MySMIS 348468 • PEO 2021-2027 • Prioritatea P1 • ESO4.2

Cofinanțat de Uniunea Europeană

PROIECT AGILE

Consolidarea organizațiilor (C1)

Predeal | Noiembrie 2026

ELABORAT DE

Federația CulturMedia | AGILE | SITT — Sindicatul IT Timișoara

Reguli grup

1. Cursanții obligați să respecte programul și agenda de curs.
2. Prezența este obligatorie atât la sesiunile teoretice, cât și la cele practice, fiind permisă o absență de maximum două ore, cu condiția recuperării conținutului pierdut.
3. Participarea la evaluările finale este de asemenea obligatorie.
4. Fiecare cursant trebuie să aibă permanent asupra sa un act de identitate.
5. În timpul orelor de instruire, utilizarea telefoanelor mobile este interzisă.
6. Participanții vor respecta ordinea înscrierii la cuvânt, vor asculta și respecta opiniile celorlalți. Se încurajează participarea activă la exercițiile practice și respectarea tuturor normelor de Securitate și Sănătate în Muncă (SSM).

Programul cursului

Vineri
20 noiembrie

MODULUL 1: Recrutarea de membri – Introducere în consolidarea organizațiilor. Recrutarea pe bază de probleme și structuri.

Consolidarea organizațiilor cu scopul de a obține și menține reprezentativitatea și puterea colectivă. Uneltele sindicale folosite în înscrierea colectivă.

MODULUL 2: Managementul sindical eficient – Leadership sindical și importanța liderilor și a structurilor. Funcțiile și managementul comitetului de organizare.

Identificarea și coordonarea liderilor sindicali și construcția de structuri sindicale. Leadership sindical prin comitetele de organizare.

Sâmbătă
21 noiembrie

MODULUL 3: Organizarea internă – Pregătirea campaniilor și a negocierilor colective. Diagnoză organizațională și testarea structurilor prin acțiuni colective.

Planificarea strategică, pregătirea și execuția campaniilor sindicale. Analiza structurilor sindicale și metode de testare și consolidare ale organizatiei.

MODULUL 4: Marketingul sindical – Comunicarea directă cu membrii și non-membrii. Mijloace de comunicare și mobilizare în masă.

Comunicarea sindicală internă și externă. Uneltele sindicale folosite pentru organizarea și mobilizarea numerelor mari de membri.

Duminică
22 noiembrie

Evaluare: Probă teoretică și probă practică

Temele cursului



Recrutarea de membri



Management sindical



Organizarea internă



Marketing sindical

Consolidarea organizațiilor sindicale – o introducere

De ce ne organizăm?

Există un conflict inerent între angajați și angajatori

Dialogul social rezolvă acest conflict prin reprezentativitate și putere colectivă

Consolidarea organizațiilor reprezintă astfel creșterea capacității de a purta dialogul social cu rezultatele dorite

Consolidarea organizațiilor sindicale – etapele consolidării

ETAPA 1

ANALIZA ȘI RECONSTRUCȚIA ORGANIZAȚIEI (STRUCTURII SINDICALE)

- ✓ Discuții 1 la 1 cu toți membrii
- ✓ (Re)identificarea problemelor
- ✓ Identificarea liderilor naturali
- ✓ Maparea liderilor și lucrătorilor
- ✓ (Re)testarea liderilor
- ✓ Creșterea și consolidarea structurii (comitetul de organizare) pentru a fi capabili să mobilizăm lucrătorii prin problemele lor. Acest comitet trebuie să fie reprezentativ pentru toți!
- ✓ Planificarea strategică și tactică
- ✓ Consolidarea comunicării

ETAPA 2

CAMPANII SINDICALE CÂND NE-AM CRESCUT NUMĂRUL DE LIDERI PENTRU A CREȘTE ȘI TESTA STRUCTURA

- ✓ Mobilizarea lucrătorilor, testarea problemelor identificate prin 1-la-1, sondaje, fluturasi etc
- ✓ Acțiuni colective, petiții, cartonașe pentru probleme minore etc
- ✓ **Înscriere colectivă prin campanii: cerem noilor și vechilor lideri să recruteze oamenii de lângă ei pe baza campaniilor și în baza discuțiilor 1-la-1**

ETAPA 3

PERIOADA NEGOCIERILOR COLECTIVE

- ✓ Lansăm sondaj privind negocierea colectivă, aveți grijă ca angajații să fie parte din procesul decizional de la început până la sfârșit
- ✓ Continuăm mobilizarea lucrătorilor în jurul negocierilor colective pentru a păstra activitatea pe teren e.g. acțiuni colective, petiții etc
- ✓ Continuăm înscrierile cu scopul de a atinge o densitate cât mai mare

ETAPA 4

STRATEGIA DE EXIT

- ✓ **Contract colectiv de muncă semnat**
- ✓ 3 sau mai multe victorii
- ✓ Structura de lideri pregătiți formată
- ✓ 65%+ densitate sindicală
- ✓ Strategie de comunicare periodică funcțională bidirecțională
- ✓ Mapare finalizată și utilizată regulat de către lideri

INOCULARE ȘI MAPARE

Recrutarea de membri – de ce avem nevoie de membri?



Sindicatul = organizația angajaților

Fără angajați și fără ca aceștia să fie organizați (membri), sindicatul nu poate exista



Reprezentativitate

Minimul legal = 35% la nivel de unitate; cu cât mai mare, cu atât mai bine



Legitimitate

Un număr mai mare de membri dă mai multă greutate sindicatului



Putere colectivă

Formată din numărul de membri și nivelul lor de implicare



Resurse

Informații, cotizații, contacte, acces, timp, activitate, acțiuni colective etc = funcții ale numărului de membri



Sustenabilitate

Cu cât crește numărul membrilor, cu atât crește și numărul potențialilor lideri ce pot prelua organizația în viitor

Recrutarea de membri pe bază de probleme și structuri

- Diferite tipuri de organizare sindicală
- Diferite contexte
- Diferite rate de succes
- Cel mai vechi și eficient tip de organizare din punct de vedere istoric:

