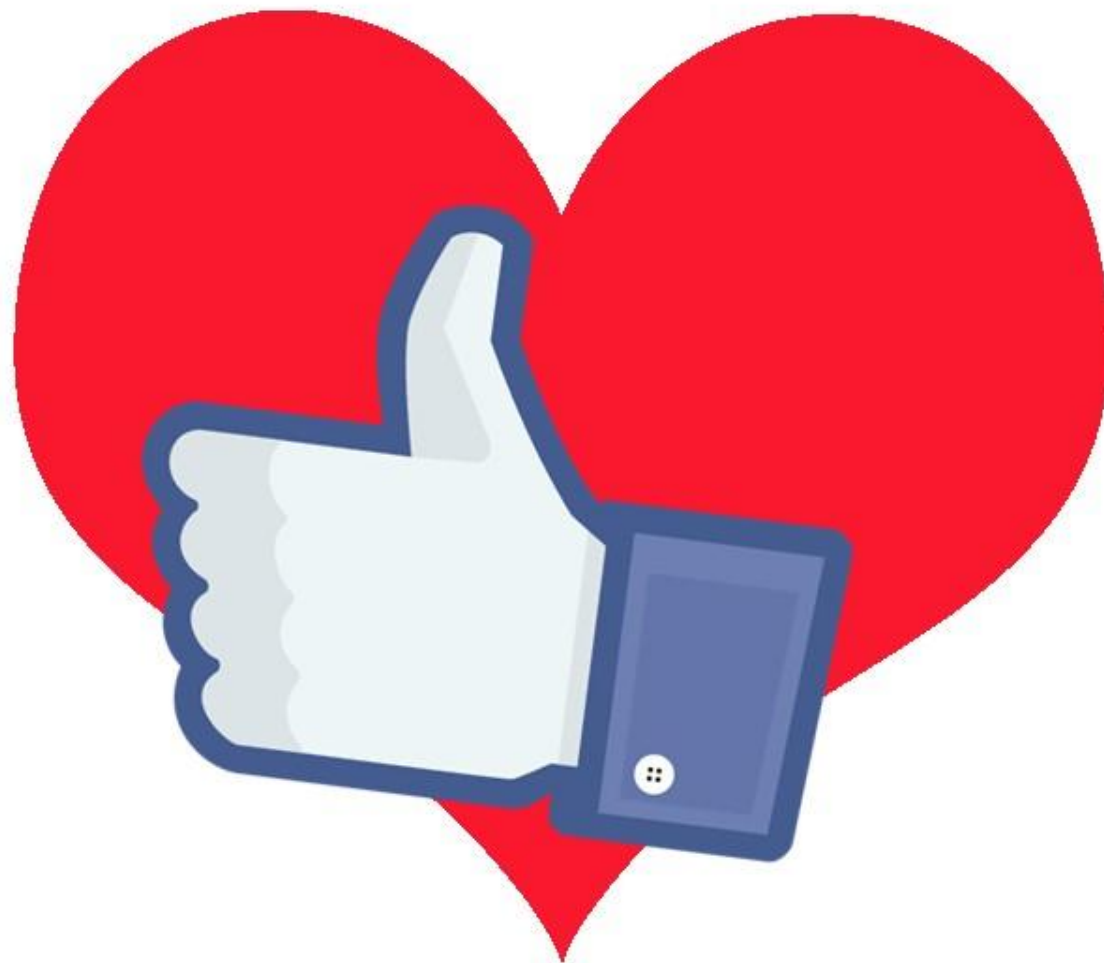


Повторение – это круто, или что было
на прошлой встрече



Социальные проект –
всегда ответ на какую-то
проблему

Цели и задачи реализации

- 1) Почему для вас важно этим заниматься?
- 2) Чего Вы хотите достичь в этой области?
- 3) Какую роль эта деятельность занимает в вашей жизни?



Несколько важных маркеров эффективности прежде, чем начинать

- **А – Актуальность** (действительно ли то, что вы собираетесь делать, - является необходимым сейчас?)
- **У – Уникальность** (повторение, конечно, это хорошо, и много добра не бывает, но уверены ли вы, что не изобретаете велосипед? Не проще ли присоединиться к существующему проекту?)
- **К – Компетентность** (вы разбираетесь в том, что собираетесь делать, или лучше сначала подтянуть «метод.базу»?)
- **Р – Реалистичность** (насколько реально то, что вы собираетесь делать, в принципе?)
- **В – Время** (сколько времени ежедневно вы сможете уделять своему проекту, и является ли это достаточным?)

