

TWORZENIE
WSPÓŁPRACY, Z KTÓREJ
WSZYSCY WYCHODZĄ Z
WYGRANĄ
W PRZEDSIĘBIORCZOŚCI
SPOŁECZNEJ

Projekt RESIST jest współfinansowany przez Unię Europejską (Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego) w ramach programu Interreg Region Morza Bałtyckiego.



Region Morza
Bałtyckiego



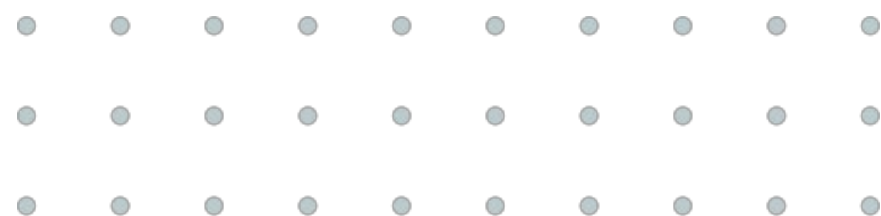
Współfinansowane przez
Unii Europejskiej

01. JAK NAWIAZAĆ WSPÓŁPRACĘ KORZYSTNĄ DLA OBU STRON
Czym ona jest? Jak znaleźć odpowiedniego partnera?

02. PRZYKŁADY Z PRAKTYKI
Jakie są przykłady z praktyki?

03. WYTYCZNE DOTYCZĄCE POZYTYWNYCH
DOŚWIADCZEŃ
Co robić? Czego nie robić?

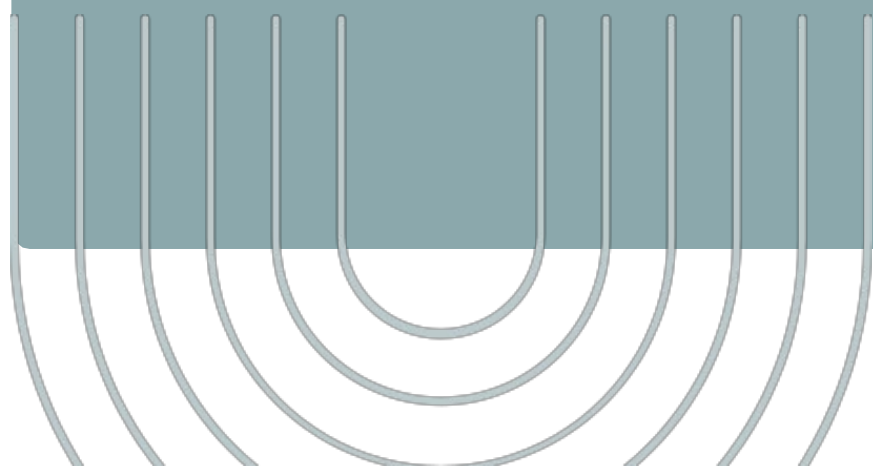
SPIS TREŚCI

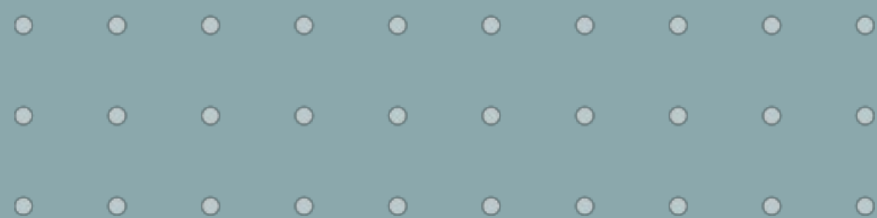


01.

JAK OSIĄGNAĆ WSPÓŁPRA CĘ, Z KTÓREJ WSZYSCY WYCHODZĄ Z WYGRANĄ

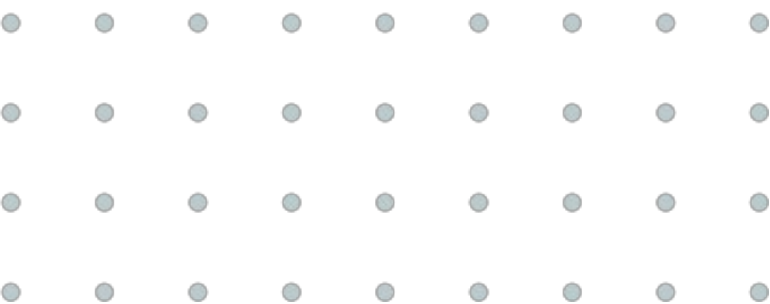
- Czym ona jest? Jak znaleźć odpowiedniego partnera?





„Współpraca typu „win-win” to porozumienie oparte na współpracy, w ramach którego wszyscy partnerzy czerpią korzyści z nawiązanej relacji.”





DLACZEGO „KORZYŚCI DLA OBU STRON”?

01

WYKORZYSTANIE ZASOBÓW

Współpraca pomaga przedsiębiorstwom społecznym uzyskać dostęp do zasobów partnerów, umożliwiając obu stronom osiągnięcie większych korzyści niż w przypadku działania w pojedynkę.

02

DZIEL WIEDZY

Partnerstwa ułatwiają transfer wiedzy i wymianę umiejętności, sprzyjając innowacyjności i rozwojowi przedsiębiorstw społecznych.

03

ZWIĘKSZANIE WIARYGODNOŚ CI

Współpraca z uznanymi organizacjami może zwiększyć wiarygodność, wzmacniając zaufanie społeczne i atrakcyjność dla inwestorów.

04

OGRANICZANIE RYZYKA OGRANICZANIE

Ryzyko można dzielić i nim zarządzać, dzięki czemu przedsięwzięcia stają się mniej niepewne i bardziej odporne, co jest szczególnie korzystne w przypadku projektów wysokiego ryzyka.



Zgodność z celami

Współpraca powinna być zgodna z nadrzędnymi celami Państwa przedsiębiorstwa społecznego i wspierać je. Oznacza to, że powinna przyczyniać się do realizacji wartości i misji Państwa przedsiębiorstwa.



