



**CSR/SME**

Promoting Social Responsibility  
in Small and Medium Size Enterprises

# HOGYAN SZERVEZZÜNK CÉGLÁTOGATÁST EGY TÁRSADALMILAG FELELŐS VÁLLALKOZÁSNÁL

## GYAKORLATI ÚTMUTATÓ

2005



# TARTALOMJEGYZÉK

|                                                      |           |
|------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1. Bevezetés</b>                                  | <b>4</b>  |
| 1.1. Fő célkitűzések                                 | 4         |
| 1.2. Kapcsolat                                       | 4         |
| <b>2. Első lépések</b>                               | <b>5</b>  |
| 2.1. Célcsoport meghatározása                        | 5         |
| 2.2. Cég meghatározása                               | 5         |
| 2.3. Résztvevők létszáma                             | 5         |
| 2.4. Dátum, Időpont és Időtartam                     | 5         |
| <b>3. Javasolt Céglátogatási Program</b>             | <b>6</b>  |
| 3.1. Üdvözlés                                        | 6         |
| 3.2. Megnyitó Ülés                                   | 6         |
| 3.3. Cég Prezentáció                                 | 6         |
| 3.4. Cég telephelyének megtekintése                  | 6         |
| 3.5. Kérdések és Válaszok                            | 6         |
| 3.6. Értékelés                                       | 6         |
| <b>4. Cég Prezentáció</b>                            | <b>7</b>  |
| 4.1. Javasolt Prezentáció Struktúra                  | 7         |
| 4.2. Praktikus tanácsok PowerPoint Prezentációhoz    | 9         |
| 4.3. Kérdések és Válaszok                            | 9         |
| <b>5. Logisztika</b>                                 | <b>10</b> |
| 5.1. Regisztráció                                    | 10        |
| 5.2. Dokumentációk és Anyagok                        | 10        |
| 5.3. Szállítás                                       | 10        |
| 5.4. Vendéglátás                                     | 10        |
| 5.5. Ajándékok/Emléktárgyak                          | 10        |
| <b>6. Promóció</b>                                   | <b>11</b> |
| 6.1. Meghívás                                        | 11        |
| 6.2. Esemény népszerűsítése                          | 11        |
| 6.3. Népszerűsítés Módjai                            | 12        |
| <b>7. Finanszírozás</b>                              | <b>13</b> |
| 7.1. Költségvetés Készítése                          | 13        |
| 7.2. Költségek                                       | 13        |
| 7.3. Bevételek                                       | 14        |
| <b>8. Céglátogatás Értékelése és Nyomon követése</b> | <b>15</b> |
| 8.1. Céglátogatás Értékelése                         | 15        |
| 8.2. Céglátogatás Nyomon követése                    | 15        |



## **MELLÉKLET MUTATÓ**

### **Résztvevők számára**

1. sz. Melléklet: Üdvözlő szöveg
2. sz. Melléklet: Tudatosság növelő Kérdőív
3. sz. Melléklet: Résztvevők visszajelzéseire szolgáló Kérdőív

### **Szervezők számára**

4. sz. Melléklet: Céglátogatás Költségvetési Tervezete (Excel)
5. sz. Melléklet: Felelős vállalkozásoknál szervezett céglátogatások értékelésére szolgáló formula

### **Meglátogatandó cég számára**

6. sz. Melléklet: Minta cégbemutató prezentáció (PowerPoint)



# 1. BEVEZETÉS

Ezen Gyakorlati Útmutató a "Leonardo da Vinci" Program révén az Európai Bizottság támogatásával jött létre a "CSR/SME's – Vállalatok Társadalmi Felelősségvállalásának támogatása Kis és Közepes Vállalkozások esetén" elnevezésű Kísérleti Projekt keretében. Ezen dokumentum a CSR tréner / tanácsadók és felelős vállalkozások számára készült, akik hajlandóak megosztani pozitív gyakorlataikat. A CSR céglátogatás önálló eseményként is megszervezhető, de nagyobb hatás érhető el, ha átfogóbb CSR tudatosság növeléssel és tréning programmal összevonva kerül megrendezésre.