А еще...

- **П – Продолжительность** (проект не может жить вечно, рано или поздно он должен превратиться во что-то обыденное и привычное для всех, в этом то и суть)
- **Р – Ресурсы** (так себе идея начинать что-то, если для этого чего-то не хватает)
- **ЦЗ – Цели, задачи, зачем** (максимально конкретны)
- **М – Миссия** (это глобальнее и более общее понятие)
- **Л – Люди** (без команды никак)

Механизмы реализации

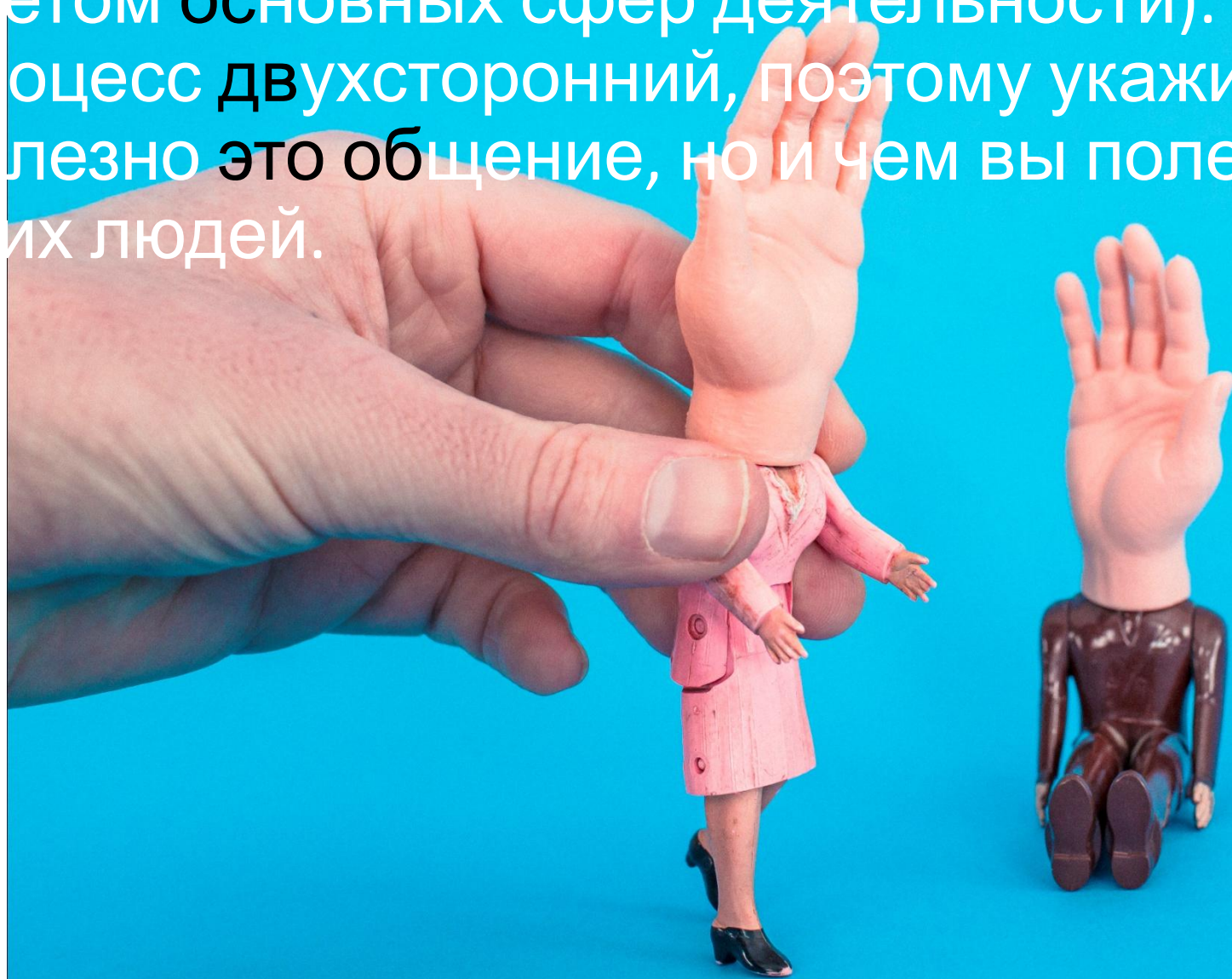
- **Попадание в рассмотрение:** *чтобы о проекте просто узнали, что он есть*
- **Продвижение категории:** *доказывать целевой аудитории, что ваш проект действительно значимый*
- **Удержание во времени:** *акции, бонусы, чтобы люди обращались к вам снова и снова*



