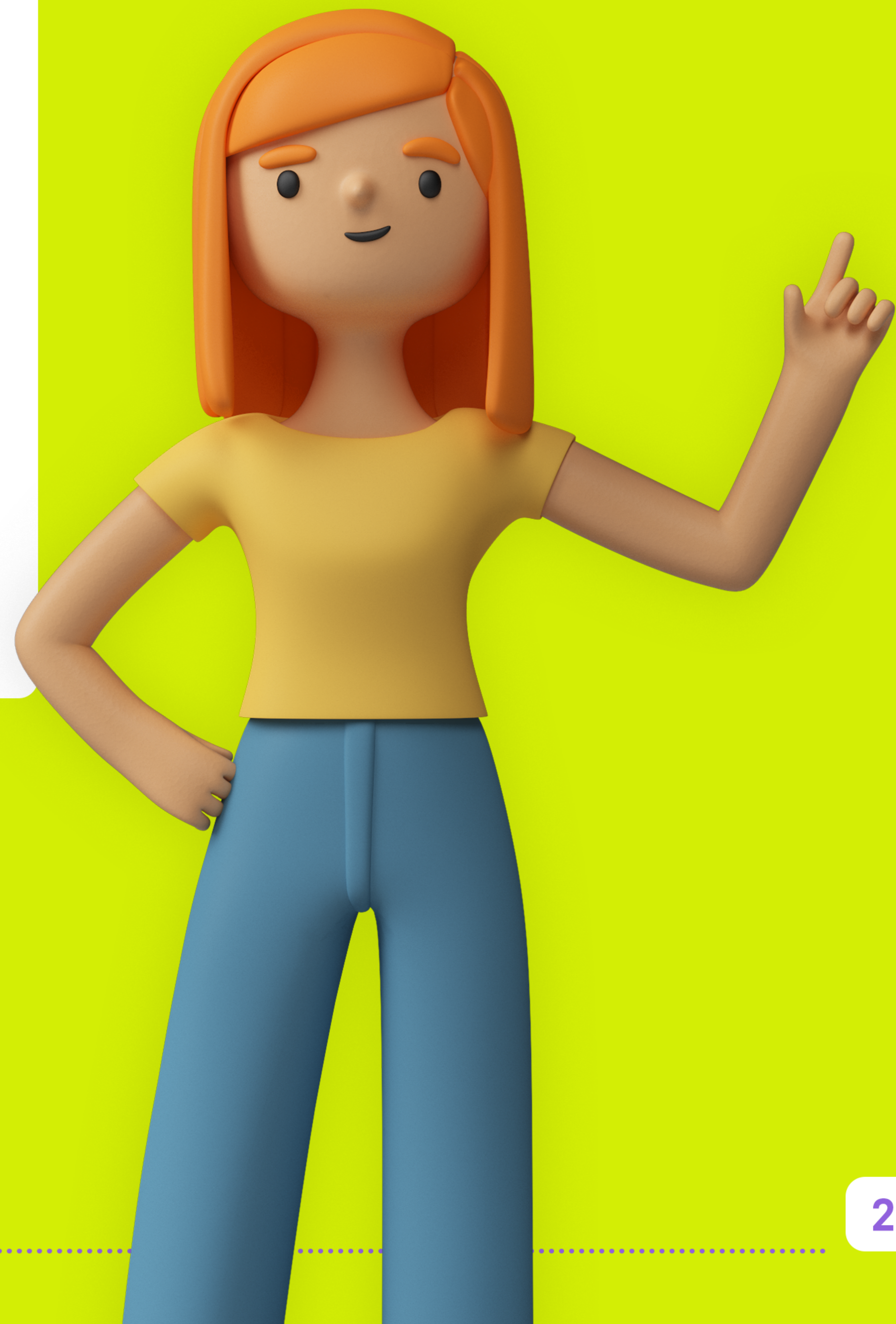


росмолодёжь  
гранты

ПРОЕКТ ПОСЛЕ ГРАНТА

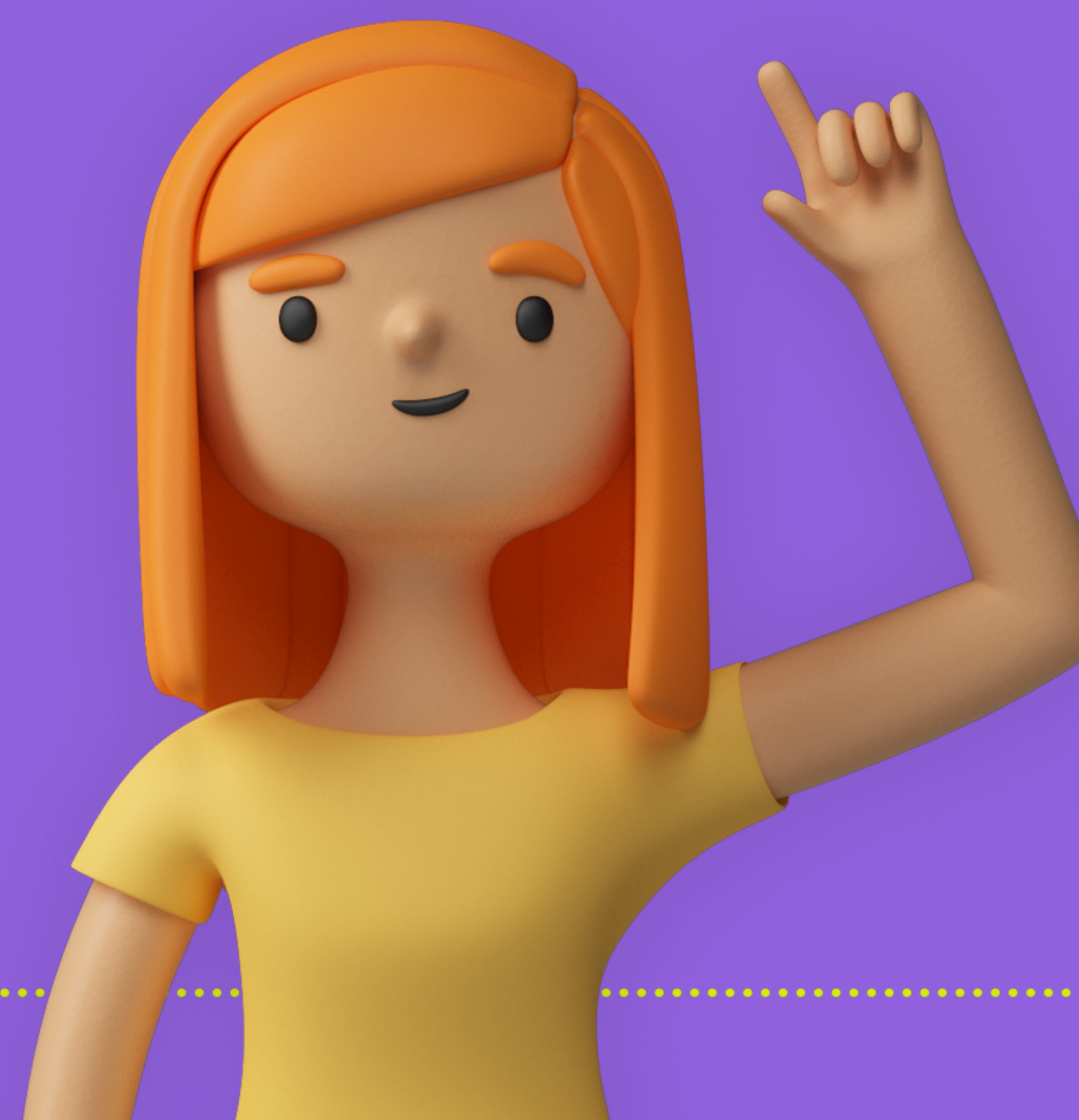
Поздравляю тебя, дорогой друг, ты выиграл грант, а после отлично реализовал проект! Возможно, ты сейчас находишься в стадии раздумий, а что же делать дальше? Как развивать проект после окончания грантового финансирования?

Ты не поверишь, но эти вопросы нужно себе задавать еще тогда, когда ты только пишешь грантовую заявку и оформляешь свою идею в проект, но, возможно, ты, как и многие, был в эйфории, и важно было воплотить идею в реальность.



