



Kto tvorí vašu komunitu priaznivcov?

STRONGER
ROOTS

PRÍRUČKA
**Budovanie komunity
pre neziskovky**

AUTORKY

Zsófia Makádi, Renáta Scheili, Vera Bécser,
NIOK Foundation

V našom poňatí tvoria **komunitu priaznivcov ľudia alebo aj iné organizácie, ktoré sa stotožňujú s jej cieľmi, a preto sa relatívne aktívne podieľajú na jej živote**: podporujú a zdieľajú jej posolstvá a kampane, sú prítomní pri obhajovaní dôležitých vecí alebo dokonca finančne podporujú aktivity organizácie.

Dôležité je, že sú prepojení s organizáciou – alebo v ideálnom prípade aj medzi sebou – tak silno, že toto spojenie a angažovanosť vytvára zmysluplnú komunitu a tiež posilňuje organizáciu samotnú.

Áké skupiny môžu tvoriť komunitu priaznivcov vašej organizácie a akým spôsobom ju môžu posilniť?

KLIENTI, PRÍJEMCOVIA POMOCI A ĎALŠIE PRIAMO ZAPOJENÉ OSOBY

Môžu to byť jednotlivci, ktorí potrebujú podporu, alebo ľudia, ktorí môžu – vzhľadom na to, že sa ich to osobne týka – efektívnejšie pomáhať iným v podobných situáciách. Môže ísť o priamych príjemcov pomoci, ako sú klienti organizácií poskytujúcich sociálne služby, alebo nepriamo zainteresované strany. Môžu to byť jednotlivci v závažnej kríze, ako ľudia bez domova alebo rodičia, ktorí sa obávajú o budúcnosť svojich detí, alebo matematici, ktorí veria v dôležitosť podpory prírodných vied, alebo komunity spolupracujúce na ochrane životného prostredia.

Dôveryhodné, efektívne a inkluzívne organizácie umožňujú zainteresovaným stranám vyjadrovať sa k jej fungovaniu a mať zastúpenie aj vo vedení organizácie, či iných, menej formálnych štruktúrach ako napríklad poradný výbor. Ich názory a spätná väzba sa aktívne zhromažďujú a sú pretavené do plánovania, navrhovania a implementácie programov. Ich skúsenosti a hlboká znalosť konkrétnej témy sú pre tím nevyhnutné, aby programy a aktivity organizácie reagovali na skutočné problémy tých, ktorým chcú pomôcť. Ak to tak však nie je, je dôležité odhaliť dôvody a urobiť kroky smerom k viac angažujúcej organizačnej kultúre založenej na zapojení zainteresovaných strán. Prvým

krokom môže byť uskutočnenie fokusovej skupiny za účelom získania spätnej väzby, ale niektoré organizácie si dokonca určili pravidlo, že v manažmente a vedení sú zástupcovia klientov alebo zainteresovaných strán.

DOBROVOLNÍCI A AKTIVISTI

Hoci veľký tím dobrovoľníkov nemá každá organizácia občianskej spoločnosti, zvyčajne sa môže spoľahnúť na nadšených podporovateľov, ktorí ponúknu svoje schopnosti a čas. Je tiež bežné, že medzi členmi alebo zamestnancami organizácie a dobrovoľníkmi alebo aktivistami nie je očividná hranica, pretože všetci sú nanajvýš oddaní podporovatelia dobrej veci a na práci organizácie sa priamo nejakým spôsobom podieľajú. Pre dobrovoľníkov je téma, v ktorej sa angažujú veľmi dôležitá, a preto je pre nich dôležitá aj možnosť aktívne sa zapojiť. Okrem toho je často kľúčovou motiváciou pocit spolupatričnosti s tímom – človek by nemal silu bojovať za konkrétny cieľ sám, ale zapojenie sa do existujúcej komunity, myšlienka, že svojou prácou prispieva k väčšiemu celku, pomáhajú napredovať.

Na efektívne zapojenie dobrovoľníkov, ktorí prichádzajú s rôznymi predstavami, je dôležité poskytnúť im rôzne príležitosti a spôsoby, ako sa zapojiť, poskytnúť spätnú väzbu alebo dokonca umožniť formovať aktivity organizácie. Dá sa to dosiahnuť jednoduchými krokmi, ako je pravidelné zbieranie spätnej väzby a vytvorenie systému, vďaka ktorému sa dostane k zodpovedným zamestnancom alebo komplexnejším spôsobom, v ktorom majú dobrovoľníci rôznu úroveň angažovanosti, mentorovania a zapojenia sa do hlavných programov a aktivít organizácie.

DARCOVIA

Darcovia sú veľmi dôležitou skupinou vašej komunity. Darcovstvo si vyžaduje rovnako intenzívne zapojenie a odhodlanie ako dobrovoľníctvo. I keď darcovstvo zvyčajne neposkytuje takú priamu komunitnú skúsenosť ako dobrovoľnícka práca, darca môže mať tiež pocit, že prispieva na dobrú vec. Z dlhodobého hľadiska poskytuje silná základňa darcov organizácii finančnú stabilitu a profesionálnu nezávislosť, čo jej umožňuje postaviť sa za ciele darcov v ich mene. Okrem finančnej podpory môžu darcovia poskytnúť aj morálnu podporu a zvýšiť dosah komunikácie organizácie a následne jej dopad. Crowdfundingová kampaň môže napríklad zahŕňať darcov ako ambasádorov, ktorí prezentujú svoje vlastné príbehy na sociálnych sieťach, čím zvýšia viditeľnosť kampane.

