

Методические рекомендации по заполнению грантовой заявки.

Информация, указанная в заявке, будет размещена на портале www.nn-creative.ru и будет доступна для всех посетителей и средств массовой информации. Это может повлечь за собой тиражирование информации о проекте без соответствующего уведомления автора проекта. Подавая заявку на модерацию, вы автоматически подписываете «Соглашение об условиях размещения информации, изображений, объектов авторского права и иных результатов интеллектуальной деятельности»

Общие рекомендации по заполнению заявки.

1. Следует емко и конкретно формулировать суть проекта, желательно избегать общих фраз при заполнении каждого блока заявки. Из заявки должна быть четко понятна суть проекта и то, на что запрашивается финансирование.
2. Следует внимательно проверять заполнение всех полей, в том числе на предмет корректности отражения идеи проекта, отсутствия грамматических, орфографических и пунктуационных ошибок. По указанным сведениям, эксперты и посетители сайта будут судить о содержании проекта и деятельности, на которую запрашивается грант.
3. Перед подачей заявки необходимо проверить, насколько введенная информация соответствует условиям грантового конкурса.
4. Заполняя заявку, учитывайте критерии оценки проектов:
 - Актуальность проекта;
 - Уникальность проекта;
 - Реалистичность проекта;
 - Наличие социального эффекта;
 - Наличие просветительского эффекта;
 - Наличие экономического эффекта;
 - Опыт команды проекта;
 - Влияние проекта на креативные сообщества;
 - Собственный вклад команды в проект.

Рекомендации по заполнению каждого поля заявки. Блок «О проекте».

1. Кто будет выступать грантополучателем?

Необходимо изначально определиться, какая организация или физическое лицо будет выступать грантополучателем. От этого зависит максимальный объем выделяемого финансирования, а также дальнейшие разделы заявки.

- Максимальная сумма грантов для юридических лиц, зарегистрированных на территории Нижегородской области – 4 млн. руб.;
- Максимальная сумма грантов для физических лиц, зарегистрированных на территории Нижегородской области – 200 тыс. руб.

Учитывайте, что юридическое лицо, выступающее в качестве грантополучателя, должно соответствовать следующим критериям:

- не находиться в процессе реорганизации, ликвидации, банкротства;

- **не** иметь задолженности по уплате налогов, сборов, страховых взносов, пеней, штрафов, процентов, подлежащих уплате в соответствии с законодательством Российской Федерации о налогах и сборах;
- **не** иметь задолженности по возврату в бюджет Нижегородской области субсидий, бюджетных инвестиций и иной просроченной задолженности перед областным бюджетом;

Физическое лицо должно:

- достигнуть возраста 18 лет;
- иметь наличие гражданской дееспособности в полном объеме;
- иметь регистрацию места жительства на территории Нижегородской области;
- **не** иметь задолженности по уплате налогов, сборов, страховых взносов, пеней, штрафов, процентов, подлежащих уплате в соответствии с законодательством Российской Федерации о налогах и сборах;
- **не** иметь решения суда о признании банкротом и не находиться в состоянии реструктуризации долгов;
- **не** иметь неснятой или непогашенной судимости.

2. Направление

Необходимо выбрать наиболее подходящее направление деятельности проекта. Этот выбор не ограничивает заявку рамками одной тематики, но помогает найти проект на портале.

Вы можете выбрать одно из шести направлений:

- Архитектура и дизайн
- Туризм
- Просвещение
- Гастрономия
- Культура и искусство
- Мода и ремесло

3. Обложка проекта

Следует загрузить изображение, отражающее суть вашего проекта или передающий его настроение, атмосферу. Не используйте изображения плохого качества, с текстом или водяными знаками.

4. Название проекта

Написание названия должно быть:

- без кавычек;
- с заглавной буквы.

Рекомендуем выбирать лаконичное, уникальное название, отражающее суть проекта. Постарайтесь подобрать такое название, что бы оно вызвало ассоциации или эмоции у людей. Старайтесь не использовать аббревиатуры, не заносить описание проекта в его название, избегайте длинных слов и словосочетаний.

Внимательно проверьте, чтобы в названии проекта не было орфографических и пунктуационных ошибок.

5. Краткое описание проекта

Рекомендуем включить в краткое описание:

- описание основной идеи проекта;
- описание механизма реализации проекта;
- указание целевой аудитории;
- наиболее значимые ожидаемые результаты.

Развернутое описание, вы можете занести в презентацию проекта (*презентация проекта доступна к загрузке в конце 1 раздела заявки «О проекте»*)

6. Целевая аудитория проекта

Укажите одну или несколько целевых групп — людей, на решение проблемы или повышение возможности которых, направлен проект. Включите в формулировку точное описание аудитории. Например, возраст, социальное положение, интересы, территорию проживания. Зачастую, основная целевая группа в проекте одна и она должна быть обозначена максимально конкретно.

