

STRATEGIA ROZWOJU

STOWARZYSZENIA MŁODY DOLNY ŚLĄSK

Wrocław 2023



SPIS TREŚCI

WSTĘP

1. Zrozumienie misji i wizji	4
Historia i dotychczasowa działalność Stowarzyszenia Młody Dolny Śląsk.....	4
Misja:	5
Wizja	5
2. Analiza SWOT dla Stowarzyszenia Młody Dolny Śląsk	6
Mocne strony (strengths).....	6
Słabe strony (weaknesses).....	6
Możliwości (opportunities)	7
Zagrożenia (threats)	7
3. Określenie celów strategicznych (cele SMART)	8
4. Plan działania.....	10
5. Budżetowanie i zasoby.....	12
Zasoby finansowe	12
Zasoby ludzkie.....	12
Zasoby materialne.....	13
6. Angażowanie interesariuszy	14
Zidentyfikowanie kluczowych interesariuszy	14
Strategie angażowania.....	14
Monitoring i odpowiedź.....	15
7. Monitoring i ewaluacja.....	16
Ustanowienie systemu monitorowania.....	16
Proces ewaluacji	16
Dokumentacja i transparentność.....	17
8. Komunikacja.....	18
Strategia komunikacji wewnętrznej	18
Strategia komunikacji zewnętrznej	18
Monitoring i feedback	19
9. Elastyczność i adaptacja.....	20
Budowanie elastyczności organizacyjnej	20
Dostosowywanie strategii.....	20
Rozwój umiejętności i wiedzy.....	20
Komunikacja o zmianach	21
ZAKOŃCZENIE	22

WSTĘP

Szanowni Członkowie, Partnerzy, i Wszyscy Zainteresowani,

z radością prezentujemy Państwu opracowaną Strategię Rozwoju Stowarzyszenia Młody Dolny Śląsk na najbliższe pięć lat. Dokument ten jest owocem wszechstronnej analizy, głębokiej refleksji nad naszą dotychczasową działalnością oraz aspiracjami na przyszłość. Jako organizacja, która od swojego powstania w 2014 roku nieustannie dąży do kształtowania świadomych i zaangażowanych liderów społeczności lokalnych, stawiamy sobie za cel dalsze wzmacnianie naszego wpływu na edukację, kulturę polityczną i rozwój społeczno-polityczny na Dolnym Śląsku.

Niniejsza strategia jest świadectwem naszej determinacji do ciągłego rozwoju i adaptacji w dynamicznie zmieniającym się świecie. Została ona zaprojektowana tak, aby odzwierciedlać naszą głęboką misję i wizję, będąc jednocześnie elastyczną, aby móc skutecznie reagować na nowe wyzwania i możliwości, które niewątpliwie pojawią się w przyszłości.

W dokumencie tym szczegółowo określiliśmy nasze cele strategiczne, które są nie tylko ambitne, ale przede wszystkim realistyczne i wykonawcze. Zajmujemy się tu szerokim spektrum działań, od rozwoju organizacyjnego, przez wzmacnianie wpływu na lokalne prawodawstwo, po rozbudowę obecności cyfrowej i edukacyjnej. Kluczowe jest dla nas również wzmocnienie wewnętrznej kohezji i rozwoju naszych członków, jak i rozwijanie partnerstw publiczno-przedsiębiorczych.

Przedstawiamy także konkretne plany działań, wraz z określeniem odpowiedzialnych za ich realizację, niezbędnych zasobów i harmonogramów. Zdajemy sobie sprawę, że efektywna realizacja tych planów będzie wymagała stałego zaangażowania, monitoringu oraz ewaluacji, dlatego też kładziemy duży nacisk na te aspekty w naszej strategii.

Na zakończenie, pragniemy podkreślić, że sukces tej strategii zależy od współpracy, zaangażowania i wsparcia wszystkich naszych członków, partnerów i współpracowników. Jesteśmy przekonani, że dzięki wspólnym wysiłkom uda nam się osiągnąć wyznaczone cele i kontynuować naszą misję tworzenia młodych liderów, którzy będą mieli realny wpływ na rozwój naszego regionu.

Z wyrazami szacunku,
Zarząd Stowarzyszenia Młody Dolny Śląsk

1. ZROZUMIENIE MISJI I WIZJI

HISTORIA I DOTYCHCZASOWA DZIAŁALNOŚĆ STOWARZYSZENIA MŁODY DOLNY ŚLĄSK

Stowarzyszenie Młody Dolny Śląsk, założone 27 marca 2014 roku przez ambitną grupę studentów, od początku stanowiło kuźnię talentów i pluralistyczną platformę dla młodzieży akademickiej. Nasza organizacja, skupiająca studentów i absolwentów, jest znaczącym graczem w edukacji oraz w analizie i reagowaniu na zjawiska społeczno-polityczne. Naszym celem jest kształtowanie przyszłych liderów i podnoszenie poziomu kultury politycznej wśród młodego pokolenia, poprzez praktyczne uczenie umiejętności, zdobywanie doświadczenia i wiedzy.

Przez prawie 7 lat intensywnej działalności, zrealizowaliśmy około 100 inicjatyw, z których wyróżnić należy projekty takie jak debaty na uczelniach („Wrocław 2.0”, „SmartCity”, „Mono czy wielokulturowy Wrocław?”), inicjatywy edukacyjne („Odłącz się”, „Pan z Wrocławia? Bo ja też ze Lwowa”, „Ludzie Wrocławia”) oraz szereg projektów skupiających się na zdrowym trybie życia, relacjach z mediami, i historii Polski. Organizowane przez nas szkolenia, takie jak „Akademia Nowego Marketingu”, „Występ”, czy „Media Relations”, przyczyniły się do rozwoju kompetencji młodych ludzi.

Nasze działania osiągają zasięg lokalny i regionalny, skupiając się na trzech głównych grupach docelowych: uczniach szkół podstawowych i średnich, studentach oraz absolwentach uczelni. W 2021 roku zorganizowaliśmy 10 projektów i około 30 spotkań z przedstawicielami świata biznesu, mediów, nauki i polityki, co świadczy o naszym dynamicznym rozwoju i zdolności adaptacyjnej do bieżących potrzeb społeczności.

Osiągnięcia te są wynikiem ciężkiej pracy naszego zespołu, który obecnie liczy 22 osoby. Organizacja nie tylko rozwija się wewnętrznie, ale również buduje silne relacje zewnętrzne, co potwierdzają liczne wzmianki medialne i współpraca z instytucjami takimi jak Urząd Marszałkowski Województwa Dolnośląskiego czy Dolnośląski Urząd Wojewódzki we Wrocławiu. Nasze partnerstwa z sektorem publicznym i prywatnym, jak również obecność w mediach na Dolnym Śląsku, dowodzą naszej aktywnej roli w kształtowaniu środowiska młodych liderów.

Historia Stowarzyszenia Młody Dolny Śląsk to opowieść o ciągłym rozwoju, adaptacji do zmieniających się warunków i nieustającym dążeniu do realizacji naszej misji – kształcenia przyszłych liderów i podnoszenia poziomu kultury politycznej wśród młodego pokolenia.

MISJA:

Misja Stowarzyszenia Młody Dolny Śląsk koncentruje się na **tworzeniu młodych liderów społeczności lokalnych**. Jest to fundamentalna idea, która kieruje działaniami organizacji. Misja ta odpowiada na potrzebę kształtowania młodych, świadomych obywateli, którzy będą aktywnie uczestniczyć w życiu społecznym i politycznym regionu. Przez promowanie wartości takich jak rozwój osobisty, troska o członków i społeczeństwo, patriotyzm, wiedza, doświadczenie, przyjaźń, profesjonalizm, niezależność, i pomocniczość, Stowarzyszenie dąży do wykształcenia nowego pokolenia liderów, którzy będą mieli realny wpływ na swoje środowisko.

WIZJA:

Wizja Stowarzyszenia Młody Dolny Śląsk na najbliższe 5 lat skupia się na **staniu się największą młodzieżową organizacją na Dolnym Śląsku**. Ambicja ta obejmuje zarówno wzrost liczby członków, jak i zwiększenie ich widoczności w przestrzeni publicznej oraz wpływu na lokalne prawodawstwo. Wizja ta zakłada, że członkowie organizacji będą aktywnie uczestniczyć w życiu społecznym, politycznym i kulturalnym regionu, wywierając pozytywny wpływ na rozwój społeczności lokalnych. W ciągu najbliższych 5 lat, Stowarzyszenie dąży do rozszerzenia swojej działalności, zwiększenia skuteczności realizowanych projektów i szerszego zaangażowania w procesy decyzyjne na poziomie lokalnym.

Ta misja i wizja będą stanowić fundament, na którym oparte będą wszystkie strategiczne działania Stowarzyszenia w najbliższych latach. Jest to klucz do zapewnienia spójności i efektywności w realizacji długoterminowych celów.

2. ANALIZA SWOT DLA STOWARZYSZENIA MŁODY DOLNY ŚLĄSK

Mocne Strony (Strengths)

1. **Zaangażowanie i Kompetencje Członków:** Silna baza młodych, wykształconych i zaangażowanych członków, którzy są motorem napędowym organizacji.
2. **Sieć Kontaktów i Partnerstw:** Dobre relacje z lokalnymi mediami, samorządami oraz instytucjami edukacyjnymi, co umożliwia skuteczną realizację projektów.
3. **Doświadczenie w Realizacji Projektów:** Udane projekty edukacyjne i debaty, które przyczyniły się do zwiększenia świadomości społecznej i obywatelskiej.
4. **Widoczność i Zasięg Mediów Społecznościowych:** Aktywność i popularność na platformach takich jak Facebook, co zwiększa zasięg i rozpoznawalność organizacji.
5. **Wsparcie Byłych Członków:** Zaplecze merytoryczne i wsparcie od byłych członków, co świadczy o trwałości i ciągłości misji organizacji.
6. **Różnorodność Działań:** Szeroki zakres działań od edukacyjnych po kulturowe, co pozwala dotrzeć do różnych grup społecznych.
7. **Kreatywność i Innowacyjność w Projektach:** Oryginalne i skuteczne podejście do realizacji projektów, jak pokazują kampanie „Odłącz się” czy „Ludzie Wrocławia”.

Słabe Strony (Weaknesses)

1. **Ograniczone Zasoby Finansowe:** Zależność od dotacji zewnętrznych i brak stałego źródła finansowania może ograniczać skalę i zakres działalności.
2. **Ograniczona Liczba Członków:** Obecna liczba członków może nie być wystarczająca do realizacji bardziej ambitnych projektów.
3. **Brak Formalnych Procedur Ewaluacyjnych:** Brak systematycznych metod oceny skuteczności działań i projektów.
4. **Zależność od Wolontariatu:** Duże uzależnienie od pracy wolontariuszy, co może wpływać na ciągłość i jakość realizowanych działań.
5. **Ograniczona Rozpoznawalność poza Regionem:** Mniejsza widoczność i rozpoznawalność organizacji poza Dolnym Śląskiem.

Możliwości (Opportunities)

1. **Rozwój Partnerstw Publiczno-Przedsiębiorczych:** Możliwości nawiązania współpracy z sektorem prywatnym i publicznym w celu zwiększenia zasobów.
2. **Wykorzystanie Nowych Technologii i Mediów Cyfrowych:** Rozwój platformy online i e-learningu do zwiększenia zasięgu edukacyjnego i rekrutacyjnego.
3. **Rozbudowa Sieci Alumni:** Utworzenie silnej sieci byłych członków, którzy mogą wspierać organizację merytorycznie, finansowo i sieciowo.
4. **Wzrost Zainteresowania Społecznego i Obywatelskiego:** Rosnące zapotrzebowanie na edukację obywatelską i społeczną, zwłaszcza wśród młodzieży.
5. **Międzynarodowe Projekty i Wymiana:** Możliwości uczestnictwa w projektach międzynarodowych i wymiany doświadczeń z organizacjami z innych krajów.

Zagrożenia (Threats)

1. **Zmiany Polityczne i Gospodarcze:** Zmiany na scenie politycznej i gospodarczej mogą wpłynąć na dostępność finansowania i wsparcia.
2. **Konkurencja ze Strony Innych NGO:** Rosnąca liczba organizacji o podobnych celach może wpłynąć na pozyskiwanie członków i zasobów.
3. **Zmieniające się Trendy w Wolontariacie:** Zmiany w trendach społecznych i kulturowych mogą wpłynąć na dostępność i zaangażowanie wolontariuszy.
4. **Ograniczenia Wpływu na Politykę Lokalną:** Możliwe bariery w wpływaniu na decyzje polityczne, szczególnie w szerszym kontekście regionalnym i narodowym.
5. **Wyzwania Związane z Digitalizacją:** Potrzeba ciągłego dostosowywania do szybko zmieniającego się środowiska cyfrowego i mediów społecznościowych.

Analiza SWOT stanowi podstawę do zrozumienia aktualnej pozycji Stowarzyszenia oraz do identyfikacji kluczowych obszarów, na których powinna skupić się strategia rozwoju. Zarówno mocne strony, jak i słabości organizacji wskazują na potencjalne kierunki działań, podczas gdy możliwości i zagrożenia rysują kontekst zewnętrzny, w którym te działania będą się odbywać

3. OKREŚLENIE CELÓW STRATEGICZNYCH (CELE SMART)

Cel 1: Rozwój Organizacji i Wzrost Liczby Członków

- **S:** Zwiększenie liczby aktywnych członków do 30 osób.
- **M:** Monitoring liczby członków za pomocą systemu członkostwa.
- **A:** Rekrutacja poprzez kampanie w mediach społecznościowych, uczelniach i poprzez wydarzenia.
- **R:** Zgodne z misją wzmacniania młodych liderów i potrzebą rozbudowy organizacji.
- **T:** Osiągnięcie celu do końca 2025 roku.

