



STRUMENTO DI PREVISIONE

Progetto 2017-1-FI01-KA204-034696

Disclaimer

Gli autori di questo documento hanno preso qualsiasi misura disponibile per il suo contenuto per essere accurati, coerenti e leciti. Tuttavia, né il consorzio del progetto né i singoli partner che partecipano implicitamente o esplicitamente alla creazione e alla pubblicazione di questo documento hanno alcun tipo di responsabilità che potrebbe verificarsi a causa dell'utilizzo del suo contenuto.

Questa pubblicazione è stata prodotta con l'assistenza del programma ERASMUS +. Il contenuto di questa pubblicazione è di esclusiva responsabilità del consorzio FutVol e non può in alcun modo essere preso in considerazione per le opinioni del programma ERASMUS +.



STRUMENTO DI PREVISIONE

In che modo i volontari possono scoprire cosa potrebbe accadere in futuro e aiutare la loro organizzazione a raggiungere i propri obiettivi?

Qui abbiamo un modello e strumenti per aiutare!

L'idea di questo strumento è quella di combinare le informazioni dagli stakeholder dell'organizzazione, cioè diversi gruppi di persone e organizzazioni. Questa informazione dovrebbe essere impostata su una discussione per consentire all'organizzazione di elaborare un piano d'azione. L'idea è di trovare informazioni su ciò che diverse **persone pensano possano accadere in futuro** a "noi" (cioè la comunità o l'organizzazione del volontario), e **attraverso una combinazione di diverse visioni ottenere una panoramica** di ciò che accadrà nel futuro.

Il volontario può scoprire quali diverse parti interessate ritengono i soggetti interessati dagli stakeholder utilizzando i nostri strumenti e idee, oppure possono utilizzare le proprie idee. C'è anche una linea guida per facilitare la previsione / i futuri workshop usando il nostro modello. Forniremo un paio di esempi pratici su come svolgere questo esercizio utilizzando come esempio una ONG ambientale locale.

Modello di previsione

Prima di partire alla scoperta delle idee dei tuoi stakeholder sul futuro, devi prendere tempo insieme per pensare a chi sono.

La sezione successiva è stata trasferita qui dalla fine dello strumento, come il nostro pubblico di prova anche se avrebbe funzionato meglio qui.

Qualsiasi organizzazione di volontariato ha i propri stakeholder i cui interessi e aspettative fanno parte della missione dell'organizzazione. L'obiettivo generale di un'organizzazione è raggiungere i propri obiettivi (come il miglioramento dell'ambiente locale) e soddisfare le esigenze percepite di questi soggetti interessati. Qualche idea sbagliata sul mix specifico delle aspettative degli stakeholder potrebbe portare a situazioni critiche a breve o medio termine o a crisi esistenziali a lungo termine. **Per questo motivo, l'analisi dello specifico mix di stakeholder è di rilevanza strategica.** Essa permetterà l'identificazione della relazione specifica come segue (Fig.1):

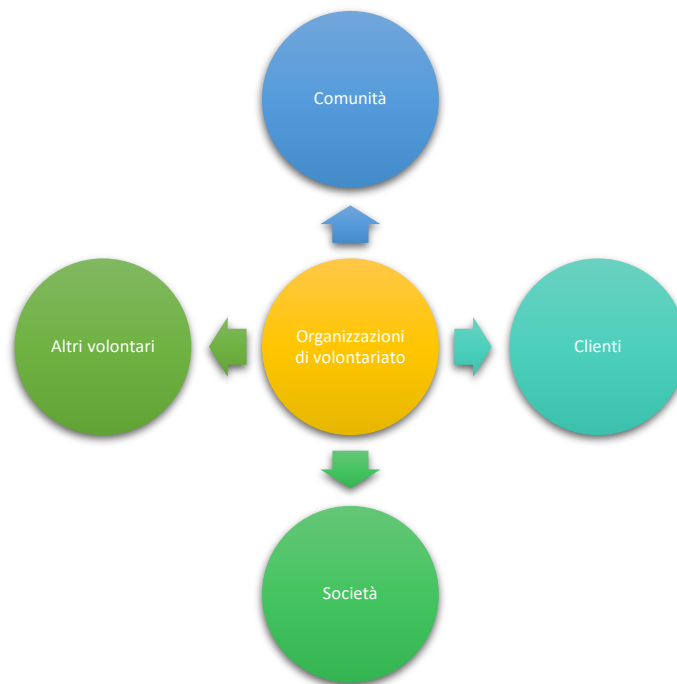


Fig.1

La domanda principale dell'analisi degli stakeholder è:

Come soddisfiamo le aspettative dei nostri stakeholder?

