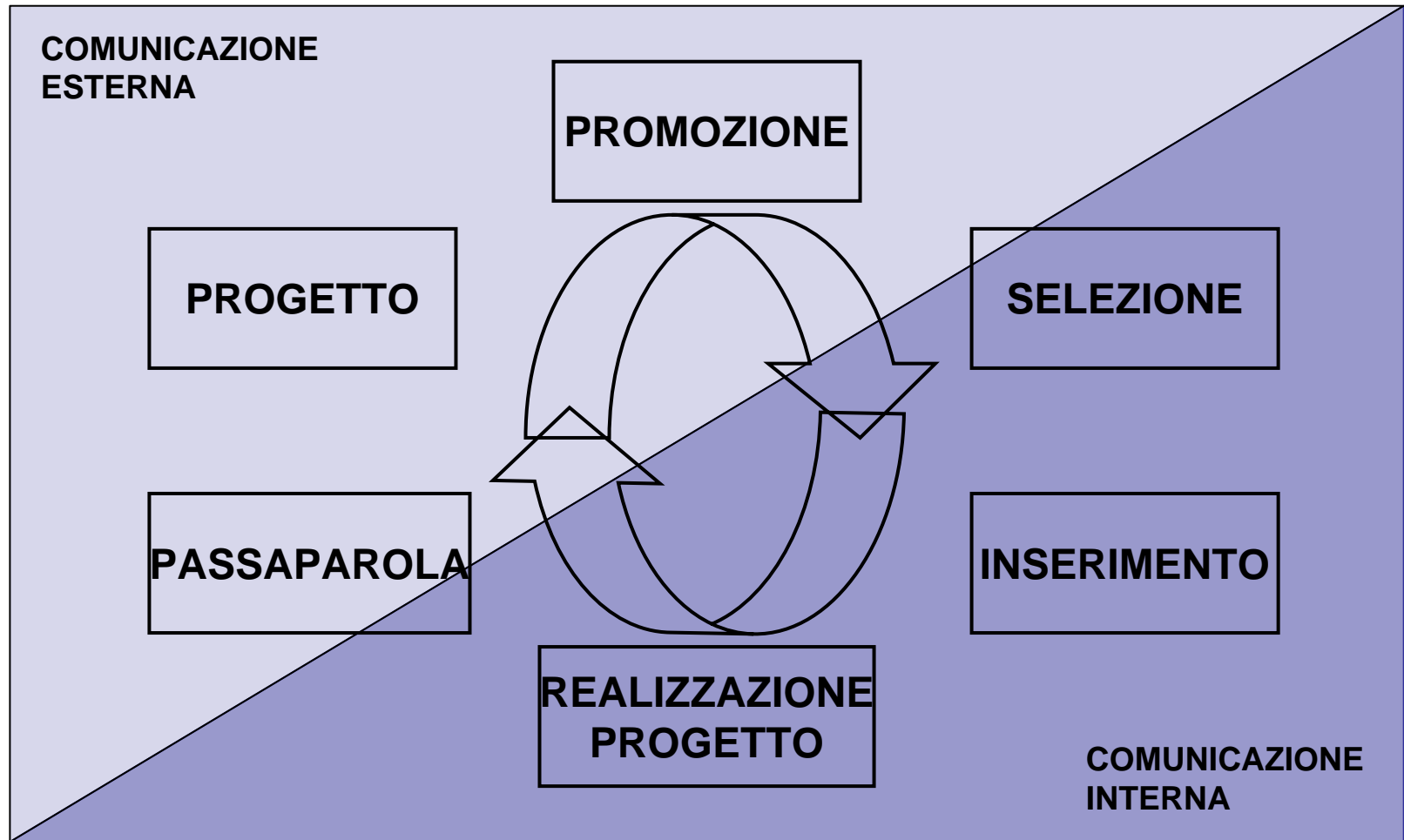


LA COMUNICAZIONE FRA VOLONTARIO E ENTE DI SERVIZIO CIVILE

Como, Milano - 15,16, 29 aprile 2009

Giuseppe Imbrogno

FASI E MOMENTI



COMUNICAZIONE ESTERNA

Giuseppe Imbrogno

PROGETTO

ATTENZIONI

- Quali sono gli ELEMENTI FONDAMENTALI di un P.?
- QUANDO (in che CONTESTO) e PERCHE' è stato scritto il P.?
- A quale "VOLONTARIO TIPO" si rivolgeva il P.?