Cel 2: Wpływ na Lokalne Prawodawstwo

- **S:** Zainicjowanie co najmniej jednej własnej inicjatywy uchwałowej do sejmiku wojewódzkiego rocznie.
- **M:** Liczba złożonych i rozpatrzonych inicjatyw.
- **A:** Wykorzystanie sieci kontaktów i wiedzy merytorycznej członków.
- **R:** Wspiera wizję wpływu na społeczność lokalną i prawodawstwo.
- **T:** Pierwsza inicjatywa złożona do końca 2026 roku.

Cel 3: Rozbudowa Obecności Cyfrowej i Edukacyjnej

- **S:** Rozwój platformy e-learningowej i zwiększenie aktywności w mediach społecznościowych.
- **M:** Liczba użytkowników platformy i zaangażowanie w mediach społecznościowych.
- **A:** Wykorzystanie obecnych zasobów cyfrowych i kompetencji członków.
- **R:** Wspiera misję edukacyjną i rozwojową organizacji.
- **T:** Uruchomienie platformy do końca 2024 roku, regularne aktualizacje treści.

Cel 4: Wzmocnienie Wewnętrznej Kohezji i Rozwoju Członków

- **S:** Organizacja co najmniej dwóch wydarzeń integracyjnych i szkoleniowych rocznie dla członków.

- **M:** Liczba i rodzaj zorganizowanych wydarzeń oraz uczestnictwo członków.
- **A:** Wykorzystanie istniejących zasobów organizacyjnych i sieci mentorów.
- **R:** Promuje przyjaźń, profesjonalizm i rozwój osobisty członków.
- **T:** Pierwsze wydarzenie zorganizowane do połowy 2023 roku.

Cel 5: Rozwój Partnerstw Publiczno-Przedsiębiorczych

- **S:** Nawiązanie co najmniej trzech nowych partnerstw z sektorem prywatnym i publicznym rocznie.
- **M:** Liczba nowych partnerstw i wspólnie zrealizowanych projektów.
- **A:** Aktywne poszukiwanie nowych partnerów i negocjacje.
- **R:** Zwiększa możliwości finansowe i merytoryczne organizacji.
- **T:** Pierwsze nowe partnerstwo nawiązane do końca 2023 roku.

Te cele strategiczne są zgodne z misją i wizją Stowarzyszenia Młody Dolny Śląsk, odzwierciedlając zarówno wewnętrzne mocne strony, jak i zewnętrzne możliwości. Są one również dostosowane do rozpoznanych słabości i potencjalnych zagrożeń, co pozwala na bardziej zrównoważony i realistyczny plan rozwoju.

4. PLAN DZIAŁANIA

Cel 1: Rozwój Organizacji i Wzrost Liczby Członków

- **Zadanie 1.1:** Opracowanie i wdrożenie kampanii rekrutacyjnej w mediach społecznościowych.
 - **Odpowiedzialny:** Zespół ds. Mediów Społecznościowych.
 - **Termin:** Start kampanii -Styczeń 2024.
- **Zadanie 1.2:** Organizacja spotkań informacyjnych na lokalnych uczelniach.
 - **Odpowiedzialny:** Zespół ds. Współpracy z Uczelniami.
 - **Termin:** Pierwsze spotkania - maj 2024.
- **Zadanie 1.3:** Tworzenie materiałów promocyjnych (ulotki, plakaty).
 - **Odpowiedzialny:** Zespół ds. Promocji.
 - **Termin:** Materiały gotowe - marzec 2024.

Cel 2: Wpływ na Lokalne Prawodawstwo

- **Zadanie 2.1:** Formułowanie inicjatyw uchwałowych.
 - **Odpowiedzialny:** Zespół Prawny i ds. Polityki.
 - **Termin:** Pierwsza inicjatywa - listopad 2026.
- **Zadanie 2.2:** Nawiązywanie i utrzymywanie kontaktów z lokalnymi politykami.
 - **Odpowiedzialny:** Prezes i Zarząd.
 - **Termin:** Cyklicznie, pierwsze spotkania - czerwiec 2024.

