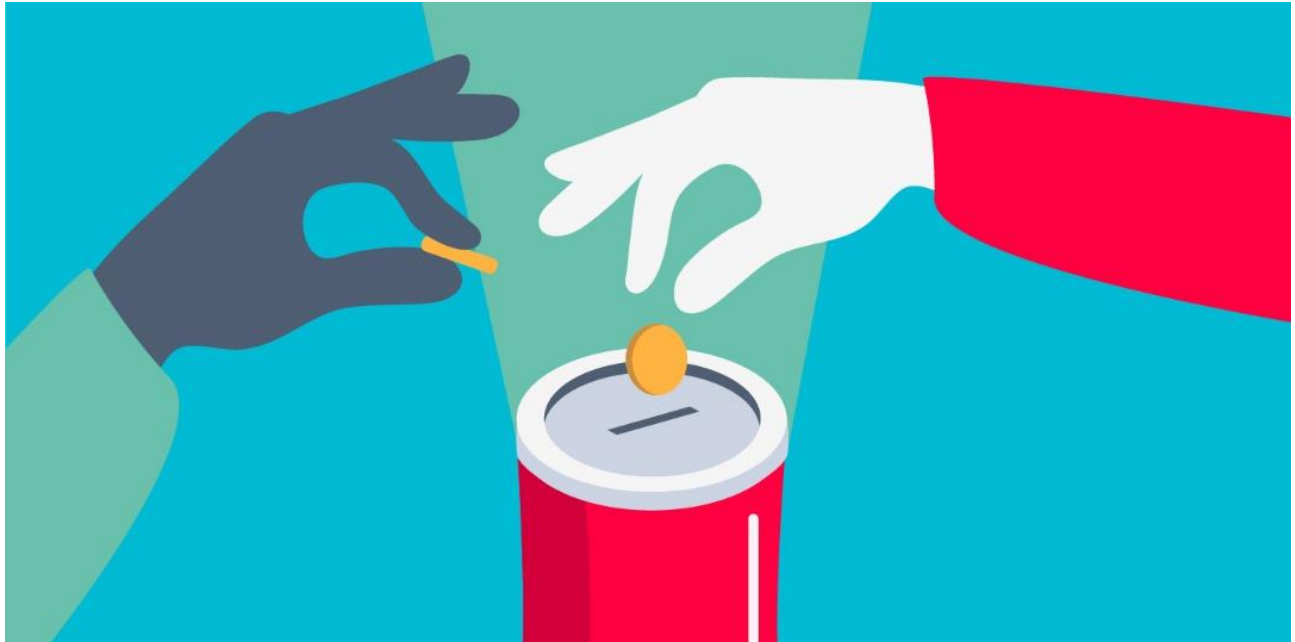




مؤسسات خیریه موفق چگونه مدیریت می‌شوند؟

نویسنده: فریدون فرداد - تیم تحریریه فرتیک

مؤسسات خیریه در غالب هرگونه پروژه خیریه، در هر زمینه‌ای می‌تواند شروعی برای کمک به آسیب‌های اجتماعی و فردی، چه به صورتی مالی و چه به صورت معنوی باشد. در خیلی از موارد یک پروژه خیریه موفق می‌تواند عاملی پیشگیرانه و حتی تشویق‌کننده برای اعضاء و افراد یک جامعه باشد. در واقع برای ترویج حس همدلی، کمک به هم‌نوع و انگیزه‌گرفتن برای ادامه این سیستم و انتقال آن به آیندگان. در این مقاله به روش مدیریت مؤسسات خیریه موفق اشاره خواهیم کرد.

اما مدیریت موسسه خیریه تنها به تاسیس و شروع یک پروژه خیریه یا مدیریت پروژه‌های خیریه خلاصه نمی‌شود. اصلی‌ترین چالش برای مدیریت این موسسه در شروع، به ثمره رساندن یک پروژه، حفظ ساختار و بقای آن موسسه است.

برای مدیریت موسسه و به نتیجه رساندن یک پروژه خیریه لازم است که همچون یک سازمان قوانین و نکاتی را اجرایی کنیم تا بقاء و رسالت یه موسسه خیره تنها به انجام یک پروژه خیریه خلاصه نشود. چراکه بسیاری از کمپین‌ها و گروه‌های داوطلبانه متأسفانه به خوبی نمی‌توانند از پس مدیریت موسسه برآیند و سریع به نقطه پایان فعالیت می‌رسند.

اما برای مدیریت موسسه خیریه باید به چه مواردی توجه داشت تا بقای آن تضمین شود. برای مدیریت پروژه‌های خیریه می‌توانید به آینده رو به جلوی موسسه خود امیدوار باشید:

عنوانی کوتاه و گیرا:

یکی از کلیدی‌ترین نکاتی که باید در مبحث شروع مدیریت پروژه‌های خیریه به آن توجه داشته باشید انتخاب یک نام کوتاه اما تاثیرگذار است. **نام موسسه باید کوتاه اما جامع باشد، یعنی در عین کوتاهی به صورت کامل منظور و هدف موسسه را به مخاطب برساند و همیشه در خاطرش باقی بماند.**

موضوع مهم و قابل درک:

مسلماً مدیریت موسسه خیریه به خوبی می‌دانند که کمک‌های جمع‌آوری شده را صرف چه امور خیرخواهانه‌ای بکنند اما این موضوع باید برای خیرین نیز قابل درک و باورپذیر باشد. بنابراین موضوع

و علت تاسیس خیریه شما بهتر است مسئله‌ای باشد که مردم و خیرین در اطراف خود و در جریان زندگیشان مشاهده می‌کنند و دوست دارند برای رفع آن مشکلات نقش کمک کننده داشته باشند. استفاده از آمار و اخبار واقعی در مورد آسیب اجتماعی مورد نظر موسسه و یا ارائه گزارش‌های مالی شفاف موسسه می‌تواند به جلب نظر خیرین کمک کند و درک اهمیت کمک‌های خیرخواهانه را برای مخاطبین راحت تر و باورپذیرتر کند.



