



Volunteering for a
Sustainable World

VoW

CORSO DI FORMAZIONE VoW

MODULO 2: Organizzazione dei volontari

2.1 Gestione dei volontari

INDICE

2.1.1 Introduzione

2.1.2 Cos'è la gestione dei volontari

2.1.3 Parole chiave

2.1.4 Gestire i “volontari regolari”

2.1.5 Gestire i “volontari flessibili”

2.1.6 Gestione dei conflitti

2.1.7 Sviluppo della squadra

2.1.8 Conclusioni

2.1.1 Introduzione

In questa unità imparerai alcune metodologie e acquisirai alcuni consigli su come gestire i volontari.

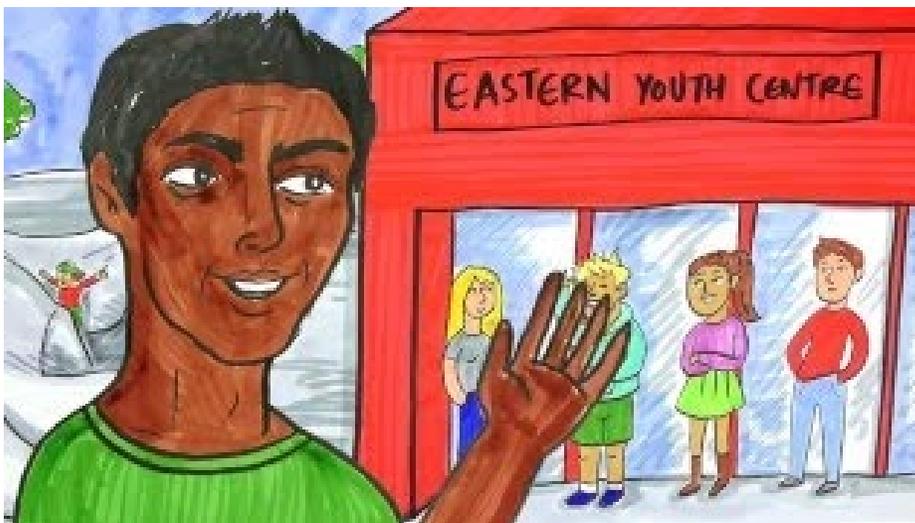
Poiché la gestione dei volontari può essere molto diversa a seconda della struttura e delle finalità dell'organizzazione, quanto qui descritto deve essere accompagnato da un'attività in presenza

(*della durata indicativamente di 2 ore*)



2.1.1 Introduzione

Guarda [questo video](#) e prendi nota delle parole chiave e dei concetti principali.



2.1.2 Cos'è la gestione dei volontari

Per definire un processo di gestione dei volontari, dobbiamo considerare le diverse tipologie di volontari che vogliono essere coinvolti in diverse attività, a seconda delle loro competenze e aspettative.



E il fattore chiave più importante: il **TEMPO** che i volontari vogliono spendere per le attività dell'organizzazione .



2.1.2 Cos'è la gestione dei volontari

- **sensibilizzare** i volontari sulle esigenze gestionali e sulle modalità di soluzione;
- conoscere e valorizzare le **diverse tipologie di volontariato**, sapendo individuare e sviluppare le diverse sfumature del volontariato stesso;
- attivare i migliori canali di **coinvolgimento**;
- aumentare le competenze nella **gestione dei potenziali conflitti** tra i volontari e tra i volontari e l'organizzazione;
- potenziare **il team building**.

2.1.2 Cos'è la gestione dei volontari

È importante sottolineare **l'equilibrio tra la propensione ideale e le sue implicazioni.**

Particolare complessità per:

■ **eterogeneità dei volontari e delle attività:**

come far sentire utile ogni volontario in bottega?

■ **differenziazione delle dinamiche motivazionali:**

come gestire le diverse motivazioni di ciascun volontario?

■ **gestione della 'salvaguardia dell'organizzazione':**

cosa fare in caso di segnalazione di “malpractice”?

2.1.2 Cos'è la gestione dei volontari

Cosa intendiamo per 'gestione'?

- **Attenzione e cura**
- **Coerenza e precisione**
- **Investimento in tempo, testa e cuore**

La gestione dei volontari va fatta con passione e considerando che lavoriamo in gruppo, con ruoli diversi ma con lo stesso obiettivo:

COSTRUIRE UN MONDO SOSTENIBILE!

2.1.2 Cos'è la gestione dei volontari

Guarda [questo video](#) : tieni presente che questo video è rivolto a un pubblico specifico, ma ci sono comunque alcuni buoni consigli da seguire per la gestione dei volontari



2.1.2 Cos'è la gestione dei volontari

Un responsabile dei volontari è come un '**capitano**', come in una squadra di pallavolo:

il capitano dà indicazioni precise su come giocare ogni pallone per vincere la partita, segnala ai compagni quando le cose non vengono gestite correttamente, ma li ringrazia sempre e li sprona a dare il massimo nella fase successiva .



2.1.3 Parole chiave



2.1.3 Parole chiave

- **Attenzione e cura**

Prestare sempre attenzione alle domande e alle preoccupazioni dei volontari: non parlare come se fossero studenti o “soldati” e **coinvolgili sempre nel processo di gestione.**

È fondamentale spiegare come il loro contributo sia molto apprezzato e chiedere la loro opinione.

Per una migliore gestione dei volontari, la leadership deve essere percepita e condivisa da tutto il gruppo di volontari.

2.1.3 Parole chiave

- **Coerenza e precisione**

Il responsabile dei volontari deve essere costante nella comunicazione con i volontari e deve sviluppare la gestione in modo accurato spiegando tutti i dettagli delle attività da svolgere, sottolineando eventuali difficoltà e responsabilità.

I volontari non devono avere dubbi su quello che devono fare e quanto sia importante per l'organizzazione la loro precisione!

2.1.3 Parole chiave

- **Investimento in tempo, testa e cuore**

La gestione è anche una **questione di tempo** : prendetevi il vostro tempo per organizzare il programma delle attività, stilate una matrice con i volontari e le attività e abbinare il tempo, la disponibilità, le competenze, nonché le aspettative dei volontari e quelle dell'organizzazione.

Puoi utilizzare strumenti come Excel o altri strumenti di gestione professionale, sarebbe meglio che utilizzare un 'taccuino cartaceo': **gli strumenti online possono** anche aiutarti a condividere la pianificazione delle tue attività in tempo reale .

2.1.4 Gestire i “volontari regolari”

I **volontari regolari** sono coinvolti costantemente nelle attività dell'organizzazione, non è una questione di quante ore sono disponibili ma della costanza della loro disponibilità.

I volontari regolari sono **profondamente coinvolti** nelle attività dell'organizzazione e possono contribuire attivamente.

CONSIGLI: potete assegnare loro un **ruolo specifico o più ruoli** scambiabili tra loro, questo potrebbe aiutare nella gestione delle attività.

