

# Δικτύωση: Οικοδόμηση συνεργασιών



Advancing the Third Sector  
through Innovation & Variation



Erasmus+

# Εισαγωγή

Οι συμπράξεις είναι ζωτικής σημασίας για τις ΜΚΟ προκειμένου να αυξήσουν τον αντίκτυπό τους στην κοινωνία. Ως μέρος ενός μεγάλου δικτύου, οι ΜΚΟ μπορούν να ωφεληθούν μέσα από πολλά πλεονεκτήματα.

Ενδεικτικά, θα μπορούσαν να είναι πιο αποτελεσματικές στο σχεδιασμό και την υλοποίηση έργων, θα μπορούσαν να ωφεληθούν από την πρόσβαση σε περισσότερους πόρους, ή να έχουν πιο πειστική επικοινωνία.

# Συνοπτική περιγραφή της οικοδόμησης συνεργασιών

Μορφές συνεργασιών και εταίροι

Marketing σχέσεων

Παραγωγικές συνεργασίες



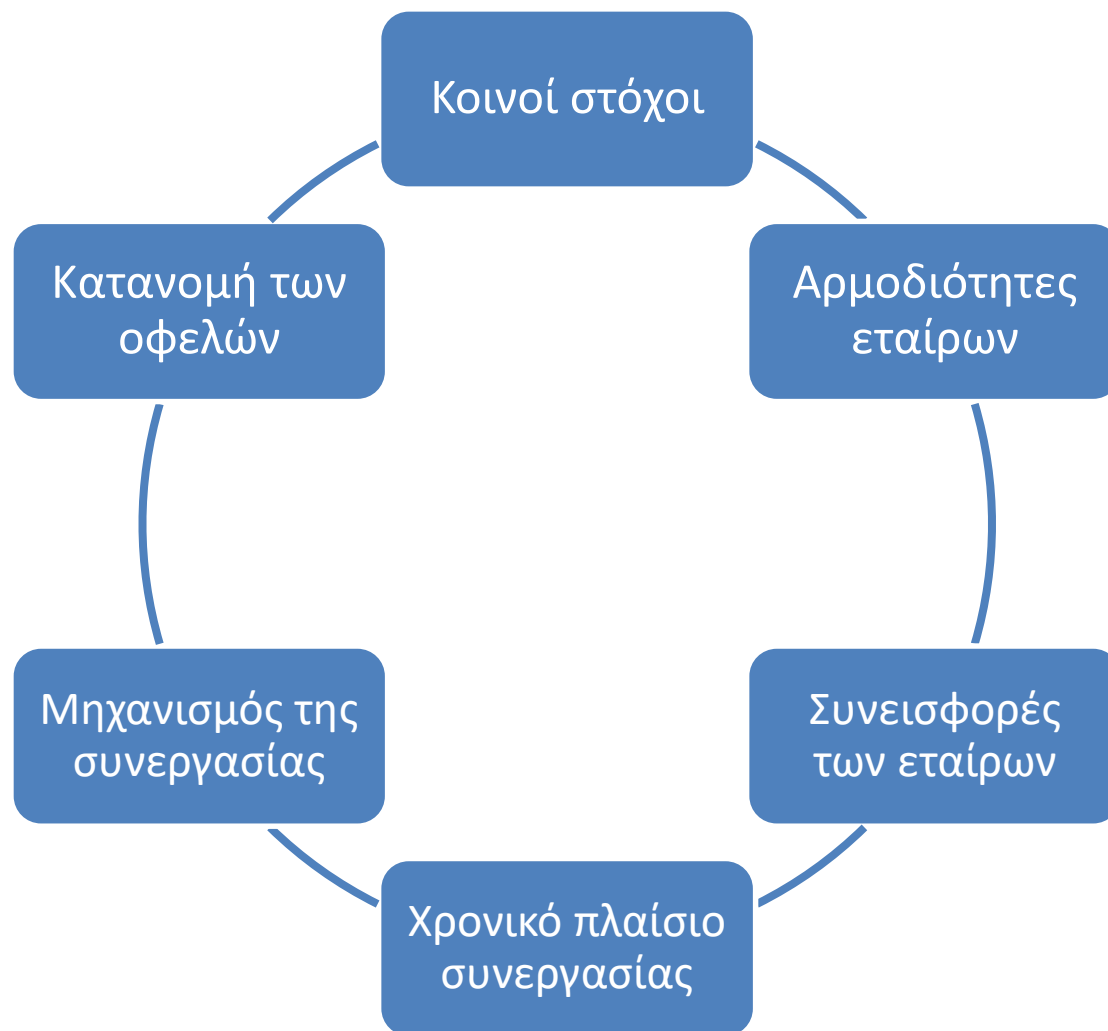
# Μορφές συνεργασιών και εταίρων

# Συνεργασίες

Μια συνεργασία είναι ένας τύπος επίσημης σύνδεσης, κατά την οποία οι εταίροι μοιράζονται πηγές προκειμένου να επιτύχουν έναν κοινό στόχο.

Στη βάση κάθε συνεργασίας υπάρχει ένα σύμφωνο υπογεγραμμένο από τους εκπροσώπους όλων των εταίρων, το οποίο θέτει το πλαίσιο της συνεργασίας και τις μορφές της δράσης.

# Σύμφωνο συνεργασίας



# Συνασπισμός/Σύμπραξη

Ένας συνασπισμός είναι μια συμμαχία ανάμεσα σε οργανώσεις/διευθυντικά στελέχη των οργανώσεων που συμπράττουν για να υποστηρίξουν έναν συγκεκριμένο στόχο. Στη βάση μιας τέτοιας σύμπραξης υπάρχει μια συμφωνία η οποία θέτει το βασικό πλαίσιο συνεργασίας.