CRITICITA'

- E' trascorso molto TEMPO tra quando è stato scritto il P. e quando effettivamente lo si avvia. Il CONTESTO è CAMBIATO. Sono cambiate le PERSONE di riferimento.
- Il P. è stato scritto in maniera GENERICA, non offre un sufficiente numero di INFORMAZIONI, oppure alcune di esse sono AMBIGUE o DIFFICILMENTE COMPRENSIBILI (linguaggio tecnico, etc.)

PROGETTO

SOLUZIONI

Il Progetto, in fase di promozione, va:

-RICOLLOCATO nell'attuale contesto

-allo stesso tempo, va mantenuto identico e coerente nei suoi
ELEMENTI FONDAMENTALI

-PARTECIPATO all'organizzazione (almeno al gruppo di riferimento)

-se necessario, RIFORMULATO/RISCRITTO/RIASSUNTO per la
promozione

-NON ci si può AFFIDARE UNICAMENTE ad esso, alla sua "forza"

PROMOZIONE

ATTENZIONI

-riuscire ad assicurare anche in questa fase un adeguato FEEDBACK che serve a “correggere il tiro”, a scegliere, a migliorarsi

-nella definizione di STRUMENTI e CANALI chiedersi sempre:

Who: chi sono io?

Whom: a chi mi rivolgo?

What: cosa voglio comunicare?

When: in quale situazione?

Where: in che contesto?

Why: quale è il mio obiettivo?

How: come scelgo di comunicare?

Vi è COERENZA fra questi punti?

PROMOZIONE

Gli STRUMENTI TRADIZIONALI

- Comunicato stampa
- Sito internet
- Mailing/Newsletter
- Materiale informativo
- Spot radiofonico

Vanno sottoposti a costante MONITORAGGIO

- Quali si sono dimostrati i più EFFICACI? (feedback)
- Quali i più SOSTENIBILI?
- COSA va migliorato?

(esempi dai partecipanti)

PROMOZIONE

MAILING

- costante AGGIORNAMENTO dell'indirizzario
- quali RISORSE sono già disponibili e utilizzabili (banche dati)?
- quali ulteriori FONTI possono essere utilizzate?

WEB

- chiarezza ("riscrittura")
- brevità
- aggiornamento

SPOT

- che DATI ho rispetto al canale (radio): Fascia d'ascolto? Copertura?
- in che PERIODO concentro la promozione?

CHI RISPONDE?

COME RISPONDE?

PROMOZIONE

Altri STRUMENTI e CANALI

PASSAPAROLA

-Uno dei canali più efficaci è sicuramente il passaparola fra giovani. Ha il vantaggio di essere apparentemente A COSTO ZERO, ma in realtà è il risultato non solo, ovviamente, di un progetto svolto con soddisfazione del volontario, ma anche di un'efficace azione di COMUNICAZIONE INTERNA

COMUNICAZIONE DIRETTA AL VOLONTARIO

-In alcune organizzazioni vi sono già dei "VOLONTARI POTENZIALI" (giovani, altri volontari, etc.). Anche in questo caso è importante l'azione di COMUNICAZIONE INTERNA

PROMOZIONE

CRITICITA'

- Mancanza di COMPETENZE SPECIFICHE
- Scarsità di RISORSE
- Difficoltà rispetto al TARGET SPECIFICO

