υπογραμμίζει τον σημαντικό αντίκτυπο της αποτελεσματικής διαχείρισης των εθελοντών στη βελτίωση της κοινότητας και στην προσωπική ανάπτυξη. Οι εθελοντές διαδραματίζουν ουσιαστικό ρόλο ως θετικοί παράγοντες αλλαγής, αντιμετωπίζοντας ποικίλες κοινωνικές προκλήσεις και προωθώντας τη δημιουργία αυτοσυντηρούμενων και ικανών κοινοτήτων. Ο παρών οδηγός έχει ως στόχο να παράσχει στους εργαζόμενους σε θέματα νεολαίας και στους μέντορες ολοκληρωμένες γνώσεις και πρακτικά εργαλεία για την αποτελεσματική και υπεύθυνη διαχείριση προγραμμάτων εθελοντισμού.

Ακολουθώντας τα λεπτομερή κεφάλαια για τα βασικά στοιχεία του προγράμματος εθελοντισμού, την αξιολόγηση, τις εκστρατείες, την οικονομική διαχείριση και τις εταιρικές συνεργασίες, οι οργανισμοί μπορούν να βελτιώσουν σημαντικά τη δέσμευση των εθελοντών, την αφοσίωση και τη συνολική λειτουργική αποδοτικότητα. Ο οδηγός ευθυγραμμίζεται με τη στρατηγική της ΕΕ για τη νεολαία, τονίζοντας τη σημασία του εθελοντισμού στην αύξηση των ευκαιριών απασχόλησης, των κοινωνικών δεξιοτήτων και της αλληλεγγύης μεταξύ των γενεών.

Η εφαρμογή των πρακτικών που περιγράφονται στον παρόντα οδηγό θα επιτρέψει στους οργανισμούς να δημιουργήσουν μια κουλτούρα σεβασμού, αναγνώρισης και συνεχούς βελτίωσης, διασφαλίζοντας ότι οι εθελοντές αισθάνονται ότι εκτιμώνται και εμπνέονται. Τελικά, ο πόρος αυτός έχει σχεδιαστεί για να εμπνεύσει και να ενδυναμώσει τις ομάδες να αξιοποιήσουν τις δυνατότητες της εθελοντικής υπηρεσίας ώστε να είναι μετασχηματιστικές, κάνοντας τον κόσμο καλύτερο μέσω της συλλογικής δράσης. Ενισχύοντας τους δεσμούς της κοινότητας και ανοίγοντας το δρόμο για ένα ελπιδοφόρο μέλλον, οι ορθές πρακτικές διαχείρισης των εθελοντών θα ενισχύσουν τον αντίκτυπο των εθελοντικών προσπαθειών και θα οδηγήσουν σε ουσιαστική θετική αλλαγή.



ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ ΣΤΑ ΚΟΥΙΖ

ΚΟΥΙΖ 1

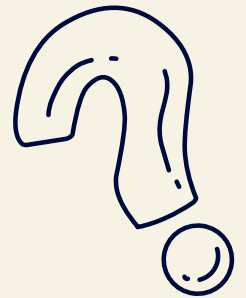
1. γ) Αναγνώριση των συνεισφορών τους
2. γ) Διαφάνεια και συνεργασία
3. β) Παροχή πρακτικών συμβουλών και συμβουλών για πιθανά σενάρια
4. α) Διαφάνεια και συνεργασία
5. β) Αναγνώριση των συνεισφορών και των προσπαθειών των εθελοντών
6. γ) Περιορισμένη αναγνώριση
7. ΛΑΘΟΣ
8. ΛΑΘΟΣ
9. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ
10. ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ



ΚΟΥΙΖ 2

Συμπληρώστε τις λέξεις που λείπουν.