اهمیت کارتان را نشان دهید:

یکی از کلیدی‌ترین رموز موفقیت برای مدیریت موسسه خیریه این است که پس از شروع کار خود و ارزش کارتان را به جامعه نشان دهید، اما چگونه؟ با موسسات و متخصصین در زمینه کمپین‌ها و گروه‌های داوطلبانه در ارتباط باشید، تجربه و مهارت خود را در مدیریت موسسه بالا ببرید، تنها به

هدف پروژه خیریه توجه داشته باشید و از تمام پتانسیل‌ها و امکانات در دسترس برای رسیدن به هدف استفاده کنید.

این کار بزرگنمایی و خوب جلوه دادن خود نیست. در واقع شما با این کار در افراد و خیرین ایجاد انگیزه می‌کنید تا فعالیت‌های خود را ارزشمند بدانند و به کمک‌های خود تداوم ببخشند.

تصمیم خود را به خیرین بقبولانید:

برای اینکه دقیقاً به هدف خود در قالب یک کمپین و خیره برسید، لازم است اولویت‌های جمع‌آوری کمک خود را مشخص کنید. ممکن است بسیاری از افراد بخواهند در پروژه خیریه کمک کنند. اما لازم است که آن‌ها را در جهت هدف کمکی که خودتان دارید هدایت کنید. بنابراین لازم است خودتان را جای مخاطبان قرار دهید و ببینید با چه محتوا و ادبیاتی می‌توانید آن‌ها را به شرکت و کمک به هدفشان جذب کنید.

همه منابع برای یک هدف:

یکی از دیگر علل موفقیت یک موسسه خیره این است که اعضاء و مدیریت موسسه خیریه یک هدف را دنبال کنند. بخصوص در مبحث جمع‌آوری و جذب منابع مالی تعیین هدف نقشی اساسی ایفا می‌کند. با شروع یک کمپین شما و اعضای کمپین باید توافق کنید که از تمام انرژی، مهارت‌ها، ابزارها و منابع مالی که در دست دارید به صورت داوطلبانه در جهت رسیدن به هدف کمپین پروژه خیریه استفاده کنید و تنها منتظر کمک رسیدن از سوی خیرین نباشید.

به همه حق کمک بدهید:

برای کمک کردن و جذب مخاطب و اعضاء برای افراد سقف و حداقل کمک تعیین نکنید و اجازه بدهید همه در اینکار مشارکت داشته باشند. این حرکت چند مزیت برای پروژه خیریه شما خواهد داشت: به افراد حس ارزشمند بودن می دهید، باعث ترویج فرهنگ کمک می شوید، نام موسسه شما سریع تر در خاطر افراد ثبت می شود و در نتیجه سریعتر در جامعه شناخته می شوید.

لازم نیست تمام کمک ها مالی باشند باید به مخاطب و خیر اجازه دهید به هر صورتی که می تواند به موسسه شما کمک کند. این کمک می تواند در قالب معرفی موسسه باشد، می تواند با محتوای نوشتاری خیریه را به دیگران بشناساند و یا تنها در اطلاع رسانی کمپین ها مشارکت داشته باشد.



خیرین را فراموش نکنید:

در مدیریت پروژه های خیریه راه های ارتباطی با خیرین بزرگ و کوچک را از دست ندهید و همواره متشکر کمک های آن ها باشید. با آن ها صحبت کنید و انگیزه کمک کردن را در افراد افزایش دهید.

خیر از تاثیرگذار بودن مشارکتش خوشحال می‌شود، احساس ارزشمند بودن می‌کند و علاقمند می‌شود بیشتر در این فعالیت‌ها شرکت داشته باشد. درضمن ارتباط صمیمانه شما با خیرین سبب می‌شود آن‌ها دیگران را نیز تشویق به شرکت در کمپین‌های موسستان کنند.

موقع خیریه خود را معرفی کنید:

یکی از روش‌های معرفی موسسه خیریه و موفقیت مدیریت پروژه‌های خیریه در حفظ موسسه این است که در بهترین زمان‌ها موسستان را معرفی کنید. مثلاً اگر هدف موسسه شما کمک به خردسالان بدسرپرست و فقیر است در مناسبت‌های مذهبی می‌توانید با استفاده از تبلیغات حس کمک کردن و جذب مخاطب را در افراد زنده کنید.

برای اینکار از رسانه‌های ارتباطی متفاوت استفاده کنید. تلویزیون، رادیو و حتی فضاهای مجازی با مخاطبین میلیونی همچون اینستاگرام می‌توانند در این زمینه راه گشا باشند.

References:

<https://www.thelifeyoucansave.org/what-makes-a-charity-effective/>

<https://yfsmagazine.com/2017/08/03/to-run-a-successful-charity-think-like-an-entrepreneur/>

<https://www.charitychoice.co.uk/the-fundraiser/how-to-successfully-manage-a-small-charity/626>

پایان