

HUVIGRUPPIDE KAARDISTAMINE, ETAPP 2



HUVIGRUPPIDE KAARDISTAMISE JUHEND

Huvigruppide kaardistamine on kõikide võimalike huvitatud sidusrühmade visuaalne esitus, mille abil liigitatakse huvirühmad nende mõju, huvide, võimu, kiireloomulisuse, või muu olulise omaduse alusel.

Huvigruppide kaardistamine ja analüüs on üks võimalik otsusetugi erinevate tegevuste planeerimisel, näiteks projektijuhtimisel, uute tegevuste ja teenuste kavandamisel ja arendamisel.

Huvigruppide kaardistamine aitab ära tunda võimalusi ja ohte ning leida kooskõla eesmärkide ja huvigruppide püüdluste vahel ning mõista erinevaid vastuolulisi vaatenurki.

TEOSTAMISE ETAPID

1. Alustuseks tehke kindlaks kõik potentsiaalsed huvigrupid – inimesed, rühmad või organisatsioonid, keda teie toode või projekt mõjutab, kes seda mõjutavad või kes on selle edu pärast huvitatud või mures. Kirjutage nende nimed tahvlile või paberlipikutele. Proovige olla võimalikult üksikasjalik ja pange kõik kirja, kes pähe tulevad (kasutage ajurünnaku põhimõtteid) – saate alati eemaldada duplikaadid või need, kellel tegelikult huvid puuduvad. Näited võimalikest huvigruppidest: Kliendid, juhid, aktsionärid, riigiasutused, kogukond, kõrgemad juhid, partnerlussuhted, kaubandusühingud, töökaaslased, tarnijad, ajakirjandus, huvigrupid, analüütikud, peamised panustajad, peamised nõustajad. Vajadusel jaotage huvigrupid kategooriatesse. Kuidas seda kategooriat võiks nimetada? Kas on mõni huvigrupp, mis on kogemata ununenud?

2. Määratlege huvigruppide huvid, seotus ettevõtte, projekti või toote/teenusega ning tingimused, millal see huvigrupp on valmis tegevust toetama.

3. Hinnake huvigruppide mõju tegevusele / projektile / arendusele – seadke prioriteedid. Levinum viis sidusrühmade analüüsi tulemuste esitamiseks on maatriksi kasutamine, mis annab ülevaate erinevatest sidusrühmadest, nende huvidest, mõjust, olulisusest. Hinnake igat huvigruppi ning kanna huvigrupid maatriksile – nii moodustub pilt huvigruppidest ja nende olulisusest. Maatriksile saab kanda huvigrupid nii mõju ulatuse kui ka huvi suuruse põhjal.

Ülemises vasakus lahtris olevatel sidusrühmadel on projektile suur mõju, kuid neil on vähene huvi; ülemises paremas lahtris on huvigrupid, kellel on projekti vastu suur huvi ja neil on ka suur mõju; alumises paremas lahtris olevatel huvigruppidel on küll suur huvi, kuid väike mõju; alumises vasakus lahtris olevad huvigrupid on projekti eesmärkide saavutamise seisukohast vähetahtsad, neil on vähene huvi ja ka väike mõju.

4. Planeerige suhtlus huvigruppidega – koosta plaan.

Kui huvigruppide prioriteedid on määratletud, on oluline koostada plaan kõigi peamiste huvigruppide kaasamiseks.

Arutage konkreetseid strateegiaid iga huvigrupi puhul:

- Keda tuleb teavitada, millest ja millal
- Kellega ja millal tuleb nõu pidada?
- Kes vastutab iga huvigrupi kaasamise eest?
- Mis kindlat huvigruppi kõige rohkem motiveerib?
- Milline rahaline ja/või emotsionaalne huvi neil tulemuse vastu on? Kas see on positiivne või negatiivne
- Milline on nende arvamus teie tööst praegu? Kas see põhineb positiivsel infol?
- Kes mõjutab nende arvamusi ja kes mõjutab nende arvamust teist? Kas need mõjutajad on ka ühed peamised huvigrupid?
- Mis võib panna neid teie projekti toetama?
- Kuidas saaksite tegutseda vastuseisu korral ja seda juhtida?

Tehke oma huvigruppidest kokkuvõtte ja kodeerige need värvidega. Näiteks: toetajad ja kaasamõtledajad on rohelised, kriitikud ja vastuseisjad punased ning neutraalsed huvigrupid kollased.

Pole olemas ühtegi valmis retsepti, mis sobiks kõigi võimalike olukordadega, kuid mõned nõuanded, mis aitavad teil huvigruppidega suhet luua ja nende usaldust kasvatada:

- Tuleb palju suhelda silmast silma mõjuvõimu omavate ja asjast huvitatud inimestega. Nendega usalduse loomine on õnnestumise jaoks ülioluline.
- Varajane ja sagedane suhtlemine on samuti oluline, sest inimesed vajavad enne otsuse tegemist mõtlemisaega.
- Andke igale huvigrupile vastavalt nende huvidele õiges koguses teavet. Mõned inimesed vajavad lihtsalt kokkuvõtet, samas kui teised soovivad enne otsustamist või teetuse andmist süveneda detailidesse.

Hakake huvigruppidega kontakte looma, hoidke neid kursis arengutega, kaasake neid aruteludesse, leidke võimalusi koostööks ja mõlemale poolele kasulike lahenduste leidmiseks, valmistage ennast ette vastasseisudeks ja läbirääkimisteks.