Per rispondere a questa domanda è importante porre ulteriori domande attraverso quattro passaggi fondamentali:

Primo passo:

Chi sono esattamente i nostri stakeholder?

Prima ancora di iniziare a lavorare, dobbiamo chiarire chi sono esattamente gli stakeholder specifici della nostra organizzazione di volontariato che possono essere nominati sotto ciascuno dei quattro tipi rappresentati in Fig.1. Chi sono i nostri clienti a cui il nostro lavoro è indirizzato direttamente o indirettamente? Chi sono le persone e / o le organizzazioni che formano la nostra comunità locale? Questo include il nostro comune, altre organizzazioni di volontariato? Chi altro? Possiamo definire la "società" in modo più specifico?

Secondo passo:



Le parti interessate nominate sotto ciascun tipo devono essere classificate in ordine di importanza per l'organizzazione di volontariato. Questa importanza può variare a seconda dello scopo dell'analisi e includere una descrizione come presentata in Fig.2. Questo deve essere fatto al fine di pensare a dove il cambiamento può essere raggiunto e per pianificare l'uso delle risorse.

STAKEHOLDER	DEBOLE INFLUENZA	FORTE INFLUENZA
FORTI INTERESSI	Utile se diventano sostenitori dell'organizzazione	Deve essere regolato
DEBOLI INTERESSI	Poco o nessun effetto sull'organizzazione	Pericoloso o molto utile per l'organizzazione se diventano interessati

Fig.2

Esempio pratico:

L'ONG ambientalista decide che i politici locali sono uno stakeholder molto importante in una campagna per incoraggiare il riciclaggio. Più riciclaggio è stato considerato un risultato importante in 5 anni. Il problema è che hanno poco interesse in quanto costa denaro. L'organizzazione pensa che dovrebbe essere saggio ascoltarli e pensare ai modi in cui potrebbero aiutare a renderlo vero.

Terzo passo:

Quanto sono importanti i nostri stakeholder?

Seguendo la classifica, dobbiamo rispondere alla domanda:

- Quali sono le aspettative di ogni specifico stakeholder riguardo al rapporto con la nostra organizzazione?

Questa vista può influenzare la classifica iniziale nel passaggio 2 e portare a modifiche.

Quarto passo:

Quanto siamo bravi a soddisfare le aspettative delle nostre parti interessate?

Per gli stakeholder selezionati abbiamo bisogno di identificare come soddisfare le loro aspettative:

- Cosa facciamo per soddisfare le aspettative degli stakeholder? Sappiamo come soddisfare i nostri nel nostro lavoro? Cosa è buono? Cosa potrebbe esserci di meglio? Cosa faremo?



Dopo aver definito i tuoi stakeholder, puoi iniziare a scoprire le loro idee.

Ecco come funziona il nostro modello per combinare idee di persone diverse:

<p>Cosa penso possa succedere a noi (la nostra organizzazione)</p> <p>domande che i volontari chiedono da soli</p>	<p>Quali altri volontari e la nostra organizzazione pensano che Potrebbero accaderci (la nostra organizzazione)</p> <p>domande che i volontari chiedono ad altri volontari analisi delle tendenze nella nostra associazione o organizzazione (numero di membri ecc.)</p>	<p>Ciò che i nostri clienti pensano potrebbe accadere a noi (la nostra organizzazione)</p> <p>domande che i volontari chiedono alle persone con cui lavorano</p>
<p>Cosa potrebbe pensare la nostra comunità potrebbe accaderci (la nostra organizzazione)</p> <p>osservazioni di ciò che accade nella nostra città, ecc.</p>	<p>Cosa pensa la società potrebbe accaderci (la nostra organizzazione)</p> <p>osservazioni dalle notizie ricerche on-line su termini come "il futuro"</p>	<p>Cosa ci succederà davvero</p> <p>analisi pianificazione per l'azione</p>