2.1.4 Gestire i “volontari regolari”

Cosa puoi fare per gestire la tua squadra di volontari:

- organizzare e gestire i turni delle attività (con strumenti o condivisione online);
- includere il volontario regolare nelle attività;
- pianificare e organizzare la formazione continua sui temi della sostenibilità e lo svolgimento delle attività;
- fornire aggiornamenti costanti tramite newsletter o gruppo interno whatsapp

2.1.5 Gestire i “volontari flessibili”

Il volontariato flessibile comporta contributi irregolari, non necessariamente per un periodo di tempo “limitato”.

Ciò significa che i volontari flessibili potrebbero essere in grado di coprire i turni, ma non regolarmente settimana dopo settimana, oppure potrebbero non essere in grado di coprire i turni e quindi essere più adatti per il “lavoro ausiliario”* o potrebbero essere coinvolti in campagne, eventi o attività specifiche. in periodi specifici dell'anno in cui è maggiormente necessario il coinvolgimento dei volontari (ad esempio Natale o Pasqua).

** Esempi di lavoro accessorio : pulizia e organizzazione del magazzino, determinazione del prezzo dei nuovi arrivi, organizzazione dei file, creazione di post sui social media.*

2.1.5 Gestire i “volontari flessibili”

CONSIGLIO: identificare compiti e responsabilità che non richiedono volontari regolari.

Trovare un equilibrio tra il lavoro regolare fondamentale in ufficio e il lavoro accessorio che può essere svolto con maggiore flessibilità in termini di frequenza e tempistica.

Annotateli e fate uno schema riassuntivo.

Questo aiuta a individuare alcuni compiti specifici (utili ed essenziali) e permette di accogliere volontari che possono partecipare solo con un contributo irregolare, rendendoli utili nel negozio.

2.1.5 Gestire i “volontari flessibili”

Qualche esempio:

VIENI A DIVENTARE UN ELFO IN NEGOZIO

Campagna sociale di volontariato temporaneo e mirato realizzata dalla cooperativa La Bottega Solidale di Genova.

PER CHI

Un pubblico esterno contattato attraverso i social, rivolto soprattutto alle generazioni più giovani.

- *Campagna effettuata a novembre 2020*
- *Investimenti finanziari per utilizzare adeguate competenze professionali nella costruzione della Campagna*

RISULTATO DELLA CAMPAGNA

- *32 colloqui individuali nell'arco di due settimane, 20 posizionamenti confermati in negozio per le cinque settimane legate al Natale*

- *Del gruppo di 32 volontari contattati attraverso la Campagna, 8 hanno deciso di rimanere volontari su base regolare*
- *Media età 29 anni*

CHI SE NE PRENDE CURA

Responsabile volontario (membro lavoratore)

Yoge Communication Agency con cui Bottega Solidale collabora in numerosi progetti



Vieni a fare
l'elfo in Bottega

per Natale facci un regalo, donaci un po del tuo tempo

bottegasolidale.it



La Bottega Solidale
altre@mercato



Vieni a fare
l'elfo in Bottega

per Natale facci un regalo, donaci un po del tuo tempo

bottegasolidale.it



La Bottega Solidale
altre@mercato

2.1.6 Gestione dei conflitti

dalla [formazione Celivo 2022](#) (NB: i documenti sono in italiano)

Cosa serve per affrontare il conflitto?

- Chiarisci la tua percezione del conflitto e il tuo risultato atteso
- Unisciti agli altri per lavorare verso un risultato vincente
- Mantieni un quadro chiaro di ciò che è importante per te e di ciò che è importante per l'altro
- Procedi un problema alla volta
- Guardatevi e ascoltatevi
- Assicuratevi di capirvi
- In caso di necessità, cercare un supporto esterno e professionale

2.1.6 Gestione dei conflitti

dalla [formazione Celivo 2022](#) (NB: i documenti sono in italiano)

Cosa serve per affrontare il conflitto?

- Sii aperto a modi creativi per risolvere i conflitti
- Scegli un luogo e un orario per la discussione adatti a tutti
- Riconoscersi e apprezzarsi a vicenda
- Ricordatevi che il silenzio è molto potente in una situazione di conflitto: meglio parlarsi, alla fine magari si scopre che siamo dalla stessa parte o che le due posizioni non contrastano così tanto...

Il conflitto va affrontato per ricomporre il gruppo: non può essere ignorato. Di fronte alla barriera che crea il conflitto è necessario fare un passo indietro e non agire subito.

2.1.7 Sviluppo della squadra

dalla [formazione Celivo 2022](#) (NB: i documenti sono in italiano)

Di cosa hanno bisogno i volontari per lavorare in squadra:

- le persone si fidano l'una dell'altra
- vengono espressi i sentimenti
- il conflitto viene affrontato
- le persone si sostengono a vicenda
- vengono condivise informazioni complete
- gli obiettivi sono definiti e comuni a tutti

2.1.7 Sviluppo della squadra

dalla [formazione Celivo 2022](#) (NB: i documenti sono in italiano)

Come stare bene in TEAM:

- cooperazione
- affrontare il conflitto apertamente e mediare
- dimostrare le proprie idee e accettare quelle degli altri
- trovare una sintesi o negoziare o fare un passo indietro per il bene comune
- ampliare le prospettive
- avere fiducia negli altri
- essere flessibili nell'implementare ruoli nuovi o diversi da quelli abituali e necessari al fine comune

2.1.7 Team Building - Metodo 'World Cafè'

Il metodo World Cafè è progettato per creare un ambiente sicuro e accogliente in cui collegare intenzionalmente più idee e prospettive su un argomento coinvolgendo i partecipanti in diversi round di conversazioni in piccoli gruppi.

È un formato semplice, efficace e flessibile per ospitare il dialogo di grandi gruppi. Ogni elemento del metodo ha uno scopo specifico e corrisponde a uno o più principi di progettazione.

Il World Cafè può essere modificato per soddisfare un'ampia varietà di esigenze. Le specifiche relative a contesto, numeri, scopo, luogo e altre circostanze vengono prese in considerazione nell'invito, nel design e nella scelta delle domande uniche di ciascun evento.

2.1.7 Team Building – metodologia 'World Cafè'

Lo schema di base prevede questi 5 punti :

- 1. Ambiente** : crea un ambiente "speciale", molto spesso modellato su un bar. Dovrebbero esserci quattro sedie per ogni tavolo (in modo ottimale) – e non più di cinque
- 2. Benvenuto e introduzione** : l'ospite inizia con un caloroso benvenuto e un'introduzione al processo del World Café, definendo il contesto, condividendo l'etichetta del Café e mettendo a proprio agio i partecipanti
- 3. Turni in piccoli gruppi** : il processo inizia con il primo di tre o più round di conversazione di venti minuti per piccoli gruppi di quattro (cinque al massimo) persone sedute attorno a un tavolo. Al termine dei venti minuti ogni membro del gruppo si sposta ad un nuovo tavolo diverso. Possono o meno scegliere di lasciare una persona come "ospite del tavolo" per il turno successivo, che accoglie il gruppo successivo e li informa brevemente su ciò che è accaduto nel turno precedente.

