

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПЛАН

20__ - 20__ гг.

МИССИЯ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ И ИХ ОЦЕНКА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Миссия организации:

Видение:

Приоритетные направления деятельности:

АНАЛИЗ ЗНАЧИМОГО ОКРУЖЕНИЯ

Клиенты (благополучатели):

Доноры:

Партнеры

Конкуренты

Противники

ДЕТАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЗНАЧИМОГО ОКРУЖЕНИЯ

Клиенты (благополучатели)

Целевая группа	Опыт взаимодействия с целевой группой	Интересы, потребности, ситуация представителей целевой группы	Наши предложения, отвечающие их интересам и потребностям

Доноры/заказчики

Характеристика целевой группы (краткое описание, количество, география и т.д.)	Опыт взаимодействия с целевой группой	Наши цели в отношении данной целевой группы (что хотим получить)	Интересы, потребности, представители целевой группы	Наши предложения, отвечающие их интересам и потребностям	Имеющиеся контакты с целевой группой

Партнеры

Краткая характеристика потенциального партнера	Опыт взаимодействия с данным партнером	Наши цели (для чего мы хотим строить партнерство)	Интересы, потребности, ситуация партнера	Наши предложения, отвечающие его интересам и потребностям	Имеющиеся контакты

Конкуренты

Краткая характеристика конкурента	За что конкурируем	Наши сильные и слабые стороны	Сильные и слабые стороны конкурента

SWOT – анализ

ВОЗМОЖНОСТИ И ПРЕПЯТСТВИЯ

Возможности	Препятствия

СИЛЬНЫЕ И СЛАБЫЕ СТОРОНЫ ОРГАНИЗАЦИИ

<u>Сильные стороны</u>	<u>Слабые стороны</u>

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ЦЕЛИ

Стратегические цели по реализации деятельности:	Стратегические цели по организационному развитию	
	<i>Стратегические цели по развитию взаимодействия со значимым окружением</i>	<i>Стратегические цели по развитию внутреннего потенциала организации</i>

ЭКСПЕРТИЗА ПРОЕКТНЫХ ИДЕЙ

1.Идея проекта/ услуги	2. Какие проблемы клиентов решает данные проект/услуга, насколько клиенты заинтересованы в получении услуги / реализации проекта.	3. Планируемые результаты проекта/системы услуг	4. Стратегия реализации проекта/системы услуг: основные методы и действия	5. Внутренние возможности по реализации проекта/услуг: сильные и слабые стороны.	6. Внешние возможности по реализации проекта/услуг: возможности привлечь недостающие ресурсы и получить необходимую поддержку целевых групп.
Проект 1 -					
Проект 2 -					

ЭКСПЕРТИЗА ФАНДРАЙЗИНГОВЫХ ПРОЕКТНЫХ ИДЕЙ

1. Идея проекта по привлечению ресурсов/ получения прибыли	2. Основные клиенты проекта – кто будет покупать услуги / предоставлять поддержку. Их мотивация и заинтересованность в участии в проекте или получении услуги.	3. Ожидаемые результаты: какой объем ресурсов планируется привлечь	4. Стратегия реализации проекта: основные методы и действия	5. Внутренние возможности по реализации проекта/услуг: сильные и слабые стороны.	6. Внешние возможности по реализации проекта/услуг: возможности привлечь недостающие ресурсы и получить необходимую поддержку целевых групп.
Проект 1 -					
Проект 2 -					

ЭКСПЕРТИЗА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО РЕАЛИЗАЦИИ ЦЕЛЕЙ, НАПРАВЛЕННЫХ НА ОРГАНИЗАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ

1. Идея деятельности по организационному развитию	2. Какие конкретно задачи/проблемы решаем	3. Планируемые результаты.	4. Стратегия реализации: основные методы и действия	5. Внутренние возможности: можем ли мы реализовать эти усилия по организационному развитию самостоятельно, что для этого у нас есть	6. Внешние возможности по реализации данных усилий: кто и каким образом может нам помочь, как мы привлечем ресурсы, если они необходимы