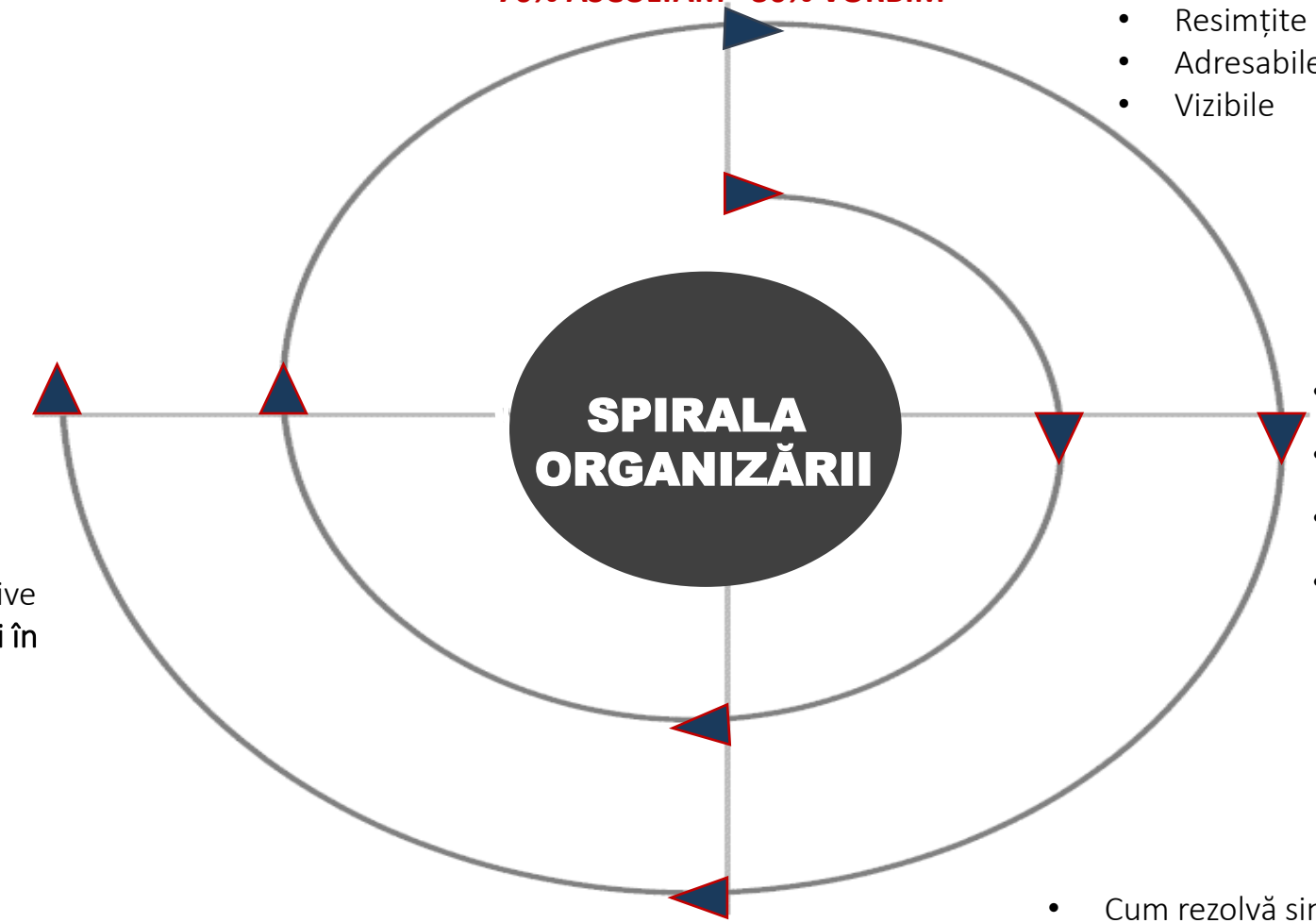
Organizarea bazată pe probleme și structuri

Recrutarea de membri pe bază de probleme și structuri

IDENTIFICAREA PROBLEMELOR

70% ASCULTĂM - 30% VORBIM

- Resimțite larg
- Resimțite adânc
- Adresabile
- Vizibile



CONSOLIDAREA ORGANIZAȚIEI

STRUCTURA SINDICALĂ

- (Re)Identificarea liderilor
- Maparea liderilor și a angajaților
- (Re)Testarea liderilor
- Consolidarea structurii (comitetul de organizare) pentru organizarea, recrutarea și mobilizarea angajaților pentru problemele lor

ACTIUNI COLECTIVE ȘI VICTORII

- Escaladare, vizibilitate
- Link către înscrieri colective -> recrutare sustenabilă și în numere mari

FLEXIBILĂ, FORMALĂ ȘI INFORMALĂ

EDUCAREA PRIVIND SOLUTIA

- Cum rezolvă sindicatele (puterea colectivă) problemele prin acțiuni colective

Recrutarea de membri – discuțiile 1-la-1

- ✓ Unealta de bază pentru organizare, recrutare și mobilizare
- ✓ Principala tactică de îmbunătățit în orice organizație, în orice context
- ✓ Eficiența discuțiilor 1-la-1 ține de foarte mulți factori, majoritatea contextuali



Recrutarea de membri – obiectivele discuțiilor inițiale 1-la-1

DETALII DE CONTACT / STABILIREA UNEI ALTE DISCUȚII / ÎNSCRIERE / ANGAJAMENT IMPLICARE

IDENTIFICAREA PROBLEMELOR

IDENTIFICAREA POTENȚIALILOR LIDERI



EDUCAREA ANGAJAȚILOR DESPRE CUM AR PUTEA SĂ REZOLVE PROBLEMELE PRIN SINDICAT

EDUCAREA ANGAJAȚILOR DESPRE PUTEREA COLECTIVĂ

OBȚINEREA DE MAI MULTE INFORMAȚII DESPRE LOCUL DE MUNCĂ

Recrutarea de membri – cum ajungem la lideri prin discuții 1-la-1



5 MINUTE

1-LA-1 CU CEL PUȚIN 60% DIN NUMĂRUL TOTAL DE ANGAJAȚI

(Atenție: scopul nu este neapărat de a recruta direct pe acești angajați, ci de a identifica și mobiliza lideri ce o pot face natural)

15 MINUTE

DISCUȚII 1-LA-1 SAU 1-LA-2 CU CÂT MAI MULȚI ANGAJAȚI CU POTENȚIAL PENTRU MAI MULTE INFORMAȚII, IDENTIFICARE ȘI TESTARE LIDERI PRIN MICI SARCINI



1 ORĂ

DISCUȚII DE ANGAJAMENT CU FIECARE LIDER POTENȚIAL

Recrutarea de membri – întâlnirea de angajament

Cand vine vremea potrivită și liderul a fost testat, organizați o discuție detaliată despre cum putem rezolva problemele și îmbunătăți condițiile de muncă prin negociere colectivă

Fiți cât mai informați privind compania, sectorul de activitate și contextul economic și sindical, pentru a putea oferi informații relevante și răspunde la întrebările liderului

Aveți grijă să aveți exemple de rezultate obtinute prin negociere colectivă (la nivel de companie/sector/național sau chiar la nivel de alte sindicate asemănătoare din alte țări)

Explicați întregul proces al negocierii colective și rolul pe care fiecare lider/activist îl va avea în această campanie și/sau în comitetul de organizare pentru o negociere cât mai eficientă

Recrutarea de membri – înscrierea colectivă prin lideri



Ex. 1: JOC DE ROLURI: Discuții 1-la-1 cu angajații

Exercițiul va fi împărțit în 3 părți.

În prima parte, toți participanții se vor prezenta pe rând, spunându-și numele, locul de muncă, vechimea în sector, motivul pentru care participă la acest curs și un lucru pe care ar vrea să-l afle din acest curs.

În a doua parte, participanții vor fi împărțiți în 4 echipe. În interiorul fiecărui grup, participanții vor construi o agendă pe minute pentru o discuție 1-la-1 între un lider sindical și un angajat neînscris în sindicat, cu scopul recrutării. Agenda va trebui să acopere obiectivele prezentate ale unei astfel de discuții: identificarea problemelor, identificarea liderilor, informații despre locul de muncă, educarea privind puterea colectivă, educarea privind soluțiile prin sindicat și înscrierea în sindicat. Fiecare echipă va desemna 2 persoane care vor prezenta agenda și vor face jocul de roluri în partea următoare a exercițiului.

În a treia parte, echipele vor prezenta pe scurt agenda produsă, iar cele 2 persoane desemnate de fiecare echipă vor face jocul de roluri în baza agendei. Cele 2 persoane vor primi apoi feedback de la formator și restul participanților.

Timp total: 90 min
Timp prezentare participanți: 30 min
Timp pregătire agendă: 30 min
Timp joc de roluri: 30 min

Managementul sindical eficient – leadership sindical

CE ESTE UN LIDER?

Managementul sindical eficient – cum identificăm un lider



VORBEȘTE DESPRE PROBLEMELE DE LA LOCUL DE MUNCĂ



ORGANIZEAZĂ EVENIMENTE SOCIALE



IMPLICAT ÎN COMUNITATE



RESPECTAT DE LUCRĂTORI ȘI ANGAJATOR



ÎNȚELEGE SINDICALISMUL (ORGANIZAREA COLECTIVĂ)



E RECOMANDAT DE COLEGII SĂI

Managementul sindical eficient – de ce avem nevoie de lideri naturali



POT COMUNICA ZILNIC FAȚĂ ÎN FAȚĂ CU COLEGII



SUNT MAI EFICIENȚI ÎN ZONA LOR DECÂT CINEVA DE LA UN ALT NIVEL CUM AR FI UN LIDER NAȚIONAL



SINDICATUL E AL LOR ȘI VOR AJUNGE SĂ PREIA CONDUCEREA MIȘCĂRII SINDICALE

Managementul sindical eficient – testarea liderilor

Discuții 1-la-1
Vorbește despre probleme? Înțelege organizarea colectivă? Este dispus să se implice?