## 1.1. FŐ CÉLKITŰZÉSEK

CSR céglátogatás önálló eseményként is megszervezhető, de jelentősebb hatása lehet átfogó CSR tudatosság növeléssel és tréning programmal kombinálva. Az Útmutató célja, hogy segítséget nyújtson céglátogatások megszervezésében a társadalmilag felelősen működő vállalatoknál. Az Útmutató elolvasását követően az olvasó bővítheti ismereteit, illetve képes lesz azok gyakorlati megvalósítására is az alábbi főbb témakörökben:

- ☉ CSR céglátogatásra való felkészülés;
- ☉ CSR céglátogatás, mint tevékenység; és
- ☉ CSR céglátogatások értékelése és nyomon követése.

## 1.2. KAPCSOLAT

Érdeklődés esetén kérjük vegye fel a kapcsolatot az alábbi CSR/SME projekt partnerek valamelyikével:

### PORTUGÁLIA (Fő pályázó)

CECOA  
Rua da Sociedade Farmacêutica, nº 3  
1150-112 Lisbon  
Tel: ++ 351 213112400  
Fax: ++ 351 213112424  
E-mail: estudos@cecoa.pt  
Kapcsolat tartó: Cristina Dimas  
www.cecoa.pt

### ÉSZTORSZÁG (Partner)

GEOMEDIA  
Rüütli, 4  
51007 Tartu  
Tel: ++ 372 7441 675  
Fax: ++ 372 5167 362  
E-mail: geomedia@geomedia.ee  
Kapcsolat tartó: Krista Noorkõiv  
www.geomedia.ee

### OLASZORSZÁG (Partner)

FRAREG  
Viale Jenner, 38  
20159 Milan  
Tel: ++ 392 6901 0030  
Fax: ++ 392 6901 8460  
E-mail: info@frareg.com  
Kapcsolat tartó: Alessandra di Pietto  
www.frareg.it

### AUSZTRIA (Partner)

FO.FO.S – Forum for Supporting Self-Employment and SME  
Landstr. Hauptstr. 71/2  
1030 Vienna  
Tel: ++ 43 650 84 22 874  
E-mail: csr@focos.at  
Kapcsolat tartó: Wolfgang Keck  
www.focos.at

### MAGYARORSZÁG (Partner)

LA VIDA  
Molnár U 29 III/11  
1056 Budapest  
Tel: ++ 36 1 318 75 61  
Fax: ++ 36 1 318 75 61  
E-mail: a.kenyeres@lavidai.hu  
Kapcsolat tartó: Annamaria Kenyeres  
www.lavidai.hu

### HOLLANDIA (Partner)

HUESKEN & DE PREE  
Lagemorgenlaan, 19 - 5223 HV  
s-Hertogenbosch  
Tel: ++ 317 3623 8707  
Fax: ++ 318 4745 8071  
E-mail: info@huesken.nl  
Kapcsolat tartó: Pim Huesken  
www.huesken.nl



## **2. ELSŐ LÉPÉSEK**

### **2.1. CÉLCSOPORT MEGHATÁROZÁSA**

A szervezés első lépéseként meg kell határoznunk a céglátogatás célcsoportját. Példák a lehetséges célcsoport tekintetében: vállalkozók/ felső vezetők, CSR trénerek/ tanácsadók, diákok, újságírók, döntés hozók stb. A látogatás programját a résztvevők igényeinek és jellemzőinek megfelelően kell kialakítani.

### **2.2. CÉG MEGHATÁROZÁSA**

A szervezőknek célszerű olyan céget választani, amely mint egy pozitív CSR példa mutatható be a résztvevők számára. Amennyiben a célcsoportot KKV-k jelentik, úgy célszerű Kis vagy Közepes méretű céget választani, mellyel a résztvevők azonosulni tudnak, mintsem egy nagyvállalatot, mely egy megvalósíthatatlan példát jelent számukra. Ideális esetben a meglátogatandó cégnek rendelkeznie kell egy olyan méretű tárgyalóval, ahol a résztvevők kényelmesen elhelyezhetők. Amennyiben ez nem megoldható, úgy a szervezőknek kell biztosítani egy alternatív helyszínt a cégprezentáció megtartásához.

