Sürdürülebilirlik için Anahtar!

Sivil Toplum Örgütleri için Temel Fon Geliştirme Eğitimi

Cemil Hafız

10-11 Kasım 2017

EMAA Başkent Sanat Merkezi, Lefkoşa

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

PROGRAM

TARİH	SAAT	KONULAR
10 Kasım 2017	15:00	Tanışma - Isınma
	15:15	Fon Geliştirmeye (FG) Giriş - Tanım
	15:45	FG Adımları
	16:15	GRUP ÇALIŞMASI – 15 dk. Ara
	16:45	Stratejik Hedefler ve Hareket Planı
	17:00	Dönemsel Plan
	17:30	15 dk. Ara
	17:45	Bağışçılara Yaklaşım (Hedef Grup – Ürün – Kanal)
	18:15	GRUP ÇALIŞMASI
	18:45	Sorular - Kapanış

TARİH	SAAT	KONULAR
11 Kasım 2017	09:30	İlk Günün Özeti
	10:00	Bağışçılara Yaklaşım (Devamı)
	10:45	GRUP ÇALIŞMASI – 15 dk. Ara
	11:30	Örnek FG Çalışmaları
	11:45	GRUP ÇALIŞMASI (Kahve Molası İçinde)
	12:30	Örnek FG Çalışmaları (Devamı)
	13:30	Yemek Arası
	14:15	Çok Kanallı Kampanyalar
	14:45	GRUP ÇALIŞMASI
	15:00	Bağışçı İlişkilerini Geliştirme
	15:15	Gönüllülerle Çalışma
	15:30	15 dk. Ara
	15:45	A'dan Z'ye Gönüllülerle Çalışma
	16:45	Sorular - yanıtlar
	17:00	Kapanış

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

EĞİTİMİN AMACI

- Fon Geliştirmeyi Anlamak
- Fon Geliştirmenin Önemini Anlamak
- Fon Geliştirme Stratejisini Anlamak
- Fon Geliştirmenin Planlama ve Değerlendirme Süreçlerini Öğrenmek
- Fon Geliştirme Yöntemlerini Tanımak
- Fon Geliştirme Araçlarını Öğrenmek
- Bağışçı İlişkilerini Geliştirmeyi Öğrenmek
- Gönüllülerle Çalışma Esaslarını Anlamak

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

FON GELİŞTİRMEYİ NASIL TANIMLARDINIZ?

FON GELİŞTİRME NEDİR?

Fon Geliştirme spesifik bir amaç ve/ya konu için para veya ayni yardım toplamaktır.

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

FON GELİŞTİRMENİN ÖNEMİ NEDİR?

STK’ların hayatta kalmasını sağlar. STK’ların amaçları doğrultusunda yapacakları her tür çalışmanın (ülke ve toplum yararına) sürdürülebilirliğini sağlar.

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

FON GELİŞTİRME ALANLARI (YÖNTEMLER)

1. Bireysel tek seferlik bağış için yapılan FG
2. Majör Bağışçı yaklaşımlı FG
3. Miraslar yoluyla FG
4. Düzenli Bağış için FG
5. Ürün satışı ile FG
6. Kitle fonlaması (crowdfunding)
7. Şirketlerle İşbirliğinden alınan fonlar – Sponsorluklar
8. Şirketlerle Konu Odaklı Pazarlama veya KOBİ'lere yönelik kitlesel pazarlama ile FG
9. Kamu Fonları – Hibelerle FG
10. Vakıf Fonlarından yararlanma
11. Etkinliklerden FG

FON GELİŞTİRME ÇALIŞANLARI

Profesyoneller

- Maaşlı Personel
- Danışmanlar – Uzmanlar (Ödenekli)

Gönüllüler

- Ödeneksiz çalışanlar
- Sosyal olarak örgütlere bağlı kişiler
- Uzman olmayan iş gücümüz

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

FON GELİŞTİRME SİSTEMLERİ VE SÜREÇLERİ NELERDİR?

1. Planlama ve değerlendirme sistemleri – süreçleri
2. Uygulama yöntemleri (Kapsam)
3. Veri tabanı – Eldeki iş geliştirme araçları
4. Bağışçı bulma aksiyonları
5. Bağışçı ilişkileri geliştirme aksiyonları

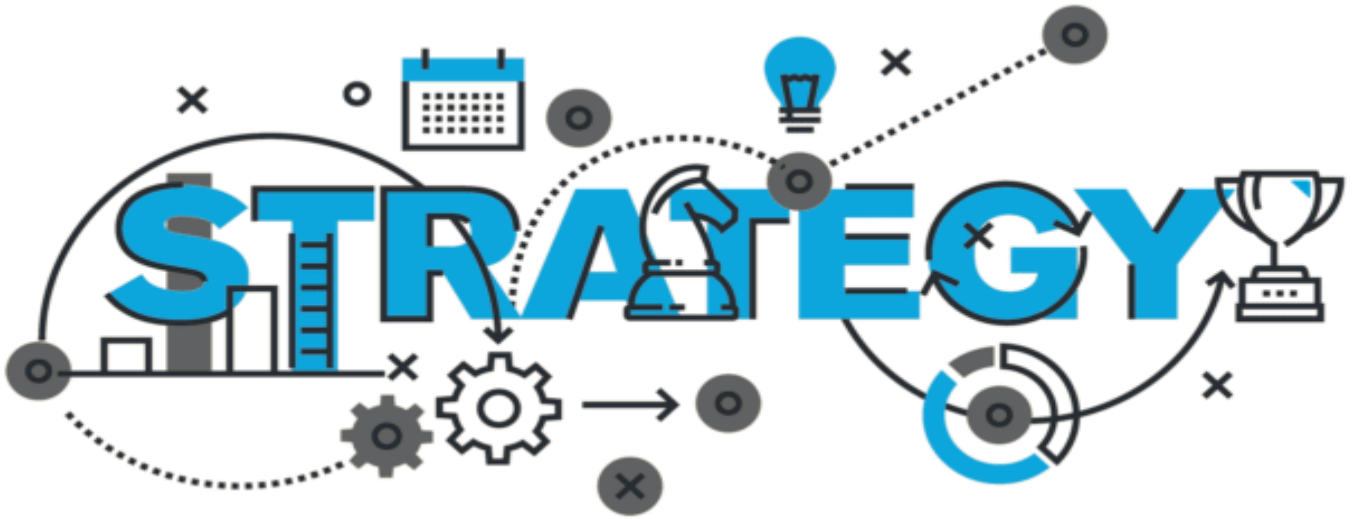
Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

ADIM ADIM FON GELİŞTİRME

- Fon Geliştirme Stratejisi
- FG aktiviteleri için dönemsel veya yıllık plan
- Aktiviteler için test uygulamalar
- Bağışçılara yaklaşım – Hedef – Ürün – Kanal
- Örnek Fon Geliştirme Çalışmaları
- Bağışçı İlişkilerini Geliştirme
- Gönüllülerle Çalışma

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

FON GELİŞTİRME STRATEJİSİ



FON GELİŞTİRME STRATEJİSİ

Organizasyonun yürüteceği programlar için gerekli nakdi veya ayni kaynakları artırmak için ne yapacağını, nasıl yapacağını genel olarak ortaya koyan bir belgedir. 2-5 yıl için yapılabilir

FON GELİŞTİRME STRATEJİSİNİN ÖNEMİ

Fon Geliştirme aktivitelerinin reflekslerle yönetilmesini engeller

Bir yol haritası olarak değerlendirilir

STK içinde herkesin FG açısından aynı resmi görmesini sağlar

STRATEJİMİZİ BELİRLEMEDEN ÖNCE (DENETİM - ANALİZ)

PEST Analizi

Rekabetçilerin Analizi

Pazar Analizi

İçsel Analiz

Paydaş Analizi

SWOT Analiz

Doğruluk
Gerçeklik Kontrolü

A'DAN Z'YE STRATEJİ

- Fon geliştirme konumuzu belirleriz
- İnsan Kaynağını, FG yöntemlerini, kullanılacak sistemleri ve süreçleri belirleriz
- STK'nın gelirlerinin çeşitliliğini sağlamak için hangi alanlarda FG yapılacağına karar veririz
- Seçilen FG yöntemlerine uygun hedef kitleler belirleriz
- Hangi hedef kitleye hangi öneri ile gideceğimize karar veririz
- Hangi hedef kitleden bağışı hangi yolla isteyeceğimize karar veririz

İLK ADIM: STRATEJİK İNİSİYATİFLERİN OLUŞTURULMASI

Şu anda neredeyiz? Durum tespiti

Nereye gitmek istiyoruz? FG'de hangi noktada olmak istiyoruz

Olmak istediğimiz noktaya nasıl ulaşacağız? Stratejik inisiyatiflerimiz (ölçekler) nelerdir?

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

ÖRNEK STRATEJİK İNİSİYATİFLER

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

GRUP ÇALIŞMASI

3 – 4 grup oluşturun ve seçeceğiniz örgütler için dört stratejik inisiyatif (ölçek) geliştirin

Süre 20 dk.

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

İNİSİYATİFLERİ GERÇEKLEŞTİRMEK İÇİN HEDEFLERİN BELİRLENMESİ

Organizasyonun örneğin bir yıl için belirlediği spesifik hedefler, ilgili yılda ihtiyaç duyulacak bütçeyi netleştirecektir.

STRATEJİK FG HEDEFLERİ NE İÇERİR?

1. İhtiyaç duyulan toplam fon ne kadardır?
2. Nasıl geliştirilecek?
3. Kaynaklar nelerdir (para – insan - diğer?)
4. İhtiyaç duyulan diğer kaynaklar var mıdır?

