

Networking: Budowanie społeczności i zaangażowanie



Advancing the Third Sector
through Innovation & Variation



Erasmus+

Wstęp

Organizacje pozarządowe są organizacjami utworzonymi w celu wspierania społeczności i pozytywnego oddziaływania na społeczeństwo. Ich wysiłki są bezsensowne bez społeczności. Dlatego rozwój relacji ze społecznością jest niezbędny dla organizacji pozarządowych. W celu bardziej skutecznego wspólnego działania społeczności powinny być zaangażowane i zachęcane do włączania się w rozwiązywanie problemów społecznych. Zaangażowanie i wzmocnienie pozycji społeczności są zatem podstawą działalności organizacji pozarządowych.

Zarys rozwoju społeczności

Znaczenie społeczności dla organizacji pozarządowych

Poznawanie społeczności

Strategie planowania społeczności

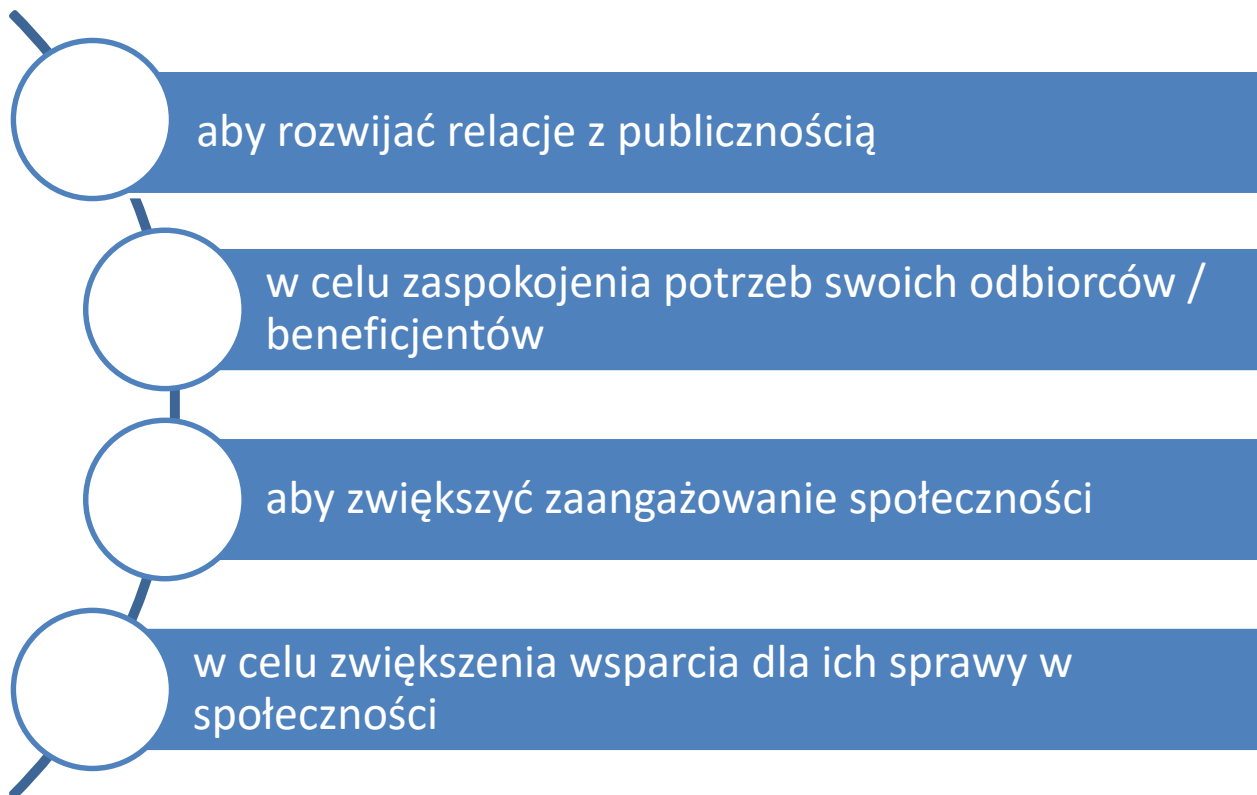
Zaangażowanie społeczności



Znaczenie społeczności dla organizacji pozarządowych

Struktura

Rozwój społeczności to termin odnoszący się do strategii i działań podejmowanych przez organizacje pozarządowe mające na celu:



Jaka jest społeczność organizacji pozarządowej?

