

**Выгодные сделки
Ярмарка для коммерческих предприятий и
общественно полезных организаций**

Краткое руководство

1	Ярмарка	2
2	Как организовать такую ярмарку на месте?	3
	2.1 Инициативная группа	3
	2.2 Группа устроителей	4
	2.3 Организационная группа	4
3	Поддержка	4
	3.1 Послы	5
	3.2 Первый посол, или протектор	5
4	Ключевые участники ярмарки	6
	4.1 Сторона предложения	6
	4.2 Сторона спроса	6
	4.3 Маклеры	7
	4.4 Ведущий	7
	4.5 Контролеры и эксперты	7
	4.6 Специальные задачи	7
	4.7 Руководство ярмарки	8
5	Правила ярмарки. Семь шагов к успешному партнерству	8

1 Ярмарка

Конференц-зал в центре города. В напряженном ожидании здесь собрались многочисленные представители общественно полезных организаций и коммерческих предприятий.

Вслед за кратким приветственным словом раздается удар гонга – переговоры по общественно полезному сотрудничеству можно начинать.

Поставщики и потребители устремляются на ярмарочную площадь и к отдельным торговым площадкам: "Беремся за дело", "Планирование / Консультации", "Сети контактов". Представители предприятий вступают в разговор с общественно полезными организациями. Заключаются первые соглашения: предприятия предоставляют профессиональную компетентность и рабочее время своих сотрудников или материальное имущество на общественно полезные цели партнеров. Некоторые общественные организации не остаются в долгу и также предлагают предприятиям свою поддержку.

Некоторые поставщики и потребители пока не нашли подходящих партнеров. В таком случае подключаются маклеры и подыскивают для них соответствующих их целям партнеров. Если и это не помогает, ведущий объявляет о таких предложениях или запросах по микрофону, чтобы все-таки найти партнеров для всех участников.

Время торгов близится к концу. Ведущий подбадривает участников перед выходом на «финишную прямую».

Прошло полтора часа, удар гонга извещает об окончании торгов. Оглашается количество и денежный эквивалент заключенных сделок по общественно полезному сотрудничеству.

Небольшой фуршет помогает участникам расслабиться после заключения сделок.

Но кое-кто и по окончании ярмарки продолжает вести переговоры и согласовывать условия новых общественно полезных проектов.

Наконец, все участники в приподнятом, вдохновенном настроении покидают зал.

Информация, которой они делятся друг с другом при выходе, показывает: ярмарка превзошла все ожидания! Для многих организаций и предприятий заложены основы возможного долгосрочного сотрудничества. Во всяком случае, через год все собираются прийти сюда снова.

2 Как организовать такую ярмарку на месте?

Первое: у **инициатора** появляется **идея**, что ярмарка «Выгодные сделки» – это эффективное средство налаживания и укрепления партнерских отношений между предприятиями и общественно полезными организациями.

Второе: инициатор отправляется на поиски других **заинтересованных лиц**.

Третье: все заинтересованные приглашаются на встречу, в результате которой образуется **инициативная группа**, выступающая за проведение ярмарки.

Четвертое: на основе инициативной группы формируется **группа устроителей**, ответственная за организацию и финансирование ярмарки. Она определяет цель и рамки проведения мероприятия, а также обеспечивает необходимый бюджет.

Пятое: члены группы устроителей создают **организационную группу** (группу ответственных устроителей), которая принимает и направляет все меры по подготовке, проведению и последующей обработке ярмарки.

2.1 Инициативная группа

В инициативную группу должны входить как минимум следующие организации (лица):

- организация, располагающая опытом посредничества и обширными сведениями о жизни местного сообщества и основных участниках как общественно полезного, так и экономического секторов;
- два-три коммерческих предприятия – в идеальном случае обладающие знаковым характером для других предприятий – различных отраслей, размеров и типов. Чем более разнообразным будет состав представленных предприятий, тем шире будет отклик в экономическом сообществе;
- два-три учреждения (общественно полезные организации, отраслевые объединения, муниципальное бюро гражданской активности и т. п.), имеющие доступ к намеченным общественно полезным секторам (социальная защита, образование, культура, экология, спорт, мигранты и т. д.), а также к лицам, занимающим ключевые позиции в коммуникационных сетях.

2.2 Группа устроителей

Группа устроителей несет риски (в том числе, финансовые), поддерживает организационную группу своими рекомендациями и представляет проект ярмарки на общественной арене.