Hai già identificato i tuoi stakeholder. Ecco un esempio concreto di come i clienti possono essere identificati:

Esempio pratico:

L'ONG ambientalista ritiene che i suoi potenziali clienti includano famiglie e scuole locali che hanno bisogno di sapere come proteggere l'ambiente localmente. Hanno identificato i politici locali per rappresentare la loro comunità e i media locali per rappresentare la società prima di partire alla scoperta delle loro idee.



Ecco alcuni suggerimenti per scoprire le idee dei diversi stakeholder. Puoi usarli o pensare alle tue domande e ai tuoi metodi. Queste idee possono farti iniziare, ma è importante renderlo il più semplice possibile!

1. Cosa penso possa succedere a noi?

- Secondo te, come sarà il volontariato tra 10, 20, 30 anni? Annota le tue idee
- Come sarà il futuro?

2. Quali altri volontari e la nostra organizzazione pensano che potrebbero accaderci?

- Chiedi ad altri volontari che cosa pensino che il volontariato sarà simile tra 10, 20, 30 anni.
- Cerca su Google "il futuro del volontariato" ed otterrai molti risultati e articoli sul futuro del volontariato.
- Cerca centri di volontariato nella tua città e parla con le persone che selezionano volontari. Cosa pensano che possa avere il futuro per il volontariato?
- Impegnarsi con altri volontari sui social media (Facebook, Twitter, ecc.). Quali sono alcuni dei loro pensieri sul futuro? Le opinioni divergono o la maggior parte delle persone concorda su alcune idee?
- Cerca le statistiche nella tua organizzazione. Quanti membri hai avuto prima e ora? Chi si è offerto volontario prima e chi ora? Che tipo di cose facevano i volontari prima e ora? Cosa dice questa informazione su cosa potrebbe accadere in futuro?
- Contattare le organizzazioni non governative tramite e-mail e porre domande come "Avrai più o meno volontari in 10 anni?" E "Il volontariato diventerà più popolare in futuro?", Quindi confrontare le risposte di varie organizzazioni.



- Sulla base delle ricerche fatte quali sono le tue previsioni per il futuro del volontariato? I risultati più possibili sono positivi o negativi?

Esempio pratico:

Nell'ONG ambientalista, i volontari hanno ritenuto che ciò dipendesse molto dalle opinioni generali delle persone sull'ambiente. Se c'è preoccupazione, ci saranno più volontari. Hanno anche pensato che ci sarà più micro-volontariato fatto online. Si sono intervistati e hanno utilizzato Google per trovare alcune idee.

3. Ciò che i nostri clienti pensano potrebbe accadere a noi?

1a domanda: Chi sono i nostri clienti? Il profilo dei nostri clienti può cambiare in futuro?

La risposta a questa domanda dipende da:

- Il profilo dell'organizzazione e la gamma - a livello locale, in un luogo specifico o regionalmente - e lo scopo del suo lavoro
- Come si attiva e raggiunge i clienti: direttamente o utilizzando gli IT (social network, siti Web).

2a domanda: Qual è il ruolo dei volontari nella relazione con il cliente dell'organizzazione? Qual è la natura del lavoro volontario?

La risposta può dipendere da:

- Competenze volontarie, dalle competenze tecniche a "lavorare con le persone". Quale di queste competenze sarà necessaria o avremo bisogno di qualcos'altro?
- Preferenze del volontario: ad esempio, quale percentuale di volontari preferisce lavorare con le persone
- Come l'organizzazione lavora in relazione ai suoi clienti

Dovresti considerare domande come: Il volontariato in futuro sarà legato alla competenza tecnologica? "Lavorare con le persone" sarà un elemento permanente del lavoro dei volontari?