Как сформулировать предложения спонсорам и партнерам?



Упражнение «Список значимых лиц». Составьте список значимых для проекта людей, организаций и сообществ (с учетом основных сфер деятельности). Любое общение – процесс двухсторонний, поэтому укажите не только, чем полезно это общение, но и чем вы полезны, ресурсны для этих людей.



Упражнение «Моя карта». Нарисовать карту своих отношений: на листке бумаги, поставить точку «проект». Дальше в том формате, который подходит, нанести на карту людей, с которыми идет взаимодействие (общение, подготовка к мероприятиям). С кем больше человек сотрудничает, тем ближе к себе он изображает этого человека.

Какие выводы можно сделать? Что общего у людей, которые заряжают и вдохновляют? А что общего у тех, кто нуждается в вас? С кем бы стоило укрепить отношения?

Как сформулировать предложение спонсорам и партнерам?

1. Звучать уверенно
2. Доказать выгоду сотрудничества
3. Помнить, что вы общаетесь с человеком



«Презентация в лифте», или **«Elevator Pitch»** – это короткая презентация, которую когда-то изобрели американские предприниматели для того, чтобы привлечь внимание инвестора к своему продукту или проекту. Само название презентации намекает на ее ограниченность по времени (время, которое занимает поездка в лифте) – это 20-30 сек. За это время предприниматель должен был заинтересовать инвестора. Если это получалось – инвестор назначал встречу. Если нет – уходил навсегда.

Структура презентации

1. «Зацепка» для клиента (интригующее утверждение или открытый вопрос).
2. 1-3 веских аргумента в пользу вашего продукта/компании (впечатляющие факты, цифры, важные особенности и преимущества).
3. Призыв к действию (обмен контактами, назначение встречи, договоренность о звонке и др.). Учтите, что цель презентации – не продать товар/услугу, а перейти к дальнейшему взаимодействию с клиентом.

Что нужно учитывать при подготовке презентации?

