

Работа с партнерами¹

Работа с партнерами – это один из этапов проектного цикла. Партнерство – важный элемент полезного социального проекта.



КТО МОЖЕТ БЫТЬ ПАРТНЕРОМ ПРОЕКТА

Партнеров проекта можно условно разделить на две категории:

1. Организации из разных секторов общества
2. Активные граждане, инициативные группы и сообщества

К **партнерам-организациям** относятся:

Некоммерческие организации – юридически зарегистрированные в виде различных организационно-правовых форм организации, которые решают актуальные социальные проблемы на территории, оказывая разнообразную помощь конкретным целевым группам.

Бизнес-компании – юридические лица (абсолютно любые, начиная от индивидуальных предпринимателей и кончая крупными международными холдингами), производящие товары и услуги, основной целью которых является извлечение прибыли и дальнейшее ее распределение между учредителями.

Органы государственной власти и госучреждения – организации и учреждения государственной власти федерального, регионального и местного уровня; как на уровне отдельных комитетов/департаментов (молодежной, социальной, культурной и т.п. политики), так и на уровне Правительства города/области. В эту

¹ Для подготовки материала использован опыт участников Школы проектного менеджмента (2017)

же группу входят **госучреждения** (дома культуры, библиотеки, центры социального обслуживания населения, школы и т.п.).

СМИ – печатные газеты и журналы, радио, телевидение и интернет-медиа; местные, региональные и федеральные.

Комбинацию институциональных партнеров для вашего социального проекта по их качеству и количеству каждый волен выбирать сам в зависимости от особенностей вашей территории и целей, которые вы перед собой ставите.

Партнерами-гражданами и инициативными группами могут стать:

Эковолонтеры – люди, объединенные идеей «чистого города», которые или сами иницируют различные экологические акции, или активно подключаются к городским событиям и внутри них делают эко-площадки.

Автоволонтеры – люди, которые готовы стать «бесплатным такси» для нужд благотворительных организаций и мероприятий.

Серебряные волонтеры – люди 55+, которые уже вышли на пенсию, но продолжают вести активный образ жизни и готовы отдавать свое время и компетенции на общественно-полезные цели.

«Мамские» сообщества – женщины, которые находятся в отпуске по уходу за ребенком и готовы часть свободного времени уделять решению социальных проблем на территории, преимущественно связанных с темами семьи и детей.

Блогеры – люди, чьи интернет-дневники читаются большим количеством жителей города, которые готовы включить социальную повестку в свои публикации, в том числе активно призывать своих подписчиков к участию в полезных городских событиях.

Можно привлечь к участию в проекте любые другие группы или отдельных активных граждан вашего города или посёлка.

КАК ПОНЯТЬ, КАКОЙ ПАРТНЕР НУЖЕН

Бывает, что на старте проекта у вас уже есть надежный, мотивированный партнер, с которым хорошо работать.

А если вы только планируете проект, то как понять, какой партнер вам нужен? Ответ – тот, который отвечает сразу трем критериям:



- Предоставит то, что вам действительно нужно для проекта, без чего не обойтись;
- Кроме этого, партнер «На нашей волне», то есть работать с ним легко, прозрачно и эмоционально приятно;

- При этом всем – вы понимаете, почему партнер будет с вами до конца, а не бросит проект на середине. Вам понятна мотивация партнера.

Если эти три критерия одновременно присутствуют – значит, стоит договариваться о сотрудничестве!

ЧТО И КОГДА МОЖНО ПОЛУЧИТЬ ОТ ПАРТНЕРОВ

С каждым из партнеров важно выстроить свою траекторию взаимодействия для того, чтобы получить необходимые вам ресурсы.

Если говорить про граждан и сообщества, то здесь все просто – они преимущественно могут дать время, вовлечение своего круга и свои компетенции.

Партнеры-организации обладают более широким спектром возможностей.

Некоммерческие организации могут дать:

1. Методические наработки (свой и чужой опыт в решении социальных проблем)
2. Квалифицированных специалистов (сотрудников и экспертов)
3. Материальные ресурсы, которыми обладают (помещение, оборудование и т.п.)
4. Волонтеров

Бизнес может дать

1. Денежное пожертвование на:
 - проведение всего проекта
 - отдельные статьи бюджета
 - проведение отдельных мероприятий проекта
 - административные расходы
2. Товары, услуги, оборудование, транспорт, помещения и т.п.
3. Время для:
 - оказания услуг pro-bono (волонтерства по профессии)
 - участия в проекте корпоративных волонтерских команд.

Органы государственной власти могут дать:

1. Информационную и организационную поддержку
2. Нефинансовые ресурсы: помещение, автобус, оборудование, волонтеров
3. Деньги, если вы примете участие в государственных программах по поддержке социально-ориентированных НКО.

СМИ могут дать:

1. Публикации в своих изданиях (а если договориться о цикле публикаций, то можно получить отсроченный PR эффект)
2. Репортажи от очевидцев, если приглашать их к участию в мероприятиях проекта (акциях, пресс-турах и т.п.)
3. Время – если станут корпоративными волонтерами.

