

Poradnik lidera/liderki wolontariatu

Jak prowadzić zespół wolontariuszy przy wydarzeniach sportowych i miejskich

AKADEMIA LIDERA | EV SPORT

Akademia Lidera - rozwój kompetencji liderskich oraz promocja i profesjonalizacja wolontariatu w Poznaniu.

AKADEMIA LIDERA | EV SPORT

Projekt Akademia Lidera realizowany jest w ramach zadania publicznego pod nazwą „Akademia Lidera – rozwój kompetencji liderskich oraz promocja i profesjonalizacja wolontariatu w Poznaniu", finansowanego ze środków budżetowych Miasta Poznania.

WPP Enterprise Solutions

POZNAŃSKIE CENTRUM NGO

PO MOCNI WOLONTARIAT POZNAŃSKI

POZnań

Spis treści

Wstęp

1. Fundacja EVsport
2. Projekt Akademia Lidera
3. Dla kogo jest ten poradnik i jak z niego korzystać

Blok I

Przywództwo, zarządzanie zespołem, budowanie relacji

1. Rola lidera/liderki
2. Motywacje i potrzeby lidera/liderki
3. Budowanie zespołu – wspólne wartości, cele i różne motywatory
4. Delegowanie zadań i wdrażanie wolontariuszy
5. Bezpieczeństwo psychologiczne w zespole

Blok II

Umiejętności miękkie

1. Podstawy komunikacji i jej bariery
2. Emocje w rozmowie
3. Język pozytywny i pytania otwarte
4. Aktywne słuchanie i empatia
5. Trudne rozmowy i rozwiązywanie konfliktów

Spis treści

Blok III

Organizacja wydarzeń, logistyka, zarządzanie ryzykiem

1. Rodzaje wydarzeń i wyznaczanie celów
2. Planowanie wydarzenia krok po kroku
3. Budżet, partnerzy i źródła finansowania
4. Promocja i budowanie zaangażowania uczestników
5. Role i podział zadań w zespole wydarzenia
6. Zarządzanie ryzykiem

Codzienna praca lidera/liderki wolontariuszy

Casestudy Fundacji EVsport

1. Przed wydarzeniem – rekrutacja i potwierdzanie wolontariuszy, dokumenty
2. W dniu wydarzenia – zbiórka, briefing, koordynacja
3. Po wydarzeniu – podziękowanie, rozliczenie, wnioski
4. Zakończenie

AKADEMIA LIDERA | EV SPORT

Poradnik został przygtowany przez zespół pracujący przy projekcie Akademia Lidera.

Autorzy poradnika:

Zespół projektowy: Katarzyna Bytniewska, Agnieszka Hałatyn, Anastasiia Lesiuk, Jan Pieścik, Rafał Radziszewski, Maja Świat

Materiały merytoryczne: Magdalena Kornaś-Owsiana, Patryk Krawczyk, Maria Przepiórka, Dorota Surma

Redakcja i skład graficzny: Marta Piotrowicz

@fundacja_evsport

@fundacjaevsport

EVsport

biuro@evsport.pl

AKADEMIA LIDERA | EV SPORT

© 2026 Fundacja EVsport

Publikacja udostępniona na licencji Creative Commons Uznanie autorstwa 4.0 Międzynarodowe (CC BY 4.0).

Możesz kopiować, rozpowszechniać i adaptować treści poradnika, także w celach komercyjnych, pod warunkiem wskazania autorstwa, podania odnośnika do licencji oraz zaznaczenia wprowadzonych zmian.

Poznań 2026

Fundacja EVsport

Fundacja EVsport powstała z potrzeby połączenia aktywności fizycznej z działaniami społecznymi. Została zarejestrowana 13 grudnia 2023 roku w Poznaniu.

Naszą misją jest aktywizowanie lokalnej społeczności przez wolontariat sportowy – formę zaangażowania o niskim progu wejścia, dostępną dla każdego, bez względu na wiek, płeć czy doświadczenie. Dla wielu osób to pierwszy krok w stronę działań społecznych.

Zaczynaliśmy jako 10–15-osobowa grupa pasjonatów, którzy znali się od lat i postanowili połączyć swoje kompetencje. Po dwóch latach działalności tworzymy społeczność ponad 35 stałych członków i członkiń oraz ponad 4800 wolontariuszy i wolontariuszek akcyjnych, którzy zaangażowali się w co najmniej jedno wydarzenie.

Z PASJI

DO LUDZI. Z ENERGIĄ

DO DZIAŁANIA.

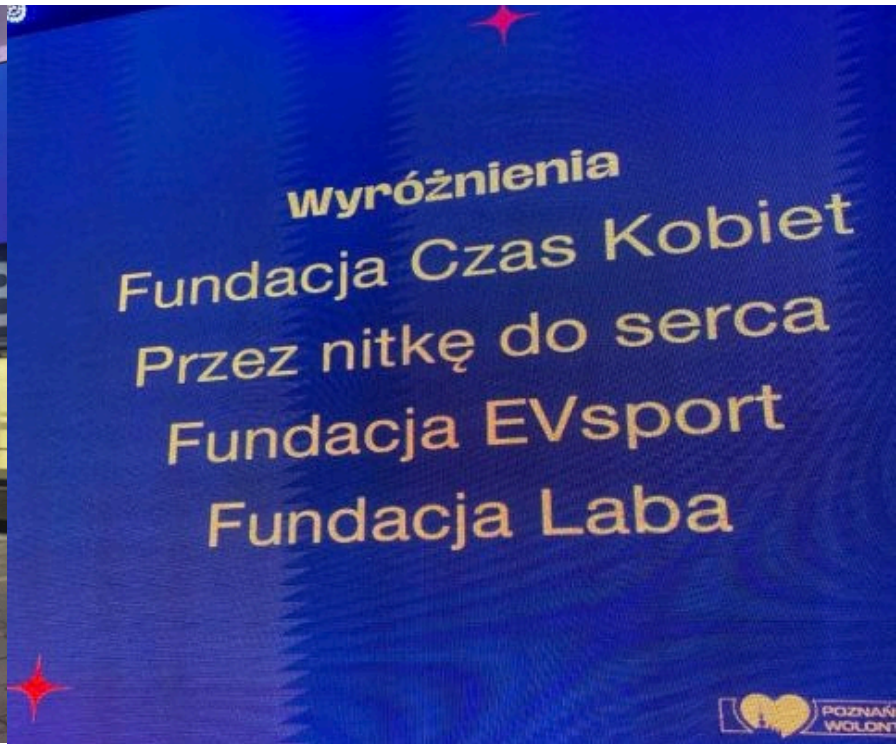
Fundacja EVsport

W 2026 roku wolontariusze i wolontariuszki EVsport zaangażowali się w organizację 36 wydarzeń sportowych i targowych. Największe z nich to 25. Poznań Maraton, 18. PKO Poznań Półmaraton, Wings for Life World Run oraz Mistrzostwa Świata ICF w kajakarstwie i parakajakarstwie.

Dziś EVsport to przede wszystkim ludzie, którzy łączą swoje umiejętności, doświadczenia i pasję do działania. Budujemy środowisko, w którym wolontariat integruje osoby z różnych pokoleń, pozwala uczyć się od siebie nawzajem i daje poczucie sprawczości. Chcemy, aby doświadczenia zdobywane w ramach naszych działań przekładały się na dalsze zaangażowanie społeczne – w Poznaniu, Wielkopolsce i poza regionem.