Ένας σημαντικός παράγοντας που επηρεάζει την αποτελεσματικότητα ενός συνασπισμού είναι η διαδικασία σχεδιασμού και διαπραγμάτευσης που θέτει το πλαίσιο. Επιπλέον, απαιτείται η διατήρηση των καλών σχέσεων μέσα στο συνασπισμό προκειμένου να παραμείνει αποτελεσματικός.

# Ανεπίσημος συνασπισμός

Κάποιες ΜΚΟ, οργανικά, είναι μέρος ανεπίσημων συνασπισμών. Αυτοί οι συνασπισμοί αναπτύσσονται με τον καιρό, ως αποτέλεσμα επιτυχημένων υλοποιήσεων έργων, μακροχρόνιας συνεργασίας, και στο πλαίσιο προσωπικών και οργανωσιακών σχέσεων. Ακόμα κι αν δεν υπάρχουν επίσημες συμφωνίες, βασίζονται αποτελεσματικά στην αμοιβαία εμπιστοσύνη και σε πλεονεκτήματα.

Τέτοιοι συνασπισμοί μπορούν επίσης να αναπτυχθούν και να συντηρούνται εθελοντικά από στρατηγικές ανάπτυξης σχέσεων.

# Πλεονεκτήματα συνασπισμών/συμμαχιών

- Ύπαρξη μιας συμβουλευτικής/ υποστηρικτικής ομάδας για έναν σκοπό, ή στην περίπτωση ενός προβλήματος.
- Αυξημένη πιθανότητα έγκαιρης δράσης και επιρροής για την αντιμετώπιση μιας συγκεκριμένης κατάστασης, σχετική με το συνασπισμό.
- Πρόσβαση σε πληροφορίες, τεχνογνωσία, και κάποιες φορές ακόμα και πόρους σχετικούς με έναν συγκεκριμένο στόχο.
- Ευκαιρία ανάδειξης ενός σκοπού.

# Κανόνες οικοδόμησης μιας αποτελεσματικής συνεργασίας και δικτύωσης

- Αναλάβετε πρωτοβουλία και ξεκινήστε νέα δίκτυα ή νέες συνδέσεις μέσα σε υφιστάμενες συνεργασίες.
- Αναπτύξτε μια λεπτομερή/ανανεωμένη βάση επαφών.
- Δηλώστε συμμετοχή σε εκδηλώσεις και δημιουργήστε ευκαιρίες δικτύωσης – τόσο εντός όσο κι εκτός διαδικτύου.
- **Ανταλλάξτε πληροφορίες** στο πλαίσιο μιας υφιστάμενης συνεργασίας/σύμπραξης/συνασπισμού.
- Ζητήστε τακτικές ενημερώσεις από τα μέλη του δικτύου για την πορεία της δουλειάς τους.

# Εσωτερικές δυναμικές των συνεργασιών

Προκειμένου οι συνεργασίες και οι συμπράξεις να είναι αποτελεσματικές, οι παρακάτω οδηγίες πρέπει να ληφθούν υπόψη:

- Οι οργανώσεις που συμπεριλαμβάνονται να είναι ενήμερες για τους κοινούς στόχους και ανάγκες, καθώς επίσης κι ότι αυτές μπορούν να αντιμετωπιστούν όλες μαζί.
- Όλες οι οργανώσεις κατανοούν πλήρως τις δεσμεύσεις και τις αρμοδιότητές τους.
- Η σύμπραξη πρέπει να διέπεται από **Διαφάνεια και προθυμία** για συζήτηση και επίλυση εσωτερικών θεμάτων που μπορεί να προκύψουν.
- Η συμβατότητα ως προς τις αξίες, τις μεθόδους των λειτουργιών και των σχέσεων με τρίτους πρέπει να διασφαλίζεται.
- Η συνεργασία πρέπει να διασφαλίζεται και για την ανάπτυξη κοινών προγραμμάτων.

# Ροή συνεργασίας

## ΠΡΙΝ ΤΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

Δημιουργία ευνοϊκών συνθηκών για συνεργασία

Σχεδιασμός της στρατηγικής

Επαφή με πιθανούς εταίρους με τον κατάλληλο τρόπο

Διαπραγμάτευση της συνεργασίας



## ΚΑΤΑ ΤΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ

Προσδιορισμός αρμοδιοτήτων των βασικών υπευθύνων που εμπλέκονται από την πλευρά της κάθε οργάνωσης

Σχεδιασμός κοινών στρατηγικών

Ανάπτυξη κοινών έργων

Προσέλκυση επιπρόσθετων πόρων

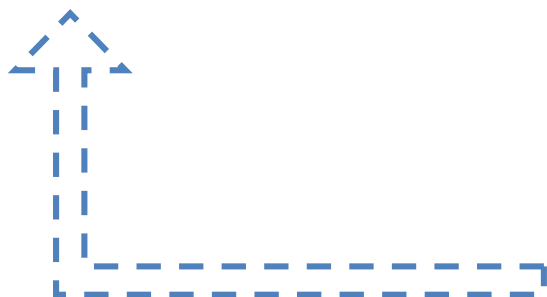


## ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΟΛΟΚΛΗΡΩΣΗ ΤΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ

Αξιολόγηση της συνεργασίας

Ανάπτυξη αφοσίωσης στη σύμπραξη

Παρακολούθηση των εξελίξεων



# Που βρίσκεις εταίρους

Συνέδρια/  
σεμινάρια/  
workshops

Εκδηλώσεις/  
παλαιότερα έργα

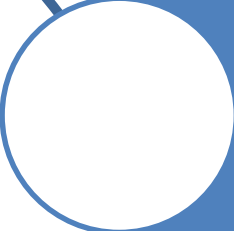
Ιστοσελίδες

Πλατφόρμες

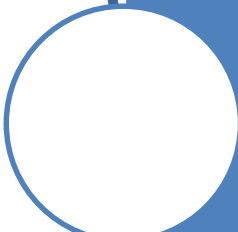
Δίκτυα

Επαγγελματικές  
οργανώσεις

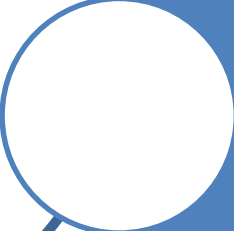
# Ένας οδηγός βελτίωσης της δικτύωσης μιας ΜΚΟ (1)



Προσεκτική επιλογή (δυνητικών) εταίρων!