Społeczność organizacji pozarządowej to **odbiorcy**, do których zwraca się poprzez swoje projekty i działania. Organizacja pozarządowa powinna mieć wzajemnie korzystne relacje ze swoją społecznością.

Zależności te są rozwijane z czasem, zgodnie ze strategicznym podejściem.

Struktura społeczności

- Beneficjenci działalności organizacji pozarządowej
- Rodziny beneficjentów
- Pracownicy
- Wolontariusze
- Inne formalne lub nieformalne organizacje

Jak zidentyfikować społeczność organizacji pozarządowej? (1)

Obserwuj, kto angażuje się w projekty organizacji

Weryfikuj konta społecznościowe organizacji, aby zobaczyć, kto jest aktywny, komentuje, udostępnia informacje itp.

Zidentyfikuj osoby / organizacje, które kontaktują się z przedstawicielami organizacji pozarządowych

Nawiąż kontakt z beneficjentami projektów organizacji

Jak zidentyfikować społeczność organizacji pozarządowej? (2)

W razie potrzeby skontaktuj się z rodzinami beneficjentów projektów opracowanych przez organizację pozarządową

Zidentyfikuj lokalnych interesariuszy

Monitoruj dyskusje różnych interesariuszy w mediach społecznościowych

Przeprowadź badania, aby dowiedzieć się, na kogo organizacja ma wpływ, kto jest zainteresowany jej działalnością

FINANCE REPORT

ACCOUNT REPORT

DASHBOARD > INCOME

DAILY WEEKLY MONTHLY



TOTAL INCOME



LINE ITEMS	16.15 M\$
SHIPPING	0.15 M\$
TAXES	0%
TOTAL	16.3 M\$

LINE ITEMS	13.5 M\$
SHIPPING	0.2 M\$
TAXES	0%
TOTAL	13.7 M\$

LINE ITEMS	13.00 M\$
SHIPPING	0\$
TAXES	0%
TOTAL	13.00 M\$

Poznawanie społeczności

Zrozum swoją społeczność

- Aby skutecznie zrealizować misję, organizacja pozarządowa musiałaby rozwinąć **funkcjonalną społeczność i funkcjonalne relacje ze społecznością**.
- O ile nie zostanie osiągnięte aktywne wsparcie społeczności, organizacji pozarządowej może być trudno wywrzeć **długoterminowy wpływ**.
- Organizacja pozarządowa powinna odpowiadać na złożone potrzeby, życzenia i motywacje różnych grup odbiorców i interesariuszy, powinna spełniać wymagania całej społeczności.
- Nie jest to jednak łatwe do osiągnięcia, a zrozumienie społeczności jest kluczem w tych ramach.

Segmentacja

Zrozumienie społeczności jest trudne, zwłaszcza biorąc pod uwagę, że **nie jest ona jednorodna**. Społeczność składa się w rzeczywistości z kilku segmentów odbiorców, czasem zupełnie odmiennych pod względem cech społeczno-demograficznych i ekonomicznych, zainteresowań i potrzeb lub wizji przyszłości. Dlatego moglibyśmy porozmawiać o kilku społecznościach.

Obserwacja i zrozumienie różnych społeczności organizacji pozarządowej jest wyzwaniem, wymaga podejścia **interdyscyplinarnego**: ekonomicznego, socjologicznego, psychologicznego itp.

Łączenie a zrozumienie

Organizacje pozarządowe są zasadniczo powiązane ze swoimi społecznościami, regularnie wchodzą w interakcje z różnymi przedstawicielami tych społeczności. Niemniej nie oznacza to, że dogłębnie rozumieją swoje społeczności i interesariuszy. Dlatego zaleca się **systematyczne badania**, aby wyeliminować przypuszczenia i być w stanie opracować odpowiednie projekty, oparte na faktach i potrzebach.

Ograniczenia

Badania społeczności pomagają organizacjom w lepszym projektowaniu zarówno strategii budowania społeczności, jak i programów rozwojowych. Istnieje wiele czynników, które powodują, że organizacje pozarządowe powstrzymują się od bezpośrednich badań społeczności:

Brak funduszy

Brak czasu

Brak
wykwalifikowanych
ludzi

Brak zrozumienia
korzyści

Słuchaj swojej społeczności

Badaniom powinna towarzyszyć chęć wysłuchania członków różnych społeczności. **Monitorowanie** wiadomości i informacji zwrotnych od członków społeczności, partnerów i innych zainteresowanych stron, wraz z bezpośrednimi badaniami, prowadzi do zwiększenia znaczenia strategii i działań organizacji pozarządowych, ponieważ opierają się one na faktach i wiedzy, a nie na założeniach i wrażeniach.