2.1.7 Team Building – metodologia 'World Cafè'

- 4. Domande** : ogni round è preceduto da una domanda appositamente creata per il contesto specifico e lo scopo desiderato del World Café. Le stesse domande possono essere utilizzate per più di un round, oppure possono svilupparsi l'una sull'altra per focalizzare la conversazione o guidarne la direzione.
- 5. Raccolta** : dopo i piccoli gruppi (e/o tra un turno e l'altro, a seconda delle necessità), gli individui sono invitati a condividere approfondimenti o altri risultati delle loro conversazioni con il resto del grande gruppo. Questi risultati si riflettono visivamente in vari modi, il più delle volte utilizzando [la registrazione grafica](#) nella parte anteriore della stanza.

Per maggiori informazioni visita theworldcafe.com dove troverai tante altre risorse a tua disposizione

2.1. 8 Conclusioni

Responsabile dei volontari:

- Supporta i volontari nella loro azione
- Valorizza i volontari e si congratula con loro per il lavoro svolto
- Preparare la documentazione necessaria:
 - schede relative alle ore di impegno di ciascun volontario;
 - relazioni sull'attività svolta e sull'attività di vigilanza;
 - rapporto scritto periodico sui volontari.

2.1. 8 Conclusioni

Far accadere le cose, dare potere e fiducia, correre rischi, risolvere problemi, pianificare e programmare, accettare responsabilità...

Il successo dipende non tanto dalle caratteristiche personali del leader, ma dal modo in cui si mettono insieme compiti e relazioni, questo dà valore alle relazioni.



GRAZIE!



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them. Project number: 2021-1-IT02-KA220-ADU-000033711

Risorse

- **2.1.1 Introduzione** - Video youtu.be/Mbh4fue2H7I
- **2.1.2 Cos'è la gestione dei volontari** - Video youtu.be/NXNe0YyIKq8
- **2.1.6 Gestione dei conflitti** – Celivo Training 2022 rebrand.ly/celivo_training_2022
- **2.1.7 Team Building** – Celivo Training 2022 rebrand.ly/celivo_training_2022
- **2.1.7 Team Building** – Metodo World Cafè theworldcafe.com/key-concepts-resources/world-cafe-method/



Volunteering for a
Sustainable World

VoW

CORSO DI FORMAZIONE VoW

MODULO 2: Organizzazione dei volontari

2.2 NEGOZIO DEL COMMERCIO EQUO

INDICE

2.2.1 Introduzione

2.2.2 Che cos'è un negozio del commercio equo e solidale

2.2.3 Parole chiave

2.2.4 Imparare facendo

2.2.5 Buone pratiche

2.2.1 Introduzione

In questa unità imparerai alcuni aspetti su come fare volontariato in un negozio del commercio equo e solidale. Poiché la gestione dei vari aspetti all'interno di un negozio si apprende facendo, quanto qui descritto deve essere accompagnato da un'attività in presenza (*della durata indicativamente di 2 incontri da 2 ore ciascuno*)



2.2.2 Che cos'è un negozio del commercio equo e solidale

È un luogo dove le persone incontrano il commercio equo e solidale acquistando i suoi prodotti e conoscendone direttamente i valori. Guarda il video che trovi al link youtu.be/a5PjFK2s154 per capire velocemente perché è diverso da tanti altri negozi .

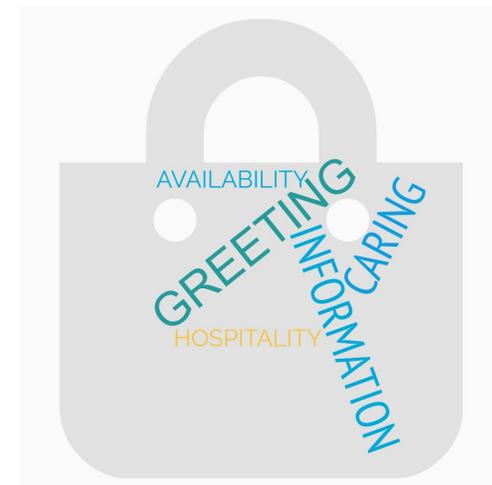


2.2.3 Parole chiave

Nel negozio gli operatori ed i volontari rappresentano non solo la propria organizzazione, ma tutto il Movimento del Commercio Equo e Solidale . Di conseguenza, è importante avere un atteggiamento dinamico e positivo volto a diffondere i principi del Commercio Equo e Solidale e le molteplici storie che ogni prodotto porta con sé per poter supportare sia i Produttori che la nostra organizzazione.

Riassumiamo l'atteggiamento che bisogna avere in cinque parole chiave:

2.2.3 Parole chiave importanti in un negozio del commercio equo e solidale



SALUTO: è il primo passo per un buon lavoro

BENVENUTO: aiuta a creare un'atmosfera più familiare

DISPONIBILITA': dimostrare di essere disponibile ad aiutare e rispondere a domande

CURA: ci prendiamo cura delle persone, dei diritti, del pianeta... e dei clienti!

INFORMAZIONE: ogni prodotto in negozio ha una storia, per questo è importante informarsi e informare i clienti

2.2.4 Imparare facendo

La gestione dei vari aspetti all'interno di un negozio si impara facendo e quindi è importante formare i volontari con un'attività in presenza che riguardi:

- 1. Presentazione del negozio**
- 2. Presentazione dei ruoli e delle varie mansioni svolte all'interno**
- 3. Realizzazione di prove pratiche di servizio**

2.2.4 Imparare facendo

2) Presentazione dei ruoli e delle varie mansioni svolte all'interno

- **Consegna e illustrazione del foglio di ruolo**
- **Consegna di descrizioni dei ruoli e preparazione alle prove pratiche**

Per fare volontariato all'interno di una Bottega del Commercio Equo e Solidale è fondamentale sapere qual è il proprio ruolo, ma anche quello degli altri per poter gestire le varie attività in modo coordinato .

2.2.4 Imparare facendo

1) Presentazione del negozio

- **Visita del negozio e descrizione della divisione interna degli spazi e delle merci**

Il luogo in cui farai volontariato è un negozio, con spazi divisi in base alle specifiche esigenze e prodotti posizionati per essere facilmente reperibili dai clienti. Per questo è molto importante sapere fisicamente e praticamente dove si trovano le varie merci.