Не старайтесь сделать много или слишком широкие целевые группы, это усложнит понимание проекта и обоснование его актуальности.

Пример правильной формулировки целевой аудитории:

Учащиеся 10 -11 классов всех школ Ленинского района Нижнего Новгорода, заинтересованные в изучении индустрии туризма или желающие получить высшее образование в этой сфере.

Пример размытой, некорректной формулировки целевой аудитории:

Школьники Нижнего Новгорода

Во время оценки заявок эксперты проверяют, для всех ли целевых групп показана актуальность, обоснованы проблемы, обозначены цели, запланированы мероприятия в календарном плане и указаны ожидаемые результаты от реализации проекта. Прописывайте эти блоки для каждой целевой группы, чтобы спроектировать более целостный проект и написать по нему более сильную заявку.

7. Актуальность проекта для целевых аудиторий

Актуальность строится на выявлении проблем или возможностей целевой аудитории проекта, а также на основании трендов и потребностей рынка.

Выявите проблему или потребность - неудовлетворительное состояние жизни целевой группы, отсутствие или недостаток чего-либо. Опишите, что сейчас не устраивает конкретную целевую группу и каковы причины существования этой проблемы.

Кроме того, вы можете выявить возможности и тренды. Проанализируйте то, что сейчас популярно у выбранной целевой группы, какие направления деятельности наиболее перспективны. Изучите и опишите объем спроса и предложения вашего вида товаров/услуг на рынке Нижегородской области.

Описываемая проблема или возможность, должна быть реалистичной и актуальной для выбранных целевых групп. В качестве подтверждения приведите результаты собственных или сторонних исследований, официальную статистику или цитаты СМИ.

Если в рамках проекта вы работаете с несколькими целевыми группами, то покажите, что у этих групп есть общая проблема или возможность, либо укажите для каждой целевой группы отдельную проблему или возможность.

8. Цель проекта

Цель проекта — это решение выявленной проблемы или увеличение возможности. Формируя цель проекта, ответьте себе на вопросы: что вы делаете, для кого, в какие сроки, с каким результатом. В формулировку цели вы можете заложить наиболее важные количественные показатели вашего проекта. Обратите внимание на то, что заявленные показатели должны быть реалистичными и достижимыми к установленному сроку завершения проекта.

Мы рекомендуем формулировать только одну цель для проекта.

Пример правильной формулировки цели:

Повышение доступности получения практических знаний и навыков в сфере туризма для учащихся 10 -11 классов школ Ленинского района Нижнего Новгорода, заинтересованных в изучении индустрии туризма, за счет организации 10 выездных мастер-классов с экспертами в этой области до декабря 2022 года.

Пример слишком размытой и неконкретной формулировки целевой цели:

Организовать серию мастер-классов на тему туризма для школьников Нижнего Новгорода.

9. Задачи проекта

Задачи представляют собой конкретные этапы проекта, которые приведут к выполнению цели. Задача определяет «как» будет выполняться процесс реализации проекта. Для постановки задач вы можете использовать следующие слова: сформулировать, подготовить, организовать, перестроить, установить порядок, разработать, провести и др. Учитывайте, что задачи проекта должны быть направлены на устранение выявленной проблемы или повышения возможностей целевой аудитории проекта. Сформулированные задачи проекта, станут основой для календарного плана.

10. Наличие социальных эффектов. Количественные и качественные показатели

Определите, какие позитивные изменения ожидаются от реализации проекта в жизни выбранной целевой аудитории, сфере креативных индустрий и общества в целом. Для этого вы можете отразить разницу между текущими и плановыми показателями выбранной социальной проблемы или возможности.

Количественные показатели способствуют достижению цели и задач проекта, их можно измерить цифрами.

Пример количественных показателей:

- Количество благополучателей проекта
- Количество проведенных мероприятий проекта
- Количество позитивных изменений у целевой аудитории проекта или сферы креативных индустрий
- Процент снижения влияния проблемы на целевую аудиторию проекта или сферу креативных индустрий
- И т.д.

Сформулируйте конкретные качественные изменения, которые произойдут в результате реализации проекта. Описывая качественные показатели, мы рекомендуем сформулировать

Пример качественных показателей:

- Повышение качества жизни или труда целевой аудитории проекта
- Рост уровня вовлеченности целевой аудитории в сферу креативных индустрий
- Повышение влияния выбранного функционального направления на развитие креативных индустрий региона и т.д.

способы их измерения по факту реализации проекта.

11. Наличие образовательного эффекта. Количественные и качественные показатели

Важно, что бы проект нес в себе просветительскую функцию, подумайте и опишите, какие навыки вы сможете передать другим людям, в рамках реализации вашего проекта. насколько уникальными и практико-ориентированными будут получаемые знания. Что инновационного, творческого будет реализовано в вашем проекте в образовательной сфере.