Zaplanuj badanie potrzeb

Planowanie badań wymaga kilku kroków:

Określenie celów badania aby lepiej zrozumieć społeczności, sprawdzenie pomysłów, zbadanie perspektyw rozwoju, ocenę przeszłych działań

Plan badań - główne aspekty, które należy zdefiniować, to metody badań i uczestnicy.

Wyniki w celu zbadania wyników i zdefiniowania implikacji.

Działanie na podstawie wyników we wdrażaniu programów budowania społeczności.

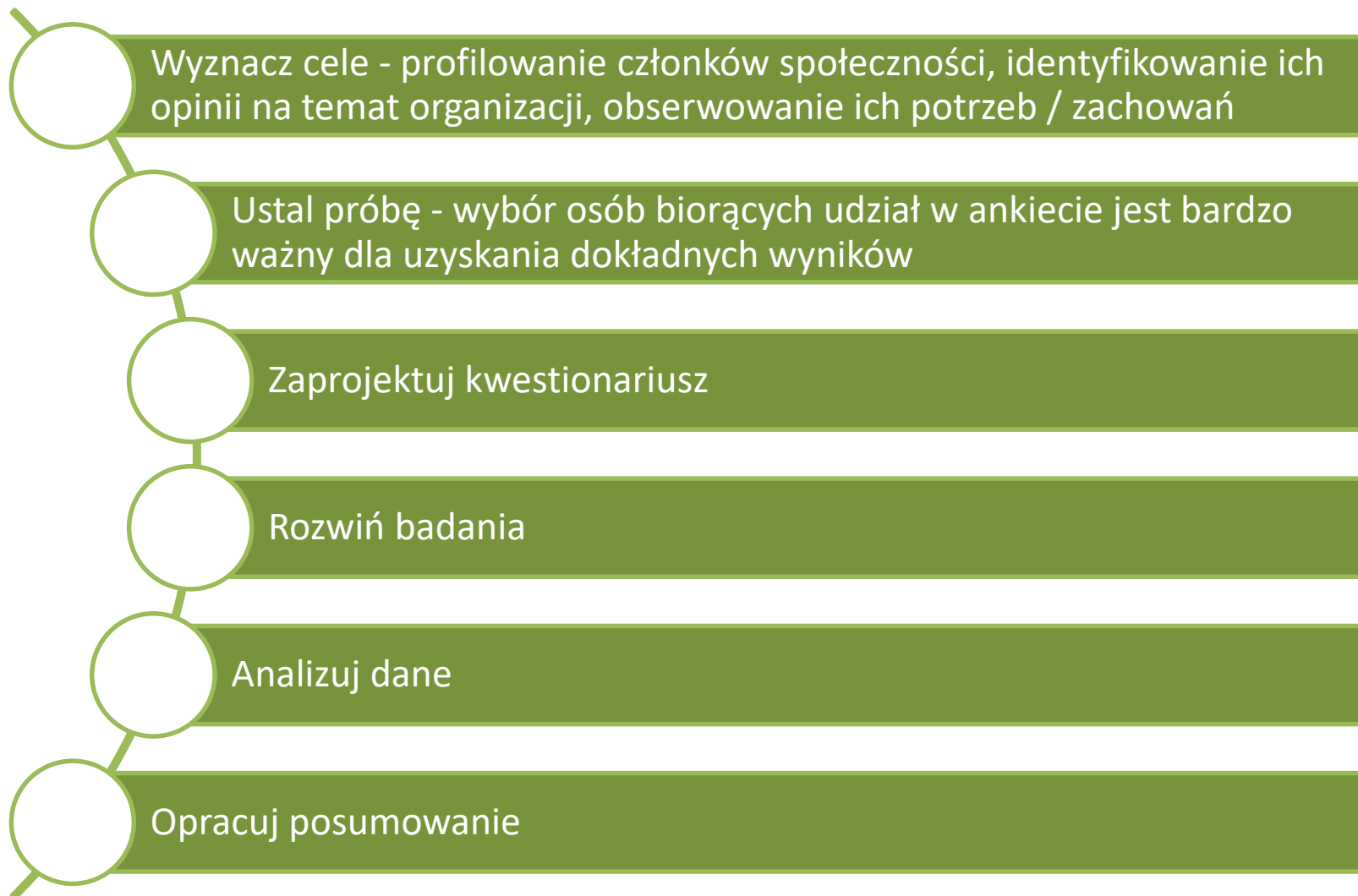
Rodzaje badań

Badania ilościowe mają na celu identyfikację wyników liczbowych. Taki rodzaj jest stosowany, gdy organizacja wie, czego szuka. Typowe wyniki pokazują, jak często coś się dzieje. Główną zastosowaną metodą jest ankieta.

Badania jakościowe mają charakter eksploracyjny. Wyniki pokazują, jak i dlaczego członkowie społeczności reagują, myślą itp. Główną zastosowaną metodą są wywiady (indywidualne lub w grupach fokusowych).



