

# 2.

## OFERTA I PROMOCJA

Gdy już organizacja rzetelnie przygotowuje się do przyjęcia wolontariusza, możemy przystąpić do tworzenia oferty wolontariatu, a następnie do jej promowania, czyli dobrania odpowiednich kanałów dotarcia do potencjalnych wolontariuszy. Oferta musi być przygotowana w sposób czytelny i zrozumiały. Natomiast to, gdzie będziemy ją umieszczać, zależy będzie od tego, kogo szukamy.

### II.1 Oferta

#### Kształt oferty

Oferta organizacji poszukującej wolontariuszy powinna składać się z dwóch części:

#### Część pierwsza – informacyjna. Tu zamieszczamy następujące informacje:

- kto poszukuje (krótki opis naszej organizacji),
- zakres obowiązków/opis wolontariatu (jeśli zadania są częścią projektu, to warto krótko go opisać),
- profil wolontariusza (dokładnie wskazujemy, kogo szukamy, jakie kwalifikacje i umiejętności powinien mieć),
- ramy czasowe (od kiedy, na jaki okres, w jakim wymiarze godzin),
- opis procesu rekrutacji (wymagane dokumenty, które wolontariusz powinien nadesłać, np. cv, referencje; informacja o tym, jak będziemy się kontaktować z potencjalnym kandydatem, np. powiadomienie drogą elektroniczną lub telefoniczną; data rozstrzygnięcia rekrutacji lub spotkania informacyjnego dla kandydatów).

#### Część druga – perswazyjna.

Tu zamieszczamy **uzasadnienie**, dlaczego warto współpracować z naszą organizacją. Wymieniamy wypracowane w I etapie cyklu współpracy z wolontariuszem benefity, np. możliwość rozwoju i zdobywania doświadczenia, inspirująca atmosfera pracy, udział w ciekawych projektach, pomoc potrzebującym, praca w grupie, ciekawe znajomości itd.

#### Forma przekazu

Konstruując ofertę powinniśmy zwrócić uwagę na odpowiednią formę komunikatu. **Pamiętajmy, że wolontariusze angażują się w nasze projekty, bo chcą zrobić coś dla innych. Ważne jest dla nich poczucie sprawstwa – działania na rzecz jakiejś małej lub większej sprawy. Dlatego**

niezbędne jest przedstawienie wszystkich zadań dla wolontariuszy przez pryzmat misji organizacji. Np. pisząc o robieniu zakupów należy przedstawić szerszy kontekst tego zadania i zwrócić uwagę na końcowy efekt tej pracy – choćby pomoc starszej lub niepełnosprawnej osobie w realizacji codziennych obowiązków.

**?** **PORADA** Skonstruuaj czytelną i atrakcyjną ofertę, aby potencjalny wolontariusz rozumiał przedstawione w niej cele i oczekiwania oraz zainteresował się współpracą z Twoją organizacją.

## II.2 Kanały dotarcia

### Najpopularniejsze kanały dotarcia

Po przygotowaniu treści oferty dobieramy odpowiednie kanały dotarcia do potencjalnych kandydatów. Zależą one przede wszystkim od tego, kogo poszukujemy. Osób, które miałyby pracować z trudną młodzieżą, szukać można wśród osób z wykształceniem psychologicznym, np. po pedagogice czy resocjalizacji. Ze względu na ograniczenia budżetowe, rekrutując wolontariuszy najczęściej sięgamy po narzędzia internetowe. W niektórych przypadkach skuteczniejsze okazały się jednak formy tradycyjne, takie jak plakaty czy po prostu oferta wydrukowana lub napisana na zwykłej kartce papieru.

#### Przykładowe rodzaje kanałów dotarcia:

- internet (forma: pośrednia - przekaz elektroniczny) – strona naszej organizacji, gdzie oferta jest na bieżąco aktualizowana, portale zrzeszające organizacje pozarządowe, promujące wolontariat, portale społecznościowe, listy mailingowe, fora, blogi, newslettery;
- osobisty (forma: pośrednia – przekaz ustny, „poczta pantoflowa”) – rodzina, przyjaciele, znajomi, zaprzyjaźnione organizacje;
- spersonalizowany (forma: bezpośrednia) - plakaty, ulotki, pisma, spotkania, wystąpienia w miejscach, gdzie przebywają nasi potencjalni wolontariusze, np. szkołach, uczelniach wyższych (na wybranych wydziałach), biurach karier na uczelniach, kołach naukowych, samorządzie studenckim, akademikach, ale również klubach seniorów, kościołach, uniwersytetach trzeciego wieku, urzędach dzielnic, domach kultury, kawiarniach;

**Strategia, jaką przyjęło Stowarzyszenie „Wiosna” w 2010 roku przy promocji swoich programów wolontariackich, pokazuje, że o wolontariacie można myśleć nie tylko jako o ciężkiej, niewynagradzanej pracy dla innych, ale także jako o fajnym zajęciu pozwalającym na samorealizację. Nietypowy, nieco „żartobliwy” sposób promocji nie stoi wcale w sprzeczności z poważnym celem wolontariatu. Jeśli stać nas na odwagę, aby nasz wolontariat promować nie tylko przez poważne hasła i przez pokazywanie ambitnych celów, jakie przed nami stoją, ale także przez formy lżejsze, możemy spróbować stworzyć modę na wolontariat i dzięki temu pozyskać osoby, które w innych okolicznościach zapewne by się na niego nie zdecydowały.**

- specjalistyczny/selektywny (forma: bezpośrednia; przy poszukiwaniu wolontariuszy do specjalistycznych zadań) - plakaty, ulotki, pisma, spotkania oraz wystąpienia w określonych przedsiębiorstwach (wolontariat profesjonalny), urzędach pracy itp.;
- media (forma: pośrednia i bezpośrednia) - artykuł, ogłoszenie, audycja, wywiad. Efektywne dotarcie zapewnią nam media lokalne (prasa, telewizja, radio, kontakt z wybranymi dziennikarzami).

**!** **UWAGA** Najlepsze efekty w poszukiwaniu wolontariuszy uzyskujemy dzięki połączeniu kilku kanałów dotarcia, ale pamiętajmy o dostosowaniu przekazu do odpowiednich grup odbiorców.

**?** **PORADA** Zaobserwuj, które kanały dotarcia są najefektywniejsze dla Twojej organizacji w pozyskiwaniu wolontariuszy i na nich skoncentruj się w przyszłości.

### **Promocja wolontariatu przez doświadczenie**

Zaangażowanie wolontariuszy w pracę organizacji rzadko jest działaniem jednorazowym. Realizując wiele projektów, będziemy na pewno oczekiwali wsparcia wolontariuszy w cyklicznych akcjach i wydarzeniach. **W takich sytuacjach bardzo ważne jest, abyśmy przez cały czas dbali o wizerunek przyjaznej organizacji oraz o doskonałe relacje ze wszystkimi pracującymi u nas wolontariuszami. To ich pozytywne doświadczenia są najlepszą formą promocji wolontariatu oraz naszej organizacji.** Wolontariusze, z którymi współpracowaliśmy, są jednym z najefektywniejszych kanałów dotarcia do kolejnych zmotywowanych, gotowych do współpracy z nami osób.

**?** **PORADA** Dbaj o pozyskanych już wolontariuszy, ponieważ często to oni stają się najsukuczniejszym kanałem dotarcia do nowych osób, z którymi chciałbyś współpracować.