3a domanda: Chi sono i volontari? Quali sono le principali caratteristiche socio-demografiche dei volontari?

- Ci sono differenze generazionali / culturali nelle risorse accessibili ai volontari in una determinata organizzazione?
- Quali sono le competenze dei volontari nelle varie fasce di età, ad es. Cosa possono fare 20 + anni o 50 + anni e come preferiscono lavorare con i nostri clienti?
- Possono le differenze generare conflitti?

Dove trovare tali informazioni:

- **Revisione di siti Web e organizzazioni:** - analisi del contenuto e delle attività delle organizzazioni non governative. Identificazione dei clienti dell'organizzazione in base al profilo dell'organizzazione, - analisi dell'offerta per i volontari - cosa offrono le organizzazioni di volontariato? Quanto spesso il volontariato è associato al lavoro diretto con il cliente dell'organizzazione? Di che tipo di persone hanno bisogno le organizzazioni? Qual è l'offerta di volontariato? Quali competenze vengono utilizzate in queste offerte?
- **Dati statistici, ricerca:** - analisi degli stessi volontari in termini di caratteristiche sociali / demografiche / culturali? - chi sono e quali sono i valori e le esigenze dei diversi gruppi generazionali?

Esempio pratico:

L'ONG ambientalista ritiene che i suoi clienti siano famiglie e scuole locali. Al momento sono principalmente raggiunti dai social media poiché i volontari esistenti sono piuttosto giovani, ma i contatti diretti sono scarsi. Gli interessi dei clienti dipendono dagli atteggiamenti ambientali in generale.

4. Ciò che la nostra comunità pensa potrebbe accaderci?

Possibili modi di raccogliere informazioni:

- Segui le notizie locali o altri media Segui le notizie (su tv o radio, giornali, riviste) o online) per alcuni giorni. Scegli 1-2 notizie che potrebbero influenzare il tuo volontariato o la tua organizzazione in futuro. Analizzali rispondendo alle seguenti domande:
 1. Questo influenza il mio volontariato in modo positivo, neutrale o negativo?



2. Ciò influisce positivamente, negativamente o negativamente su di noi (la nostra organizzazione)?
 3. Che cosa dice questa notizia sul mondo che ci circonda?
- Visita la tua biblioteca locale, il centro della comunità o altri luoghi in cui le persone si incontrano. Chiedi alle persone cosa pensano che potrebbero accadere in futuro. Che cosa dice questo su ciò che potrebbe accadere a te o alla tua organizzazione di volontariato?
 - Quando incontri i tuoi amici o la tua famiglia a casa, al caffè, alle feste di compleanno, ecc., Chiedi loro che cosa potrebbero accadere in futuro. Qualcosa di rilevante per il tuo volontariato?
 - Visita il sito web del tuo consiglio comunale e i canali dei social media. c'è qualcosa che ritieni possa essere rilevante per la tua organizzazione in futuro? Prova a rispondere alle seguenti domande:
 1. Questo influenza il mio volontariato in modo positivo, neutrale o negativo?
 2. Ciò influisce positivamente, negativamente o negativamente su di noi (la nostra organizzazione)?
 3. Che cosa dice questa notizia sul mondo che ci circonda?

Esempio pratico:

L'ONG ambientalista riteneva che i politici locali fossero attori fondamentali nella propria comunità locale. hanno consultato la loro decisione sul sito web della città e hanno deciso che non c'era molto da fare riguardo all'ambiente locale. È stato trovato per essere problematico da un punto di vista pubblicitario.

4. Che cosa pensa la società su cosa potrebbe accaderci

Possibili modi di raccogliere informazioni:

- Osservazioni dalle notizie: seguire le notizie (in tv o alla radio, sui giornali o online) per alcuni giorni. Scegli 2 notizie che potrebbero influenzare il tuo volontariato o la tua organizzazione in futuro. Analizzali rispondendo alle seguenti domande:
 1. Questo influenza il mio volontariato in modo positivo, neutrale o negativo?
 2. Ciò influisce positivamente, negativamente o negativamente su di noi (la nostra organizzazione)?
 3. Che cosa dice questa notizia sul mondo che ci circonda?