SOLUZIONI

- NON ASPETTARE L'USCITA DEL BANDO (non solo per ottimizzare in fondo le risorse, ma perché, si ricordi, SI COMUNICA COMUNQUE SEMPRE)
- PARTECIPARE il più possibile il P. a TUTTA L'ORG.NE (si possono magari utilizzare competenze "esterne" al gruppo, si evitano le difformità dei messaggi, si garantisce che da dovunque arrivi un feedback lo si saprà raccogliere, tutta l'org.ne si sente RESPONSABILE, etc.)
- creare ECONOMIE DI SCALA (comunicazione congiunta fra Comuni)
- utilizzare quanto si ha GIA' IN CASA (banche dati)
- eventualmente VALORIZZARE alcune COLLABORAZIONI già in essere o attivarne ad hoc (rispetto al target)

SINTESI COMUNICAZIONE ESTERNA

- COERENZA (fra le due fasi, fra i vari momenti, fra gli strumenti utilizzati)
- VALORIZZAZIONE DEL FEEDBACK
- PRESIDIO DEI FLUSSI IN INGRESSO E IN USCITA
- UTILIZZO di TUTTE LE RISORSE DISPONIBILI, soprattutto ALL'INTERNO DELLA MIA ORGANIZZAZIONE
- Scelta di UN APPROCCIO ADEGUATO ALLA MIA ORGANIZZAZIONE, SOSTENIBILE

COMUNICAZIONE INTERNA

Giuseppe Imbrogno

INSERIMENTO

L'iniziale incontro fra org.ne e volontario è un passaggio estremamente delicato:

- è il momento in cui “pesano” STEREOTIPI ESISTENTI ed è molto facile che se ne formino di NUOVI
- fa nascere delle “IMPRESSIONI” che si rivelano estremamente TENACI anche nel caso siano errate

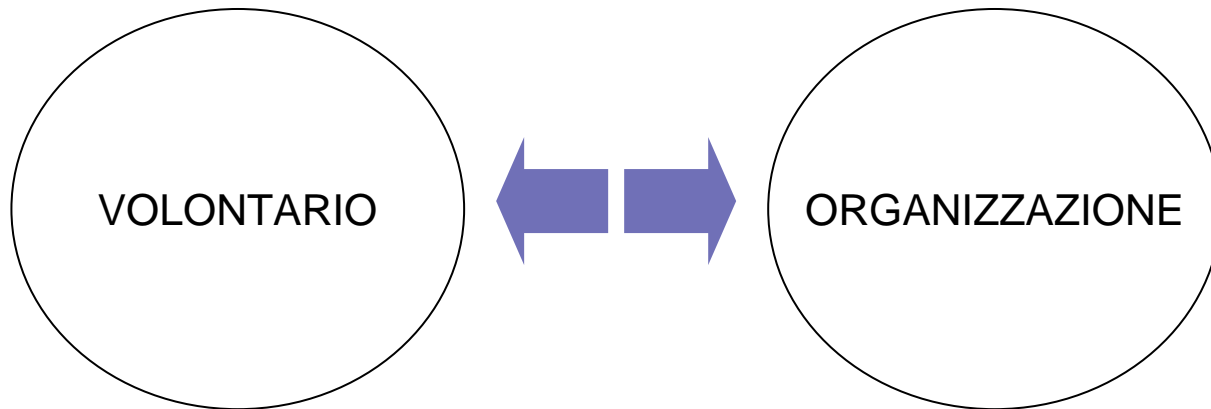
D'altra parte:

- è l'OCCASIONE per l'org.ne per “COMUNICARSI” sia in termini formali, scritti (es. carta d'impegno etico) sia soprattutto in termini di “elementi intangibili” (valori, cultura organizzativa, processi, modus operandi, etc.)
- è contemporaneamente l'occasione per ASCOLTARE il volontario e per fornirgli un feedback adeguato (se il volontario non sarà ascoltato in questa fase difficilmente tenterà ulteriormente di stabilire una comunicazione con l'org.ne)