1. καταγεγραμμένο, γεγονός, επικύρωση, ευρήματα, ποιοτικό, ποσοτικό
2. υπολογίζει, υπολογίζει, παρατηρεί, ταξινομεί, επισημαίνει
3. μετρημένος, αριθμητικός, ερωτηματολόγια, κλειστού τύπου, συσχέτιση, παλινδρόμηση, μέσος όρος, τρόπος, μέσα



Επιλέξτε τη/τις σωστή/ες εναλλακτική/ές λύση/ές.

4. 4.1; 4.3
5. 5.1; 5.2
6. 6.1;6.2
7. TRUE





8. FALSE

9. FALSE

10. ΛΑΘΟΣ

ΚΟΥΙΖ 3

1. γ) Προσδιορισμός των αναγκών σε εθελοντές

2. β) Διασφάλιση της κατανόησης των ευθυνών των εθελοντών

3. β) Με την ενίσχυση της εμπιστοσύνης και της ενδυνάμωσης των εθελοντών

4. α) Με την παρακράτηση υλικού εκστρατείας από τους εθελοντές

5. β) Με την παροχή μιας φιλικής προς τον χρήστη ηλεκτρονικής πλατφόρμας για την εγγραφή εθελοντών

6. ΑΛΗΘΙΝΗ

7. ΣΩΣΤΟ

8. ΣΩΣΤΟ

9. SMART

10 ΣΗΜΕΙΑ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

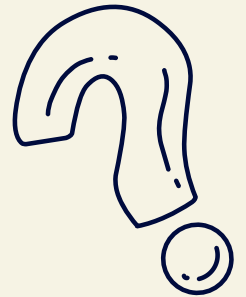
11. ΜΙΑ ΩΡΑ

12. ΣΤΟΧΟΙ



ΚΟΥΙΖ 4

1. FALSE
2. 1-D, 2-C, 3-B, 4-A
3. ΛΑΘΟΣ
4. Μισθός εθελοντή
5. Ευρωπαϊκό Σώμα Αλληλεγγύης
6. Ενοχή για να δωρίσουν οι άνθρωποι
7. Ναι, πρέπει να λάβουμε υπόψη μας τα ηθικά πρότυπα
8. ΛΑΘΟΣ
9. Όλα τα παραπάνω
10. ΣΩΣΤΟ
11. Ναι, διότι ακόμη και η υποψία για σύγκρουση συμφερόντων θα μπορούσε να
12. ΛΑΘΟΣ
13. Συμμετοχικός προϋπολογισμός
14. Κρατήστε το επίσημο και μην λέτε ιστορίες