Добро пожаловать, теперь ты в реальности! Дальше необходимо включать ум и анализ. Тебе важно быть с собой честным, чтобы двигаться дальше, ведь все блоки строительства проекта и организации начинаются исключительно с личности. Тебе необходимо сначала найти ответы на следующие вопросы:

- Какие мои личные амбиции и цели в жизни?
- Как мой проект помогает реализовать личные амбиции и цели?
- Что я лично хочу получить от реализации проекта?
- Что я лично получил от реализации проекта?
- Как мой проект поможет моей семье?



Очень важно найти именно личные ответы на все вопросы, иначе дальше не получится двигаться выше, ведь будут ситуации, когда ты будешь один на один с проблемами, ты должен быть стойким. Если ты нашел ответы на все вопросы - поздравляю!

Теперь можно двигаться дальше в механике развития проекта. Тут самое главное понимать, что без личности не будет сильного проекта, а без сильного проекта не получится переходов в следующие формы.

*«Отсутствие сна - не проблема. Проблема, когда ты не знаешь ради чего просыпаешься по утрам» - А. Эйнштейн.*

Итак, давай разберем формы переходов, которые возможны из твоего социального проекта, на который получил поддержку грантового конкурса «Росмолодежь.Гранты», а после ты его круто реализовал:

- Проект локальный - проект региональный.
- Проект региональный - проект межрегиональный.
- Проект межрегиональный - проект федеральный.
- Проект межрегиональный - проект международный.
- Проект - общественное движение.
- Общественное движение - общественная организация, или любая форма НКО (фонд, союз, АНО и др.).

Важно понимать, что без переходов невозможен рост, а первые 4 перехода - это просто изменение масштаба, т.е. по сути своей можно сразу прыгнуть с 1 до 4, но самое основное — это сформировать смыслы, без которых явно движение дальше будет невозможно.

После того, как ты понимаешь, что есть некие 6 переходов, тебе необходимо определить путь и амбиции твоего движения через эти пункты, но внимательно смотри на то, что находится в тебе, как ты отвечал на вопросы выше относительно себя и личности. Масштабируем абсолютно любой проект, который имеет возможность перерасти в сообщество. Твой проект может перерасти в сообщество? Или, возможно, уже вокруг проекта сформировано сообщество?

Давай теперь начнем действовать, когда ты уже определился с некоторыми ответами и действительно понимаешь, что можно поставить знак равно между твоим проектом и твоими амбициями.

# ЧТО НЕОБХОДИМО ПРОЕКТУ ДЛЯ РОСТА?

Запоминай чек-лист

Твоему проекту для роста необходимы следующие блоки

Идея	Миссия	Цель	Ценности	Задачи
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

# ЧТО НЕОБХОДИМО ПРОЕКТУ ДЛЯ РОСТА?

## Идея

**Идея** - это концепция проекта, которая связана с пониманием ценности, предлагаемой благополучателю. Она может быть как собственной (новой, оригинальной, рожденной впервые), так и заимствованной извне.

### ОБЛАДАЕТ СЛЕДУЮЩИМИ ХАРАКТЕРИСТИКАМИ:

- возбуждающая (вызывает мгновенный интерес);
- адресная (интересная целевой аудитории);
- остроумная (сформулирована тонко);
- компактная (не сократить без потери смысла);
- многофункциональная (применима в разных контекстах);
- уместная (соответствует более широким перспективам);
- незаурядная (вызывает удивление, интригует);
- ясная (исключает двусмысленность).



# ЧТО НЕОБХОДИМО ПРОЕКТУ ДЛЯ РОСТА?

## Миссия

**Миссия** - основная цель организации, смысл её существования. Миссия - одно из основополагающих понятий стратегического управления.

Разные учёные давали различные формулировки миссии, я предлагаю ознакомиться с несколькими, чтобы лучше сформулировать свою:

**Миссия** - смысл существования организации (проекта) с позиции удовлетворения потребностей клиентов (благополучателей), реализации конкурентных преимуществ, мотивации сотрудников (команды или волонтеров).