W 2025 roku fundacja została wyróżniona w konkursie Poznański Wolontariusz Roku w kategorii wolontariat zespołowy.





Fundacja EVsport

Nasze działania opierają się na czterech wartościach:



ROZWÓJ

Dajemy wolontariuszom szansę zdobycia cennego doświadczenia i rozwoju.



KOMPETENCJA

Jesteśmy profesjonalistami, którzy nieustannie podnoszą swoje kompetencje.



PASJA

Łączymy ludzi z pasją, którzy chcą działać i pomagać przy wyjątkowych wydarzeniach.



ODPOWIEDZIALNOŚĆ

Jesteśmy odpowiedzialni w kształtowaniu silnego społeczeństwa obywatelskiego.

Fundacja EVsport

Tym, co nas wyróżnia, jest sposób zarządzania wolontariatem. Korzystamy z autorskiego systemu zapisów online, który pozwala dopasować stanowiska do preferencji i możliwości wolontariuszy. Dzięki niemu wspieramy organizatorów wydarzeń w całym procesie rekrutacji.

Rozwijamy też wolontariat poza własnymi wydarzeniami. Prowadzimy prelekcje o wartościach wolontariatu w szkołach, klubach seniora i innych instytucjach. Wspieramy szkolnych koordynatorów wolontariatu i zapraszamy **grupy zorganizowane** – szkolne i prywatne grupy powyżej 5 osób pod opieką opiekuna, bo wspólny wolontariat to jedna z najlepszych form integracji.

Współpracujemy z:

- szkolnymi kołami wolontariatu,
- organizacjami pozarządowymi
- jednostkami miejskimi

m.in. z Klubem Fajny, Centrum Inicjatyw Senioralnych i Ośrodkiem Pomocy Społecznej w Suchym Lesie.

Większość nowych wolontariuszy trafia do nas z polecenia znajomych i dzięki prelekcjom.

Szkolimy również nowe liderki i nowych liderów wolontariatu, dając im możliwość praktycznego rozwijania kompetencji społecznych i organizacyjnych. Akademia Lidera, której efektem jest ten poradnik, jest częścią tej drogi.

AKADEMIA LIDERA

EV SPORT

Akademia Lidera to program rozwojowo-szkoleniowy dla wolontariuszy, którego celem jest wzmocnienie jakości wolontariatu w Poznaniu. Przygotowuje młodzież od 16. roku życia oraz osoby dorosłe do pełnienia ról liderskich i koordynacyjnych podczas wydarzeń miejskich i społecznych.

Program składał się z dwóch części:

- **Część szkoleniowa –** spotkania tematyczne w trzech blokach: przywództwo i zarządzanie zespołem, umiejętności miękkie oraz organizacja wydarzeń, logistyka i zarządzanie ryzykiem.

- **Część praktyczna –** uczestnicy w grupach 2–3-osobowych działali przy mniejszych wydarzeniach pod opieką doświadczonego lidera/liderki EVsport, który pełnił rolę mentora. Zwieńczeniem praktyki było prowadzenie grupy wolontariuszy podczas 25. Poznań Maratonu.

Uczestnicy, którzy ukończyli program, otrzymali certyfikaty uczestnictwa.

Projekt „Akademia Lidera – rozwój kompetencji liderskich oraz promocja i profesjonalizacja wolontariatu w Poznaniu" został sfinansowany ze środków Miasta Poznania. Partnerami merytorycznymi części szkoleniowej byli: Stowarzyszenie Centrum PISOP, Poznańskie Centrum NGO oraz WPP Enterprise Solutions.

WPP Enterprise Solutions

POZNAŃSKIE CENTRUM NGO

PO MOCNI WOLONTARIAT POZNAŃSKI

POZnań

Słowo wstępu

Poradnik jest zbiorem wiedzy i wskazówek zebranych podczas Akademii Lidera – zarówno ze spotkań szkoleniowych, jak i z codziennej pracy przy wydarzeniach. Kierujemy go do uczestników projektu oraz do wszystkich, którzy prowadzą lub chcą prowadzić zespoły wolontariuszy.

Trzy pierwsze części odpowiadają blokom tematycznym szkoleń. Część czwarta opisuje codzienną pracę lidera/liderki wolontariatu: od potwierdzania wolontariuszy, przez zbiórkę i koordynację, po podsumowanie wydarzenia.

Zależy nam na tym, by wolontariat stał na wysokim poziomie zarówno z perspektywy wolontariuszy, jak i organizatorów wydarzeń. Dbamy o to, aby po pierwszym wspólnym wydarzeniu obie strony chciały do nas wrócić.



BLOK I

Przywództwo, zarządzanie zespołem, budowanie relacji



PROWADZĄCA

Dorota Surma
Stowarzyszenie Centrum PISOP

O prowadzącej:

Od ponad 20 lat pracuje z organizacjami społecznymi i zespołami, wspierając liderów i liderki w budowaniu trwałego rozwoju. Na co dzień współzarządza Stowarzyszeniem Centrum PISOP, gdzie wraz z zespołem łączy organizacje pozarządowe, biznes i administrację, odpowiadając na realne potrzeby lokalnych społeczności. Prowadzi szkolenia i warsztaty z zakresu zarządzania projektami społecznymi, strategii finansowych w NGO, przedsiębiorczości społecznej oraz budowania zaangażowanych i odpowiedzialnych zespołów. W swojej pracy koncentruje się na tworzeniu środowisk, w których ludzie chcą działać razem i rozwijać swoje przywództwo.

Rola lidera/liderki dziś

Od kontroli do zaufania

Przywództwo nie jest tym samym co pełniona funkcja. Dobrze pokazuje to historia sekretarza stanu: dopóki pełnił urząd, dostawał kawę w porcelanowej filiżance. Gdy przestał nim być i przyjechał metrem, dostał kawę w papierowym kubku. Część szacunku, jaki otrzymujemy, wynika z funkcji – a funkcja nie zawsze oznacza bycie liderem. Lider/Liderka to osoba, która bierze odpowiedzialność za swoich ludzi i jest przed nimi odpowiedzialna.

Tradycyjne zarządzanie opierało się na kontroli i poleceniach. Jego największą słabością jest stosowanie jednego stylu wobec wszystkich. Współczesne przywództwo idzie w stronę empowermentu, czyli uwalniania potencjału ludzi. Członkowie zespołu mają już wiedzę, doświadczenie i motywację – zadaniem lidera/liderki nie jest „dawanie wiedzy", ale tworzenie warunków, w których mogą z nich skorzystać.

Najlepsi liderzy/liderki:

- słuchają, zamiast narzucać,
- uczą się, zamiast udawać, że wiedzą – lider/liderka ma prawo powiedzieć „nie wiem",
- współpracują, zamiast kontrolować,
- dzielą się informacją i ufają ludziom.

Lider nie musi zawsze stać w pierwszym rzędzie. Czasem jego rolą jest zrobić dwa kroki w tył i spojrzeć na cały zespół. Każdy członek zespołu ma własne cele i nie oceniamy ich – wspieramy je. Żeby zrealizować wspólne marzenie, każdy musi czasem zrezygnować z części własnego. Warto pamiętać, że każdy chce być częścią czegoś ważnego i że nie trzeba być prezesem ani przewodniczącym, żeby być liderem.

Najważniejsze cechy lidera/liderki to:

- asertywność,
- umiejętność poznania perspektywy innych,
- pewność siebie,
- opanowanie chaosu,
- wyznaczanie celów dla zespołu.

