

/2 Cele programu

Określenie celów to przełożenie diagnozy na mierzalne korzyści, jakie pracodawca chce osiągnąć, w tym jaki chciałby mieć zwrot z „inwestycji w wolontariat”? Czy, a jeśli tak, to jaką funkcję ma pełnić program w procesie zarządzania personelem? Odpowiednie sformułowanie celów pozwoli zainteresowanym pracownikom zrozumieć intencję pracodawcy i przygotować się do udziału w programie.

/1 Diagnoza (oczekiwań i zasobów pracodawcy, potrzeb i oczekiwań pracowników)

Odpowiednie zdefiniowanie potrzeb, obaw oraz oczekiwań pracodawcy i pracowników pozwoli dobrać właściwsze narzędzia i zasoby do realizacji programu wolontariatu pracowniczego osób w wieku 55 plus. Prowadząc analizę, należy wziąć pod uwagę dokumenty i strategię firmy/instytucji, które mogą mieć wpływ na realizację, finansowanie i rozwój programu.

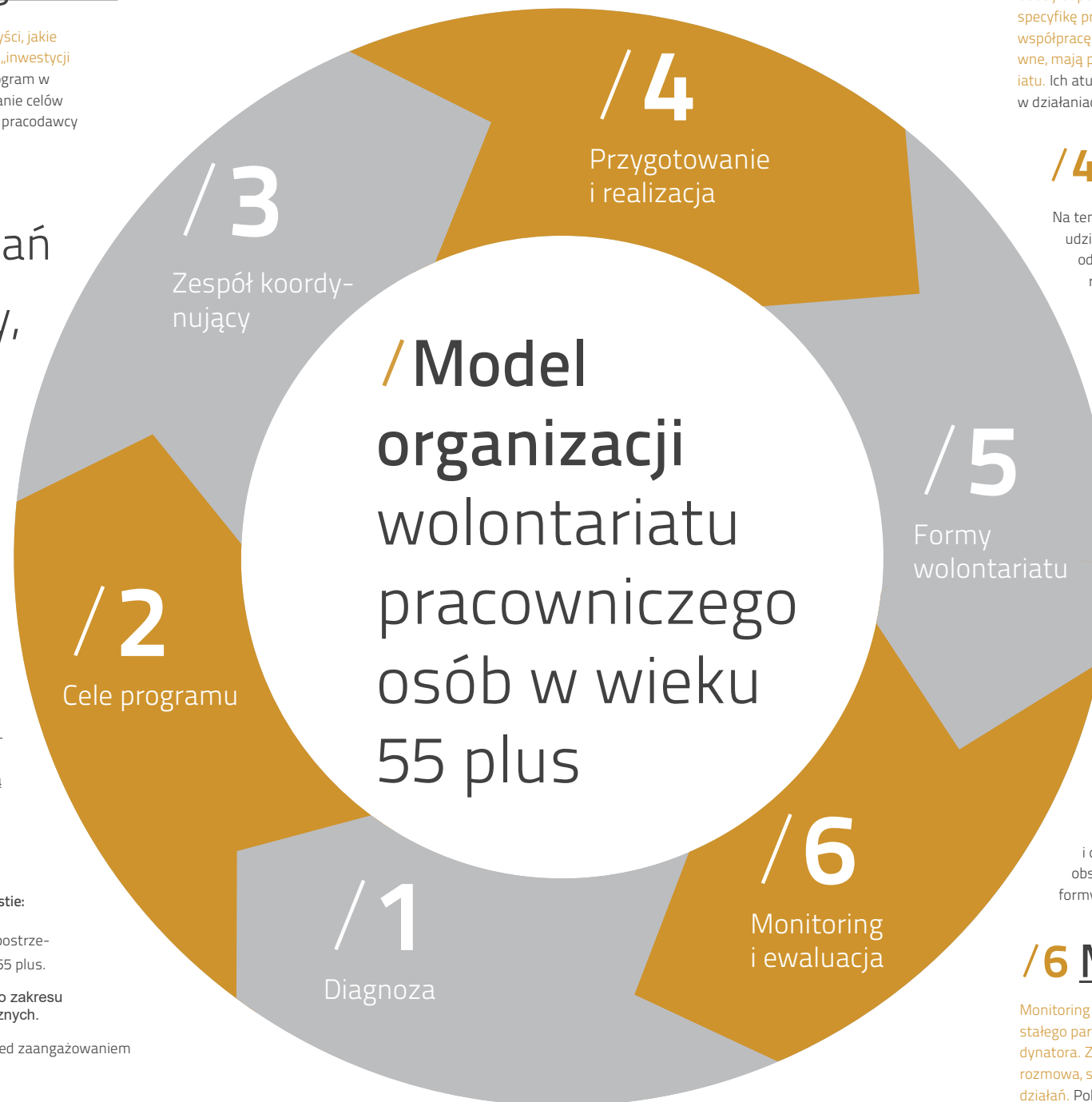
Należy znaleźć odpowiedzi na pytania:

Dlaczego pracodawca chce wspierać rozwój wolontariatu pracowników 55 plus? Jaki to może mieć wpływ na tę grupę, na resztę pracowników, na całą organizację i jej wizerunek? Jakie zasoby (rzeczowe, kadrowe, finansowe, usługowe, know-how) pracodawca może i chce przeznaczyć na wsparcie programu?

Warto też wziąć pod uwagę następujące kwestie:

- Analiza doświadczeń wolontariackich i postrzeżenia wolontariatu przez osoby 55 plus.
- Oczekiwania osób 55 plus co do zakresu form i obszarów działań społecznych.
- Obawy pracowników przed zaangażowaniem się w wolontariat.

Oczekiwania osób 55 plus co



/3 Zespół koordynujący

Osoby odpowiedzialne za program rozumieją specyfikę pracy osób 55 plus, są otwarte na współpracę z osobami dojrzałymi, komunikatywne, mają pozytywne nastawienie do wolontariatu. Ich atutem będzie doświadczenie w działaniach społecznych.

Zespół koordynujący posiada zasoby niezbędne do realizacji programu (m.in. dedykowany czas na zarządzanie wolontariatem, przeznaczony na to budżet, współpraca z osobami odpowiedzialnymi za komunikację wewnętrzną).

/4 Przygotowanie i realizacja

Na ten etap składa się określenie zasad udziału w programie, przygotowanie odpowiedniej dokumentacji (np. regulaminy, umowy wolontariackie), organizacja warsztatów przygotowujących do wolontariatu oraz opracowanie narzędzi promocji i form komunikacji. W pracy z osobami 55 plus szczególną uwagę należy zwrócić na dobór odpowiednich narzędzi komunikacji:

- wysyłając wiadomość e-mail, warto adresować ją do konkretnej osoby, lepiej unikać zbiorowych e-maili „do wszystkich”, czyli tak

naprawdę „do nikogo”,
- bezpośrednia rozmowa z pracownikiem bardziej ośmieli go do włączenia się w wolontariat,
- organizowanie dedykowanych spotkań informacyjnych dla osób 55 plus pozwoli tym osobom czuć się swobodniej, pewniej, uwierzyć w swoje kompetencje, łatwiej zdecydować się na wolontariat,
- należy unikać w komunikacji młodzieżowego slangu, korporacyjnej nowomowy czy modnych sformułowań. Wzmocnieniem komunikacji powinien być ambasador wolontariatu, „rówieśnik”, osoba z doświadczeniem wolontariackim, która wesprze, podpowie, poradzi i swoim przykładem zachęci do działania.

/5 Formy wolontariatu

Organizując wolontariat dla osób starszych, warto dysponować szerokim wachlarzem możliwości. Zadbajmy o możliwość wyboru między wolontariatem indywidualnym i zespołowym, przedstawmy propozycję działań akcyjnych i długoterminowych w różnych obszarach i środowiskach. Dostosujmy formy wolontariatu do predyspozycji osób

starszych, np. czas trwania, możliwość zaangażowania rodziny. Dajmy im możliwość realizacji własnych pomysłów na działania społeczne lub wyboru wolontariatu spośród naszych propozycji. Unikajmy stygmatyzacji i szufladkowania osób starszych, tworząc specjalnie dla nich programy „seniorskie”. Raczej zachęcajmy do współpracy z młodszymi pracownikami, co sprzyja integracji i rozwojowi intermentoringu w zespole.

/6 Monitoring i ewaluacja

Monitoring pracy powinien przybrać formę stałego partnerskiego kontaktu i wsparcia koordynatora. Zalecane formy to: kontakt osobisty, rozmowa, spotkania w grupie i analiza podjętych działań. Pokazywanie efektów ewaluacji działań wolontariackich tworzy pozytywną energię wśród wolontariuszy i dodatkowo ich motywuje. Należy przy tym pamiętać, że nie każdy wolontariusz

chce być bohaterem materiałów promocyjnych. Dlatego komunikacja musi być wyważona. W procesie monitoringu warto skorzystać z doświadczeń ambasadorów, którzy w czasie realizacji programu pomogą uniknąć błędów, wskażą właściwe sposoby działania, służyć będą doświadczeniem.