Cel 3: Rozbudowa Obecności Cyfrowej i Edukacyjnej

- **Zadanie 3.1:** Opracowanie platformy e-learningowej.
 - **Odpowiedzialny:** Zespół IT i Edukacyjny.
 - **Termin:** Start platformy - styczeń 2025.
- **Zadanie 3.2:** Regularne tworzenie i publikacja treści edukacyjnych.

- **Odpowiedzialny:** Zespół ds. marketingu.
- **Termin:** Start publikacji - luty 2024.

Cel 4: Wzmocnienie Wewnętrznej Kohezji i Rozwoju Członków

- **Zadanie 4.1:** Organizacja wydarzeń integracyjnych i szkoleniowych.
 - **Odpowiedzialny:** Zespół ds. Wydarzeń.
 - **Termin:** Pierwsze wydarzenie - kwiecień 2023.
- **Zadanie 4.2:** Rozwój programu mentoringowego.
 - **Odpowiedzialny:** Zespół ds. Rozwoju Członków.
 - **Termin:** Wprowadzenie programu - wrzesień 2024.

Cel 5: Rozwój Partnerstw Publiczno-Przedsiębiorczych

- **Zadanie 5.1:** Identyfikacja i nawiązywanie nowych partnerstw.
 - **Odpowiedzialny:** Zespół ds. Rozwoju i Partnerstw.
 - **Termin:** Pierwsze nowe partnerstwo - grudzień 2024.
- **Zadanie 5.2:** Utrzymywanie i rozwijanie istniejących partnerstw.
 - **Odpowiedzialny:** Zarząd.
 - **Termin:** Ongoing, z przeglądem co kwartał.

Ten plan działania zawiera konkretne zadania, terminy i osoby odpowiedzialne za ich wykonanie. Jest to kluczowe dla skutecznego osiągnięcia wyznaczonych celów strategicznych. Regularne przeglądy postępów oraz elastyczność w dostosowywaniu planu do zmieniających się warunków będą niezbędne dla sukcesu strategii.

5. BUDŻETOWANIE I ZASOBY

ZASOBY FINANSOWE

1. Kampanie Rekrutacyjne i Promocyjne:

- Szacowany koszt: 10,000 zł rocznie.
- Źródła finansowania: dotacje, sponsoring, fundusze lokalne.

2. Inicjatywy Uchwalowe i Lobbying:

- Szacowany koszt: 5,000 zł rocznie.
- Źródła finansowania: dotacje specjalne, współpraca z samorządami.

3. Rozwój Platformy E-learningowej:

- Szacowany koszt: 20,000 zł (jednorazowo).
- Źródła finansowania: granty edukacyjne, partnerstwa z firmami IT.

4. Wydarzenia Integracyjne i Szkoleniowe:

- Szacowany koszt: 15,000 zł rocznie.
- Źródła finansowania: wpłaty członkowskie, sponsorzy, dotacje.

5. Utrzymanie i Rozwój Strony Internetowej i Mediów Społecznościowych:

- Szacowany koszt: 5,000 zł rocznie.
- Źródła finansowania: fundusze operacyjne, wsparcie technologiczne od partnerów.

ZASOBY LUDZKIE

1. Koordynatorzy Projektów:

- Odpowiedzialni za zarządzanie i koordynowanie poszczególnych inicjatyw.
- Potrzebni wolontariusze: 5-10 osób.

2. Specjaliści ds. Mediów Społecznościowych i Komunikacji:

- Odpowiedzialni za promocję, komunikację i działania w mediach społecznościowych.
- Potrzebni wolontariusze: 3-5 osób.

3. Zespół IT:

- Odpowiedzialni za rozwój i utrzymanie platformy e-learningowej i strony internetowej.
- Potrzebni wolontariusze/specjaliści: 2-3 osoby.

4. Eksperti i Mentorzy:

- Do prowadzenia szkoleń, warsztatów i sesji mentoringowych.
- Potrzebni specjaliści: 5-10 osób (w zależności od potrzeb i dostępności).

ZASOBY MATERIALNE

1. Materiały Promocyjne i Edukacyjne:

- Ulotki, plakaty, materiały szkoleniowe.
- Szacowany koszt: 5,000 zł rocznie.

2. Sprzęt Komputerowy i Oprogramowanie:

- Dla zespołu IT i administracji.
- Szacowany koszt: 10,000 zł (jednorazowo).

3. Wynajem Miejsc na Wydarzenia:

- Dla spotkań, szkoleń i wydarzeń integracyjnych.
- Szacowany koszt: 10,000 zł rocznie.