Największe wyzwania to:

- stres,
- trudności komunikacyjne,
- bycie stanowczym,
- brak zaangażowania członków zespołu
- nieznajomość ich mocnych oraz słabych stron.

Liderowi/liderce pomagają stały kontakt z organizatorami, cierpliwość, optymizm i realistyczne planowanie czasu. Hamują go powtarzające się porażki, nieskuteczne rozwiązania, słaba komunikacja i brak pewności siebie.

Jeśli chcesz kierować ludźmi, najpierw musisz poznać siebie i nauczyć się zarządzać sobą. Kopiowanie rozwiązań innych zwykle nie przynosi oczekiwanych rezultatów.

Warto zadać sobie pytania: po co tu jestem, jaki mam cel i dlaczego chcę być liderem?

Pomocnym narzędziem jest profil motywacyjny Stevena Reissa, który opisuje 16 podstawowych potrzeb każdego człowieka. Na nasze decyzje i zachowania najsilniej wpływają właśnie potrzeby – małe i duże. Każdy człowiek jest inny, a ludzi spotykamy w różnych momentach ich życia, z różną hierarchią wartości. To, co jedną osobę zmotywuje, dla innej może być obojętne albo wręcz demotywujące.



Budowanie zespołu

Dobrze zbudowany zespół to taki, w którym każdy wie, po co jest, i robi to, w czym czuje się dobrze. Jedni lubią tabelki i planowanie, inni wolą działać w terenie i świetnie odnajdują się w ruchu wydarzenia. Osoby wrażliwe na estetykę często naturalnie biorą na siebie promocję i oprawę wizualną, a osoby nastawione na kontakt z ludźmi – rekrutację wolontariuszy i budowanie społeczności. Lider, który zna swoich ludzi, może tak rozdzielić role, żeby różnorodność stała się siłą zespołu, a nie źródłem napięć. Tak powstaje wspólnota zbudowana wokół wartości, w której każdy czuje, że jest częścią czegoś ważnego.

Zacznij od „dlaczego”. Simon Sinek zauważa, że ludzie nie angażują się w to, co robimy, ale w to, dlaczego to robimy. Dla nas oznacza to, że ważniejsze od tego, że zajmujemy się maratonami, jest to, dlaczego się nimi zajmujemy.

Najpierw kto, potem co. Zanim lider/liderka zacznie działać, powinien zadbać o to, kto jedzie z nim w autobusie. Ludzie w zespole powinni wyznawać podobne wartości i mieć wspólny cel – inaczej wszystko się rozjedzie. Kto ma inne wartości, może wysiąść i poprowadzić własny autobus. Tak samo działa to w drugą stronę: wchodząc do organizacji, warto poznać jej zasady i cele, żeby ocenić, czy chcemy w niej działać.

Drużyna marzeń w NGO.

Budując zespół, warto zwracać uwagę na trzy poziomy:

1. Wartości – co jest dla ludzi ważne i po co angażują się w działania społeczne.
2. Potrzeby motywacyjne – co daje im energię i satysfakcję.
3. Role zespołowe – jakie zadania pozwalają im wykorzystać naturalne predyspozycje.

Nie chodzi o zespół złożony z identycznych osób.
W organizacji pozarządowej najcenniejsze jest połączenie wspólnych wartości z różnorodnością talentów i potrzeb.

Największym błędem lidera/liderki jest motywowanie wszystkich w ten sam sposób. Skuteczny lider/liderki poznaje potrzeby członków zespołu, nie ocenia ich jako lepszych lub gorszych, dopasowuje role do naturalnych motywatorów i buduje wspólnotę wokół wartości.

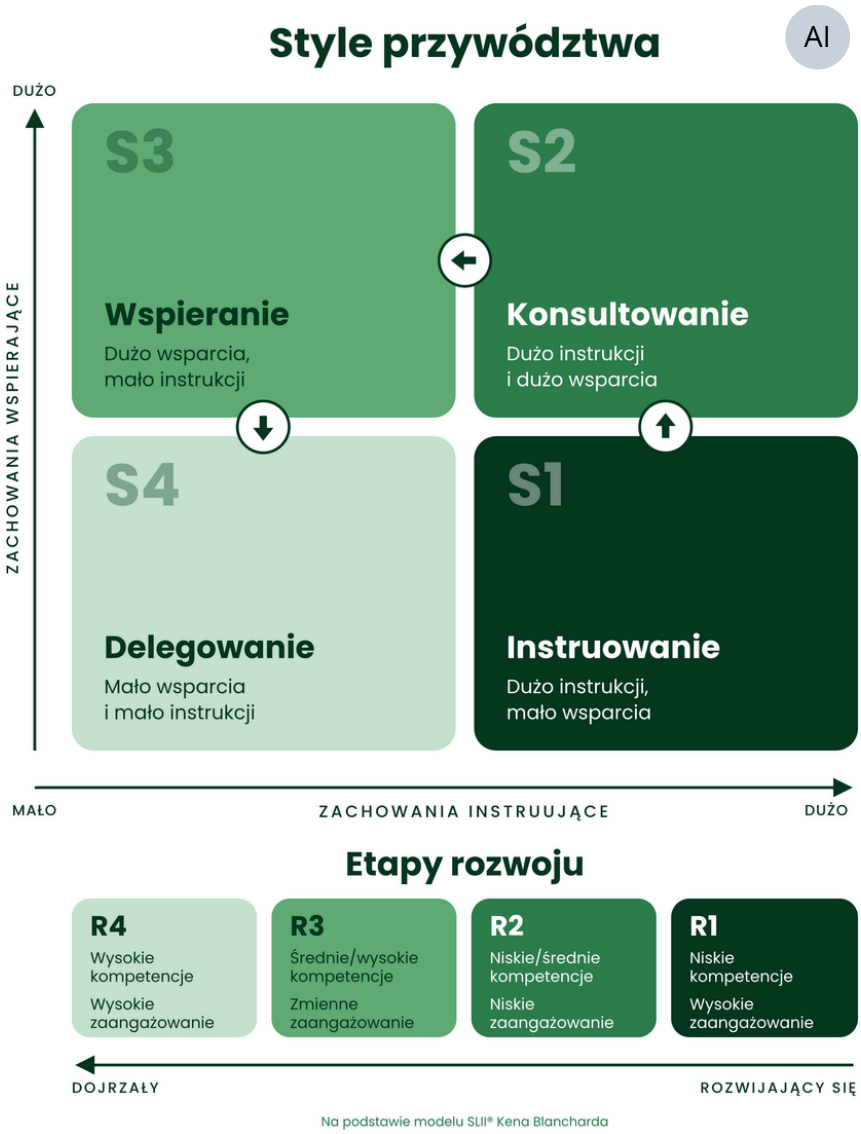
Poniższa tabela przedstawia 12 z 16 motywatorów opisanych w profilu motywacyjnym Reissa te, które mają największe znaczenie w pracy z zespołem wolontariuszy.