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

STRATEJİK FG HEDEFİ - ÖRNEK

2017 yıl sonuna kadar bireysel düzenli bağışçılardan , ve kurumsal sponsorluklardan toplam 200,000 TL fon geliştirilecek, bu kapsamda yapılacak FG aktiviteleri için toplamda 40,000 TL harcama yapılacaktır.

STRATEJİK HAREKET PLANI (Stratejik Aktiviteler)

Net bir hedef belirledikten sonra bu hedefi gerçekleştirmek için gereken stratejik aktiviteleri, (örneğin bireysel veya kurumsallar için farklı alanlardaki fon geliştirme aksiyonlarını) spesifik (SMART) hareketleri belirlememiz gerekir.

STRATEJİK HAREKETLER - AKTİVİTELER

Bireyseller ve kurumsallar arasında Hedef grubumuz kimler

Her birine yaklaşım şeklimiz ne olacak

Aktivitelerin zamanlaması

Projemiz nedir?

Yöntem / kanal olarak ne önereceğiz?

Her bir aktiviteden ne kadar bağış kazanma hedefimiz var, ne kadar harcama yapacağız – *Stratejik düzeyden daha detaylı olan kısa dönemlik veya yıllık aktivite planı seviyesinde belirlenecek

STRATEJİK HAREKET PLANI ŞABLONU

Hareket Planı			Değerlendirme			
Ne	**Kim**	**Ne Zaman**	**1**	**2**	**3**	**4**

ÖRNEK – STRATEJİK HAREKETLER

	Ne	Kim	Zaman
	Turizm ve rekreasyon sektöründen özel şirketlerin kurum yararına fon etkinliği düzenlemesinin sağlanması için en az 5 firmaya resmi başvuru yapılması (en az 2 şirketten onay alınması)	**AA, ST**	**08/2016**

	Ne	Kim	Zaman
	Potansiyel bireysel bağışçılarla temasımızı artırmak için ülkenin çeşitli yerlerinde düzenlenen festival, şenlik, ekogün vb faaliyetlerinin önceden saptanması ve bu etkinliklerde yer almak konusunda iki yıllık izinlerinin alınması	**HY,GO**	**03/2016**

ÖRNEK – STRATEJİK HAREKET

	Ne	Kim	Zaman
	Bağışçı memnuniyetini ölçmek için FG tarafından en az 1 odak grup toplantısı belirlenmesi ve çıkan sonuca göre sadakat programının revize edilmesi	**AA, ST**	**08/2016**

Stratejik FG Planlamasında İK'ya yapılacak yatırımı da düşünmeliyiz.
FG alanındaki çalışmalarımızı artırdıkça profesyonel sistem ve süreçlere yapılacak yatırımları da dikkate almalıyız.

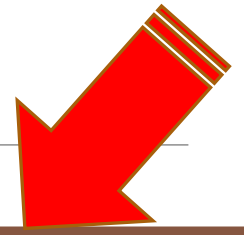
STRATEJİK HAREKET PLANINI DEĞERLENDİRME

Hareket Planı			Değerlendirme				
Ne	**Kim**	**Ne Zaman**	**1**	**2**	**3**	**4**	

Değerlendirme yılın belirli zamanlarında 2,3 veya 4 sefer yapılabilir. Değerlendirme sonuçlarını anlamamıza yarayan ölçekler kullanmamız gerekmektedir. Rakamsal değerler veya renkler gibi

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

Değerlendirme – Başarl Göstergelerini Derecelendirme



Hareket Planı			Değerlendirme				
Ne	**Kim**	**Ne Zaman**	**1**	**2**	**3**	**4**	

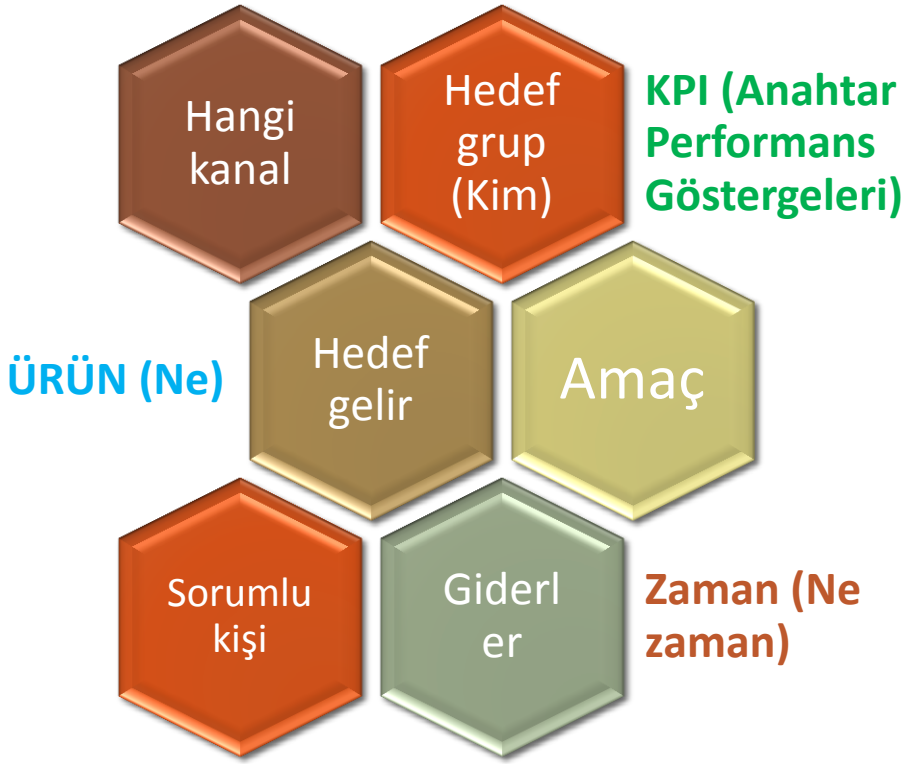
Düzenleyici hareketler (Değerlendirmede gerekli ise)				
	Ne	Kim	Ne zaman	**Tamamlama**

ADIM ADIM FON GELİŞTİRME

- Fon Geliştirme Stratejisi
- FG aktiviteleri için dönemsel veya yıllık plan
- Aktiviteler için test uygulamalar
- Bağışçılara yaklaşım – Hedef – Ürün – Kanal
- Örnek Fon Geliştirme Çalışmaları
- Bağışçı İlişkilerini Geliştirme
- Gönüllülerle Çalışma

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

FON GELİŞTİRME PLANI

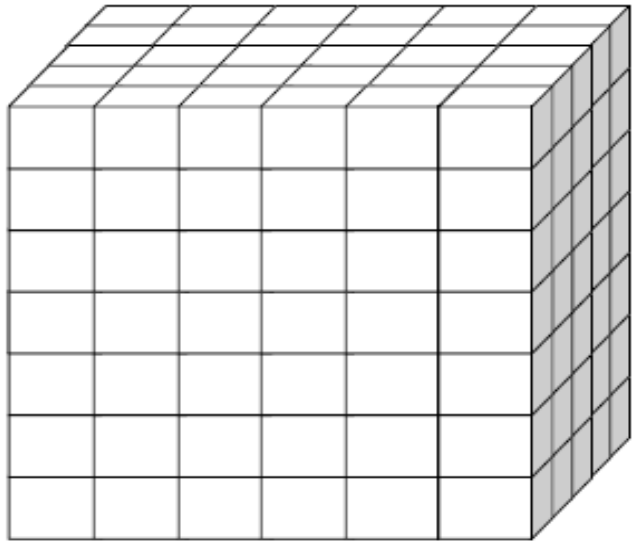


Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

FON GELİŞTİRME PLANI

Ürünler

- Tek Seferlik Bağış
- Ürün Satışı
- Düzenli Bağış
- Miraslar
- Ayni Bağış
- Sponsorluk
- …



Kanallar

- Mektup
- Yüz yüze
- Medya
- Etkinlik
- Dijital İletişim
- …

Hedef Grup - PAZAR

- Bireyler
- Şirketler
- Vakıflar
- Major Bağışçılar
- Kurumlar
- …

AKTİVİTE PLANI – ANAHTAR SORULAR

- Ne için FG yapacağız? Gelir hedefimiz nedir? Amaç
- Kime yönelik FG yapacağız? Kaç kişiye ulaşacağız? Hedef grup
- Ne isteyeceğiz? Ürün
- Ne zaman yapacağız? Zaman
- Hangi İletişim kanalını kullanacağız? Nasıl? Yöntem
- Hangi bağış kanalını önereceğiz? Bağış Kanalı
- Ne kadar giderimiz olacak? Kaynaklar
- Ne kadar adam saat harcayacağız? Diğer kaynaklar
- Nasıl geri bildirim vereceğiz? Bağışçı döngüsü nasıl?