### **2.3. RÉSZTVEVŐK LÉTSZÁMA**

A kívánatos résztvevői létszámot a látogatás céljaihoz, a meglátogatandó céghez, a célcsoporthoz és az anyagi lehetőségekhez igazítva kell meghatározni.

A legjobb eredmény érdekében 12-15 fő részvétele ajánlott.

Vegyes célcsoport esetén (Pl., trénerek és tanulók vagy tanácsadók és cégek) a résztvevői létszám elérheti a 20 főt is, amennyiben ennek nincs anyagi, vagy egyéb (terem, szállítás) akadálya.

### **2.4. DÁTUM, IDŐPONT ÉS IDŐTARTAM**

A szervezőknek ki kell választaniuk egy dátumot, kezdési időpontot és a résztvevők időbeosztásához alkalmazkodó időtartamot. Normál esetben a teljes program 2,5 órától 4 óráig terjedhet, függve attól hogy mennyi időt vesz igénybe az oda és vissza út, illetve a telephely megtekintése.



### 3. JAVASOLT CÉGLÁTOGATÁSI PROGRAM

A szervezőknek minimum 30 perccel hamarabb kell érkezniük és a céglátogatás végéig jelen kell lenniük. A tevékenységek javasolt sorrendje és időtartama az alábbiakban olvasható.

#### 3.1. ÜDVÖZLÉS (⌚ 10 PERC)

A szervezőknek szívélyesen üdvözölni kell minden résztvevőt, különösen ha azok nem ismerik egymást. Fontos hogy a résztvevők kötetlenül érezzék magukat, hogy könnyedén meg tudják osztani véleményüket egymással.

A rendelkezésre álló dokumentumok ekkor kerülnek kiosztásra.

#### 3.2. MEGNYITÓ ÜLÉS (⌚ 10 PERC)

Körülményektől függően a megnyitó ülést tarthatjuk a cég székhelyén, vagy azon kívül.

A megnyitó ülés alatt a szervezőknek üdvözölniük kell a résztvevőket, illetve egy rövid bemutatkozást célszerű tartani, tájékoztatni a résztvevőket a látogatás céljáról és programjáról, biztonsági intézkedésekről (ha szükséges) és egyéb lényeges információkról.

#### 3.3. CÉG PREZENTÁCIÓ (⌚ 20 - 30 PERC)

A következő lépés a cégprezentáció. Különösen ajánlott, hogy ezt a cég felső vezetése prezentálja.

A cég bemutatásának szempontjait a 4. Fejezetben olvashatják.

#### 3.4. CÉG TELEPHELYÉNEK MEGTEKINTÉSE (⌚ 20 - 60 PERC)

Fontos, hogy a résztvevőknek lehetőségük legyen a cég telephelyének megtekintésére. Ez ugyanis lehetővé teszi a résztvevők számára, hogy világos elképzelésük legyen a cég tevékenységére vonatkozóan, hogy lehetőségük legyen megfigyelni a gyakorlatban is mindazt, amit a prezentáció során hallottak, és hogy közvetlen kapcsolatba kerülhessenek a cég alkalmazottaival.

#### 3.5. KÉRDÉSEK ÉS VÁLASZOK (⌚ 45 - 60 PERC)

A telephely megtekintése után a résztvevőknek lehetőséget kell adni, hogy visszatérve a tárgyalóba megvitassák mindazt amit láttak. A cég vezetőinek válaszolniuk kell az összes felmerülő kérdésre.