- **Osservazioni da ricerche on line**

Utilizzare un motore di ricerca on-line. Digita termini come "il futuro del volontariato", "volontariato" o un termine che ha a che fare con il settore in cui fai volontariato. Passa attraverso i risultati della tua ricerca e seleziona 2 fonti che trovi interessanti o utili. Analizzali rispondendo alle seguenti domande:

1. Questo influenza il mio volontariato in modo positivo, neutrale o negativo?
2. Ciò influisce positivamente, negativamente o negativamente su di noi (la nostra organizzazione)?
3. Che cosa dice questo testo sul mondo che ci circonda?

- Osservazioni sui social media

Se utilizzi canali di social media come Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, YouTube o altri, prenditi un momento per seguire il tuo flusso di notizie. Di cosa parlano le persone e che tipo di contenuti condividono? C'è qualcosa che sembra rilevante dal punto di vista del volontariato? In che modo ciò potrebbe influire sul futuro della tua organizzazione?

- Osservazioni a scuola / università / lavoro / ovunque

Se lavori o sei uno studente, ascolta ciò che le persone intorno a te hanno da dire. Di cosa parlano le persone? C'è qualcosa che sembra rilevante dal punto di vista del volontariato? In che modo ciò potrebbe influire sul futuro della tua organizzazione?

- Rilevazione di 'segnali deboli'

Hai notato qualche piccola cosa intorno a te che potrebbe cambiare o che trovi inquietante? potrebbero essere segnali deboli che potrebbero o meno influenzare il tuo volontariato. Scrivi questi giù durante un paio di giorni e condividi con i tuoi amici. È possibile utilizzare queste domande per dare un senso a loro:

1. Questo influenza il mio volontariato in modo positivo, neutrale o negativo?
2. Ciò influisce positivamente, negativamente o negativamente su di noi (la nostra organizzazione)?



3. Che cosa dice questo testo sul mondo che ci circonda?

Esempio pratico:

L'ONG locale ne ha discusso e ha pensato che i media locali fossero il loro principale interlocutore. hanno guardato il giornale locale e hanno trovato un articolo sul riciclaggio. Hanno pensato che questo potesse essere un segnale positivo per la crescita dell'interesse pubblico.

5. Analisi. Cosa succederà davvero?

Quando analizzi le informazioni che hai raccolto, dovrai riunire punti di vista diversi e mettere in relazione le aspettative degli stakeholder. Puoi anche considerare ciò che è simile nelle informazioni che hai raccolto da diversi stakeholder e dove le loro opinioni sono diverse l'una dall'altra.

Le linee guida sulla facilitazione includono idee su come fare questo, e qui spieghiamo come si potrebbero approcciare le opinioni delle parti interessate.

6. Pianificazione per l'azione

Una volta che hai analizzato e discusso le tue informazioni, avrai un'idea di cosa ci aspetta. Per creare un piano, dovresti quindi porsi le seguenti domande:

- Cosa vogliamo raggiungere? Come possono le cose che vediamo accadere aiutarci o impedirci di ottenere questo?
- Di quali competenze abbiamo bisogno? Li abbiamo già o abbiamo bisogno di qualcos'altro?
- Chi dobbiamo fare questo? abbiamo le persone giuste e abbastanza persone?
- Con chi abbiamo bisogno di fare rete per raggiungere i nostri obiettivi e cosa possiamo dare loro?
- Di quali risorse abbiamo bisogno?

Questa discussione ti porterà al seguente risultato:

→ Cosa farà la nostra organizzazione?



→ Come lo faremo?

Esempio pratico:

L'organizzazione ha deciso che hanno bisogno di lavorare con scuole locali, media e politici. Per questo avevano bisogno di informazioni sul processo decisionale, abilità per ispirare i giovani a scuola e abilità nel realizzare video mobili. Hanno visto che non potevano lavorare da soli perché avevano risorse limitate, quindi hanno deciso di chiedere all'associazione dei residenti locali di lavorare con loro e di trovare una formazione sulle abilità che mancavano