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

ADIM ADIM FON GELİŞTİRME

- Fon Geliştirme Stratejisi
- FG aktiviteleri için dönemsel veya yıllık plan
- Aktiviteler için test uygulamalar
- Bağışçılara yaklaşım – Hedef – Ürün – Kanal
- Örnek Fon Geliştirme Çalışmaları
- Bağışçı İlişkilerini Geliştirme
- Gönüllülerle Çalışma

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

TEST UYGULAMALAR

- Tanım: test uygulamalar aktiviteler ve/ya kampanyalar öncesinde ana aktivite ölçeğinden daha küçük hedef gruplar a yönelik yapılan denemelerdir.
- Önemi: doğru planlama yapıp yapmadığımızı anlamamıza yardımcı olur. Kısıtlı kaynaklarımızı doğru kullanmamıza yardımcı olur.
- Nelere Test uygulanır: direk mektup, tele pazarlama, e-mail (web) pazarlama, çok kanallı kampanya, direkt pazarlama (yüz yüze)…

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

ADIM ADIM FON GELİŞTİRME

- Fon Geliştirme Stratejisi
- FG aktiviteleri için dönemsel veya yıllık plan
- Aktiviteler için test uygulamalar
- Bağışçılara yaklaşım – Hedef kitle– Ürün – Kanal
- Örnek Fon Geliştirme Çalışmaları
- Bağışçı İlişkilerini Geliştirme
- Gönüllülerle Çalışma

ÜRÜNLER – BAĞIŞ TÜRLERİ

- **Nakdi Bağışlar**
  - Nakdi bağış
    - Şartlı bağış
    - Sponsorluk
    - Tek seferlik (spontane – geçici)
    - Dönemsel veya aylık düzenli bağış
    - Şirketlerden nakdi destek (Sponsorluk – İşbirliği – Ortaklık)
  - Miraslar (Vasiyetler)
  - Proje veya Konu odaklı bağışlar –sponsorluk
  - İşyeri bağlantılı çalışan katkıları
  - Vakıf fonları
  - **Ayni Bağış** (Bütçeyi rahatlatan bağışlar mal – hizmet)

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

FON GELİŞTİRME TÜRLERİ - YÖNTEMİ

- Bireylerden bağış toplama
- Kitle fonlaması (Crowdfunding)
- Üyelikler – düzenli bağış - Abonelikler
- Ürün satışı
- Etkinliklerle fon toplama
- Miraslarla fon geliştirme
- Şirketlerden fon geliştirme – proje desteği – sponsorluk - konu odaklı pazarlama vb...
- Major bağışçı hibeleri
- Vakıf fonlarından yararlanma
- Devlet veya Ulusal – Uluslararası yardım kuruluşlarından fon alma

HEDEF GRUP BAĞIŞÇILAR

- Bireysel
  - Meslek grupları
  - Yaşam alanı – tarzı (sosyo-kültürel – coğrafi)
  - Potansiyel düzenli bağışçı
  - STK'na uygun yaş grupları
  - Major bağışçı grupları
  - Potansiyel mirasçılar
- Kurumsal
  - KOBİ
  - +30 Çalışan Orta Ölçekli
  - +50 Potansiyel Büyük
  - +100 Büyük Ölçekli
  - Vakıflar
  - Kurumsal Sponsorlar
  - Hibe sağlayıcılar

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

İLETİŞİM KANALLARI

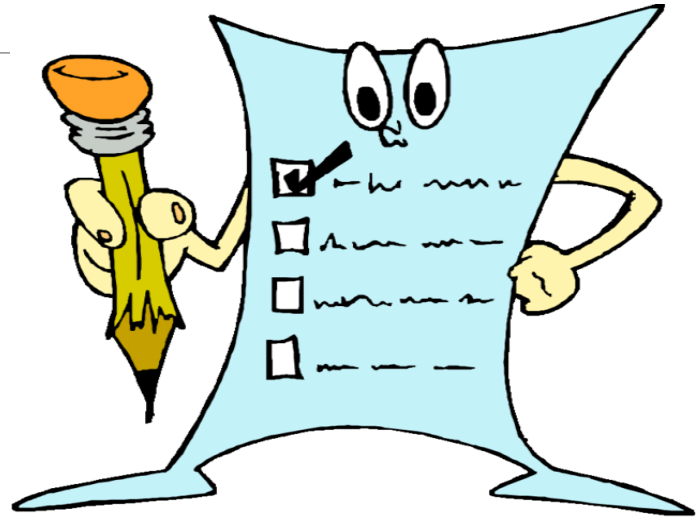
- Mektup Gönderimi
- Dijital pazarlama
- Telefon Pazarlama
- SMS
- Yüz yüze fon geliştirme
- Bire bir iletişim
- Teklif sunumu - gönderimi
- Ürün Satışı veya piyango NOKATALARI
- Geleneksel Medya
- Etkinlikler
- Diğer Medya kanalları

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

BAĞIŞ KANALLARI

- Banka hesapları
- SMS Gönderimi
- Banka Talimatı
- Maaş Katkısı
- Kredi Kartı - Pos
- İnternet Sayfası Çevrim İçi Bağış
- Elden Bağış – Ayni veya Nakdi

...



Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

GRUP ÇALIŞMASI

Hedef grup	İletişim kanalı	Ürün – Bağış Türü

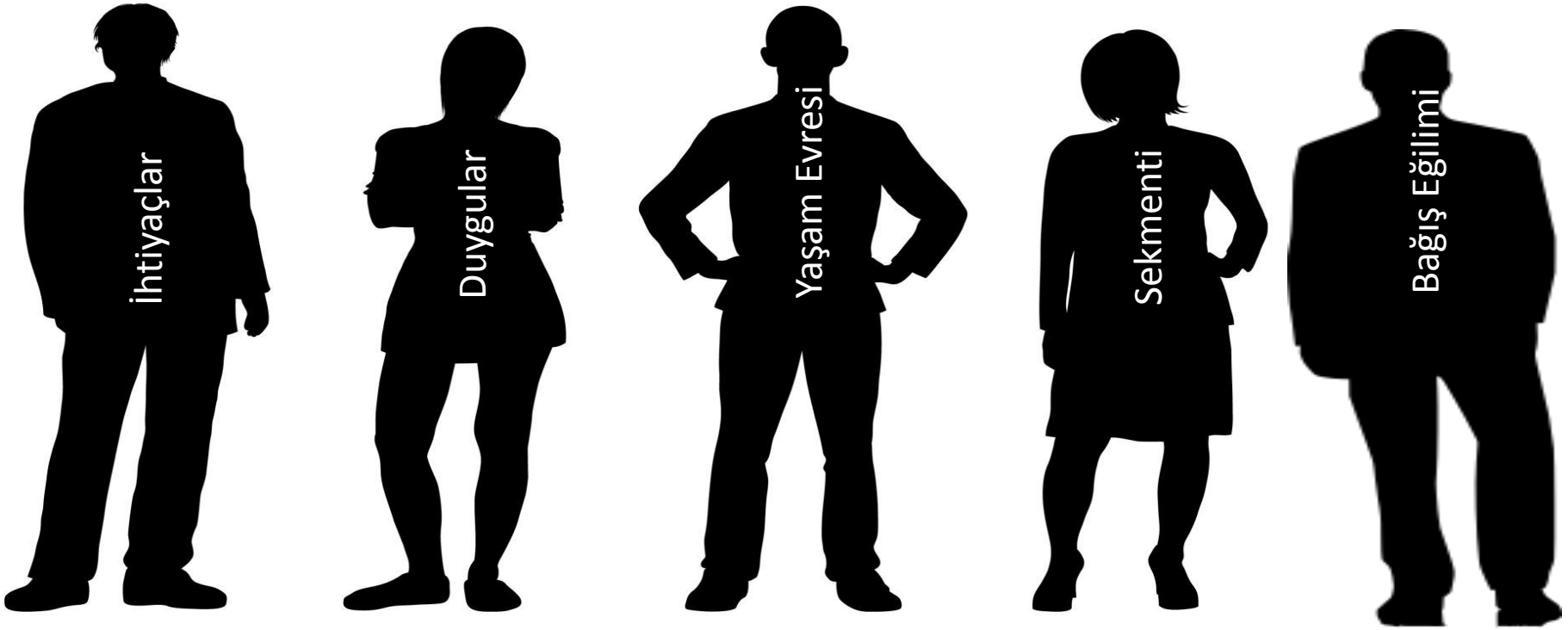
Süre 30 dk.

BAĞIŞÇILARA YAKLAŞIM

- Yardım isterken ve/veya bağışçılarla iletişim kurarken kullanılacak yöntemleri kişilere ve kurum/kuruluşlara yönelik olarak belirlemekte ve farklı hedef gruplara farklı yöntemlerle yaklaşım gösterilmelidir.

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

BAĞIŞÇILARI ANLAMAK



Bireysel veya Kurumsal, mirasçı veya düzenli bağışçı, major vb. Fon geliştirme yaparken öncelikli olarak kendimizi bağışçının yerine koymalıyız ve yukarıdakileri dikkate almalıyız.

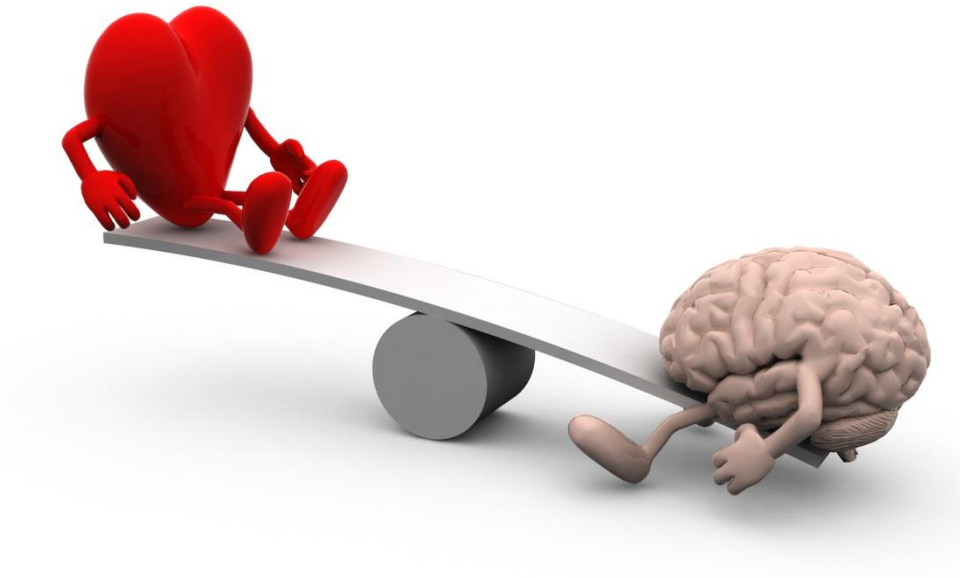
Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

BAĞIŞÇILARI ANLAMAK

Bağış yapmaya karar vermek

Rasyonel mi? Duygusal mı?

