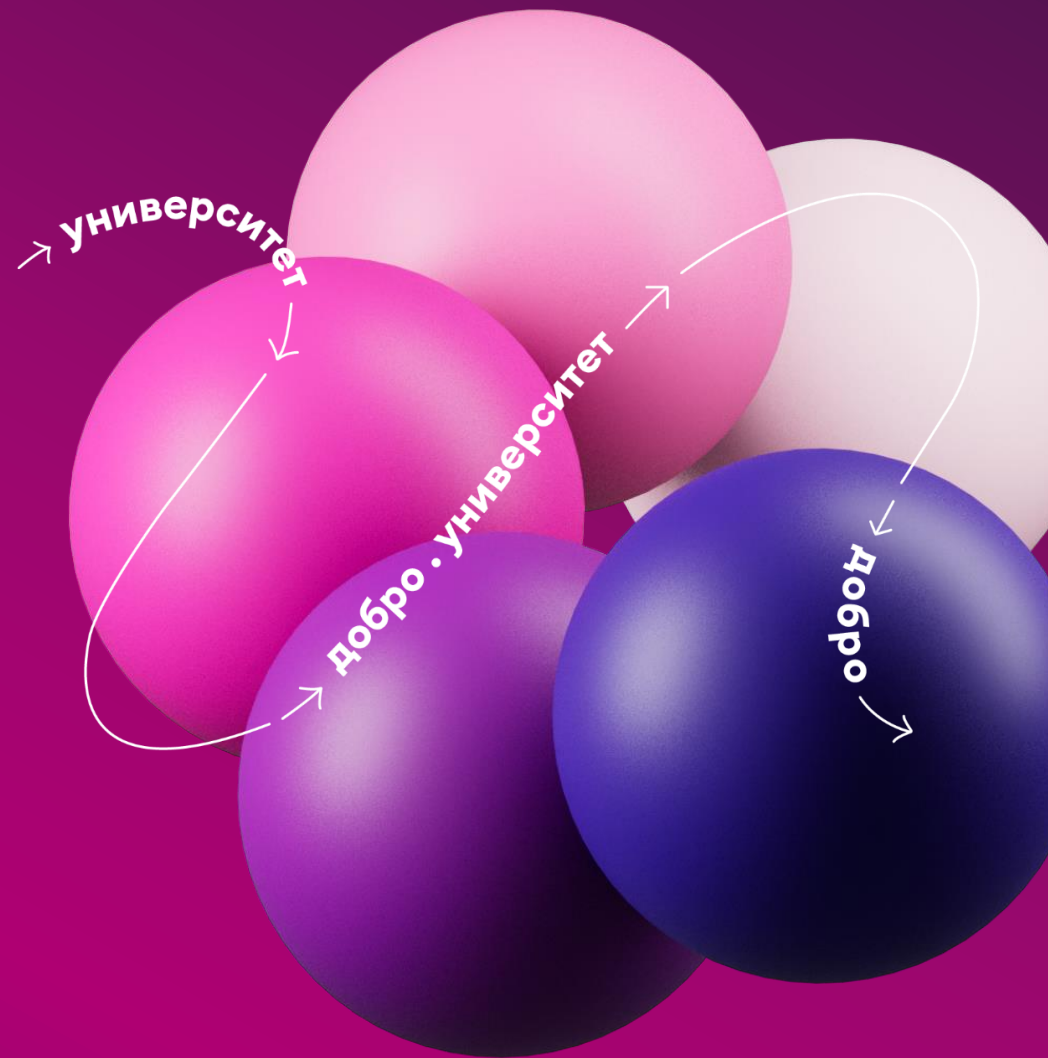


УРОК 1

МОДУЛЬ 2

# ВИДЫ ПАРТНЕРСКИХ ПРОЕКТОВ

Что предложить бизнесу?



Взаимодействие с бизнесом

добро.университет

Модели взаимодействия бизнеса и некоммерческих организаций построены на мотивах бизнес-компаний к сотрудничеству с НКО.

### **Взаимодействие бизнеса с НКО основано на 4 основных мотивах:**

1

ресурсы в обмен на социальный эффект;

3

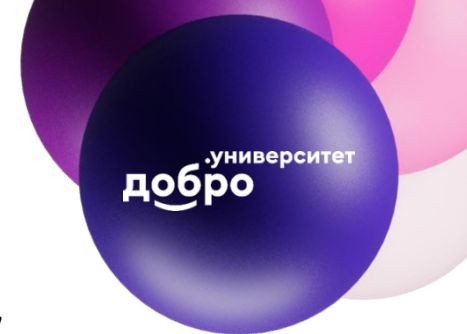
ресурсы в обмен на развитие человеческого капитала;

2

ресурсы в обмен на PR и маркетинговое продвижение;

4

ресурсы в обмен на товары и услуги НКО.



