

/ Társadalmi bázisépítés esettanulmányok

Hogyan találd meg a szervezethez illő támogatói közösségépítési formákat?

Káva Kulturális Műhely

A Káva 1996-os létrejötte óta a magyarországi független színházi kultúra, a közoktatás és a civil társadalom határmezsgyéin működik. Tevékenységük központjában a részvételiség, a párbeszéd áll, ezért munkájuk során a hagyományos színházi módszerekhez képest (vagy azokat kiegészítve) – sokszor teljesen tudatosan – elmosás a határt színész és néző között, ezzel biztosítva, hogy a résztvevők a lehető legnagyobb mértékben formálhassák az eseményeket és kialakíthassák személyes viszonyukat a fókuszba helyezett problémához. Az alábbiakban Sólyom-Nagy Fanni, a szervezet kommunikációs munkatársa osztja meg tapasztalatait.

A Káva társadalmi bázisépítés projektje részben a Nyílt Társadalom Alapítványok, Nyílt Társadalom Kezdeményezés Európáért (OSIFE) támogatásában valósult meg. A NIOK Alapítvány az OSIFE partnereként 2017 óta nyújt komplex támogatást (mentorálás, tanácsadás, tapasztalatcsere, képzések) a Társadalmi Bázisépítés programban támogatott szervezeteknek. Ez az esettanulmány a NIOK és az OSIFE partnerségének keretében jött létre.

Miért vágunk bele

Néhány éve fogalmazódott meg bennünk az igény, hogy szervezetünket nyitottabbá, mások számára érthetőbbé, elérhetőbbé tegyük, és nagy hangsúlyt fektessünk a körülöttünk lévők megismerésére és bevonására. **Ki szerettünk volna mozdulni a szakmai “buborékunkból”, és úgy újrafogalmazni magunkat, hogy a szélesebb közönség számára is befogadható üzeneteket juttassunk el, és így sokakhoz elérjen a Káva és a színházi nevelés ügye.**

A fokozatos forráscsökkenések és a pályázati lehetőségek kiszámíthatatlansága azt is egyértelművé tette számunkra, hogy elkötelezett támogatókra is szükségünk van. Ez is megerősített minket abban, hogy kidolgozzunk olyan folyamatokat, amelyekkel jobban be tudjuk vonni és hosszú távon támogatóinkká tudjuk tenni közösségünk tagjait. Kulcsfontosságúvá vált, hogy minél több szállal kapcsolódjunk a bennünket körülvevő társadalomhoz, és ehhez számunkra új szakmai, kommunikációs, marketing és forrásteremtési eszközöket is alkalmazzunk, hogy a társadalmi bázisunk szélesítésével szervezeti fenntarthatóságunkat is jelentősen növelni tudjuk.

Első kísérletek a bevonásra

Először is felmértük az erőforrásainkat: átgondoltuk a társulati kompetenciákat és érdeklődést, átgondoltuk, mire építhetünk, és mi fér bele kapacitásban a mindennapjainkba, ez alapján azt körvonalaztuk, hogy milyen (kommunikációs) tevékenységekbe érdemes belekezdenünk, így indult el a videós és szöveges tartalmak létrehozása. **Ezzel párhuzamosan egy nagyszabású felmérést végeztünk meglévő követőink körében, hogy közelebbről megismerjük őket:** kultúra- és médiafogyasztási szokásaikat, adományozási tapasztalataikat, érdeklődésüket akartuk megismerni, továbbá arra kérdeztünk rá, ők hogyan látnak minket. Ez kiindulási pontként szolgált a későbbiekben a tartalmak létrehozásakor és a célközönségeink meghatározásakor (pl. olyan kommunikációs csatornákra helyeztük a hangsúlyt, ami követőink körében is népszerű volt, illetve olyan demográfiai csoportokban gondolkodtunk a hirdetések létrehozásánál, akik nagyobb számban jelentek meg a felmérésünkben is).

Annak érdekében, hogy képesek legyünk közelebb hozni a szervezet körül lévő vagy újonnan elért embereket, felvázoltunk egy támogatói piramist, amelyen azt az utat (“customer journey”-t) akartuk megjeleníteni, amin keresztül a hozzánk kapcsolódókat el tudjuk kötelezni szervezetünk iránt. Ez tartalmazza, hogy a kapcsolati hálónkban kikről kell gondolkoznunk, és milyen tevékenységeket, aktivitásokat, programokat tudunk nekik kínálni. Őket különböző kategóriák szerint csoportosítottuk: csak digitális kapcsolatok, személyes kapcsolatok, közvetlen, közeli kapcsolatok, szakmai partnerek, alkalmi adományozók, rendszeres támogatók stb. Ez a kapcsolati piramis képezte a későbbi társadalmi bázisépítésünk fókuszpontját, ehhez igazítottuk a tevékenységeket.

Az elérés növelésére számos új dolgot próbáltunk ki: kisfilmekkel (vloggal), bloggal, intenzív online hirdetésekkel, különböző adománygyűjtő kampányokkal, hangsúlyosabb közösségi média jelenléttel kívántuk megszólítani célközönségünket. Nagy motivációval és lendülettel vágtunk az új tevékenységek megvalósításába, és sikereket értünk el, miközben az is körvonalazódott, hogy nem minden tevékenység fenntartható hosszú távon (pl. a rendszeres videók túlzott kapacitást igényelnek), és sokkal inkább a társulat mindennapjaihoz kell szabni őket. **Rendkívül tanulságos folyamat volt, aminek köszönhetően a továbbiakban elképzeléseinket letisztultabb formában, tudatosabban alakítottuk ki,** reálisabb elvárásokat tűztünk ki, és a kapacitásunkhoz, szakmai tevékenységünkhöz jobban passzoló, önzonosabb tevékenységekre helyeztük a fókuszot.

Káva workshop



Olyan új tevékenységeket indítottunk el (vagy meglévőket tartottunk meg és alakítottunk át), melyek hosszú távon fenntarthatóak és illeszkednek a szakmai célkitűzésekhez, megvalósításuk otthonos számunkra, mégis új, izgalmas bevonási lehetőséget jelentenek. Ilyen például a blog, a podcast, a workshop-sorozat, a közösségi színházi projekt, az önkéntesprogram, vagy a filmklub.

A szemléletváltás kihívásai

Az új tevékenységek mindennapokba való integrálása, a társulat aktiválása, bevonása, a szervezetről alkotott közös képünk formálása és a bázisépítéshez szükséges attitűdváltás nem mindig vagy más ritmusban történt meg, ami a pandémia okozta nehézségekkel együtt szervezeti feszültségekhez vezetett. A társulat például szívesen vesz részt bizonyos kreatív tartalmak, események létrehozásában, melyek jobban illeszkednek a szakmai tevékenységekhez, a különböző adománygyűjtési tevékenységek azonban többek határait feszegette. **Felismertük, hogy a nagyobb nyilvánosság, a szervezetről való kommunikáció átalakulása vagy egyes új tevékenységek beemelése azzal is járhat, hogy az nem mindenki számára komfortos, ezért rendszeres (újra)egyeztetésre van/lesz szükség, hogy közösen megtaláljunk a számunkra legjobban működő formákat.**

A projekt során az is körvonalazódott, hogy bizonyos fokú szervezeti átalakulás szükségessé vált, hogy gördülékenyebbé tegyük a munkafolyamatokat. Az új tevékenységek és a növekvő társulati létszám a korábban stabilan működő munkamegosztást (színházi/szakmai és menedzsment tevékenységek) is szükségszerűen átalakította, átjárhatóbbá kell(ett) tenni a két területet.

A ma is tartó folyamat nekünk a tanulás és a kísérletezés lehetőségéről, a fejlődésről szól, és arról a szemléletváltásról, hogy az egyes (kommunikációs és fundraising) tevékenységek túlmutatnak önmagukon, és átfogóbb, hosszú távú építkezést és célokat is szolgálnak.

Ezeket a célkitűzéseinket, szervezetünk jövőképét folyamatosan újra kell gondolnunk társulati működésünk, tevékenységeink és kommunikációnk tükrében. Kihívásokkal és izgalommal teli egy ilyen út, de minden próbálkozás értékes tapasztalatokat és tanulságokat jelent, amelyek segítenek, hogy működésünket, tevékenységeinket és kommunikációnkat egyre inkább úgy alakítsuk, hogy többen és többen álljanak mellénk, és közelebb vigyenek céljainkhoz, jövőképünkhöz.

Tanulságok

- / A bázisépítés hosszú távú építkezés, amely **lehetőséget ad, hogy követőinket egyre közelebb hozzuk**, bevonjuk a szervezet munkájába, és elkötelezett támogatónkká tegyük őket.
- / Ahhoz is idő szükséges, hogy **a szervezet munkatársai megértsék**, miért fontos a bázisépítés, a megerősített támogatói kapcsolatok hogyan járulnak hozzá a szervezet céljaihoz, és miért fontos, hogy ez a szemlélet áthassa a mindennapi működésünket.
- / **Érdeemes kísérletezni.** Az összegyűjtött tapasztalatok és a levont tanulságok mind értékesek, amikor arról kell dönteni, mit érdemes megtartani, mit szükséges átalakítani, és mit lehet elengedni.
- / A szervezet erősségeire és a munkatársak visszajelzéseire építve megtalálhatjuk, melyek azok a specifikus tevékenységek, formák, **amelyek számunkra jól működnek.**
- / **Ismerjétek meg a közösségeket, és építsetek arra, amit megtudtok róluk.** A közösség összetételét rendszeresen monitorozzátok, hogy lássátok, hogyan alakul át.
- / **Ha szükséges, vonjatok be szakértőket, tanácsadókat** a munkába, és az új tudásokat, készségeket fejlesszétek a szervezeten belül is.

