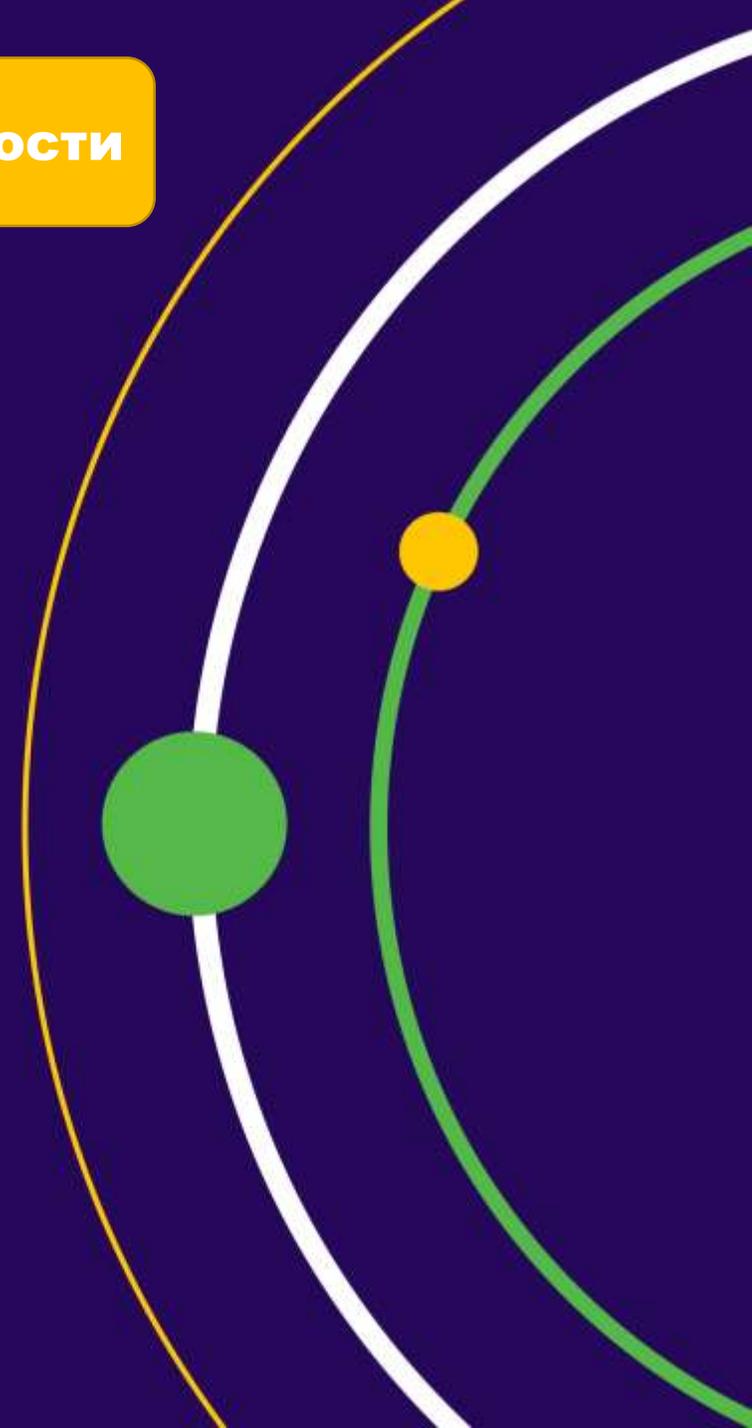


Онлайн-курс для организаторов волонтерской деятельности

Модуль 3. Стандарт работы организатора добровольческой деятельности в управлении добровольческой командой.

Урок 3. Привлечение волонтеров



Алгоритм привлечения волонтеров



• **Рассчитать количество волонтеров (в т.ч. резерв)**



• **Дать максимально развернутое описание вакансий**



• **Распространить информацию о наборе волонтеров**

Резерв волонтеров

В зависимости от специфики деятельности, критичности отсутствия волонтеров и подвижности их смен или времени занятости, резерв может составлять от 1-2 до 100 и более процентов от общего числа добровольцев. Резерв может вовсе отсутствовать в связи с экстренным характером выполняемых работ и отсутствием структурированных позиций. При этом чрезвычайно важно соблюсти баланс между желанием набрать большой резерв и тем самым обезопасить себя от возможного отсутствия волонтеров и угрозой их вынужденного безделья, вызванного нехваткой рабочих задач и выступающего одним из самых серьезных демотивирующих факторов.

● **Что отражается в рекламном объявлении:**

Информация о добровольческой деятельности: содержание, сроки и режим осуществления, предоставляемые сервисы

Основные требования к волонтерам: пол, возраст, образование, место проживания и т.д.

Порядок подачи заявок и процедуры отбора

Мотивация, актуальная для целевой аудитории

Коммуникационная кампания

Коммуникационная кампания может характеризоваться **различным масштабом и степенью локализованности** на конкретной целевой аудитории и представлять собой как глобальный комплекс информационно-просветительских, представительских, рекламных мероприятий и действий с широким охватом разнообразных социальных и половозрастных групп, так и точечное взаимодействие с определенной категорией населения, например, презентацию волонтерской программы в выбранном ВУЗе на одном из факультетов.

Оставлять полученные заявки без внимания категорически не рекомендуется, в связи с тем, что такое игнорирование ведет к потере мотивации волонтеров к сотрудничеству с данной волонтерской инициативой и даже в целом к участию в волонтерской деятельности.

● Продолжительность коммуникационной кампании

В среднем, набор команды волонтеров до 100 человек на временную / проектную занятость занимает порядка 7 дней, до 1000 человек – около полугода, свыше 1000 добровольцев – от 1 года и выше.

Привлечение постоянных волонтеров представляет собой более индивидуализированный процесс, в связи с тем, что не предполагает одновременного массового выхода на позиции и характеризуется более гибкими рамками занятости. Однако в любом случае, не стоит отодвигать поиск волонтеров на самый последний момент и следует закладывать на него минимально 1-2 недельный промежуток при условии высокой интенсивности коммуникации по этому вопросу.

● Инструменты для привлечения волонтеров

Наиболее эффективным инструментом для привлечения волонтеров являются **онлайн ресурсы**, на которых публикуются волонтерские вакансии и проводится прием заявок на участие в добровольческой деятельности.

Многие волонтерские инициативы набирают добровольцев среди **знакомых и близких участников**, уже вовлеченных в проект.

Онлайн-ресурсы
(например, DOBRO.RU)

«Сарафанное радио»

Собственные ресурсы
организации
(сайты, группы в соц. сетях и
прочее)

Окончание набора волонтеров

Процесс привлечения волонтеров заканчивается, когда набрано необходимое количество добровольцев с учетом запланированного резерва и возможного отсева.

Срок окончания приема заявок волонтеров должен исчисляться исходя из даты выхода добровольцев на позиции и принимать во внимание время, которое будет затрачено на отбор и обучение кандидатов.