## МОДЕЛЬ № 1

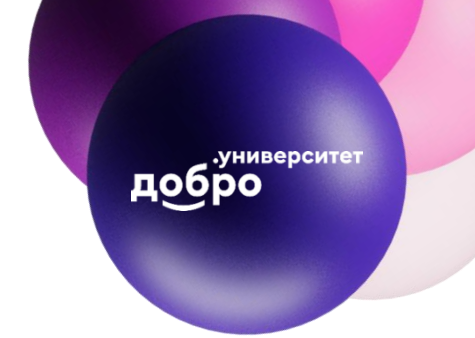
### Благотворительность как основной мотив взаимодействия бизнеса с НКО

Благотворительные программы бизнеса, как правило, направлены на помощь нуждающимся и развитие территорий присутствия компании.

Суть благотворительных программ заключается в материальной поддержке отдельных социальных проектов и инициатив.

#### Механизмы реализации модели:

- денежные пожертвования НКО;
- товарные пожертвования бизнеса;
- грантовые конкурсы бизнеса;
- включение клиентов компании в благотворительную помощь НКО.



### Денежное пожертвование:

- на уставную деятельность;
- на конкретный проект или мероприятие.

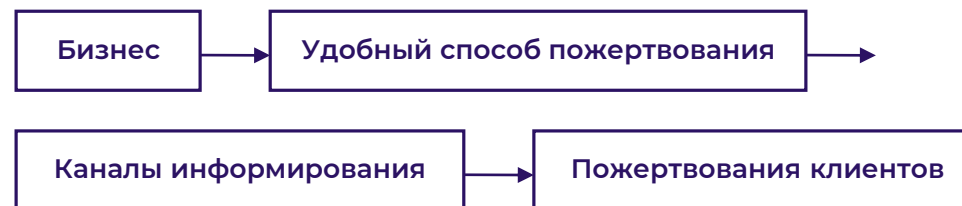
### Товарное пожертвование:

- товары;
- оборудование;
- помещение;
- транспорт;
- другой материальный вклад.

### Грантовые конкурсы:

- для НКО;
- для государственных и муниципальных учреждений;
- для граждан.

### Включение клиентов компании в помощь НКО:



## МОДЕЛЬ № 2

### PR и маркетинг как основной мотив взаимодействия бизнеса с НКО

Для бизнеса цель сотрудничества здесь – получить новых клиентов или потребителей его товаров.

Средства на поддержку НКО выделяются из рекламного и маркетинговых бюджетов.

#### Механизмы реализации модели:

- кобрендинг;
- спонсорство;
- выделение продукции на массовые мероприятия.

### **Кобрединг:**

объединение брендов компании и НКО для достижения общих социальных целей.

### **Спонсорство:**

заказ у НКО услуги по продвижению.

### **Выделение продукции на массовые мероприятия:**

предоставление товаров в качестве промо-акции.

Для эффективной работы со спонсорами нужны реальные рекламные возможности.

## МОДЕЛЬ № 3

### Развитие человеческого капитала как основной мотив взаимодействия бизнеса с НКО

Компании заинтересованы в развитии сотрудников, повышении их компетенций, вовлеченности и доверия к компании, сплочении коллектива.

В этой области они также могут сотрудничать с НКО.

#### Механизмы реализации модели:

- программы корпоративного волонтерства;
- корпоративные благотворительные акции, сбор пожертвований среди сотрудников.

## **Корпоративное волонтерство:**

добровольческая деятельность сотрудников при поддержке компании.

## **Модели организации корпоративных волонтерских программ:**

- Организатор – сама компания.
- Компания и НКО – соорганизаторы.
- Организатор – НКО.

Разновидностью корпоративного волонтерства может быть pro bono – оказание волонтерской помощи своими профессиональными навыками.

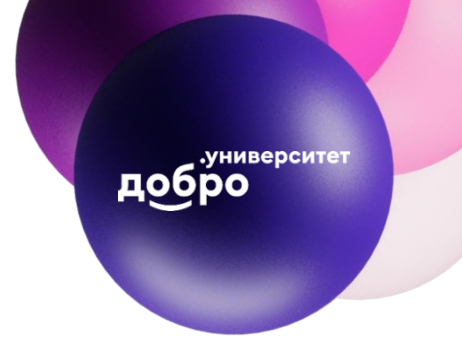
## **Корпоративные благотворительные акции:**

совмещены корпоративные и частные пожертвования.

## **Корпоративные благотворительные акции:**

- сбор и передача денежных средств;
- сбор и передача вещевой помощи.





## МОДЕЛЬ № 4

**Приобретение уникальных товаров и услуг НКО, дающих дополнительные преимущества бизнесу**

### **Механизмы реализации модели:**

- приобретение товаров;
- приобретение услуг.

### **Уникальные товары:**

- сувениры;
- кулинария;
- полиграфия;
- предметы искусства;
- другое.

### **Уникальные услуги:**

- образовательные услуги;
- услуги по организации мероприятий;
- услуги по администрированию благотворительных программ;
- другое.