Potrzeba	Gdy jest duża	Gdy jest mała
Władza	Powierzaj prowadzenie projektów i odpowiedzialność za rezultaty, pytaj „Jak ty to widzisz?”	Dawaj jasne zadania, nie zmuszaj do przewodzenia, doceniaj rzetelność
Niezależność	Zadania indywidualne, bez mikrozarządzania	Praca w zespołach, regularne konsultacje
Ciekawość	Diagnozy, badanie potrzeb, ewaluacja; tłumacz sens działań	Konkretne zadania i szybkie przejście do działania
Uznanie	Zauważaj postępy, dziel cele na etapy, dawaj uważny feedback	Komunikuj się wprost, skup się na faktach, unikaj przesadnych pochwał
Porządek	Harmonogramy, plan krok po kroku, wcześniejsza informacja o zmianach	Przestrzeń na eksperymenty, mało procedur
Idealizm	Pokazuj społeczny sens działań, odwołuj się do wartości	Pokazuj konkretne rezultaty i skuteczność
Kontakty społeczne	Partnerstwa, networking, rekrutacja wolontariuszy, moderowanie spotkań	Zadania wymagające skupienia, minimum spotkań
Rodzina	Szanuj granice, planuj z wyprzedzeniem, ogranicz wieczorne spotkania	Chętnie podejmą zadania wymagające dyspozycyjności
Status	Reprezentowanie organizacji, wystąpienia publiczne	Role eksperckie, partnerskie relacje
Rywalizacja	Zdrowa rywalizacja, ambitne cele	Mediacje, budowanie porozumienia, bez porównań
Piękno	Komunikacja wizualna, promocja, oprawa wydarzeń	–
Aktywność fizyczna	Praca w terenie, wydarzenia, animacja	–

Delegowanie zadań i wdrażanie wolontariuszy

Nie zakładaj, że coś jest oczywiste. To, co dla lidera/liderki jest proste, dla nowej osoby może być zupełnie niejasne, a każdy może wykonać nawet prostą czynność inaczej. Dlatego polecenia powinny być precyzyjne: co ma zostać zrobione i jak ma wyglądać efekt. Jeśli zadanie było ogólne, nie wytykaj błędów – wynikają one z niejasnej instrukcji, nie ze złej woli.

Model przywództwa sytuacyjnego Kena Blancharda (SLII) opisuje cztery etapy wdrażania osoby do nowego zadania:



Na podstawie modelu SLII® Kena Blancharda

Zadaniem lidera/liderki jest sprawdzić, ile dana osoba wie i na którym etapie się znajduje. Etap zależy od zadania – ktoś może czuć się pewnie w jednej czynności, a w innej potrzebować instrukcji. Nie warto zbyt szybko przechodzić do delegowania: osoba, która nie poradzi sobie z zadaniem ponad swoje możliwości, poczuje wstyd i straci pewność siebie.

Szczególnie w pracy z młodymi wolontariuszami i wolontariuszkami lepiej budować zaufanie stopniowo, zaczynając od prostych zadań.

Częstym problemem liderów jest wypalenie. Wynika z tego, że chcą robić wszystko sami, a ludzie wokół boją się brać na siebie odpowiedzialność.

Dobre delegowanie chroni nie tylko zespół, ale i samego lidera/liderki.

Bezpieczeństwo psychologiczne w zespole

Bądź takim liderem/liderką, przy którym ludzie się rozwijają, a nie takim, po którym muszą się leczyć.

Z badań wynika, że w organizacjach wykorzystujemy tylko około 40% potencjału ludzi. Główną przyczyną jest strach. Najczęstsze bariery, przez które ludzie nie mówią otwarcie, to:

- przekonanie, że „i tak nic się nie zmieni" – bariera najsilniejsza,
- strach przed karą i negatywnymi konsekwencjami,
- strach przed wyjściem na niekompetentnego („w sumie powinienem to już wiedzieć"),
- strach przed ośmieszeniem albo uznaniem za osobę, która stwarza problemy,
- poczucie, że „to nie moja rola",
- brak czasu i przestrzeni na takie rozmowy.

Każdy ma coś do powiedzenia, ale nie każdy odważy się mówić. Lider powinien zadbać o to, żeby każdy mógł się wypowiedzieć np. przez anonimowe karteczki.

Wskazówki dla liderów, którzy chcą rozwijać bezpieczeństwo psychologiczne:

- Zaproś członków zespołu, podziel się z nimi swoją wizją, wątpliwościami, proponowanymi zasadami, zapytaj ich o zdanie.
- Uznaj swoją i innych omylność.
- Uznaj i nazwij niepewność.
- Twórz środowisko do uczenia się
- Nazwij kluczowe aspekty pracy
- Zadawaj pytania z ciekawością i życzliwością.
- Podejmuj interpersonalne ryzyko: zadawaj pytania, proś o pomoc, udzielaj feedbacku,
- Reaguj i doceniaj, gdy ktoś podejmuje interpersonalne ryzyko.
- Reaguj na negatywne reakcje wobec kogoś, kto podejmuje interpersonalne ryzyko.

Ludzie nie rozwijają się tam, gdzie są oceniani, ale tam, gdzie mogą się bezpiecznie mylić. Najsilniejsze zespoły opierają się na zaufaniu, nie na kontroli. Bezpieczeństwo psychologiczne buduje się w czterech obszarach:

1. **Błędy i trudności** – błąd traktujemy jako naukę. Nie zostawiamy nowej osoby samej, wspieramy ją także słownie („spróbuj jeszcze raz") i tłumaczymy, dlaczego warto zacząć od nowa. Każdy mały krok się liczy.
2. **Podejmowanie ryzyka i odpowiedzialności** – tworzymy przestrzeń, w której można być sobą, wyróżniać się, próbować nowych rzeczy i działać niekonwencjonalnie.
3. **Różnorodność i docenianie** – ludzie różnią się charakterem i temperamentem, jedni lubią tabelki, inni działanie. Doceniamy każdego indywidualnie, cieszymy się z różnych sukcesów i dbamy o to, by każdy miał poczucie wpływu. „Każdy głos się liczy."
4. **Proszenie o pomoc –** ludzie nie proszą o pomoc z powodu wewnętrznych barier, zagubienia albo poczucia odrzucenia w grupie. W dobrym zespole z dobrym liderem/liderką osoba wie, że ma wsparcie.

Ludzie chcą być częścią rozwiązania i robić coś znaczącego. Chcą czuć się ważni, nawet jeśli są setną osobą w zespole. Dlatego empatia i inteligencja emocjonalna są we współczesnym przywództwie równie ważne jak umiejętności organizacyjne.

BLOK II

Umiejętności miękkie: komunikacja, negocjacje, rozwiązywanie konfliktów



PROWADZĄCA

Magdalena Kornaś-Owsiana
Head of Employer Branding & Communication, VWPP Enterprise Solutions

O prowadzącej:

Od 15 lat zajmuje się strategicznym podejściem do tworzenia kultury organizacji w wymagającej branży IT. Jako Group Head of EB & Communication w VWPP Enterprise Solutions, pracuje nad strategią marki pracodawcy w rejonie EMEA, koordynując także komunikację wewnętrzną i działania CSR. Wraz z zespołem dba o tworzenie przyjaznej oraz kreatywnej atmosfery w firmie. Współorganizatorka kilku meet-upów, prelegentka wielu konferencji branżowych, wolontariuszka w projektach społecznych, współzałożycielka Stowarzyszenia Shoebox. Zwolenniczka pozytywnej komunikacji i zarządzania partycypacyjnego.

BLOK II

Umiejętności miękkie: komunikacja, negocjacje, rozwiązywanie konfliktów



PROWADZĄCA

Maria Przepiórka
Psycholożka

O prowadzącej:

Psycholożka z doświadczeniem w obszarze HR, w tym rekrutacji i employer brandingu. Projektuje i prowadzi warsztaty oraz szkolenia psychologiczne. Angażuje się również w działalność wolontariacką i pomocową. W swojej pracy łączy wymagania otoczenia z wiedzą psychologiczną, przekładając teorię na praktyczne rozwiązania.