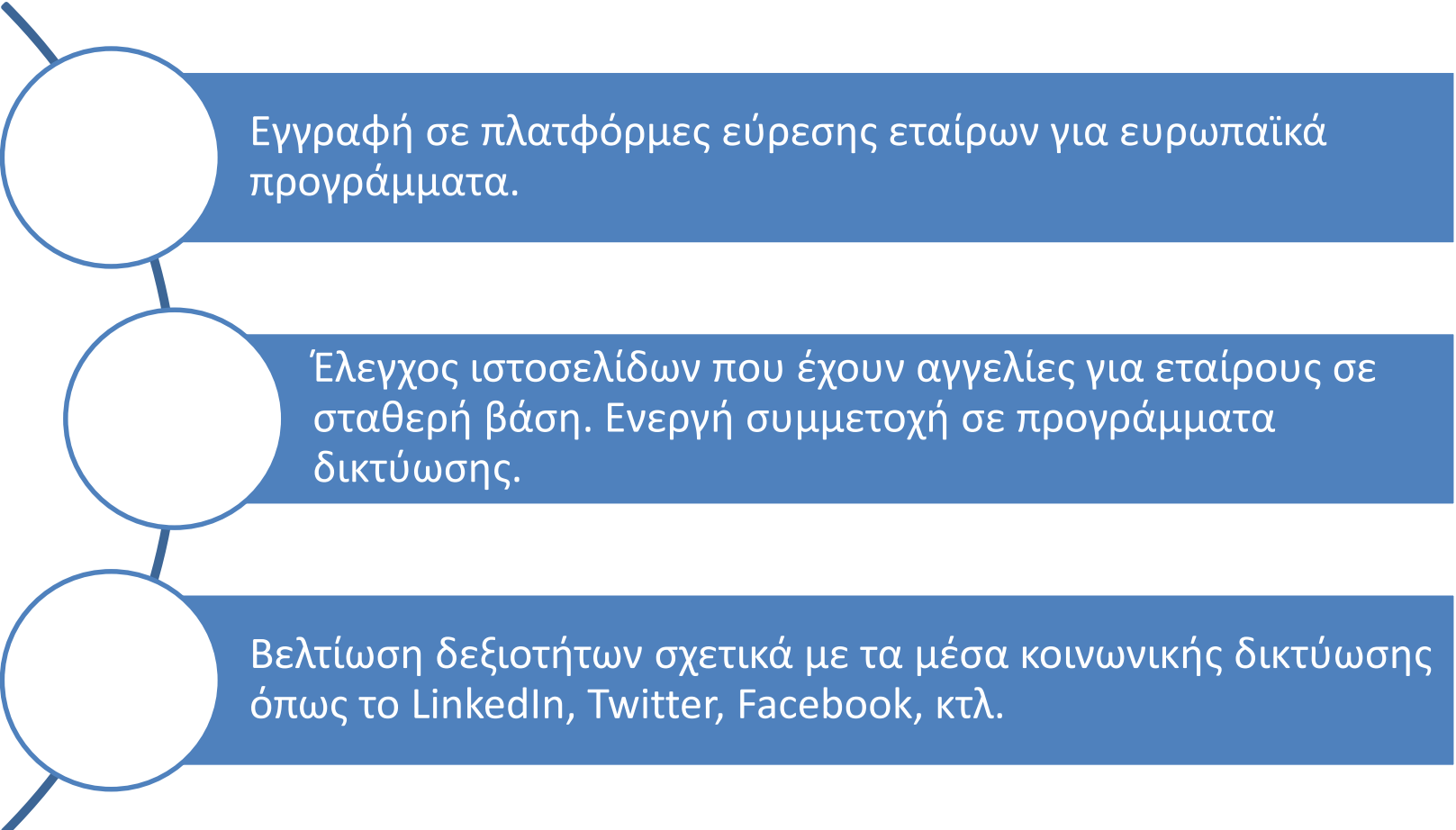


Καταγραφή κι αξιοποίηση των ιδεών που προκύπτουν μέσα από το διάλογο/συνεργασία κατά τη διάρκεια εκπαιδεύσεων.



Ανανέωση των γνώσεων και της ενημέρωσης σχετικά με εθνικά και διεθνή δίκτυα. Παρατήρηση της λειτουργίας τους και συμμετοχή όπου κρίνεται χρήσιμο.

# Ένας οδηγός βελτίωσης της δικτύωσης μιας ΜΚΟ (2)



Εγγραφή σε πλατφόρμες εύρεσης εταίρων για ευρωπαϊκά προγράμματα.

Έλεγχος ιστοσελίδων που έχουν αγγελίες για εταίρους σε σταθερή βάση. Ενεργή συμμετοχή σε προγράμματα δικτύωσης.

Βελτίωση δεξιοτήτων σχετικά με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης όπως το LinkedIn, Twitter, Facebook, κτλ.

# Σύνδεσμος

Ένας σύνδεσμος είναι ένα άτομο που λειτουργεί ως μια γέφυρα ανάμεσα σε μια ΜΚΟ και άλλες οργανώσεις σε μια συνεργασία/σύμπραξη ανάμεσα σε ομάδες συμφερόντων.

