



1h 00m



MAŁE GRUPY

## OPIS

To ćwiczenie pomoże wam stworzyć strategię nawiązywania i prowadzenia relacji z interesariuszami instytucjonalnymi (dobre praktyki, sojusze, komunikacja itp.).



## PRZYGOTOWANIE

Użyjcie karty metody **Mapowanie sieci (48)** w celu zidentyfikowanie potencjalnych sponsorów oraz stworzenia ich profili. Jeśli to możliwe, przygotujcie studia przypadków, które obrazują to, jak chcecie by wyglądała wasza przyszła współpraca.



## MATERIAŁY

- Flipchart
- Markery
- Internet
- 2-3 komputery



## NARZĘDZIA

### • Karty metody:

Drzewo problemów i rozwiązań dla stworzenia nowej strategii (21)

Określenie wspólnej płaszczyzny dla wzajemnego zrozumienia (42)

Mapowanie sieci (48)

Analiza sponsorów instytucjonalnych (49)

### • Karty pracy:

Ocena i profilowanie sponsorów instytucjonalnych (25)



PERSPEKTYWA



PRACA ZE SPONSORAMI

## KROK 1 Zdefiniujcie cel / **NA FORUM:**

Opierając się na poniższych pytaniach zastanówcie się nad strategią komunikacji z wybranym przez was instytucjonalnym interesariuszem.

- Co dokładnie chcecie, aby dana instytucja robiła i w jaki sposób różni się to od tego, co robi obecnie?
- Jakie są możliwe kroki pośrednie pomiędzy obecnym zachowaniem instytucji, a jej oczekiwanym zachowaniem?

Doprecyzujcie elementy waszej misji lub sprawy pod kątem zmiany zachowania, jaką chcecie osiągnąć w relacji z waszym sponsorem. Użyjcie karty metody **Określenie wspólnej płaszczyzny dla wzajemnego zrozumienia (42)**. **[15 MIN]**

## KROK 2 Zbadajcie pole siłowe / **W GRUPACH ROBOCZYCH:**

### Wewnętrzne pole siłowe

- Jakie siły wewnątrz instytucji wspierają waszą sprawę? Jakie bariery istnieją (np. interesy poszczególnych osób, obecny system lub praktyki, zależności dotyczące zasobów, strategia itd.)?

Przyjrzyjcie się jeszcze raz profilowi wybranej instytucji w celu zrozumienia jak może ona zareagować na waszą inicjatywę, a następnie wypiszcie wewnętrzne siły działające w tej instytucji, które mogą być wam przychylne oraz przeciwnie (na podstawie karty metody **Analiza sponsorów instytucjonalnych (49)**).

**[15 MIN]**

### Zewnętrzne pole siłowe

- Którzy interesariusze mogą stać się waszymi sprzymierzeńcami w danej sprawie (np. organizacje partnerskie, członkowie społeczności, media, itd.)?
- W jaki sposób możecie nawiązać z nimi kontakt i rozpocząć współpracę?

Przyjrzyjcie się jeszcze raz wynikom mapowania sieci w celu znalezienia możliwych sprzymierzeńców wśród zidentyfikowanych interesariuszy (na podstawie karty metody **Mapowanie sieci (48)**).

## KROK 3 Określcie plan działania dla strategii / **NA FORUM:**

Podzielcie się wynikami pracy grup roboczych. Omówcie następujące kwestie:

- Jakie pytania trzeba zadać, aby lepiej zrozumieć wybrane instytucje?
- Jaką wiadomość warto przekazać i komu? W jaki sposób wykorzystacie możliwość nawiązania relacji?

Wypiszcie wszystkie kroki, które musicie podjąć w celu zbudowania nowej relacji oraz spowodowania zmiany w waszym sponsorerze pozwalającej na zbudowanie długotrwałej relacji opartej na zaufaniu. Określenie pierwszych kroków wymaga szczególnej uwagi. **[30 MIN]**



## KONTYNUACJA

Stworzony plan działania przełóżcie na porozumienia w obrębie waszego zespołu oraz na ustalenia z partnerami zaangażowanymi w proces.