FG işe bağışçıyı tanımak ve anlamlandırmakla başlar...



Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

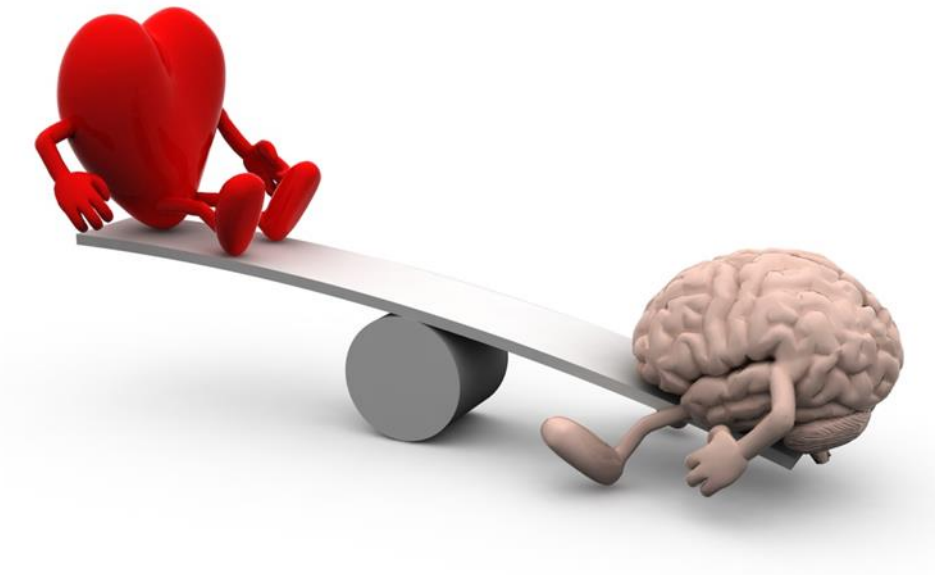
BAĞIŞÇILARI ANLAMAK

BAĞIŞ YAPMAYA ÇOĞUNLUKLA DUYGULARIMIZLA KARAR VERİRİZ!!!

ve

21. Yüzyılda insanlar yardım etmenin ruhunu tecrübe etmek için verir. İyi hissettirdiği için...

Dünyayla bağlantı kurmak, dünyayı kendi istedikleri gibi görmek için verirler...



Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

GRUP ÇALIŞMASI

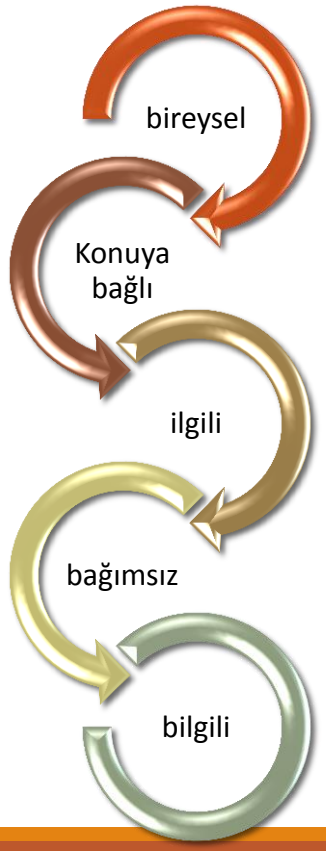
- Günümüzde bağış yapan bir kişinin (veya kurum yetkilisinin) en belirgin dört özelliği ne olabilir?

- Günümüzde bir kişinin bağış yapmasını olumsuz yönde etkileyen en belirgin üç kıtlık ne olabilir?

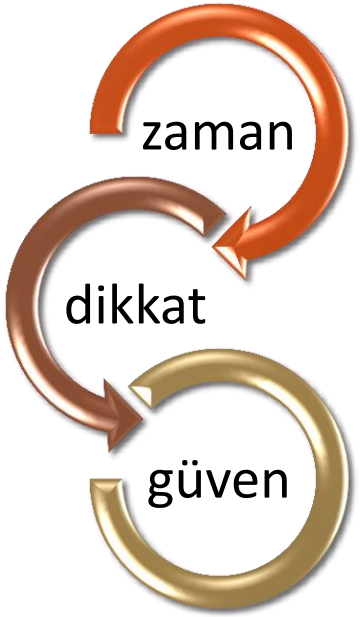
Süre 20 dk.

BAĞIŞÇILARI ANLAMAK

BUGÜNÜN BAĞIŞÇILARI



BUGÜNÜN KITLIKLARI



Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

ADIM ADIM FON GELİŞTİRME

- Fon Geliştirme Stratejisi
- FG aktiviteleri için dönemsel veya yıllık plan
- Aktiviteler için test uygulamalar
- Bağışçılara yaklaşım – Hedef – Ürün – Kanal
- Örnek Fon Geliştirme Çalışmaları - Yöntemleri
- Bağışçı İlişkilerini Geliştirme
- Gönüllülerle Çalışma

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

FG ÇALIŞMALARINDAN ÖRNEKLER

MEKTUP GÖNDERİMİ

- Kişiselleştirilmiş yaklaşım
- Kısa ve etkili
- Hikaye anlatımı
- Görsel etkileyicilik
- Açık ve anlaşılır yazı boyutu ve karakter
- Ne – ne zaman- ne için – nasıl sorularına yanıt veren
- Mümkünse imzalı

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

MEKTUP GÖNDERİMİ

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

HİKAYE ANLATIMINDA DİKKAT EDİLMESİ GEREKENLER

- Güçlü bir giriş ve etkileyici bir çatışma
- Çatışmadan etkilenen bir karakter (özgün)
- Güçlü bir tema (hikayenin odağındaki ana fikir =Altın Detay)
- Hikayenin bütünlüğü (başta sona hikayenin bir bütün olarak algılanması)
- Etkileyici bir çözüm

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

GRUP ÇALIŞMASI

3 veya 4 grup oluşturun ve konunuzu seçin (ne için bağış isteyeceksiniz?)

Hikayemizi biliyoruz!

- Nasıl anlatacağımızı öğrenelim... (½ sayfa)
- Sizin izleyiciniz/dinleyiciniz kim? Düşünün ve

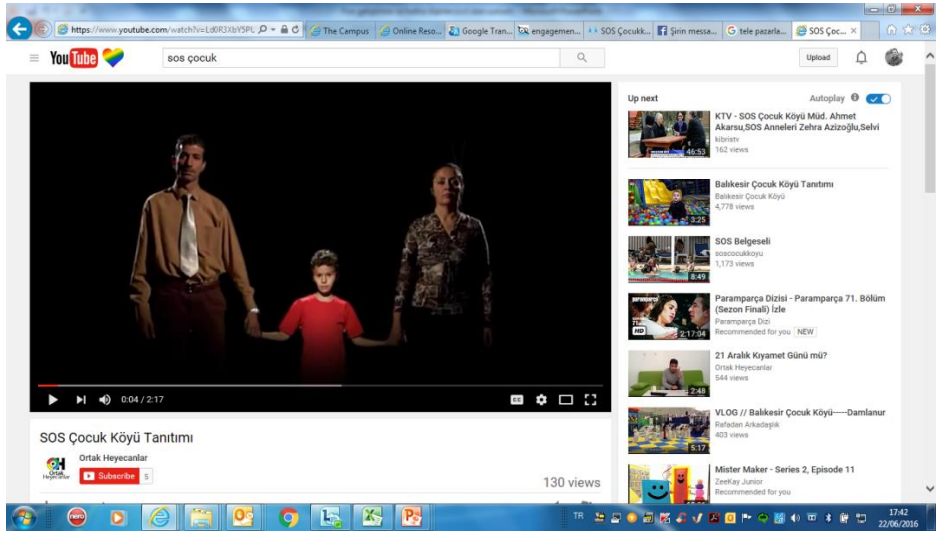
*Hikayenizi bize anlatın...

Süre 30 dk

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

YENİ MEDYA - DIJITAL

- Facebook
- Twitter
- Instagram
- Youtube
- İnternet Sayfası
- …



Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

DIJITAL MEDYA – HANGİSİ? NE İÇİN?

Blog
- Bilinirlik artır
- Alandaki uzmanlığını paylaş

Face
- Özel günler – etkinlikler - makaleler paylaş
- Arkadaşlarını artır

Twit
- Alandan profesyoneller ve basın irtibatları bul
- Gündeme müdahale et

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

DIJITAL MEDYA – HANGİSİ? NE İÇİN?

Linkdin
- Alandaki uzmanlığını paylaş
- Kendini iş dünyasına tanıt

İnstagram
- İşlerini göster
- Örgüt kültürünü paylaş

youtube
- Örgütsel tarihini ve güncel olanı kaydet ve paylaş
- Bellek oluştur

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

TELEFON PAZARLAMA

- Kendi bünyenizde veya hizmet alarak
- Direk pazarlama odaklı
- Önceden çalışılan metinler
- Önceden belirlenmiş amaç – bağış
- Önceden ayarlanmış bağış yöntemleri
- Kaliteli telefon datası

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

YÜZ YÜZE PAZARLAMA

- Kendi bünyenizde veya hizmet alarak
- Direkt pazarlama odaklı
- Bire bir – yüz yüze
- Sokakta veya kapalı alanda
- Önceden belirlenmiş yerler
- İyi eğitimli personel
- Önceden hazırlanmış metinler
- Önceden belirlenmiş amaç – bağış
- Önceden ayarlanmış bağış yöntemleri
- Dokümantasyon
- Marka uyumlu görünüm

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

ÜRÜN SATIŞI

- STK'nın kendi ürünü
- Bireylere perakende satış
- Kurumlara toptan satış
- Mümkünse önden sipariş
- Dönemsel olmayan ürünler
- Üretim maliyeti düşük
- Stoklaması kolay
- Dağıtımda destek mekanizması

KUPA KOLLEKSİYONU

Güven Kupası:
Huzuru ve güveni simgeleyen kupa.

