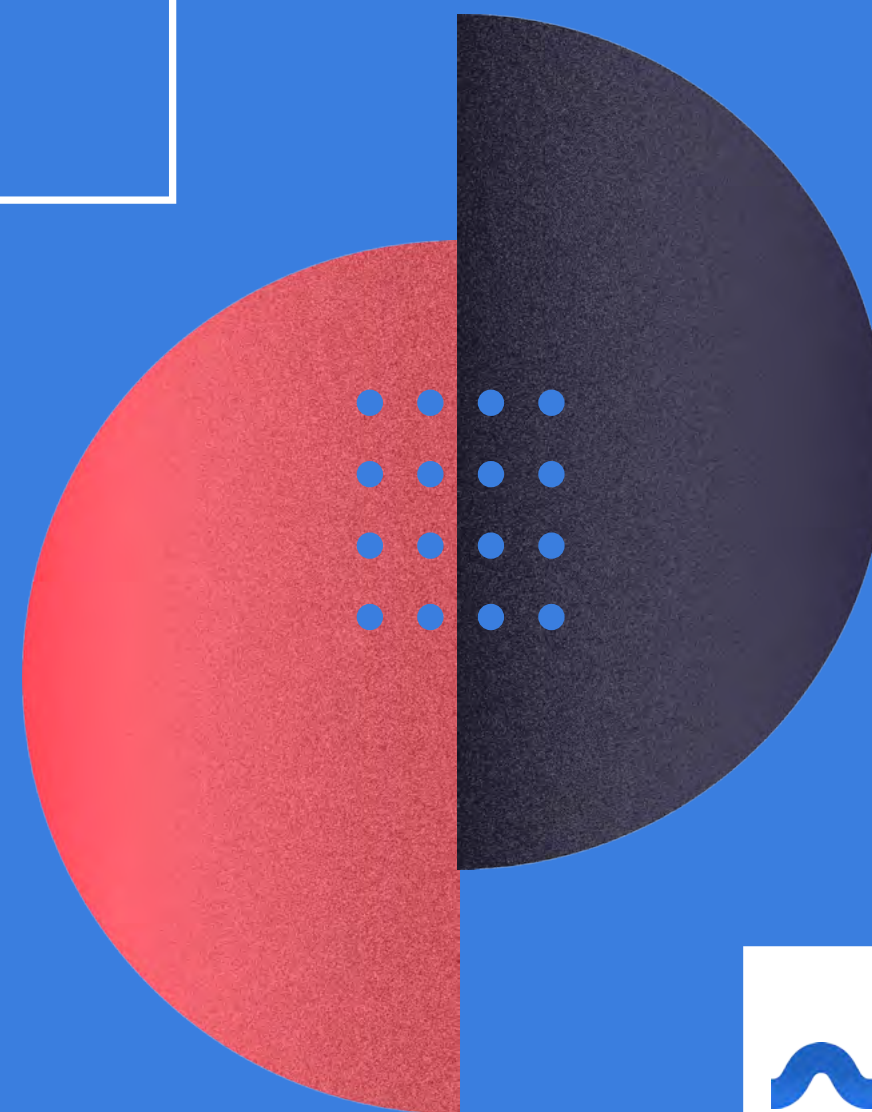
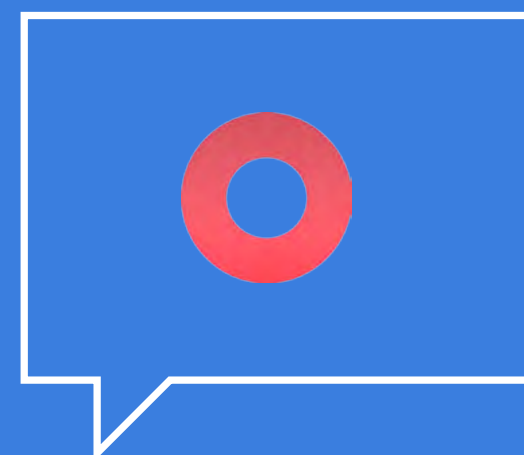


# JAK MÓWIĆ DO FIRM, ABY NASZE WIADOMOŚCI NIE UTONEŁY W DZIESIĄTKACH MAILI?

RADY DLA SZKÓŁ



Nawiązując współpracę z firmą, warto wykorzystać sieć znajomych i rodziny uczniów – może ktoś w Twoim otoczeniu zna osoby z firmy, z którą chcesz nawiązać kontakt.