Budżet powinien być elastyczny i podlegać ciągłej reewaluacji, w zależności od dostępnych środków, efektywności wydatków i zmieniających się potrzeb organizacji. Ważne będzie regularne monitorowanie wydatków i dostosowywanie planów finansowych do aktualnej sytuacji. Pozyskiwanie dodatkowych źródeł finansowania, takich jak granty, sponsoring czy partnerstwa, będzie kluczowe dla zrównoważonego rozwoju organizacji.

6. ANGAŻOWANIE INTERESARIUSZY

ZIDENTYFIKOWANIE KLUCZOWYCH INTERESARIUSZY

1. **Członkowie i Wolontariusze:** Są fundamentem organizacji, ich motywacja i zaangażowanie są kluczowe.
2. **Darczyńcy i Sponsorzy:** Zapewniają wsparcie finansowe, ich potrzeby i oczekiwania muszą być rozumiane i spełniane.
3. **Beneficjenci:** Osoby i społeczności, dla których organizacja prowadzi projekty. Ich opinie i potrzeby są niezbędne do tworzenia skutecznych programów.
4. **Partnerzy Instytucjonalni i Biznesowi:** Wspierają realizację misji i wizji, a ich współpraca może otwierać nowe możliwości.

STRATEGIE ANGAŻOWANIA

1. **Regularne Spotkania i Warsztaty:**
 - Dla członków i wolontariuszy, w celu zbierania opinii, dzielenia się postępami i planami.
 - Cykliczność: Co miesiąc.
2. **Ankiety i Feedback Online:**
 - Dla beneficjentów, aby ocenić efektywność i wpływ projektów.
 - Cykliczność: Po każdym zakończonym projekcie.
3. **Spotkania Roczne z Darczyńcami i Sponsorami:**
 - Prezentacja osiągnięć, planów na przyszłość, dyskusje na temat potrzeb i oczekiwań.
 - Cykliczność: Raz w roku.
4. **Newslettery i Raporty:**
 - Regularne informowanie o postępach, osiągnięciach i wyzwaniach.

- Cykliczność: Co kwartał.

5. Panel Dyskusyjny z Partnerami:

- Spotkania z kluczowymi partnerami biznesowymi i instytucjonalnymi, aby omówić współpracę i nowe możliwości.
- Cykliczność: Co pół roku.

6. Programy Mentoringowe i Rozwojowe:

- Dla członków, aby rozwijać ich umiejętności i kompetencje, co zwiększa wartość wniesioną do organizacji i społeczności.
- Cykliczność: Stale, z regularnymi sesjami mentoringowymi.

7. Media Społecznościowe i Blog:

- Regularne posty i artykuły, które angażują szeroką publiczność i promują transparentność.
- Cykliczność: Tygodniowo.
-

MONITORING I ODPOWIEDŹ

- **System Monitorowania Feedbacku:** Ustanowienie systemu do śledzenia i analizowania opinii i sugestii od interesariuszy.
- **Zarządzanie Odpowiedziami:** Szybkie reagowanie na potrzeby i problemy zgłaszane przez interesariuszy.

Angażowanie interesariuszy jest kluczowym elementem sukcesu każdej strategii. Regularna komunikacja i otwartość na feedback pozwalają na lepsze dostosowanie działań do potrzeb i oczekiwań wszystkich stron, co z kolei przekłada się na skuteczniejszą realizację misji i celów organizacji.

7. MONITORING I EWALUACJA

USTANOWIENIE SYSTEMU MONITOROWANIA

1. **Wskaźniki Sukcesu (KPIs):** Określenie konkretnych wskaźników, które będą mierzyć postępy w realizacji poszczególnych celów strategicznych. Przykłady:

- Liczba nowych członków.
- Liczba zrealizowanych projektów.
- Zasięg i zaangażowanie w mediach społecznościowych.
- Feedback od beneficjentów i partnerów.

2. **Narzędzia Monitorujące:**

- Wykorzystanie oprogramowania do zarządzania projektami (np. Asana, Trello) do śledzenia postępów w realizacji zadań.
- System CRM do zarządzania relacjami z darczyńcami, partnerami i członkami.
- Analityka mediów społecznościowych i strony internetowej.

3. **Regularne Sprawozdawczość:**

- Miesięczne raporty z postępów dla zarządu.
- Kwartałne raporty dla darczyńców i sponsorów.
- Roczna prezentację osiągnięć dla wszystkich interesariuszy.

