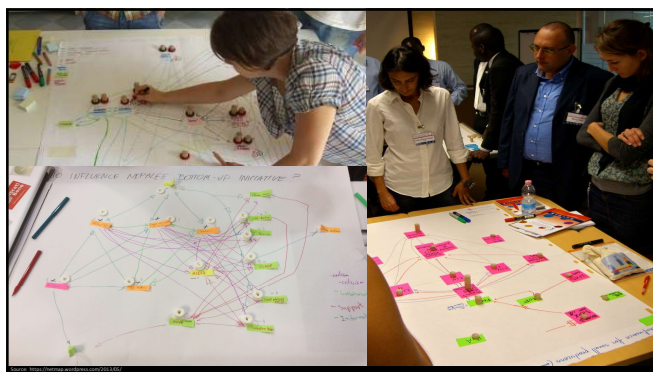






Mapa wpływu interesariuszy

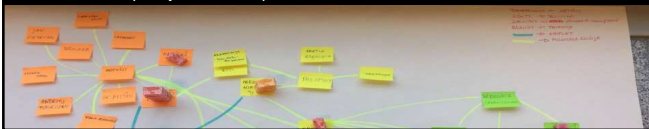
- Waszym zadaniem jest przygotowanie analizy interesariuszy i ich wpływu na kluczowy cel strategiczny związku sportowego
- Praca do wykonania w grupach 6-8 osób
- Na stołach przygotowaliśmy niezbędne materiały: papier plakatowy, kartki post-it, kolorowe flamastry i cukierki
- W trakcie warsztatów prowadzący są do Waszej dyspozycji

Mapa wpływu interesariuszy

- Analiza sieci relacji między interesariuszami na podstawie wywiadu. Pomaga zrozumieć, przeanalizować, zwizualizować, przedyskutować i zaprojektować działania, które mają prowadzić do osiągnięcia kluczowych wyników wymagających współdziałania wielu aktorów i organizacji.
- Warsztat jest wzorowany na narzędziu Net-map opracowanym przez Ewę Schiffer



- W każdej grupie wybierzcie kogoś, kto zgodzi się przedstawić kontekst strategiczny analizy interesariuszy – ważny cel do osiągnięcia którego potrzebna jest mobilizacja sieci interesariuszy: osób i organizacji mających wpływ na związek sportowy lub takich, na które wpływa działanie związku.
- Celem warsztatu jest :
 - Identyfikacja kluczowych interesariuszy,
 - Zrozumienie powiązań między nimi,
 - Określenie siły ich wpływu
 - Identyfikacja ich kluczowych celów

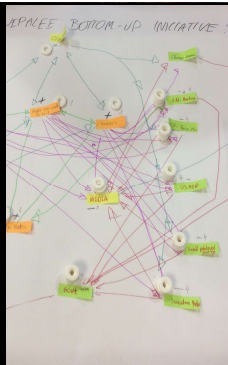




- Czy powinniście wzmocnić relacje z kluczowymi interesariuszami wspierającymi osiągnięcie celów strategicznych (wysoki wpływ, zbliżone cele)?
- Czy musicie uważać na wpływowych interesariuszy mających odmienne cele?
- Czy intensyfikacja powiązań między podgrupą interesariuszy może wyłonić lidera?

Konstruowanie mapy wpływu

- KROK 1 WYBRANIE ZWIĄZKU I PROJEKTU
- KROK 2 ZDEFINIOWANIA PYTANIA I RELACJI
- KROK 3 IDENTYFIKACJI INTERESARIUSZY
- KROK 4 NARYSOWANIE POWIĄZAŃ
- KROK 5 IDENTYFIKACJA CELÓW
- KROK 6 KONSTRUKCJA WIEŻ WPŁYWU
- PO PRZERWIE – PREZENTACJE I DYSKUSJA



KROK 1: WYBRANIE PROJEKTU (15 min)

- W GRUPACH PRZEDSTAWICIE PROPOZYCJE ZAGADNIEN Z ZAKRESU STRATEGII ZWIĄZKÓW WYMAGAJĄCYCH WSPÓŁDZIAŁANIA Z INTERESARIUSZAMI.
- Pomyślcie o projektach, których efekty zależą w znaczącym stopniu od współdziałania z innymi organizacjami, związkami, agendami rządowymi i samorządowymi, firmami, szkołami etc.
- Wybierzcie trzy najbardziej interesujące.
- Zdecydujcie, czy projekt będzie przedstawiony na mapie wybieracie w ten sposób osobę udzielającą wywiadu grupie

STEP 2 Zdefiniujcie kluczowe pytanie / cel analizy: 5 minut

- Zapiszcie cel analizy w formie pytania na górze kartonu (np. "Kto przesądzi o sukcesie projektu upowszechnienia dyscypliny tenisa stołowego do 2025?")
- Pomyślcie o typowych relacjach między interesariuszami (np. finansuje działalność, doradza, wybiera władze, kształtuje opinię, wywiera presję, przyjaźni się, przynależy do tej samej grupy interesu, jest skonfliktowany)
- Zwróćcie uwagę, że relacje mogą mieć charakter formalny i nieformalny
- Wybierzcie trzy kluczowe dla zrozumienia dynamiki wpływu interesariuszy

KROK 3: IDENTYFIKACJA INTERESARIUSZY: 25 minut

KTO JEST ZAANGAŻOWANY W PROCE?

- Zbudujcie listę interesariuszy w górnym rogu analizy
- Zdefiniujcie podział na 3-4 najważniejsze grupy aktorów.
- Oznaczcie grupy odpowiednimi kolorami kart post-it.
- Przykłady grup: sponsorzy, organizacje lokalne, organizacje międzynarodowe, sportowcy, sędziowie, administracja
- Nanieście nazwy interesariuszy z listy na karty post-it właściwe dla ich grupy
- Naklejcie karty post-it na plakacie umieszczając interesariuszy z tych samych grup koło siebie

KROK 4 NARYSOWANIE POWIĄZAŃ: 15 minut

KTO JEST POWIĄZANY Z KIM?

- W DRUGIM KROKU ZIDENTYFIKOWALIŚCIE KLUCZOWE RELACJE. Wybierzcie 3 kluczowe relacje i oznaczcie każdą z nich odpowiednim kolorem flamastra.
- W lewym górnym rogu kartonu narysujcie legendę – nazwę relacji i kolor ją oznaczający
- Narysujcie powiązania między interesariuszami (Kto finansuje kogo? Kto wywiera wpływ na działania kogo?)
- Możecie użyć strzałek dla oznaczenia kierunku wpływu / przepływu środków/porad

KROK 5 CELE AKTORÓW

JAKIE SĄ CELE I WPŁYW AKTORÓW W STOSUNKU DO STRATEGICZNEGO CELU ORGANIZACJI?

- POZYTYWNE (+)
- NEUTRALNE (+/-)
- NEGATYWNE (-)

KROK 6 ZBUDUJCIE WIEŻE WPŁYWU: 10 minut

JAK ZNACZĄCY WPŁYW MAJĄ INTERESARIUSZE NA REALIZACJĘ CELU STRATEGICZNEGO?

- Macie ograniczoną liczbę cukierków do rozdania.
- Im więcej cukierków tym ważniejszy interesariusz.

Refleksja przed prezentacją

- Co możemy zrobić, żeby zwiększyć prawdopodobieństwo sukcesu w kluczowym projekcie?
- Wpływ na rozkład i siłę relacji?
- Budowa koalicji?
- Dezintegracja?
- Dołączenie nowych podmiotów?
- Zmiana problemu?
- Jak można wykorzystać tę metodę w tworzeniu strategii związku?