Αυτό το άτομο συμβάλλει στη διασφάλιση της **συνοχής** και διευκολύνει την **επικοινωνία** που απαιτείται.

Ο προσδιορισμός του κατάλληλου συνδέσμου είναι στρατηγική απόφαση, καθώς επηρεάζει την αποτελεσματικότητα των εταιρικών σχέσεων/ συνασπισμών στους οποίους συμμετέχει μια ΜΚΟ.

# Διαμεσολαβητής

Ο διαμεσολαβητής είναι ένας ιδιώτης που βοηθά μια ομάδα ανθρώπων ή οργανώσεων να κατανοήσει **τους κοινούς στόχους** και **το σχέδιο επίτευξής τους**, καθώς ο ίδιος παραμένει ουδέτερος.

Ένας εκπρόσωπος μιας ΜΚΟ μπορεί να είναι ο συντονιστής σε μια κοινότητα ή να βοηθήσει να ρυθμιστούν δύσκολες καταστάσεις. Συμπράξεις και συνέργιες ενδέχεται να χρειάζονται έναν συντονιστή σε συγκεκριμένα πλαίσια.



# Ποιος είναι ο διαμεσολαβητής

Ο βαθμός εμπιστοσύνης στο διαμεσολαβητή είναι ένας ιδιαίτερα σημαντικός παράγοντας. Επομένως η σωστή επιλογή του κατάλληλου μπορεί να επηρεάσει καταλυτικά τη σύμπραξη.

Ένας διαμεσολαβητής είναι πιο αποτελεσματικός αν έχει υψηλό βαθμό αξιοπιστίας. Η αποτελεσματικότητά της δραστηριότητάς του/της εξαρτάται επίσης από τη σχετική κι εκτενή γνώση, τις δεξιότητες και την εμπειρία στο πεδίο που εξετάζεται, καθώς επίσης και στις αμερόληπτες κρίσεις του και τις αντικειμενικές προσεγγίσεις του.

Διάφορα άτομα μπορούν να δράσουν ως διαμεσολαβητές. Προτείνουμε τους παρακάτω: διακεκριμένους επαγγελματίες, άτομα με ευρεία κατανόηση της υπόθεσης, έμπειρους στις διαπραγματεύσεις.

# Υποστηρικτής

Το κλειδί για τη διασφάλιση της απαραίτητης γνώσης στα μέλη της σύμπραξης είναι η εξασφάλιση της υποστήριξης των βασικών μελών που ασκούν επιρροή, ανθρώπων υψηλής αξιοπιστίας και σεβασμού ανάμεσα στα διάφορα ενδιαφερόμενα μέρη.

Η «σφραγίδα» των ανθρώπων που ασκούν επιρροή συμβάλει στην αποτελεσματική προώθηση του στόχου της σύμπραξης και στην επιτυχή συγκέντρωση κεφαλαίων, λόγω της ενίσχυσης της εμπιστοσύνης προς την ΜΚΟ και το σχετικό σκοπό.

# Επιλέγοντας έναν υποστηρικτή

Η επιλογή του σωστού υποστηρικτή είναι ιδιαίτερα σημαντική. Τα κριτήρια που πρέπει να ληφθούν υπόψη είναι:

- 1. Η εικόνα και η επιρροή του υποστηρικτή ανάμεσα στα ενδιαφερόμενα μέρη και τις κοινότητες της οργάνωσης
- 2. Η συμβατότητα ανάμεσα στον υποστηρικτή και την αποστολή, καθώς επίσης και με το προφίλ της οργάνωσης
- 3. Το βιογραφικό του υποστηρικτή σε σχέση με το σκοπό
- 4. Η συμβατότητα ανάμεσα στον υποστηρικτή και την οργάνωση

# Αξιοποίηση στρατηγικών υποστηρικτών

Προκειμένου για μια υποστήριξη να είναι αποτελεσματική η οργάνωση πρέπει να λαμβάνει υπόψη της τα ακόλουθα:

Ο υποστηρικτής πρέπει να είναι ενημερωμένος για την πορεία της εκστρατείας στην οποία εμπλέκεται

Η σχέση με τον υποστηρικτή πρέπει να ενδυναμώνεται με την πάροδο του χρόνου.

Η εμπλοκή στον περαιτέρω σχεδιασμό των επόμενων βημάτων θα αυξήσει την εμπιστοσύνη μέσα στην ομάδα

Είναι καλό να προσφέρονται στον υποστηρικτή επιπλέον επιλογές για περαιτέρω εμπλοκή

Ρωτήστε τον υποστηρικτή πως θα ήθελε να αναμιχθεί περαιτέρω

Η δημόσια αναγνώριση της συνεισφοράς του υποστηρικτή δεν είναι μόνο ευγενική αλλά και στρατηγικής σημασίας

# Υποστήριξη από τα ΜΜΕ

Οι εκπρόσωποι των ΜΜΕ μπορούν να αποτελέσουν αξιόπιστους υποστηρικτές του στόχου και μάλιστα με μεγάλη επιρροή, αλλά πρέπει να λαμβάνεται υπόψη ότι είναι πολύ προσεκτικοί όταν πρόκειται να υποστηρίξουν οργανώσεις.