Planowanie ankiety

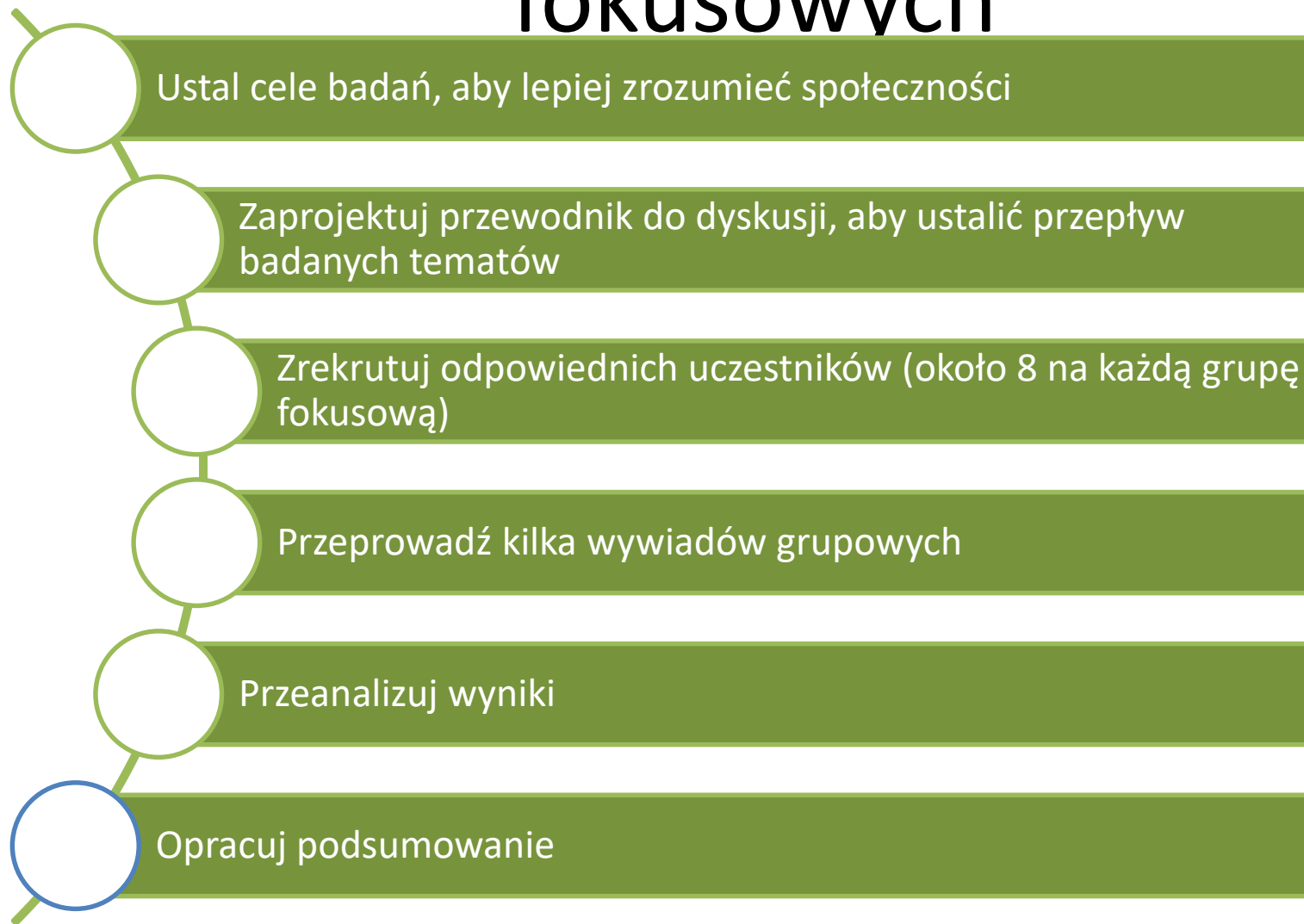




Grupy fokusowe

Grupa fokusowa jest rodzajem **wywiadu badawczego**, składającego się z niewielkiej grupy osób, które spotykają się pod kierunkiem moderatora w celu omówienia / przekazania swoich opinii na temat sprawy, organizacji, społeczności lub jakiejkolwiek innej kwestii. Dyskusje te pomagają organizacji pozarządowej lepiej zrozumieć społeczeństwo, społeczność i zainteresowane strony, a także lepiej zaplanować strategię i działalność.

Planowanie grup fokusowych



Jak korzystać z wyników badań

Opracuj agendę
związaną ze
społecznością i
interesariuszami

Opracuj programy
z udziałem
członków
społeczności

Zaprojektuj
materiały
promocyjne

Zwiększ udział w
projektach
organizacji
pozarządowych

Zwiększ bazę
pozyskiwania
funduszy

Rozwijaj
świadomość
własnej misji

Wspólnotowe badania partycypacyjne

Ten rodzaj badań jest stosunkowo nowym podejściem, opartym na prostej i skutecznej zasadzie: wszystkich zmian należy dokonać **dla społeczności i razem ze społecznością**. Celem jest zwiększenie wiedzy i zrozumienia danego zjawiska oraz włączenie wiedzy przedstawicieli społeczności do ekspertyz organizacji pozarządowej w celu opracowania lepszych strategii organizacyjnych, polityk i zmian społecznych oraz poprawy **jakości życia** w społeczności.

Wspólnotowe badania partycypacyjne to forma partnerstwa, której celem jest uzyskanie dokładnego wglądu w społeczność. Jest to forma badań z udziałem przedstawicieli społeczności i organizacji, a także badaczy we wszystkich aspektach procesu badawczego. Wszyscy zaangażowani partnerzy przyczyniają się swoją wiedzą i perspektywą oraz biorą udział w podejmowaniu decyzji.