Podstawy komunikacji i jej bariery

Komunikacja to proces, w którym nadawca koduje komunikat (słowami, dźwiękiem, gestem), przesyła go określonym kanałem, a odbiorca go dekoduje i przetwarza. Na końcu pojawia się informacja zwrotna: jak odbiorca zrozumiał komunikat i jakie wywołał w nim emocje. Cały proces odbywa się w określonym kontekście – miejscu, sytuacji, kulturze i stanie psychicznym obu stron.

To samo słowo każdy może rozumieć inaczej, odwołując się do różnych doświadczeń.

W komunikacji zawsze pojawia się szum, który zakłóca przekaz. Porozumienie najczęściej utrudnia:

- niemówienie wprost i niedopowiedzenia („domyśl się") – zakładamy, że coś jest oczywiste,
- zmęczenie, gorsze samopoczucie i silne emocje,
- przeciążenie informacjami i zapominanie,
- brak chęci do rozmowy, odmowa wysłuchania, arogancja,
- różne wartości i bariera językowa, różnice pokoleniowe i kulturowe.

Porozumieniu sprzyjają natomiast: otwartość obu stron, jasne i szczegółowe komunikaty, nieprzerywanie sobie, bezpieczna przestrzeń bez rozpraszaczy, dobry moment na rozmowę, przygotowanie się do niej i niewracanie do starych spraw.

Dobrym początkiem pracy w grupie jest kontrakt zespołowy, czyli wspólnie ustalone zasady, dzięki którym wszyscy czują się pewnie i bezpiecznie podczas rozmów i wymiany pomysłów.

Emocje w rozmowie

To nie sama sytuacja wywołuje w nas złość czy stres, ale nasza interpretacja tej sytuacji. Opisuje to schemat ABC:



To samo słowo każdy może rozumieć inaczej, odwołując się do różnych doświadczeń.

Negatywne słowa i atak uruchamiają w mózgu reakcję „walcz lub uciekaj". Bodziec trafia wtedy najpierw do ośrodków emocjonalnych (ciał migdałowatych), a dopiero potem do kory mózgowej, co blokuje logiczne myślenie rozmówcy. Gdy chcemy, żeby ktoś nas zrozumiał, warto unikać tonu, który go do tej reakcji pcha.

Język pozytywny i pytania otwarte

Mózg przetwarza komunikaty pozytywne szybciej niż negatywne i nie potrafi bezpośrednio przetworzyć słowa „nie". Słysząc „nie spóźnij się", najpierw wyobraża sobie spóźnienie, a dopiero potem szuka alternatywy. Dlatego lepiej mówić:

- „Pamiętaj" zamiast „Nie zapomnij",
- „Bądź punktualnie" zamiast „Nie spóźnij się".

Język pozytywny prowadzi odbiorcę do celu, zamiast mówić mu, czego ma nie robić. Buduje zaufanie i nastawienie na rozwój. Słowo „nie" wciąż jest jednak potrzebne – do wyznaczania granic i do natychmiastowego zatrzymania zachowań, które mogą komuś zaszkodzić.

Jeśli chcemy zachęcić kogoś do rozmowy, zadajemy pytania otwarte.

Aktywne słuchanie i empatia

Słyszenie to odbieranie dźwięków bez ich przetwarzania. Słuchanie to proces aktywny – skupiamy uwagę i chcemy zrozumieć rozmówcę.

Aktywne słuchanie wspierają:

- kontakt wzrokowy, otwarta postawa ciała i odpowiedni dystans,
- przytakiwanie i gesty, które podkreślają to, co mówimy,
- zadawanie pytań i odwoływanie się do tego, co usłyszeliśmy,
- parafrazowanie, czyli powtórzenie własnymi słowami, by upewnić się, że dobrze zrozumieliśmy.

Empatia to zdolność dostrzegania emocji, myśli i perspektywy drugiej osoby bez oceniania jej oraz dawanie przestrzeni na te emocje. Warto pamiętać, że empatia to nie to samo co dawanie rad – udzielając rady, bierzemy na siebie część odpowiedzialności za drugą osobę.

Trudne rozmowy i rozwiązywanie konfliktów

Każdy ma swoją perspektywę, a twoje fakty nie zawsze są faktami drugiej osoby. Zamiast założeń warto okazać ciekawość. Gdy wolontariusz/wolonatariuszka się spóźnia, łatwo uznać, że jest niepunktualny, a mogło mu się coś przydarzyć. Lepiej zapytać, co się stało, albo zaproponować pomoc.

Komunikat „Ja" pozwala przekazać trudną informację bez oskarżania rozmówcy i wywoływania u niego potrzeby obrony. Mówimy o sobie i swojej perspektywie, a nie oceniamy drugą osobę.

Rozwinięciem komunikatu „Ja" jest model FUKO:

1. **Fakty** – opisujemy obiektywne, sprawdzalne zachowanie, bez ocen i słów „zawsze" czy „nigdy".
2. **Uczucia** – nazywamy swoje emocje („czuję niepokój").
3. **Konsekwencje** – pokazujemy realne skutki sytuacji dla nas, zespołu lub wydarzenia.
4. **Oczekiwania** – formułujemy konkretną, realną prośbę na przyszłość („Potrzebuję, żebyś jutro był na miejscu o 8:00").

Konflikty eskalują przez tzw. toksyny komunikacyjne.
Każda ma swoje antidotum:

Toksyna	Jak się przejawia	Antidotum
Krytyka	Atakowanie cech charakteru zamiast konkretnego zachowania	Komunikat „Ja”, model FUKO
Pogarda	Sarkazm, przewracanie oczami, wyśmiewanie, wyższość	Kultura szacunku, docenianie intencji
Defensywność	Szukanie usprawiedliwień, przerzucanie winy	Przyjęcie odpowiedzialności za swoją część i wyciągnięcie wniosków
Wycofanie	Ignorowanie, milczenie, „ciche dni”	Nazwanie potrzeby przerwy: „Potrzebuję 15 minut, wróćmy do rozmowy o 14:30”

Liderskie Fair Play – zasady, które warto stosować w każdej trudnej rozmowie:

1. Zachowuj spokój i trzymaj emocje na wodzy.
2. Oddzielaj sytuację od człowieka.
3. Rozmawiaj z szacunkiem.
4. Stosuj komunikację pozytywną.
5. Opieraj się na faktach i mów o oczekiwaniach.

BLOK III

Organizacja wydarzeń, logistyka, zarządzanie ryzykiem



PROWADZĄCY

Patryk Krawczyk
Stowarzyszenie Centrum PISOP

O prowadzącym:

Organizator m.in. Kongresu Wielkopolskich NGO, Forum Odpowiedzialnej Zmiany oraz akcji Wspólnie POZmieniajmy. Twórca ogólnopolskiego festiwalu liderskiego dla młodych – młodo_sfera. Na co dzień wspiera organizacje pozarządowe w rozwoju, specjalizując się w współpracy z biznesem i fundraisingu. Manager portalu biznesspolecznie.pl oraz współtwórca Klubu Biznes Społecznie. Członek zarządu Fundacji NIWA oraz członek Centrum PISOP i Polskiego Stowarzyszenia Fundraisingu.