Mapare
Este menționat de alți colegi din zona lui? Avem nevoie de un lider acolo?

Sarcini
Ne ajută cu mici sarcini realizabile? Înțelege rolul lor și le face la timp?

Angajament
Este dispus să-și ia un angajament clar pentru participarea intensivă la organizare?

Managementul sindical eficient – mapare sindicală



Ex. 2: DISCUȚIE FOCUS GRUP: Identificarea și mobilizarea liderilor

Schimb de experiențe și idei despre leadershipul sindical pe baza experiențelor specifice pe sector. Discuția va fi ghidată de formator.

Subiectele abordate vor fi:

- contextul specific al organizării în sindicatele participanților
- experiențele participanților privind leadershipul sindical
- caracteristicile liderilor din punctul de vedere al participanților
- identificarea liderilor în contextul organizațional al participanților
- testarea liderilor și obținerea unui angajament din partea acestora
- experiențele participanților cu angajamentul propriu ca lideri și activiști sindicali
- importanța liderilor în managementul sindical eficient
- asemănări și deosebiri între sectoarele de activitate privind leadershipul sindical

Ideile principale reieșite din urma focus grupului vor fi notate sumar pe flipchart.

Timp total: 45 min

Managementul sindical eficient – importanța structurilor

Un lider poate face puțin

Mai mulți lideri pot face mai mult

Toți liderii și membrii organizați împreună pot face totul!

Structura sindicală
=
totalitatea liderilor și membrilor organizați într-un mod care **crește și multiplică capacitatea organizației**

De obicei **piramidală**:

comitetul de organizare la vârf, apoi restul liderilor și activiștilor la mijloc și membrii la bază

O **structură puternică** = **bidirecțională, participativă și democratică** (nu poate funcționa nici fără membri, nici fără lideri)

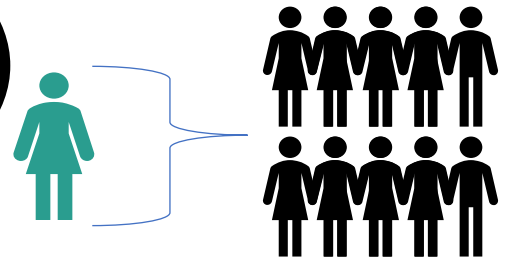
Capacitatea totală a structurii este mult mai mare decât capacitatea separată a părților ei componente

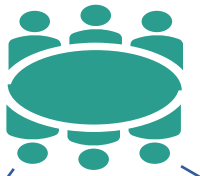
În timp, scopul structurii nu este doar să devină **mai eficientă** dar și **mai complexă** și **mai puternică**

Managementul sindical eficient – comitetul de organizare

DIMENSIUNE:

1 LIDER PENTRU FIECARE 10-100 ANGAJAȚI (ÎN FUNCȚIE DE DIMENSIUNEA COMPANIEI)



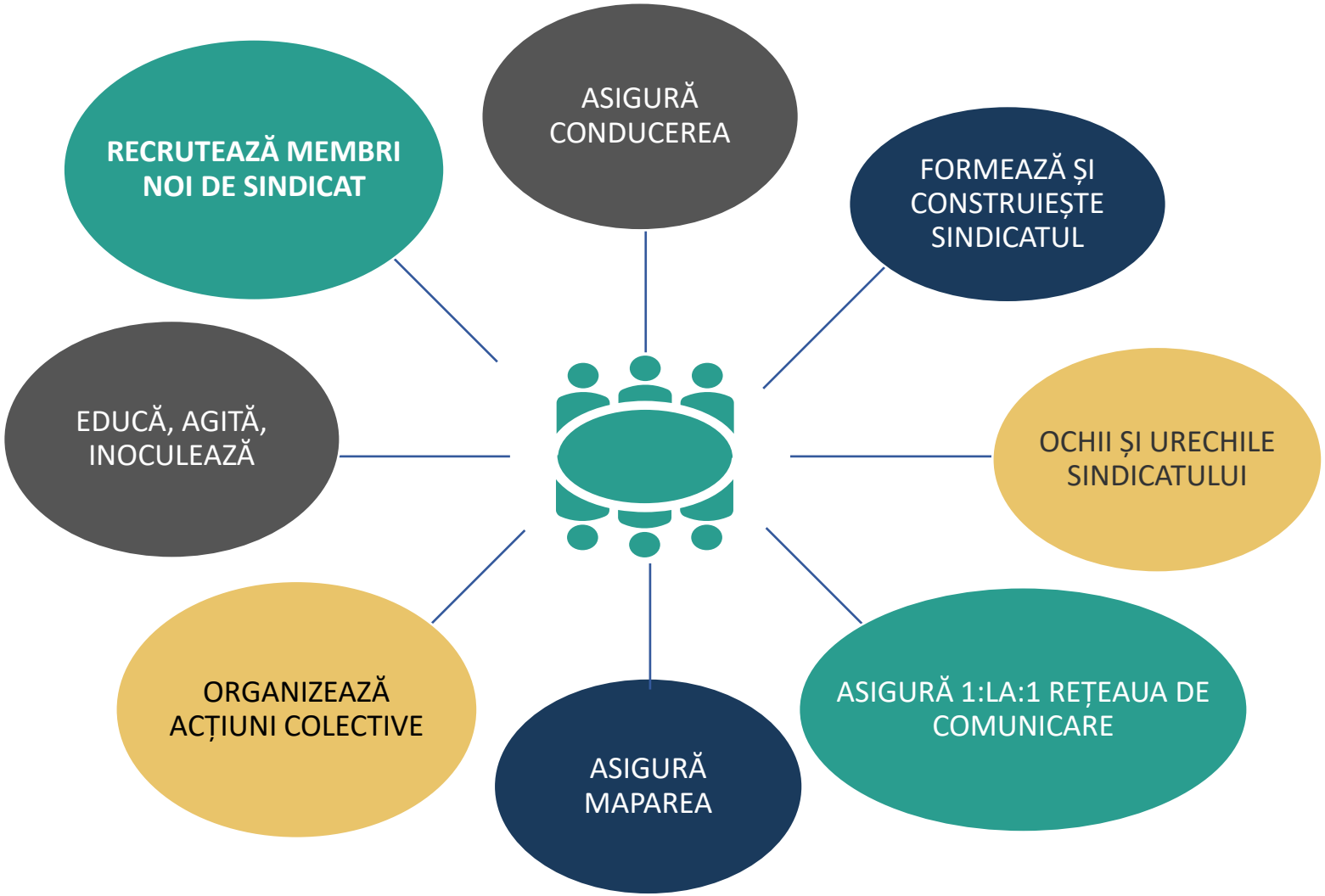


TREBUIE SĂ REPREZINTE CÂT MAI BINE DIVERSITATEA DE LA LOCUL DE MUNCĂ

COMPUS DIN LIDERII TESTAȚI DE LA LOCUL DE MUNCĂ

Rolul cel mai important al comitetului: să înscrie și să organizeze oamenii din jurul lor

Managementul sindical eficient – funcțiile comitetului de organizare



Managementul sindical eficient – managementul comitetului de organizare



COMITETUL DE ORGANIZARE:

- VERIFICĂ CĂ SARCINILE SUNT FĂCUTE ȘI CĂ ACTIVITATEA SINDICALĂ ESTE VIZIBILĂ
- SE ASIGURĂ CĂ PROBLEMELE SUNT ÎNȚELESE ȘI ANALIZATE
- STABILEȘTE OBIECTIVE ȘI FERESTRE DE TIMP PENTRU A REZOLVA PROBLEMELE ÎN MOD COLECTIV
- VERIFICĂ ÎN MOD CONSTANT CĂ SE NOTEAZĂ ȘI ACTUALIZEAZĂ INFORMAȚIILE
- PLANIFICĂ ȘI DISTRIBUIE SARCINILE NECESARE ÎNDEPLINIRII OBIECTIVELOR
- ANALIZEAZĂ CE NEVOI DE TRAINING ȘI FORMARE SUNT NECESARE MEMBRILOR DE COMITET, LIDERILOR LOCALI ȘI MEMBRILOR SIMPLI
- DETERMINĂ CÂND TREBUIE ABORDAT ANGAJATORUL PENTRU A REZOLVA PROBLEMELE

Managementul sindical eficient – ședințele comitetului de organizare

SCURTE

EFICIENTE

INFORMALE, DAR NU DEZORGANIZATE



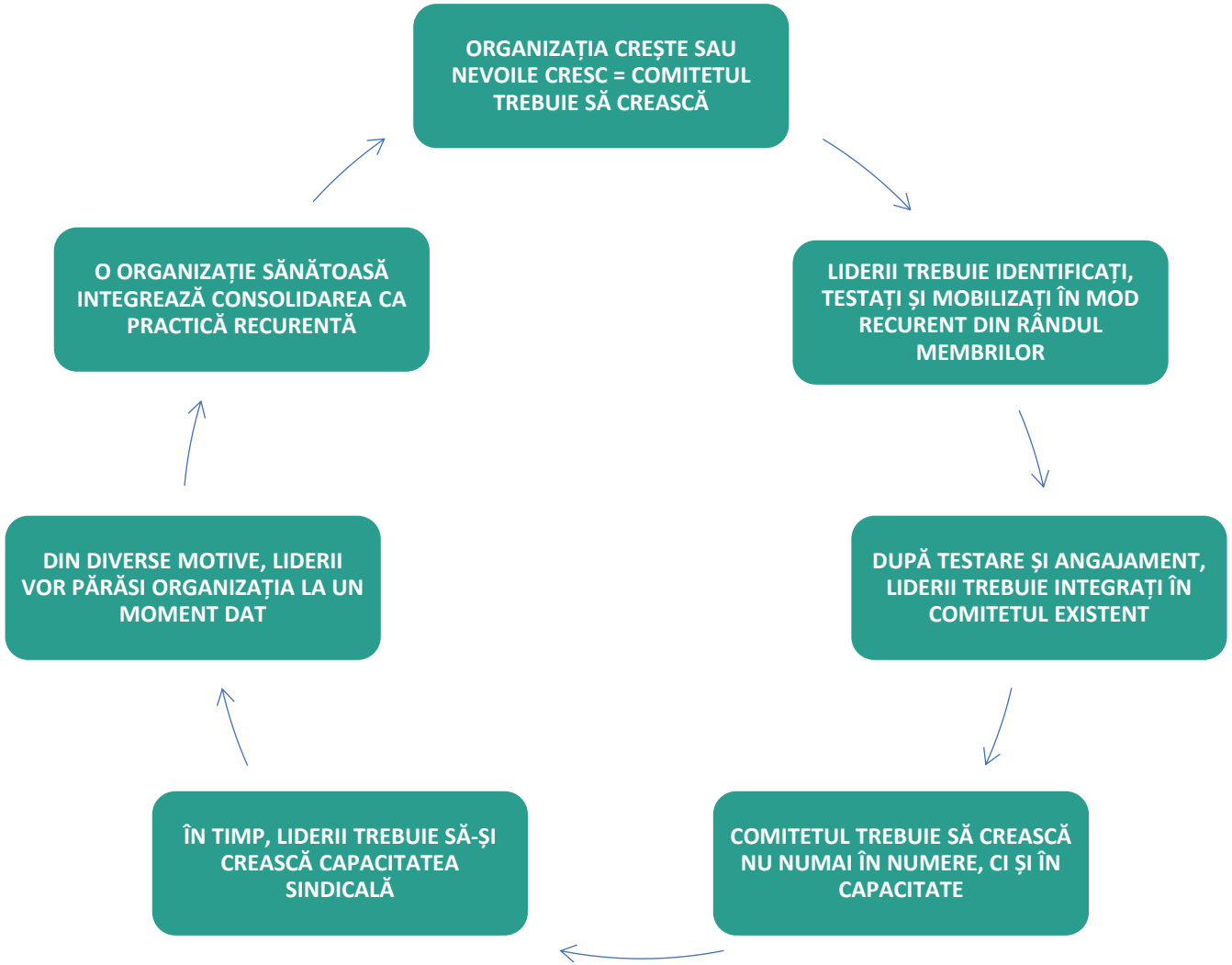
ȘEDINȚELE COMITETULUI DE ORGANIZARE TREBUIE SĂ FIE

ORIENTATE SPRE SARCINILE FIECĂRUIA

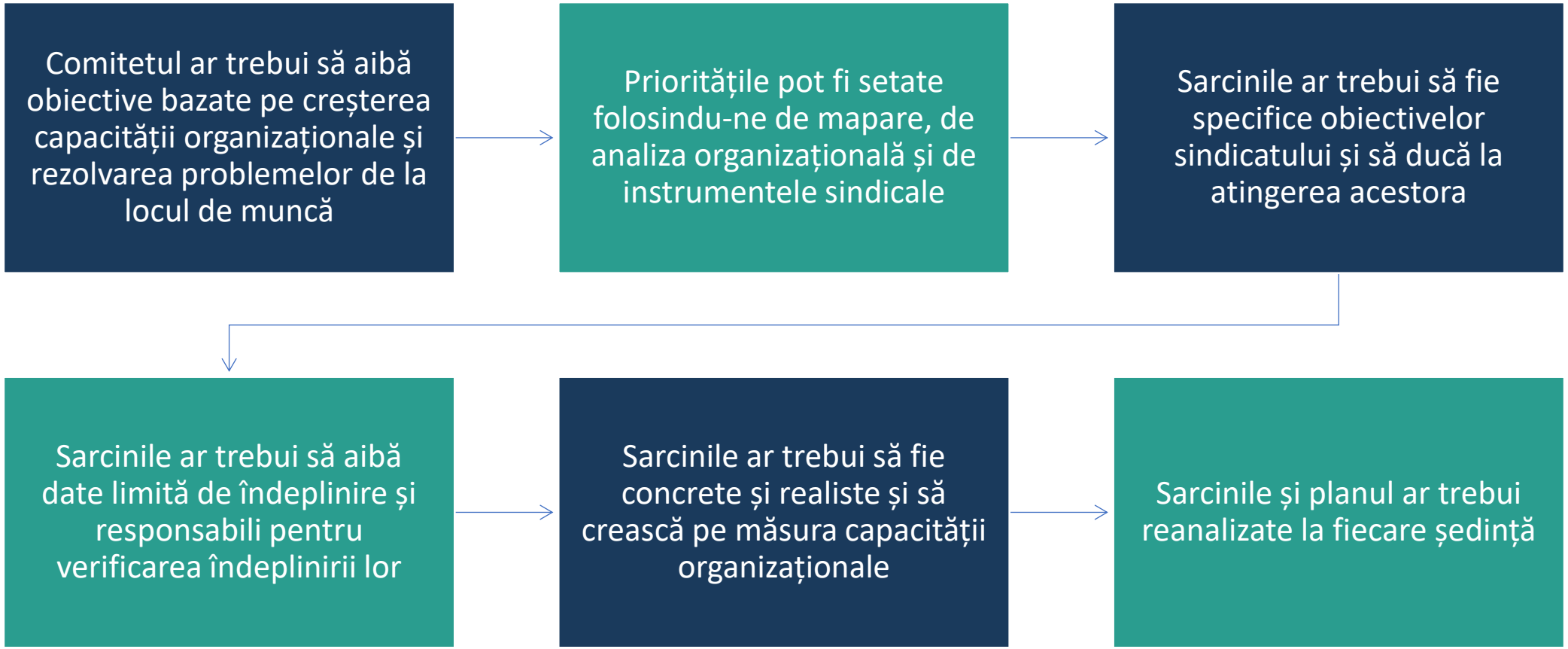
OPORTUNITATE DE A FACE SCHIMB DE EXPERIENȚE