Позаботьтесь о том, чтобы в **группу устроителей** прежде всего входили социально активные предприятия и в целом - заинтересованные и компетентные люди, по возможности обладающие широкими полномочиями (то есть не нуждающиеся в дополнительной подстраховке).

2.3 Организационная группа

Организационная группа занимается вопросами оперативного исполнения. Здесь нужны люди, обладающие соответствующей компетентностью и располагающие необходимым временем. Поэтому руководство проектом следует передать опытному представителю посреднического агентства или похожего учреждения, поскольку подобные "инфраструктурные организации гражданского общества" играют ключевую роль в жизни местного сообщества и благодаря активному участию в „Freiwilligentage“ (днях волонтерской работы) и других проектах чаще всего обладают необходимым опытом организации.

3 Поддержка

Поддержку при устройении ярмарки могут оказать:

отдельные лица, участвующие на общественных началах в работе одной из рабочих групп по проведению ярмарки. Они могут привнести в эту работу свои знания и умения, а также личные и профессиональные контакты;

социально активные **предприятия**, желающие привлечь к участию в ярмарке другие предприятия. Они могут мобилизовать свои деловые контакты, предоставить персонал, инфраструктуру, а в определенных случаях и денежные средства;

общественно полезные организации или объединения, заинтересованные в развитии структуры, благоприятствующей общественно полезному сотрудничеству в данном регионе. Они могут предложить сети контактов, связи со

СМИ, опыт работы с общественностью, помещения, техническое оборудование, инфраструктуру, рабочее время персонала;

администрация - на коммунальном или земельном уровне - может оказать финансовую поддержку развитию ярмарки в своем регионе (во всяком случае, на начальном этапе); она также может предоставить инфраструктуру (помещения), контакты с лицами, занимающими ключевые позиции в коммуникационных сетях, и рабочее время своего персонала (например, при наличии коммунального бюро гражданской активности);

фонды, в цели которых входит финансирование развития гражданского общества, могут выделить средства на стартовый этап или на покрытие особых затрат на первое проведение ярмарки.

3.1 Послы

Послы ярмарки «Выгодные сделки» помогают завязывать контакты с потенциальными состроителями, спонсорами и участниками ярмарки. Для этой должности подходят лица, занимающие прочное положение и обладающие обширными контактами в местном сообществе, в сфере экономики и фондов. Необходимо, чтобы они хорошо понимали идею ярмарки и были готовы рекламировать ее своим именем. В частности, они могут предоставлять адреса, по которым можно отправлять письма от их имени, подписывать заранее составленные письма, приглашать членов инициативной группы или группы устроителей для презентации ярмарки в соответствующие организации и объединения (например, на заседание ротарианцев, совещание представителей торгово-промышленной палаты, собрание маркетинг-клуба и др.).

3.2 Первый посол, или протектор

Роль "**первого посла**" или "**протектора**" ярмарки может взять на себя видное лицо, например, обер-бургомистр, президент торгово-промышленной палаты или председатель правления наиболее крупного местного предприятия. Его имя и репутация послужат рекламой для ярмарки и гарантией серьезности мероприятия.

4 Ключевые участники ярмарки

4.1 Сторона предложения

Для **стороны предложения** в первую очередь подходят предприятия, которые:

- уже имеют опыт общественно полезной деятельности и желают развивать его;
- хотят перейти к социально активной политике, ищут такую возможность и рассматривают ярмарку как возможность получить необходимые сведения и первый импульс;
- присутствуют на рынке в данном регионе и желают участвовать в развитии местного сообщества.

4.2 Сторона спроса

Для **стороны спроса** в первую очередь подходят общественно полезные организации, которые:

- уверенно вступают в контакт и могут поддерживать равноправный диалог с предприятиями;
- имеют опыт привлечения к работе на общественных началах или даже взаимодействия с социально активными предприятиями;
- могут предложить конкретные общественно полезные задачи, которые при сравнительно малых затратах могут быть выполнены предприятиями или их сотрудниками;
- заинтересованы в развитии долговременного общественно полезного сотрудничества с определенным предприятием и предлагают соответствующие цели или проекты, но при этом согласны довольствоваться единичными социально значимыми проектами – иными словами, не кусают за руку, когда им дают палец;
- принимают активное участие в решении проблем общественной значимости;
- понимают, что предоставляемые им профессиональная компетентность и опыт стратегически выгоднее для них, чем денежное пожертвование.

