

/ Társadalmi bázisépítés esettanulmányok

Új szerepek beépítése a szervezeti működésbe

Kompánia Alapítvány



A Kompánia Alapítvány 1997-ben jött létre. A szervezet missziója, hogy a 7-24 éves fiatalok ne kallódjanak el, találják meg az útjukat, úgy, hogy ők maguk is tesznek érte. Mindezt szakemberek segítségével, közösségi terek kialakításával és egyénre szabott fejlesztéssel érik el. Az alábbiakban Ujvári Panna, a szervezet adományszervező munkatársa osztja meg tapasztalatait.

A Kompánia társadalmi bázisépítés projektje részben a Nyílt Társadalom Alapítványok, Nyílt Társadalom Kezdeményezés Európáért (OSIFE) támogatásában valósult meg. A NIOK Alapítvány az OSIFE partnereként 2017 óta nyújt komplex támogatást (mentorálás, tanácsadás, tapasztalatcsere, képzések) a Társadalmi Bázisépítés programban támogatott szervezeteknek. Ez az esettanulmány a NIOK és az OSIFE partnerségének keretében jött létre.

A Kompánia Alapítvány 2018–2019-ben vett részt a NIOK Társadalmi Bázisépítés programjában. Célunk az volt, hogy az adott időszakot megelőző néhány évben megszerzett tudás alapján szélesítsük társadalmi bázisunkat, beágyazottságunkat, illetve a már meglévő tudást tovább építsük, új módszereket tanuljunk és alkalmazzunk a gyakorlatban.

Kapacitásbővítés lépésről lépésre

A Kompánia Alapítvány egy kisebb, helyi, grassroots típusú szervezet, így ahhoz, hogy nagyobb hangsúlyt tudjunk fektetni a bázisépítésre, elsősorban a humánerőforrás kapacitás növelésére, vagyis a megfelelő szaktudással bíró kollégák biztosítására volt szükség. A projektünk során lehetőségünk nyílt arra, hogy először alkalmazzunk adományszervező és kommunikációs munkatársakat, hogy e két területet valamelyest ketté is válasszuk, illetve hogy bővítsük pénzügyi-szervezeti asszisztensünk óraszámát. **Fontosnak tartottuk azonban, hogy a szervezeti fejlődés mértékét figyelembe véve alkalmazzuk az új munkatársakat,** vagyis ne fordítsunk erre több forrást és energiát, mint amennyit a szervezet aktuális felépítése, fejlettségi szintje megengedne, illetve amennyit a felmerülő szükségletek indokolnak. Ezért csak 10–10 órában vettünk fel új munkatársakat a kommunikációs és adományszervező területekre. **A fokozatosság elvét azóta is követi a szervezet,** és bár mind óraszámban, mind felépítésben voltak azóta változások ezeken a területeken, a fenntarthatóságot és a folyamatos építkezést szem előtt tartva továbbra sem alkalmazunk teljes állásban adományszervező és kommunikációs munkatársakat.

A kommunikáció és az adománygyűjtés helye a szervezet életében

Az első lépés az volt, hogy meghatározzuk a kommunikáció és az adománygyűjtés helyét a szervezeti stratégiában, és hogy éves célokat fogalmazzunk meg magunknak. Megszületett a szervezet 3 éves adománygyűjtési és kommunikációs stratégiája, illetve a területekhez kapcsolódó éves tervek. **Fontos tapasztalat volt, hogy ezeket a területeket be kellett építenünk mind a szervezet működésébe és tevékenységeibe, mind a munkatársak gondolkodásába.**

Mivel szervezetünk még az ezredforduló előtt jött létre (vagyis teljesen más forrásteremtési elvek alapján működött), nem volt magától értetődő ezeknek a területeknek a jelentősége a szervezeten belül. Be kellett látnunk, hogy az átalakulás/megújulás nem megy magától. Mindemellett kihívást jelentett az is, hogy a szervezet adományszervezője korábban más pozícióban, szakmai munkát látott el a szervezeten belül, illetve a pénzügyi asszisztensünk is korábban munkaideje felében szakmai munkát látott el, amit a növekvő feladatok és a hatékonyság érdekében már külön kellett választanunk. Ezek a változások kommunikációs zavarhoz és kisebb feszültséghez is vezettek, illetve a menedzsment tagjainak (vagyis a szervezet alapműködtetését végző kollégák) együttműködése, valamint egymáshoz való (mellérendelt) viszonya sem volt magától értetődő. A változások integrálása érdekében a menedzsment egy szervezettefejlesztési folyamaton is végigment.

Mit tettek lehetővé az új szerepkörök?

Nagy lépést tettünk a társadalmi bázisunk szélesítésében, az ehhez kapcsolódó munkafolyamatok és szerepkörök letisztázásában. **Kommunikációnk letisztult,** egyértelművé vált a Kompania kommunikációs irányvonala és stílusa, és a hozzánk illő kommunikációs csatornák (havi hírlevél, Facebook csatorna, honlap).

Elkezdünk adományozói bázisunk tudatos építését és folyamatos növelését, és a közösségi kampányok tervezése és megvalósítása is rendszeressé és tervezhetővé vált. Megtanultunk és beépítettünk a szervezet éves adománygyűjtési ritmusába olyan módszereket, amiket korábban egyáltalán nem alkalmaztunk (követes adománygyűjtés, major donor fundraising, rendszeres adománygyűjtés). Kipróbáltunk és megvalósítottunk a projekt során egy 1%-os kampányt is, melynek legfőbb tanulsága az volt, hogy nem feltétlenül kell helyi szinten működő szervezetünknek olyan kommunikációs eszközöket alkalmaznia, mint a nagyobb, országos szervezeteknek. **Bátrabbak lettünk a vállalati kapcsolatok kiépítésében:** törekedtünk és azóta is törekszünk arra, hogy szervezetünket profi módon, a vállalati szférában is színvonalas/minőségi módon mutassuk be, hogy szakmai munkánk kommunikációnkban is igazolást nyerjen, hogy céljainkat és küldetésünket, eredményeinket egyértelműen kommunikáljuk annak érdekében, hogy valós partnerekre találjunk támogatóink körében.



KOMPÁNIA
ALAPÍTVÁNY



600 ÓRA FIGYELEM ÉS TÖRŐDÉS

“600 óra figyelem és törődés” kampányában a szervezet sikeresen szőlította meg az adományozókat és gyűjtött a tanoda mentorainak bérére

Bár az új módszerek és tudások meggyökeresedése hosszabb időt igényel, a fent leírt egy éves időszak arra mindenképp elegendő volt, hogy a stratégiai szemléletmódot, a folyamatos fejlődésre való igényt a gondolkodásunk szerves részévé tegyük. Lehetőséget biztosított arra, hogy a szervezet életének szerves részévé váljon az adományszervezési és kommunikációs tevékenység, és **megalapozzunk egy olyan utat, mely hosszú távon is fenntarthatóvá teszi szervezetünket.**

Tanulságok

- / **Tervezz hosszú távon, de kezd kicsiben!** Nem kell minden ötletet, tervet azonnal és egyszerre megvalósítani. Apró lépésekkel néhány hónap, év alatt nagy eredményeket érhetnek el.
- / **Szabjátok a szervezet kapacitásához, lehetőségeihez,** hogy mibe és hogyan vágtok bele.
- / **Meríts ötleteket másoktól,** de ne feledd, hogy nem minden szervezetnek működik ugyanaz, vagy van ugyanarra szüksége.
- / **Törekedjete a fokozatos növekedésre** a szervezet aktuális szükségleteinek és lehetőségeinek tükrében.