PROFESIONÁLNI PARTNERI

Dobrá vec zvyčajne propaguje veľa ľudí a robia to rôznymi spôsobmi. V spolupráci s inými organizáciami občianskej spoločnosti, partnermi zo súkromného sektora, štátnymi inštitúciami, výskumníkmi a ďalšími je možné pre spoločný cieľ osloviť väčšiu cieľovú skupinu, výsledky sú lepšie merateľné alebo možno realizovať komplexnejšie programy. Všetci partneri môžu zlepšiť svoje vlastné aktivity, keď sa navzájom obohatia o svoje znalosti.

ĽUDIA, KTORÝCH ZAUJÍMA TÉMA, A PRIAZNIVCI

Niekedy sa človek ešte úplne nerozhodol podporiť nejakú dobrú vec, ale začína byť pre neho dôležitá alebo zaujímavá a začína sympatizovať s tými, ktorí za ňou stoja. Tí, ktorí si už vytvorili názor alebo sa zaujímajú o vaše ciele, tak už urobili prvý krok k vašej organizácii. Organizácia alebo komunita, ktorá im sprostredkuje dôveryhodné informácie, im môže pomôcť danú tému pochopiť. Pre organizáciu má takýto počiatkový vzťah veľkú hodnotu, pretože môže viesť k hlbšej angažovanosti, k získaniu nových podporovateľov alebo k prehĺbeniu diskusie o téme, ktorú podporuje. Na to je však

potrebná cielelná komunikácia a angažovanosť organizácie – vedieť osloviť a udržať záujemcov a priaznivcov, zrozumiteľne vysvetliť čo a ako robí a aký to má dopad.

LUDIA S ROZHODOVACÍMI PRÁVOMOCAMI (DECISION MAKERS)

Aj keď sa za dobrú vec zasadzuje etablovaná a profesionálne dôveryhodná organizácia, hlbšie zmeny a politické alebo inštitucionálne rozhodnutia podporujúce danú oblasť sa reálne dosahujú prostredníctvom politických aktivít a kampaní na zvyšovanie povedomia. Zároveň (v ideálnom svete) má pre človeka s rozhodovacimi právomocami veľkú hodnotu, ak pri jeho rozhodnutiach pomáhajú odborníci z konkrétnej oblasti, na ktorých sa môže obrátiť s cieľom získať informácie alebo hlbšie poznatky.

ZAMESTNANCI A ČLENOVIA SPRÁVNEJ RADY

Váš tím tvoria ľudia, ktorí sú zvyčajne veľmi nadšení pre danú vec. Budovanie komunity priaznivcov by malo byť prítomné na všetkých úrovniach práce organizácie. Nemali by sme zabudnúť zapojiť do budovania komunity priaznivcov aj tých, ktorých oblasť práce sa môže zdať vzdialená. Aj po odchode z organizácie je každý neoceniteľným kontaktom, ktorému záleží na tom, čo sa deje. Zostať prepojený je prospešné pre každého.

Členovia vedenia môžu zastávať aj viac ako len oficiálnu funkciu. Radi využijú možnosť podporiť organizáciu svojimi často cennými zručnosťami, vedomosťami a kontaktmi. Môžu sa zapojiť viacerými spôsobmi aj nad rámec svojich oficiálnych povinností, či už ide o oslovenie nových darcov, poskytovanie odbornej pomoci pri konzultáciách alebo riešenie praktických úloh, ako je napríklad hľadanie miesta pre podujatie.

Uvedené formy podpory sú navzájom výrazne prepojené a záujemcovia sa môžu stavať k téme, ktorú podporujete, rôznymi a komplexnými spôsobmi. Niektorí môžu kontaktovať organizáciu

ako osoba, ktorá potrebuje podporu, potom sa môže stať dobrovoľníkom (pomáhajúcim svojim rovesníkom) a nakoniec sa stať zamestnancom. Bývalí dobrovoľníci, ak nemôžu venovať svoj čas, často ponúkajú finančnú podporu alebo šíria informácie medzi vlastné kontakty.

Poznanie témy, ktorú chceme podporovať, a zapojenie sa do tímu, s ktorým sa stotožňujeme, prináša angažovaniu sa zmysel. To zvyčajne nekončí jednou spoluprácou. Existujúci vzťah sa niekedy prehĺbuje a človek pri ňom trávi stále viac času, inokedy sa od neho nakrátko vzdaluje, no nestráca ho úplne zo zreteľa a potom víta príležitosť znovu sa pridať. **Budovanie komunity priaznivcov môžeme brať ako nekonečný proces a znamená, že organizácia cielene rozširuje komunitu okolo seba a zapája ju do svojich aktivít.**

Vaša komunita



