



Некоммерческий проект глазами бизнеса и клиента

МОСКВИНА АНАСТАСИЯ ЮРЬЕВНА

Консультант в сфере социального предпринимательства и НКО

Получи 5 000 000 ₽
на городские преобразования

enplus-grant.ru



О СПИКЕРЕ

25 лет работы в сфере социальных проектов, в том числе:

- 6 лет преподавания курсов по управлению проектами и организационному поведению в СЗИУ РАНХиГС (Академия госслужбы), Санкт-Петербург
- С 2012 года консультант, тренер и менеджер проектов в сфере НКО и социального предпринимательства
- Руководила в 2015-2017 гг. одним из первых в стране Социальным акселератором предпринимательских проектов и Клубом соцпредпринимателей в «Кухне НКО», Санкт-Петербург
- Эксперт [Центра Социального предпринимательства](#) и социальных инноваций НИУ ВШЭ
- Консультант, разработчик дистанционных курсов «Кухни НКО» <http://ngokitchen.ru>
- Выпускница курса «Социальные финансы», Бизнес-школа им. Саида, Оксфордский университет, 2017

Подробнее: <http://anastasiamoskvina.com>

https://t.me/moskvina_anastasia



КАКУЮ УСЛУГУ ВЫ ПРЕДЛАГАЕТЕ?



Напишите в чате:

1. ФИО, населенный пункт
2. Ваша организация
3. Какую услугу вы «продаете» в проекте?
4. Почему грантодатель захочет «купить» вашу услугу?



ПЛАН ВЕБИНАРА «НЕКОММЕРЧЕСКИЙ ПРОЕКТ ГЛАЗАМИ БИЗНЕСА И КЛИЕНТА: КАК УПАКОВАТЬ СОЦИАЛЬНУЮ УСЛУГУ»



- Как описать свою социальную услугу: параметры и примеры
- Как представить портрет своего клиента в социальной сфере — потребителя услуги
- Алгоритм упаковки/описания услуги, понятной для грантодателя, партнёра и клиента
- Ваши формулировки социальной услуги

- Обсудим варианты, кто купит услугу после гранта
- Раздел в заявке о дальнейшем развитии проекта

- **Будьте готовы включать камеру и микрофон!**



НАПРАВЛЕНИЯ КОНКУРСА



- Экология
- Досуг
- Образование
- Общество



ЧТО ГОВОРИТ ГРАНТОДАТЕЛЬ ОБ УСЛУГЕ?



Услуга - работа, результат которой выражается в нематериальных благах, то есть без какой-либо физической формы. Иначе, это результат производственной деятельности, осуществляемой по заказу в соответствии со спросом потребителя. Социальные услуги представляют общественную значимость и оказываются организациями или государственными органами, они предназначены для достижения социального равенства

Положение о конкурсе, стр. 1

Ключевые результаты конкурса: из 7 пунктов – 2 про услуги:

- Повышение доступности социальных услуг
- Появление новых видов социально значимых услуг населению



ЭКОЛОГИЯ. ПРИМЕР УСЛУГИ



Организация соревнований по плоггингу

«Чистые игры» - организация соревнований корпоративных команд по уборке мусора

«Гнездо», Иркутск

Экотакси для пунктов сбора одежды

Кладовка

Экогнездо. Мастерские переработки

Цех переработки и апсайклинга пластиковых пакетов и текстиля на территории инклюзивного кластера «Гнездо»



ДОСУГ. ПРИМЕР УСЛУГИ



Иркутский театр юного зрителя

– иммерсивные экскурсии «Окна»

Семейные традиции, проверенные временем

Новое общественное пространство в усадьбе Сукачева, в котором с учетом исторических особенностей Иркутска воссоздадут атмосферу XIX века для семейного отдыха

ГБУК ИОХМ ИМ. В.П.СУКАЧЕВА

Услуга

– воссоздание и проведение дореволюционных игр на свежем воздухе



Усадьба им. В.П. Сукачева



ОБРАЗОВАНИЕ. ПРИМЕР УСЛУГИ

Равный доступ школьников к доп. образованию:
репетиторы по ЕГЭ по химии, физике, математике

? Кто будет финансировать после окончания гранта?