**Миссия** - это основная общая цель организации (проекта), четко выраженная причина её существования. Цели вырабатываются для осуществления этой миссии.

**Миссия** - это философия и предназначение, смысл существования организации (проекта).

**Миссия** - фокус на ценности.

# ЧТО НЕОБХОДИМО ПРОЕКТУ ДЛЯ РОСТА?

## Ценности

**Ценности** - это основа корпоративной культуры организации (проекта): значимые, общепринятые и разделяемые командой и сотрудниками убеждения, и принципы, закрепленные в стандартах и правилах поведения, в том числе, которые мы транслируем через проект нашим благополучателям.

Подобно тому, как личные ценности формируют культуру личности, корпоративные ценности формируют культуру организации.

Ценности регулируют взаимоотношения как внутри проекта, так и с внешними партнерами, контрагентами или подрядчиками, в том числе сторонниками и благополучателями. Основной функцией ценностных ориентаций внутри проекта можно назвать регуляцию поведения команды, так как они являются важным фактором индивидуальной и групповой мотивации.

Корпоративные ценности (ценности проекта) становятся таким регулятором только при условии, что они становятся личными ценностями лидера и каждого члена команды.

# ЧТО НЕОБХОДИМО ПРОЕКТУ ДЛЯ РОСТА?

## Цель и задачи

**Цель** - это определенный результат, к которому нужно прийти при выполнении проекта. Цель проекта влияет на каждое принятое решение в цикле работы над проектом, поэтому так важно четко ее сформулировать с самого начала. Цели проекта отвечают на вопросы: «Что?», «Какой результат ожидается по окончании проекта?».

**Задачи** - представляют собой действия, достижение которых необходимо к определённому времени в пределах периодов, на которых рассчитывается управленческое решение. Все задачи, как чек-лист по достижению цели или нескольких целей.

Вокруг проекта всегда должно развиваться сообщество людей, которые разделяют ценности проекта и миссию. Эти люди могут быть абсолютно в разных статусах: команды, сторонники, благополучатели, участники, номинанты, партнеры и др., главное - осознавать самому лидеру, что это одно сообщество вокруг проекта.

Дальше важно осознать и понять навсегда, что **мы пытаемся им дать что-то новое, но люди хотят лишь то, что делали всегда**. Наш выход в стратегии роста - вызывать эмоции. Не знаете какую эмоцию вызвать? Вызывайте любую!

**Эмоции** - это психические состояния, вызванные нейрофизиологическими изменениями, по-разному связанные с мыслями, чувствами, поведенческими реакциями и степенью удовольствия или неудовольствия.

**Эмоция** - психический процесс средней продолжительности, отражающий субъективное оценочное отношение к существующим или возможным ситуациям и объективному миру.

Эмоции характеризуются тремя компонентами:

- переживаемым или осознаваемым в психике ощущением эмоции;
- процессами, происходящими в нервной, эндокринной, дыхательной, пищеварительной и других системах организма;
- наблюдаемыми выразительными комплексами, в том числе изменениями на лице, жестами, характером голоса и т. п.

Выделяют следующие виды эмоций:

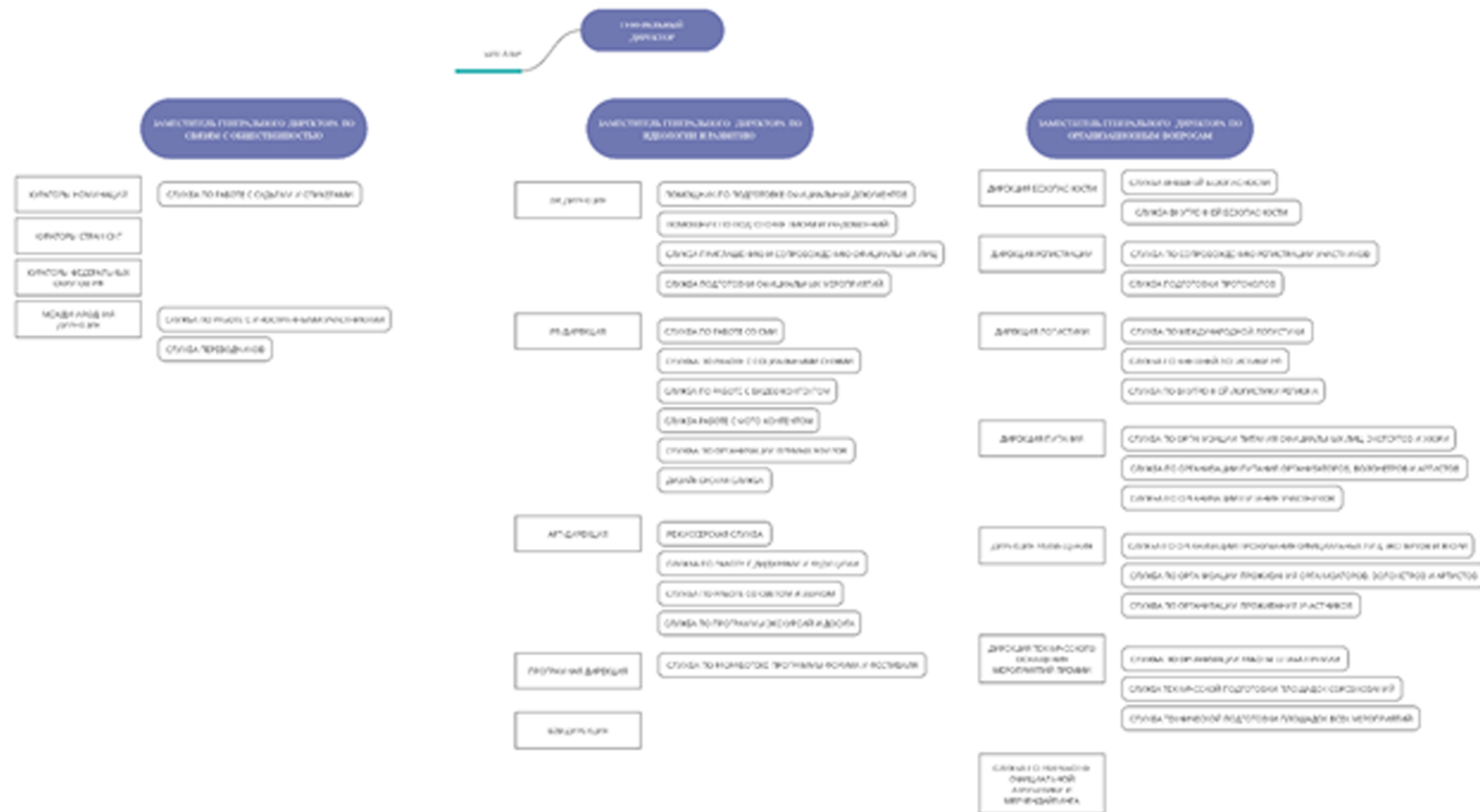
- отрицательная;
- положительная;
- нейтральная;
- нетрадиционная;
- статическая;
- динамическая.

Твой проект будет уже абсолютно другим, если все, что написано выше, проработать и внедрить в работу, это огромный интеллектуальный труд, но это - фундамент роста и осознанности. Именно этот фундамент позволит проекту из временного перейти в постоянный, где уже абсолютно не важно, появился у тебя грант, или его нет. Тут начинают работать абсолютно другие методики развития, о некоторых мы поговорим ниже, ведь согласись, что это ведь только начало.

Перед тем, как мы начнем ускоряться в росте проекта, необходимо осознать, что в большинстве проектов отсутствуют организационная структура и должностные обязательства. Как бы странно это ни звучало, но именно так и есть.

**Организационная структура** - это состав, взаимодействие, соподчиненность и распределение функций по подразделениям и команде. Каждое предприятие формирует оргструктуру под свои конкретные задачи, учитывая перечень и стандарты основных бизнес-процессов, но почему-то социальные проекты не делают это, хотя в чем разница?

При создании организационной структуры учитывается классическая модель горизонтального разделения труда, с разбивкой всей работы на отдельные компоненты и увязкой их между собой. Построение эффективной оргструктуры необходимо для всех видов организаций, проектов, компаний, сообществ. Приведу пример организационной структуры общественного проекта (не юридического лица): «Международная конкурс-премия уличной культуры и спорта «КАРДО» 5 сезон.



