

ФОНД
ТИМЧЕНКО

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ ФОНД
ЕЛЕНЫ И ГЕННАДИЯ
ТИМЧЕНКО



КОМИТЕТ ОБЩЕСТВЕННЫХ
СВЯЗЕЙ
ГОРОДА МОСКВЫ



ФОНД
ПРЕЗИДЕНТСКИХ
ГРАНТОВ

ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ ОТ БЛАГОПОЛУЧАТЕЛЕЙ СФЕРЫ ДЕТСТВА: МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

28 мая 2019, проект «Слушай с пользой!»
Фреик Наталия



Эволюция и Филантропия
Evolution & Philanthropy

- 1) Исследование международного опыта + текущих российских практик
- 2) Подготовка первой версии Методических рекомендаций
- 3) Получение обратной связи и обсуждение с пилотными участниками
Основные вопросы и предложения:
 - больше пояснений по узкоспециальным темам ✓
 - углубить отдельные разделы ✓
 - больше российских, а не зарубежных кейсов ✓✗

все, от кого зависит реализация проекта
+
у кого происходят изменения
=
СТЕЙКХОЛДЕРЫ

Обратная связь – это...

ожидания, представления, чувства, мнения, которые благополучатели испытывают и выражают

В «Методических рекомендациях» - если организация:

- *целенаправленно* пытается узнать и понять мнения, установки, чувства...

для того, чтобы

- *учесть* это в дальнейшей деятельности

Зачем нужна обратная связь?

Правильно (мораль, этика)

Прагматично

Доказательно

Источники доказательств



Уровни вовлечения благополучателей

- 1) Источник данных: input
- 2) Совместный поиск и выработка решений: эксперты, консультанты
- 3) Управление, ведущая роль: лидер

Зависит от благополучателей, типа организации, сложившихся отношений и пр.

Когда нужна обратная связь?

ДО

ВО ВРЕМЯ

ПОСЛЕ

Понимание благополучателей (потребности, предпочтения, возможности и ограничения)

Возможность оперативно адаптировать, подстроить, улучшить программу

Понимание опыта благополучателей, достигают ли ожидаемые результаты

Редко

Постоянно

Редко

Глубинные, строгие исследования

Блиц-опросы – просто, быстро, дешево, практично

Глубинные, строгие исследования

На всех этапах программы 😊

Кейс LIFT

Короткие опросы в офисе НКО – 1-2 минуты, планшеты, 5-8 вопросов (разные наборы)

>> Регулярный анализ (поиск трендов, инсайтов)

>> Обсуждение с руководством, поиск возможностей для улучшения программы (ежемесячно)

>> Выводы и решения – на ТВ-панелях в офисах организации (информирование + проверка корректности выводов)

>> Фокус-группы с участниками программы

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ

1. Фокусируйтесь на ценностях, «Ничего для нас без нас!»
2. Не увлекайтесь процессом, помните о конечной цели
3. Взаимодействие и учет разных позиций
4. Этичное взаимодействие: уважение, ответственность, честность, деликатность
5. Практичность: просто, оперативно, малозатратно, для принятия управленческих решений

Цикл обратной связи

1. План



Что нужно
узнать?

2. Сбор



Практично
и этично

3. Анализ



От данных
к
действиям

4. Диалоги



Обсуждение
результатов с
причастными
сторонами

5. Коррекция
курса



Улучшения
на основе
полученных
сведений

0. Повтор



Мониторинг,
повторение
цикла

Регулярно и целенаправленно



1 ПЛАНИРОВАНИЕ

- 1) **постановка цели** (*зачем* нам нужна обратная связь?
какая именно? от кого?)
- 2) выбор оптимального **метода и инструмента** сбора данных (*как?*)
- 3) **оргвопросы** по процессу сбора и последующего анализа данных (*кто? когда? где? кто ответственный?* и пр.)

Методы: аргументы «за» и «против»

- Анкетирование
 - Интервью
 - Групповые обсуждения (фокус-группы)
 - Стратегические сессии
 - Анализ социальных сетей
- + Неформальные механизмы сбора обратной связи

Нет единственно правильного метода!