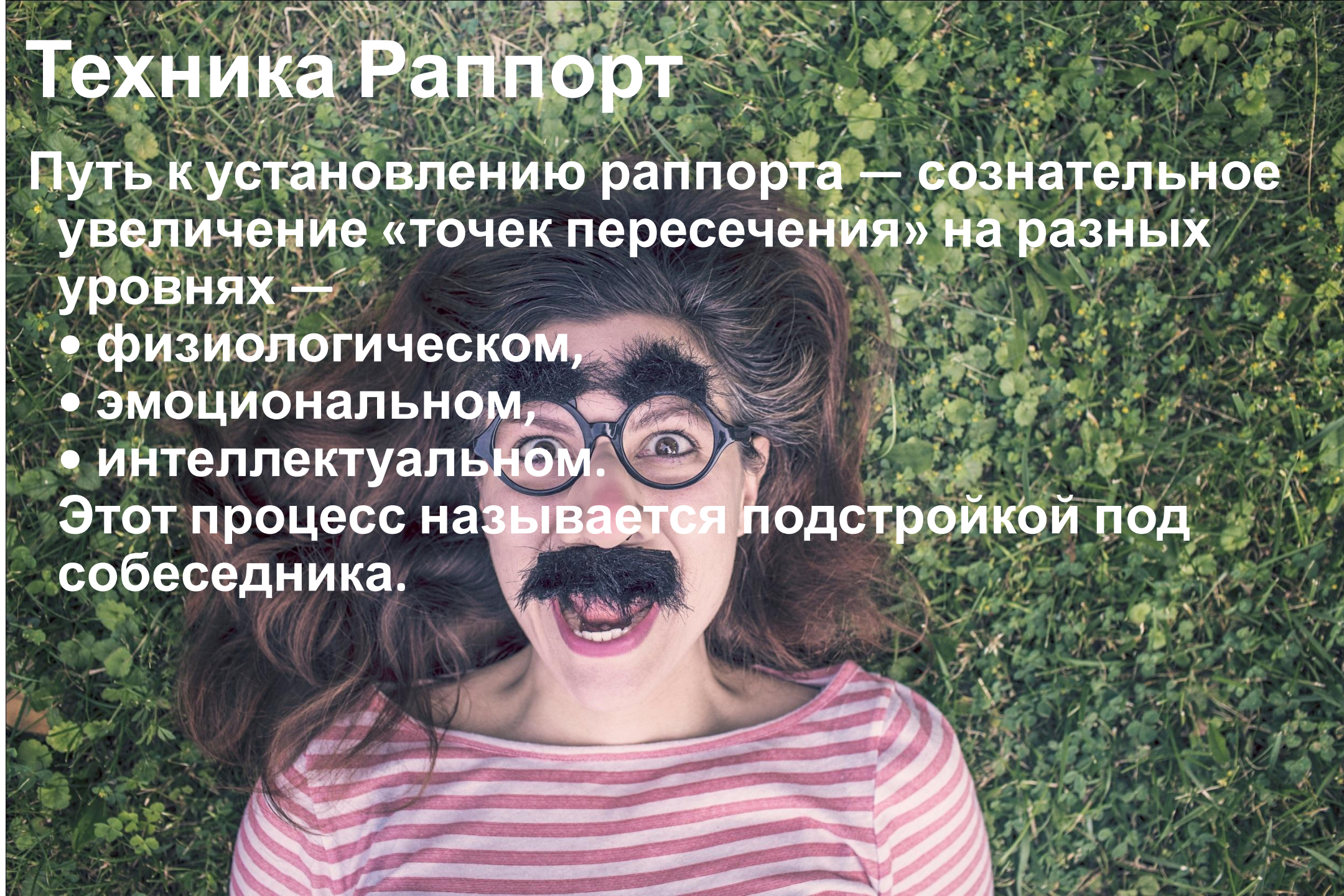
- Следите за тем, чтобы речь была доступной и понятной даже 10-летнему ребенку.
- Говорите только по сути. Исключите все лишнее и непонятное.
- Обращайтесь к самым важным потребностям клиента.
- Подумайте, какие вопросы могут возникнуть у клиента и постарайтесь кратко ответить на них.
- Внесите в презентацию элемент интриги.

Техника Раппорт

Путь к установлению раппорта — сознательное увеличение «точек пересечения» на разных уровнях —

- физиологическом,
- эмоциональном,
- интеллектуальном.

Этот процесс называется подстройкой под собеседника.



1. Повтор

- Позвольте мне прояснить ____
- Я хочу проверить, правильно ли я понял, что _____.
- Другими словами . . . ____ Это так?
- Теперь, я думаю, мы договорились, что _____. Я прав?
- Все ли моменты я уловил ?
- Я понимаю, что Вы хотите ____, а имеете __ и для достижения того, что ВЫ хотите, я предлагаю...

2. Рамка «НАЗЫВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТА»

- Рамка общей цели.
- Рамка общего решения

Как мы пишем спонсорам и партнерам



Добрый день! Я представляю Молодежный центр Московского района Санкт-Петербурга. Мы хотим предложить Вам и НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ стать спонсорами одного из наших событий!

Традиционно каждый год в конце мая у нас проходит Церемония награждения молодёжи Премией Признания «Выдвижение». На мероприятии собирается около 150 человек.

Мы гарантируем распространение рекламы Вашей продукции в соц. сети Вк, в наших группах, распространение листовок и флаеров на мероприятии, а так же на 20 наших площадках (у нас около 20 молодёжных клубов с общей численностью - более 7.000 человек, их посещающих).

Церемония пройдёт 22 мая в 18.00 на творческой площадке «Скороход».

Скажите, возможно ли такое сотрудничество? Если да, - обсудим подробнее. Буду благодарна за ответ.

2 СООБЩЕНИЕ: если они соглашаются, нужно 1) уточнить, что мы хотим: если это квест-комнаты или музей или пространство с мастер-классами - мы хотим возможность для наших победителей поучаствовать в этом виде деятельности бесплатно либо со скидкой. Так и уточняйте сразу - бесплатно либо со скидкой.