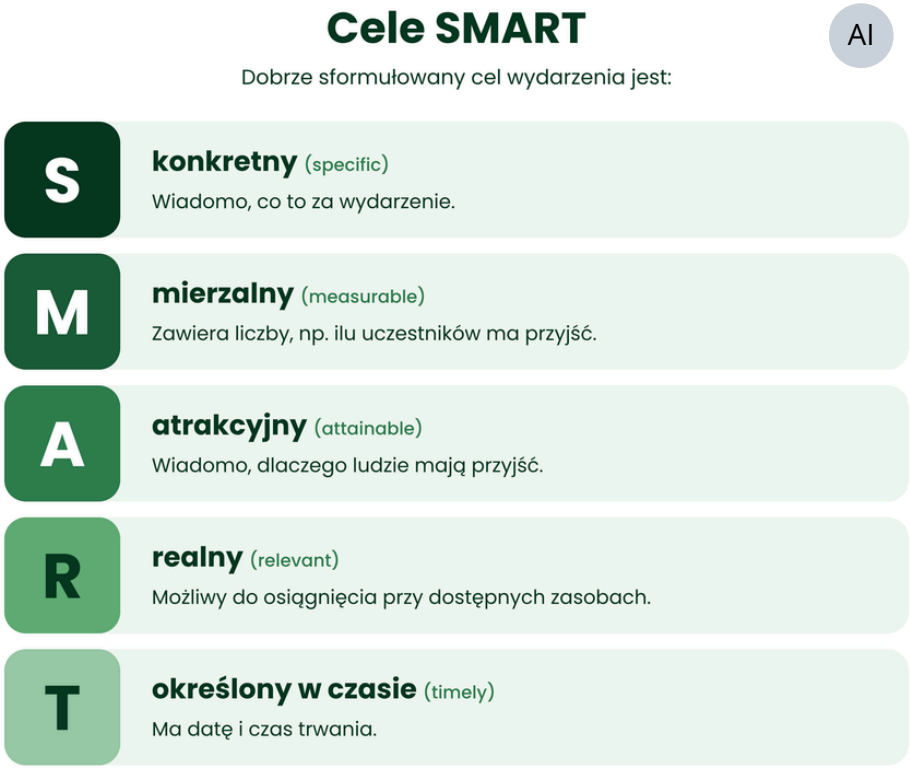
Rodzaje wydarzeń i wyznaczanie celów

Wydarzenia można podzielić na trzy główne grupy:

- **biznesowe i firmowe** – konferencje, targi, szkolenia, spotkania integracyjne i gale, które służą wymianie wiedzy i budowaniu relacji zawodowych,
- **kulturalne i rozrywkowe** – koncerty, festiwale, spektakle, wystawy i pokazy filmowe, które promują kulturę i dostarczają rozrywki,
- **sportowe** – mecze, turnieje, maratony i zawody, które promują aktywność fizyczną i zdrową rywalizację.

Niezależnie od rodzaju, ważne jest, jaki jest jego cel.

Od celu zależą decyzje o budżecie, partnerach i komunikacji. Cel wydarzenia warto sformułować według metody SMART.



Zanim zaczniemy planować, warto odpowiedzieć na kilka pytań: co to za wydarzenie, dla kogo jest, jaki jest jego cel misyjny, gdzie i kiedy się odbędzie, czym będzie się wyróżniać, po co ktoś ma przyjść i co zmieni się po wydarzeniu. Najważniejsze z nich to pytanie o cel i pytanie o to, po co uczestnik ma przyjść.

Planowanie wydarzenia krok po kroku

Pracę nad wydarzeniem można rozłożyć na kolejne etapy:

1. **Pomysł** – kto, co, jak i po co? Wypracujcie pomysł w grupie, poszukajcie dobrych praktyk i wybierzcie termin.
2. **Zespół** – z kim, kto za co odpowiada, do kiedy i jak się komunikujemy?
3. **Budżet** – skąd pieniądze, ile ich potrzeba i na co?
4. **Partnerzy** – kto może się zaangażować i w jaki sposób? Partnerzy to nie tylko sponsorzy.
5. **Promocja** – jak promujemy, jakimi kanałami i do kogo mówimy
6. **Logistyka** – co jest niezbędne, żeby wydarzenie się odbyło?
7. **Goście** – zaproszenia dla prelegentów, artystów i gości specjalnych.
8. **Rekrutacja** – uczestników i wolontariuszy.

Kolejność nie jest sztywna. Niektórzy zaczynają od promocji, inni od zaproszenia gości. Promocję warto jednak rozpocząć wcześnie. Nawet samo ogłoszenie daty na początku jest kluczowe.

Trzeba też pamiętać, że zawsze pojawi się coś, czego nie da się przewidzieć.

Pomocnym narzędziem jest mapa interesariuszy. Pozwala ustalić, kto skorzysta na wydarzeniu, kto może pomóc je zorganizować, a kto może być przeciw. Najbliżej środka mapy umieszczamy najważniejszych interesariuszy, dalej – pozostałych. Warto włączać lokalną społeczność już na etapie planowania.



KLUCZOWI INTERESARIUSZE

POMOCNI INTERESARIUSZE

Budżet, partnerzy i źródła finansowania

Planując budżet, rozdzielamy koszty na kilka grup.

Koszty stałe (nie zależą od liczby uczestników):

- wynajem przestrzeni (jeśli nie jest bezpłatna),
- ubezpieczenie OC wydarzenia,
- opłaty formalne: zgłoszenia, zezwolenia, ZAiKS przy muzyce,
- nagłośnienie, scena, oświetlenie,
- promocja: druk plakatów i ulotek, reklama w mediach społecznościowych, projekt materiałów,
- honoraria prowadzących, artystów i prelegentów,
- transport i dostawa sprzętu,
- toalety przenośne (przy wydarzeniach plenerowych),
- wynajem namiotów, stołów i krzeseł.

Koszty osobowe:

- wynagrodzenia zespołu organizacyjnego (jeśli nie jest to praca wolontariacka),
- wyżywienie i transport wolontariuszy,
- rekrutacja i szkolenie wolontariuszy (materiały, spotkanie przygotowawcze).

Pieniądze na działania można pozyskać z wielu źródeł:

Źródło	Przykłady
Środki publiczne	Budżet obywatelski, konkursy ofert urzędu miasta lub gminy (tzw. małe granty), fundusz sołecki lub rady osiedli, programy ministerialne (np. NOWEFIO, PROO)
Sponsoring lokalny	Wsparcie finansowe lokalnych firm, współpraca przy organizacji (piekarnia daje pieczywo, drukarnia drukuje plakaty), wymiana barterowa
Zasoby niefinansowe	Użyczenie sprzętu (nagłośnienie z domu kultury, namioty od OSP), wolontariat rzeczowy (występ artysty, konferansjer), bezpłatna przestrzeń publiczna
Crowdfunding i zbiórki	Platformy zbiórkowe przy wydarzeniach z jasną, emocjonalną historią; zbiórka publiczna
Odpłatne wydarzenia	Bilet, „płać, ile chcesz”, wpisowe symboliczne (zmniejsza liczbę osób, które się zapiszą i nie przyjdą), bilety wczesne i późne, bilety rodzinne
Sprzedaż na miejscu	Gastronomia, gadżety wydarzenia, kiermasz (opłaty za stoiska), licytacje, płatne warsztaty

Współpraca z lokalnymi firmami często okazuje się skuteczniejsza niż szukanie jednego dużego sponsora. Partnerów najlepiej szukać wśród firm z pokrewnej branży. Coraz więcej firm ma też osobne działy CSR, czyli społecznej odpowiedzialności biznesu, które mogą być pomocne przy szukaniu sponsora na wydarzenie.