Лед Байкала, г. Ангарск

- Открытые мастер-классы
- Мастерская фьюзинга для студентов ССУЗов
- по изготовлению посуды из переработанного стекла

Шалаш – тренинги по безопасному поведению для
Детей 7-17 лет



Татьяна Виторец, основательница мастерской фьюзинга
г. Ангарск



ОБЩЕСТВО. ПРИМЕР УСЛУГИ



г. Байкальск

Лигнинград: производство из вторичных ресурсов БЦБК

Производство дизайнерских малых архитектурных форм и арт-скульптур с использованием золошлаковых отходов, содержащихся в картах-накопителях Байкальского целлюлозно-бумажного комбината

ООО «МИР»

- мастер-классы для жителей по созданию фигурок из отходов БЦБК, которые не перерабатываются

Усть-Илимск, Энергия движения

Соляная комната для людей старшего возраста и детей с ОВЗ

Доступная среда на базе клуба «Кит» в спортзале и бассейне для детей с инвалидностью и людей старшего возраста с ограниченными возможностями здоровья
АНСК «КИТ»

<p>СТАТУЭТКА "АНГАРА" Ангара - одна из самых больших и знаменитых русских рек. Мощным и широким потоком вырывается она из озера Байкал</p> <p>1200 Р.</p> <p>СКОРО В ПРОДАЖЕ</p> <p>ПОДРОБНЕЕ</p>	<p>СТАТУЭТКА "БАЙКАЛ" Озеро Байкал — огромное древнее озеро в горах Сибири к северу от монгольской границы. Байкал считается самым глубоким озером в мире.</p> <p>1200 Р.</p> <p>СКОРО В ПРОДАЖЕ</p> <p>ПОДРОБНЕЕ</p>	<p>СТАТУЭТКА "КОСМОНАВТ" БЦБК тесно связан с развитием космоса в СССР</p> <p>1100 Р.</p> <p>СКОРО В ПРОДАЖЕ</p> <p>ПОДРОБНЕЕ</p>
---	---	--

Изделия из лигнина, г. Байкальск



ПАРАМЕТРЫ СОЦИАЛЬНОЙ УСЛУГИ



Что делаем?	ЦА: Для кого?	Что в результате получения услуги?
Где? Продолжительность? Частота? Сроки/Период? Кто оказывает услугу?	Потребитель услуги?	Новые навыки? Изменение ситуации/состояния ЦА? Новые привычки? Изменение качества жизни ЦА?



ПАРАМЕТРЫ ВАШЕЙ СОЦИАЛЬНОЙ УСЛУГИ

2 МИН



Что делаем?	ЦА: Для кого?	Что в результате получения услуги?
Где? Продолжительность? Частота? Сроки/Период? Кто оказывает услугу?	Потребитель услуги?	Новые навыки? Изменение ситуации/состояния ЦА? Новые привычки? Изменение качества жизни ЦА?



КАК ПРЕДСТАВИТЬ ПОРТРЕТ СВОЕГО КЛИЕНТА В СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ – ПОТРЕБИТЕЛЯ УСЛУГИ



Потребитель – реальный пользователь услуги

Покупатель – тот, кто платит за продукт/услугу или проект

Благополучатель – тот, кто получает социальную ценность, пользу

Особенность НКО/социального предпринимательства:
зачастую **потребитель ≠ покупатель**



КАК ПРЕДСТАВИТЬ ПОРТРЕТ СВОЕГО КЛИЕНТА В СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ – ПОТРЕБИТЕЛЯ УСЛУГИ



1) Для кого создаете продукт/услугу:

- Пол
- Возраст
- Уровень образования
- Уровень доходов
- Социальная роль

2) Почему они нуждаются в ней?

3) Почему они могут захотеть этого?

4) Какие проблемы их на самом деле тревожат?

5) Во что они верят, чего боятся?



Есть ли потребители, которые могут стать и покупателями услуги?

