



# Рецепты для НКО

## Информационный бюллетень

Обучаем. Развиваем. Вдохновляем.  
**Рецепты для НКО**  
<https://kccp.ru/>

В ЭТОМ ВЫПУСКЕ

## Семинары для НКО в рамках образовательного курса «Рецепты для НКО»

21 февраля состоялся второй семинар в рамках образовательного курса «Рецепты для НКО» для некоммерческих организаций г.Красноярска. Семинар «Форматы участия целевых групп и местных жителей в оценке потребностей» позволил участникам актуализировать вопрос участия целевой группы и местных жителей в оценке потребностей.

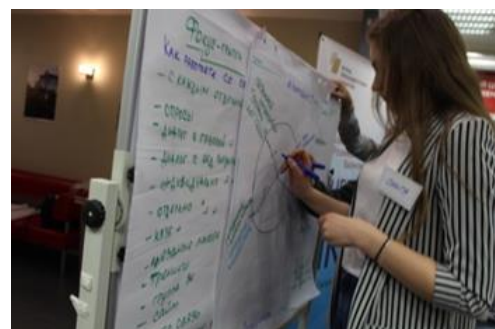
Интересным оказались ответы участников семинара на вопрос «Как рождаются идеи ваших проектов?» Вот некоторые из них: в процессе командной работы (мозговой штурм с коллегами), через общение с

людьми и анализ потребностей, через экспертно-аналитическую деятельность, анализ собственных ресурсов, рефлексию прошлых проектов, из наблюдений и анализа дефицитов клиента, как запрос от участников других проектов, из опыта других, из публикаций, общения с экспертами, через аудит и форсайт, анализ трендов.

Как бы не рождались идеи проектов, участники отметили важность проверки их актуальности через анализ потребностей целевой группы и подробно проработали два инструмента: создание профиля целевой группы и проведение фокус-группы.

Семинары для НКО в рамках образовательного курса «Рецепты для НКО»

Стр. №1



### Целевые группы

Предлагаем несколько инструментов, которые помогут вам понять свою целевую группу.

Стр. №3

Планирование сбора информации по оценке потребностей целевой группы

Стр. №6



### Мы познакомились

и рассказывали, как появляются идеи для проектов в наших организациях.



Создавали профиль целевой группы для своих организаций и проектов

### АНОНС СЕМИНАРА

6 марта пройдет семинар «Средства визуальной поддержки и быстрой фиксации результатов обсуждений». Начало в 17:00 по адресу: Горького 20.

Еще есть возможность присоединиться!

Подробности на сайте [kccp.ru](http://kccp.ru)

По итогам семинара можно сделать вывод, что заявленная тема востребована и актуальна, участники готовы использовать предложенные форматы работы со своими целевыми группами.

Третий образовательного семинар курса состоялся **28 февраля** на тему «Feedback: как получить качественную обратную связь от участников проектов НКО».

Тема вызвала живое обсуждение и обмен опытом среди участников семинара.

Были рассмотрены следующие блоки: зачем НКО нужна обратная связь, у кого можно и нужно получать обратную связь по своим проектам и

мероприятиям, каналы и методы получения обратной связи, как работать с обратной связью. Также участники на практике рассмотрели отдельные методы получения обратной связи и обсудили, как можно их использовать в рамках своих мероприятий и проектов.

Благодарим всех участников за активное участие, представленный опыт.

*Образовательный курс семинаров разработан в рамках проекта "Рецепты для НКО" реализуется КРМОО Центр "Сотрудничество" при поддержке Фонда президентских грантов.*

*Благодарим Краевой центр поддержки общественных инициатив за предоставленное помещение.*



## Целевая группа

Предлагаем еще несколько инструментов, которые помогут вам и вашей НКО/инициативной группе составить чёткое и ясное понимание потребностей своей целевой группы.



### Опросник «Целевая группа»

Кого затрагивает моя идея? Кого она должна коснуться?
В какой степени моя идея значима для этих людей? Видят ли они проблему в имеющемся положении дел?
В чём эти люди действительно заинтересованы?
Что могло бы мотивировать людей, затронутых проблемой, также направить усилия на её решение?
Какой вклад могут внести эти люди?
Что может помешать им участвовать? Что может побудить их к участию?

Опросник «Целевые группы» поможет вам составить список лиц, которые потенциально могут вас поддержать. Теперь можно выбрать из них тех, кем стоит заняться углубленно. Для точности их можно описать в качестве двух или трех отдельных типов, представляющих собой наиболее важные целевые группы или группы сторонников.

Целевая группа несёт с собой определённые потребности, но и обладает разными ресурсами. Чтобы лучше адаптировать свою идею к потребностям участников и добиться активного вовлечения, имеет смысл провести детальный анализ.

### Как целевая группа может нас поддержать?

Далее нужно подумать о том, для чего именно вам нужна та или иная целевая группа. Когда люди узнают о вашей инициативе, они могут поддержать вас на самых разных уровнях или принять в ней активное участие, например:

- работая в команде,
- предоставляя вам деньги, своё время или услуги,
- рассказывая другим об инициативе и её целях,
- привлекая других людей,
- подписывая обращения,
- получая информацию об определённой теме,
- участвуя в акции или семинаре,
- слушая, просматривая и потребляя.

## Какими возможностями участия обладают эти люди?

Исходя из описания существующих возможностей поддержки, мы можем подумать о том, какая форма вовлечения целевой группы наиболее реалистична и желательна. При этом необходимо различать вовлечение с целью потребления, получения информации, сотрудничества и участия в принятии решений.