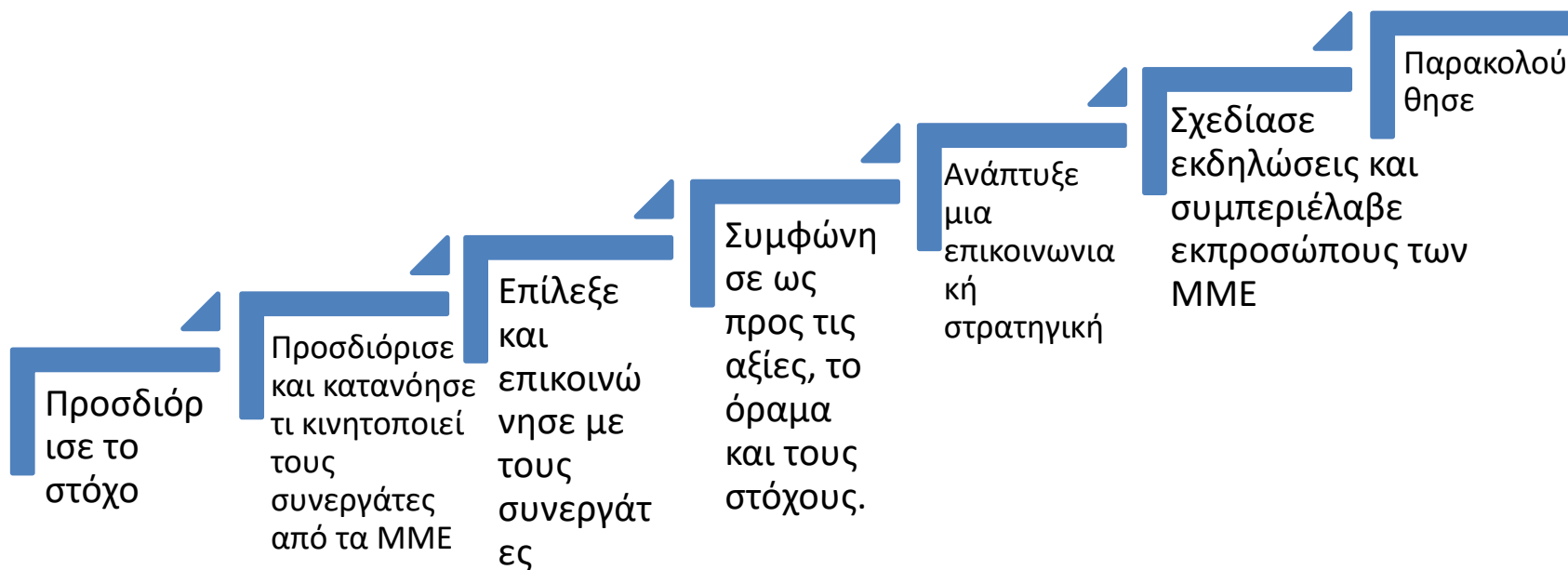
Στο πλαίσιο αυτό, η αναφορά συγκεκριμένων γεγονότων ως επιχειρημάτων, με τρόπο που να ταιριάζει στο ευρύτερο κοινό, θα μπορούσε να αναδείξει μια ιστορία ώστε να προβληθεί στα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Η εύρεση επιπλέον υποστηρικτών μπορεί επίσης να αυξήσει το ενδιαφέρον των εκπροσώπων των μέσων μαζικής ενημέρωσης και να τους πείσει να καλύψουν την ιστορία.

# Οικοδομώντας συνεργασίες με τα ΜΜΕ (1)

Η ύπαρξη αποτελεσματικών συνεργασιών με τα μέσα ενημέρωσης είναι το αποτέλεσμα μακροχρόνιων προσπάθειών. Προκειμένου να επιτευχθεί αυτός ο στόχος, ένας εκπρόσωπος μιας ΜΚΟ θα πρέπει να δημιουργήσει και να αναπτύξει άμεσες, συνεχείς και συστηματικές σχέσεις με τους σχετικούς εκπροσώπους των μέσων ενημέρωσης. Η διαδικασία αυτή επηρεάζεται όχι μόνο από τις εσωτερικές συνθήκες και τη στρατηγική μιας ΜΚΟ, αλλά και από την ατζέντα των μέσων ενημέρωσης, τις κοινές αξίες και το όραμα, καθώς και από άλλους εξωτερικούς παράγοντες (κοινωνικά και πολιτικά πλαίσια).