OPORTUNITATE PENTRU EDUCARE INFORMALĂ

Managementul sindical eficient – consolidarea comitetului de organizare



Managementul sindical eficient – sarcini și responsabilități



Managementul sindical eficient – scripturile sindicale

Pentru a putea duce zeci, sute, mii de discuții 1-la-1 sau de grup cu angajații într-un mod repetabil și consecvent, comitetul se poate folosi de „scripturi sindicale”

Script sindical = set predefinit de întrebări, fraze, informații, răspunsuri etc care să ajute un lider sindical să ducă o discuție cât mai eficient și replicabil

Scripturile se pot modifica pentru orice situație sindicală: înscriere de noi membri, implicarea unor membri existenți, angajamentul unui nou lider etc

Un script bun trebuie să fie creat în urma discuțiilor anterioare, trebuie repetat mai întâi între lideri și trebuie actualizat constant în urma folosirii lui

ATENȚIE: Folosirea unui script nu înseamnă că liderii trebuie să fie robotici, să nu asculte și să nu empatizeze cu angajații. Scriptul ar trebui să ajute cu atingerea obiectivelor discuțiilor cât mai eficient și natural, dar păstrând latura umană a liderilor

Ex. 3: JOC DE ROLURI: Ședința de comitet

Exercițiul va fi împărțit în 2 părți:

În prima parte, participanții vor fi împărțiți în 2 grupuri, în baza sectorului de activitate. În fiecare grup, scopul va fi de a pregăti o ședință rapidă a unui comitet de organizare, pe modelul prezentat în curs, ca parte a unui management sindical eficient. Participanții din fiecare grup își vor alege singuri contextul și sarcinile fictive necesare pentru ședință în baza propriilor experiențe sindicale, ghidați de către formator. În fiecare grup, participanții vor desemna un președinte și un secretar-general ce vor conduce ședința, iar apoi, în lipsa persoanelor desemnate, restul participanților se vor împărți astfel:

- 5 persoane ce și-au îndeplinit sarcinile fictive, ce vor fi vocale, dar cooperante;
- 2 persoane ce și-au îndeplinit sarcinile fictive, ce vor vorbi doar dacă vor fi întrebați ceva de către președinte și/sau secretar-general;
- 2 persoane ce nu și-au îndeplinit sarcinile fictive, ce vor vorbi doar dacă vor fi întrebați ceva de către președinte și/sau secretar-general;
- 2 persoane ce vor încerca să deraieze ședința pentru problemele de interes personal, fără legătură cu sarcinile sau contextul ședinței.

În a doua parte, cele 2 grupuri vor ține jocul de roluri efectiv, cu persoanele desemnate președinte și secretar-general încercând să conducă ședința până la capăt într-un mod cât mai eficient.

Timp total: 45 min
Timp pregătire ședință: 15 min
Timp joc de roluri: 30 min

Ex. 4: LUCRU ÎN ECHIPĂ: Construirea și execuția scripturilor sindicale

Participanții vor fi împărțiți în 2 echipe pe sector – IT și Cultură.
Lucrând în echipă și bazat pe prezentarea anterioară și pe experiența trăită, alcătuiți o serie de scripturi sindicale scurte care ar putea fi folosite în discuțiile cu angajații, de la discuția inițială până la o discuție finală de angajament, pentru un management sindical eficient.

Discuțiile scriptate incluse ar trebui să includă următoarele situații:

- discuția inițială cu un angajat non-membru;
- discuția de aprofundare și testare un membru potențial lider;
- discuția de angajament și testare avansată cu un lider;
- discuția finală de angajament și recrutare în comitetul de organizare.

La sfârșitul lucrului în echipă, desemnați 2 persoane din fiecare echipă care să prezinte scripturile și să exemplifice prin joc de roluri cel puțin un script.

Timp total: 120 min
Timp de lucru efectiv: 90 min
Timp de prezentare: 30 min

Organizarea internă – planificarea sindicală și stabilirea obiectivelor

PLANIFICAREA ESTE PROCESUL GÂNDIRII COLECTIVE ȘI AL DISCUȚIILOR DESPRE PAȘII ȘI ACTIVITĂȚILE NECESARE PENTRU A ATINGE SCOPUL DORIT



Planuri strategice

Unde vrem să ajungem? Până când? În ce condiții?



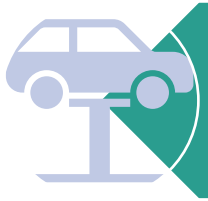
Planuri tactice

Cum vrem să ajungem la destinație? Care este cea mai eficientă cale? Ce mijloace folosim să înaintăm spre obiectivele noastre?



Planuri operaționale

Cine pune lucrurile în mișcare? În ce fel? În ce perioadă de timp? Cine verifică că mergem unde trebuie?



Planuri de contingență

Ce facem când planurile se strică sau nu funcționează? Cum ne pregătim pentru greșeli sau pentru eșecuri?

Organizarea internă – campaniile sindicale

Obiectivele strategice pot fi atinse prin **campanii sindicale**

Campanie sindicală **= set de acțiuni colective coordonate** de comitet cu scopul de a atinge un obiectiv și pe o anume temă

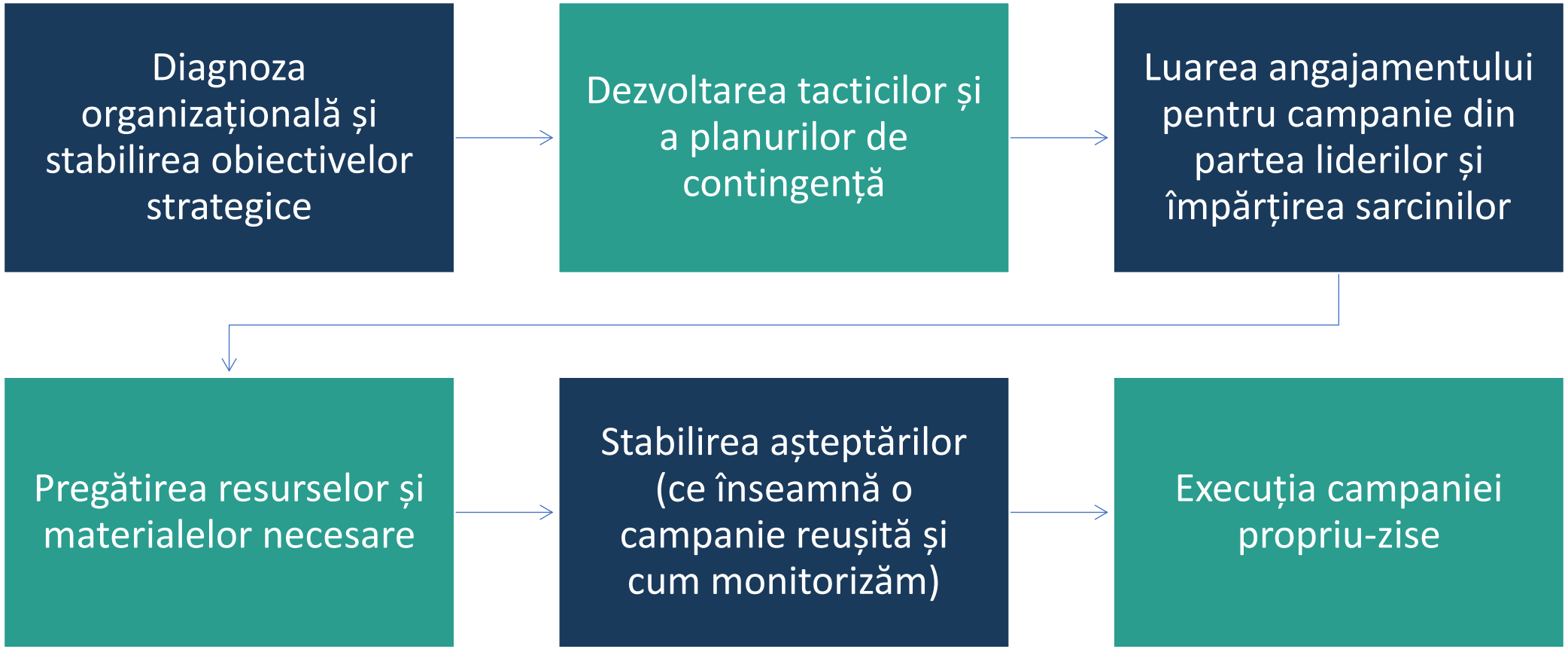
De durată, intensitate și amploare variabilă