Keşif Kupası:
Keşfin gücünü simgeleyen kupa.

Özgünlük Kupası:
Eşsiz fikirler yaratma yeteneğini simgeleyen kupa.

KARTPOSTAL KOLLEKSİYONU

ÇOCUKLARDAN-ÇOCUKLARA KOLLEKSİYONU

Neşeli Kartpostal:
Özgür,mutlu,neşeli çocukların simgesi kartpostal.

DÖRT RENK KOLLEKSİYONU

Turuncu Kartpostal:
Sıcaklol, verimlilik, memnuniyet ve sıhhatin simgesi kartpostal.

Mavi Kartpostal:
Doğanın, gökyüzünün, güvenin ve sadakatin simgesi kartpostal.

Kırmızı Kartpostal:
Enerjiyi, gücü, hakimiyeti simgeleyen kartpostal.

Yeşil Kartpostal:
Cömertlik, huzur, istikrarin simgesi kartpostal.

KIBRIS KOLLEKSİYONU

Kapı Kartpostal:
Mutlu yuvaya açılan bir yolu simgeleyen kartpostal.

Sahil & Plaj Kartpostal:
Sadeliği ve uzun bir hayatı simgeleyen kartpostal.

Tarihi Eser Kartpostal:
Geçmişin geleceğe armağanını simgeleyen kartpostal.

Zeytin Ağacı Kartpostalı:
Yaşamımızı simgeleyen kartpostal.

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

ETKİNLİKLER

- Sanatsal ve kültürel aktiviteler
- Sportif aktiviteler
- Doğal, çevresel hobilerle ilgili aktiviteler
- Şenlik, festival vb. aktiviteler
- Sponsorların desteğiyle
- Katılım için belirlenecek zaman
- Çok kanallı tanıtım

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

ÇOK KANALLI KAMPANYALAR

- Hem çevrim dışı hem de çevrimiçi kanallar kullanılır
- Belli bir dönem sürer
- Genelde yüksek bütçelidir veya iletişim sponsorları vardır
- Yüksek gelir hedeflenir

  - Bir arada kullanılan kanallar

  Mektup, Poster, Broşür, Gazete Reklam-Röportaj

  TV-Radyo Reklam- Röportaj, Billboard, Raket

  Facebook Reklamları, web banner, Youtube – video, Twitter – İnstagram, Web sitesi ara sayfaları…

GRUP ÇALIŞMASI – HİKAYENİZDEN ESİNLENİN…

KAMPANYA İÇİN - ANAHTAR SORULARIN YANITLARINI BULUN?

- Ne için FG yapacağız? Gelir hedefimiz nedir? **Amaç**
- Kime yönelik FG yapacağız? **Hedef grup**
- Ne isteyeceğiz? **Ürün**
- Ne zaman yapacağız? **Zaman**
- Hangi İletişim kanalını kullanacağız? Nasıl? **İletişim Yöntemi**
- Hangi bağış kanalını önereceğiz? **Bağış Kanalı**
- Hangi Bağış yöntemini önereceğiz? **Bağış Yöntemi**
- Hedeflenen Gelir ne olmalı? **İhtiyaç**
- Ne kadar giderimiz olacak? **Kaynaklar**
- Nasıl geri bildirim vereceğiz? **Teşekkür**

Süre 20 dk.

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

ANAHTAR SORULARA ÖRNEK YANITLAR

- Ne için FG yapacağız? Risk altında yaşayan çocukların iyi bir eğitim alması için
- Kime yönelik FG yapacağız? 30 – 45 yaş aralığında olup şehir merkezlerinde yaşayan kadınlar. Toplam 25,000 kişi
- Ne isteyeceğiz? Bir çocuğun eğitim giderlerinin karşılanması 600 TL / 12 ay = 50 TL aylık düzenli bağış
- Ne zaman yapacağız? Ağustos – Eylül 2016
- Hangi İletişim kanalını kullanacağız? Direkt mektup, youtube, TV, radyo, outdoor, email, SMS, Face ads, web banner...

ANAHTAR SORULARA ÖRNEK YANITLAR

- Hangi bağış kanalını önericeğiz? Banka talimatı
- Hangi bağış yöntemini önericeğiz? SMS kanalından düzenli aylık 50 TL
- Gelir hedefimiz nedir? 25,000 Kişi * 3/1000 = 75 kişi * 600 = 45,000 TL
- Ne kadar giderimiz olacak? 25,000 * 0,60 TL = 15,000 TL
- Nasıl geri bildirim vereceğiz? Teşekkür mektubu + hediye
- Bağışçı döngüsü nasıl olacak? Sadakat programı nasıl olacak? *Düzenli bağışçı programı

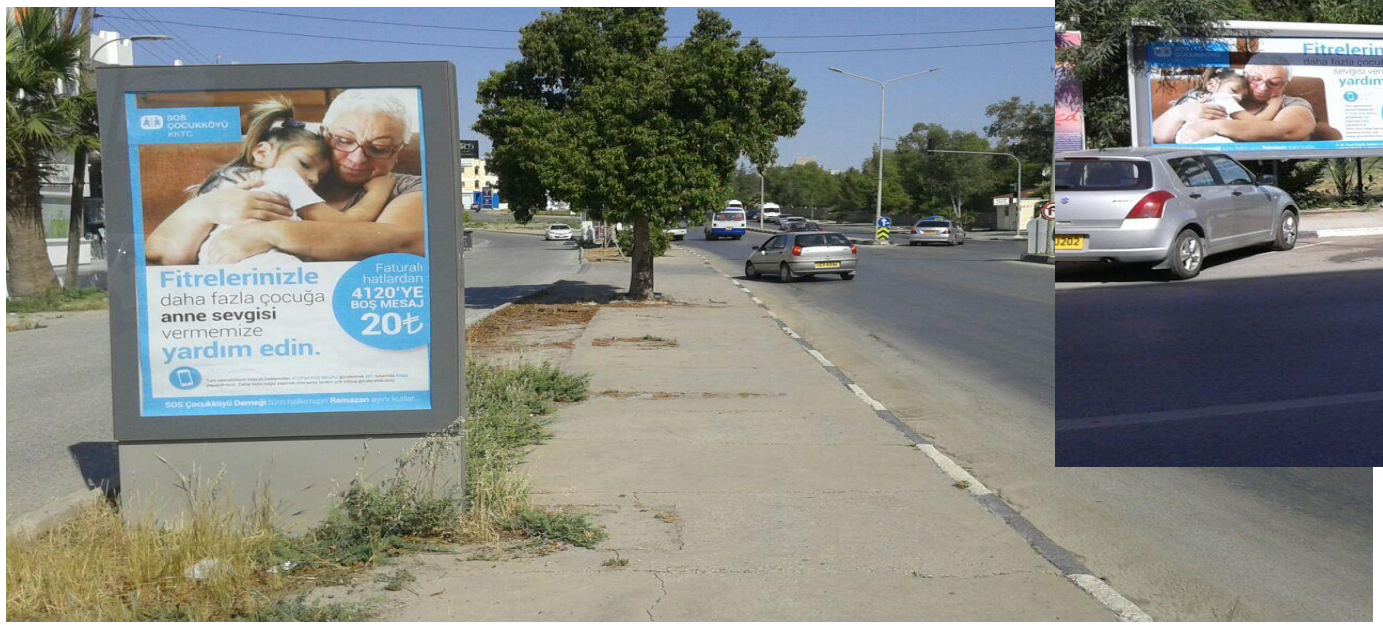
SOS 2016 RAMAZAN KAMPANYASI

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

SOS 2016 RAMAZAN KAMPANYASI

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

SOS 2016 RAMAZAN KAMPANYASI



Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

SOS 2016 RAMAZAN KAMPANYASI

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

SOS 2016 RAMAZAN KAMPANYASI

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

ADIM ADIM FON GELİŞTİRME

- Fon Geliştirme Stratejisi
- FG aktiviteleri için dönemsel veya yıllık plan
- Aktiviteler için test uygulamalar
- Bağışçılara yaklaşım – Hedef – Ürün – Kanal
- Örnek Fon Geliştirme Çalışmaları
- Bağışçı İlişkilerini Geliştirme
- Gönüllülerle Çalışma

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

BAĞIŞÇI İLİŞKİLERİNİ GELİŞTİRME

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

BAĞIŞÇI GERİ BİLDİRİMİ

- Her bağışçıya teşekkür edilmelidir
- Teşekkür ifadeleri çeşitlendirilmelidir
- Mümkünse çok küçük bir hediye verilebilir
- Akılda kalıcı veya göz önünde duracak bir simge
- Ne için bağış yapmış ise tekrar hatırlatılmalıdır
- Başarı hikayeleri paylaşılmalıdır
- Yapılan bağışın etkisi gösterilmelidir
- Faydalanıcılardan teşekkür etkilidir
- Kişisel teşekkür olmalıdır mümkünse yetkili ağızdan

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

BAĞIŞÇININ GERİ BİLDİRİMİ

- Bağışçının bize dönebileceği kanallar
- Tecrübesini diğerleriyle paylaşabileceği kanallar
- Duygusunu gösterebileceği araçlar
- Diğer katılımcıları görebileceği bir yapı
- Bizi değerlendirebileceği bir platform

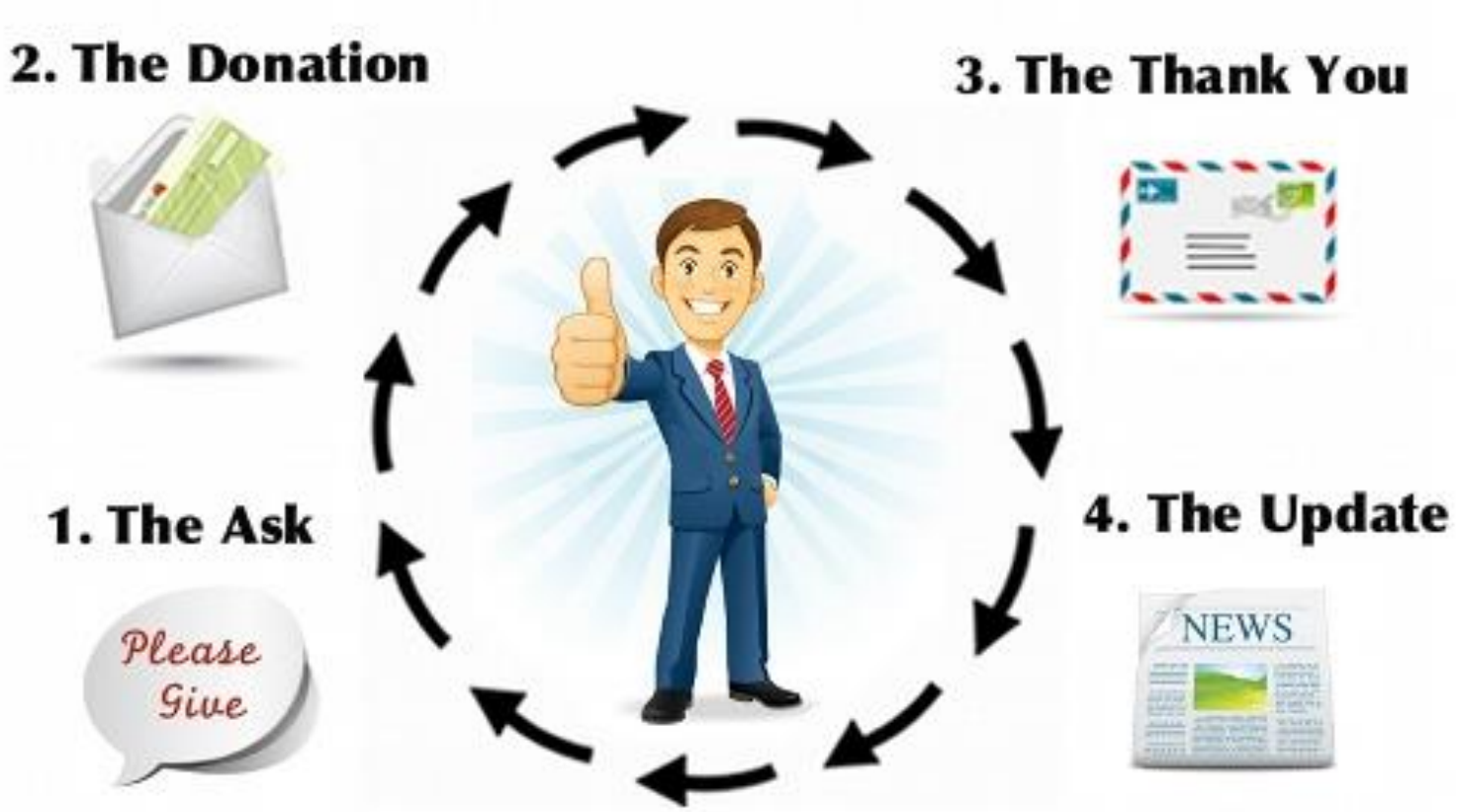
Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

BAĞIŞÇININ SERÜVENİ

- Potansiyel bağışçı örgütle ilk tanıştığı an serüveni başlar
- Bu serüvenin bir aşamasında bağışçı olmaya karar verir
- Bağışçı tercih ettiği (veya kendisine teklif edilen) destek yöntemine göre sınıflandırılır
- Farklı sınıflardaki bağışçılara birbirinden farklı geri dönütler verilmelidir
- Bu serüvendeki her geri dönütün bir amacı vardır
- Bağış yapmayı tecrübe etmek ve bağış serüveni yaşamanın farkları vardır
- Bağışçının yaşayacağı serüvende mutlu olması ve yaptığı eyleme devam ederek bu eylemi daha ileri bir seviyeye taşıması hedeflenir
- En nihai amaç ise bağışçının sadakatini sağlayarak STK ile kurduğu ilişkiyi olabildiği kadar uzun tutmasını sağlamaktır

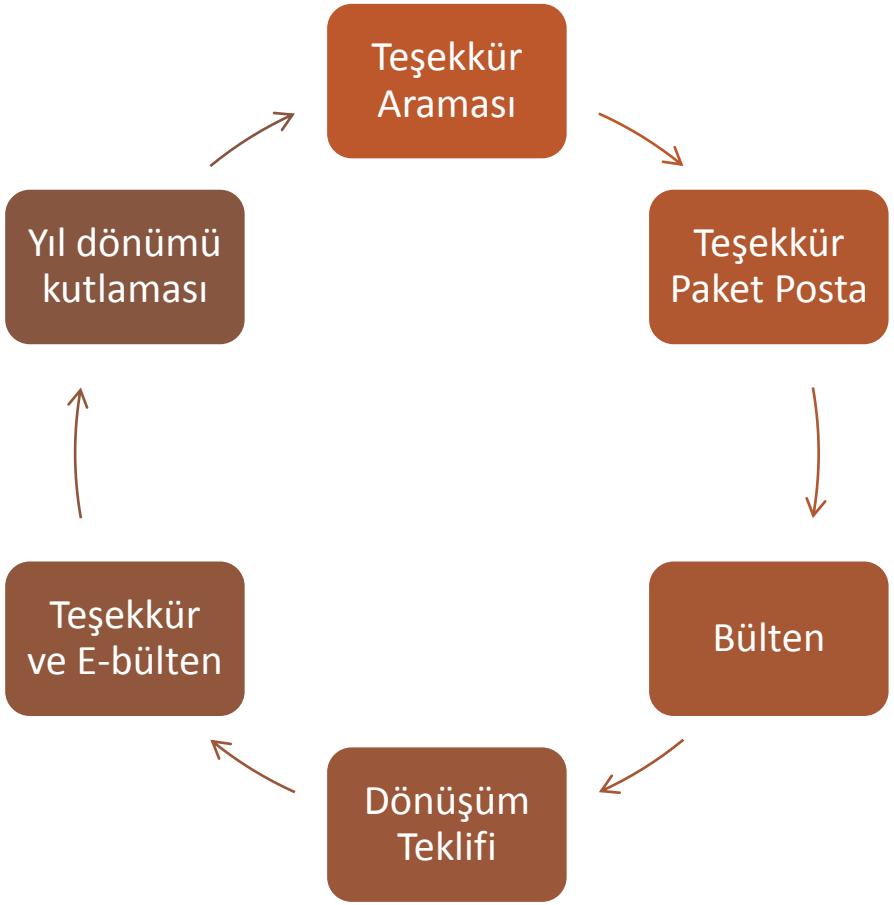
Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

BAĞIŞÇI DÖNGÜSÜ



Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

TEMEL BAĞIŞÇI DÖNGÜSÜNE ÖRNEK



ADIM ADIM FON GELİŞTİRME

- Fon Geliştirme Stratejisi
- FG aktiviteleri için dönemsel veya yıllık plan
- Aktiviteler için test uygulamalar
- Bağışçılara yaklaşım – Hedef – Ürün – Kanal
- Örnek Fon Geliştirme Çalışmaları
- Bağışçı İlişkilerini Geliştirme
- Gönüllülerle Çalışma

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

GÖNÜLLÜLÜK ve GÖNÜLLÜLERLE ÇALIŞMA

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

GÖNÜLLÜLÜK NEDİR?

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

GÖNÜLLÜLÜK NEDİR?

Gönüllülük, bir bireyin maddi karşılık beklemeden ya da başka bir çıkar beklentisi içinde olmadan, genel olarak toplumun yararına olduğu düşünülen bir hedefe ulaşmak için, yalnızca içinden gelerek bir toplumsal girişime ya da bir STK bünyesindeki etkinliklere destek olması biçiminde tanımlanabilir.

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

STK'LAR İÇİN GÖNÜLLÜLÜĞÜN ÖENMİ-FAYDASI NEDİR?

GRUP ÇALIŞMASI

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

STK’LARDA GÖNÜLLÜLÜĞÜN ÖNEMİ

Geniş bir gönüllü tabanına sahip bir STK, uğraş alanını doğru saptamış, bunu topluma iyi anlatmış ve toplumdaki başka bireyler tarafından da sahiplenilmesini sağlamış demektir.

Üyeler, gönüllüler, bağışçılar, bir STK'nın gücünün en önemli unsurlarıdır. STK’nın tabanın genişlemesi, STK'nın meşruluğunu artırır.

STK’LARDA GÖNÜLLÜLÜĞÜM ÖNEMİ

Geniş ve nitelikli bir gönüllü tabanı, STK'nın insan kaynağını maddi bir harcama yapmadan kullanabilmesi demektir.

Gönüllüler,fon geliştirme, yönetime destek, toplumsal katılımcılık, kuruluşun hizmetlerinin yayılması konularında STK’ya faydalı olabilirler.

STK'LAR İÇİN GÖNÜLLÜLERİN FAYDASI

Gönüllüler;

- Kurumun başarı göstergesidirler
- Kurumun tanınırlığına fayda sağlarlar
- Kurum ve toplum arasında köprü olurlar
- Özverili çalışmaları hizmet alanlar üzerinde olumlu etki yaratır
- Kurumun bütçesine faydaları vardır
- Kurum çalışanlarının teşvik edilmesini sağlarlar

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

Kişi niçin gönüllü olur? Gönüllü olmama sebepleri neler olabilir?