# Οικοδομώντας συνεργασίες με τα ΜΜΕ(2)

## Βήματα στο σχεδιασμό συνεργασιών:





# Marketing σχέσεων

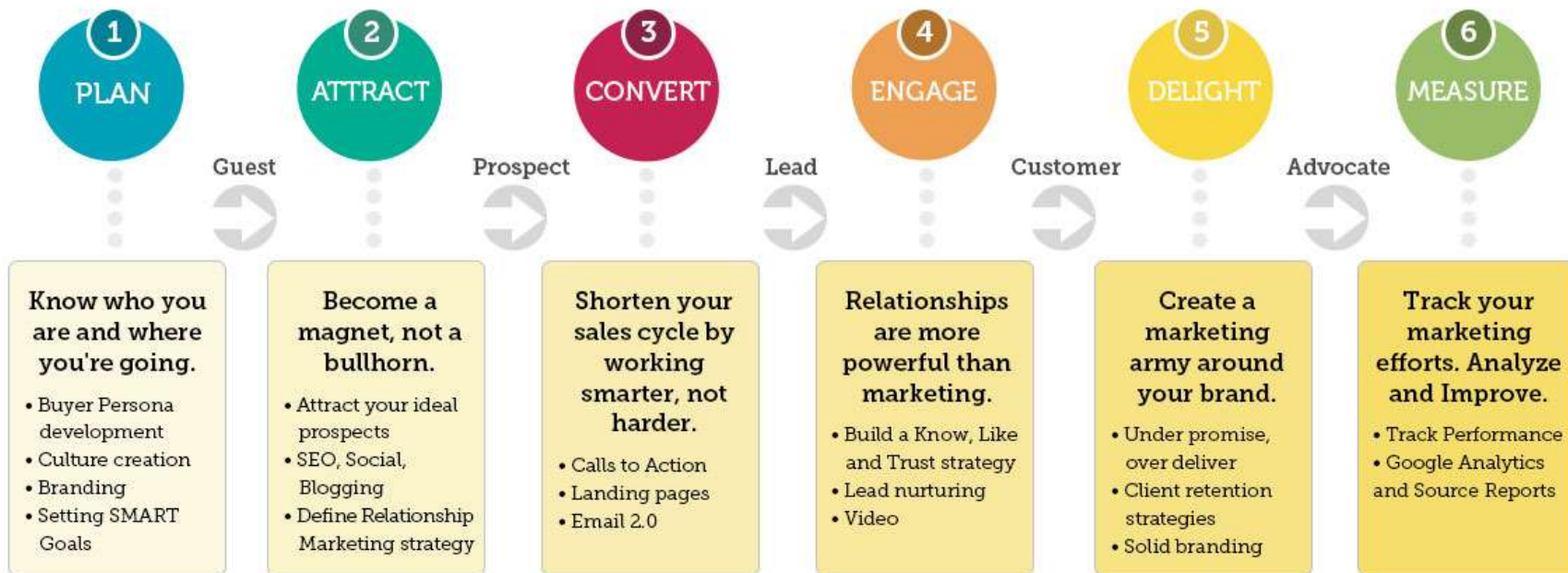
# Marketing σχέσεων

Το Marketing σχέσεων είναι μια προσέγγιση ή μια στρατηγική, η οποία στοχεύει να οικοδομήσει σχέσεις με διάρκεια ανάμεσα σε ΜΚΟ και διάφορους εταίρους, τους ωφελούμενούς τους ή/και άλλα ενδιαφερόμενα μέρη, σχεδιάζοντας έργα και υπηρεσίες οι οποίες καλύπτουν ακριβώς τις ανάγκες τους.

Μέσα από το marketing σχέσεων, τα κοινά-στόχος γίνονται υποστηρικτές του σκοπού που υποστηρίζει η ΜΚΟ.

# Relationship Marketing System

6-Steps to converting prospects to customers and advocates for your brand.



Graphic credit: [www.RelationshipMarketingSystem.com](http://www.RelationshipMarketingSystem.com)

# Διαχείριση σχέσεων με πελάτες για ΜΚΟ

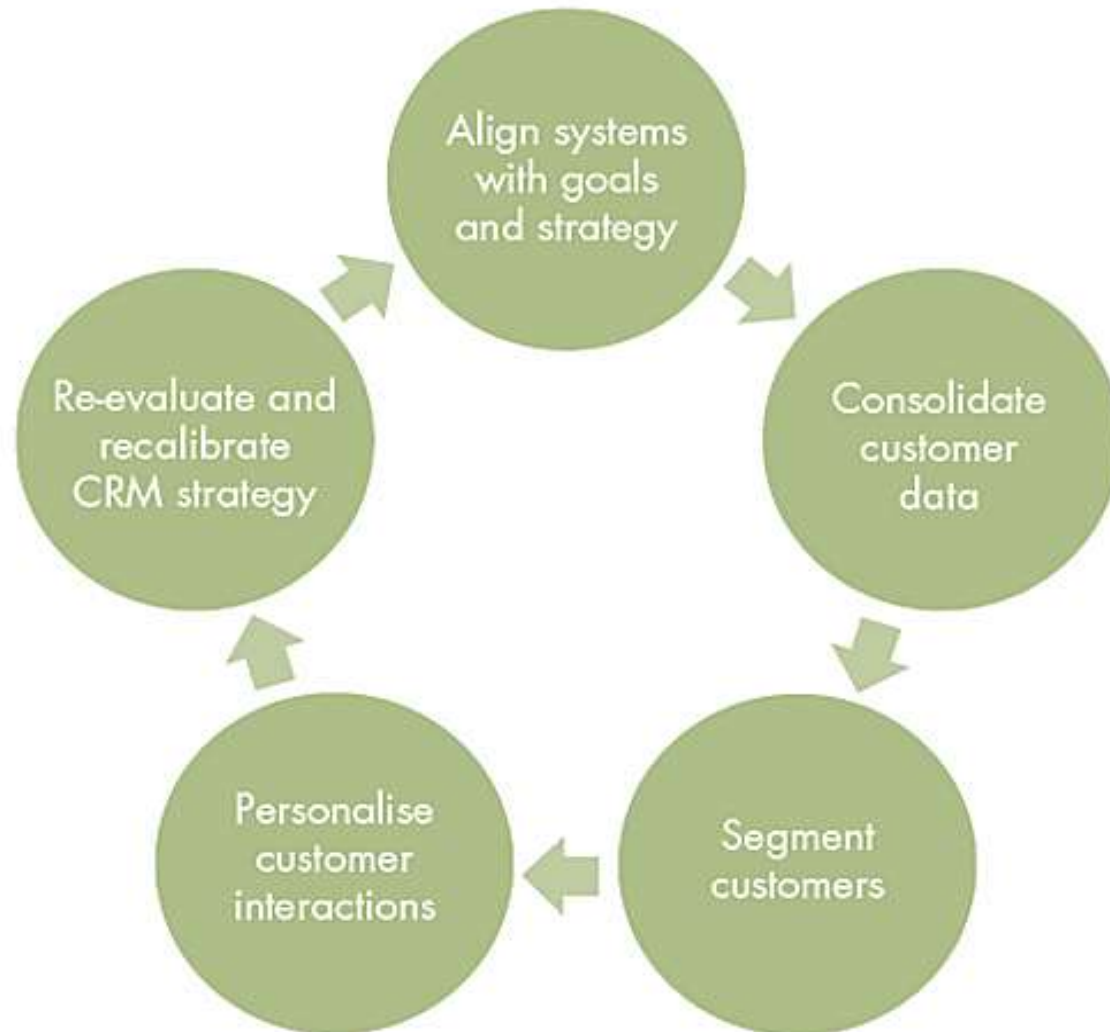
Διαχείριση σχέσεων με πελάτες (CRM) είναι μια προσέγγιση που στοχεύει να αναπτύξει στρατηγικές για τη δημιουργία αποτελεσματικών αλληλεπιδράσεων μεταξύ ενός οργανισμού και των «πελατών» του.

