

#12 Granty to nie wszystko: Czy misja, wizja i wartości są do czegoś potrzebne w organizacji i jak zrobić je dobrze

[**Karolina**]

Odcinek 12, 6 kwietnia, misja, wizja i wartości.

[**Joanna**]

Czyli tak naprawdę po co nam to jest potrzebne? Czyli będziemy mówić o tym od strony praktycznej, więc na pewno dowiecie się jak tą misję i wizję i wartości najprościej skonstruować dla swojej organizacji.

[**Karolina**]

Ale też po co w ogóle to robić? Bo być może już macie za sobą różne warsztaty, strategie, podczas których ustalaliście i nic z tego nie wyniknęło.

[**Joanna**]

No i czyli gdzie my to możemy wykorzystać, oprócz tego pięknego kwadratu w projekcie, czyli o tym, o waszej organizacji, gdzie to się zazwyczaj gdzieś tam często wpisuje. Tak jest. Znaczący w zasadzie nie wpisuje, tylko się robi kopiuj i wklej.

Tak, tak. I już potem tego nikt nie czyta, a potem jak przeczyta, to się dziwi, dziwimy często, a naprawdę mamy taką misję i wizję i wartości, więc dzisiaj po co nam to?

[**Karolina**]

Ale zaczniemy chyba od samego początku, czyli w ogóle czym się różni misja od wizji, bo to chyba się najczęściej miesza, no bo wartości to jakby już sama nazwa motyw wskazuje. Czym jest misja?

[**Joanna**]

Słuchajcie, misja to jest to nasze, teraz polecę moim ulubionym Simone'em Sinkiem, który bardzo często cytuję, to jest nasze dlaczego. Dlaczego chcemy robić to, co robimy w naszej organizacji? Tak, czyli taka nasza motywacja wewnętrzna, dlaczego ten temat, w którym działamy jest dla nas ważny.

[**Karolina**]

Ja to tak sobie uprościłam, komu chcę pomagać i co chcę zmieniać.

[**Joanna**]

Nasza misja w naszej organizacji, to jest związana z kobietami, bo głównie nam zależy na tym, żeby mobilizować kobiety w każdym wieku, czyli kobiety i dziewczynki, aby sprytnie i skutecznie brały życie w swoje ręce, z szacunkiem do przyrody.

[**Karolina**]

Przyrody, bo my się zajmujemy edukacją przyrodniczą, samostanowienie, skuteczność, działanie, żeby były samodzielne i nie poddawały się żadnej presji, tylko mogły same decydować i wybierać.

[**Joanna**]

Tylko ja tutaj chciałam jeszcze zrobić taki disclaimer, że to, że w misji mamy kobiety, to nie znaczy, że gadamy tylko z kobietami.

[Karolina]

Absolutnie nie. Mamy równouprawnienie i korzystamy z niego i też je respektujemy.

[Joanna]

Bo to też wzmacnianie sprawczości kobiet, to też jest gadanie z mężczyznami i edukacja tych mężczyzn i współdziałanie z nimi. Więc to też jest ważny aspekt naszej działalności. Natomiast robimy dużo rzeczy, których korzystają zarówno kobiety, jak i mężczyźni.

[Karolina]

Tak jest. Wizja. Czym jest w takim razie wizja?

Czym różni się od misji?

[Joanna]

Wizja to jest, słuchajcie, ja to zawsze opowiadam w taki sposób, że jakbyście chcieli oddać swoją organizację dzieciom za 30 lat, to w jakim miejscu ta organizacja miałaby być? Co ona miałaby osiągnąć? Czyli taka bardzo długi, w długim zasięgu cel, o czym nam się marzy, żeby się zdarzyło.

Na przykład ksiądz w parafii u moich rodziców ma takie marzenie, żeby budować dom pielgrzymy przy sanktuarium. I to dla mnie jest taka wizja.

[Karolina]

Ale to też jest, gdzie chcę być jako organizacja, ale też gdzie będzie świat, na który ja mam wpływ, na który działa jakby moja misja. Więc nie tylko gdzie ja będę, ale też jaką zmianę zrobię w świecie.

