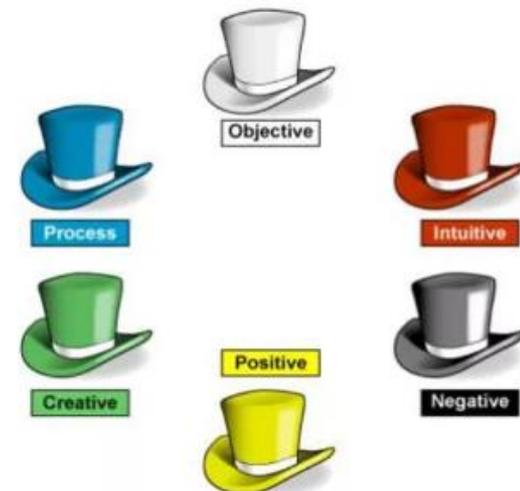


Разработка компании привлечения волонтеров

Инструментарий: Кейс-тренинг по методу «Шесть шляп»

Метод 6 шляп – это психологическая ролевая игра, подход, разработанный британским психологом Эдвардом Де Боно в 1985 году. Шляпа определённого цвета означает отдельный режим мышления, и, надевая её, человек включает этот режим. Это нужно для составления целостного мнения о проблеме, поскольку мы чаще всего думаем о любой проблеме стереотипно и рационально что не способствует полноте картины. Также техника де Боно позволяет руководителям решать рабочие конфронтации и споры.



Кейс

Мозговой штурм «Составляем «портрет» нашей НКО»

Ключевые вопросы:

1. Наш регион, социальное положение населения и политика властей
2. Стратегия развития нашей НКО на 1 год вперед
3. Направления деятельности и благополучатели
4. Команда
5. Ресурсы
6. GR
7. Основные партнеры
8. Риски

Время на проработку – 2 часа



Составные части кампании по привлечению волонтеров

БРЕНД И ПРОДВИЖЕНИЕ

ИНФРАСТРУКТУРА РАБОТЫ С НОВИЧКАМИ

КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИИ И ВОВЛЕЧЕНИЯ

ВНЕШНИЕ ПАРТНЕРЫ И ЦЕЛЕВЫЕ ГРУППЫ

РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

ПОТРЕБНОСТИ И ВОЛОНТЕРСКИЕ ВАКАНСИИ

Время на проработку по методу 6 шляп – 3 часа, время на презентации – 2 часа

Задание

Группа 1. Белая шляпа.

Группа описывает только факты в разрезе каждой составной части кампании:

Ключевые вопросы:

- что мы достоверно знаем о каждой составной части кампании по привлечению волонтеров?
- Какой информации нам не хватает?
- Где можно получить эту информацию и что для этого надо сделать?

Ключевая установка: «Никаких эмоций»!



Задание

Группа 2. Красная шляпа.

Группа использует чувства и интуитивные догадки, чтобы максимально эффективно реализовать кампанию

Ключевые вопросы:

- что нам подсказывает интуиция?
- каковы наши ощущения и переживания по поводу привлечения волонтеров?
- каковы наши догадки, как лучше всего провести кампанию?
- Какие способы привлечения нам кажутся наиболее подходящими?

Ключевая установка: «Слушаем внутренний голос!»



Задание

Группа 3. Черная шляпа.

Группа должна оценить кампанию с точки зрения рисков, трудностей, слабых мест.

Ключевые вопросы:

- что может пойти не так?
- какие есть внутренние и внешние риски и каковы могут быть их последствия?
- каковы наши ресурсные ограничения?
- Где слабые места в наших планах?

Ключевая установка: «Здоровый критицизм – залог успеха!»



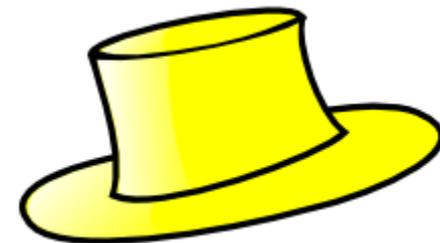
Задание

Группа 4. Желтая шляпа.

Группа представляет оптимистичный взгляд на деятельность волонтеров и должна выделить бонусы, преимущества, которые получит НКО от реализации кампании

Ключевые вопросы:

- почему нам надо реализовать кампанию?
- какие дополнительные ресурсы и возможности мы получим?
- какие скрытые ресурсы у нас есть?
- каковы долгосрочные последствия массового вовлечения жителей в волонтерство для нашего региона (города)?
- Ключевая установка: «У нас все получится!»



Задание

Группа 5. Зеленая шляпа

Участники группы должны дать волю фантазии, творчески подойти к задаче проведения кампании. Приветствуются неожиданные, неординарные идеи.

Ключевые вопросы:

- Какие есть новые идеи и альтернативы?
- какие возможности мы никогда не использовали?
- как добиться максимальных результатов?
- какие стереотипные взгляды нам мешают взглянуть на задачу нестандартно?

Ключевая установка: «Творческое мышление творит чудеса!»



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

Контакты:

Хромов Владимир
директор Ассоциации «СВОД»

E-mail info@volontery.ru