Scopurile uzuale sunt **rezolvarea unor probleme prin organizare colectivă** și **consolidarea organizației**

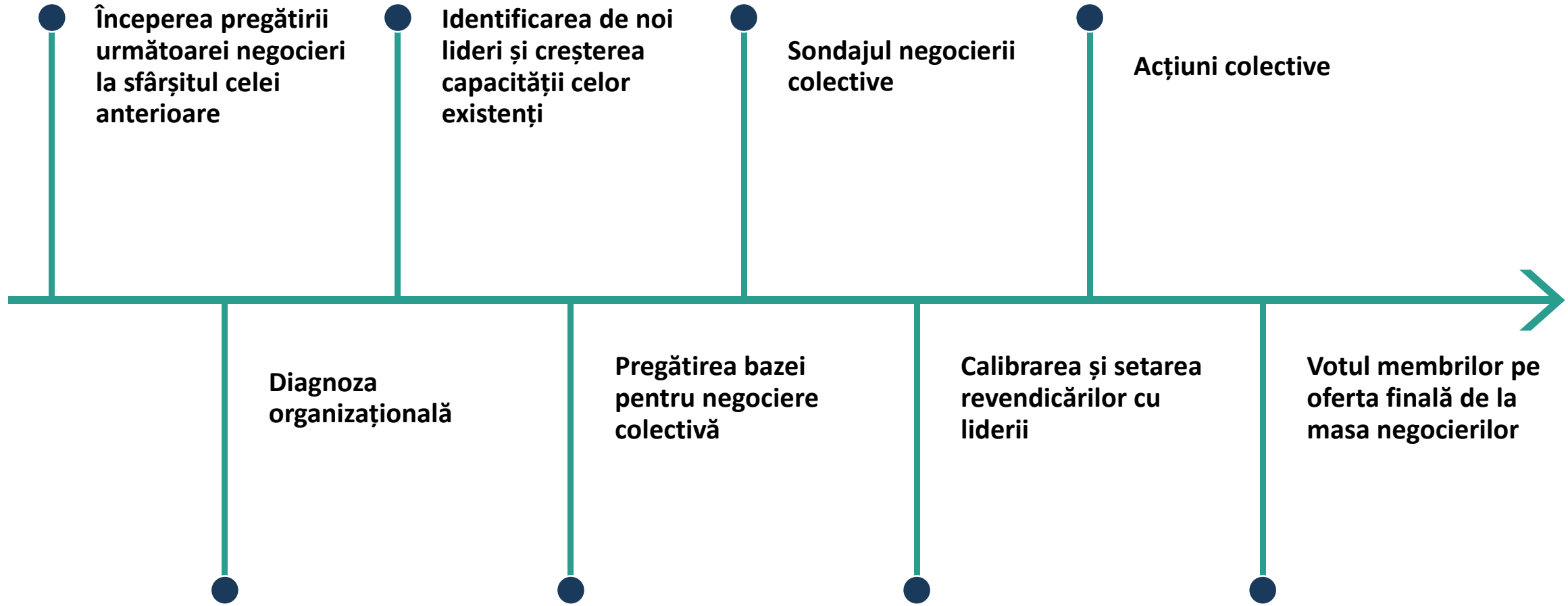
Cel mai des folosite în jurul negocierilor colective, însă pot fi folosite în orice perioadă și la orice nivel

Exemple de acțiuni colective coordonate: **discuții 1-la-1, ședințe de grup, sondaje, flyere, mitinguri, discuții cu conducerea**

Organizarea internă – pregătirea campaniilor sindicale



Organizarea internă – pregătirea în teren a negocierilor colective



Organizarea internă – negocierea colectivă

NEGOCIEREA COLECTIVĂ
=
CEL MAI BUN PRILEJ DE CONSOLIDARE SINDICALĂ PENTRU CĂ ÎN JURUL EI SE POT ORGANIZA CAMPANII SINDICALE LA NIVEL ÎNALT, SE POT MOBILIZA ANGAJAȚII PRIN REVENDICĂRILE SINDICATULUI ȘI SE POT IMPLICA MEMBRII ÎN PROCESUL DECIZIONAL

Ex. 5: STUDIU DE CAZ: Consolidarea organizațiilor prin negociere colectivă – Sindicom 2025

Auchan Romania

- ~6500 de angajați
- >50 de magazine în peste 20 orașe
- Istoric controversat sindical
- Acord global semnat în 2017

Sindicatul Național Sindicom

- Format în 2023 cu sprijinul UNI-SEEOC
- Prima negociere în 2024 cu sprijinul FSC
- Devenit reprezentativ la finalul lui 2024

Negocierea colectivă 2025

- Începută în aprilie 2025
- ~2400 membri Sindicom
- Lideri Sindicom prezenți în jumătate dintre magazine

Ex. 5: STUDIU DE CAZ: Consolidarea organizațiilor prin negociere colectivă – Sindicom 2025

- Discuții 1-la-1
- Sondaj CCM
- Adunare Generală
- Insigne sindicale
- Multiple flyere
- Ședințe sindicale regulate
- Mesaje regulate de informare
- Petiție
- Vot CCM



Ex. 5: STUDIU DE CAZ: Consolidarea organizațiilor prin negociere colectivă – Sindicom 2025

Creșterea numărului de membri cu 10%

Identificarea liderilor sindicali în alte 10 magazine (+creșterea numărului de lideri în restul magazinelor+creșterea comitetului)

Creșterea capacității organizaționale

Acces mărit la angajați dispuși să se înscrie și să se implice

O mai bună înțelegere a mecanismului negocierii colective din partea bazei

Organizarea internă – diagnoză organizațională

COMITETUL AR TREBUI SĂ-ȘI ANALIZEZE RECURENT ORGANIZAȚIA, ATÂT PENTRU A IDENTIFICA VULNERABILITĂȚILE, CÂT ȘI PENTRU A-ȘI CUNOAȘTE PROPRIA PUTERE



Densitatea sindicală

Numărul de membri din numărul de angajați, atât total, cât și pe zone



Maparea membrilor și a liderilor

Unde avem membri și lideri și unde nu



Resursele organizației

Lideri, activiști, membri activi, bani, timp sindical, informații, acces etc



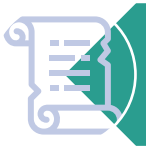
Relația cu angajatorul și contextul economic

Atitudinea angajatorului față de sindicat și alți factori externi ce pot influența negocierile



