



ПОДБИРАЕМ КОМАНДУ

Где и как искать волонтеров?

Не секрет, что некоммерческие организации зачастую ограничены в своих средствах, поэтому им почти всегда приходится рассчитывать только на поддержку добровольцев. Многие энтузиасты с радостью готовы оказать такую помощь. Так как же НКО и волонтерам найти друг друга?

Социальные сети – основной источник поиска волонтеров для ваших мероприятий. Заблаговременно разместите информацию о предстоящих акциях в своих аккаунтах и откройте регистрацию для участников.

Присмотритесь к пользователям, проявляющим высокую активность на вашем сайте и страничках организации в социальных сетях. Скорее всего, они обрадуются возможности

принять непосредственное участие в вашей деятельности и в реальной жизни.

Основная масса волонтеров – это студенты и школьники. Размещайте информацию о своих проектах в ВУЗах и студенческих общежитиях. На сегодняшний день волонтерские корпуса существуют почти при каждом учебном заведении.

Принимайте во внимание время проведения вашего мероприятия. Если оно совпадает с каникулами в учебных заведениях, то можно направить силы на поиск добровольцев среди студентов, и они непременно откликнутся на возможность получить практический опыт.

Отправьте запросы в муниципальные и региональные органы

по работе с молодёжью. Как правило, там есть человек, который знает всех потенциальных волонтёров лично и может поделиться с вами их контактами.

Используйте мероприятия и встречи с партнёрами для постоянного расширения списка потенциальных волонтёров.

Попросите центры поддержки НКО и партнёрские организации разместить на их сайтах информацию о том, что вы ищете волонтёров.

Не забывайте включать информацию о поиске помощников в электронную рассылку и пресс-релизы для СМИ.

Обязательно поддерживайте связь с теми, кто работал с вами раньше. Вероятнее всего, им будет интересно помочь вам снова, или же они смогут порекомендовать кого-то из своих знакомых.

Как привлечь волонтеров-специалистов к своему проекту?

Многие социальные проекты и инициативы часто нуждаются в волонтерах-специалистах. Это могут быть юристы, медики, психологи, программисты и представители других профессий, готовые посвятить часть своего времени на благое дело. Такие высококвалифицированные и опытные помощники — настоящая ценность, но, к сожалению, всё ещё редкость. Поэтому здесь мы расскажем о том, как правильно составить объявление, способное привлечь таких людей к вашему проекту.

Изучите мотивацию квалифицированных волонтеров. Зачем опытному специалисту заниматься добровольчеством, если он может потратить это время на оплачиваемую работу или отдых? Чаще всего волонтерами готовы стать те, кто стремится расширить свою сеть контактов, получить дополнительный опыт или просто сделать доброе дело. Постарайтесь, чтобы предлагаемая волонтерская позиция оправдала подобные ожидания!

Чётко опишите рабочие условия. Не забывайте, что у готовых помочь специалистов есть основная работа, поэтому объявление о поиске волонтера должно быть максимально конкретным. Например, сколько своего времени добровольцу потребуется уделять ежедневно? Обязательно ли ему работать в офисе или есть возможность работать удалённо? Какие конкретные задачи придётся выполнять и кому нужно будет отчитываться?

Укажите точное название должности волонтера. Например, «менеджер проектов» или «администратор сайта». Это не только поможет волонтеру лучше понять, чего от него ожидают, но и повысит ваши шансы привлечь нужного специалиста. Опыт волонтерской деятельности впоследствии можно указать в резюме, и должность «менеджер проектов» будет смотреться гораздо солиднее, нежели просто «волонтер».

Опишите все бонусы и преимущества работы с вами. Даже если вы не в силах заплатить волонтеру, наверняка у вас есть что предложить! Например, вы сможете выделить отдельное помещение для работы, компенсировать расходы на общественный транспорт, предоставить кофе, чай и бутерброды, пригласить на одно из ваших мероприятий, дать возможность пройти онлайн-курс или подготовить рекомендательное письмо. Не забудьте, что в объявлении о поиске волонтера должен быть

выдержан баланс между тем, что вы требуете и предлагаете взамен.