[Joanna]

No i u nas faktycznie ta wizja, może te wizje dzielą się jakby na dwa różne rodzaje. Są takie wizje, jak miał chyba Microsoft, czyli komputer na każdym biurku. Słuchajcie, ta wizja już nie jest aktualna, bo ten komputer na każdym biurku już jest.

A są takie wizje, które mówią o jakiejś zmianie, która ma się zadziać i wtedy nasza w społeczeństwie, i wtedy ta wizja się spełni. I naszą wizją jest tak, nasza wizja brzmi tak, że chcemy, żeby każda dziewczyna i kobieta miała aktywny wpływ na swoje życie i otoczenie. W pełni wykorzystując swój potencjał i dążąc swoimi osobistymi wyborami do ograniczenia śladu węglowego, bo to jest dla nas ważne.

[Karolina]

Bo to jest dla nas ważne i tak też staramy się działać. I to jest chyba jasne, nie? Czyli misja, co mną powoduje, z jakiego powodu rozpoczęłam organizację, co mnie motywuje do działania, komu chcę pomagać i co chcę zmienić.

Natomiast wizja to, gdzie chcę dojść z tymi swoimi działaniami, jaką zmianę chcę wprowadzić i w tym świecie bliższym, dalszym i w mojej organizacji.

[Joanna]

No i my tak uważamy, że tego, to mówienie o misji i wizji dla wielu osób, z którymi pracujemy, oni zazwyczaj myślą, że to nie jest ważne. Potem jak wchodziłem w głębiej w ten temat, to okazuje się, że jakby bardzo wiele decyzji o tą misję i wizję się powinno zahaczać. O tym powiemy na końcu w tym odcinku.

Natomiast też bardzo wiele osób myli, czym jest misja, a czym jest wizja. Więc tutaj chyba prościej się nie da. Misja dlaczego?

Wizja gdzie? Wizja gdzie?

[Karolina]

Dokładnie tak. No i mamy wartości. Wartości to chyba już jakby nie trzeba tego tak mocno tłumaczyć, czyli o co będziemy opierać wybór naszych działań, żeby zrealizować misję i wizję.

Czyli co będzie nam pomagało filtrować, w co się zaangażujemy, jakie działania zaproponujemy, jakie działania zorganizujemy, żeby dojść do, żeby być zgodnie z naszą misją, realizować wszystko zgodnie z naszą misją i dojść tam, gdzie planujemy.

[Joanna]

Te wartości to też, jak już skoro misja to dlaczego, wizja gdzie, to wartości to są takie drogowskazy dla nas. Czyli w jaki sposób, czyli jeżeli mamy miejsce docelowe, to to jest taka nasza mapa Google, której mówimy wybierz najszybszą drogę albo wybierz najbardziej optymalną pod względem używania paliwa. Czyli to są te takie nasze wytyczne do tego, do realizowania naszej wizji, w jaki sposób to chcemy robić.

[Karolina]

Tak, jak? Bo my na przykład mamy partnerstwo i równość we wszystkich obszarach, ograniczenie śladu węglowego, wspieranie się, krytyczne myślenie i sprawczość.

[Joanna]

No i jest wiele działań, które możemy realizować w różny sposób. Na przykład bardzo mocną wartością dla nas jest ograniczenie śladu węglowego, więc realizując jakikolwiek projekty, i mamy z tym dosyć duży problem, staramy się kupować jak najmniej jednorazowych rzeczy, które będą zużywane i wyrzucane. Bardzo nie lubimy zakupów drukowanych t-shirtów, balonów, drukowania ulotek, broszur i tak dalej, bo jest to bardzo mocno sprzeczne z naszymi wartościami.

Więc pisząc każdy projekt i realizując każdą usługę, to ograniczenie śladu węglowego ma bardzo dużo do powiedzenia w sposobie, w jaki to realizujemy.

[Karolina]

Tak jest. I teraz po co to robić? Co wam to da, że ustalicie tę misję, wizję i wartości?