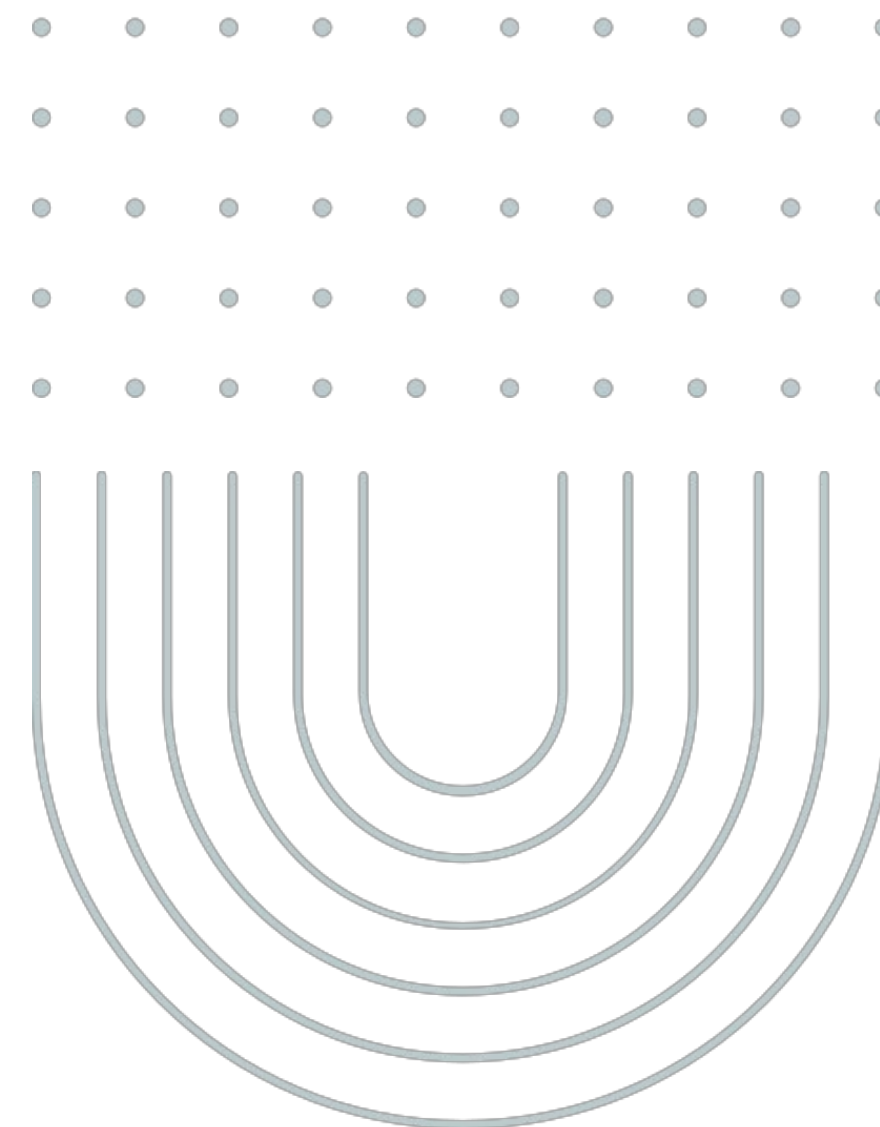
Zasoby i możliwości partnera

Zasoby i możliwości potencjalnego partnera powinny uzupełniać potrzeby Państwa przedsiębiorstwa. Mogą to być zasoby finansowe, umiejętności pracowników, technologia lub dostęp do rynku.

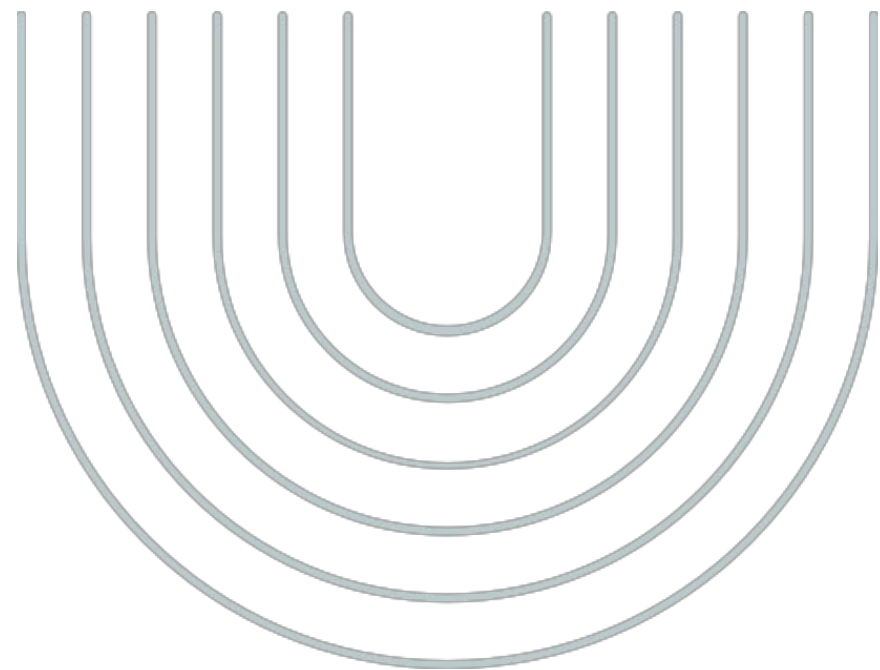
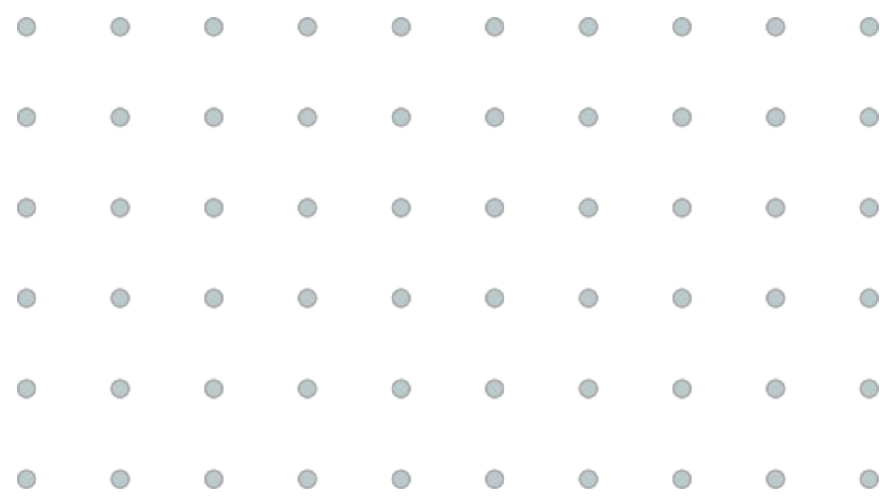


Wspólne cele i korzyści

Przy wyborze partnera kluczowe znaczenie ma upewnienie się, że obie strony mają wspólne cele, a współpraca przynosi obopólne korzyści.