Пример количественных показателей:

- Количество привлеченных стажеров
- Количество вновь обученных людей
- Количество людей, повысивших свои профессиональные компетенции
- Количество обученных волонтеров
- Количество мастер-классов, лекций, тренингов, семинаров
- Количество видео-уроков и т.д.

Пример качественных показателей:

- Формирование системы новых, уникальность для региона знаний
- Повышение практикоориентированности получаемых навыков
- Повышение доступности знаний
- Популяризация процесса обучения в различных направлениях креативных индустрий

12. Наличие экономического эффекта. Количественные и качественные показатели

В данном разделе, вы должны продемонстрировать экономически выгодный результат для региона, который будет получен после реализации проекта. Вы можете отразить, как прямой, так и косвенный экономический эффект.

К прямым экономическим эффектам относят - повышение организации и, как следствие, увеличение планируемых к уплате налоговых отчислений по итогам реализации проекта за счет:

- Повышение прибыли от реализации продуктов, услуг и интеллектуальной собственности создаваемых участниками в ходе реализации проекта.
- Минимизации затрат на фонд заработной платы юридического лица за счет автоматизации, внедрения инновационных технологий и др.
- Минимизация затрат на материалы, снижение себестоимости выпускаемого продукта/услуги.
- Уменьшение расходов на хозяйственную/рекламную деятельность.

К косвенным экономическим эффектам относят:

- Повышение качества производимого товара/услуги
- Адаптация товара/услуги под новые рынки сбыта
- Сокращение сроков на выпуск и производство продукции/услуги и т.д.
- Влияние на смежные сферы креативных индустрий
- Обеспечение ресурсно-сырьевой базы для сферы креативных индустрий и др.

Учитывайте, что все показатели, указываемые в заявке, будут оцениваться экспертами и станут основой для дальнейшего грантового договора, именно на их достижение выделяется финансирование. За неисполнение показателей грантополучатель несет личную ответственность.

13. Смета проекта

Для заполнения сметы, рекомендуем использовать шаблон, загруженный в начале заявки. Планирование бюджета, лучше всего начинать после формирования календарного плана проекта, так вы сможете более четко структурировать свой бюджет. Для удобства, разделите смету на категории затрат, например ФОТ, закупка сырья, аренда оборудования, налоги и т.д. Не забудьте отразить в смете ваше софинансирование, это не обязательно должны быть финансовые вложения в проект. Если вы обладаете командой, оборудованием или другими ресурсами, оцените это в рублях и укажите в качестве софинансирования. Например, в вашей команде 5 человек, каждый из которых будет работать над проектом в течении 3 месяцев, каждый из членов команды оценивает свою работу в 50 000 руб. (за 3 месяца работы), таким образом софинансирование по категории ФОТ составит 250 000 руб.

Мы рекомендуем вам реализовывать финансово-устойчивые проекты, такие проекты имеют больше шансов на поддержку и самое главное, на успешную реализацию в будущем. В связи с этим, заранее продумайте источники дохода и занесите их в смету. Вы можете получать доходы от продажи продуктов, услуг, интеллектуальной собственности, партнерские средства от размещения рекламных материалов, членские взносы и др.

Бренд проекта.

Данный раздел не обязателен к заполнению, но он поможет экспертам понять, как будет «упакован» ваш продукт или услуга. Качественная «упаковка», повышает лояльность потребителей к бренду, его узнаваемость и востребованность, как следствие растет экономический эффект от реализации проекта.

14. Название бренда

Если реализация проекта направлена на разработку продукта или оказание услуги, подумайте над тем, как это будет выглядеть в публичном пространстве. Придумайте яркий, запоминающийся бренд, аналогов которому нет в Нижегородской области. Название бренда может основываться на уникальных свойствах продукта, эмоциях, которые вызывает услуга или ассоциациях.

15. Слоган бренда

Основная задача слогана – вызвать эмоции и сформировать узнаваемость бренда. Рекомендуем емко и лаконично, сформулировать идею вашего продукта или услуги, заложить в слоган ключевые ценности организации или сообщение, которое вы хотите донести потребителям.

Пример удачных слоганов:

- МегаФон. Будущее зависит от тебя
- Savage. Свобода быть собой
- ТНТ. Почувствуй нашу любовь
- Перекресток. Переходи на лучшее

16. Позиционирование бренда

Расскажите о том, чем вы отличаетесь от конкурентов, какие ваши преимущества и уникальные особенности. Приведите примеры нескольких коммуникационных сообщений, которые подчеркнут ваши сильные стороны для потребителя.

