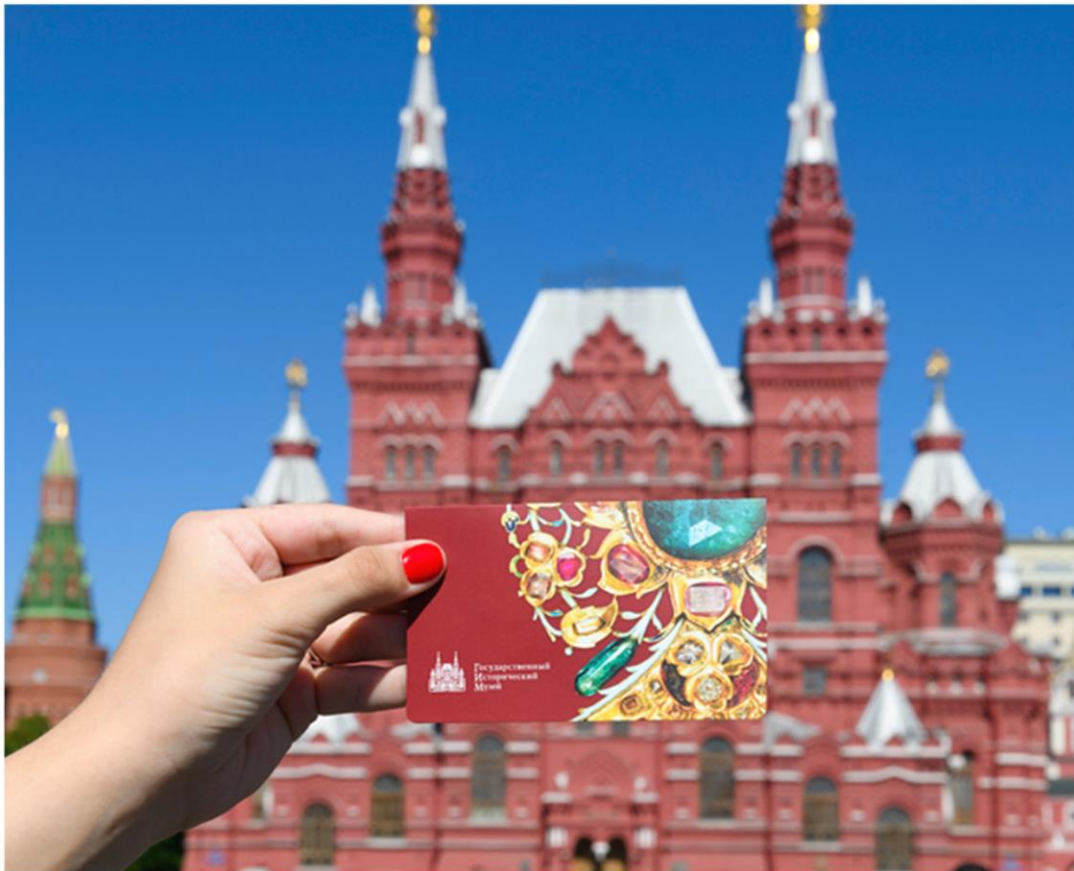


КОРПОРАТИВНЫЕ ПАРТНЕРСТВА: принципы построения эффективных коммуникаций

Мария Лемигова,
начальник управления общественных связей, рекламы и
маркетинга Государственного исторического музея

Партнеры культурной институции



- Спонсоры
- Меценаты (жертвователи)
- Грантодатели
- Информационные партнеры
- Владельцы карт программы лояльности

**КТО
работает?**



- Определите кто имеет право вести коммуникации с партнерами (не более 2-3 человек, включая руководителя)
- Держите друг друга в курсе договоренностей
- Владейте максимально полной информацией о своей институции, ее проектах и стоимости их реализации, об аудитории, коллекциях, мероприятиях, планах развития, проблемных ситуациях и тд.
- Сформулируйте миссию вашей работы по коммуникации с партнерами чтобы осознать важность своей работы и обрести уверенность



«Миссия фандрайзера – тонкое искусство обучению радости жертвования».

ЧТО предлагаем?