Сколько билетов?

- у нас всего планируется около 33 победителей, из них - 25 - индивидуальных победителей, остальные - коллективы. Вы можете, как Вам удобнее, предоставить билеты/участие в МК/бесплатно/скидка на команду (сколько у вас предполагается), либо индивидуально. Нам, конечно, предпочтительнее, на команду.

СПИСОК НАШИХ ГРУПП, В КОТОРЫХ МЫ РАЗМЕЩАЕМ ИХ ПОСТЫ:

Это нужно им обязательно указать!

Помимо этого **УКАЖИТЕ**, что их флаеры могут быть распространены на 20 площадках нашего центра

• *и перечислите эти площадки*



Евгения, добрый день! Я представляю Молодежный центр Московского района Спб. Хочу пригласить Вас поспикерить на нашем мероприятии.

В сентябре, 8 числа (суббота) у нас большой психологический фестиваль, тема - "Разные направления психологической помощи". Группа фестиваля, чтобы Вы понимали, о чем речь: https://vk.com/neva_fest. Он у нас проходил уже дважды ранее. Скажите, пожалуйста, интересно бы было Вам что-то провести в рамках этого события?

По времени - с 16 до 21.00 (любой отрезок можно выбрать).

Мероприятие абсолютно бесплатное для молодежи. Спикерам мы выдаем благодарности от Центра.

Вы договорились с каким-то экспертом о его выступлении на мероприятии вашего проекта. Что необходимо предусмотреть, чтобы выступление прошло успешно?

- Уточнить, что нужно спикеру
- Анонс, фото
- Благодарность, фотосъемка и выслать фото
- Если есть раздел с отзывами – ссылка на него

Вы договорились о проведении мероприятия на определенной площадке на партнерских условиях. Что необходимо предусмотреть, чтобы все состоялось успешно?

- Уточнить, что вам нужно (техника и тд)
- Время, когда площадку необходимо занять
- Формат мероприятия
- Количество человек
- Время, когда закончите
- Какие-то особенности, если есть

Что писать участникам событий

- 1) обращаемся по имени: это включает "маячок" - "обращаются именно ко мне!«
- 2) приветствуем. Я обхожусь стандартной фразой "добрый день" или "добрый вечер". Важно, чтобы время дня все-таки совпадало со временем обращения - это повышает уровень доверия.
- 3) Уточняем, по какому поводу мы пишем. "Вы зарегистрировались на...«
- 4) Уточняем, когда состоится событие. Это важно! некоторые регаются, не глядя на дату.
- 5) Выражаем просьбу: собственно, по какому поводу мы стучимся в личку. "Прошу подтвердить Ваше присутствие" или "Прошу подтвердить регистрацию" - важно, чтобы прозвучала эта просьба.
- 6) Уточняем место, адрес, НЮАНСЫ МЕСТА: важно - о человеке позаботились. Ну и люди реально часто теряются.
- 7) Уточняем свой телефон, если кто-то заблудится - он должен иметь возможность найтись.
- 8) Прикрепляем карту. Да, сейчас век навигаторов и гугл-карт, но человеку реально приятно, что о нем позаботились и прикрепили картинку, по которой он может сориентироваться.

Как грамотно рассказывать о своем проекте с помощью группы в социальной сети «ВКонтакте».

- Когда уже стоит создать группу, посвященную проекту?
- Как вести коммуникацию в группе с целевой аудиторией?
- Чего ни в коем случае не стоит делать в группе проекта?

Когда уже стоит создать группу,
посвященную проекту?

- СРАЗУ!

Как вести коммуникацию в группе с целевой аудиторией?

- Учитывая портрет ЦА
- Описать его максимально конкретно

Чего ни в коем случае не стоит делать в группе проекта?

- Мозговой штурм...



Как работать с клиентами, которые хотят вас съесть

- Всем и во всем помочь невозможно
- Очерчивайте зону своей ответственности и напоминайте себе об этом
- Не стесняйтесь напоминать об этом людям
- Не берите на себя НЕ свою ответственность
- Ищите партнеров с другой ответственностью
- Не бойтесь отказывать
- Благодарных людей все равно больше, чем злых