Στην περίπτωση των ΜΚΟ, οι κύριοι πελάτες είναι οι **ωφελοούμενοι**.

Μια προσέγγιση CRM ενσωματωμένη στη δραστηριότητα μάρκετινγκ θα αυξήσει την αποτελεσματικότητα και θα οδηγήσει σε οργανωτική ανάπτυξη.

Μια προσέγγιση CRM που στοχεύει στους δωρητές θα μπορούσε να οδηγήσει σε μια πιο αποτελεσματική συλλογή κεφαλαίων. Επίσης, οι τεχνικές CRM θα ήταν χρήσιμες και για τις στρατηγικές διαχείρισης εθελοντών.

# Εφαρμόζοντας Συστήματα Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων



# Εξατομίκευση αλληλεπιδράσεων





# Παραγωγικές συνεργασίες

# Αδειοδότηση (1)

Η χορήγηση αδειών είναι μια μορφή **στρατηγικής συμμαχίας** που συνεπάγεται την πώληση του δικαιώματος χρήσης συγκεκριμένων πνευματικών ιδιοτήτων (δηλ. Διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας, πνευματικών δικαιωμάτων, εμπορικών σημάτων κ.λπ.) με συγκεκριμένο τρόπο. Η χορήγηση άδειας χρήσης πνευματικής ιδιοκτησίας σε τρίτους πρέπει να συνδέεται με τους στόχους και τη στρατηγική του οργανισμού.

Μια άδεια είναι μια **γραφτή συμφωνία** μεταξύ των συμβαλλομένων μερών, όπου ο κάτοχος ("δικαιοπάροχος") επιτρέπει στον δικαιοδόχο να έχει πρόσβαση στην **πνευματική του ιδιοκτησία** έναντι πληρωμής (δικαιώματα εκμετάλλευσης που περιλαμβάνουν ένα ποσοστό όλων των κερδών που εισπράττονται από τη χρήση της πνευματικής ιδιοκτησίας με άδεια ). Οι άδειες θα μπορούσαν να είναι αποκλειστικές ή μη αποκλειστικές, θα μπορούσαν να περιοριστούν σε ένα συγκεκριμένο πεδίο. Θα μπορούσαν επίσης να είναι χωρίς καθόλου πνευματικά δικαιώματα (royalty-free).

Μια ΜΚΟ θα μπορούσε να είναι είτε δικαιοπάροχος είτε δικαιοδόχος . Όταν είναι δικαιοπάροχος, ο δικαιοδόχος είναι στις περισσότερες περιπτώσεις επιχειρηματικός εταίρος. Οι μη κερδοσκοπικοί φορείς θα μπορούσαν επίσης να ληφθούν υπόψη.

# Αδειοδότηση (2)

Τα οφέλη για τις ΜΚΟ :

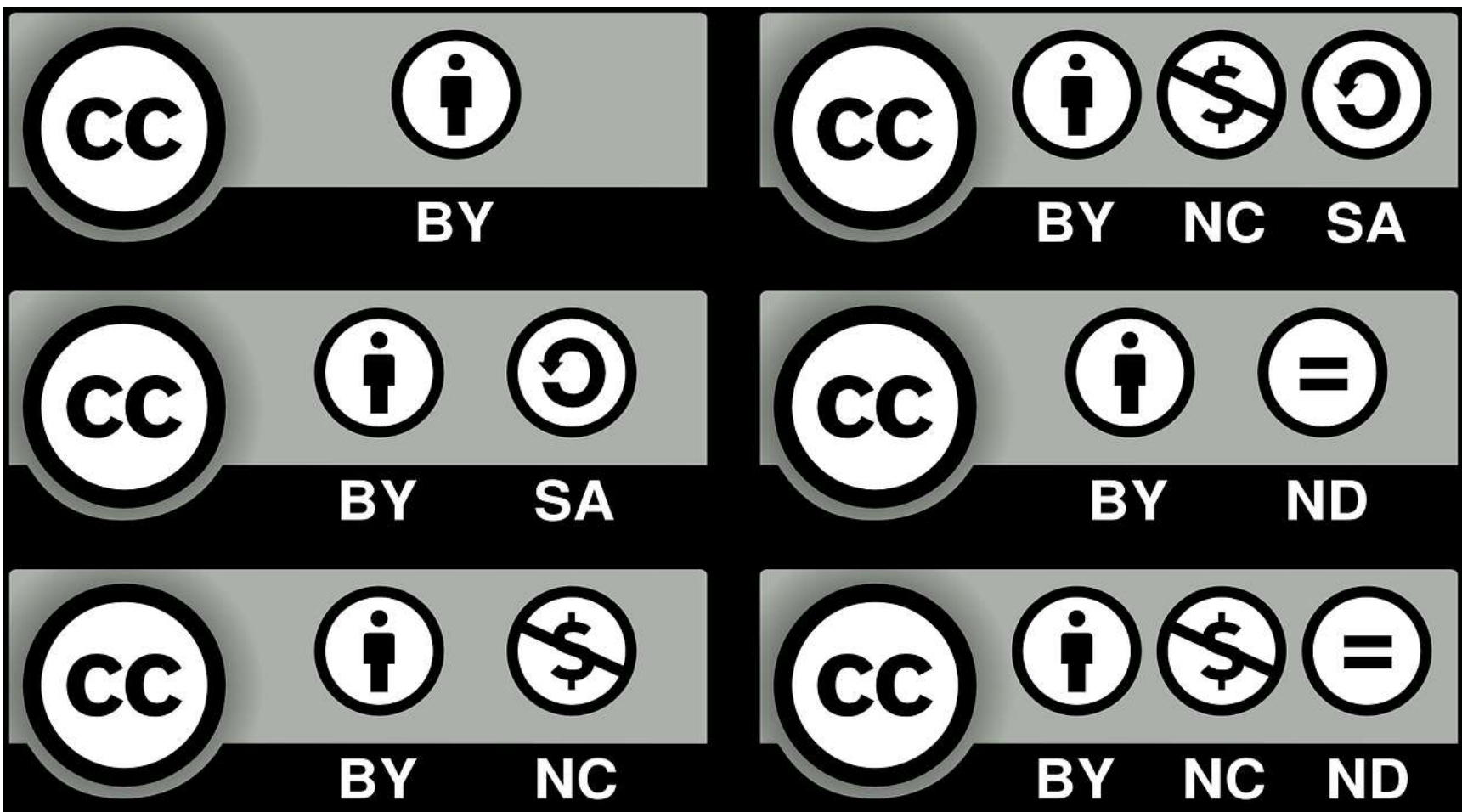
- Αναγνώριση του σκοπού της οργάνωσης
- Στενότερες σχέσεις με τους (επιχειρηματικούς) εταίρους
- Ανάπτυξη κοινής επιχείρησης
- Ανάπτυξη ικανοτήτων
- Διάφορα είδη εσόδων
- Ευρύτερο φάσμα εμπορεύσιμων αγαθών