- Проведите SWOT-анализ (выявите сильные и слабые стороны организации/проекта, возможности развития и потенциальные угрозы)
- Проанализируйте какие проекты вашего учреждения соответствуют направлению деятельности и миссии компании, регионам присутствия, целевым аудиториям потенциального партнера
- Проработайте с руководством музея опции, которые вы можете предложить бизнесу
- **ВАЖНО!** На одном проекте не должно быть компаний-конкурентов или компаний из одной сферы (банковский бизнес, металлургия, ресторанный бизнес и тд)

ЧТО предлагаем?

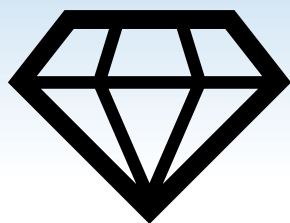


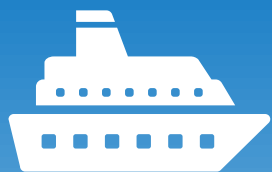
- Участие в корпоративных программах лояльности
- Культурный досуг для сотрудников и клиентов
- Программы повышения квалификации, расширение общих компетенций для сотрудников
- Решение проблемы корпоративных подарков
- Интеграция научных, технологических решений в деятельность музеев в целях апробации
- Возможность проведения корпоративного мероприятия на площадке музея
- Выставочный проект, направленный на позиционирование компании
- Участие сотрудников в волонтерских программах
- Статусность, репутация музея
- Экспертиза музея
- GR (церемонии открытия, участие в Попечительских советах, фондах и тд)

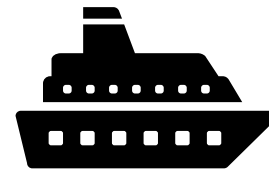
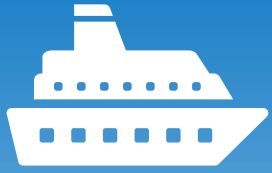
Коллекция алмазов

Карат (СТ) (итал. «carato» – семя рожкового дерева) – это единица массы, равная 200 мг (0,2 грамма), используется для измерения драгоценных камней.

Грейнер (GR) (лат. «granum» – зерно, крупинка) – традиционная мера измерения массы неогранённых алмазов, равная 1/4 части карата (0,05 грамм), название дано из-за зерноподобной формы мелких алмазов.









LOOKY

Команда проекта LOOKY:

- Генеральный директор – Анна Баримова
- Креативный директор – Артем Коновалов
- Научный консультант – Наталья Шашкина
- PR-директор – Олеся Теплова
- Главный редактор – Василий Максименко
- 3D-художник – Гульнара Чунарева
- Промпт-инженер – Павел Дорофеев
- ML-инженер – Никита Церех
- Моушен-дизайнер – Александр Коновалов
- Графический дизайнер – Анна Аюкова
- Проектный менеджер – Татьяна Таран
- Креатор – Никита Шатилов
- Бренд-менеджер – Ксения Афинян
- Разработка VR-контента – Александр Навкин, Владимир Тимошенко, Артем Морданов, Владимир Бедретдинов



Скачать LOOKY
можно по этому
QR-коду:





ПРЕЗЕНТАЦИЯ проекта

- Один проект – одна презентация
- Оптимальный объём презентации проекта до 10-12 страниц.
- Расскажите о своей организации (какие филиалы есть, посещаемость, награды, достижения, онлайн-аудитория и тд)
- В описании проекта избегайте наукообразных текстов, сокращений, малоизвестных терминов, цитат и т.п.
- Место и сроки реализации проекта
- В описании проекта важно обратить внимание на: уникальность (эксклюзивность) проекта; проблему, которую решает проект; инклюзивную составляющую; просветительскую миссию; социальное значение для города/региона и т.д.
- Качественные фото или видеоролик
- Количественные и качественные результаты ранее проведенных мероприятий, если речь идет о циклических проектах
- Смета проекта или его ориентировочная стоимость
- Что вы предлагаете партнеру, помимо размещения логотипа.
- Контакты: личный e-mail и номер телефона