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

GÖNÜLLÜLÜK PSİKOLOJİSİ

Sivil toplum kuruluşlarına zamanını, emeğini veya uzmanlık bilgisini sunan insanların temel olarak yardım etme isteği, başkalarına faydalı olma isteği gibi istekleri vardır. FAKAT gönüllülerin de bir takım istemleri/ihtiyaçları için bu tür kurumlara yöneldiği gözlenmektedir.

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

BİREY NEDEN GÖNÜLLÜ OLUR?

- Sosyal bir çevre edinmek için
- İnandığı bir şeyi desteklemek için
- STK çalışmalarını eğlenceli bulduğu için
- Yeni beceriler kazanmak için
- Yeteneklerini paylaşmak için
- İhtiyaç duyulan bir kişi olarak görünmek istediği için
- Kendi çevresinde popülerliğini artırmak için
- Aidiyet duygusunu tatmin etmek için

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

BİREY NEDEN GÖNÜLLÜ OLUR? Gönüllünün kazançları neler olabilir?

Manevi zenginleşme: Gönüllü çalışan birey, karşılık beklemeden topluma yarar sağlamanın hazzını yaşar.

Özgüven gelişimi: Özellikle, öğrenciler ve meslek yaşamına atılmamış olanlar için, gönüllü deneyimleri kendine güveninin artmasını sağlar.

Ekip çalışması becerilerinde artış: Ekip çalışması deneyimi olmayan kişiler, işbölümü ve işbirliği gerektiren bir çalışmayı öğrenerek kendilerini geliştirir

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

KİŞİLER NEDEN GÖNÜLLÜ OLURLAR? Gönüllünün kazançları neler olabilir?

Statü (toplumsal konum): Toplum yararına gönüllü çalışan bireylerin toplum içindeki saygınlığı artabilir.

Yeni bir çevre ve arkadaşlıklar: Gönüllü çalışmalar sayesinde kişi çevresini genişletebilir ve yeni arkadaşlıklar kurabilir.

Yeni ilgi alanları: STK'nın çalışma sahası gönüllünün daha önce hiç tanımadığı bir sahaya adım atmasını sağlayabilir.

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

KİŞİLER NEDEN GÖNÜLLÜ OLMAZLAR?

- Bir yere bağımlı hissetmemek için
- Kimse onlara sormadığı için
- Daha önce yaşadıkları başarısız gönüllülük denemeleri
- Yapabilecekleri bir şeyin olduğuna inanmadıkları için
- Fazla sorumlulukları olduğu için
- Gönüllülüğün sıkıcı olduğunu düşündükleri için
- Özgüven eksiklikleri olduğu için
- İşlerine engel teşkil edeceğini düşündükleri için
- Ek masraflar çıkacağını düşündükleri için
- Gönüllülük anlayışları olmadığı için (eğitim, öğretim, toplum, çevre, aile vb...

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

DÜNYADA GÖNÜLLÜLÜK

Türkiye’de gençlerin %15’i gönüllü çalışmalara katılıyor!

- Böylelikle;
  - STK’lar gençlerin gönüllü işgücü potansiyelini ve pozitif enerjisini kaybediyor.
  - Gençler ise yeteneklerini geliştirme fırsatını kaçırıyor.

Table 1 Top 20 countries in the World Giving Index, with score and participation in giving behaviours

	CAF World Giving Index ranking	CAF World Giving Index score (%)	Helping a stranger score (%)	Donating money score (%)	Volunteering time score (%)
Myanmar	1	66	55	92	50
United States of America	2	61	76	63	44
New Zealand	3	61	65	73	45
Canada	4	60	69	67	44
Australia	5	59	66	72	40
United Kingdom	6	57	63	75	32
Netherlands	7	56	59	73	36
Sri Lanka	8	56	60	59	48
Ireland	9	56	59	67	41
Malaysia	10	52	62	58	37
Kenya	11	52	74	39	43
Malta	12	51	50	78	26
Bahrain	13	51	71	51	30
United Arab Emirates	14	50	69	59	22
Norway	15	49	55	60	32
Guatemala	16	49	68	38	41
Bhutan	17	49	53	55	38
Kyrgyzstan	18	49	53	57	36
Thailand	19	48	44	87	14
Germany	20	47	61	49	32

CAF WORLD
GIVING INDEX 2015
A global view of giving trends
November 2015

GENÇLERİN STK'LARA KATILMAMA NEDENLERİ

Türkiye'de gençlerin STK'lara katılmama nedenleri

Genel olarak;

- STK'ların kendilerini yeterince tanıtmamaları
- Gençlerin davet edilmemeleri

Düşünsel olarak;

- Bizde bir şey değişmez mantığı
- Kökten değişim arayışı
- Çabalarının değersiz görüleceği fikri
- Hemen sonuç görme arzusu
- Küçük değişimlerin önemsenmemesi
- Başarısız deneyimler gözlemlemesi vb...

Çevresel olarak;

- Devlet'in, okulun, ailenin katılımcılığı teşvik etmemesi

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

GÖNÜLLÜLERLE ÇALIŞMA! NASIL? ADIMLAR

Grup Çalışması

3 veya 4 grup oluşturun

Ayrı gruplar olarak gönüllülerle etkin ve etkili çalışmak için gerekli adımları belirleyin ve yazın

Süre 20 dk.

GÖNÜLLÜLERLE NASIL ÇALIŞILMALI?

Gönüllülerle çalışmanın başarılı olması, etkin bir koordinasyona bağlıdır. STK'da, gönüllülerle ilgilenecek, (görev tanımı yapılmış profesyonel ya da gönüllü) bir "gönüllü koordinatörü"nün bulunması sağlıklı bir gönüllü yönetiminin en önemli unsurudur.

Gönüllülerle çalışma, hem gönüllüler hem de STK açısından ilişkinin en verimli biçimde yürütülmesi amacıyla bir iletişim ve geri-bildirim temeline oturtulmuş, **yönetişim** anlayışı ile yürütülen bir süreçtir.

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

GÖNÜLLÜLERLE ETKİLİ ÇALIŞMAK İÇİN ADIMLAR

- İhtiyacı belirleme. STK'nın ihtiyacı nedir?
- Gönüllüler için iş tanımı
- Gönüllü kazanma
- Oryantasyon
- Eğitim
- Görevlendirme (Eğitim- Yetiştirme)
- Motivasyon
- Değerlendirme
- Veri tabanı

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

STK'NIN GÖNÜLLÜ İHTİYACI NEDİR?

Kurumda belirlenen işlerin kimin tarafından yapılacağına dair verilecek yanıt, kurumun ihtiyaç duyduğu gönüllü sayısını ve gönüllülerin kurumdaki hangi pozisyonlara yerleştirilmesi gerektiğini ortaya koyacaktır.

GÖNÜLLÜ İŞ TANIMI

STK’nın ihtiyaç duyduğu gönüllü gücün iş tanımları hazırlanmalıdır. Bu işi yürütmeye talip gönüllüler ortaya çıktığında, iş tanımı olabildiği ölçüde o işi yapacak gönüllülerle birlikte yeniden gözden geçirilmeli ve son haline getirilmelidir.

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

İŞ TANIMINDA OLMASI GEREKENLER

- Gönüllü işin adı,
- Gönüllü işin amacı ve hedefleri; gönüllünün yapacağı çalışmanın kime nasıl bir fayda sağlayacağı?
- Yapılan çalışmanın sonucunda sağlanacak olan yarar ve yaratılacak olan değişim,
- Yürütülecek etkinlikler,
- Çalışmanın tahmini süresi ve tamamlanacağı zaman,
- İhtiyaç duyulan beceriler,
- Temel sorumluluklar, yapılacak işte gönüllülerden beklenen tutum ve davranışlar
- Gönüllüye sağlayacağı faydalar,
- Eğitim ve destek planı: Gönüllülerin hangi eğitimi almaları gerekiyor, eğitim ne zaman, nerede, kim tarafından verilecek ...

GÖNÜLLÜ KAZANMA

Birinci basamak: üç soru...

- bizim gönüllümüz kimdir?
- hangi motivasyonla kuruma çekilebilir?
- Neden yardım etmek isteyebilir?

Her gönüllü aynı motivasyona sahip olmayabilir. Gerekirse gruplandırma yapılmalıdır.

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

GÖNÜLLÜ KAZANMA

Gönüllü kazanmak için:

- Gönüllüye hangi kaynaklardan nasıl ulaşılacak?
- Hangi iletişim araçları kullanılacak?
- Mesaj ne olacak?
- Başvurular nasıl değerlendirilecek?

Unutulmaması gereken nokta gönüllülerin en çok yakınlarının teşviki üzerine ve kurumun tanınırlığına bakarak gönüllü olmaya karar verdikleridir.