Strategie planowania społeczności

Zasady planowania społeczności

Dobrze określony
cel

Wspólne wartości i
zrozumienie

Planowanie na
podstawie badań

Współpraca
wewnątrz i na
zewnątrz
organizacji

Zrównoważone
zasoby

Elastyczność w
planowaniu

Zrozumienie
społeczności i
interesariuszy

Transparentność

Ewaluacja i follow-
up

Dobrze określony cel

Określenie odpowiedniego i realistycznego celu jest kluczem do skutecznego planowania społeczności. Musi on być związany zarówno z misją organizacji pozarządowej, jak i jej **interesariuszami**. Dobrze sformułowany cel odnosi się do dostosowania głównych dążeń organizacji do jej wewnętrznego i zewnętrznego środowiska, do jej misji i interesariuszy.

Dobrze sformułowany **cel** pozwala na ukierunkowanie zarówno na efekty długoterminowe, jak i krótkoterminowe. Pomaga organizacjom pozarządowym pozostać skupionym i skutecznie stawić czoła wyzwaniom, zgodnie z interesariuszami i społecznością.

Wspólne wartości i zrozumienie

Interesariusze i społeczność organizacji pozarządowej mają kluczowe znaczenie dla celów, strategii i planowania działań. Wszyscy muszą wyznawać te same wartości i wizję wdrażania zmian.

Mapa prowadząca do osiągnięcia celu powinna zostać uzgodniona przez wszystkie zaangażowane podmioty.

Współpraca

Współpraca wewnątrz i na zewnątrz organizacji powinna być powszechną praktyką, zarówno podczas projektowania, jak i wdrażania strategii społeczności. Proces ten opiera się na **otwartości** i wyjaśnieniu wszystkich aspektów związanych ze społecznością.

Organizacja pozarządowa powinna stworzyć ramy ułatwiające zaangażowanie i współpracę społeczności.