4.3 Маклеры

Маклеры вступают в дело в том случае, если поставщики или потребители не могут самостоятельно найти партнера или, несмотря на наличие взаимного интереса, прийти во время переговоров к конкретному соглашению. Для решения подобных задач маклеры должны знать, кто фактически присутствует на рынке. Кроме того, требуется хорошее знание общественно полезного и предпринимательского секторов. Маклеры могут стоять около отдельных торговых площадок, свободно перемещаться по ярмарке, ожидая, пока к ним обратятся, или сами подходить к тем участникам, которые столкнулись с видимыми трудностями.

4.4 Ведущий

Ведущий несет ответственность за следование программе ярмарки, оглашает промежуточные результаты по достигнутым соглашениям, объявляет о разыскиваемых поставщиках и потребителях и поддерживает оживленное настроение на ярмарке, способствуя тем самым ее успеху.

4.5 Контролеры и эксперты

Контролеры и эксперты читают и корректируют составленные соглашения об общественно полезном партнерстве, а также подсчитывают или проверяют денежный эквивалент соглашения. Они регистрируют основные данные, чтобы учесть их в суммарном результате ярмарки, и в качестве нейтральной стороны удостоверяют своей подписью, что соглашение об общественно полезном сотрудничестве было заключено.

4.6 Специальные задачи

Кроме того предусматриваются и другие действующие лица, ответственные за обслуживание и выполнение специальных задач. К **обслуживанию** относится звукотехника, копирование и ведение отчетности (в том числе, ведение отчетности о достигнутых соглашениях с помощью проектора). **Специальные задачи** зависят от конкретной ситуации и характера участников, так, к ним может относиться предоставление **проводников**, помогающих слепым и слабовидящим, и **сурдопереводчиков** для участников с нарушенным слухом. К VIP-гостям,

наиболее важным для устроителей ярмарки, прикрепляют **сопроводителей**.

4.7 Руководство ярмарки

Руководство ярмаркой осуществляется одним-двумя лицами из состава организационной группы. Оно не участвует в текущей деятельности, следит за развитием событий во время проведения ярмарки и при необходимости дает соответствующие указания ведущему или маклерам. Например, если на площадке "Сети контактов" оказалось несколько представителей предприятий и нет ни одного представителя общественных организаций, то в суете этого может никто не заметить – в том числе и маклеры. Однако руководство следит за возникновением подобных ситуаций и регулирует их соответствующими указаниями.

5 Правила ярмарки. Семь шагов к успешному сотрудничеству

1. Пройдите на ту торговую площадку, которая соответствует вашему спросу или предложению:

КРАСНЫЙ: Персонал

ЗЕЛЕНый: Знания, умения, ноу-хау

ГОЛУБОЙ: Средства

ЖЕЛТЫЙ: Маркетинг, пиар, Интернет

ОРАНЖЕВЫЙ: Сети контактов

2. Вступите в разговор. Посмотрите, соответствует ли предложение спросу и какой взаимовыгодный обмен возможен в данном случае. Старайтесь не затягивать разговор, чтобы дать время и другим.

Представителей предприятий с конкретными предложениями участия Вы узнаете по ГОЛУБЫМ бейджам.

Представителей общественно полезных организаций, представляющих сторону спроса, можно узнать по ОРАНЖЕВЫМ бейджам.

Гостям, наблюдателям и т. п. выдаются БЕЛЫЕ бейджи, на этих посетителей не обращайтесь.

Если Вам потребуется помощь при поиске партнеров, обращайтесь к маклерам – их Вы узнаете по специальным ЖИЛЕТАМ МАКЛЕРА.

Если интересующий Вас собеседник занят переговорами, дайте ему кратко понять о Вашей заинтересованности и согласуйте время Ваших переговоров.

3. Обсуждение денежных вопросов и запрос о финансовой поддержке не допускается на ярмарке. Пожалуйста, не нарушайте этого правила.

4. Не забывайте обмениваться визитками с Вашими собеседниками, чтобы и после торгов оставаться в контакте и обмениваться информацией.

5. Соглашения об общественно полезном сотрудничестве заключайте на бланках, которые разложены на столах.

6. По заполнении и подписании соглашения вместе пройдите к столу "Контроль и утверждение". Там проверят Ваш документ, оценят денежный эквивалент соглашения, зарегистрируют необходимые сведения и каждому партнеру выдадут по одному экземпляру.

7. В течение трех недель по окончании мероприятия уточните достигнутые договоренности и проведите все необходимые переговоры.