Po pierwsze, to do czego będziemy was bardzo zachęcać, żeby robić to wspólnie, grupowo, wykorzystując być może właśnie burzę mózgów do tego, to co było w poprzednich odcinkach, chyba w dziesiątym, żeby robić to wspólnie z członkami organizacji, dlatego że to też da wam takie poczucie wspólnoty i bardzo mocno przeciwdziała wypaleniu. Bo jeżeli ta misja jest zrobiona przez członków organizacji i wiadomo jest, że ci członkowie się zmieniają

i jedni odchodzą, drudzy przychodzą, natomiast jeżeli ta misja będzie żywa i wizja i będziecie ją komunikować często do waszych odbiorców, to po pierwsze też tacy ludzie, którym ta wasza misja, wizja i wartości jest bliska, będą do was się zgłaszać. Więc już ułatwicie sobie taki proces weryfikacji członków organizacji czy wolontariuszy, ale pod warunkiem, że to będzie żyło i to będzie komunikowane.

Po drugie, ci ludzie będą też widzieli sens działań i to bardzo mocno ogranicza wypalenie. Natomiast podkreślam, to musi być coś, co żyje, do czego często wracacie, co pomaga wam wybierać działania, pomaga wam angażować się w jakieś konkretne projekty zgodnie właśnie z tą misją, wizją i wartościami. I wtedy po pierwsze przyciągacie takich ludzi, na jakich wam zależy i dla których też wspólne są te wartości i cele, misja i wizja, ale też angażujecie ich, motywujecie ich i po prostu łatwiej wam się działa i też się nie wypalają tak ludzie.

[Joanna]

Ja myślę, że w ogóle też dobrym sposobem jest taki sposób, żeby raz na jakiś czas robić sobie takie odświeżenie tej misji, wizji i wartości. Czy dalej mamy te same myśli w głowie? Misja raczej się nie powinna zmienić takiej organizacji, ale już wizja i wartości mogą się zmienić.

Dlatego, że komputer na każdym biurku, ta wizja musiała się zmienić. Natomiast wartości też w organizacjach mogą się zmieniać w momencie, kiedy dochodzą do niej nowe ludzie. Zmienia się też świat, dowiadujemy się, jakby w ogóle...

Zmienia się nauka, wiedza się... Tak, przyspieszenie wiedzy i w ogóle dostęp do tej wiedzy jest w XXI wieku tak potężny, że coś, w co my wierzyliśmy i byliśmy święcie przekonani 10 lat temu, może się okazać w tym momencie już zupełnie niezgodne z nami, bo po prostu rozwinęliśmy się jako ludzie, jako organizacja, doszli nowi ludzie. Więc warto sobie te wartości i tę wizję sprawdzać, czy my nadal jesteśmy tutaj, gdzie chcemy być.

Ja myślę, że my możemy dołączyć do naszego odcinka, tego podcastu taką listę wartości, nad którymi można pracować w organizacjach pozarządowych. I można to zrobić w ten sposób, że na początku każdy wybierze trzy lub pięć. To w zasadzie nie ma znaczenia.

Ważne, żeby to w jakiś sposób zawęzić i potem dyskutując nad tymi wartościami, gdzieś wspólnie wybrać te trzy lub pięć, które są dla nas jako organizacji ważne i które są zgodne z wartościami osobistymi osób, które są w tej organizacji.

[Karolina]

Te wartości też są bardzo ważne z takiego punktu widzenia wyborów, co się angażujecie, jaki projekt napiszecie, jakie działania podejmiecie. Ale też one są też ważne dlatego, że są rzeczy, których nie robicie, bo nie lubicie. I ja tak niejednokrotnie słyszę, że tak jest ze sprzedażą w organizacjach pozarządowych, że działalność odpłatna to nie, bo to trzeba sprzedawać, a my nie lubimy sprzedawać, nie umiemy sprzedawać.

I teraz zobaczcie, jeżeli wy dobrze wiecie, jaka jest wasza misja, po co to robicie, gdzie chcecie dojść, co chcecie osiągnąć tym, komu chcecie pomóc, to niejednokrotnie po prostu łatwiej jest wam przemóc się i właśnie zacząć weryfikować, testować, czy ta działalność odpłatna, czy pomimo tego, że nie jest wam z nią tak do końca po drodze, jest dla was

trudna, to jednak podejmiecie wyzwanie i sprawdźcie, bo ona może pomóc wam zrealizować misję, może pomóc wam dojść do wizji, którą zaplanowaliście.

[Joanna]

I z tego powodu jest to dla mnie też bardzo ważne. Tak i to też jest tak, że jak już macie dobrze sprecyzowaną, i to jest coś takiego, co każdy z was czuje, że ta misja, wizja i wartości są takie, jak powinny być, to dużo łatwiej jest wam przekonać świat, nawet do tej sprzedaży, tak? Czyli, bo my często słyszymy, że od liderów w organizacjach pozarządowych, no, że ja wiem, że to muszę zrobić, ale moi członkowie, moi wolontariusze są oporni i absolutnie uważają, że sprzedaż to jest zło i że my jesteśmy organizacją pozarządową i my nie powinniśmy prowadzić działalności zarobkowej, bo my musimy działać nieodpłatnie.

Natomiast właśnie dobrze sprecyzowana misja, wizja i wartości powodują to, że my możemy powiedzieć takim członkom organizacji, super, mamy dwie drogi. Jedna droga jest taka, że chcemy na przykład wybudować dom, na przykład dla dorosłych dzieci niepełnosprawnych. Mamy takie marzenie w swojej organizacji, taką wizję, że chcemy stworzyć bezpieczne miejsce dla dorosłych ludzi mierzących się z niepełnosprawnością umysłową, na przykład.

Bo wiemy, że jak rodzice odejdą, to jakby tutaj pojawia się problem i dla rodziców jest to duże, duże, duża rzecz.

[Karolina]

Obciążenie takie psychiczne.

[Joanna]

Takie obciążenie psychiczne, żeby wiedzieć, że jak ja umrę, to moje dorosłe, niepełnosprawne dziecko będzie miało miejsce na Ziemi, w którym będzie docenione, będzie potrzebne. I to jest bardzo duży projekt. To jest bardzo duży projekt i my możemy w różny sposób pozyskiwać środki na te projekty.

Natomiast sprzedaż jest jednym z takich... -...elementów, które nas przybliży do tej wizji. - ...dokładnie tak. Jeżeli, powiem, słuchajcie, jeżeli sobie zaplanujemy sprzedaż w czasie i w danym roku w tej sprzedaży zarobimy tyle i tyle i będziemy mogli to przeznaczyć, na przykład, na zapłacenie projektantowi, żeby już jakiś tam mały kroczek zrobić i to przybliży nas do realizacji naszej wizji, to ci ludzie zaczną na tą sprzedaż też patrzeć w zupełnie inny sposób. Ale nie tylko ludzie wewnątrz waszej organizacji, ale też klienci. Słuchajcie, klienci bardzo lubią kupować produkty z misją.

Czyli produkty, które mówią o tym, że dochód z tego produktu będzie przeznaczony na działalność misyjną organizacji, czyli za te pieniądze zadarzy się to, to, to, to. I myśmy ostatnio taką sprzedaż zrobili i możemy o tym opowiedzieć. A mówisz o głogowiankach?

[Karolina]

Mówię o głogowiankach, tak. Tak, słuchajcie, my organizujemy co rok takie wydarzenie wzmacniające właśnie sprawczość kobiet, przedsiębiorczość kobiet, aktywizację zawodową. To się nazywa GłogoWianki, bo to jest taka część właśnie, gdzie są różne warsztaty wzmacniające tą sprawczość, ale potem robimy też tę część związaną z Nocą Świętojańską, bo ta część głogo i wianki, to wianki to jest właśnie część z Nocy Świętojańskiej.

Zawsze to się dzieje w okolicach Nocy Świętojańskiej. I musimy dozbierać fundusze, dlatego że co roku dostajemy wsparcie od gminy miejskiej Głogów, ale to wsparcie jakby jest za małe. I w tym roku postanowiliśmy przed tym 18 czerwca, czyli przed tym głównym wydaniem głogowianek, zrobić taką serię spotkań dla kobiet z różnych tematów i płatnych spotkań, podczas których my zapewniamy jakąś tam konsumpcję, zapewniamy też jakby wartość tego spotkania.

A kobiety nam wpłacają określoną kwotę, dzięki której my możemy miło spędzić wieczór, czy tam jakiś czas, a też część przeznaczyć na realizację głogowianek. I słuchajcie, zrobiliśmy takie spotkanie Głogowianki Edycja Biznes dla kobiet, które prowadzą działalność gospodarczą. I z tego jednego spotkania udało nam się pozyskać...