VOLONTARIO NELL'ORGANIZZAZIONE

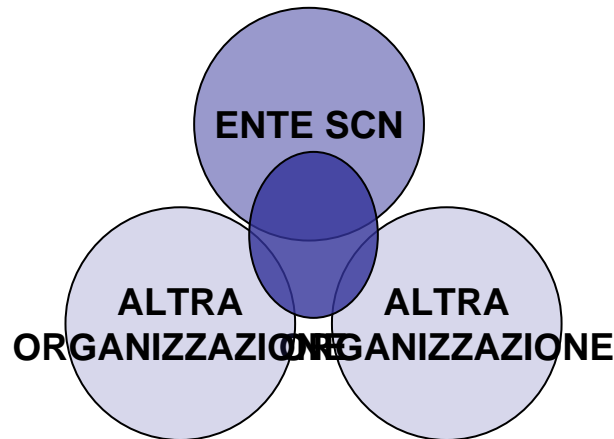
Naturalmente può essere molto diversa la collocazione di un volontario nelle diverse organizzazioni.

La collocazione del volontario nell'ente ma anche il tipo di modello organizzativo di quell'ente determinano il livello e la qualità della comunicazione fra sé e l'ente a cui appartiene.



ORGANIZZAZIONE TEMPORANEA

La questione è resa ancora più complessa dal fatto che il volontario appartiene alla "ORGANIZZAZIONE TEMPORANEA" relativa al proprio PROGETTO.



L'OT

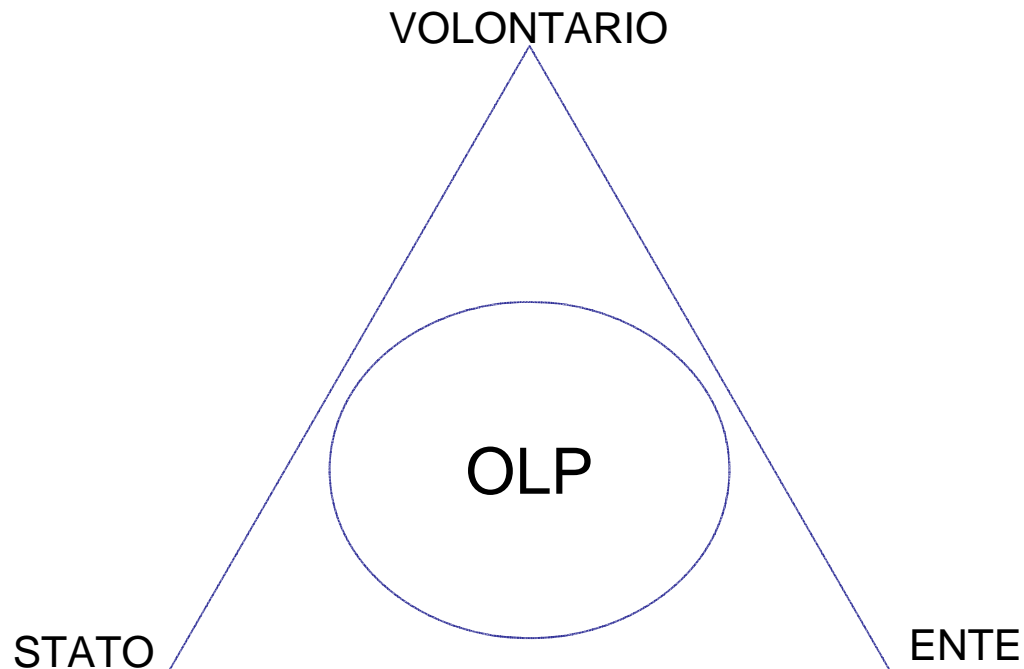
- È più piccola ma anche più ampia dell'ente (comprende soggetti diversi)
- Varia nel tempo
- Può avere "modelli", "regole", "codici" diversi dall'ente

L'OT "più piccola" in cui agisce il volontario è il "GRUPPO" o "GRUPPO DI LAVORO".