Zróżnicowanie zasobów

Niezbędne zasoby są nie tylko finansowe. Planowanie powinno uwzględniać następujące zasoby:

Potrzebne budżety

Ludzi

Umiejętności

Materiały i narzędzia eksploatacyjne

Informacja

Rozwój społeczności jest procesem ciągłym, należy go uznać za rutynowe podejście obejmujące działania o niskiej złożoności i niskim budżecie.

Elastyczność

Planowanie powinno uwzględniać fakt, że ramy wdrażania mogą zostać zmienione w czasie. Dlatego planowanie rozwoju społeczności powinno być elastyczne, aby mogło ewoluować. Organizacja powinna ją zweryfikować i dostosować do zmieniającej się społeczności i środowiska.

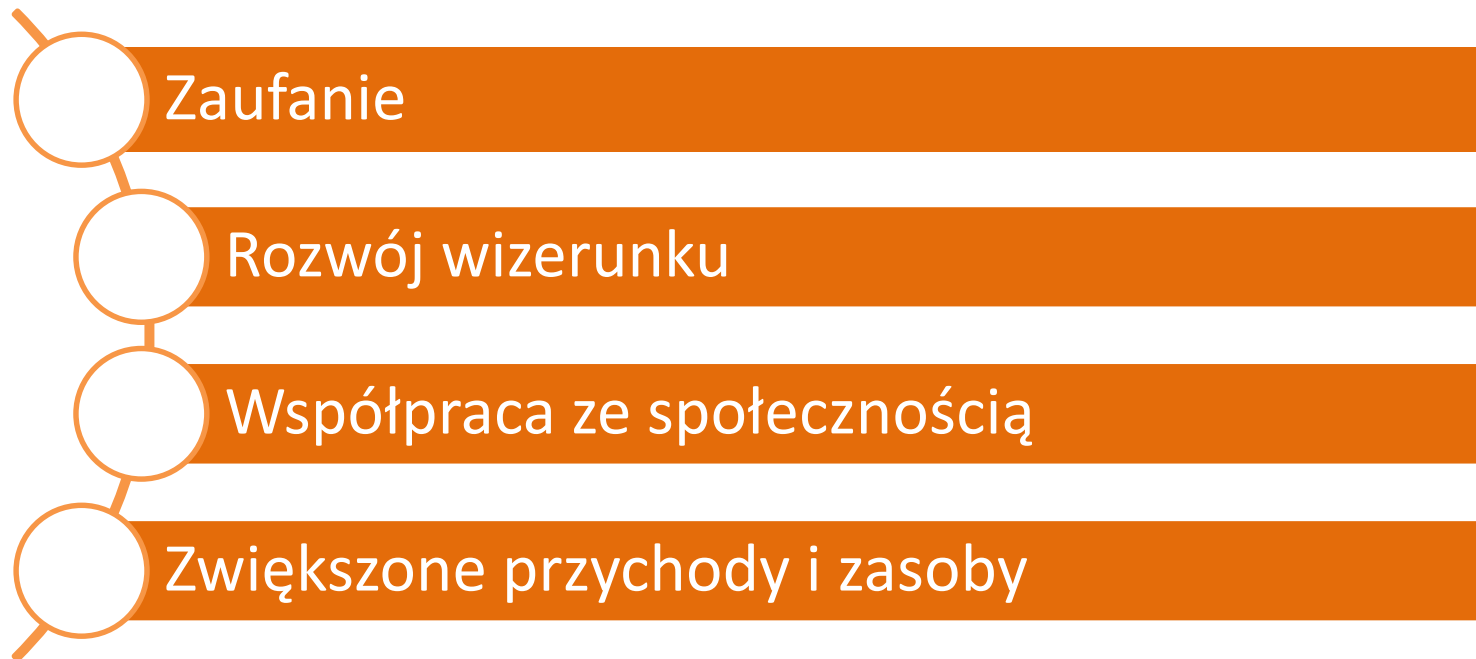
Zrozumienie społeczności i interesariuszy

Organizacja pozarządowa powinna określić korzyści dla społeczności, kto i jak może przyczynić się do planów rozwoju społeczności. Jest to oparte na dowodach i faktach wynikających z badań na temat obecnej społeczności i interesariuszy oraz ich przyszłej ewolucji.

Zrozumienie ich nie wystarczy, jeśli dane te nie zostaną uwzględnione w procesie planowania, a społeczność i interesariusze nie będą świadomi znaczenia opracowanych działań.