#### 3.6. ÉRTÉKELÉS (⌚ 15 PERC)

A céglátogatás végén minden résztvevővel ki kell tölteni egy értékelő kérdőívet (3. sz. Melléklet) és azt visszaadni a szervezőknek. Javasoljuk továbbá, hogy adjunk lehetőséget a résztvevőknek, hogy megosszák a céglátogatás során szerzett élményeiket. Amennyiben a résztvevők tanácsadók/trénerek vagy vállalkozók, kíváncsok, hogy tegyenek néhány javaslatot, saját tapasztalataik alapján.



## 4. CÉGPREZENTÁCIÓ

A cégprezentáció nagyon fontos része a céglátogatásnak. Nagyon alaposan kell előkészíteni a szervező cég, valamint cég tulajdonosainak és vezetőinek közös erőfeszítésével.

Manapság csak néhány úttörőnek számító KKV rendelkezik írásos CSR politikával. Mindazonáltal a CSR prezentáció egyfajta összegzése lehet a CSR beszámolónak. Továbbá ez lehet az első lépés afelé, hogy, írott formában nyilvánosságra hozzák a cégek CSR tevékenységeire vonatkozó riportjaikat.

A cégprezentáció célja, hogy figyelembe vegyen minden fontos adatot a CSR-al kapcsolatos elkötelezettség terén, és hogy bemutassa a gazdasági, környezetvédelmi és társadalmi teljesítményt világos, közérthető módon. CSR prezentáció készítésének pozitív hatása lehet a jövőbeni belső vállalati folyamatok meghatározása tekintetében, melynek eredményeként értékelhetjük és fejleszthetjük a cég felelős tevékenységére vonatkozó gyakorlatát.

Az erőfeszítés és az elvégzendő munka kétség kívül jelentős lesz. Azonban a marketinghatás mellett, mely a külsős közönségnek történő előadásból adódik, további jelentős hatás, hogy az előkészületek során a cégen belüli CSR iránti tudatosság növekedhet a bevont alkalmazottak révén ( pl. vállalaton belüli interjúk) ugyanúgy, mint a partnerek, vevők és NGO-k (pl. rövid közlemények) és egyéb érdekeltek révén.

### 4.1. JAVASOLT PREZENTÁCIÓ STRUKTÚRA

Figyelembe véve a céglátogatások fő szándékát, mely a CSR teljesítménymérés lehetőségének biztosítása a látogatók számára, a prezentációt oly módon kell elkészíteni, hogy annak nyomán felmerüljön a kérdés: "Miért kellene nekem / cégemnek szintén felelősen tevékenykedni?"

A nyíltság és hitelesség, mint a CSR fő kulcs elemei, kell hogy kiegyensúlyozott módon kerüljenek kifejezésre az előadásban, utalva az erős és gyenge pontokra, valamint célszerű elkerülni a tökéletes de nem valós arculat bemutatását, melyet nem tudunk igazolni a prezentációt követő telephely látogatáson.

KKV-k számára kreativitásuk adta végtelen lehetőség kínálkozik saját CSR prezentációjuk elkészítésénél.

Amennyiben a cég már rendelkezik egy CSR irányultságú prezentációval, akkor annak tartalmát célszerű a szervezőknek átolvasni, annak érdekében, hogy megbizonyosodjanak arról, hogy az ott leírtak megfelelően kapcsolódnak-e az esemény céljához, s hogy ha szükséges némi változtatást javasoljanak.

Abban az esetben, ha a meglátogatandó cégnek nincs még semmilyen anyaga a témában, a következő struktúra követését javasoljuk:

- 🕒 Cégtörténet, Adatok & Tények
- 🕒 Piaci Információk
- 🕒 CSR Tevékenység
- 🕒 CSR Kezdeményezések és Bevont Személyek
- 🕒 Felelős magatartás fő hajtóerői
- 🕒 CSR Kihívások
- 🕒 Felelős tevékenységből adódó előnyök
- 🕒 Konklúzió
- 🕒 Kérdések és Válaszok



1. számú táblázat tartalmazza azon témák részletezett listáját, melyek szerepelhetnek a cégprezentációban.