**ПРОВЕРЕНО
ЛИЧНО**

- Чем крупнее и дороже проект, тем больше времени нужно на поиск партнеров
- Будьте реалистичны при запросе финансовой поддержки
- Разделите проект на отдельные составляющие (размещение в гостинице, кейтеринг, флористическое оформление, призы участникам, трансляция и тд)
- Укажите партнеров, которые уже поддерживают проект
- Укажите перспективы развития и масштабирования своего проекта (*фотовыставка издание каталога стендовые выставки в городе*)
- Формат презентации – PDF, не более 8 Мб
- Не забудьте про сопроводительное письмо
- Проверьте правильное наименование компании, ФИО и должность руководителя
- Худшее время для отправки проекта – вечер пятницы или день накануне праздников



ПАРТНЕРСКИЕ привилегии

- Размещение логотипа на информационно-рекламных материалах проекта
- Рекламные баннеры партнера на площадке мероприятия
- Показ имиджевого ролика партнера
- Участие представителя компании в пресс-конференции и церемонии открытия
- Брендинг кофе-брейка, фуршета
- Размещение информационных материалов партнера в пресс-пакете/пакете участника
- Право проведения мероприятий в рамках проекта
- Цитата в пресс-релизе, приветственное слово в каталоге
- Размещение интерактивной зоны или брендированной фотозоны
- Онлайн –интеграции

Доверие



- Финансовая прозрачность реализации проекта
- Высокое качество реализации проекта
- Исполнение перед партнером всех принятых обязательств
- Дружеские отношения с представителями компании- партнера
- Искренняя увлеченность своим делом
- Умение быть благодарным



Вовлеченность



- покажите процесс реставрации
- пригласите в фонды музея
- покажите монтаж выставки
- покажите репетицию спектакля
- пригласите на деловой завтрак с руководством



Ответственность



- Письменно согласовывайте с партнером все варианты размещения логотипа, упоминаний, цитаты партнера в пресс-релизе и пост-релизе, публикации в социальных сетях и на сайте и тд.
- Оперативно высылайте фото и видео с мероприятия
- Сделайте опции в рамках проекта бесплатными для партнеров (бесплатные экскурсии, билеты...)
- Соблюдайте сроки реализации проекта, выполнения обязательств и предоставления отчетности
- Заранее обсудите с партнером какие статьи расходов по проекту нельзя оплачивать из выделенных средств (командировки, фуршет, реклама и др.)





ОТЧЕТ

- Скриншоты публикаций в соцсетях и сайта
- Фото мероприятия, церемонии открытия и пресс-показа, пресс-конференции (КАЧЕСТВЕННЫЕ ФОТО)
- Фото рекламно-информационных носителей с логотипом партнера
- Подборка публикаций в СМИ с активными ссылками
- Количественные показатели
- Отзывы посетителей
- Информация о сопутствующих проекту мероприятиях