Promocja i efekt WOW

Promocję zaczynamy od pytania „kto ma przyjść?", a nie „gdzie opublikować?". Do różnych grup docieramy innymi kanałami:

- **seniorzy** – plakaty w realnym świecie (klatki schodowe, sklepy, przychodnie, parafie), ogłoszenia w lokalnej gazecie,
- **rodziny z dziećmi** – grupy dla rodziców na Facebooku, przedszkola, szkoły, place zabaw,
- **młodzież** – Instagram, TikTok, szkoły, domy kultury,
- **całe osiedle** – tablice ogłoszeń, spółdzielnie mieszkaniowe, słupy ogłoszeniowe.

Wydarzenie zapada w pamięć dzięki efektowi WOW, czyli czemuś, co zaskoczy uczestników.

Można go zbudować na kilka sposobów:

1. zaskoczenie formą – np. odwrócenie ról: na konferencji mówią mieszkańcy, a eksperci odpowiadają na ich pytania,
2. angażowanie zmysłów,
3. personalizacja – motyw przewodni, spersonalizowane gadżety,
4. element zaskoczenia,
5. sposób opowiedzenia historii wydarzenia,
6. treści tworzone przez społeczność (community-made),
7. tradycje,
8. mikrorytuały.

Role i podział zadań w zespole wydarzenia

Podstawowe role przy wydarzeniu społecznym to:

- koordynator – podejmuje decyzje, spina całość i jest jedynym punktem kontaktowym w sytuacji kryzysowej,
- logistyka – sprzęt, przestrzeń, transport, montaż i demontaż,
- promocja i komunikacja – media społecznościowe, plakaty, kontakt z mediami,
- koordynator wolontariuszy – rekrutacja, briefing i opieka nad zespołem w dniu wydarzenia,
- finanse – budżet, rozliczenia, kontakt z grantodawcą,
- obsługa uczestników – rejestracja, informacja, obsługa na miejscu,
- gastronomia – jeśli dotyczy.

Przy każdym zadaniu warto określić role według zasady RACI:

- **R** (responsible) – kto wykonuje zadanie,
- **A** (accountable) – kto odpowiada za efekt (może to być ta sama osoba co R),
- **C** (consulted) – kogo trzeba zapytać lub skonsultować,
- **I** (informed) – kogo trzeba poinformować o wyniku.

Rozdzielając zadania, bierzemy pod uwagę trzy rzeczy:

1. kompetencje (kto ma doświadczenie, np. osoba znająca media społecznościowe zajmie się promocją),
2. dyspozycyjność (kto może być obecny cały dzień, a kto tylko przez chwilę)
3. energię w kryzysie (jedni dobrze radzą sobie pod presją i sprawdzą się przy „gaszeniu pożarów" w dniu wydarzenia, inni lepiej w spokojnym planowaniu).

Nie przeciążaj chętnych. Często 2–3 najbardziej zaangażowane osoby biorą na siebie 80% pracy. Trzeba to świadomie równoważyć.

Zarządzanie ryzykiem

Przy każdym wydarzeniu coś może pójść nie tak. Część zagrożeń pomaga wychwycić mapa interesariuszy – pytanie „kto może być przeciw?".

W dniu wydarzenia kluczowy jest jasno wskazany koordynator, który jest jedynym punktem kontaktowym w kryzysie.

Fundacja EVsport

Codzienna praca lidera/liderki wolontariuszy



Codzienna praca lidera wolontariuszy

Lider/liderka wolontariuszy w Fundacji EVsport odpowiada za grupę wolontariuszy na wydarzeniu – od chwili, gdy grupy są kompletowane, aż do podziękowania po zakończeniu. W tej części wiedza z trzech bloków spotyka się z praktyką.

Przy dużym wydarzeniu praca jest podzielona na kilka poziomów:

- **koordynator wydarzenia** (i jego zastępca) – odpowiada za cały wolontariat na wydarzeniu i podejmuje decyzje w sytuacjach awaryjnych,
- **koordynator punktu lub strefy** – odpowiada za jedno miejsce, np. punkt z wodą na trasie, i pisze końcowy raport z tego miejsca,
- **lider/liderka grupy** – prowadzi zespół wolontariuszy na swoim punkcie,
- wolontariusze

Przed dużym wydarzeniem liderzy biorą udział w odprawie z organizatorem. Poznają na niej koordynatorów ze strony organizatora i dowiadują się, z kim kontaktować się w sytuacji awaryjnej. Omawiane są też dokładne lokalizacje punktów i ich infrastruktura, sprzęt, który trafi na punkt, sposób przygotowania produktów oraz zamknięcia dróg i zmiany w komunikacji miejskiej. Odprawa to także dobry moment, by zgłosić zauważone błędy i pomysły na usprawnienia.

Wolontariusze i ich rodzice kontaktują się z fundacją przez ogólny numer i adres e-mail fundacji.

Przed wydarzeniem: potwierdzanie wolontariuszy

Potwierdzanie obecności wolontariuszy to pierwsze zadanie lidera/liderki. Dzięki niemu lider/liderka wie, na kogo może liczyć, a wolontariusze – kto będzie się z nimi kontaktował i prowadził ich podczas wydarzenia.

Przykładowa kolejność działania w Fundacji EVsport:

1. **Sprawdzenie listy grupy w systemie fundacji** – dane kontaktowe, dni wolontariatu i status dokumentów każdej osoby (oświadczenie wolontariusza/wolonatriuszki, zgoda rodzica w przypadku osób niepełnoletnich).
2. **Wysłanie SMS-a z prośbą o potwierdzenie udziału –** przedstawienie się, informacja o pełnieniu funkcji lidera/liderki podczas wydarzenia i prośba o odpowiedź.
3. **Przekazanie linku do grupy na komunikatorze po potwierdzeniu udziału** – oficjalny kanał komunikacji i przekazywania najważniejszych informacji. Wyłącznie linki w oficjalnej domenie fundacji, zgodnie z zasadami bezpieczeństwa określonymi w regulaminie.
4. **Weryfikacja osób proszących o dołączenie do grupy –**porównanie numeru telefonu z danymi w systemie. W przypadku niezgodności numerów lub wątpliwości – kontakt z koordynatorem wydarzenia.
5. **Zatwierdzenie obecności wolontariusza/wolontariuszki w systemie** – warunek oficjalnego dołączenia do grupy.
6. **Odnotowanie rezygnacji w systemie** (gdy taka wystąpi) – aktualizacja składu grupy i umożliwienie koordynatorowi uzupełnienia braków.

Przed wydarzeniem: komunikacja z grupą

Gdy grupa jest kompletna, lider prowadzi z nią komunikację aż do dnia wydarzenia.

Przykładowa kolejność działania w Fundacji EVsport:

1. Powitanie – krótka informacja i zapowiedź przekazania szczegółowych informacji.

2. Przypomnienie o dokumentach – oznaczenie osób, które nie wgrały jeszcze oświadczenia wolontariusza/wolontariuszki i/lub zgody rodzica.

3. Przekazanie szczegółów wydarzenia – godzina i miejsce zbiórki (najlepiej z pinezką na mapie), wymagane dokumenty, informacje o pakiecie wolontariusza/wolontariuszki i posiłkach.

4. Przypomnienie dzień przed wydarzeniem – godzina i miejsce zbiórki, wymagane dokumenty, weryfikacja dojazdu i ewentualnych zamknięć dróg, sprawdzenie prognozy pogody i dopasowanie ubioru, przygotowanie koszulki oraz identyfikatora wolontariusza/wolontariuszki. Przypomnienie o kodzie QR otrzymanym e-mailem, służącym do rejestracji godzin wolontariatu uwzględnianych później na certyfikacie.

