Magiczny Kraków

## Wolontariusz jako ambasador organizacji

2026-11-05

**Najlepszą reklamą organizacji nie jest profesjonalna kampania promocyjna ani atrakcyjny profil w mediach społecznościowych.**

**Najbardziej wiarygodnym źródłem informacji o organizacji są ludzie, którzy ją tworzą.**

**To właśnie wolontariusze opowiadają swoim znajomym o działaniach organizacji, zachęcają innych do zaangażowania, udostępniają wydarzenia, publikują zdjęcia z akcji i budują zaufanie do organizacji. W ten sposób stają się jej naturalnymi ambasadorami.**

**Nie dzieje się to jednak przypadkiem.**

**Organizacja musi stworzyć warunki, dzięki którym wolontariusz będzie chciał utożsamiać się z jej misją i z dumą mówić: „Jestem częścią tego zespołu.”**

# Ambasador to nie funkcja - to relacja

Ambasadorem nie zostaje się poprzez nadanie tytułu. Ambasadorem zostaje osoba, która czuje się częścią organizacji, rozumie jej misję i widzi sens swojej pracy.

Jeżeli wolontariusz zna cele organizacji, rozumie, komu pomaga i widzi efekty swojej pracy, znacznie chętniej będzie mówił o niej innym.

Dlatego budowanie ambasadorów zaczyna się od budowania relacji, a nie od działań promocyjnych.

# Pozwól wolontariuszom identyfikować się z organizacją

Poczucie przynależności budują drobne gesty.

Warto zadbać o to, aby wolontariusze podczas wydarzeń byli łatwo rozpoznawalni i mogli z dumą reprezentować organizację.

Pomocne mogą być między innymi:

- koszulki z logo organizacji,
- bluzy lub kurtki dla stałych wolontariuszy,
- torby materiałowe,
- notesy lub długopisy.

Nie chodzi o wartość gadżetu.

Chodzi o poczucie, że wolontariusz jest częścią zespołu i reprezentuje organizację na zewnątrz.

Magiczny Kraków

## Opowiadaj historię, nie tylko informuj

Ludzie nie angażują się w organizacje dlatego, że przeczytali regulamin.

Angażują się dlatego, że poznali historię, wartości i ludzi.

Dlatego warto regularnie pokazywać:

- efekty działań,
- historie beneficjentów (z poszanowaniem ich prywatności),
- kulisy wydarzeń,
- sukcesy wolontariuszy,
- wspólne osiągnięcia zespołu.

Im bardziej wolontariusz utożsamia się z misją organizacji, tym łatwiej będzie opowiadał o niej innym.

## Daj powód do dumy

Wolontariusze lubią być częścią dobrze zorganizowanych inicjatyw.

Dlatego warto celebrować sukcesy.

Może to być:

- zakończenie projektu,
- liczba osób, którym udało się pomóc,
- jubileusz organizacji,
- wspólne zdjęcie zespołu,
- wręczenie podziękowań,
- publikacja osiągnięć w mediach społecznościowych.

Ludzie chętnie dzielą się tym, z czego są dumni.

## Zachęcaj do opowiadania o wolontariacie

Nie trzeba prosić wolontariuszy o reklamowanie organizacji.

Lepiej stworzyć warunki, aby sami chcieli to robić.

Można zachęcić ich do:

- udostępniania wydarzeń,
- publikowania zdjęć z działań,
- zapraszania znajomych,
- opowiadania o swoich doświadczeniach,
- udziału w krótkich materiałach promocyjnych.

Autentyczne rekomendacje zawsze budują większe zaufanie niż reklama.

## Dbaj o spójny wizerunek

Jeżeli organizacja chce być rozpoznawalna, powinna zadbać o jednolitą identyfikację wizualną.

Logo, kolory, koszulki, banery, identyfikatory i materiały promocyjne powinny tworzyć spójny obraz organizacji. To element budowania profesjonalnego wizerunku i zaufania.

## Ambasador wraca

Najlepszy ambasador organizacji to często były wolontariusz.Osoba, która zakończyła aktywną współpracę, ale nadal poleca organizację, odwiedza wydarzenia i zachęca kolejne osoby do działania.

Dlatego warto utrzymywać relacje również po zakończeniu wolontariatu.

## Z perspektywy KCW

W Krakowskim Centrum Wolontariatu obserwujemy, że organizacje najskuteczniej pozyskują nowych wolontariuszy dzięki rekomendacjom obecnych członków zespołu.

Żadna kampania promocyjna nie zastąpi autentycznej opinii osoby, która z zaangażowaniem opowiada o swojej organizacji.

Dlatego warto inwestować nie tylko w promocję, ale przede wszystkim w ludzi.

To oni są najlepszymi ambasadorami każdej inicjatywy społecznej.

## Zadanie dla organizacji

Zastanów się, czy Twoi wolontariusze mają powód, aby z dumą utożsamiać się z organizacją.

Przygotuj prosty plan budowania społeczności.

Może obejmować:

- wspólne zdjęcie po każdym wydarzeniu,
- drobne gadżety z logo organizacji,
- publikację sylwetek wolontariuszy,
- wspólne spotkanie integracyjne,
- świętowanie sukcesów zespołu,
- zapraszanie wolontariuszy do współtworzenia działań promocyjnych.

To niewielkie działania, które mają ogromny wpływ na budowanie zaangażowania.

Magiczny Kraków

# Wskazówka KCW

Najlepszym ambasadorem organizacji nie jest osoba, która najwięcej mówi o jej działalności.

To osoba, która z przekonaniem odpowiada na pytanie:

**„Dlaczego właśnie tutaj warto pomagać?”**

Jeżeli potrafi odpowiedzieć własnymi słowami, oznacza to, że organizacja zbudowała coś znacznie cenniejszego niż zespół wolontariuszy.

Zbudowała społeczność.

**Najczęstszy mit**

**„Gadżety wystarczą, aby wolontariusze utożsamiali się z organizacją.”**

Koszulka, identyfikator czy przypinka mogą wzmacniać poczucie przynależności, ale same nie zbudują zaangażowania. Wolontariusze stają się ambasadorami organizacji wtedy, gdy czują się doceniani, mają wpływ na jej działania i identyfikują się z jej misją. Gadżety są dodatkiem do dobrze budowanej relacji, a nie jej fundamentem.