ΚΟΥΙΖ 5

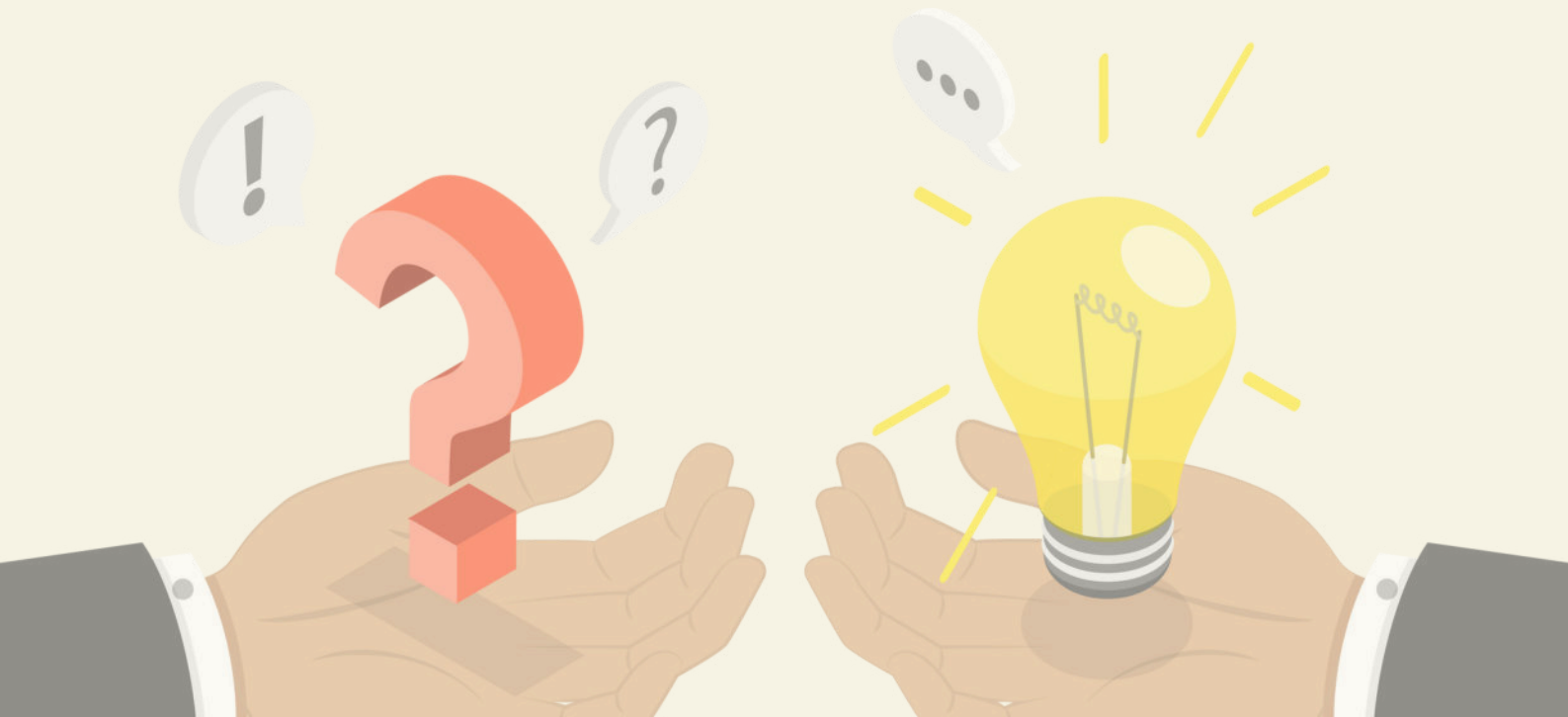
1. γ) Αξιολόγηση των εργαζομένων
2. β) Να παρέχουν οικονομική στήριξη με αντάλλαγμα την αναγνώριση και την προβολή
3. ΛΑΘΟΣ
4. ΣΩΣΤΟ
5. FALSE
6. γ) άμεσο οικονομικό
7. Α-3, Β-2, Γ-4, Δ-1
8. γ) αξιοποιεί την τεχνογνωσία και τους πόρους τους





9. β) Αξιολόγηση της συμβολής στη θετική κοινωνική αλλαγή και την ανάπτυξη της κοινότητας

10. ΣΩΣΤΟ



ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Κεφάλαιο 1. Διαχείριση προγραμμάτων εθελοντισμού

Connor, T.D. (1999) The Volunteer Management Handbook: Wiley Nonprofit Series

Volunteer Development Agency (2001) As good as they give: planning volunteer involvement, Volunteer Development Agency: Belfast, Northern Ireland.

Connor, T.D. (1999) The Volunteer Management Handbook: Wiley Nonprofit Series

McCurley, S. and Lynch, R. (1998), Essential Volunteer Management. Director of Social Change

Dyer, F. and Jost, J. (2002) Recruiting Volunteers ("How To" Manage)

Ellis, S.J. (1996) The Volunteer Recruitment (and Membership Development) Handbook.

