



ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С КОРПОРАТИВНЫМИ ПАРТНЕРАМИ

Анна Чечик,

Директор по развитию БФ «Система»

КОРПОРАЦИЯ АФК «СИСТЕМА»



15+ отраслей

30+ компаний

80+ отраслей

150 тысяч сотрудников

3 млрд. рублей социальных инвестиций

Благотворительный фонд «Система» - оператор социальных и экологических инвестиций Корпорации



КОРПОРАТИВНЫЙ ПАРТНЕР - ЭТО КОМПАНИЯ СО СХОЖИМИ ЦЕННОСТЯМИ

Зачем НКО бизнесу (критерии):

1. Экономические
2. Региональные
3. Ценностные
4. Социальные
5. Личные

Зачем бизнесу НКО:

1. Эксперт по решению социальной проблемы
2. Эксперт по работе с целевой аудиторией / благополучателями
3. Региональный эксперт
4. Эксперт по созданию «добра»



ВАРИАНТЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

РОССИЙСКИЕ ПРАКТИКИ

Участие в акции от НКО

«Благотворительность вместо сувениров», «Совместные дары», «Помоги, не касаясь», «Дети вместо цветов»
Корпоративное волонтерство

Пожертвования от компании

Отчисления в рамках маркетинговых акций и проектов (% от прибыли, часть от стоимости продукта или услуги)
Перечисление на уставные цели или на проекты
Участие в партнерстве (регулярные отчисления для вступления в статус партнера НКО)

Организация мероприятий

Проведение благотворительного аукциона, концерта
Организация совместного сбора средств
Информационная поддержка НКО

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ПРАКТИКИ

Отчисление за участвующих в поддержке НКО сотрудников

Удвоение пожертвований сотрудников
Перечисление однодневной зарплаты в счет НКО
Перечисление средств за каждый час волонтерства
Перечисление средств за участие в акции НКО

Сбор и/или подготовка подарков

Сотрудники самостоятельно собирают подарки
«Браслеты храбрости» в рамках акции поддержки НКО

Организация мероприятий

Проведение Рождественского концерта, отчисление прибыли в пользу НКО
Организация забега/ велокросса для сбора средств

АЛГОРИТМ РАБОТЫ С ПАРТНЕРАМИ

ПОДГОТОВКА

- 1 Работа с партнерами должна вестись **постоянно, непрерывно и в позитивном ключе.**
- 2 Прежде чем контактировать с компанией, нужно убедиться, что деятельность НКО включена в важные для компании направления, которые поддерживаются.
- 3 **Персональный подход** – важная составляющая успеха. Для этого можно даже собирать «досье» на компанию и менеджера, чтобы понять, как лучше подступить для установления контактов.

ПОДДЕРЖАНИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ

Обязательно нужно **коммуницировать результаты** работы по конкретному проекту, а также по деятельности в целом.

КОММУНИКАЦИЯ -

создание ценности для корпоративных фандрайзеров.

Должно быть понятно:

**Кто вы и что предлагаете?
Почему именно вы?
Какая ценность для компании?**

Краткость и четкость очень важна и в письме, и в презентации.

Фокус первых встреч – это не продажа проекта НКО, а **понимание ситуации и приоритетов партнера** в данный момент.