2.2.4 Imparare facendo

3) Realizzazione di prove pratiche di servizio

- **Esecuzione dei test**

Per avviare il servizio in negozio , la cosa migliore è fare delle prove pratiche insieme ad alcuni volontari senior: questo permette di sperimentare le varie attività comprendendo anche gli aspetti più difficili. È anche un'ottima occasione per capire dove si sbaglia per ricevere consigli per farlo in altro modo

2.2.4 Imparare facendo

Si può così organizzare una formazione in presenza della durata indicativa di 2 incontri da 2 ore ciascuno

PRIMO INCONTRO

TEMPI	ATTIVITÀ
30 - 40 minuti	Visita e presentazione degli spazi
10 minuti	Presentazione dei ruoli operativi
30 minuti	Presentazione delle attività interne del negozio
30 minuti	Prova pratica

2.2.4 Imparare facendo

SECONDO INCONTRO

TEMPI	ATTIVITÀ
15 minuti	Domande/approfondimenti
45 minuti	Prova pratica di servizio
30 - 40 minuti	Ultimo percorso di prova pratica
30 minuti	Momento finale di revisione e valutazione

2.2.5 Buone pratiche

Ecco alcune buone pratiche che permettono a tutti i volontari di prestare al meglio il proprio servizio nella Bottega del Commercio Equo e Solidale:

- *Controlla sempre la checklist di tutte le cose da fare all'inizio e alla fine del tuo turno (puoi trovare un [modello di checklist qui](#))*
- *Accogli il cliente con un sorriso*
- *Condividi le richieste e le osservazioni dei clienti con il responsabile del negozio*

Buone abitudini

- *Se percepisci che il cliente non ha fretta, mostra i nuovi prodotti in negozio*
- *Se non puoi rispondere a domande su prodotti o produttori, chiedi aiuto al responsabile bottega o agli altri volontari*



GRAZIE!



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them. Project number: 2021-1-IT02-KA220-ADU-000033711

Risorse

- **2.2.2 Cos'è un negozio del commercio equo e solidale - Video**
youtu.be/a5PjFK2s154
- 2.2.5 Che cos'è un negozio del commercio equo e solidale – (Facsimile)
checklist per il turno nel negozio https://rebrand.ly/ft_shop_checklist



Volunteering for a
Sustainable World

VoW

CORSO DI FORMAZIONE VoW

MODULO 2: Organizzazione dei volontari

2.3 Comunicazione



Co-funded by
the European Union

Indice

2.3.1 introduzione

2.3.2 Comunicazione Interna

2.3.3 Comunicazione Esterna

2.3.4 Comunicazione inclusiva

Introduzione

In questa unità , vedremo diverse modalità di comunicazione, concentrandosi sul gruppo dei volontari, sia interna (all'interno dell'organizzazione) che esterna (verso la società civile) ed esempi pratici su come utilizzarli.

Introduzione

Comunicazione

“ Un processo mediante il quale le informazioni vengono scambiate tra individui attraverso un sistema comune di simboli, segni o comportamenti. ”

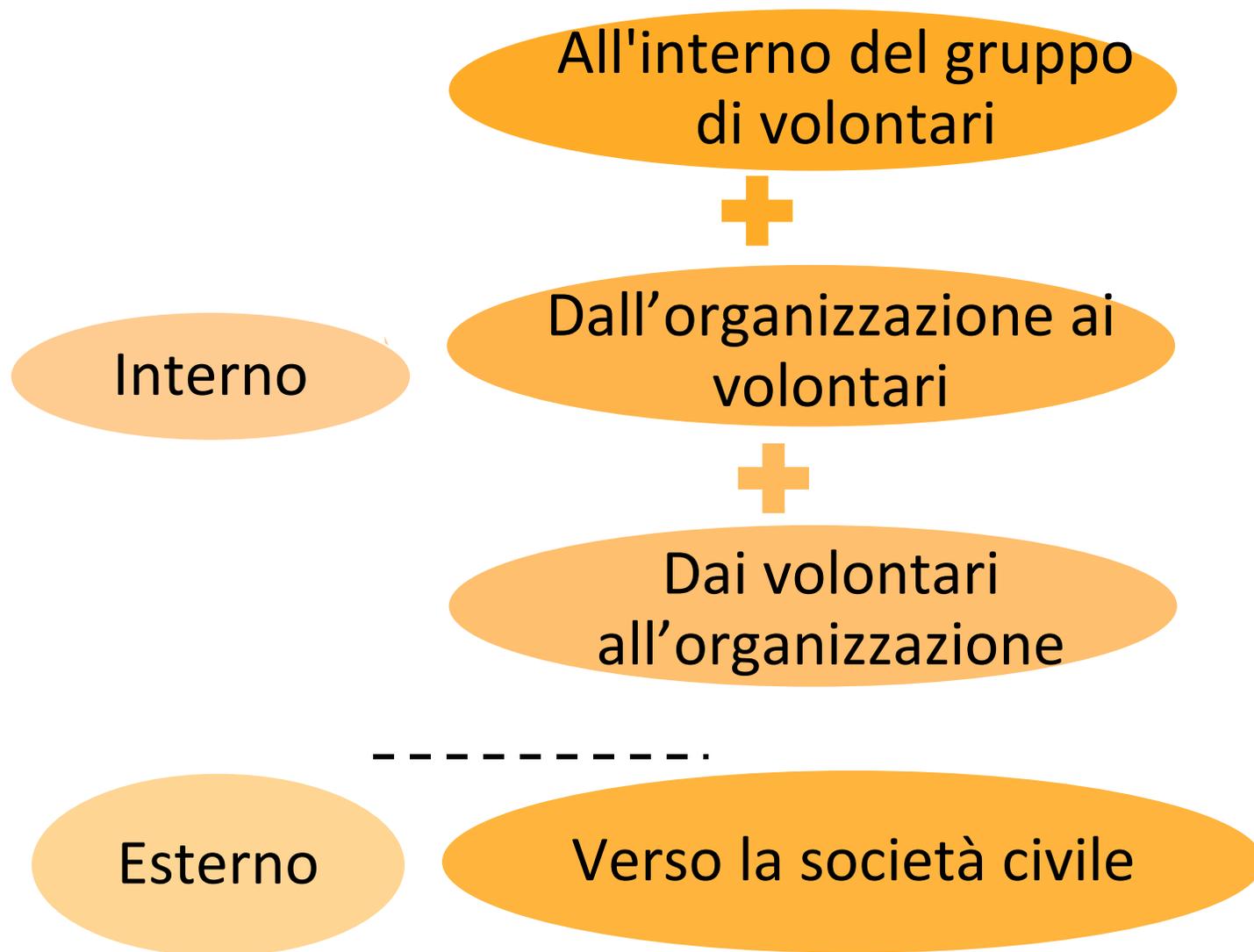
Introduzione

Comunicazione.

Volontari

Dal punto di vista dei volontari, ecco lo schema che seguiremo in questa

unità:



Comunicazione interna

"La comunicazione interna è il flusso di informazioni attraverso conversazioni, messaggi e altri metodi tra i membri del team all'interno di un'organizzazione."

In questa unità ci concentreremo sulla parte scritta della comunicazione interna:

- **All'interno del gruppo**
- **Dall'organizzazione ai volontari**
- **Dai volontari all'organizzazione**

Comunicazione interna. Scritto

Cosa tenere in considerazione in qualsiasi forma di comunicazione scritta:



Comunicazione interna. All'interno del gruppo

Strumenti digitali



E-mail



App di
social
media



Nuvole

Comunicazione interna. All'interno del gruppo

Strumenti digitali



E-mail

Una e-mail è “ un modo per inviare messaggi e dati ad altre persone tramite computer collegati tra loro in rete ”.