WYBÓR WSPÓŁPRACY



CO JEST POTRZEBNE W
RAMACH WSPÓŁPRACY „



”

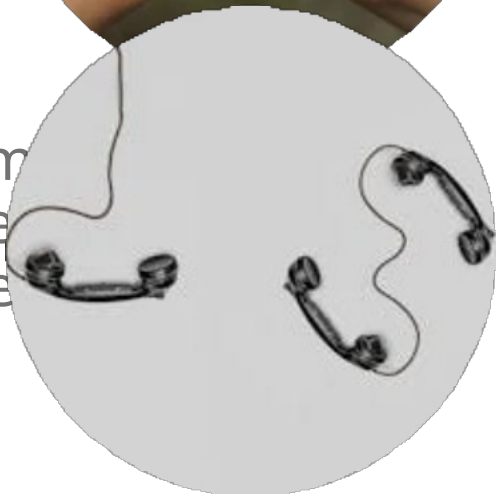
Zaangażowanie

Obaj partnerzy powinni wykazać zaangażowanie we wspólną misję społeczną. Zaangażowanie to obejmuje przeznaczenie niezbędnych zasobów, czasu i wysiłku.



Komunikacja

Otwarta i regularna komunikacja jest kluczem do zrozumienia oczekiwań, omawiania postępów i rozwiązywania problemów. Zapewnia ona przejrzystość i pomaga budować zaufanie.



Zaufanie

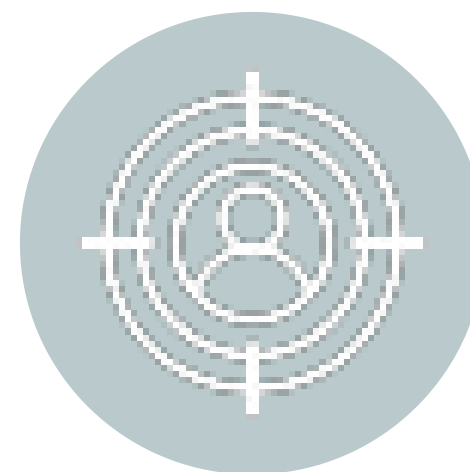
Zaufanie jest fundamentem każdego silnego partnerstwa. Każda ze stron musi mieć pewność co do uczciwości drugiej strony oraz jej zdolności do dotrzymywania obietnic.

IDENTYFIKACJA POTENCJALNYCH PARTNERÓW



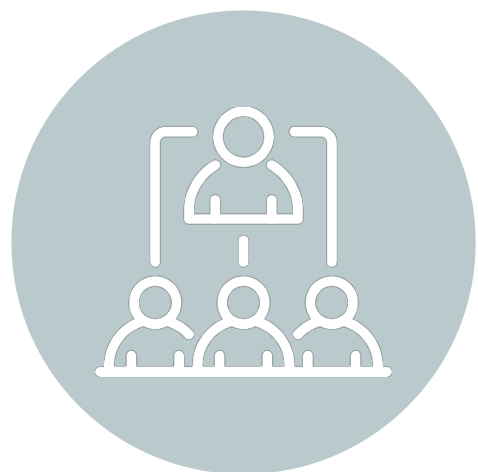
Krok 1 – Identyfikacja

Zacznij od zidentyfikowania kluczowych interesariuszy, z którymi już masz kontakt lub z którymi chcesz nawiązać kontakt.



Krok 2 – Kategoryzacja

Podziel tych interesariuszy na kategorie w oparciu o ich role: partnerzy, fundatorzy, doradcy itp.



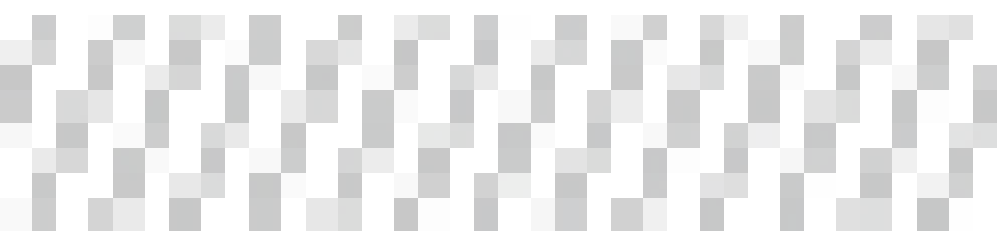
Krok 3 – Analiza

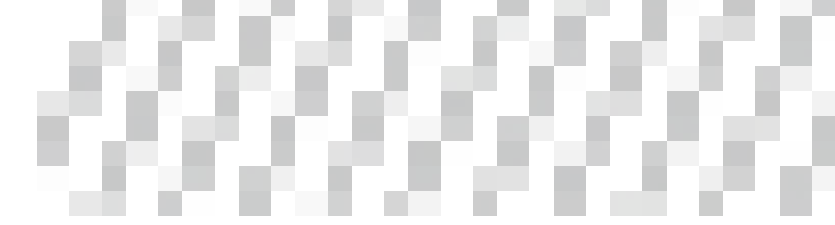
Przeanalizuj wpływ, zasoby i znaczenie każdego z nich dla Twojej firmy społecznej.



Krok 4 – Nawiązywanie kontaktów

Nawiąż relacje między tymi interesariuszami a Twoją firmą społeczną. Mogą to być obecne lub potencjalne partnerstwa, programy mentorskie, relacje związane z finansowaniem itp.





OCENA POTENCJALNYCH PARTNERÓW



Zgodność misji

Misja potencjalnego partnera powinna być zgodna z Twoją. Wspólna misja zapewnia wspólną płaszczyznę porozumienia i wzajemne zrozumienie.



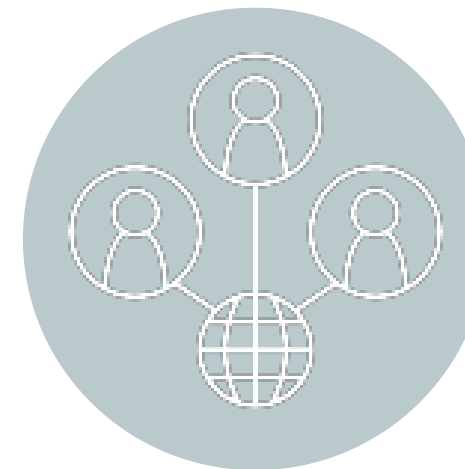
Możliwości

Oceń możliwości potencjalnego partnera – jego umiejętności, wiedzę specjalistyczną i zasoby. Powinny one uzupełniać możliwości i potrzeby Twojej firmy.