Giuseppe Imbrogno

OLP

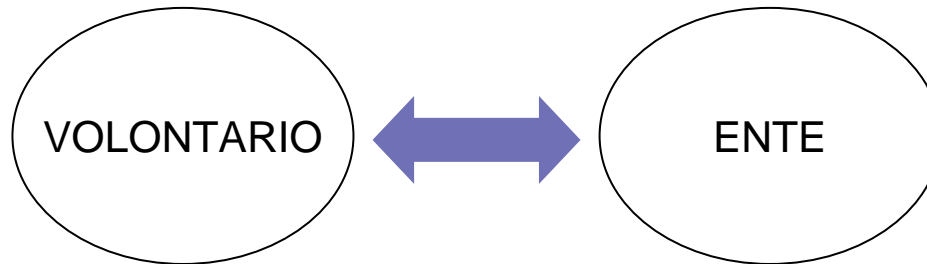
L'Operatore Locale di Progetto è la figura di “snodo” all'interno del triangolo Stato-Ente-Volontario.



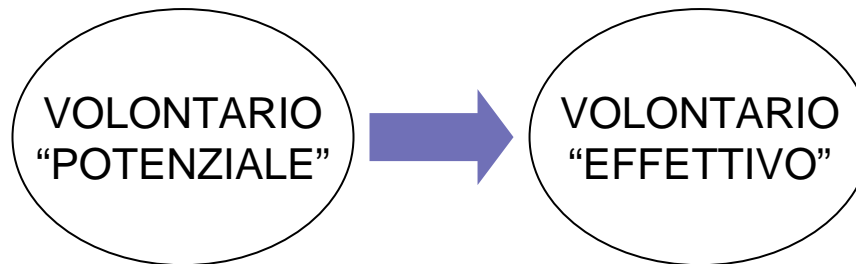
OLP

L'Operatore Locale di Progetto è dunque il principale riferimento organizzativo per il volontario.

E' quindi anche il principale responsabile dell'interazione fra questi e l'ente di appartenenza.



Nonché della sua "modifica comportamentale".



OLP

Allo stesso tempo è colui che deve garantire *un accompagnamento continuativo e stabile* del volontario, essendone *punto di riferimento, guida, **maestro***. (Dossier Servizio Civile Nazionale)

Egli deve quindi possedere le seguenti competenze (capacità):

- Organizzative
- Progettuali
- **Comunicative**
- **Relazionali**
- **Gestionali (del lavoro di gruppo, del conflitto)**

ASCOLTO E LEADERSHIP

A nostro parere, il rapporto “*da apprendista a maestro*”, in quanto rapporto di “cura”, ma anche di “formazione”, necessita soprattutto, da parte dell’OLP, di capacità di ascolto e di leadership.

Per **ascolto** intendiamo un atteggiamento attivo, meglio proattivo inteso a comunicare un feedback o un’eventuale riformulazione, al fine di un’effettiva interazione.

*“La **leadership** è il processo che, servendosi di mezzi non coercitivi, porta uno o più gruppi a perseguire determinati obiettivi. Per “leadership efficace” si intende quella leadership che determina un’azione coincidente con quelli che nel lungo periodo risultano essere gli interessi del gruppo.” (Kottler)*

NEGOZIAZIONE

Nel rapporto con il volontario, l'OLP può trovarsi a dover gestire situazioni di conflitto, che, se interpretate e utilizzate correttamente, possono essere importanti occasioni di crescita (per entrambi).

Nei casi di conflitto, è necessario ricorrere al processo della negoziatura.

La negoziazione è una modalità di gestione delle situazioni decisorie, un processo di comunicazione in cui si considera una serie di alternative per raggiungere un accordo.

Presenta questi 3 aspetti:

- **Conflitto** (positivo, perché rappresenta un'opportunità)
- **Negoziatura** (modo di procedere verso una soluzione condivisa)
- **Integrazione** (uscire dalle proprie logiche per trovare un accordo)

NEGOZIAZIONE

Il metodo di negoziazione “di principi o sul merito” (Fisher e Ury):

1. **Persone:** scindere le persone dal problema
2. **Interessi:** concentrarsi sugli interessi effettivi e non sulle posizioni “dichiarate” o “ufficiali”
3. **Opzioni:** generare una gamma di possibilità prima di decidere cosa fare
4. **Criteri:** insistere affinché i risultati si basino su unità di misura oggettive, su criteri non dipendenti dalle parti

Giuseppe Imbrogno

giuseppeimbrogno@hotmail.com