Comunicazione interna. All'interno del gruppo



E-mail

Attraverso questo strumento possiamo inviare diversi tipi di contenuti relativi al negozio. Ecco alcuni esempi :

- Relativi alla logistica
- Relativi alla contabilità
- Comunicazioni legate alla quotidianità di bottega (riunioni del team, info sui prodotti,...)
- Fattura ai clienti
- ...

**Strumenti
digitali**

Comunicazione interna. All'interno del gruppo



E-mail

**Strumenti
digitali**

Struttura

Soggetto

Saluto

Scopo del messaggio di posta elettronica

Ulteriori dettagli, se necessari

Chiusura

Comunicazione interna. All'interno della squadra

Strumenti digitali



E-mail

Sii chiaro su:
A chi è indirizzata la posta (A)
A chi inviamo copia (Cc)
Cos'è la copia nascosta (Bcc).

Non utilizzare la posta elettronica come se fosse una chat.

Suggerimenti

Riassumi il contenuto nella riga dell'oggetto

Invia un'e-mail per ogni idea che desideri trasmettere. La brevità è molto importante.

Comunicazione interna. All'interno del gruppo



App di
social media

**Strumenti
digitali**

Esistono diversi metodi di comunicazione più istantanei dell'e-mail per trasmettere messaggi urgenti all'interno del team, come Whatsapp , Telegram.... Queste applicazioni possono essere scaricate su uno smartphone e quindi creare un gruppo del team del negozio per comunicare.

Comunicazione interna. All'interno del gruppo



App di
social media

**Strumenti
digitali**

Inoltre, se il volontario ricopre un ruolo specifico, possono esserci gruppi specifici con altri volontari che condividono questi ruoli, come ad esempio:

- Logistica
- Comunicazione
- Contabilità
- ...

Comunicazione interna. All'interno del gruppo



App di
social media

**Strumenti
digitali**

Esistono alcune differenze tra queste app e i social network:

- La necessità di un numero di telefono per poter comunicare con gli altri.
- App di messaggistica, istantanee e sicure.

Comunicazione interna. All'interno del gruppo



App di
social media

L'uso degli emoji.

L'uso degli emoji in queste piattaforme è un modo per trasmettere l'atmosfera del messaggio. Pertanto, è utile conoscere il significato dei diversi emoji.



**Strumenti
digitali**

Comunicazione interna. All'interno del gruppo



**Strumenti
digitali**

“*Il cloud* è un termine usato per descrivere una rete globale di server, ciascuno con una funzione unica.

Il cloud non è un'entità fisica, ma è invece una vasta rete di server remoti in tutto il mondo, collegati tra loro e pensati per funzionare come un unico ecosistema”.

Comunicazione interna. All'interno del gruppo



Strumenti cloud

I cloud sono un modo per condividere informazioni e lavorare online con altri.

In questo modo evitiamo di duplicare lavoro e file, di mescolare documenti aggiornati, ecc.

**Strumenti
digitali**

Comunicazione interna. All'interno del gruppo



Strumenti cloud

Esistono molti servizi cloud, eccone alcuni esempi (alcuni in Italia hanno specifici piani gratuiti per il nonprofit):



Google

Drive



Microsoft

Onedrive



iCloud



Dropbox



Box

**Strumenti
digitali**

Comunicazione interna. All'interno del gruppo



Diario di
bottega

**Strumenti non
digitali**

Un diario di bottega è un quaderno dove annotare diversi tipi di informazioni utili per tutti i volontari. Lo scopo di questo diario deve essere ben noto a tutto il team.

Comunicazione interna. All'interno del gruppo



Diario di bottega

Gli aspetti quotidiani in negozio

Strumenti non digitali

Il diario di bottega serve per condividere gli aspetti quotidiani del negozio, come logistica, problemi, ecc .

Comunicazione interna. All'interno del gruppo



Diario di bottega

Ordini

Strumenti non digitali

Il diario può servire per annotare le richieste dei clienti per facilitare il compito del volontario che si occupa degli ordini.

Comunicazione interna. Dall'organizzazione ai volontari



Newsletter

Una newsletter è un'e-mail destinata a più persone ed è un modo con cui l'organizzazione condivide notizie con tutti i volontari.

Comunicazione interna. All'interno del gruppo



Newsletter

**Strumenti
digitali**

Esempi di newsletter di organizzazioni estere:

- [Boletín del Voluntariado](#). Oxfam Intermon. spagnolo
- [Newsletter Rev'ox](#). Oxfam Magasins du Monde. francese

Comunicazione interna. Dai volontari all'organizzazione



E-mail

Questa parte funziona allo stesso modo dell'e-mail tra i membri del team del negozio, dobbiamo solo considerare che dobbiamo aggiungere una o più persone dell'organizzazione in una delle caselle:

- "A"
- "Cc"
- "Ccn"

Comunicazione esterna

“La comunicazione esterna è l'informazione che chi è all'interno di un'azienda condivide e scambia con chi è all'esterno. Ciò può includere comunicati stampa, spot pubblicitari, annunci pubblici di azioni o partecipazioni e post sui social media.

In questo capitolo, l'attenzione sarà rivolta all'analisi di alcuni strumenti per far crescere all'esterno la conoscenza e la consapevolezza riguardo l'organizzazione (sul negozio, sul commercio equo e solidale, sulla nostra organizzazione, ecc.).

Comunicazione esterna

La struttura di questo capitolo sarà la seguente:

- Strumenti:
 - Digitali:
 - Social media
 - Whatsapp Business
 - Non digitali:
 - Lavagna
 - Comunicazione di negozio
 - Grafici
- Copywriting:
 - Raccontare le storie dei prodotti e dei produttori
 - Elenchi e classifiche
 - Date speciali
 - News

Comunicazione esterna

Strumenti digitali



Social
Media



Whatsapp
Business

Comunicazione esterna

Ci sono diverse reti di social media che di solito abbiamo in ogni negozio. Li usiamo per comunicare con i clienti le attività quotidiane nel negozio, le diverse campagne che stiamo portando avanti e altre attività che organizziamo.

Social media



In questo capitolo approfondiremo la conoscenza su alcuni di essi .

Comunicazione esterna

Social media



Facebook



Instagram



Twitter



Tic toc

Comunicazione esterna



Social media

“Ampiamente utilizzato da persone di tutte le età (sebbene gli adolescenti siano il gruppo più piccolo di utenti), Facebook può essere un efficace strumento per condividere eventi, raccolte fondi, immagini, video e testo. Le funzioni live streaming e storie di Facebook in alcuni ambiti sono molto popolari.”

Comunicazione esterna



Social media

"Instagram è una piattaforma altamente visiva, quindi è perfetta per foto, video e didascalie di grande impatto."