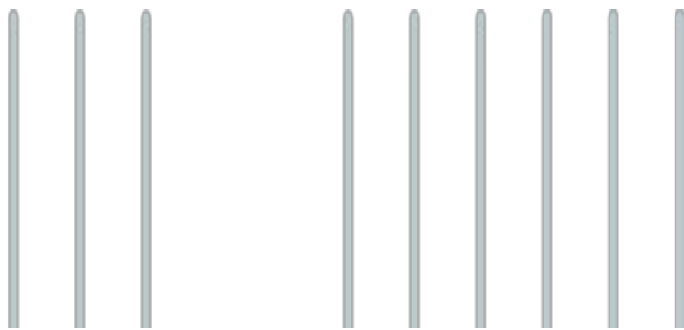
Reputacja

Reputacja partnera może mieć wpływ na Twoją działalność. Dobrze postrzegany partner może zwiększyć Twoją wiarygodność, podczas gdy zła reputacja może zaszkodzić Twojemu przedsiębiorstwu.



Potencjalne synergie

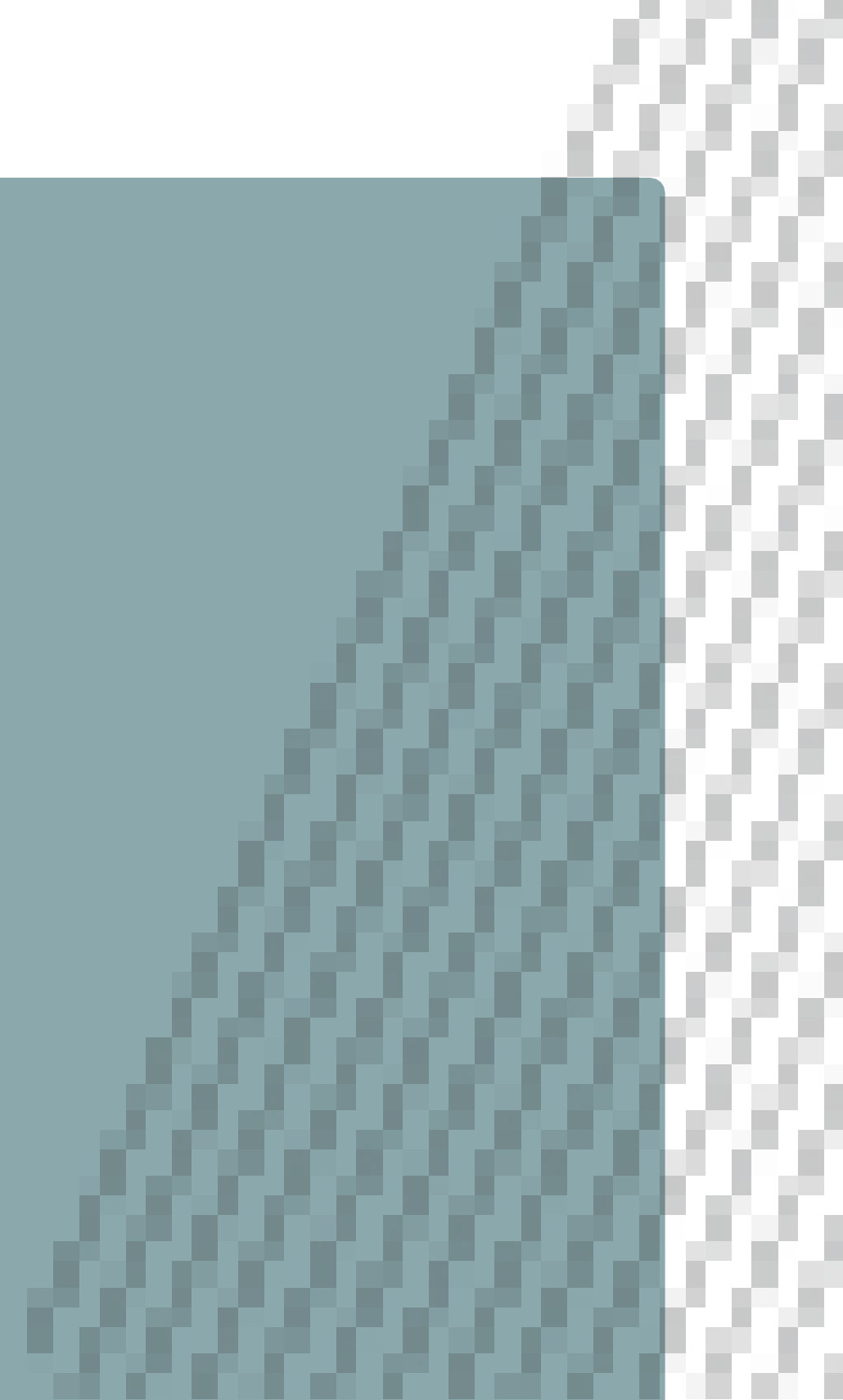
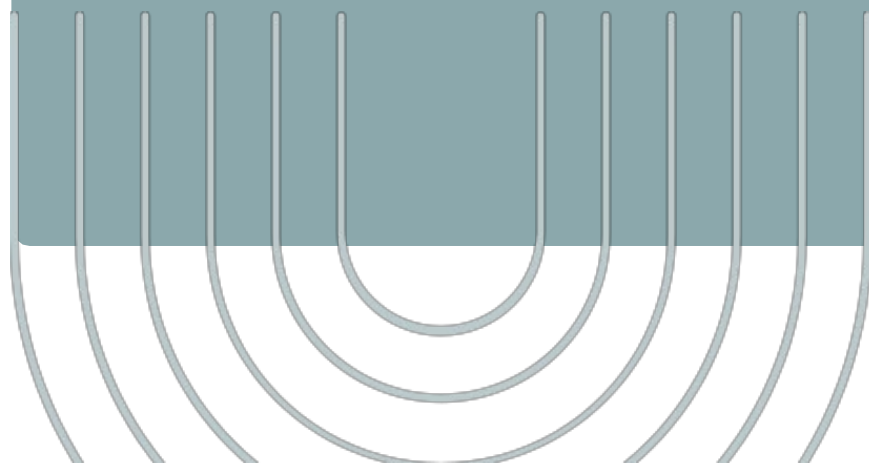
Poszukaj potencjalnych efektów synergii – obszarów, w których możecie współpracować, aby osiągnąć więcej niż każdy z osobna. Mogą to być wspólne projekty, wspólne rynki lub łączenie zasobów.