Sprijinul extern

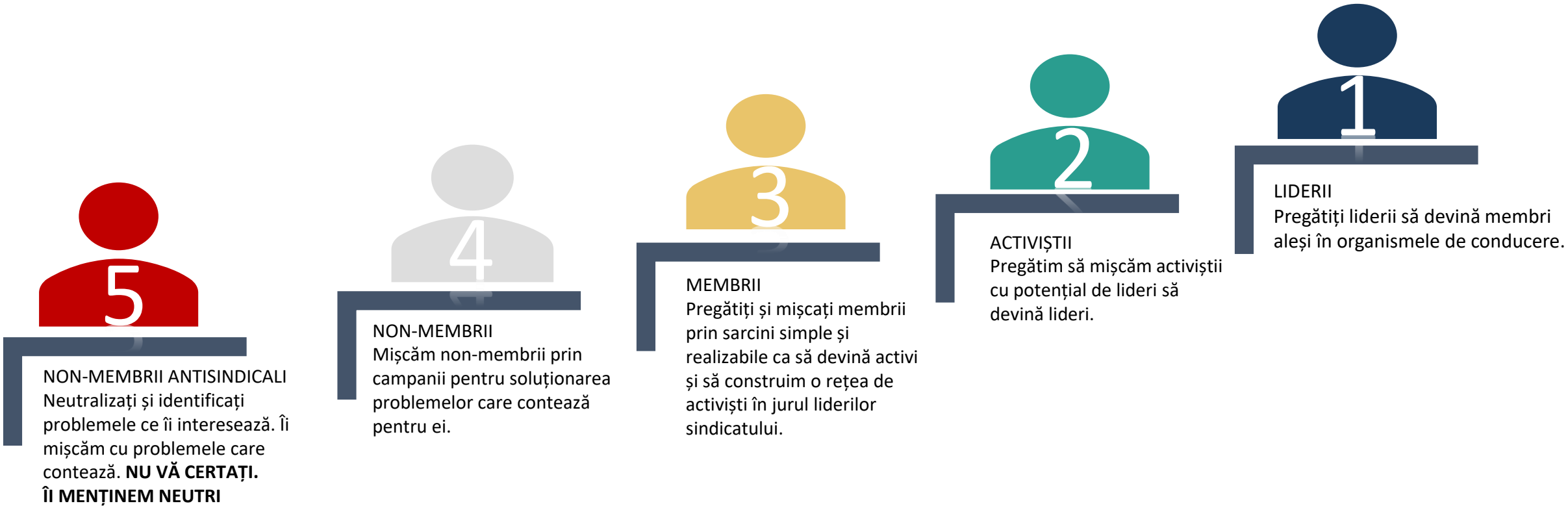
Federații, confederații, organizații sindicale naționale și internaționale, ONGuri, presă, clienți etc



Istoricul sindical

Victoriile avute până acum, testele de structură precedente, experiențele angajaților

Organizarea internă – diagnoză organizațională - maparea



Organizarea internă – diagnoză organizațională - resurse



Oameni

Cea mai importantă resursă => prin oameni (lideri, activiști, membri) se obțin și restul



Bani

Importanți pentru activitatea sindicală, materiale, infrastructură, putere de mobilizare etc



Timp sindical

Dacă este negociat în CCM; dacă nu, timpul liber oferit de membri pentru activitatea sindicală



Informații

Atât cele formale, obținute în negociere, cât și cele informale, din discuțiile 1-la-1



Acces

Cât de ușor putem ajunge să vorbim cu angajații



Conștiință organizațională

Cât de mult se identifică membrii cu organizația și cât înțeleg puterea colectivă

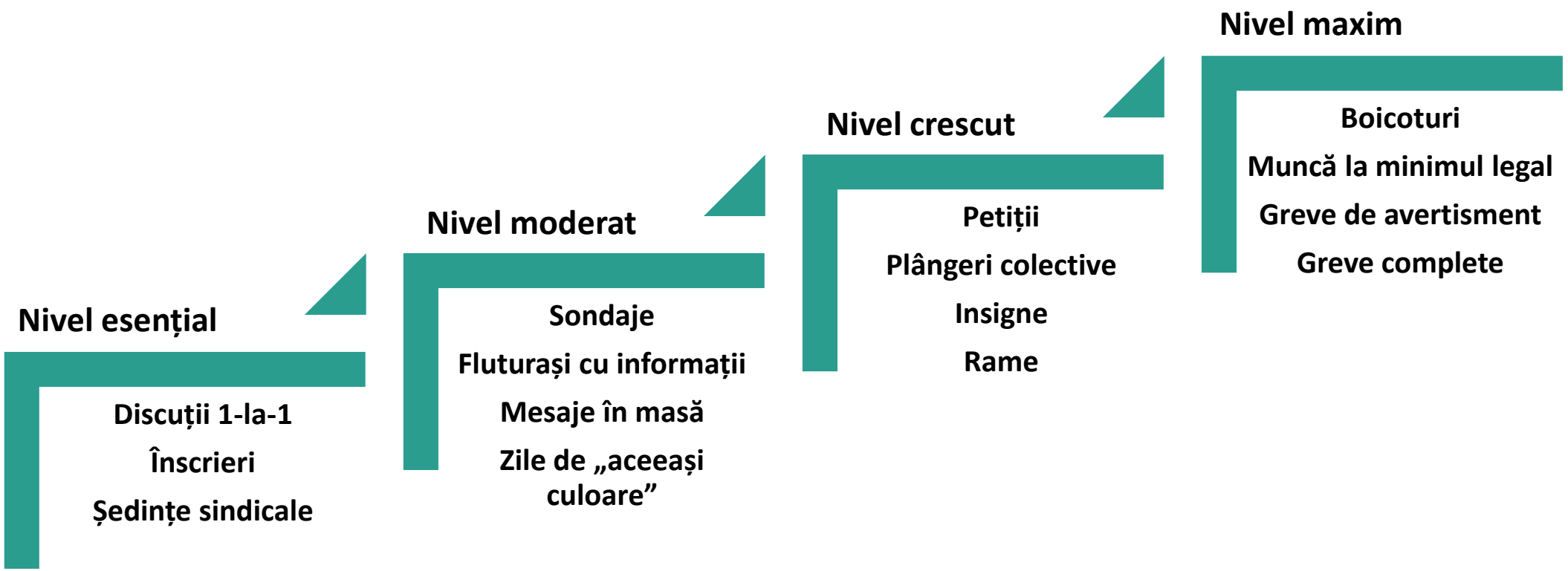
Organizarea internă – testarea structurilor prin acțiuni colective

Test de structură
=
O acțiune colectivă a cărui rezultat poate da comitetului o măsură a capacității organizaționale

De obicei, acțiuni de un nivel mai scăzut (ex. sondaje) ca pregătire pentru acțiuni de nivel mai înalt

ATENȚIE: testele de structură sunt utile doar dacă urmărim metodic aplicarea și rezultatul lor în teren și avem criterii prestabilite în funcție de care să judecăm succesul lor

Organizarea internă – tipurile de acțiune colectivă



Organizarea internă – etapele unei campanii sindicale



Ex. 6: LUCRU ÎN ECHIPĂ: Analiza unei organizații și construcția unei campanii

Participanții vor fi împărțiți în 4 echipe separate pe sector – IT și Cultură.

Lucrând în echipă și bazat pe prezentarea anterioară și pe experiența trăită, prezentați contextul sindical și identificați 2 puncte tari și 2 puncte slabe organizaționale comune din sindicatele din care proveniți, din punct de vedere al organizării interne sindicale. Construiți apoi o mică campanie sindicală pe baza unei probleme sau teme relevante pentru organizația voastră.

Campania ar trebui să conțină cel puțin:

- tema aleasă pentru campanie, obiectivele campaniei și tacticile folosite
- exemple de sarcini efective și cum vor fi împărțite
- acțiunile colective întreprinse
- responsabilii pentru campanie și implementarea ei
- cum veți folosi punctele tari în implementarea campaniei
- cum veți folosi campania pentru a întări punctele slabe

La sfârșitul lucrului în echipă, prezentați campania, folosindu-vă de flipchart la nevoie.

Timp total: 45 min
Timp de lucru efectiv: 30 min
Timp de prezentare: 15 min

Marketingul sindical – comunicarea internă și externă

DE CE COMUNICĂM?