Потребление, с одной стороны, не требует многого от целевой группы, но, с другой стороны, даёт не так много возможностей влияния. На другом конце шкалы располагается участие в принятии решения. Если мы хотим, чтобы люди имели право голоса, мы будем требовать от них большего – времени, интереса, дисциплины. Здесь ваш проект не так сильно отличается от того, как устроено государство или фирма. Тот, кто предлагает право голоса, часто руководствуется высокими идеалами и готов поступиться своей потребностью в эффективности, скорости и чёткости. В обмен они получают больше согласия, поддержки, контакта. Так даже в малом претворяются в жизнь демократические идеалы.

Но так как добровольные инициативы в той или иной форме ограничены в своих возможностях, то вы не предадите своих идеалов, если будете взвешенно относиться к соотношению практической пользы участия и её идейной ценности.



Вопросы для обсуждения внутри проектной команды:

- Какая форма участия позволяет лучше добиваться целей?
- Какая форма участия позволяет сделать инициативу более известной?
- Какая форма участия отражает ценности команды?

### Шкала степени участия



## Сбор информации

Надо быть внимательными, чтобы не сделать скоропалительных выводов о потребностях других. Особенно, если вы сами относитесь к целевой группе вашей идеи/проекта. Методы сбора информации, представленные ниже, следуют заранее определённым целям на четырёх уровнях: моя НКО – участники – тема – окружение

<p><b>Участники</b></p> <p>Участники и целевые группы: их биография, потребности, интересы, социальные условия (наличие времени на активность, финансовые возможности, ограничения и пр.)</p>	<p><b>Моя НКО</b></p> <p>Наши ресурсы: деньги, время, связи. Методические и тематические компетенции. Собственные потребности и цели развития.</p>
<p><b>Тема</b></p> <p>Тема и задача, о которой идет речь. Формы совместной работы, близкие и интересные целевой группе.</p>	<p><b>Окружение</b></p> <p>Что происходит вокруг проекта: разные виды деятельности, масштабные социальные/культурные/политические события и чужая сходная деятельность.</p>

## Метод сбора информации: дневник наблюдений

Вы занимаетесь наблюдением ситуации или среды, которую хотелось бы изменить. При этом ведете «дневник наблюдений» - делаете записи, заметки, фотографии, которые потом анализируете. Так можно выявить типичные процессы или характерные типы поведения. Интервью могут стать дополнением такого дневника.

Важно: даже если вам кажется, что вы хорошо разбираетесь в ситуации, наблюдение может помочь заметить имеющиеся предубеждения. Кроме того, ведение дневника помогает выявить уже существующие идеи, ресурсы и партнерские организации. Ведь совсем необязательно вновь и вновь изобретать колесо.

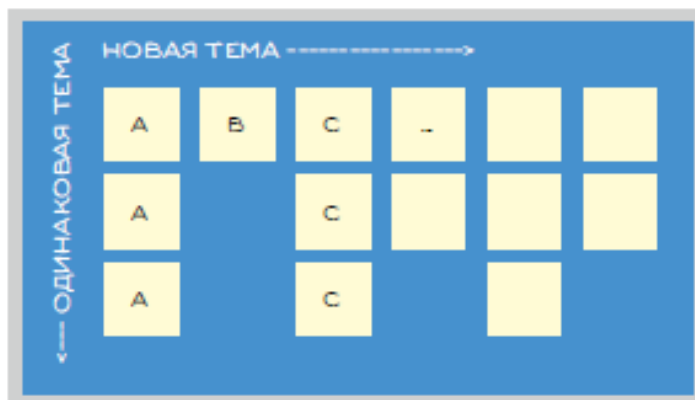


## Метод «Доска с карточками»

Этот метод поможет придать структуру идеям и процессам. Нужно записать отдельные события, информацию или разные идеи в ключевых словах на разных карточках, а затем собрать их на стенде или свободной стене.

Как лучше сортировать

Карточки одинакового или сходного содержания размещаются одна под другой; карточки с разным содержанием – рядом друг с другом. Также можно упорядочить имеющиеся идеи, и заодно появятся новые пункты, над которыми можно работать дальше.





### Планирование сбора информации по оценке потребностей целевой группы

Чтобы чётко спланировать сбор информации, можно использовать вот такую таблицу. Это пример планирования для обучающего семинара. В первой колонке нужно написать, какую информацию вам необходимо собрать, чтобы семинар был полезным для участников; во вторую – какие методы будете использовать.

*В подготовке этого номера были использованы материалы:*

*Готовим сами. Гражданская активность своими руками. – Коллегия им. Теодора Хойсса, MitOst, 2015  
Дистанционный курс управления НКО: создаем доверительное отношение к организации». – Центр РНО (Санкт-Петербург), 2008*

### Оценка потребностей целевой аудитории обучающего семинара

Что?	Как?
Ожидания: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Что хотят услышать? (информация)</li> <li>• Какие материалы получить?</li> <li>• Какие навыки (умения) получить?</li> <li>• Как хочет измениться сам? (установки, отношения)</li> </ul>	Анкета, тест
Уровень знаний/умений клиента	Результаты исследований, опросов, сайтов, СМИ
Какой объём услуг хочет получить	Интервью с клиентом
Каким временем обладают	Экспертное/глубинное интервью
Мотивация	Изучение статистики
Какими ресурсами обладают	Изучение чужого опыта
Опасения	Фокус-группы
Специальные потребности	Анкета



Информационный бюллетень №4 подготовлен КРМОО Центр «Сотрудничество» в рамках проекта «Рецепты для НКО»

Наш адрес: 660075, г.Красноярск, ул.Маерчака, 3, офис 210, тел./факс: (391) 211-91-50

Email: [kccp@kccp.ru](mailto:kccp@kccp.ru)

Сайт <https://kccp.ru>

ВКонтакте [https://vk.com/sotrudnichestvo\\_krsk](https://vk.com/sotrudnichestvo_krsk)