PROCES EWALUACJI

1. **Ocena Wewnętrzna:**

- Cykliczne spotkania zespołów i komitetu zarządzającego do oceny postępów i wyzwań.
- Półroczna ocena realizacji KPIs i dostosowanie celów w razie potrzeby.

2. **Ewaluacja Zewnętrzna:**

- Roczne ankiety satysfakcji i opinii przeprowadzane wśród beneficjentów i partnerów.
- Niezależne audyty lub oceny efektywności projektów, jeśli to możliwe i odpowiednie.

3. Zarządzanie Feedbackiem:

- Systematyczne zbieranie i analiza opinii od członków, beneficjentów, partnerów i innych interesariuszy.
- Dostosowanie strategii i działań na podstawie otrzymanego feedbacku.

4. Innowacje i Doskonalenie:

- Zachęcanie do innowacyjności i kreatywności w rozwiązywaniu problemów oraz doskonalenie istniejących procesów i projektów.

DOKUMENTACJA I TRANSPARENTNOŚĆ

- **Dokumentowanie postępów:** Regularne dokumentowanie wszystkich działań i postępów, co umożliwi łatwą ocenę i raportowanie.
- **Transparentność:** Zapewnienie pełnej transparentności w procesie monitorowania i ewaluacji, co zwiększa zaufanie i wiarygodność wśród interesariuszy.

Systematyczny monitoring i ewaluacja są kluczowe dla sukcesu długoterminowego strategii. Pozwalają one na szybkie identyfikowanie problemów oraz skuteczne dostosowywanie działań do zmieniających się warunków i potrzeb. Regularna komunikacja wyników i postępów wzmacnia zaangażowanie i zaufanie interesariuszy, a także umożliwia ciągłe doskonalenie organizacji.

8. KOMUNIKACJA

STRATEGIA KOMUNIKACJI WEWNĘTRZNEJ

1. Regularne Spotkania Zespołów:

- Organizacja cotygodniowych lub comiesięcznych spotkań zespołów projektowych do omówienia postępów, planów i wyzwań.
- Zastosowanie narzędzi komunikacji online (np. Zoom, Microsoft Teams) do ułatwienia spotkań zdalnych.

2. Wewnętrzne Kanały Komunikacji:

- Wykorzystanie platformy Slack lub podobnych do bieżącej komunikacji i wymiany informacji między członkami.
- Tworzenie dedykowanych kanałów tematycznych na platformach komunikacyjnych.

3. Newsletter Wewnętrzny:

- Miesięczny newsletter dla członków zawierający aktualizacje, osiągnięcia i nadchodzące wydarzenia.
- Ułatwienie dostępu do ważnych informacji i utrzymanie zaangażowania.

STRATEGIA KOMUNIKACJI ZEWNĘTRZNEJ

1. Komunikacja z Interesariuszami:

- Regularne aktualizacje i raporty dla darczyńców i sponsorów poprzez e-maile lub spotkania.
- Publikowanie raportów rocznych dostępnych publicznie na stronie internetowej organizacji.

2. Media Społecznościowe i Blog:

- Aktywne prowadzenie profili w mediach społecznościowych (Facebook, Instagram, LinkedIn), aby informować o działaniach i angażować publiczność.
- Regularne publikowanie artykułów na blogu organizacji, prezentujących analizy, opinie i historie sukcesu.

3. Materiały Promocyjne i Edukacyjne:

- Tworzenie i dystrybucja materiałów promocyjnych (ulotek, broszur) oraz edukacyjnych (poradników, instruktaży).
- Zwiększenie świadomości o działalności organizacji i jej celach.

4. Wydarzenia Publiczne i Konferencje:

- Organizacja i uczestnictwo w wydarzeniach publicznych, konferencjach i forach dyskusyjnych.
- Budowanie widoczności organizacji i tworzenie platformy do dyskusji o ważnych tematach społecznych.
-

MONITORING I FEEDBACK

- **Zbieranie Opinii:** Regularne przeprowadzanie ankiet i badań wśród interesariuszy zewnętrznych, aby zrozumieć ich oczekiwania i postrzeganie organizacji.
- **Analiza i Dostosowywanie Komunikacji:** Ciągła analiza skuteczności różnych kanałów i metod komunikacji oraz dostosowywanie strategii w oparciu o uzyskane wyniki i opinie.

Efektywna komunikacja, zarówno wewnętrzna, jak i zewnętrzna, jest kluczowa dla sukcesu organizacji. Pomaga ona nie tylko w utrzymaniu przejrzystości i zaangażowania, ale również w budowaniu silnej marki i reputacji. Regularne informowanie o postępach i planach pozwala na utrzymanie współpracy i wsparcia ze strony wszystkich interesariuszy.