# Αδειοδότηση(3)

Παραδείγματα πνευματικής ιδιοκτησίας για τα οποία μπορεί να χορηγηθεί άδεια από ΜΚΟ:

- Τεχνολογία (μια εφαρμογή)
- Ευρεσιτεχνίες
- Λογότυπο
- Εικόνες/μουσική





# Ανάπτυξη σχέσεων με τους χορηγούς (1)

Οι χορηγίες είναι ζωτικής σημασίας για πολλές ΜΚΟ προκειμένου να διασφαλίσουν τη λειτουργία τους.

Παρ' όλα αυτά, η ανάγκη για πόρους δεν δικαιολογεί τη συνεργασία με οποιοδήποτε χορηγό.

Μια ΜΚΟ πρέπει να λάβει υπόψη της το ακόλουθο πριν ξεκινήσει μια συνεργασία με έναν χορηγό:

Ελέγξτε αν ταιριάζουν η ΜΚΟ με το χορηγό.

Αναπτύξτε συγκεκριμένα κριτήρια εκτίμησης της κάθε σχέσης με πιθανούς χορηγούς.

Παρακολουθήστε την προηγούμενη δραστηριότητα και τις συμμαχίες της εταιρείας για να εντοπίσετε τη συμβατότητα με το σκοπό σας.

# Ανάπτυξη σχέσεων με τους χορηγούς(2)

Προκειμένου να αυξήσετε τις πιθανότητες για **επαναλαμβανόμενες χορηγίες** από μια συγκεκριμένη εταιρεία οι αμοιβαία επωφελείς μακροπρόθεσμες σχέσεις με την εν λόγω εταιρεία πρέπει να εξεταστούν στρατηγικά. Προκειμένου να επιτευχθεί αυτός ο στόχος, μια ΜΚΟ πρέπει να κάνει τα εξής:

Ορίστε ένα πρόσωπο επικοινωνίας με το χορηγό, που να έχει τη δυνατότητα να "μιλάει την ίδια γλώσσα" με τους εκπροσώπους της εταιρείας

Κρατήστε το χορηγό ενημερωμένο για τη δραστηριότητα της ΜΚΟ και την πρόοδό της

Αναγνωρίστε δημόσια τη συμβολή της επιχείρησης

Κάθε χορηγός πρέπει να ευχαριστείται με συγκεκριμένο, κατάλληλο τρόπο

Προσκαλέστε τους εκπροσώπους της εταιρείας σε διάφορες σχετικές εκδηλώσεις και δημιουργήστε ευκαιρίες δικτύωσης

# Crowdsourcing

Το Crowdsourcing είναι ένα νέο μοντέλο λειτουργίας, μέσω του οποίου ένας οργανισμός θα μπορούσε να αποκτήσει πόρους από μια εξωτερική, ανοιχτή ομάδα.

Παραδείγματα:

Crowdfunding

Διαγωνισμοί ιδεών

Διαγωνισμοί καινοτομίας και hackathons

# Types of Crowd-Sourcing





## Επιπλέον πηγές

- <https://www.facebook.com/trainingNGOs/>
- [www.ngotraining.eu](http://www.ngotraining.eu)
- <http://www.seerc.org/atsiv/vle/>

Αυτό το υλικό αποτελεί μέρος ενός εξειδικευμένου εκπαιδευτικού υλικού για ΜΚΟ που αναπτύχθηκε στο πλαίσιο του έργου *Advancing the Third Sector through Innovation & Variation* (ATSIV).

Το ATSIV είναι ένα έργο το οποίο χρηματοδοτείται από το ERASMUS+ KA2, το οποίο υλοποιήθηκε την περίοδο 2016-2019 από μια σύμπραξη φορέων από την Ελλάδα, τη Βουλγαρία, την Πολωνία και τη Ρουμανία. Βασικός στόχος του έργου αποτελεί η ανάπτυξη των επαγγελματικών δεξιοτήτων των εργαζομένων σε ΜΚΟ , αναπτύσσοντας και παρέχοντας πρόσβαση σε μία διαδικτυακή πλατφόρμα εκπαίδευσης μέσω ενός παιχνιδιού.



Erasmus+



Advancing the Third Sector  
through Innovation & Variation

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

# Οι Εταίροι



LAW AND INTERNET  
FOUNDATION  
RESEARCH CENTER FOR LAW AND  
INFORMATION TECHNOLOGIES



Erasmus+