12% budżetu głogowianek. 12%, czyli wiecie, kwota całkiem jakby w kontekście procentowym całkiem niezła.

[Joanna]

Ja myślę, że bardzo dobra, tym bardziej, że tam było... To nie była jakaś bardzo szeroka impreza. Tam tak naprawdę...

16 osób. 16 osób było na tym spotkaniu. Natomiast w naszym planie jest pozyskanie 50% finansowania, jakby tej kwoty bazowej, którą dostaliśmy od gminy, gminy miejskich głogów.

50% chcemy właśnie pozyskać w sposób sprzedawania produktu, który komunikujemy w ten sposób, że tym produktem zbieramy na to, żeby na głogowiankach, czyli głogowianki mają pod tytuł Kręgu Głogowskich Kobiet, żeby... Głogowski Krąg Kobiet, żebyśmy mogły zapłacić każdemu, każdej osobie, która... każdej kobiecie, która włoży swój czas, włoży swoją pracę, włoży swoją energię po to, żeby te głogowianki były fajne, żeby były angażujące, żeby dużo się tam działo, żeby każda kobieta mogła zostać wynagrodzona, bo my bardzo dobrze wiemy, że kobiety bardzo chętnie się angażują w prace wolontariackie i mocno niedoszacowująca swojej pracy i nie wyceniają się dobrze.

Więc dla nas, ponieważ chcemy mocno pokazywać sprawczość kobiet, ważne jest to, żeby każdej z tych kobiet zapłacić, mimo tego, że mamy pozyskanych zawsze kilkudziesięciu wolontariuszy. Mhm, tak jest. Więc na to zbieramy pieniądze i ten komunikat, słuchajcie, bardzo dobrze trafia i jakby ludzie za tym idą.

Oni nie mają z tym problemu, że mimo tego, że zapłacili jakąś tą kwotę, to jedzenie było w jednej trzeciej tej kwoty, a dwie trzecie poszło na coś innego. Nie mają pretensji o tym, że to jest takie drogie, tylko po prostu wiedzą, że te pieniądze idą w jakimś celu.

[Karolina]

Mhm. I dobrze się z tym czują. Tak, ale teraz wracając jeszcze do misji, wizji i wartości, to tak jak Aśka mówi, to jest potrzebne do jasnej, precyzyjnej komunikacji, którą wykorzystacie i w pozyskiwaniu wolontariuszy, i w pozyskiwaniu ludzi do projektów, i w pozyskiwaniu odbiorców, i w sprzedawaniu, i teraz, i w sprzedaży, ale takiej sprzedaży bardzo szerokiej, bo czy to jest fundraising, czy to są jakieś współprace, czy to jest współpraca z gminą, czy to jest współpraca z biznesem, czy to jest współpraca z innym NGO, to w momencie, kiedy macie dobrze sprecyzowane, co robicie, dlaczego to robicie, gdzie chcecie dojść, jesteście dużo bardziej wiarygodni i dużo wam łatwiej pozyskać partnerów lub klientów.

I naprawdę, czy to robiąc fundraising, czy to prowadząc działalność odpłatną, czy gospodarczą, czy pozyskując partnera w gminie, jeżeli wy dobrze wiecie, co chcecie i gdzie chcecie dojść, to wasz komunikat jest konkretny i nie oparty tylko na marzeniach, ale oparty też na konkretnych sposobach realizacji i tego, dlaczego, komu i jak pomagacie.

[Joanna]

I słuchajcie, tak na zakończenie jeszcze jeden przykład powiem, bo myślę, że to jest ważne. Jeżeli wy dosyć konsekwentnie mówicie o tych rzeczach związanych z misją i wizją wartości, no to wtedy dzieją się różne rzeczy. Zadziwiają się różne rzeczy, bo my to też słyszymy.

Natomiast na przykład w naszym przypadku, kiedy realizowaliśmy pierwsze Miedziane Kluby Mikrobiznesu w 2017 roku, nie byliśmy jeszcze z towarzyszeniem, bo to była taka mocno oddolna inicjatywa, w której mocno oddolnie mówiliśmy i komunikowaliśmy o tym, że dla nas ważne jest to, żeby mikroprzedsiębiorcy mieli się gdzie spotykać, żeby mogli siebie wzmacniać, żeby mogli szkolić siebie nawzajem, żeby to nie były spotkania, na których ktoś zarabiał, tylko to były takie spotkania samopomocowe i to głośno wybrzmiewało, że to było miejsce ludzi, dalej to jest miejsce ludzi, w których mogą się dużo dowiedzieć, ale mogą też nawiązać współpracę. Znaleźć klientów.