<https://www.eesc.europa.eu/en/news-media/news/volunteering-empowers-society-whole-and-each-one-us-individuals>

<http://www.energizeinc.com/>

<https://www.volunteer.ie/>

Κεφάλαιο 2. Αξιολόγηση των Προγραμμάτων Εθελοντισμού

Fan, A. F. (2024). Instructional evaluation in social studies: types, instruments, and problems. Retrieved from:

<https://www.globalacademicgroup.com/journals/knowledge%20review/Fan%20Akran%20Fan5555.pdf>

The People's University. Unit 5. Assessment and evaluation in social science. Retrieved from: <https://egyankosh.ac.in/bitstream/123456789/46717/1/Unit-5.pdf>

Eval Community. Differences between evaluation and social science research. Retrieved from: <https://www.evalcommunity.com/career-center/differences-between-evaluation-and-social-science-research/>

The Peak Performance Center. (2024). Types of evaluations. Retrieved from: <https://thepeakperformancecenter.com/business/learning/business-training/types-of-evaluations/>

University of South Carolina. (2024). Importance of providing meaningful student feedback. Center for teaching excellence. Retrieved from: https://sc.edu/about/offices_and_divisions/cte/teaching_resources/grading_assessment_toolbox/providing_meaningful_student_feedback/index.php

Federation University. Types of feedback. Retrieved from: <https://federation.edu.au/staff/learning-and-teaching/teaching-practice/feedback/types-of-feedback>

University of Greenwich. Types of feedback. Learning and teaching. Retrieved from: <https://www.gre.ac.uk/learning-teaching/assessment/feedback/types>

LinkedIn. What's your feedback integration strategy? Retrieved from: <https://www.linkedin.com/advice/0/whats-your-feedback-integration-strategy>

LinkedIn. How do you integrate feedback into your daily routines and habits for continuous improvement? Retrieved from: <https://www.linkedin.com/advice/0/how-do-you-integrate-feedback-your-daily-routines#:~:text=To%20integrate%20feedback%20into%20your%20daily%20rou,tines%20and%20habits%2C%20you,contrast%20the%20feedback%20you%20re,ceive>

PhD Assistance. What is the difference between data collection and data analysis? Retrieved from: <https://www.phdassistance.com/blog/what-is-the-difference-between-data-collection-and-data-analysis/>

Couchbase Product Marketing (2024). Data analysis methods: qualitative vs. quantitative. Retrieved from: <https://www.couchbase.com/blog/data-analysis-methods/>

Business Research Methodology. (2024). Quantitative data analysis. Retrieved from: <https://research-methodology.net/research-methods/data-analysis/quantitative-data-analysis/>

Business Research Methodology. (2024). Qualitative data analysis. Retrieved from: <https://research-methodology.net/research-methods/data-analysis/qualitative-data-analysis/>

Chunuram, S. (2023). Data analysis in social science research. Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/373438651_DATA_ANALYSIS_IN_SOCIAL_SCIENCE_RESEARCH

Indeed Editorial Team. (2022). How to conduct an interview as a journalist (with steps). Retrieved from: <https://uk.indeed.com/career-advice/interviewing/how-to-conduct-interview-as-journalist>

Smart, J. (2020). Planning an evaluation. Evidence and Evaluation support. Australian Institute of Family studies. Retrieved from: <https://aifs.gov.au/resources/practice-guides/planning-evaluation>

Western Australian Center for Health Promotion Research (2024). Indicators for evaluation. Retrieved from: <https://mypeer.org.au/monitoring-evaluation/indicators-for-evaluation/#:~:text=Impact%20indicators%20monitor%20the%20progress,knowledge%2C%20attitudes%20and%20intended%20behaviour.>

Κεφάλαιο 3. Εκστρατεία

Idealist. (2023). Volunteer Recruitment & Retention. Retrieved from <https://www.idealist.org/en/orgs/volunteer-recruitment-retention>

Points of Light. (n.d.). Seeking Volunteers. Retrieved from <https://www.pointsoflight.org/seeking-volunteers/>

SMART Criteria. (n.d.). In Wikipedia. Retrieved from https://en.wikipedia.org/wiki/SMART_criteria

Pinkleton, B. E., & Austin, E. W. (2015). Strategic Public Relations Management: Planning and Managing Effective Communication Campaigns.