Transparentność

Zasada ta polega na wyjaśnieniu społeczności i interesariuszom strategii i działań. Przejrzystość zapewni organizacji pozarządowej:



Ewaluacja

Uwzględnienie planu ewaluacji społeczności i wpływu strategii rozwoju pomaga zwiększyć **skuteczność** strategii.

Terminowe monitorowanie społeczności prowadzi do lepszej współpracy i wsparcia działań organizacji pozarządowej.



Zaangażowanie społeczności

Definiowanie zaangażowania społeczności

Strategie zaangażowania społeczności mają na celu aktywizację społeczności, stymulowanie ich komunikacji, ułatwianie wymiany wewnątrz społeczności oraz między społecznością a organizacją pozarządową.

Pozwala to nie tylko na lepsze zrozumienie społeczności, ale także buduje relacje między społecznościami i organizacjami pozarządowymi. Dodatkowo zapewnia bardziej efektywny proces interwencji.

Linie działania

Określ członków społeczności, którzy pomogą sobie, pomagając organizacji pozarządowej

Lokalni liderzy powinni zostać zidentyfikowani i zaangażowani

Zidentyfikuj, zmotywuj i przeszkol grupę osób, które mogą się wielokrotnie angażować

Należy zaplanować działania, które mogłaby podjąć lokalna społeczność

Zapewnij informacje i wsparcie

Należy wdrożyć strategię działań następnych skierowaną do społeczności

Społeczności powinny działać

Rozwój społeczności powinien być kierowany przez same społeczności.

Organizacje pozarządowe mogą być organizatorami / partnerami / koordynatorami i gwarantami niektórych aspektów formalnych. Mogą **mobilizować zasoby i energię** społeczności w swoich wysiłkach na rzecz rozwoju.

Poziomy zaangażowania społeczności



Metody

Newslettery

Testimonial

Forum
dyskusyjne

Spotkania z
interesariuszami

Publiczne
pokazy sztuki

Kampanie
informacyjne

Warsztaty

Jury
obywatelskie

Inne

Newsletter

Newsletter to formy mediów, za pośrednictwem których organizacje prezentują się, swoje działania, wydarzenia i osiągnięte cele. Newslettery oferują taną możliwość interakcji między organizacjami pozarządowymi a ich interesariuszami.

Mogą być skutecznym sposobem informowania interesariuszy i bliskości organizacji pozarządowej.

Korzyści z newsletterów

- Wartość dodana dla odbiorcy
- Podaje natychmiastowe i aktualne informacje
- Oferuje platformy dyskusyjne
- Może zapewnić wyłącznieść w informacjach, biorąc udział w wydarzeniach specjalnych itp.
- Są przekonujące, ponieważ mogą wykorzystać opowiadanie historii
- Może stymulować darowizny
- Może stymulować inne korzyści zgodnie z określoną strategią i kontekstem

Projektowanie newslettera

Ustalenie celów

Określenie grupy odbiorców
(kto i dlaczego ktoś czyta
newsletter)

Dostosowanie newslettera,
uwzględniając potrzeby
częstotliwości odbiorców

Zaprojektowanie formularza,
aby odzwierciedlić markę /
cechy charakterystyczne

Monitorowanie reakcji
odbiorców / wpływ biuletynu

Główne rodzaje newsletterów

biuletyny rzecznicze

- mają na celu przekonanie czytelników do wyrażenia określonej opinii lub zmiany ich postawy i zachowania.

subskrypcyjne

- specjalizują się w temacie / dziedzinie działalności / branży, zapewniając bardzo szczegółowe informacje i analizy

Referencje

Członkowie społeczności mogą zostać zaangażowani i rozpocząć współpracę z organizacją pozarządową po podążeniu za przykładem innych członków społeczności. Bezpośrednie połączenie z zaangażowanymi członkami, a także referencje są czynnikami tego mechanizmu.

Referencje to oświadczenia wpływowych lub prostych członków społeczności - beneficjenta, interesariusza przedstawiającego zalety organizacji pozarządowej, jej programy, pozytywne wyniki itp. Referencje są prezentowane na stronie internetowej organizacji, kontach w mediach społecznościowych lub innych materiałach prezentacyjnych. Zaleca się opracowanie ich w formie zdjęć i filmów.