02.

PRZYKŁADY Z PRAKTYKI

Jakie są przykłady z praktyki?





HISTORIA

IMPACT DAY I SEB

Impact Day i SEB od dwóch lat z rzędu prowadzą udaną współpracę opartą na zasadzie „win-win” już drugi rok z rzędu i nadal ją kontynuują.

Przyjrzyjmy się, jak to się zaczęło.



Impact Day to największy festiwal poświęcony zrównoważonemu rozwojowi w krajach bałtyckich i skandynawskich, działając jako przedsiębiorstwo społeczne.



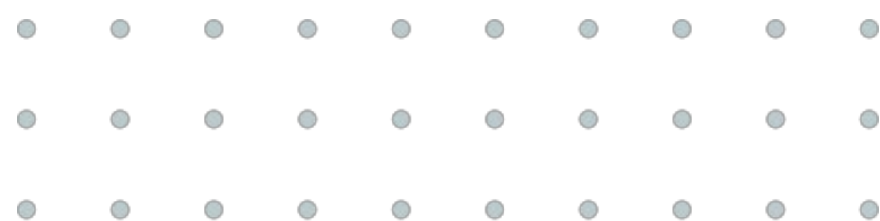
SEB to bank uniwersalny, oferujący pełen zakres usług finansowych dla dużych, małych i średnich przedsiębiorstw, sektora publicznego oraz osób prywatnych.

JAK TO SIĘ ZACZĘŁO

Impact Day rozpoczął działalność w 2022 roku i poszukiwał partnerów o podobnych poglądach, którzy wytyczaliby kierunek w kwestiach zrównoważonego rozwoju.

W związku z tym sporządzono listę firm, które zostały docenione za swoje wysiłki i/lub publicznie zajmowały się tą tematyką.

SEB był jedną z nich.





DROGA DO ROZWIAŹANIA „WIN- WIN”

Ponieważ jeden z członków zespołu miał już kontakt w SEB, skontaktował się z tą firmą i zorganizował spotkanie wideo.

Najpierw uzgodniono, że mają wspólny cel – uczynienie zrównoważonego rozwoju normą.

Podczas rozmów ocenili następnie, co SEB chciałoby osiągnąć, ale potrzebowałoby w tym pomocy, i odwrotnie.



UTRZYMANIE DOBREJ DYNAMIKI

Na podstawie wyników rozmów Impact Day zgodził się pomóc SEB dotrzeć do szerszej publiczności, aby firma mogła pozycjonować się jako marka zajmująca się zrównoważonym rozwojem, a SEB w zamian zapewnił wsparcie finansowe oraz pomoc w rozpowszechnianiu informacji o festiwalu.

Dzięki pozytywnym doświadczeniom SEB i Impact Day postanowiły kontynuować współpracę.





ringo

Misją Ringo jest wyeliminowanie odpadów z opakowań jednorazowych poprzez stworzenie otwartej platformy dla opakowań wielokrotnego użytku.

● itella
SmartPOST●

Itella Smartpost to międzynarodowa firma logistyczna.

HISTORIA RINGO ECO I ITELLA SMARTPOST

To dobry przykład tego, jak połączyć swoją wiedzę specjalistyczną i czerpać z tego korzyści.

Wspólnie stworzyli projekt o nazwie „Tango”
– pierwszy system obiegu opakowań w handlu elektronicznym
system obiegu opakowań.

HISTORIA FITLAP I PEETRI PIZZA

Jak jedna marka może pomóc drugiej
i na odwrót –

Fitlap i Peetri Pizza opracowały dwa nowe rodzaje
pizzy i makaronów do menu Peetri
Pizza, które są zdrowe i zgodne z

.

Fitlap

Fitlap to wirtualny plan dietetyczny,
który pomaga schudnąć i
uczy, jak zdrowo się odżywiać.

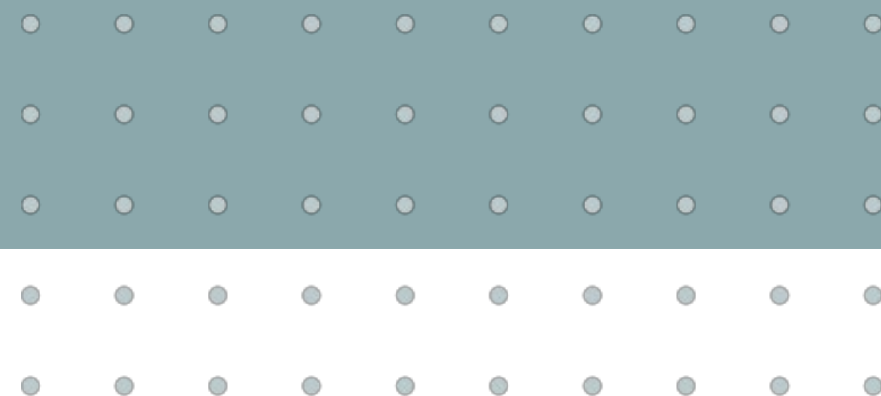
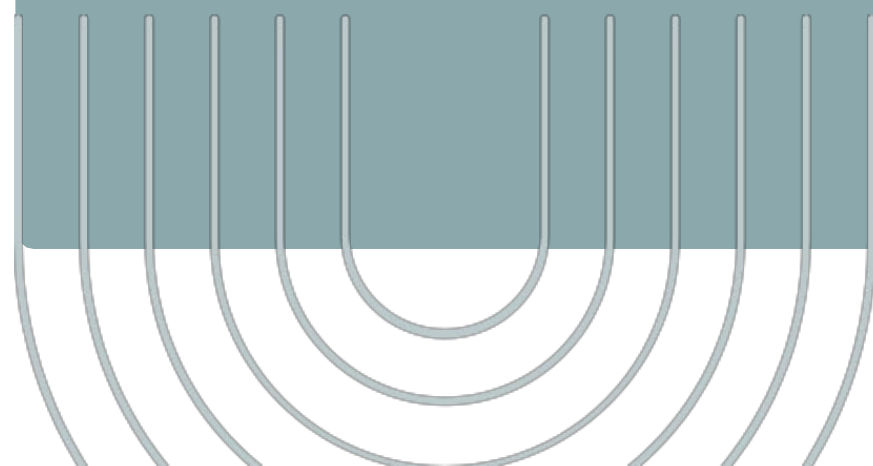


Peetri Pizza to sieć francyzowa
obejmująca prawie 50 pizzerii w
Estonii.