Jeśli nie, wspólnie z ekspertami przygotowaliśmy zestaw dobrych praktyk w tym zakresie:

## OD CZEGO ZACZAĆ?

Wybierz w gronie pedagogicznym zaangażowaną osobę, która będzie chciała nawiązywać i utrzymywać kontakty z przedsiębiorcami.

Uzgodnij z nią zakres jej decyzyjności.

Zadbaj o to, aby miała służbowego maila do swojej dyspozycji.

Zamieść na stronie szkoły kontakt do tej osoby, żeby przedsiębiorcy mogli do niej łatwo dotrzeć.

## POZNAJ DRUGĄ STRONĘ

Nie pisz maili na ślepo – sprawdź na stronie firmy, czym konkretnie się zajmuje i czy Twoja oferta współpracy będzie dla niej interesująca.

W kontaktach na stronie firmy poszukaj odpowiednich osób.

Maile wysłane do konkretnych adresatów są znacznie skuteczniejsze niż te wysyłane do sekretariatu.

Najpierw zadzwoń i wstępnie opisz temat.

W nawiązaniu do rozmowy telefonicznej wyślij mail wprowadzający w konkrety - zadzwoń, żeby sprawdzić czy wiadomość doszła i została odebrana.

Mail zwarty, konkretny – najlepiej załącz prezentację, grafiki, wideo lub inne materiały wizualne, które szybko wprowadzą odbiorcę w temat.

Nie wysyłaj maili na 3 strony A4 (nawet na 1,5 bo nikt tego nie przeczyta).

Nie wysyłaj tradycyjnych listów (tak, firmy donoszą, że to się nadal zdarza).

## FORMA, JĘZYK, ZASADY

Dokładnie przemyśl, czego potrzebujesz i co z tego będzie miała firma.

Zastanów się co jesteś w stanie zaoferować ze strony szkoły - nie obiecuj czegoś, czego nie będziesz w stanie zrealizować.

Dokładnie opisz w jakiej sprawie się kontaktujesz – używaj języka korzyści, przedstaw plusy współpracy.

Używaj form grzecznościowych i poprawnego języka - nie zaczynaj maila od WITAM.

Pisz maile z odpowiednim wyprzedzeniem.

Bądź otwarty na sugestie i burze mózgów.

Po nawiązaniu współpracy uzgodnij z osobą z firmy zasady kontaktu – regularne spotkania, maile, telefon, czas odpowiedzi na maila, potwierdzenie otrzymania wiadomości.

Potwierdzaj otrzymanie informacji - odpisuj i oddzwaniaj w możliwie krótkim czasie.

## CHWAŁ SIĘ WSPÓŁPRACĄ

Promuj współpracę z firmą i wspólne projekty np. w social mediach czy na stronie internetowej szkoły.

Zwracaj uwagę na estetykę materiałów promocyjnych.

Po wrzuceniu informacji na stronę lub social media sprawdź, czy wszystko wygląda tak, jak zaplanowałeś - jeśli nie popraw.

Zawsze dbaj o podsumowanie współpracy – np. wyślij maila z podsumowaniem, wnioskami.

Jeśli współpraca była udana podtrzymuj relację.

Powyższe propozycje dobrych praktyk w komunikacji między szkołami a firmami powstały na warsztatach ewaluujących pomysły ekspertów biorących udział w 6 debatach zorganizowanych w ramach projektu „NOW – zawodowe wyzwania nowej generacji”.

W warsztatach brali udział szkolni doradcy zawodowi, pracownicy pomorskich firm i instytucji otoczenia biznesu.

Zapraszany też do lektury raportów podsumowujących debaty, które stanowiły punkt wyjścia do warsztatów ewaluacyjnych.  
Raporty można pobrać ze strony projektu - <https://now.inkubatorstarterer.pl/>

Organizator:  
Gdańska Fundacja Przedsiębiorczości – operator  
Gdańskiego Inkubatora Przedsiębiorczości STARTER

Sfinansowano ze środków Miasta Gdańska

Patronat merytoryczny Centrum Edukacji Nauczycieli w Gdańsku