COMUNICAREA = PARTE INTEGRALĂ DIN ORGANIZARE

Marketingul sindical – comunicarea cu membrii

COMUNICAREA CU MEMBRII TREBUIE SĂ FIE BIDIRECȚIONALĂ

EDUCARE

INFORMARE

ACTIVARE

MOBILIZARE

SUSȚINERE

PARTICIPARE



Probleme

Informații

Acces

Nivel de înțelegere

Nivel de implicare



Soluțiile sindicale

Informații

Înscrierea altor colegi

Organizare colectivă

Importanța acțiunilor colective

Marketingul sindical – comunicarea cu non-membrii

Principalul obiectiv = înscrierea (sau neutralizarea)

Identificarea problemelor

Educarea privind soluția prin organizare colectivă

Necesitatea înscrierii pentru a putea adresa problemele lor

Oportunitatea explicită de înscriere

Marketingul sindical – comunicarea indirectă

Comunicarea sindicală va depăși nivelul angajaților, voit sau nevoit

Orice mesaj sindical trebuie gândit în ideea că poate ajunge la angajator, alți parteneri de dialog social sau la potențiali aliați externi

În același timp, și comunicarea cu angajatorii sau alte părți va ajunge la angajați

Astfel, comunicarea sindicală trebuie să ia în calcul întotdeauna și comunicarea indirectă: ce transmitem mai departe de nivelul destinatarului

Marketingul sindical – consolidarea organizațiilor patronale

Marketingul sindical de succes poate duce și la consolidarea organizațiilor patronale

Victoriile repetate sindicale, bine comunicate în spațiul public și mai ales în rândul angajaților și angajatorilor din sector, tiind să ducă către organizare crescută pe ambele părți și în alte companii

Pentru o bună negociere colectivă la nivel de sector, sunt necesare nu doar organizații reprezentative sindicale, dar și patronale

Astfel, o comunicare sindicală foarte bună poate duce inclusiv la consolidarea unui dialog social la nivel mai înalt

Ex. 7: DISCUȚIE FOCUS GRUP: Exemple de comunicare sindicală

Schimb de experiențe, exemple și idei despre comunicarea sindicală pe baza experiențelor specifice pe sector. Discuția va fi ghidată de formator.

Subiectele abordate vor fi:

- contextul specific al comunicării sindicale în sindicatele participanților
- experiențele participanților privind marketingul sindical
- exemple de marketing și comunicare sindicală considerate bune practici de către participanți
- identificarea obiectivelor comunicării sindicale
- tipurile de comunicare sindicală folosite în experiența participanților
- exemple de bune practici de marketing și comunicare din alte domenii ce pot fi transpuse și în mediul sindical
- asemănări și deosebiri între sectoarele de activitate privind comunicarea sindicală

Ideile principale reieșite din urma focus grupului vor fi notate sumar pe flipchart.

Timp total: 45 min

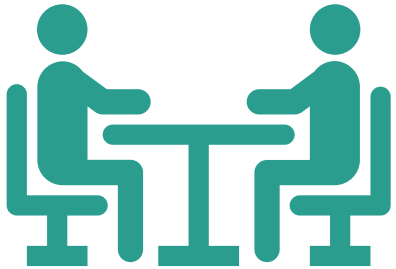
Marketingul sindical – mijloace de comunicare și mobilizare în masă

Campaniile sindicale au ca scop mobilizarea unui număr mare de angajați pentru atingerea obiectivelor

Avem astfel nevoie de mijloace de comunicare și mobilizare în masă prin care putem să ajungem eficient la un număr mare de angajați într-un timp scurt

Marketingul sindical – discuțiile 1 la 1

Discuțiile 1-la-1
=
Unealta de bază a comunicării sindicale
inclusiv ca punct de pornire pentru comunicarea în masă



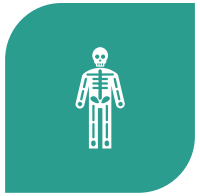
Discuțiile 1-la-1 devin mijloc de comunicare în masă când:

- **sunt făcute sistematic și la scală largă, folosite împreună cu maparea**
- **implică un număr mare de lideri și majoritatea angajaților**
- **sunt folosite scripturi sindicale sau alte metode de a menține consecvența mesajului**
- **pot fi contorizate, sunt raportate și concluziile discuțiilor sunt notate**

Marketingul sindical – mesajele în masă

- Adaptate platformei folosite (WhatsApp, email, SMS etc)
- Fie scurte și dese, fie lungi și rare
- Informațiile esențiale și îndemn la acțiune
- Întotdeauna legate de înscriere și putere colectivă
- Risc mare de a fi ignorate sau de a nu fi văzute (necesar să fie dublate de discuții scurte în persoană sau telefonice)

Marketingul sindical – sondaje



SCURTE – PE O SINGURĂ PAGINĂ



CONȚIN INFORMAȚII DESPRE DE CE FACEM SONDAJUL ȘI CUM VOM FOLOSI INFORMAȚIILE



UȘOR DE COMPLETAT



DE INTERES PENTRU ANGAJAȚI

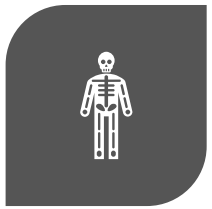


CER DETALIILE DE CONTACT



ÎNTREBĂRI DESCHISE/ÎNCHISE

Marketingul sindical – flyere



SCURTE – DAR SĂ NU NE FIE FRICĂ DE PREA MULTE INFORMAȚII DACĂ SUNT RELEVANTE



NE ASIGURĂM CĂ SUNT DE INTERES PENTRU ANGAJAȚI



EDUCĂ LUCRĂTORII DESPRE PROBLEMELE LOR



UȘOR DE CITIT (FONT 12 SAU 13)



FOLOSIM LISTE DE PUNCTE



FOLOSIM IMAGINI



INCLUD INFORMAȚII DESPRE NUMELE, FUNCȚIA, DETALIILE DE CONTACT ALE ACTIVIȘTILOR



FOLOSIM CITATE DE LA ANGAJAȚI FĂRĂ A-I NUMI

Marketingul sindical – social media

NU ESTE NECESAR

Prezența pe social media doar dacă prezintă un avantaj (ex. întindere națională a companiei, număr foarte mare de angajați)

→

POSTĂRILE SUNT VIZIBILE TUTUROR

Comunicarea trebuie să ia în calcul că oricine poate vedea postările și moderat conținutul ca atare

→

Comunicarea trebuie să fie unitară, profesionistă și să transmită încredere și competență

↓

GRIJĂ LA COMENTARII

→

O bună demonstrație de forță și resurse atunci când le avem (ex. fotografii de la o acțiune colectivă de succes)

→

De folosit cu precădere când vrem să comunicăm cu publicul larg și indirect cu angajatorul

Marketingul sindical – acțiunile colective

VICTORIILE
=
CEL MAI BUN
MARKETING
SINDICAL

Acțiunile colective de succes comunică mesajul sindical cel mai bine atât angajaților cât și angajatorilor!

Ex. 8: LUCRU ÎN ECHIPĂ: Plan de consolidare sindicală și elaborarea materialelor de comunicare

Urmând instrucțiunile de pe fișa de exercițiu primită, rolul vostru este să dezvoltați un plan de consolidare sindicală în jurul negocierii colective și să elaborați câteva exemple de materiale de comunicare ce le veți folosi în această campanie (mesaje, sondaje, flyere etc) ca marketing sindical, precum și să decideți cum și când veți folosi aceste materiale.



După elaborarea planului și a materialelor de comunicare, fiecare echipă va desemna cel puțin o persoană care să prezinte planul de consolidare și materialele lucrate.

Timp total: 165 min
Timp de lucru efectiv: 120 min
Timp de prezentare a planului și a materialelor: 45 min

Vă mulțumim pentru participare!