Чем отличается поиск волонтеров от поиска сотрудников?

Набирая команду, нужно помнить, что успех любого дела зависит от двух вещей — компетенции и мотивации коллектива. Мы подготовили несколько простых советов, которые помогут вам не ошибиться в выборе новых членов команды.

Содержание объявления о поиске новых членов команды будет зависеть от вашей целевой аудитории. Волонтеры стремятся быть полезными, поэтому их заинтересует конкретное описание вашей деятельности. Например, кому вы помогаете и какую роль в этом играют волонтеры. Для оплачиваемого же сотрудника в приоритете зарплата и компетенции — как он сможет применить

свой опыт на практике и будет ли у него возможность развиваться профессионально.

Чётко определите требования, которые вы будете предъявлять к волонтеру и оплачиваемому сотруднику. В обоих случаях они не должны быть завышенными или расплывчатыми. Например, вполне естественно, что в случае с наёмным сотрудником вопрос мотивации стоит не так остро, важнее его опыт и знания в конкретной сфере деятельности.

Решите, какие задачи вы сможете делегировать волонтерам, а какие — только постоянным сотрудникам. «Могу» и «хочу» волонтера, готового трудиться на благо общего дела — ценный ресурс. Но даже самый инициативный и заряженный человек не сможет за короткий срок приобрести знания и опыт, которыми обладает специалист.

Настройтесь на то, что поиск волонтеров займёт у вас больше времени. Денежная мотивация для многих играет далеко не последнюю роль и найти оплачиваемых сотрудников гораздо легче, поскольку это привычный для всех процесс поиска работы.

Прежде чем приступить к поиску оплачиваемых сотрудников, оглянитесь вокруг — возможно, вы уже их нашли! Речь идёт о волонтерах-специалистах, дальнейшее сотрудничество с которыми даст множество преимуществ. Например, они обладают необходимыми для НКО компетенциями, а самое главное — у них есть мотивация работать именно с вами!

Наконец, вне зависимости от того, кого вы ищете — волонтеров или постоянных сотрудников, новый член команды должен разделять общие принципы и правила, сложившиеся в коллективе.

Как безошибочно определить подходящего кандидата?

Вы получили достаточно заявок от желающих присоединиться к вашей команде и определили для себя круг потенциальных кандидатов, которых можно пригласить на личное собеседование. Но как же понять, кто из них действительно «ваш человек»? Предлагаем несколько техник, которые помогут определить наиболее подходящего вам кандидата.

Проективные вопросы

Проективные вопросы предлагают кандидату оценить не себя, а людей вообще или какого-то персонажа. Например, для того, чтобы понять мотивацию кандидата, стоит задать следующий вопрос: «Почему человек выбирает ту или иную профессию?».

Подобные вопросы снижают уровень стресса во время интервью и помогают кандидату раскрыться. Ответы на них сложнее просчитать, а значит кандидат будет отвечать более искренне. Первый ответ будет самым правдивым, поэтому важно задавать вопросы в быстром темпе.

Метод кейсов

Кейс — это некая гипотетическая рабочая ситуация, требующая от кандидата анализа и конкретного решения. Например, кандидату необходимо убедить донора, чтобы он профинансировал ваш проект. Применяв этот метод, вы сможете не только проверить умение соискателя с достоинством выйти из нестандартной ситуации, но также его гибкость и стрессоустойчивость. Оценивая кандидата, помните, что эта техника не подразумевает правильных или неправильных

ответов, а показывает, насколько видение кандидата соотносится с вашим.

Поведенческое интервью и техника STAR

В процессе собеседования кандидату задаются вопросы о конкретных рабочих ситуациях, с которыми он сталкивался. В идеале соискатель должен описать возникшую проблему (*Situation* — S), сформулировать задачу, которую нужно было решить (*Task* — T), описать свои действия по решению этой задачи (*Action* — A) и рассказать о результате, к которому эти действия привели (*Result* — R). Техника STAR помогает оценить такие компетенции кандидата, как инициативность, лидерство, уровень мотивации, общительность и другие.