03.

WYTYCZNE DOTYCZĄCE DOBREGO DOŚWIADCZENIA

Co robić? Czego nie robić?





JAK BUDOWAĆ RELACJE?

ZAANGAŻUJ SIĘ

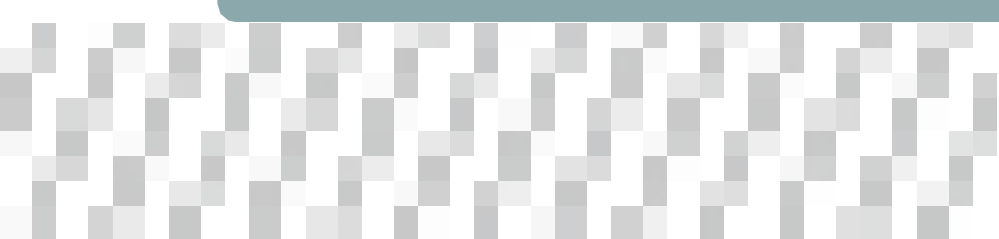
Poświęć czas na poznanie
swoich partnerów.
Silne relacje stanowią
podstawę udanej współpracy.

PODTRZYMUJ SZACUNEK

Szanuj wiedzę, punkt
widzenia i wkład każdego
partnera. To sprzyja
otwartemu dialogowi i
owocnej współpracy.

PROMUJ KULTURĘ

Kultywuj kulturę, która ceni
współpracę, docenia
różnorodność i promuje wspólne
podejmowanie decyzji.





JAK UTRZYMAĆ TEMPO?

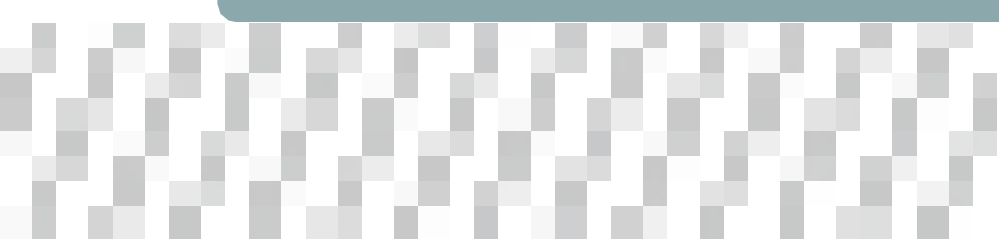
ŚWIĘTUJ

Świętuj wspólne sukcesy i kamienie milowe, aby wzbudzić poczucie spełnienia i wzmocnić wartość współpracy.

Traktuj współpracę jako proces uczenia się.
Zastanów się nad doświadczeniami, wyciągaj wnioski z wyzwań i nieustannie dąż do doskonalenia.

ROZWIĄZYWAJ

Nieporozumienia są czymś naturalnym. Rozwiązuj je otwarcie i konstruktywnie, szukając rozwiązań korzystnych dla obu stron.



PRZEJRZYSTA KOMUNIKACJA

Przejrzystość i otwarty dialog budują zaufanie i gwarantują, że wszystkie strony są zgrane w trakcie trwania partnerstwa.

WZAJEMNIE KORZYSTNE WARUNKI

Upewnij się, że wszystkie strony czerpią korzyści ze współpracy, aby utrzymać zaangażowanie i oddanie.

CO NALEŻY ZROBIĆ

WSPÓLNA WIZJA

Współpraca jest bardziej produktywna, gdy wszyscy partnerzy mają wspólny cel i wizję.

REGULARNE ANGAŻOWANIE

Regularne kontakty pozwalają interesariuszom być na bieżąco i czuć się zaangażowanymi we współpracę.

IGNORUJ DYNAMIKĘ WŁADZY

Nierównowaga sił może osłabiać współpracę; należy więc zadbać o to, by wszystkie strony miały równy głos i równy udział w procesie.

NIE NIE DOCENIAJ ZNACZENIA ZAUFANIA

Budowanie zaufania wymaga czasu, ale stanowi podstawę każdej udanej współpracy.

CZEGO NIE NALEŻY ROBIĆ

POMIJAJ UMOWY

Aby uniknąć sporów, należy jasno określić role, obowiązki i oczekiwania.

ZAKŁADAJ, ŻE ROZWÓJ JEST STATYCZNY

Cele i zadania mogą ewoluować z biegiem czasu, dlatego należy regularnie weryfikować, czy wszyscy są na bieżąco.

04.

CZĘŚĆ PRAKTYCZNA

(Określanie potencjalnych partnerów i możliwości współpracy JUŻ
DZIŚ)



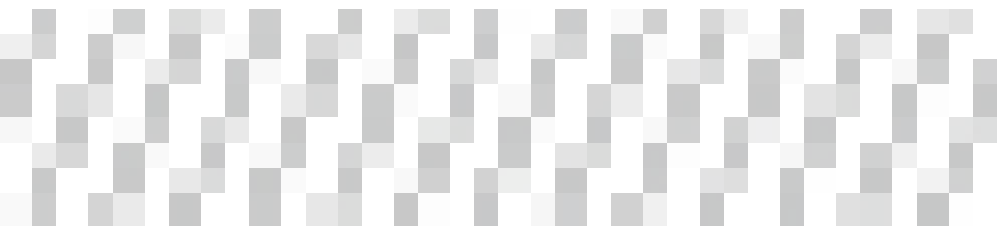
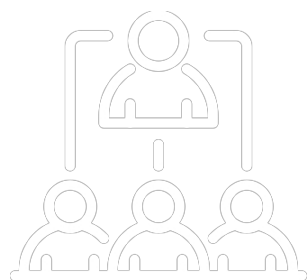
CZĘŚĆ PRAKTYCZNA: IDENTYFIKACJA POTENCJALNYCH PARTNERÓW

(1)



Krok 1 – Identyfikacja

- Z kim chciałbyś współpracować?
- Dlaczego chciałbyś z nimi współpracować?
- Dlaczego oni chcieliby współpracować z Tobą?
- Jaka jest wasza wspólna misja?
- Z jakimi kluczowymi interesariuszami jesteście już powiązani?
- Czy są jakieś ważne sieci społeczności, do których powinniście
 - ☐ - dołączyć przed rozpoczęciem współpracy?
 - ☐ - poprosić o radę?



CZĘŚĆ PRAKTYCZNA: WYZNACZANIE POTENCJALNYCH PARTNERÓW

(2)



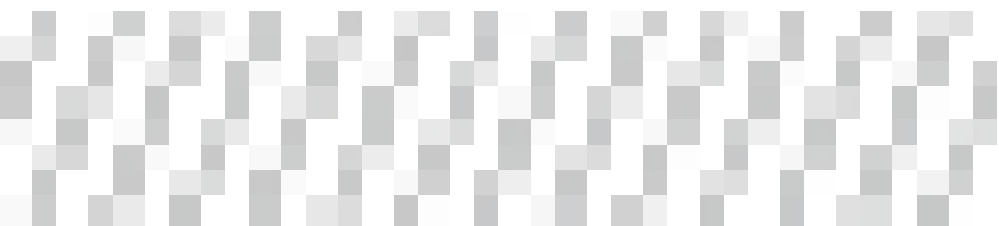
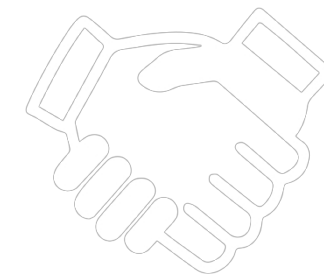
Krok 2 – Kategoryzacja

Proszę sklasyfikować tych interesariuszy na podstawie pełnionych przez nich ról. Czy są to:

- partnerami,
- donatorami,
- doradcami; a także organizacjami i sieciami wspierającymi biznes.

Opisz ich (i swoje):

- umiejętności,
- wiedzę specjalistyczną,
- zasoby.



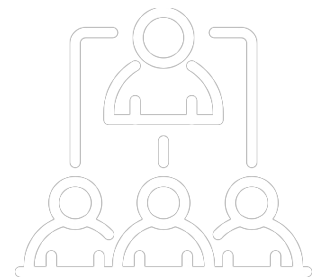
CZĘŚĆ PRAKTYCZNA: ZMIERZANIE POTENCJALNYCH PARTNERÓW (3)



Krok 3 – Analiza

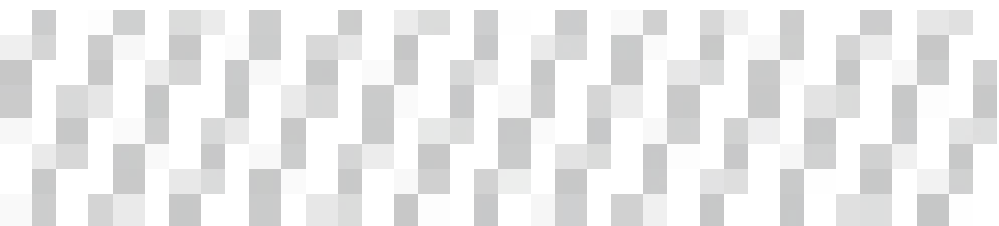
Proszę sporządzić mapę i zastanowić się nad potencjalnym

- wpływu;
- wynik;
- potrzebnych i udostępnionych zasobów;
- znaczenie dla Państwa działalności;
- znaczenie dla ich działalności.



Opisz potencjalny wynik

- Wspólne projekty?
- Wspólne rynki?
- Połączenie zasobów?



CZĘŚĆ PRAKTYCZNA: IDENTYFIKACJA POTENCJALNYCH PARTNERÓW

(4)



Krok 4 – Nawiązywanie kontaktów

Proszę opracować plan komunikacji dotyczący nawiązania kontaktu z

- obecnych lub potencjalnych partnerów,
- mentorów,
- podmiotów finansujących itp.

- Ustal termin!

PAMIĘTAJ:



Zgodność misji

Misja potencjalnego partnera powinna być zgodna z twoją. Wspólna misja zapewnia wspólną płaszczyznę porozumienia i wzajemne zrozumienie.



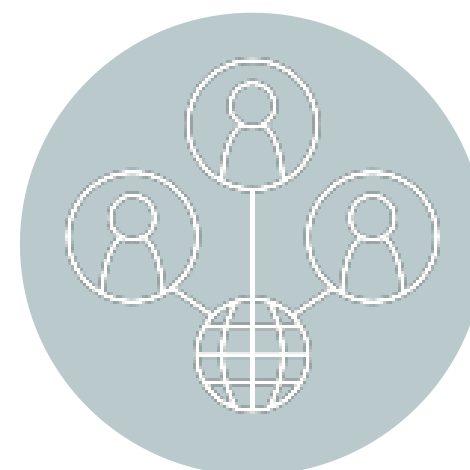
Reputacja

Reputacja partnera może mieć wpływ na Twoją firmę. Dobrze postrzegany partner może zwiększyć Twoją wiarygodność, podczas gdy zła reputacja może zaszkodzić Twojemu przedsiębiorstwu.



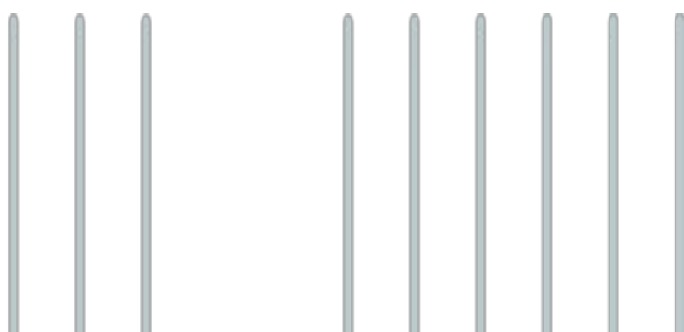
Możliwości

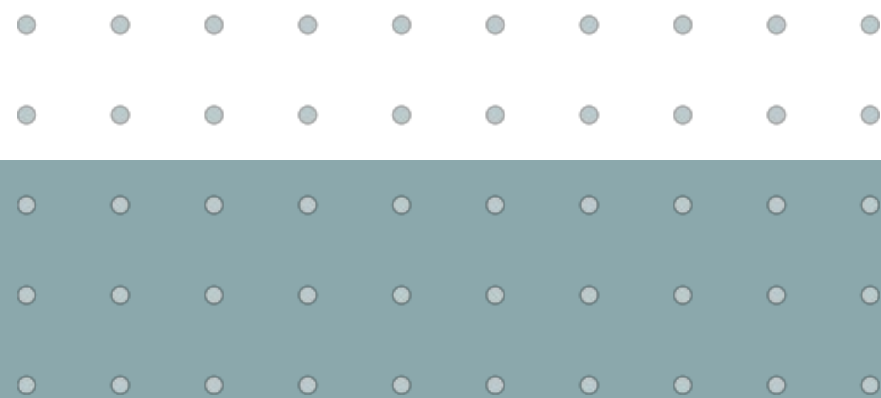
Oceń możliwości potencjalnego partnera – jego umiejętności, wiedzę specjalistyczną i zasoby. Powinny one uzupełniać możliwości i potrzeby Twojej firmy.



Potencjalne synergie

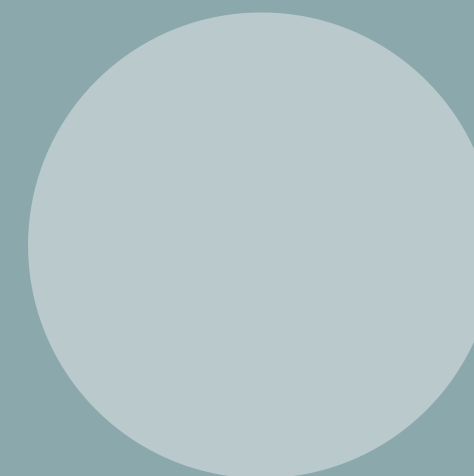
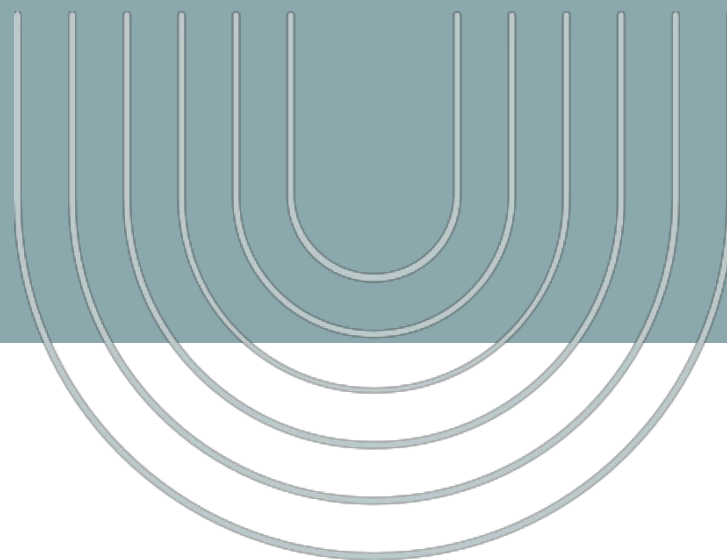
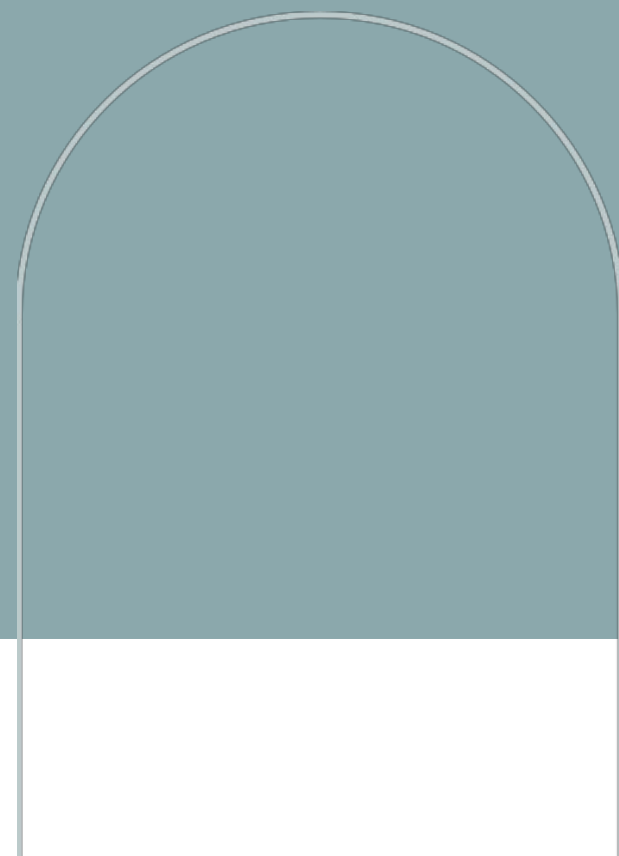
Poszukaj potencjalnych efektów synergii – obszarów, w których możecie współpracować, aby osiągnąć więcej niż każdy z osobna. Mogą to być wspólne projekty, wspólne rynki lub łączenie zasobów.

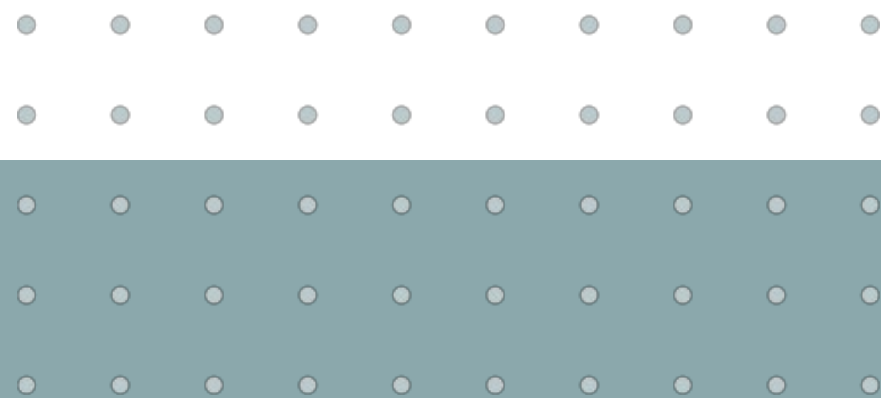




DZIELENIE SIĘ PLANAMI WSPÓŁPRACY

(w parach lub w grupach)





DZIĘKUJEMY

Jakie macie pytania?