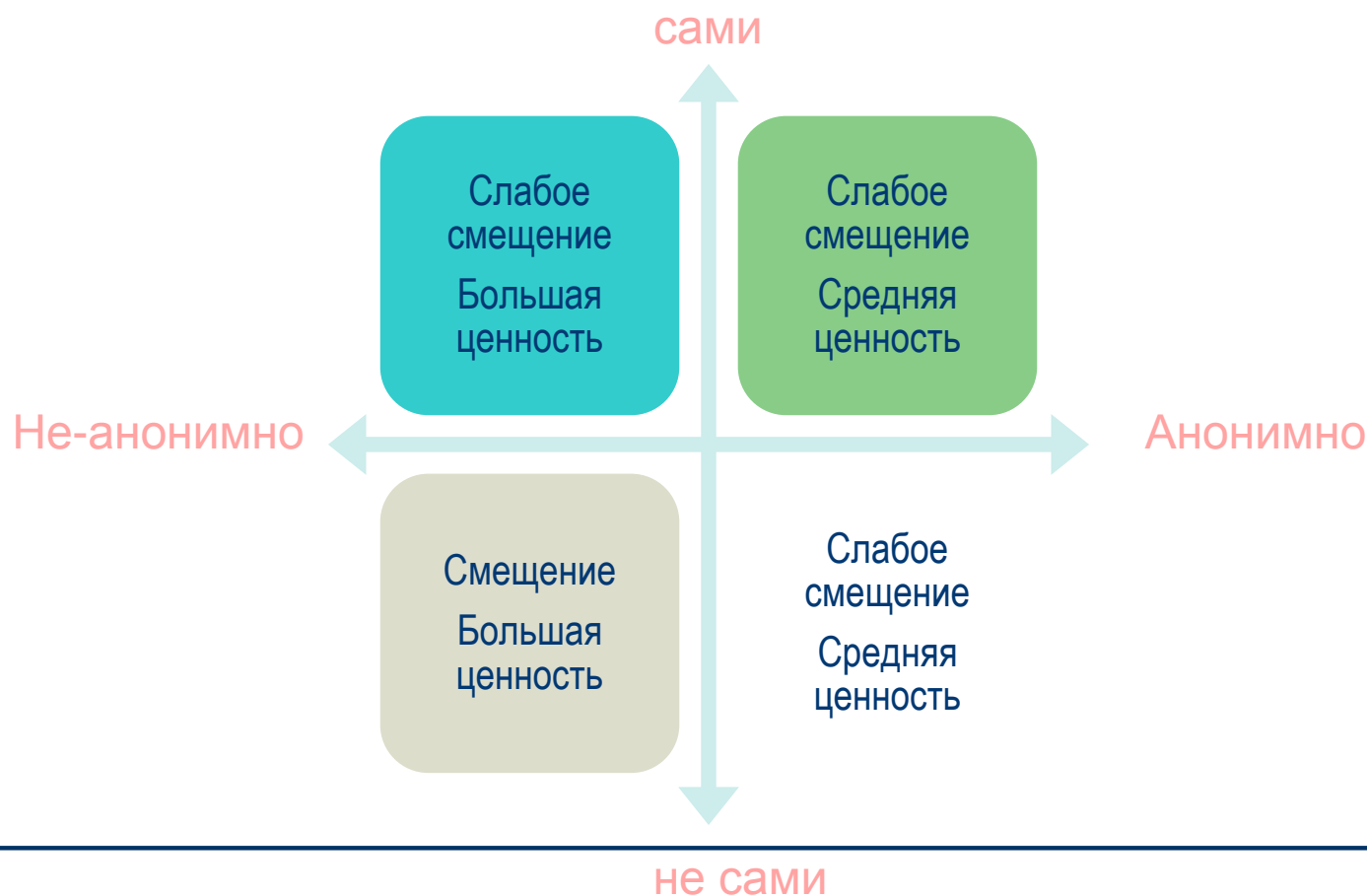
Иногда нужны креативные решения

- неформальные встречи с молодежью «Пиццы и вопросы» («Ps and Qs» – «Pizzas and Questions»):
 - Игра в бильярд или настольный теннис
 - Сбор сведений, которые сложно получить через стандартные формы
- совместный просмотр фильмов (специально подобранных), после которого молодые люди высказывают свое мнение по интересующим организацию вопросам



2 СБОР ДАННЫХ

- анонимно / нет?
- самостоятельно / привлечение внешней организации или специалиста?
- самостоятельная разработка инструментарий (анкета, вопросы) / использовать готовый?





3 АНАЛИЗ И ОСМЫСЛЕНИЕ ПОЛУЧЕННЫХ ДАННЫХ

1 Обработка данных

- сегментация благополучателей на группы
- бенчмаркинг, использование эталонных данных (*baseline*)
- триангуляция

2 Внутреннее обсуждение результатов

3 Выработка решений по результатам обратной связи



4 ДИАЛОГИ (КОММУНИКАЦИИ)

Основное сообщение:

«Вот то, что мы услышали от вас.

Вот то, что мы предлагаем сделать.

Что вы думаете об этом?

*И кстати, вот несколько слов о наших возможностях,
чтобы ответить на данный вызов.*

А какой вклад вы можете сделать в данное решение?»



5 КОРРЕКЦИЯ КУРСА: ИЗМЕНЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

«Немного подкрутить» проще и быстрее

Гораздо сложнее – структурные изменения: длительные разъяснения, преодоление недоверия и противодействия причастных сторон

0 МОНИТОРИНГ, ПОВТОРЕНИЕ ЦИКЛА

- как изменяется деятельность за счет обратной связи?
- какие чувства испытывает каждая из причастных сторон в процессе сбора обратной связи?
- какие изменения произошли в жизни благополучателей именно за счет получения от них обратной связи?

Получение обратной связи не самоцель!

Основные сложности

- 1. Нежелание** (покинули программу, не довольны / усталость)
- 2. Специфика благополучателей:** ментальные особенности, маргиналы, пр.
- 3. Низкое качество** данных, низкая практическая ценность
- 4. Ресурсозатратность** (время, стоимость)
- 5. Репутационные риски** (невозможность внедрения предложений, ухудшение отношений с донорами...)

Возможные решения – в Методических рекомендациях😊

1. Список распространенных методов, форм и инструментов сбора обратной связи от благополучателей
2. Рекомендации по использованию основных методов сбора обратной связи
3. Дополнительные материалы и ресурсы по теме обратной связи
4. Результаты и показатели вовлечения благополучателей

СЛОВАРИК: термины, используемые в Руководстве, «простыми словами»

Вопросы? Комментарии!



АНО «Эволюция и филантропия»

Сайт: <http://ep.org.ru/>

E-mail: info@ep.org.ru

Дайджест публикаций: <http://ep-digest.ru/>

Информационно-справочная платформа: <https://socialvalue.ru/>