Обращаясь к партнерам-организациям, стоит учитывать их сроки принятия решений по вопросам выделения поддержки – финансовой и другого типа.

Так, если для СМИ может быть нормально получить от вас информацию за 2-3 дня (например, пресс-релиз об одном из мероприятий проекта), то бизнес формирует свой бюджет за год, а органы власти обычно в определенное время объявляют конкурс на получение субсидий.

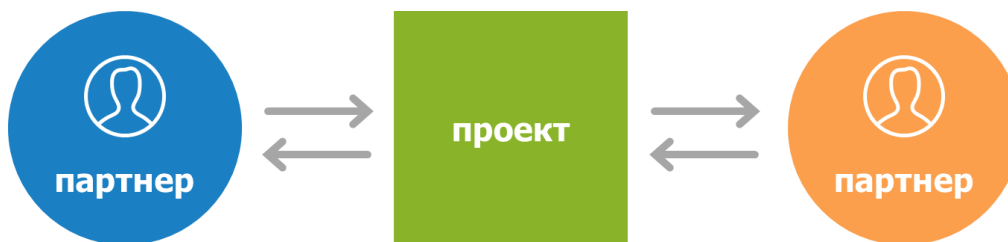
Все договоренности как с организациями, так и с неформальными партнерскими группами старайтесь закреплять письменно. С юридическими лицами лучше заключать договор, а если это затруднительно, то хотя бы написать письмо с перечислением взаимных обязательств и получить на него согласие. Такое же письмо подойдет для работы с неформальными партнерами.

ЧТО ВАЖНО В ПАРТНЕРСТВЕ

Взаимовыгодное сотрудничество

В проекте могут быть разные партнерства – информационные, имиджевые, партнерства для материальной и организационной поддержки и так далее. Но не всех, с кем ваша организация взаимодействует, стоит называть партнерами. Мы рекомендуем для выстраивания партнерства запомнить важный принцип.

Качественное партнерство получается если:



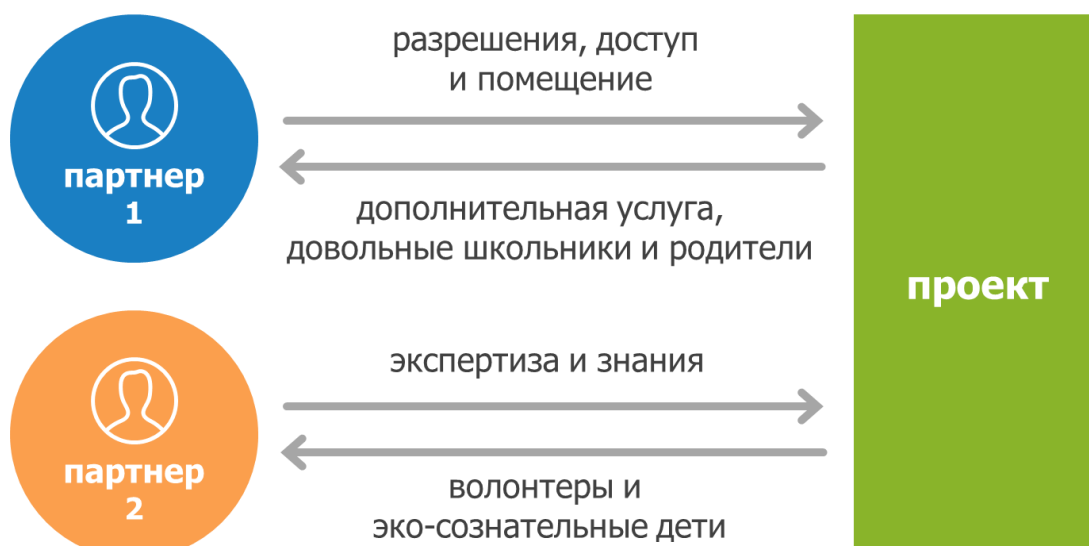
Каждый партнер что-то вкладывает (время, ресурсы, знания и так далее)

И Каждый партнер что-то получает (то есть, вам известны мотивы друг друга – какую пользу получит каждый партнер)

Качество отношений

Социальным проектом будет легко управлять, если в нем будет от одного до трех партнеров. Помните, что количество – точно не главное. Лучше иметь немного, но хорошо проработанных партнерств. Хорошо проработанные партнерства – это те, где понятно, что каждый партнер вкладывает и зачем это нужно каждому.

Например:



Работа после завершения проекта

Важно понимать, что работа с партнерами после проекта не заканчивается. Стоит (конечно, с их согласия) информировать партнеров о ваших мероприятиях после проекта (например, подписать на рассылку), приглашать на них (например, лишний раз позвонив) и т. п. Тогда в процессе совместного времяпровождения вы сможете оценить, насколько партнер доволен тем, как развиваются ваши отношения и используются данные им ресурсы.

Прозрачность отношений

Ну и, конечно, не забудьте предоставить партнерам отчет о результатах партнерства. Даже если вас об этом не просили, отчет станет хорошим показателем вашего профессионализма и, возможно, первым шагом к новым отношениям, может быть не только в рамках проекта.