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

GÖNÜLLÜ KAZANMAK İÇİN İLETİŞİM YÖNTEMLERİ

Yürüyüş, gezi, fuar gibi etkinlikler

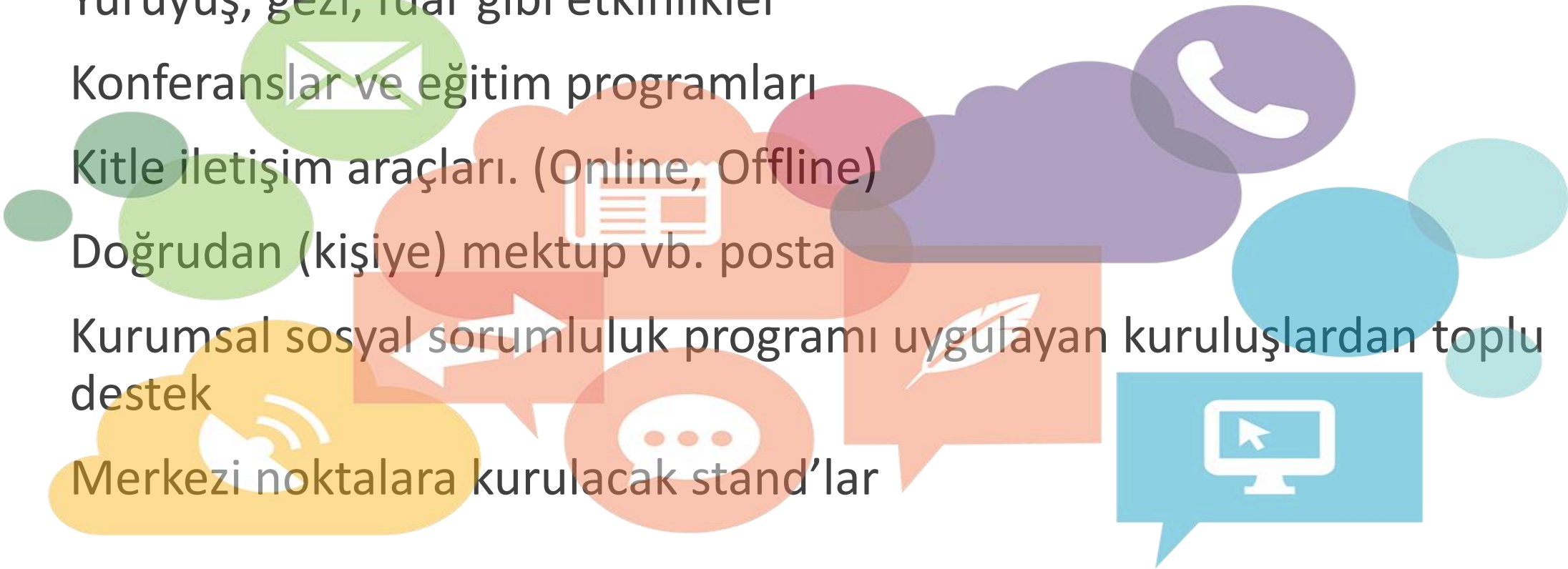
Konferanslar ve eğitim programları

Kitle iletişim araçları. (Online, Offline)

Doğrudan (kişiye) mektup vb. posta

Kurumsal sosyal sorumluluk programı uygulayan kuruluşlardan toplu destek

Merkezi noktalara kurulacak stand'lar



Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

ORYANTASYON

Kişi, oryantasyonda ilk izlenimlerini edinir. Kurumun ciddiyeti, emeğinin boşa gidip gitmeyeceği, kendisiyle ilgilenip ilgilenilmeyeceği gibi bir çok kritik sorulara kendi kendine cevap arar. Bu nedenle Oryantasyonun nitelikli şekilde yapılandırılması önemlidir.

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

ORYANTASYONDA NE VERİLİR?

Oryantasyon sürecinde gönüllüye temel bilgiler verilir.

- Kurumun misyon, vizyon ve hedefleri
- Kurumun ne zaman, nasıl ve kimler tarafından kurulduğu
- Kurumdaki birimler ve çalışanlar
- Kendisinin hangi işi, nasıl yapacağı
- Kullanacağı oda-araç-gereç vs.
- Kime karşı sorumlu olduğu
- İşinden kaynaklanabilecek zorlukların neler olabileceği

Gönüllü için *Gönüllü El Kitabı* oluşturulması faydalı olabilir...

EĞİTİM

Eğitimler gönüllünün rol alacağı projeye uygun olarak hazırlanabilir. STK'lar gönüllünün bilgi birikimine ve kuruluşa destek vereceği konuya bağlı olarak gönüllülerine çeşitli eğitim olanakları sunmalıdır.

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

EĞİTİMİN İÇERİĞİ

Eğitim, projeye bağlı olarak bir iki saatten bir kaç güne kadar sürebilir.

İhtiyaca bağlı olarak ayrı başlıklar altında:

- Neden gönüllülük?
- Gönüllülerin özellikleri,
- Gönüllülerin hak ve sorumlulukları,
- Proje tanıtımı (projenin oluşum gerekçesi ve aşamaları, hedefleri, hedef kitle
- Proje eğitimi (Ne - Nerede - Ne zaman - Nasıl?),
- Proje için gerekli becerileri kazandırmaya yönelik eğitimler
- Gönüllülük sürecinde karşılaşılabilecek sorunlar ve çözüm önerileri.

GÖREVLENDİRME

- Bir işi veya projeyi yapmak için bulunan gönüllüler
- Herhangi bir çağrı üzerine gelmemiş gönüllüler

  - Belli bir işi yapmak üzere kuruma gelmiş kişilerin görevlendirilmesi genellikle, işin fazla vakit almayan tarafıdır. Çünkü kurumdaki belirli bir iş için ya da bir proje için gönüllüler gereklidir ve o konuda başvuranlar seçilip görevlendirme yapılır.

  - Herhangi bir görev çağrısı üzerine gelmemiş ya da istenen niteliklere sahip olmayan kişilerin görevlendirilmesi işin zor tarafıdır. Bu durumda yapılması gereken ya gönüllüyü yapabileceği uygun bir göreve sevk etmek veya eğitim vererek istenilen düzeye getirmektir.

Gönüllülerin Motivasyonunu Nasıl Sağlanır?

GRUP ÇALIŞMASI

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

MOTİVASYON

- Düzenli toplantılar – geziler
- Gönüllüleri bir araya getirme
- Küçük armağanlar
- Gönüllüleri ve çalışanları bir araya getirme
- Gönüllüleri eğitim çalışmalarına katmak
- Gönüllü bülteni gibi araçlarla özel iletişim kurmak
- Gönüllü yaşam döngüsünün her aşamasında *motivasyon artırıcı yöntemler* kullanmak

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

GÖNÜLLÜLERİN MOTİVASYON KAYNAKLARI

1. ÖDÜLLENDİRME VE ONURLANDIRMA

Ödüllendirme ve onurlandırma, verdikleri hizmet karşılığında, gönüllülerin devamlılıkları, kuruma bağlılıkları ve motivasyonlarını artırmak için kullanılan önemli araçlardır. Gönüllü hizmetin karşılığında, belirli bir zaman dilimi içinde, gönüllülere bire bir ya da grup olarak yapılan; içten bir teşekkür, el sıkışmak, sertifika, rozet, kişisel mektuplar, notlar, fotoğraflar, tişörtler küçük hediyeler ya da yemekler, parti, gezi ve kutlamalar gibi aktiviteler ödüllendirme ve onurlandırma yöntemleri olabilir.

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

GÖNÜLLÜLERİN MOTİVASYON KAYNAKLARI

2. BİLGİ VE İLETİŞİM

Gönüllülerin, STK'nın kendisi ve gönüllü verilecek destekler hakkında eksiksiz ve şeffaf olarak bilgilendirilmesi, gönüllülerle düzenli iletişim sağlanması önemli bir teşvik unsurudur. (gönüllülere yönelik düzenli toplantılar, proje bazında toplantılar, yayınlar, e-posta grubu ya da web portalı)

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

GÖNÜLLÜLERİN MOTİVASYON KAYNAKLARI

3. BAŞARI

Gönüllülerin, gönüllü çalışmalarının sonucunda yarattıkları farkı görmeleri ve kendilerini başarılı hissetmeleri en doğal teşvik unsurudur. Gönüllülerin takdir edilmesi ve kutlanması başarıyı pekiştirir, aidiyet duygusunu, paylaşımı ve ekip ruhunu destekler.

GÖNÜLLÜLERİN MOTİVASYON KAYNAKLARI

4. GÜVEN

STK'ların, gönüllülerine güven vermesi motivasyonu artırır. Gönüllüde güven oluşturmak için vereceği destek konusunda ayrıntılı bilgi verilmeli, hedefler net olarak belirlenmeli, verilen sözler yerine getirilmelidir. Gönüllü ile kuruluş arasındaki ilişki; empati, samimiyet, hoşgörü ve saygı temellerine dayanmalıdır. Ayrıca düzenli olarak gönüllülerden geri bildirim alınmalı, eğer varsa sorunları ivedilikle çözülmeye çalışılmalıdır.

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

GÖNÜLLÜLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ

- Değerlendirme bir işveren-çalışan ilişkisi formatında olmamalıdır.

- Gönüllü, çalışmasının sonunda bunlara ne derece ulaşabildiğini STK ekibi ile birlikte değerlendirebilmelidir.

- Değerlendirme ayrıca gönüllü-STK ilişkisinin ne derece verimli yürütüldüğünü, ne kadar tatmin edici olduğunu, uygulama sırasında yaşanan olumlu ve olumsuz unsurların tahlilini de kapsamalıdır

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

GÖNÜLLÜLERİN DEĞERLENDİRİLMESİ

- Belirli aralıklarla yapılan değerlendirmeler sayesinde gönüllü, güçlü ve zayıf yanlarını öğrenerek kendini geliştirmeye yönelir.
- Zayıf ve geliştirilmesi gereken yönleri için gönüllüye destek verilir.
- Başarılı gönüllülere ek sorumluluklar verilebilir.

SORULAR

DİNLEDİĞİNİZ İÇİN TEŞEKKÜRLER...

CEMİL HAFIZ

cemil.hafiz@gmail.com

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte ve B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır.

sivil civic
alan space

www.sivilalan.eu

www.civicspace.eu

Facebook: civicspacesivilalan

Twitter: @sivilalanproje

bilgi@sivilalan.eu

227 65 05

Bu proje Avrupa Birliği tarafından finanse edilmekte olup B&S Europe liderliğindeki konsorsiyum tarafından uygulanmaktadır. Bu belgenin içerdiği bilgiler sadece B&S Europe konsorsiyumuna aittir ve hiçbir şekilde Avrupa Birliği'nin görüşlerini yansıttığı şeklinde algılanmamalıdır.

B&S EUROPE