КАК ПРЕДСТАВИТЬ ПОРТРЕТ СВОЕГО КЛИЕНТА В СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ – ПОТРЕБИТЕЛЯ УСЛУГИ

Социально-демографические характеристики:

- ✓ Возраст
- ✓ Пол
- ✓ Образование
- ✓ Семейное положение
- ✓ Доходы
- ✓ Соц роль, статус в обществе
- ✓ Место работы
- ✓ Привычки
- ✓ Его увлечения

Психографические характеристики:

- ✓ Какую из клиентских потребностей удовлетворяем?
- ✓ Какую свою основную проблему/задачу клиент решает с помощью нашего продукта?
- ✓ Какую свою боль утоляет клиент?



ВАШИ ФОРМУЛИРОВКИ УСЛУГИ



Моя услуга это (запишите одной фразой)

Какую потребность потребителя удовлетворяет моя услуга?



ПОРТРЕТ ПОКУПАТЕЛЯ



Портрет покупателя — тоже портрет физического лица



ЛПР — лицо, принимающее решение



ВАШИ ФОРМУЛИРОВКИ УСЛУГИ



Моя услуга это (запишите одной фразой)

Какую задачу ГРАНТОДАТЕЛЯ решает мой ПРОЕКТ?



ВАШИ ФОРМУЛИРОВКИ УСЛУГИ



Моя услуга это (запишите одной фразой)

Какую задачу, боль, потребность ПАРТНЕРА решает мой ПРОЕКТ?



МОЯ УСЛУГА



Формулировка услуги
для Потребителя

Формулировка услуги
для Грантодателя

Текст

Текст



ЭТАПЫ РАЗРАБОТКИ УСЛУГИ



1. Определение цели оказания услуги
 2. Определение целевой аудитории
- Критерии отбора клиентов: Категория Потребность Доход
3. Основная услуга («ядро»)
 4. Основная услуга («ядро») может поддерживаться дополнительными услугами:
доставка до места оказания услуги, питание, проживание, предоставление информации и т.д.
 5. Где оказывается данная услуга
 6. Какими специалистами оказывается данная услуга
 7. Каковы условия предоставления услуги:
 - ✓платность/ платно со скидкой/бесплатность
 - ✓наличие специальных документов (справок и т.д.)
 - ✓наличие специальных организационных процедур: предварительная запись, по мере комплектования групп, по собеседованию, анкетированию и т.д.
 8. Групповая/индивидуальная: сколько человек в группе
 9. Сроки и длительность
 10. Что в результате



ПРИМЕР СОЦИАЛЬНОЙ УСЛУГИ



Наименование услуги	Сроки оказания услуги Кем предоставляется	Описание услуги (содержание услуги и определение категории получателей)
Услуга иппотерапии для детей-инвалидов с диагнозом ДЦП, заболеваниями опорно-двигательного аппарата	Услуга оказывается 1 раз в неделю, занятие 1,5 ч, в течение 6 месяцев. Объем оказания услуги одному ребенку составляет 36 часов Специалистом-иппотерапевтом (документы приложены)	Услуга иппотерапии оказывается с целью физической, психосоциальной и личностной реабилитации, адаптации и интеграции детей-инвалидов с диагнозом ДЦП в возрасте от 3 до 18 лет. Получателями услуги являются дети-инвалиды с диагнозом ДЦП (детский церебральный паралич), заболеваниями опорно-двигательного аппарата в возрасте от 3 до 18 лет, зарегистрированные на территории г. Перми