9. ELASTYCZNOŚĆ I ADAPTACJA

BUDOWANIE ELASTYCZNOŚCI ORGANIZACYJNEJ

NIZACYJNEJ

1. **Otwartość na Zmiany:** Kultywowanie kultury organizacyjnej, która jest otwarta na zmiany i dostosowania. Promowanie postawy, która postrzega zmiany jako okazje do rozwoju.
2. **Regularna Ocena Środowiska Zewnętrznego:** Monitorowanie trendów, zmian w otoczeniu politycznym, społecznym i gospodarczym, które mogą wpływać na działalność organizacji.
3. **Szybka Reakcja na Feedback:** Ustanowienie procesów umożliwiających szybkie reagowanie na opinie i sugestie od interesariuszy, a także na wyniki ewaluacji i monitoringu.

DOSTOSOWYWANIE STRATEGII

1. **Przeglądy Strategiczne:** Organizowanie regularnych przeglądów strategicznych (np. co kwartał), aby ocenić postępy i dokonać niezbędnych korekt w strategii.
2. **Planowanie Scenariuszowe:** Opracowanie różnych scenariuszy dla potencjalnych przyszłych wydarzeń i warunków, aby być przygotowanym na różne możliwości.
3. **Zapasowy Plan Działania:** Tworzenie planów awaryjnych dla kluczowych obszarów działalności, aby móc szybko reagować w przypadku nieprzewidzianych wydarzeń.

ROZWÓJ UMIEJĘTNOŚCI I WIEDZY

1. **Szkolenia i Rozwój Kompetencji:** Regularne szkolenia dla członków organizacji w zakresie zarządzania zmianą, elastyczności i adaptacji.
2. **Współpraca i Wymiana Doświadczeń:** Utrzymywanie relacji z innymi organizacjami i ekspertami, co umożliwia wymianę doświadczeń i najlepszych praktyk.

KOMUNIKACJA O ZMIANACH

1. **Transparentność w Komunikacji:** Otwarta i jasna komunikacja o wszelkich zmianach w strategii, ich przyczynach i oczekiwanych efektach.
2. **Zaangażowanie Interesariuszy:** Aktywne zaangażowanie interesariuszy w proces adaptacji i zmian, zapewniając im możliwość wyrażenia opinii i sugestii.

Elastyczność i zdolność do adaptacji są kluczowe dla długoterminowego sukcesu i trwałości organizacji. W dynamicznie zmieniającym się świecie, zdolność do szybkiego reagowania na nowe wyzwania i możliwości może decydować o przewadze konkurencyjnej i efektywności działania. Regularne przeglądy i gotowość do wprowadzania zmian są niezbędne, aby strategia pozostała relewantna i skuteczna.

ZAKOŃCZENIE

W chwili zamykania niniejszej strategii rozwoju na najbliższe pięć lat, pragniemy podkreślić, że przedstawione plany i cele są nie tylko odzwierciedleniem naszych aspiracji, ale także świadectwem naszego głębokiego zaangażowania w rozwój społeczności Dolnego Śląska. Przez kolejne lata, będziemy dążyć do realizacji tych ambitnych, lecz realistycznych celów, mając na uwadze naszą misję kształtowania świadomych liderów i aktywnych obywateli.

Jesteśmy przekonani, że dzięki wspólnym wysiłkom, zaangażowaniu wszystkich członków, partnerów i sympatyków Stowarzyszenia, uda nam się nie tylko osiągnąć wyznaczone cele, ale także przekroczyć oczekiwania i stworzyć trwały, pozytywny wpływ na naszą społeczność. Nasza strategia nie jest statycznym dokumentem, lecz żywym planem, który będzie ewoluował i dostosowywał się do zmieniających się warunków oraz potrzeb naszej społeczności.

Na koniec pragniemy wyrazić naszą wdzięczność dla wszystkich, którzy przyczynili się do stworzenia tej strategii, a także dla tych, którzy będą pracować nad jej realizacją. Wasze zaangażowanie, pasja i ciężka praca są fundamentem, na którym budujemy naszą przyszłość.

Z optymizmem i determinacją patrzymy w przyszłość, gotowi stawić czoła wyzwaniom i wykorzystać nadarzające się szanse. Razem kształtujemy przyszłość Stowarzyszenia Młody Dolny Śląsk, jak i całej społeczności Dolnego Śląska.

Z wyrazami szacunku i nadziei na owocną współpracę,

Zarząd Stowarzyszenia Młody Dolny Śląsk



MŁODY DOLNY ŚLĄSK