Znaleźć klientów, mogą też się wesprzeć tak emocjonalnie, bo zazwyczaj mikroprzedsiębiorcy nie mają z kim pogadać o problemach w swoich firmie, bo rodzina to nie jest dobry słuchacz, rodzina się zawsze przyjmuje. To nie wiem po jakim czasie, bo nie pamiętam tego, ale myślę, że mniej więcej po dwóch latach zgłosił się do nas prezydent Miasta Głogowa i zaproponował nam prowadzenie miejskiej strefy biznesu, bo widział, że to, co robimy, nasze wartości są bardzo ważne, dlatego jak...

[Karolina]

Funkcjonuje taki lokalny mały biznes w mieście.

[Joanna]

Tak, i miał takie poczucie, że chcąc stworzyć, bo obiecał to w swojej kampanii, że stworzy jakiś miejsce dla przedsiębiorców, że my jesteśmy zgodne z tym, co on by chciał, żeby tacy przedsiębiorcy dostali. Tak było i w zasadzie dzięki temu w sumie, dzięki prezydentowi powstało to nasze stowarzyszenie, bo gdyby nie prezydent, to pewnie by to stowarzyszenie powstało dużo później. Natomiast...

Ale takich sytuacji, które gdzieś tam w naszym przypadku zadziały się różne rzeczy, dlatego że myśmy głośno mówiły, że coś jest dla nas ważne i ludzie, którzy przychodzili, myśmy używali dokładnie tych samych słów, że słyszeliśmy, jak powiedzieliście, to i to, ja się z tym bardzo zgadzam, dlatego chcę z wami zrobić to i to. Było naprawdę sporo, więc warto to mówić.

[Karolina]

Dobra, to teraz, słuchajcie, czas na to, żeby zakończyć, pożegnać się, zmienić sweterki i spotkać się w 13., 14. i kolejnych odcinkach. Natomiast dzisiaj ten 12.

odcinek kończymy. Bardzo wam dziękujemy. Zapraszamy do zasubskrybowania kanału na YouTube, wciśnięcia dzwoneczka na platformie, na której słuchajcie podcastu.

[Joanna]

No i słuchajcie, oczywiście wszystkie media społecznościowe, czyli aktualnie jesteśmy na Instagramie, na Facebooku, ważne, żebyście dołączyli do grupy Klub Lokalnego Działacza Działalność Odpłatna. Tam możecie nam zadawać wszelkiego typu pytania związane z ekonomizacją organizacji pozarządowych. Albo jeżeli jesteście w takim miejscu, bo tu taki problem się ostatnio pojawił, że chcielibyście coś sprzedawać, ale nie możecie, bo to jest działalność nierejestrowa usługowa, która nie jest działalnością nierejestrową, a to, co chcecie sprzedawać, jest takie mocno misyjne.

Jesteście jakimiś edukatorami. Ja akurat mocno siedzę w edukacji przyrodniczej, więc to też taki dosyć powszechny problem. Jeżeli chcecie nam zadać jakieś pytanie, to zadajcie to publicznie tam właśnie w tej grupie, bo my na grupie odpowiadamy bezpłatnie, dlatego że robimy to w takich celach edukacyjnych, żeby więcej ludzi się o tym dowiedziało.

Zawsze możecie też do nas przyjść na proces mentoringowy, możecie nas wpisać do projektu. Możemy też mieć jakiś ciekawy pomysł na współpracę z nami. Zapraszamy.

My lubimy gadać z ludźmi. Lubimy z ludźmi współpracować. Im więcej ludzi wokół nas, tym jesteśmy szczęśliwsze.

Lubimy dużo fajnych rzeczy robić, więc jesteśmy otwarte. Strona www.miedziowestowalszenia.pl tam będą nasze wszystkie dane do kontaktu. Do zobaczenia.

Do zobaczenia.