Организационная структура может быть абсолютно любая, не обязательно горизонтальная, иногда есть и вертикальные или круговые, самое главное, что она должна работать, иначе никакого результата деятельности, кроме выгорания лидера, не получится.

**Должностные обязательства** - это перечень конкретных видов поручаемой человеку работы, конкретных действий при выполнении им своей трудовой функции, цели, которые ставятся перед работником, и результаты его работы, а также меры по достижению поставленных перед работником целей.

**Мои рекомендации** - очень трепетно отнестись к составлению организационной структуры проекта и должностных обязательств. Крайне важно осознать, что развитие проекта – это не только вайб и позитивная эйфория, но и системная менеджерская работа.

# КАКИЕ ПРАКТИЧЕСКИЕ ДЕЙСТВИЯ ПОМОГУТ ТЕБЕ ДВИГАТЬСЯ БЫСТРЕЕ?

Запоминай чек-лист

Твоему проекту для роста необходимы следующие блоки

Стратегия роста	Дорожная карта	PR стратегия	Воронка работы	Медиа
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

В наше время кажется совершенно обыденным наличие всего, что перечислено выше, но оказывается, что далеко не все это делают в своих проектах, а иногда даже не знают, что это необходимо.

Давай в общих чертах разберем каждую из них для того, чтобы у тебя точно не оставалось вопросов, что необходимо делать дальше.



# КАКИЕ ПРАКТИЧЕСКИЕ ДЕЙСТВИЯ ПОМОГУТ ТЕБЕ ДВИГАТЬСЯ БЫСТРЕЕ?

## Стратегия и дорожная карта

**Стратегия** - это обобщающая модель действий, необходимых для достижения поставленных целей путем координации и распределения ресурсов проекта (организации). Она формирует основные пути достижения целей таким образом, что проект получает единое направление действий. Стратегия состоит в том, чтобы перевести проект из его нынешнего состояния в желаемое будущее состояние. Существует огромное количество видов стратегий, но важно понимать, что, по сути, это осознанный переход из состояния А в состояние Б, который контролирует лидер.

**Дорожная карта** - это документ, в котором отображены основные этапы реализации стратегии, указаны исполнители и сроки завершения каждого этапа. Для простоты восприятия информация чаще всего представлена в графическом виде, но иногда используется и текстовый формат. Рекомендую использовать таблицы и графику, делать разбивку по организационной структуре проекта.

# КАКИЕ ПРАКТИЧЕСКИЕ ДЕЙСТВИЯ ПОМОГУТ ТЕБЕ ДВИГАТЬСЯ БЫСТРЕЕ?

## Дорожная карта

Чтобы дорожная карта эффективно решала свои задачи, при ее составлении старайтесь учитывать рекомендации:

- 1 Обсуждайте темы с коллегами. Убедитесь, что у всех одинаковое видение стратегии.
- 2 Предусмотрите несколько способов реализации основной цели.
- 3 Используйте единые критерии оценки результатов, понятные всем заинтересованным лицам.
- 4 Разработайте гибкую структуру roadmap, или любые таблицы, но, если вы работаете в одном кабинете, можно использовать доску для стикеров, чтобы можно было регулярно вносить изменения.
- 5 Покажите выгоды и результаты, которые будут получены в результате реализации карты.
- 6 Не пытайтесь сделать карту излишне детализированной. Уровень точности зависит от аудитории: чем она уже и специфичнее, тем меньше требуется подробностей. Карты, предназначенные для нескольких категорий пользователей, должны содержать больше деталей, чтобы всем все было понятно.

# КАКИЕ ПРАКТИЧЕСКИЕ ДЕЙСТВИЯ ПОМОГУТ ТЕБЕ ДВИГАТЬСЯ БЫСТРЕЕ?

## Где создать дорожную карту?

Есть много инструментов для составления дорожных карт. Рассмотрим разные варианты - от простейших таблиц до специальных сервисов, которые всегда можно найти в интернете.

- 1 Электронные таблицы: самый простой и бесплатный инструмент для создания Roadmap - электронные таблицы Excel или Google.
- 2 Презентации: презентации в PowerPoint или другой программе, в отличие от таблиц, позволяют визуализировать информацию. Но в остальном презентациям свойственны те же недостатки: они не обновляются и не синхронизируются в реальном времени.
- 3 Специальные сервисы: современная альтернатива таблицам и презентациям - сервисы, специально разработанные для составления дорожных карт. Некоторые из них для удобства: ProductPlan, Roadmap Planner, Roadmunk, Aha!, Venngage и др.

PR стратегия представляет собой определенные четко структурированные действия, направленные на продвижение проекта посредством взаимодействия с целевой аудиторией.

PR-стратегия разрабатывается по уже имеющимся:

1. Результатам исследований направления проекта.
2. Установленному плану и поставленным задачам.
3. Выявленной целевой аудитории и её особенностям.
4. Изученным потребностям и желаниям целевой аудитории.

PR-стратегия должна включать в себя:

1. Анализ текущего состояния.
2. Анализ конкурентов.
3. Конкретно обозначенное направление.
4. Желаемый конечный результат.
5. График работ и мероприятий.
6. Бюджет и привлечённые под него средства.
7. Оценка рисков.
8. Установленные контроли.
9. Система оценивания результатов.

Можно для начала просто накидать в миро или любом планере направления, которые планируются быть задействованными в реализации стратегии. Делюсь примером небольшой стратегии КАРДО 5: [https://miro.com/app/board/o9J\\_IsDtJWY=/](https://miro.com/app/board/o9J_IsDtJWY=/) тут все в общих чертах, но именно так, как будет понятно для начала, а самое основное потом перевести в дорожную карту и все в ней отразить.

Воронка работы, либо воронка продаж. Мы должны понимать, что проект, как и любая организация, продвигает свой продукт и работает с клиентом, или благополучателем, или участником. Абсолютно не важно, как мы будем сейчас ее называть, но одно нужно осознать точно:

Вход должен быть эмоционально простым, а воронка сложная.

Наша задача удерживать участника как можно дольше, а для этого необходимо создать некоторые этапы: регистрация, профайл, рассказ о себе или любое задание (тут должна быть награда за труды), а потом переход в следующий этап, например, полуфинал, где появляются новые задания и условия их выполнения (и тут должна быть уже новая награда), а потом финал. Возможно и более сложные воронки, все зависит от проекта, я рекомендую строить воронки от 6 до 10 месяцев, чтобы участник был включен в деятельность проекта постоянно, а потом можно было повторить цикл.

**Медиа материалы** - обширное понятие, включающее в себя средства коммуникации, способы передачи информации, а также образываемую ими среду (медиапространство).

Но мы говорим в разрезе роста проекта, а это значит, что понадобятся: качественная презентация, партнерское предложение, промовидео, построенное на ценностях, сайт и социальные сети, фотографии. Вроде все логично и понятно, однако практически все видео не отражают ценности проекта, а напоминают репортаж, а презентации всегда собраны в редакторе и не имеют отражения ценностей, визуального кода и других мелочей. Все это и формирует ваш стиль, который потом считывается в среде, как авторский, который может развивать идею и транслировать ее дальше.

Я убежден, что, если лидер внедрит все описанное в этом пособии, он точно сможет масштабировать любой проект, от проектной идеи и первого пилота за 280 000 рублей, до многомиллионной организации, которая меняет жизни людей.

Верьте в себя и помните, что именно с личности начинается рост проекта, научитесь прогрессировать сами, а затем транслировать рост в проект и команду.

## НА ПРОЩАНИЕ ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

### Книги для идеи:

1. «Корпоративная религия» Й. Кундре
2. «Понимание медиа. Внешние расширения человека» М. Маклюэн
3. «Трактат об эффективности» Ф. Жюльен
4. «Стратегия: логика войны и мира» Э. Люттвак

### Книги для идеологии:

1. «Человек убежденный: личность, власть и массовые движения» Э. Хоффер
2. «Агрессия» К. Лоренц
3. «Принципы» Р. Далио
4. «Теория каст и ролей» А. Крол

*«То, что хочешь ты зажечь в других, должно гореть в тебе самом» - Аврелий Августин.*