АЛГОРИТМ УПАКОВКИ/ОПИСАНИЯ УСЛУГИ ДЛЯ ГРАНТОДАТЕЛЯ



1. Наименование услуги (основная услуга «ядро»)
 2. Целевая аудитория
- Критерии отбора клиентов: Категория Потребность Доход
3. Цель оказания услуги
 4. Основная услуга («ядро») может поддерживаться дополнительными услугами:
доставка до места оказания услуги, питание, проживание, предоставление информации и т.д.
 5. Где оказывается данная услуга
 6. Какими специалистами оказывается данная услуга
 7. Каковы условия предоставления услуги: **Почему они к вам придут (как будете набирать?)**
 - ✓ платность/ платно со скидкой/бесплатность
 - ✓ наличие специальных документов (справок и т.д.)
 - ✓ наличие специальных организационных процедур: предварительная запись, по мере комплектования групп, по собеседованию, анкетированию и т.д.
 8. Групповая/индивидуальная: сколько человек в группе
 9. Сроки и длительность
 10. Что в результате
 - +11. Кто будет финансировать после окончания гранта**



КТО КУПИТ УСЛУГУ ПОСЛЕ ГРАНТА?



1. Из потребителя – в покупателя?

2. В бюджетную статью своей организации?

3.1 Государство?
3.2 Крупный бизнес?
3.3 Другие гранты?

Текст

Текст

Текст



АЛГОРИТМ УПАКОВКИ/ОПИСАНИЯ УСЛУГИ ДЛЯ (БИЗНЕС)ПАРТНЕРА



1. Наименование услуги (основная услуга «ядро»)
2. Целевая аудитория

Критерии отбора клиентов: Категория Потребность Доход

3. Цель оказания услуги
4. Основная услуга («ядро») может поддерживаться дополнительными услугами:
доставка до места оказания услуги, питание, проживание, предоставление информации и т.д.
5. Где оказывается данная услуга
6. Какими специалистами оказывается данная услуга
7. Каковы условия предоставления услуги:
 - ✓ платность/ платно со скидкой/бесплатность
 - ✓ наличие специальных документов (справок и т.д.)
 - ✓ наличие специальных организационных процедур: предварительная запись, по мере комплектования групп, по собеседованию, анкетированию и т.д.
8. Групповая/индивидуальная: сколько человек в группе
9. Сроки и длительность
10. Что в результате
- +11. В чем интерес партнера (минимум 3 варианта)



АЛГОРИТМ УПАКОВКИ/ОПИСАНИЯ УСЛУГИ ДЛЯ КЛИЕНТА



1. Наименование услуги - Основная услуга («ядро»)
2. Полезность услуги (какую потребность удовлетворяет)
3. Что делаем конкретно: где, кем, сроки и длительность, формат
4. Что в результате
5. В чем уникальность
6. Почему нужна именно сейчас
7. Кому подойдет: Категория Потребность Доход
8. Основная услуга («ядро») может поддерживаться дополнительными услугами:
доставка до места оказания услуги, питание, проживание, предоставление информации и т.д.
9. Каковы условия предоставления услуги:
 - ✓ платность/ платно со скидкой/бесплатность
 - ✓ наличие специальных документов (справок и т.д.)
 - ✓ наличие специальных организационных процедур: предварительная запись, по мере комплектования групп, по собеседованию, анкетированию и т.д.



ВАШИ ФОРМУЛИРОВКИ СОЦИАЛЬНОЙ УСЛУГИ ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ



У Вас есть только 1 минута, чтобы:

Объяснить суть своей услуги вашему ключевому клиенту:

Наименование услуги _____

- Чем полезен продукт/услуга / Useful
- Чем он лучше, чем у конкурентов / Unique
- Что он делает конкретно / Ultra-Specific

Где?

Продолжительность?

Частота?

Сроки/Период?

Кто оказывает услугу?

- Почему он нужен именно сейчас / Urgent



ВАШИ ФОРМУЛИРОВКИ СОЦИАЛЬНОЙ УСЛУГИ ДЛЯ ГРАНТОДАТЕЛЯ



1. Мой продукт/услуга (одним предложением) _____

2. Уникальные характеристики моего продукта:

1)

2)

3)

3. Какую проблему целевой группы решает/смягчает моя услуга?

Как услуга решает эту проблему?

4. Что изменится в жизни ЦА или в сообществе?

