

Firemní dobrovolnictví

V rámci tématu Firemního dobrovolnictví jsme se věnovali třem oblastem, které účastníky nejvíce zajímaly, a snažili jsme se hledat odpovědi na následující otázky:

1. Jak oslovit a získat firmy pro firemní dobrovolnictví? Jaká argumentace může fungovat?
2. Jak efektivně nastavit spolupráci, aby přinesla prospěch firmě, dobrovolníkovi i organizaci? Jak se může spolupráce dlouhodobě rozvíjet?
3. Jaké oblasti a formáty jsou efektivní v rámci expertního dobrovolnictví?

Ze společné diskuse u kavárenských stolků kavárny U šťastného koláčku vyplynulo ke každému tématu spousta zajímavých tipů a postřehů, které rádi sdílíme.

Jak oslovit a získat firmy pro firemní dobrovolnictví? Jaká argumentace může fungovat?

Tipy jak na to:

- Pro získání firmy využít ideálně osobního kontaktu ve firmě (snáze se tak dostaneme k zodpovědné osobě za danou oblast)
- Jít zezdola od zaměstnanců (pokud již mám třeba dobrovolníka jednotlivce, tak získat jeho firmu)
- Oslovovat lokální firmy (velké korporace mají již své NO, kterým pomáhají) nebo místní sdružení podnikatelů
- Rozklíčovat motivaci a potřeby firmy (za jakým účelem chtějí firemní dobrovolnictví, jak si představují pomoc atp.) – umět s tím pracovat (teambuilding, PR..)
- Nabídnout balíčky (mít již připravené varianty), zajistit, že dobrovolnický den pro ně bude zážitek, budou cítit, že pomáhají

Co je potřeba:

- Umět říct ne (pokud mi požadavek firmy nepřinese užitek, nesnažit se se zavděčit). Hledat kompromis výhodný pro obě strany.

Co by se hodilo:

- Mít školení, jak na to (pro firmy i neziskovky)
- Zprostředkování nabídky a poptávky (webové platformy)
- Propagace firemního dobrovolnictví / CSR v regionech

4. Jak efektivně nastavit spolupráci, aby přinesla prospěch firmě, dobrovolníkovi i organizaci? Jak se může spolupráce dlouhodobě rozvíjet?

Tipy jak na to:

- Jasně si v organizaci nadefinovat, co mají firemní dobrovolníci dělat, aby to bylo užitečné
- Nevázat spolupráci jen na jednu osobu/skupinku, ale snažit se o systémové zařazení firemního dobrovolnictví do organizace i firmy a propojení s grantovými firemními programy
- Nabízet různé aktivity a činnosti od manuálních po expertní (potenciál nalákání expertních dobrovolníků)
- „Den otevřených dveří“. – PR dobrovolnictví
- U jednorázových akcí mohou efektivně využít pro další firmy
- Minimalizovat náklady organizace – ideálně, ať si všechn materiál donese firma
- Upevnění spolupráce – jednou ročně poslat firmě fotky toho, co se v organizaci děje, pozvat zástupce firmy na akci (např. Křesadlo)

Jaké oblasti a formáty jsou efektivní v rámci expertního dobrovolnictví?

O jaké oblasti je zájem:

Grafika a fotografie, IT podpora a služby, marketing a PR, fundraising, doučování, právní poradenství, ale také kontakt s klienty či řemeslné práce.

Vhodné formáty:

odborná školení a kurzy
analýzy fungování organizace
workshopy na sdílení dovedností

Co je potřeba:

- Základem úspěchu je správně si nadefinovat, co přesně daná organizace od expertního dobrovolníka očekává, do kdy a jaký je cílový stav

Na co si dát pozor:

- Expertní dobrovolnictví může narážet na odlišnosti korporátního a neziskového světa (finanční a IT systémy, procesy atd.)
- Expertní dobrovolníci by neměli suplovat placené pozice.