

Բիզնեսի հետ աշխատելու ավգորիթ

Բիզնես դոնորների հետ աշխատելու համար դրամահավաքները ընկերությունների հետ համագործակցելիս հետևում են պարզ և արդյունավետ ավգորիթին, որն ապացուցված է տարիների ընթացքում:

Առաջին քայլը կարիքի գնահատումն է (ինչ կարիք ունի ձեր շահույթ չհետապնդող կազմակերպությունը): Կարևորն այստեղ բացահայտելն է ձեր կարիքները և գտնել բիզնես, որը կարող է բավարարել դրանք: Հաճախ ՀԿ-ները չեն կարողանում հստակ սահմանել, թե ինչ է անհրաժեշտ և ինչու: Դա անելու համար կարևոր է ուշադիր ուսումնասիրել ձեր նախագծի բյուջեն և հասկանալ, թե դրա կետերից որն է պետք վճարել կանխիկ, և որը կարելի է ձեռք բերել ռեսուրսների տեսքով: Օրինակ՝ միայն աշխատավարձի համար գումար է պետք, բայց տեխնիկայի վարձույթ, գրասենյակային պարագաներ, տպագրական ծառայություններ, սննդի ծախսեր և այլն կարելի է փնտրել բնօրինակով: Ձեր բիզնեսի դոնորը կարող է ամբողջությամբ, մասամբ ծածկել այդ ծախսերը կամ տրամադրել զեղչեր:

Խորհուրդ է տրվում ընկերությունից խնդրել այն ապրանքը/ծառայությունը, որը նա արտադրում է: Կարևոր է նաև հիշել, որ բիզնեսն աջակցում է ոչ թե ձեր NPO-ին, այլ ձեր հիվանդասենյակներին:

Երկրորդ քայլը դոնոր գտնելն ու ընտրելն է՝ մեկին, ով կարող է ձեզ տալ այն, ինչ ձեզ հարկավոր է:

Դրա համար անհրաժեշտ է օգտագործել դոնորներ գտնելու բոլոր հնարավոր տարբերակները: Ահա դրանցից մի քանիսը:

- Ծանոթների ու ընկերների ջերմ շրջանակ, ովքեր պոտենցիալ դոնոր ընկերությունների աշխատակիցներ են: Խնդրեք կապեր՝ համագործակցությունը քննարկելու համար:
- Ձեռնարկատերերի և գործարար համայնքների տարբեր միավորումներ, ձեռնարկատերերի պալատներ և այլն:
- ՀԿ-ների պարտադիր մասնակցությունը ցուցահանդեսներին, կոնֆերանսներին, կլոր սեղաններին, բաց դռներին՝ հետագա բանակցությունների համար անհրաժեշտ շփումների ներգրավմամբ:
- Որոնել ինտերնետի միջոցով, մասնավորապես՝ տարածաշրջանի գովազդային պաստառների վրա տեղադրված ընկերությունների կայքերի և ինտերնետային ռեսուրսների միջոցով:
- Տպագիր հրապարակումներ և էլեկտրոնային լրատվամիջոցներ. Հոդվածների ուսումնասիրություն ամսագրերում/առցանց պորտալներում, որտեղ հրապարակվում են ընկերության հաջողության պատմությունները և վարկանիշները:
- Այլ ՀԿ-ների կայքեր և «մեր գործընկերներ» բաժինները: Այնտեղ դուք կգտնեք այն ընկերությունների ցուցակները, որոնք արդեն ներգրավված են բարեգործական ծրագրերում և ավելի հեշտ է կապ հաստատել, եթե նրանք ցանկանում են աջակցել ավելի շատ ՀԿ-ների: Դուք կարող եք նրանց առաջարկել համագործակցության ձեր սեփական տարբերակը:

Երրորդ քայլ. ձևակերպեք առաջարկ դոնորի համար և կապվեք ընկերության հետ:

Այս քայլի համար դուք պետք է կիրառեք վերը նշված 3-րդ քայլում նշված մեթոդները: Աշխատանքի յուրաքանչյուր փուլի համար կան կարևոր առաջարկություններ և խորհուրդներ:

- Նամակները և ներկայացումները կարող են լինել թղթային կամ էլեկտրոնային ձևով: Այստեղ կարևորը դիզայնի որակն է և առաջարկի հստակությունը:
- Հիշիր. Հիմնական պայմանավորվածությունները առավել հաճախ ձեռք են բերվում անձնական հանդիպման ժամանակ:
- Ներկայացումը չպետք է գերազանցի 10 սլայդների սահմանը (ցանկալի է), լինի ձկուն և տրամաբանական իր կառուցվածքով, ունենա կոմպակտ տեքստ և համապատասխան պատկերներ՝ ցանկալի ուղերձն ու էմոցիաները փոխանցելու համար:
- Նամակ/ներկայացում ուղարկելուց առաջ կարևոր է նախնական զանգ կատարել և տեղեկացնել, որ այն ուղարկվել է, դա մեծապես կբարձրացնի ձեր առաջարկի վերանայման հնարավորությունները:
- Ցանկալի է ձեռք բերել հաջող հեռախոսային բանակցությունների հմտություններ, քանի որ... այս կեսը երաշխավորում է անձամբ ձեր բանակցությունների հաջողությունը:
- Կարևոր է պատրաստել հեռախոսային խոսակցության սցենար, որը կօգնի հնչեցնել հիմնական կետերը:
- Դուք պետք է ուշադիր պատրաստվեք անձնական հանդիպմանը. հնարավորինս հստակ ձևակերպեք ձեր նպատակները (նվազագույն և առավելագույն արդյունքներ), վերլուծեք ձեր ուժեղ և թույլ կողմերը, պատրաստեք հաջողված նախագծերի ցանկ, ուշադիր ուսումնասիրեք դոնոր ընկերության մասին տեղեկատվությունը (ցույց տվեք ձեր տեղեկացվածությունը), պատրաստել համագործակցության այլընտրանքային տարբերակներ (այնպես, որից ընտրել), պատրաստել և քննարկել որոշման նախագիծը և հիմնական կետերը:

Կարևոր մասնագիտական խորհուրդ Հանդիպումների ժամանակ դրամահավաքը խոսում է ժամանակի 20-30%-ը և լսում է ժամանակի 70-80%-ը: Սա այն է, ինչը կօգնի ձեզ ստանալ առավելագույն տեղեկատվություն ընկերության մասին և պատրաստել կատարյալ, գոհացուցիչ առաջարկ: