Putovní konference

TRANSPARENTNOST A VEŘEJNÁ PROSPĚŠNOST
INSPIRUJTE SE ŠVÝCARSKOU PRECIZNOSTÍ

Konference se uskutečnila v rámci projektu "Status veřejné prospěšnosti jako nástroj posilování transparentnosti neziskového sektoru ČR na základě švýcarského know-how", který je podpořen z Programu švýcarsko - české spolupráce.

OSTRAVA – Seminární centrum Akademie Ostrava, Hrušovská 2654/16, Ostrava - Přívoz
pondělí 12. listopadu 2012, 10:00 – 15:30

BRNO – City Apart Hotel, Komárovské nábřeží 2, Brno
úterý 13. listopadu 2012, 10:00 – 15:30

PRAHA – Autoklub České republiky, Opletalova 29, Praha 1
středa 14. listopadu 2012, 10:00 – 15:30

Výstupy workshopů „Jak vidí transparentnost neziskových organizací business sféra?“

Vedení workshopu: Simona Kaňoková (specialista public relations senior - CSR, ČEZ, a. s.), Marek Šedivý (prezident AVPO).

Výchozí otázky byly: Co si business sféra představuje pod termínem transparentnost NNO? Které konkrétní ukazatele jsou pro firmy důležité? Čeho si všímají firemní hodnotitelé v projektech NNO? Jak správně komunikovat transparentnost NNO směrem k business sféře?

Co udělat, případně na co nezapomenout, aby nezisková organizace působila transparentně a věrohodně v kontaktu s firemním dárcem:

PŘIPRAVIT SE:

- ☑ znát informace z webových stránek firmy - o jejích aktivitách v oblasti společenské odpovědnosti (CSR) a podpory neziskových projektů;
- ☑ ujasnit si, zda oslovit firmu přímo, její nadační fond či firemní nebo spřízněnou nadaci;
- ☑ analyzovat, jak se s projektem či aktivitami propojit s firmou v rámci jejího oboru podnikání či sdělovaným zájmem;
- ☑ znát vlastní poslání a vizi, strategii hlavní cíle organizace (= mít plán a chápat plány druhých);
- ☑ znát prioritní hodnoty, které organizace vyznává;
- ☑ hledat průniky s vizí, hodnotami nebo cíli firmy;
- ☑ přesně vědět pro jakou cílovou skupinu pracuji – PRO KOHO?;
- ☑ najít platný komunikační kanál pro žadatele či správného člověka ve firmě – zeptat se (mailem nebo telefonem), kdo má na starost CSR nebo pomoc neziskovým organizacím.

UMĚT PREZENTOVAT VÝSLEDKY PRÁCE NEZISKOVKY A JEJÍ VLIV A DOPAD NA SPOLEČNOST:

- ☑ v prezentování na webu či v PDF zpravodaji upřednostnit přehlednost a zároveň informační kvalitu, (např. na webu mít vysvětlivky pojmů)
- ☑ zdůraznit historii organizace, dlouhodobost jejího fungování a zaměření na dané aktivity nebo činnost;
- ☑ poukazovat na pravidelný provoz a zároveň na případný zájem o místní či obecné problémy v oboru a s nimi související společenské otázky (např. spolupráce s místní školou);

- ☑ doložit, že nezisková organizace pracuje se zpětnou vazbou, kterou vyhodnocuje – statistiky, kvalitativní ukazatele, fotky, jaký neziskovka dosáhla posun nebo změnu v čase (např. za rok, za 5 let …), atd. – vše stručně, srozumitelně a jednoduše!;
- ☑ měřit originálně – umět poutavě vysvětlit statistiky;
- ☑ dát vědět, jak darované peníze pomohly;
- ☑ být odborníkem ve svém oboru, používat odborné argumenty vyplývající z vlastních výzkumů nebo šetření nebo z výzkumů a studií jiných institucí;
- ☑ doložit publikační činnost – nezapomenout také na nezisková média;
- ☑ fakta o tom, jak neziskovka zajistí následné pokračování projektu, pokud jej firma nebude nadále podporovat;
- ☑ umět prezentovat reference – pravdivé – vkusnou formou (pozor na „sladké“ a přechválené citace);
- ☑ umět ocenit a prezentovat hodnotu práce, kterou pro neziskovku dělají dobrovolníci.

DBÁT NA IMAGE:

- ☑ aktualizovaný web!, na kterém jsou dostupné výsledky práce organizace, aktuální akce apod.;
- ☑ být otevřený;
- ☑ nemít rozpor mezi tím, jak působí neziskovka navenek a jak to pak je při osobní návštěvě v sídle neziskovky;
- ☑ být otevřený ke spolupráci a síťování – doložit/prokázat tuto hodnotu konkrétními výsledky nebo projekty (členství v sítích, dosažení společných cílů s partnerskými organizacemi apod.);
- ☑ být jiný, originální, nápaditý.

BÝT SPOLEHLIVÝM A OTEVŘENÝM PARTNEREM:

- ☑ myslet procesně, mít jasně fungující procesy v organizaci;
- ☑ dodávat vyúčtování a výstupy podpořených projektů včas;
- ☑ použít výkaznictví podle pravidel zveřejněných dárcem;
- ☑ pokud není možné vyúčtování nebo závěrečnou zprávu dodat včas – otevřeně o tom informovat firmu
- ☑ informovat firmu kolik dalších dárců neziskovka má nebo plánuje mít na daný projekt, koho všechno oslovila;
- ☑ začít včas plánovat další akci, informovat firmu s dostatečným předstihem – cca 12-6 měsíců před akcí;
- ☑ otevřeně a přesně formulovat požadavky;
- ☑ nežebrat, citově nevydírat – být partnerem - nabízet spolupráci .