Comunicazione esterna



Social media

“I limiti di caratteri rendono Twitter (ora X) ottimale per aggiornamenti rapidi, discussioni e interazioni con i media. Anche le organizzazioni non profit che svolgono molta attività di patrocinio o attivismo possono trovare Twitter una buona piattaforma per organizzare e comunicare azioni o campagne da divulgare sfruttando gli hashtag.

Comunicazione esterna



Social media

" Una piattaforma basata su video apprezzata dagli adolescenti, gli utenti registrano e condividono video clip di 15-60 secondi con musica. Gli utenti partecipano anche a sfide e progetti a beneficio delle organizzazioni non profit anche attraverso la raccolta di fondi o generando contenuti utili per informare sulle attività svolte. "

Comunicazione esterna

Social media



Comunicazione esterna



Lavagna

Una lavagna fuori dal nostro negozio è un buon modo per coinvolgere i passanti. Possiamo utilizzarla per vari argomenti:

- Prodotti del commercio equo e solidale
- Campagne
- Richieste di donazioni
- ...

Strumenti

Comunicazione esterna



Vetrina

Strumenti non digitali

La vetrina funziona in modo simile alla lavagna, ma in modo più visivo:

- Prodotti del commercio equo e solidale che vogliamo evidenziare
- Campagne
- ...

Comunicazione esterna. Strumenti grafici



Esistono molteplici strumenti per realizzare un design creativo per i tuoi post sui social media, l'uso di molti di essi è simile. Solitamente forniscono una versione gratuita, per provarli e mantenere quello che preferisci. Alcuni, poi, hanno dei piani gratuiti o agevolati per il no profit



Comunicazione esterna. Copywriting

Definizione

"Il copywriting è il processo di scrittura di materiali promozionali e di marketing persuasivi che motivano le persone a intraprendere qualche forma di azione, come effettuare un acquisto, fare clic su un collegamento, donare a una causa o programmare una consulenza."

Comunicazione esterna. Copywriting

Tipi	Brand	Questo argomento è legato all'organizzazione. Va tenuto in considerazione per fare il copywriting.
Social media		Questo è ciò su cui ci concentreremo in questo capitolo.
SEO		Ciò è legato al posizionamento del sito web dell'organizzazione nei motori di ricerca.
Insights		Si tratta dei dati che mettono in evidenza quante persone cercano/leggono/interagiscono con i tuoi contenuti.



Esistono più tipi di copywriting e tutti sono codipendenti.

Comunicazione esterna. Copywriting

Social media.

Suggerimenti

- “Utilizza un linguaggio attivo per favorire il coinvolgimento
- Sii breve. Tieni conto che i social media sono nati per questo scopo
- Scrivi con un tono amichevole e colloquiale. Usa frasi brevi e cerca di non sembrare troppo formale o noioso.
- Rendi i tuoi titoli accattivanti
- Aggiungi hashtag
- Non usare sempre lo stesso stile. Non cercare semplicemente di vendere alla gente. Coinvolgi, intrattieni, istruisci e interagisci con i tuoi follower per costruire relazioni.
- Crea contenuti spoiler che forniscano dettagli sul lancio di nuovi prodotti, ecc. Tieni presente che non a tutti piace questo tipo di contenuto.
- Concludi con una Call to Action forte in modo che il tuo cliente sappia cosa vuoi che faccia dopo.
- Sii utile e suona umano”

Comunicazione esterna. Copywriting

Social media.

Strategie



Prima di iniziare con le strategie, dobbiamo definire il nostro gruppo target:

- Con chi stiamo parlando o chi vogliamo raggiungere?

Comunicazione esterna. Copywriting

Social media.

Strategie

Il tono della conversazione :

Il pubblico con cui stai parlando determina il tono da usare nei contenuti così come i diversi formati che utilizzerai per raggiungerlo.



**Ad esempio, quale pensi che sarà il tono appropriato per un pubblico giovane?
Che formato utilizzerai?**

Comunicazione esterna. Copywriting

Social media.

Strategie



Quale pensi che sarà il tono appropriato per un pubblico giovane? Che formato utilizzerai ?

Il tono della conversazione :

Di solito, quando ci rivolgiamo ad un pubblico più giovane, il tono utilizzato sarà meno formale ma, a seconda dell'argomento, non troppo informale.

Il formato può essere quello legato a brevi video.

Comunicazione esterna. Copywriting

Social media.

Strategie

Comunicare chiaramente i valori:

Cosa ci rende diversi? Nel nostro caso abbiamo una varietà tra cui scegliere :

- Commercio equo e solidale
- Sostenibilità
- Giustizia sociale
- ...



Tieni presente che, sebbene possiamo utilizzarli tutti nei nostri diversi post, è importante concentrarsi su un valore per ogni post.

Comunicazione esterna. Copywriting

Social media. Strategie

Pianifica i tuoi post :

È molto importante avere un programma con:

- Su quale social pubblicare.
- Giorni e orari della settimana in cui pubblicare.
- Contenuto.
- Formato del contenuto.



Esistono app specifiche che ti consentono anche di programmare i tuoi post. Un esempio di ciò è Meta Business Suite.

Comunicazione esterna. Copywriting

Social media.

Strategie

Narrare:

Usare storie (del commercio equo e solidale, dei nostri partner, ecc.) può essere più coinvolgente dei semplici fatti.