17. Миссия бренда

Сформулировав позиционирование бренда, выделите ключевые ценности вашей организации и зафиксируйте их. Помните, что миссия компании положительно влияет не только на внешних потребителей, но и на членов вашей команды. Важно, что бы каждый участник процесса понимал, что вы делаете и для чего это нужно.

18. Визуальная составляющая бренда

Добавьте визуал по вашему проекту: фирменный стиль, палитру, логотип и другие сопутствующие изображения. Если в вашем проекте еще не разработана визуальная составляющая, то загрузите примеры того, как вы видите дальнейшую упаковку бренда. Для вдохновения вы можете использовать сайт <https://www.pinterest.ru/>

19. Наличие инновационного подхода

Опишите, какие новшества есть в вашем проекте. Это может быть, инновационный подход к обучению, использование новых, современных технологий на производстве, улучшение существующих маркетинговых методов или другие инновации в вашей сфере.

Напоминаем, что вводимые новшества должны обеспечивать повышение эффективности процессов в сфере креативных индустрий, способствовать улучшению качества продукции и соответствовать актуальным социально-экономическим и культурным потребностям общества или рынка.

20. Уникальность инновации для Нижегородской области

Проанализируйте существующий опыт на территории Нижегородской области и определите, кто ранее уже использовал предлагаемую вами инновацию, каковы были результаты от ее внедрения? Если ваша инновация уникальна для Нижегородской области и ранее не применялась, то опишите опыт использования другими регионами или странами.

Если предлагаемая инновация распространена на территории Нижегородской области, то мы рекомендуем вам поработать над ее уникальностью, подумайте, что нового вы можете предложить региону и сфере креативных индустрий в целом? Для этого вы можете изучить опыт зарубежных проектов или поискать инновации в других сферах и тиражировать опыт на ваш проект.

21. Актуальность инновации для сферы креативных индустрий

Проанализируйте насколько инновация, используемая в проекте, актуальна для целевой аудитории или сферы креативных индустрий в целом. Есть ли запрос на такую инновацию и отвечает ли она потребностям общества. Для подтверждения актуальности инновации вы можете привести результаты собственных или сторонних исследований, официальную статистику или цитаты СМИ.

22. Партнеры проекта

Подумайте над тем, кто может выступать партнерами проекта, кому потенциально может быть интересно участие в нем? Это могут быть, как частные компании, общественные организации, так и государственные органы и органы местного самоуправления. Если у вас уже определены партнеры и достигнуты договоренности по условиям участия в проекте, то вы можете расписать 2 блока: фактические партнёры и плановые.

23. Информационное обеспечение проекта

Подумайте над тем, как бы вы хотели, что бы люди узнавали о вашем проекте, как вы планируете его продвигать и популяризировать. Укажите ссылки на информационные ресурсы проекта и приведите пример 2-3 ключевых коммуникационных сообщений.

24. Перспективы развития проекта

Расскажите о том, как будет происходить дальнейшее развитие проекта. Сформируйте образ желаемого будущего. Попробуйте описать стратегию развития проекта на 3 года. Составьте верхнеуровневый план масштабирования или тиражирования проекта.

25. Сайт проекта

Укажите ссылку на сайт вашего проекта, социальные сети или другие источники, из которых можно получить дополнительную информацию.

26. Сроки реализации проекта

Укажите срок начала и окончания реализации проекта. Не забудьте заложить время для подготовительных работ, а также время для закрытия проекта.

27. Рекомендатели проекта

Прикрепите рекомендательные письма от партнеров, участников и других стейкхолдеров проекта. Рекомендуем вам заранее запросить письма, так как процесс их подписания может быть длительным.

28. Видеовизитка проекта

Мы рекомендуем вам прикрепить видеовизитку, это может быть ваш рассказ о ключевых особенностях проекта, промо-ролик, выпуск новостей или любые другие видеоматериалы, которые позволят получить больше информации о проекте. Это необязательный раздел заявки, но его заполнение позволит экспертам учитывать нюансы проекта при его оценке.

29. Презентация проекта

Презентация проекта служит дополнением к заявке, мы рекомендуем наглядно отразить в ней уникальную особенность вашего продукта или услуги, более детально раскрыть мероприятия проекта или ярче продемонстрировать вашу команду и ее компетенции. Обращаем ваше внимание, что презентация должна дополнять заявку, а не дублировать ее.

30. Календарный план

Для заполнения календарного плана, рекомендуем использовать шаблон, загруженный в начале заявки, календарный план должен привести вас к достижению цели, детализировать и расширять задачи, а также отражать важные этапы подготовки и реализации всех мероприятий проекта.

По остальным вопросам вы можете связаться с нами:

Тел. +7-930-701-87-72 (Светлана) , +7-952-464-70-81(Виктория)

Email info@nizhny800.ru , kapaeva@nizhny800.ru , bulatova@nizhny800.ru