*Готовьте материалы для отчета сразу
после подписания договора*

Официальный тизер на главной странице выставки

ГМИ



Билет на посещение выставки

ГМИ

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИСТОРИЧЕСКИЙ МУЗЕЙ
ПРИГЛАШАЮТ ВАС ПОСЕТИТЬ ВЫСТАВКУ

КРИНОЛИН. ЖАКЕТ. СВИТШОТ.
СТИЛЬ БОЛЬШОГО ГОРОДА

21 СЕНТЯБРЯ 2022–13 ФЕВРАЛЯ 2023

ПРИГЛАШЕНИЕ
НА 2 ЛЮДЯ

9800 RUB

ПЛОЩАДЬ
РЕВОЛЮЦИИ, 2/3



ПАРТНЕРЫ ВЫСТАВКИ



ПАРТНЕРЫ ВЫСТАВКИ



ПАРТНЕРЫ ВЫСТАВКИ



ПАРТНЕРЫ ВЫСТАВКИ



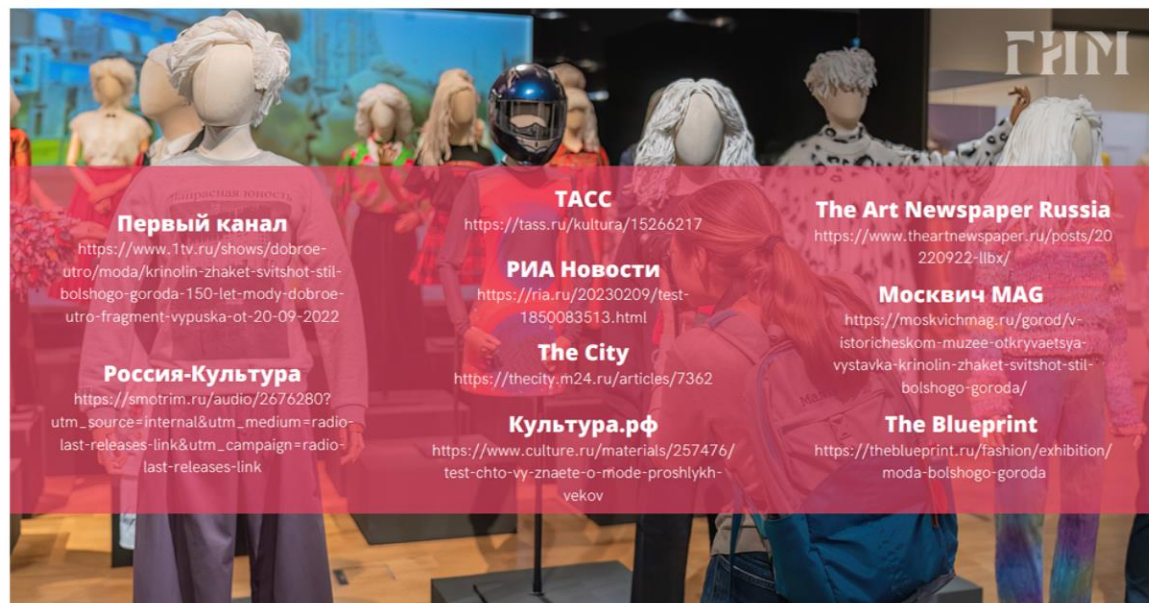
ПАРТНЕРЫ ВЫСТАВКИ



ПАРТНЕРЫ ВЫСТАВКИ



ПАРТНЕРЫ ВЫСТАВКИ



Первый канал

<https://www.1tv.ru/shows/dobroe-utro/moda/krinolin-zhaket-svitshot-stil-bolshogo-goroda-150-let-mody-dobroe-utro-fragment-vypuska-ot-20-09-2022>

Россия-Культура

https://smotrim.ru/audio/2676280?utm_source=internal&utm_medium=radio-last-releases-link&utm_campaign=radio-last-releases-link

TASS

<https://tass.ru/kultura/15266217>

РИА Новости

<https://ria.ru/20230209/test-1850083513.html>

The City

<https://thecity.m24.ru/articles/7362>

Культура.рф

<https://www.culture.ru/materials/257476/test-cto-vy-znaete-o-mode-proshlykh-vekov>

The Art Newspaper Russia

<https://www.theartnewspaper.ru/posts/20220922-llbx/>

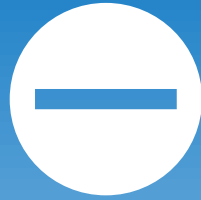
Москвич MAG

<https://moskvichmag.ru/gorod/v-istoricheskom-muzee-otkryvaetsya-vystavka-krinolin-zhaket-svitshot-stil-bolshogo-goroda/>