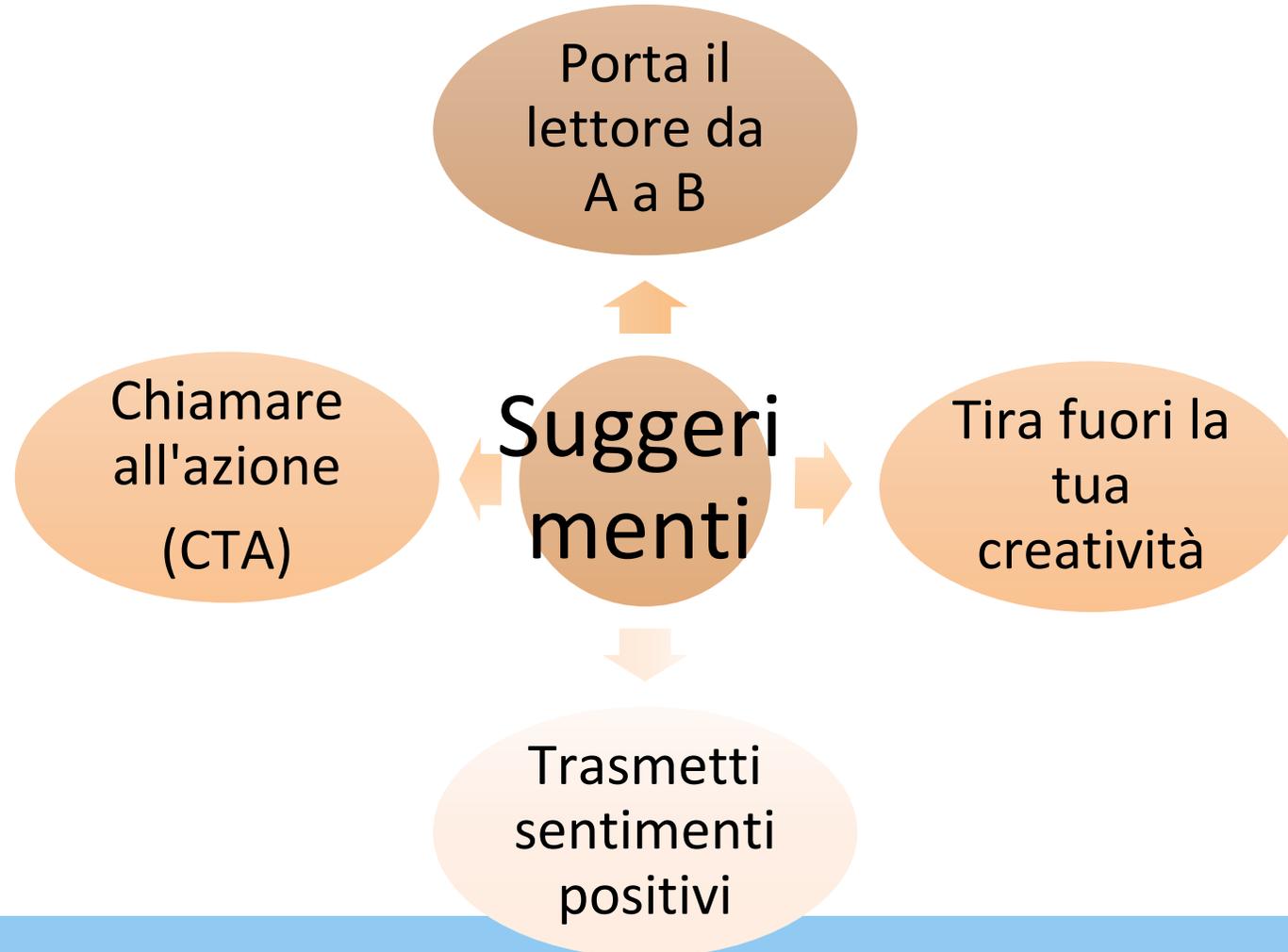
Ad esempio, nel commercio equo e solidale possiamo raccontare i gruppi di produttori, i prodotti, il negozio e i clienti.

Comunicazione esterna. Copywriting

Social media.

Strategie

Narrativa



Comunicazione esterna. Copywriting

Social media.
Strategie



Esempio di narrazione

**“La storia del
cioccolato”**

Comunicazione esterna. Copywriting

Social media.
Strategie



Primo post:
Il prodotto

Esempio di narrazione



“La storia
del
cioccolato”

Comunicazione esterna. Copywriting

Social media.
Strategie



Secondo messaggio:
Lo mostriamo in
negozio

Esempio di narrazione



“La storia del cioccolato”

Comunicazione esterna. Copywriting

Social media.
Strategie



Terzo messaggio:
Vi parliamo del
gruppo di produttori

Esempio di narrazione



Tierra
Madre

“La storia
del
cioccolato”

Comunicazione esterna. Copywriting

**Social media.
Strategie**



**Quattro messaggi:
Ti suggeriamo cosa
farne :
una ricetta!**

Esempio di narrazione



**Tierra
Madre**

**“La storia
del
cioccolato”**

Comunicazione esterna. Copywriting

Social media.
Strategie



Esempio di narrazione



“La storia
del
cioccolato”

Questo era uno storytelling per **Instagram** , quindi il contenuto visivo (sono tutti video) deve dire la stessa cosa della scrittura.



Lo scopo di questa serie di post è stato raddoppiato:

1. Per far conoscere il modo in cui viene prodotto il cioccolato
2. Vendere cioccolato.

Comunicazione esterna. Copywriting

Social media.

Strategie

Classifiche ed elenchi :

Un altro modo efficace per comunicare con il pubblico sono le liste e le classifiche .



**Hai mai letto un post in cui c'era
una classifica?**

Pensa alla fine di ogni anno....

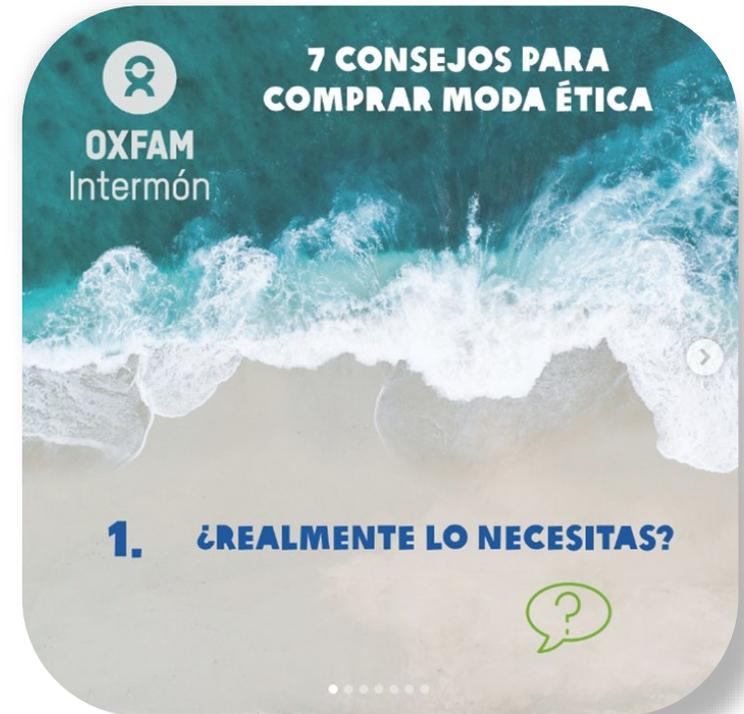
Comunicazione esterna. Copywriting

Social media. Strategie

Esempio di un elenco

Lo sfondo :

Oxfam Intermon (organizzazione spagnola di commercio equo) ha creato un post sui saldi estivi e su come essere responsabili nell'acquisto di vestiti in quel periodo dell'anno, con 7 consigli da considerare prima dell'acquisto.



Comunicazione esterna. Copywriting

**Social media.
Strategie**

**Esempio di un
elenco**

Come farlo?

Prendiamo i 7 momenti salienti e li trasformiamo in sette immagini.

Quindi, nella testo del post, li inviamo al link nella biografia dove potranno trovare l'articolo del blog .



**Su Instagram possiamo avere un
link.bio per poter condividere i
link in modo semplice e
permanente.**



Comunicazione esterna. Copywriting

Social media.

Strategie

Date speciali :

Le date speciali sono sempre una buona risorsa per avere idee per il copywriting.



Un calendario dell'avvento, per esempio.

Comunicazione esterna. Copywriting

Social media.

Strategie

**Condividi notizie sul commercio equo e solidale, sulla
sostenibilità... :**

Ci sono sempre notizie da altre organizzazioni del
commercio equo e non equo che possiamo condividere .