Forum dyskusyjne

Internetowe forum dyskusyjne pozwala społeczności debatować na interesujące ich tematy, a także wirtualnie współpracować z organizacjami pozarządowymi. Cele związane z tworzeniem forów dyskusyjnych to:

- Informowanie
- Dzielenie się wiedzą
- Generowanie pomysłów
- Wyszukiwanie rozwiązań
- Promocja najlepszych praktyk

Zauważmy, że dyskusje są asynchroniczne, każdy członek forum wchodzi i bierze udział według własnego uznania.

Publiczne pokazy sztuki

Celem tego narzędzia do zaangażowania społeczności jest umożliwienie członkom społeczności / interesariuszy wyrażenia ich wartości, przekonań i pomysłów, a także podniesienie świadomości w zakresie niektórych tematów i zagadnień istotnych dla społeczeństwa.

Działanie polega na stworzeniu dzieła sztuki w przestrzeni publicznej z udziałem społeczności / interesariuszy organizacji. Zaleca się promowanie wyników publicznej sesji artystycznej, a także dalsze jej zaangażowanie.

Jury obywatelskie

Jury obywatelskie jest metodą angażowania społeczności organizacji pozarządowej w procesy decyzyjne.

„Jury” powstaje poprzez zaproszenie przedstawicieli społeczności. Są oni dogłębnie informowani o określonej kwestii, która ma być przedmiotem debaty. Jury przedstawia kilka alternatyw; dyskutują o nich i decydują, który jest najlepszy dla społeczności. Na koniec przedstawiają wyniki w formie raportu, a także zalecenia dotyczące przyszłych działań.

August	September	Oktober	November	Dezember
	1 Di	1 Sa	1 Di	1 Do Kampagnen NL
	2 Fr	2 So	2 Mi Jubi Kracher Nov	
	3 Sa	3 Mo	3 Do	
	4 So	4 Di	4 Fr	
	5 Mo	5 Mi	5 Sa	
	6 Di	6 Do	6 So	
	7 Mi	7 Fr	7 Mo	
	8 Do	8 Sa	8 Di	
	9 Fr	9 So	9 Mi	
ap. Fussball HW16	10 Sa	10 Mo	10 Do Kampagnen	
Kampagnen NL	11 So	11 Di	11 Fr	
	12 Mo	12 Mi	12 Sa	
Streutermi	13 Di	13 Do Kampagnen NL	13 So	
	14 Mi		14 Mo	
	15 Do Kampagnen NL		15 Di	
	16 Fr		16 Mi	
	17 Sa		17 Do	
	18 So	18 Di	18 Fr	
	19 Mo	19 Mi	19 Sa	
	20 Di	20 Do	20 So	
	21 Mi	21 Fr	21 Mo	
	22 Do	22 Sa	22 Di	
	23 Fr		23 Mi	
	24 So		24 Do	
	25 Mo		25 Mi	
	26 Di		26 Do	
	27 Do Prosp. Winter Opening		27 Sa	
	28 Fr		28 So	
	29 Sa 1. Streutermi		29 Mo	
	30 So		30 Mi	
	31 Mo			



Dodatkowe źródła:

- <http://www.seerc.org/atsiv/vle/>
- <https://www.facebook.com/trainingNGOs/>
- www.ngotraining.eu

Praca ta stanowi część zasobów rozwoju zawodowego dla organizacji pozarządowych, opracowanych w ramach projektu „Rozwój trzeciego sektora poprzez innowacje i zmiany „(ATSIV).

ATSIV to projekt finansowany przez ERASMUS + KA2, realizowany w latach 2016–2019 przez konsorcjum organizacji greckich, bułgarskich, polskich i rumuńskich. Ma on na celu zwiększenie kompetencji zawodowych pracowników organizacji pozarządowych poprzez opracowanie i udostępnienie otwartej platformy szkoleniowej online oraz gry.



Erasmus+



Advancing the Third Sector
through Innovation & Variation

Publikacja odzwierciedla jedynie stanowisko autora. Komisja Europejska ani Narodowa Agencja nie ponoszą odpowiedzialności za umieszczoną w niej zawartość merytoryczną ani za sposób wykorzystania zawartych w niej informacji.

Organizacje partnerskie:



LAW AND INTERNET
FOUNDATION
RESEARCH CENTER FOR LAW AND
INFORMATION TECHNOLOGIES



Erasmus+