5. В чем его преимущество перед аналогами



КЕЙС «ГОВОРУША», С-ПЕТЕРБУРГ

<https://vk.com/logogovorysha>



ГОВОРУША
центр развития речи

Чем полезна услуга

коррекция речи и развития ребенка

Чем лучше конкурентов

3 специалиста (логопед, дефектолог, психолог)
в одном месте, индивидуальная работа,
авторская методика

Что делает конкретно

занятия в течении 3-месяцев
по коррекции развития и речи ребенка
по индивидуальному маршруту

Ценностное предложение для клиента:

Комплексная программа по авторской методике
коррекции развития и речи



КЕЙС «ГОВОРУША», С-ПЕТЕРБУРГ

Чем полезна услуга

Любая семья независимо от достатка может прийти на бесплатную раннюю диагностику ребенка и выявить нарушения речи вовремя

Чем лучше конкурентов

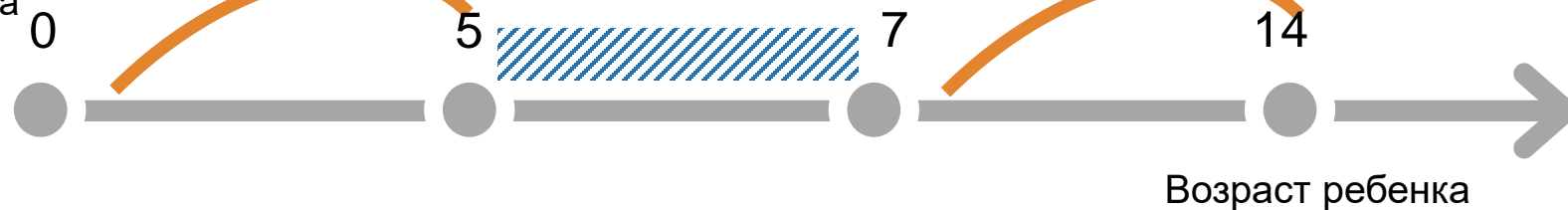
работа с детьми всех возрастов (государственные структуры ориентированы на возраст 5-7 лет)

Что делает конкретно

Ранняя диагностика нарушений речи у детей до 3 лет; помощь уязвимым группам

Почему она нужна именно сейчас

Повышается количество детей с нарушениями речи, до 70% детей 5 лет имеют логопедические проблемы. Поэтому важна профилактика и ранняя диагностика



ГОВОРУША
центр развития речи

Ценностное предложение для Партнера/Донора:

- ранняя диагностика
- работа с детьми всех возрастов (государственные структуры ориентированы на возраст 5-7 лет)
- помощь уязвимым группам



КРИТЕРИЙ 9. УСТОЙЧИВОСТЬ ПРОЕКТА И ПЕРСПЕКТИВА ЕГО РЕАЛИЗАЦИИ ПОСЛЕ ОКОНЧАНИЯ ФИНАНСИРОВАНИЯ



Коэффициент критерия 9 = 1,5

- 9.1 Проект содержит описание дальнейшего развития после окончания гранта, включая источники финансирования дальнейшей деятельности по проекту. 4-5
- 9.2 Проект включает описание дальнейшего стабильного функционирования после окончания гранта. 2-3
- 9.3 Проект не содержит описания или не имеет перспективы дальнейшей реализации по окончании грантового финансирования. 0-1



РАЗДЕЛ ЗАЯВКИ «УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ПРОЕКТА»



Вы можете привести планы по реализации проекта и источники его ресурсного обеспечения после завершения грантового финансирования и указать отложенный социальный эффект



ПОЖАЛУЙСТА, НАПИШИТЕ В ЧАТЕ



1. . Свои основные выводы после вебинара

1.1

1.2

1.3



2. Ближайшие шаги:

2.1

2.2

2.3



УСПЕХОВ В ВАШИХ ПРОЕКТАХ!



Москвина Анастасия Юрьевна

Консультант, тренер и эксперт по социальным проектам, социальному предпринимательству и НКО,
Санкт-Петербург

Эксперт Центра социального предпринимательства и социальных инноваций НИУ ВШЭ

<https://anastasiamoskvina.com/>

https://t.me/moskvina_anastasia