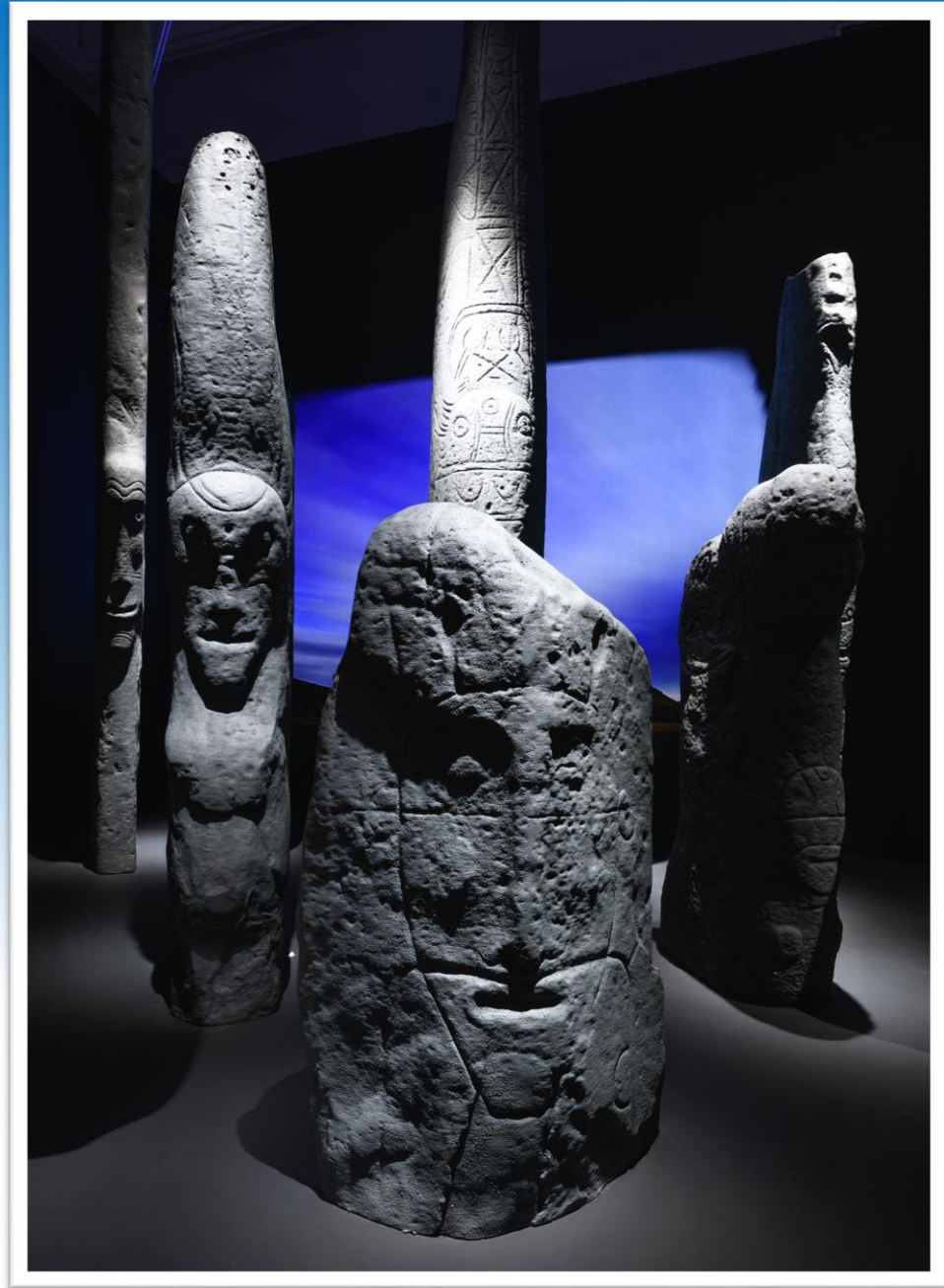
The Blueprint

<https://theblueprint.ru/fashion/exhibition/moda-bolshogo-goroda>

Stop-слова и мысли



- «А если нам откажут?»
- «Мы совсем небольшие, как мы можем быть интересны большой компании...»
- «У них полно денег...»
- «Дать нам денег – мечта каждого...»
- «Мы разместим ваш логотип...»
- «И за эти деньги мы еще что-то должны им...»
- «Пусть поддержат нас еще раз...»
- «А другим вы даете больше...»
- «Мероприятие через месяц и нам срочно нужен спонсор...»



Благодарность



*«Умейте благодарить.
Благодарность – свойство
доброго сердца».*



Будем дружить!

МАРИЯ ЛЕМИГОВА, НАЧАЛЬНИК УПРАВЛЕНИЯ
ОБЩЕСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ, РЕКЛАМЫ И МАРКЕТИНГА
ИСТОРИЧЕСКОГО МУЗЕЯ

+7-916-102-6422; lemigovama@shm.ru



@MARIALEMIGOVA