Crises Control. (n.d.). Crisis Management Framework. Retrieved from <https://www.crisis-control.com/blogs/crisis-management-framework/>

Κεφάλαιο 4. Αποτελεσματική διαχείριση κεφαλαίων

Bowyer, J., Deridder A., Kerekes, K, 2004, T-kit 9 Funding and Financial Management, available online: <https://pjp-eu.coe.int/en/web/youth-partnership/t-kit-9-funding-and-financial-management>

European Union, n.d., European Solidarity Corps. The Power of Together, available online: https://youth.europa.eu/solidarity_en

Jovesolides, n.d., Factor 5, available online: <https://www.escuelacreactiva.org/en/portfolio/factor-5/>

National Council of Nonprofits, n.d., Conflict of Interests, available online: <https://www.councilofnonprofits.org/running-nonprofit/governance-leadership/conflicts-interest>

Wampler, Brian, 2000, A guide for participatory budgeting, available online: <https://internationalbudget.org/wp-content/uploads/A-Guide-to-Participatory-Budgeting.pdf>

Workshop for Civil Initiatives Foundation, 2020, Standards for good governance of a civil society organization, available online (in Bulgarian): https://frgi.bg/uploads/Standarti-za-dobro-upravlenie-na-NPO/Standarti_Dobro_Upravlenie_CSOs-docx.pdf

Κεφάλαιο 5. Εταιρική σύμπραξη

Hinton, R., Bronwin, R., & Savage, L. (2019) Exploring Research–Policy Partnerships in International Development Cover Page Edited by: James Georgalakis and Pauline Rose

Maker Castro, E., & Cohen, A. K. (2020, December 3). Fostering youth civic engagement through effective mentorship: Understanding the college student volunteer mentors who succeed. *Journal of Community Psychology*, 49(2), 605–619. <https://doi.org/10.1002/jcop.22482>

Balachandran, S. (2024, January 18). The inside track: Entrepreneurs' corporate experience and startups' access to incumbent partners' resources. *Strategic Management Journal*. <https://doi.org/10.1002/smj.3576>

Malherbe, M., & Tellier, A. (2022, April 27). Explaining the nonalignment of ecosystem partners: A structuralist approach. *Strategic Organization*, 147612702210842. <https://doi.org/10.1177/14761270221084224>

Schwenger, B. K. (2019, December 18). Creating blended learning experiences requires more than digital skills. *Pacific Journal of Technology Enhanced Learning*, 2(1), 35. <https://doi.org/10.24135/pjtel.v2i1.46>

Dunas, N. V. (2021). Global Trends anTheoretic aspects of the formation and development of public-private partnership

Olsen, J. K. (2022). Effective Cross-National Respectful Partnerships: A Case Study of Peace Corps' Volunteer Covid-19 Volunteer Evacuation. *Annals of Global Health*, 88(1). <https://doi.org/10.5334/aogh.3696>

Horan, D. (2022, January 4). A framework to harness effective partnerships for the sustainable development goals. *Sustainability Science*, 17(4), 1573–1587. <https://doi.org/10.1007/s11625-021-01070-2>

https://www.bsr.org/reports/Understanding%20Preventing_Greenwash.pdf
<https://charitydigital.org.uk/topics/how-your-charity-can-avoid-greenwashing-10317>

<https://www.fm-magazine.com/issues/2019/apr/successful-corporate-ngo-partnerships.html>



jovesólides
JÓVENES HACIA
LA SOLIDARIDAD
Y EL DESARROLLO



MP4MENTORS

**ΟΔΗΓΟΣ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΜΕΝΤΟΡΕΣ
ΚΑΙ ΤΟΥΣ ΣΥΝΤΟΝΙΣΤΕΣ ΤΩΝ
ΕΘΕΛΟΝΤΩΝ**



**Co-funded by
the European Union**