5. Podziękowanie - po zakończeniu wydarzenia za super wykonaną pracę.

Dzień przed wydarzeniem lider/liderka sprawdza też, czy ma dostęp do systemu rejestracji obecności, i przygotowuje rzeczy na wydarzenie:

- naładowany telefon – do kontaktu z innymi liderami, zdjęć i filmów do raportu, skanowania kodów QR wolontariuszy,
- plakietkę imienną i koszulkę fundacji – żeby wolontariusze łatwo go rozpoznali,
- teczkę na dokumenty zebrane od wolontariuszy.

W dniu wydarzenia

Niezależnie od tego, czy grupa pakuje pakiety startowe, obsługuje biuro zawodów czy punkt na trasie, praca lidera/liderki ma podobny przebieg.

Przykładowa kolejność działania w Fundacji EVsport:

1. **Przybycie przed grupą -** ustalenie szczegółów z koordynatorem, przygotowanie miejsca pracy i pakietów dla wolontariuszy.
2. **Powitanie grupy na zbiórce** - skanowanie kodów QR (rejestracja rozpoczęcia pracy) i zebranie dokumentów.
3. **Przejście z grupą na stanowisko** - pokazanie strefy wolontariusza. Wspólne miejsce na prywatne rzeczy i jasna informacja, że wolontariusze zostawiają je na własną odpowiedzialność.
4. **Briefing** - omówienie zadań i zasad pracy, np. podawanie jedzenia i napojów wyłącznie w rękawiczkach. Od razu informacja o przerwach na jedzenie i picie, bo to jedno z najczęstszych pytań.
5. **Koordynacja pracy** - pilnowanie przerw i reagowanie na problemy. Płynna rotacja przy zmianach: skanowanie kodów osób kończących i zaczynających pracę oraz zebranie dokumentów od nowej zmiany, bez przerywania pracy stanowiska.

W dniu wydarzenia

6. Kontakt z innymi liderami - przekazywanie najważniejszych informacji na wspólnej grupie liderów, np. o pierwszym i ostatnim uczestniku mijającym punkt. Dzięki temu liderzy na kolejnych punktach mogą się wcześniej przygotować.

7. Dokumentacja - notowanie godziny dostawy sprzętu, przeliczenie dostarczonych rzeczy i porównanie z listą. Zdjęcia przygotowanego stanowiska i wolontariuszy przy pracy, potrzebne do raportu i mediów społecznościowych fundacji.

8. Zakończenie pracy z grupą - sprzątanie miejsca pracy i pakowanie sprzętu, skanowanie kodów QR (rejestracja zakończenia pracy) i podziękowanie wolontariuszom.

Jest to schematyczny przykład pracy na wybranym wydarzeniu. Poszczególne zadania lidera/liderki w dniu wydarzenia mogą różnić się w zależności od charakteru i wielkości wydarzenia, przy którym pomagamy.

PRAKTYCZNY PRZYKŁAD POSTĘPOWANIA NA PUNKCIE Z WODĄ:

Punkt z wodą na trasie biegu. Po przyjeździe ciężarówki z wyposażeniem wolontariusze wypakowują sprzęt w jedno miejsce, a lider/liderka przelicza go z listą. Liczbę stołów, odstępy między nimi i podział na produkty warto wcześniej ustalić z pozostałymi liderami na punkcie. Przed stołami stawiamy oznaczenia produktów, a na początku i końcu punktu flagi fundacji. Gdy punkt jest gotowy, lider/liderka robi zdjęcia i prowadzi briefing. Po przejściu ostatniego biegacza i pojazdu zamykającego bieg grupa sprząta: wyrzuca resztki, myje i składa stoły oraz odkłada sprzęt i nienaruszone produkty na paletę.

Po wydarzeniu

Praca lidera/liderki nie kończy się wraz z wydarzeniem.

- Podziękowanie wolontariuszom na miejscu i w wiadomości na grupie. Docenienie jako moment, w którym każdy czuje, że jego praca miała znaczenie.
- Przekazanie najważniejszych informacji: kiedy i jak wolontariusze otrzymają certyfikat oraz zapowiedź ankiety oceniającej organizację wolontariatu.
- Zaproszenie na kolejne wydarzenia.
- Oddanie dokumentów wolontariuszy w wyznaczonym miejscu / do wyznaczonej osoby.
- Przesłanie zdjęć i filmów do wspólnego folderu fundacji.
- Przekazanie uwag koordynatorowi punktu, który przygotowuje raport końcowy.
- Udział we wspólnym podsumowaniu: omówienie przez cały zespół fundacji tego, co się udało, jakie były problemy i co można poprawić następnym razem.

Zakończenie

W Fundacji EVsport nie chodzi nam tylko o to, żeby wydarzenie się odbyło. Chcemy, żeby wolontariat stał na wysokim poziomie. Był dobrym doświadczeniem zarówno dla wolontariuszy, którzy poświęcają nam swój czas, jak i dla organizatorów, powierzającym nam swoje wydarzenia. Najlepszym dowodem, że to się udaje, jest to, że po pierwszym wspólnym wydarzeniu jedni i drudzy chętnie do nas wracają.

Dlatego tak dużo uwagi poświęcamy liderom i liderkom. To oni są pierwszą osobą, którą wolontariusz spotyka na zbiórce, i to od nich zależy, czy wyjdzie z wydarzenia z poczuciem, że jego praca miała znaczenie. Dbamy o jasną komunikację przed wydarzeniem, wsparcie w jego trakcie i podziękowanie po nim. Korzystamy z własnego systemu zapisów, który pozwala dopasować zadania do możliwości każdej osoby. Po każdym wydarzeniu siadamy całym zespołem i rozmawiamy o tym, co możemy zrobić lepiej.

Akademia Lidera powstała właśnie po to, żeby przygotować nowe osoby do prowadzenia zespołów wolontariuszy. Ten poradnik zbiera to, czego nauczyliśmy się podczas projektu - zarówno na szkoleniach, jak i przy prawdziwych wydarzeniach.

Akademia Lidera

Uczestnicy przeszli drogę od trzech bloków szkoleniowych – przywództwa, komunikacji i organizacji wydarzeń – przez pracę w małych grupach przy mniejszych wydarzeniach, aż po współprowadzenie wolontariuszy podczas 25. Poznań Maratonu.

Przykładowe wypowiedzi uczestników po zakończeniu projektu:

„Realnie nauczyłem się podczas tego spotkania rzeczy, o których nie miałem nawet pojęcia, że istnieją."

„Ludzie. Ludzie, ludzie, jeszcze raz ludzie. [...] do projektu podchodziłem bardzo sceptycznie, a jak już się rozpoczął, to zrozumiałem, że dotknąłem ciekawego przedsięwzięcia i okazji na poznanie ludzi, którzy tak jak ja chcą mieć wpływ na kształtowanie społeczeństwa obywatelskiego i przyszłości wolontariatu."

„Było dużo wiedzy, która nie jest powszechna, przydatne konkretne wskazówki. Wymyśliliśmy pomysł na event i na nim pracowaliśmy przez całe spotkanie w formie warsztatowej."

„Wiedziałem co mam robić, czułem, że mam wsparcie, a po wydarzeniu otrzymałem szczegółowy feedback dot. mojej pracy."

WIĘCEJ INFORMACJI O PROJEKCIE ZNAJDZIESZ NA:

https://evsport.pl/akademia-lidera/

Z PASJI

DO LUDZI. Z ENERGIĄ

DO DZIAŁANIA.

