



VADEMECUM PEOPLERAIISING

Prima passi e suggerimenti operativi per ricercare, selezionare e valorizzare i volontari

PREPARAZIONE DEL LAVORO

- Creare un gruppo di lavoro (2 | 3 persone) con disponibilità di tempo ed interessate a dedicarsi alla ricerca, selezione e cura dei volontari.
- Preparare un piano di lavoro da condividere con il resto del consiglio direttivo.
- Avere un piano di lavoro permette di prevenire criticità future e di fare valutazioni di efficacia a campagna conclusa.
- Non dimenticare di avere pazienza e porsi aspettative realistiche, proporzionate al bisogno e al tempo investito in questa attività.
- Fissare obiettivi concreti e precisi (es. quanti volontari vi servono e quanto tempo potete dedicare alla ricerca).

Le fasi seguenti sono le tappe fondamentali che il gruppo di lavoro dedicato dovrà discutere e SCRIVERE per realizzare il piano di lavoro per la ricerca, selezione e cura dei propri volontari.

RICERCA DEI VOLONTARI E RELATIVI MATERIALI DI COMUNICAZIONE

- Fare ordine sulle possibili attività di dono di tempo che possono essere proposte. L'organizzazione dovrebbe prendersi il tempo di tradurre i propri bisogni in opportunità di dono per le persone, individuando cosa poter far fare di concreto, utile interessante ai potenziali volontari.
- Scrivere per ciascuna possibile attività individuata il profilo della persona che stiamo cercando.
- Scrivere per ciascun profilo una lista di luoghi fisici in cui queste persone possono essere, luoghi che frequentano e in cui si potrebbero incontrare.



- Fare una lista dei luoghi fisici interni all'organizzazione in cui promuovere la ricerca e una lista delle persone dell'organizzazione che si possono coinvolgere nel passaparola.
- Preparare gli strumenti di comunicazione adeguati per raggiungere queste persone.
- Pensare ad un messaggio accattivante e simpatico per attirare l'attenzione di ciascun profilo di volontario.
- Non cadere nella tentazione dei volantini "fai da te"
- Cercare una persona, anche interna all'organizzazione, che abbia competenze grafiche.
- Personalizzare il contenuto della comunicazione a seconda del target e dello strumento che si utilizza (volantino, facebook, sito web, email ecc).
- La comunicazione d'invito alla donazione deve sempre avere: richiesta precisa della donazione, breve ma preciso riferimento al progetto o all'organizzazione, contatti dell'organizzazione e del referente per questa campagna (sito web, email, telefono, nome e cognome).

SELEZIONE ED INSERIMENTO

La fase di ricerca ha funzionato, i volontari vi contattano per donare il loro tempo.

- Predisporre e pensare alla fase di selezione.
- Individuare chi se ne occupa, fissare gli incontri in un luogo bello e accogliente (magari la vostra sede...).
- Scrivere le domande o le aree che si vogliono approfondire in sede di colloquio con il candidato.
- Raccogliere l'anagrafica completa (nome, cognome, indirizzo, email, telefono) del candidato.
- Ascoltare e approfondire la conoscenza, gli interessi e le aspettative del candidato.



- Verificare e decidere se il candidato è adatto all'attività proposta e darne opportuna comunicazione.
- Avviare l'inserimento all'interno dell'organizzazione e in questa fase e dare al volontario tutti gli strumenti necessari per svolgere le attività programmate (es. riferimenti di un volontario esperto in caso di bisogno, regolamento, dispositivi strumentali ecc).
- Prevedere eventuali momenti formativi specifici con esterni o volontari esperti.

VALORIZZAZIONE E CURA

- Pianificare dei momenti di socializzazione comuni a tutti i volontari (un paio di volte l'anno).
- Pianificare dei momenti individuali durante l'anno per ciascun volontario e il referente dei volontari.
- Pensare a delle forme di apprezzamento e ringraziamento personalizzate per i diversi volontari.
- Farsi trovare pronti a rilanciare con più responsabilità o nuove attività ai volontari interessati.

VALUTAZIONE DEL LAVORO

- Il gruppo di lavoro dedicato al peopleraising si riunisce per verificare e discutere i risultati ottenuti.
- Se non si sono raggiunti gli obiettivi con il piano delle azioni fatte alla mano cercare di capire cosa è andato storto e come si può migliorare per una prossima volta.



In generale da non dimenticare:

- Le persone donano perché vogliono essere felici e fare qualcosa per gli altri.
- Non dare mai niente per scontato, chiedere e rilanciare sempre.
- Nei momenti di difficoltà, di decisioni da prendere o di dubbi la strategia che aiuta a procedere è ripensare ai beneficiari e porsi la seguente domanda: “Qual è la cosa migliore che si possa fare per le persone che vogliamo aiutare?”.
- Sorridere e avere pensieri positivi. La mente pensa per colmare i vuoti e i pensieri si sviluppano liberi chiamandone altri. Se s'inizia con un pensiero positivo a catena ne seguiranno altri. Si dice funzioni anche per le persone, non solo per i pensieri.

Piccola bibliografia sul peopleraising

AA.VV. Dono dunque siamo. Otto buone ragioni per credere in una società più solidale, Torino, UTET, 2013.

Caltabianco, C. Altruisti senza divisa, Roma, Carocci, 2006.

De Palma, E. I volontari una risorsa da valorizzare, Enna, Città Aperta, 2002.

Godbout, J. Il linguaggio del dono, Torino, Bollati Boringhieri, 1998.

Godbout, J. Lo spirito del dono, Torino, Bollati Boringhieri, 1993.

Marta, E.; Pozzi M. Psicologia del volontariato, Roma, Carocci, 2007.

Marta, E. Rapporto Giovani - Focus sul volontariato, Istituto Toniolo Università Cattolica Milano, 2014.

Melandri, V. Manuale per la ricerca dei volontari. Persone al servizio di una buona causa, Santarcangelo di Romagna, Maggioli, 2010.

Laura Lugli, Nuove frontiere del volontariato. Cercare, trovare e fidelizzare i donatori di tempo, Padova, Libreriauniversitaria, 2016.