**In questo modo faremo
networking e sensibilizzazione.**

Comunicazione esterna



Whatsapp
Business

**Strumenti
digitali**

Se al negozio è associato un numero di telefono (è possibile sia con i numeri fissi che quelli di cellulare), è possibile configurarlo come account Whatsapp Business.

Comunicazione esterna



Whatsapp
Business

Caratteristiche :

- Crea un account.
- Crea specifiche chat per i clienti.
- Imposta le risposte automatiche.
- Crea broadcast per gruppi di clienti.
- Utilizza risposte rapide.
- Creare un catalogo prodotti.

**Strumenti
digitali**

Comunicazione esterna



**Strumenti
digitali**

"Google Business Profile è uno strumento facile da usare che consente ad aziende e organizzazioni di gestire la propria presenza online su Google. Per aiutare i clienti a trovare la tua attività, puoi verificarla e modificare le informazioni sulla tua attività. “

Comunicazione esterna



Prima di aprire un profilo per il negozio, verifica con la tua organizzazione. Forse un profilo del genere esiste già.

**Strumenti
digitali**

Inclusività nella comunicazione

L'inclusione è un valore fondamentale delle organizzazioni del Commercio Equo e Solidale che lavorano al progetto VOW. È legato al sesto principio del commercio equo e solidale (nessuna discriminazione).

Questo principio dovrebbe essere incorporato nel nostro processo di comunicazione, dall'attrazione dei volontari alla nostra quotidianità nell'organizzazione.

- Come volontario, la comunicazione è la tua base quotidiana per parlare con la tua organizzazione, con i tuoi compagni di gruppo, con i clienti, con i nuovi volontari, attraverso diversi canali, come abbiamo visto prima in questa unità.
- Quindi, è necessario considerare e rispondere a una serie di domande.



Domande

Inclusività nella comunicazione

Perché pensi che la tua organizzazione debba rendere la sua comunicazione (più) diversificata ?

Con quali gruppi stai parlando?
In base a ciò tutto ciò che segue potrebbe cambiare un po'.

La comunicazione dell'organizzazione è sufficientemente inclusiva? – In caso contrario, è necessario cambiare?

Inclusività nella comunicazione

Quando comunichi, pensa a :

Contesto: ciò che è attraente/di valore per te potrebbe non esserlo per qualcun altro.

Linguaggio : l'uso, il tono...

Immagini: che tipo di immagini utilizzerai.

Barriere : possono essere linguistiche, fisiche, finanziarie . eccetera...

Inclusività nella comunicazione

Ci sono le tappe del percorso di volontariato per pensare all'inclusività legata alla comunicazione

Promozione

Attrazione

Reclutamento

Accoglienza

Gestione

La fine del
periodo di
volontariato

Inclusività nella comunicazione

Promozione

Come si promuove la vostra organizzazione verso il mondo esterno?

La tua organizzazione dispone di un manuale di gestione del brand? Se sì, è inclusivo?

Fasi

Comunicazione verso l'esterno

Inclusività nella comunicazione

Fasi

Attrazione

In che modo la tua organizzazione parla con questi potenziali/potenziali volontari?

Quali canali di comunicazione utilizza?

Comunicazione verso l'esterno

Inclusività nella comunicazione

Fasi

Reclutamento

Come si presenta il
processo di reclutamento
per questi potenziali
volontari?

Pensi al linguaggio da utilizzare
nel primo incontro?

Adatti la tua
lingua?

Inclusività nella comunicazione

Fasi

Come vengono accolti i nuovi volontari dal gruppo?

Accoglienza

Hai una forte "cultura di gruppo"?

Il gruppo è consapevole dell'inclusività o questo aspetto viene lasciato alla libera iniziativa di ogni persona?

Inclusività nella comunicazione

L'inclusione è un processo continuo che dovrebbe essere al centro di ogni passo che facciamo, di ogni parola che diciamo e di ogni decisione che prendiamo .



GRAZIE!



Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them. Project number: 2021-1-IT02-KA220-ADU-000033711

Risorse (in inglese)

- *Definizione di comunicazione.* Merriam-Webster, Incorporated (Stati Uniti)
<https://www.merriam-webster.com/dictionary/communication>
- *“Una guida completa alla comunicazione interna ed esterna”.* Infatti (Stati Uniti) <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/internal-and-external-communication>
- *Definizione di posta elettronica.* Oxford Learner's (Regno Unito)
<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/email> 1#:~:text=email-,noun,connected%20together%20in%20a%20network
- *“Significati degli emoji: diversi tipi di emoji utilizzati su WhatsApp e altre app di chat con significati”.* MSP Digital Media Private Limited (IN)
<https://www.mysmartprice.com/gear/emoji-meanings/#:~:text=Emojis%20have%20become%20an%20integral,sender%20without%20saying%20a%20word>.
- *“Cos'è il cloud?”.* Azure (Stati Uniti)
- <https://azure.microsoft.com/en-us/resources/cloud-computing-dictionary/what-is-the-cloud#:~:text=The%20definition%20for%20the%20cloud,operate%20as%20a%20ecosistema%20singolo>.
- *“La guida definitiva ai social media per le organizzazioni non profit”.* Wild Apricot Incorporated (CA)
<https://www.wildapricot.com/blog/social-media-guide-for-nonprofits>
- *“Che cos'è il copywriting?: Introduzione essenziale di AWAI al settore del copywriting”.* American Writers & Artists Institute (USA)
<https://www.awai.com/what-is-copywriting/>
- *“Cos'è il Copywriting? Definizione e suggerimenti”.* Neil Patel Digital LLC (Stati Uniti)
<https://neilpatel.com/blog/ultimate-guide-to-copywriting/>
- *“Una guida passo passo per progettare da zero”.* TELA (USA)
<https://www.canva.com/learn/a-step-by-step-guide-to-designing-from-scratch/>
- *“Come utilizzare VistaCreate : una guida per creare progetti in pochi minuti”.* VISTA (CH)
<https://create.vista.com/blog/how-to-use-vistacreate/>
- *“Informazioni su Profilo dell'attività su Google”.* Google (Stati Uniti)
<https://support.google.com/business/answer/3038063?hl=it&co=GENIE.Platform%3DAndroid#:~:text=Google%20Business%20Profile%20is%20an%20modifica%20la%20attività%20informazioni>.

Risorse (in inglese)

Video

- *"Come avviare da zero una newsletter che costruisca community?"* . HubSpot Inc. (Stati Uniti)
<https://www.youtube.com/watch?v=CZmczHJTgpA>
- *"Come possono le ONG utilizzare i social media per promuovere il proprio lavoro?"* . FUNDSFORNGOS LLC (USA)
<https://www.youtube.com/watch?v=CZmczHJTgpA>
- *"Tutorial Piktochart: una semplice guida a Piktochart per principianti"* . Grafico grafico (MIO)
<https://www.youtube.com/watch?v=Eq-85gzw3GI>