



VI КОНФЕРЕНЦИЯ
СОЦИАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ И КСО
X ЕВРАЗИЙСКИЙ ФОРУМ МАРКЕТОЛГОВ

21-22 мая 2019

Сбор обратной связи от благополучателей: текущая ситуация, тенденции, результаты исследований

Фрейк Наталия, эксперт АНО «Эволюция и филантропия»



Эволюция и Филантропия
Evolution & Philanthropy

Мнение благополучателей



Моральная, этическая сторона: *До того как изменять жизнь людей, спросите сначала их мнение...*

Прагматизм: повышение эффективности, увеличение социального воздействия, снижение негативного влияния...

Доказательность: обоснование программы с опорой на знания, опыт и ценности *благополучателей*; наряду с опытом специалистов-практиков, а также научными знаниями

Клиент (благополучатель) – основной стейкхолдер и эксперт опыта

Примеры международных инициатив

- **GreatNonprofits**, <https://greatnonprofits.org/>

база данных об НКО, отзывы благополучателей, волонтеров, сотрудников и пр.

- **Charity Navigator**, <https://www.charitynavigator.org/>

система рейтингования НКО

- **Humanitarian Voice Index**, <http://bit.ly/2ExLuMI>

рейтинг гуманитарных НКО на основе обратной связи от получателей международной гуманитарной помощи

- **YouthTruth**, <http://www.youthtruthsurvey.org/>

масштабная инициатива по сбору обратной связи от студентов для улучшения системы образования

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.

Сбор обратной связи от благополучателей: практики российских НКО

Проект «Слушай с пользой!»



Эволюция и Филантропия
Evolution & Philanthropy



КОМИТЕТ ОБЩЕСТВЕННЫХ
СВЯЗЕЙ
ГОРОДА МОСКВЫ



ФОНД
ПРЕЗИДЕНТСКИХ
ГРАНТОВ

Проект направлен на повышение эффективности деятельности НКО за счет лучшего понимания благополучателей, их потребностей и возможностей, а также учета этих знаний при реализации программ и проектов.

«Слушай с пользой»: основные выводы исследования

- 1) Сбор обратной связи от благополучателей: фрагментарно, ситуативно, отдельные успешные кейсы
- 2) Зачем?
 - для понимания потребностей и оценки качества услуг
 - для использования в коммуникациях и фандрайзинге
 - по запросу доноров (внешние стимулы)
- 3) Недостаток ресурсов и мотивации у НКО
 - разработка инструментов и анализ – собственными силами
- 4) НКО не всегда удовлетворены качеством собранной информации
- 5) Проблема отклика от благополучателей
- 6) НКО редко информируют благополучателей о том, как используется полученная информация
- 7) В сообществе тема обсуждается редко



Выражен запрос на помощь профессионалов

«Слушай с пользой»: сопровождение НКО на всех этапах сбора обратной связи

- организация *целенаправленно* пытается узнать и понять мнения, установки, чувства благополучателей по отношению к программе или организации в целом,
для того, чтобы
- *учесть* это в дальнейшей деятельности – улучшить свои программы и услуги, принимать более взвешенные решения, достигать более значимых результатов, минимизировать риски и потенциальный вред; пр.

«Слушай с пользой»: методические рекомендации

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

Тип запроса	Примерные вопросы
Какие они – наши благополучатели?	Какие характерны установки, особенности поведения?
Потребности благополучателей	Зачем участвуют в программе? Какие еще есть потребности у благополучателей? Какие есть барьеры для входа в программу?
Удовлетворенность благополучателей	В какой мере удовлетворены? Что вызывает недовольство? Почему уходят из программы?
Отношения с благополучателями	Как оценивают свой опыт взаимодействия с организацией, сложившиеся отношения (доверие, надёжность, ответственность, справедливость, уважение, сочувствие, благодарность и пр.)? Как могут активнее участвовать в деятельности организации?
Идеи и предложения благополучателей	Как можно улучшить деятельность организации? Что можно делать по-другому (удобнее, лучше, быстрее, эффективнее, дешевле и пр.)?
Социальный эффект	Приносит ли участие в программе значимую пользу для благополучателей? Как изменились установки, знания, поведение благополучателей?
Ценность программы, достигаемых результатов	Как относятся к результатам, достигаемым за счет участия в программе? Насколько важна организация, ее проекты, услуги, продукты?
Влияние других организаций, проектов	Действительно ли именно участие в программе обеспечило позитивные изменения в жизни благополучателей? Кто еще работает на эти же социальные результаты?

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

ПРИГЛАШАЕМ К СОТРУДНИЧЕСТВУ!



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/>