## 1.SZ. TÁBLÁZAT – CÉGPREZENTÁCIÓ TÉMÁK

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1) Cégtörténet, Adatok &amp; Tények</b> <ul style="list-style-type: none"><li>hitvallás</li><li>jövőkép és értékek</li><li>kulcsfontosságú mérföldkövek a vállalat életében</li><li>fő termékek és szolgáltatások (termék életciklus és szállítói hálózat)</li><li>vezetés és alkalmazottak (szervezeti felépítés)</li><li>főbb cég adatok</li><li>mi teszi különlegessé a vállalatot?</li></ul>                                                                                                                                            | <b>5) A felelős tevékenység fő okai</b> <ul style="list-style-type: none"><li>etika, cég érték</li><li>környezettel szembeni gondoskodás</li><li>vállalat vezetés</li><li>társadalommal való viszony</li><li>dolgozókkal való viszony</li><li>fogyasztói nyomás</li><li>stb.</li></ul>                                                                 |
| <b>2) Piaci Információk</b> <ul style="list-style-type: none"><li>üzleti modell, marketing stratégia és célcsoport</li><li>piacméret és megcélzott piac</li><li>versenyhelyzet áttekintése</li><li>versenyelőnyök</li><li>kommunikációs eszközök és public relations használata</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                      | <b>6) CSR Kihívások</b> <ul style="list-style-type: none"><li>CSR komplexitására vonatkozóan</li><li>cégen belül</li><li>piacon</li><li>érdekeltek elvárásaira vonatkozóan</li><li>pénzügyileg</li><li>egyéb problémák</li></ul>                                                                                                                       |
| <b>3) CSR Tevékenység</b> <ul style="list-style-type: none"><li>azonosított témakörök és érdekelt személyek</li><li>érdekelt személyekkel való párbeszéd a CSR célokról és időkeretről</li><li>a CSR stratégia meghatározása, megszervezése és mérlegelése</li><li>CSR folyamatok riportolása és az érdekelt személyekkel való kommunikáció</li></ul>                                                                                                                                                                                          | <b>7) A felelős tevékenységből származó előnyök</b> <ul style="list-style-type: none"><li>cég hírneve</li><li>vevőkör</li><li>fejlesztések a termelésben/szolgáltatásban</li><li>új piacok elérése és kooperáció</li><li>stb.</li></ul>                                                                                                                |
| <b>4) CSR Kezdeményezések és Bevont személyek</b> <ul style="list-style-type: none"><li>milyen aktuális kezdeményezésekben nyilvánul meg a cég filozófiája és felelős tevékenysége?</li><li>A cég CSR helyzetképe a kezdeményezésekre és pozitív gyakorlatra vonatkozóan:<ul style="list-style-type: none"><li>munkahelyi környezet</li><li>környezetvédelem</li><li>piaci környezet</li><li>társadalom</li></ul></li><li>CSR stratégia fejlesztésbe bevont személyek, (alkalmazottak és érdekeltek) jövőbeni lépések és lehetőségek</li></ul> | <b>8) Konklúziók</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Rövid összefoglalása a prezentációnak</li><li>Megjelenő változások és elvárt kilátások a CSR-nak megfelelően<ul style="list-style-type: none"><li>munkahelyi környezet</li><li>környezetvédelem</li><li>piaci környezet</li><li>társadalom</li></ul></li><li>Kihívások és előnyök</li></ul> |
| <b>Kérdések és válaszok</b> <p>Az előadónak bátorítania kell a hallgatóságot az aktív részvételre.<br/>Neki kell tudatnia a meghívottakat a Kérdés &amp; Válasz periódusról.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |





## 4.2. PRAKTIKUS TANÁCSOK A POWERPOINT PREZENTÁCIÓHOZ

Kényelmük érdekében ezen gyakorlati útmutató tartalmaz egy PowerPoint cégprezentáció mintát (6.sz. Melléklet), mely a fent vázolt struktúrához igazítva került kialakításra.

Amikor egy cég PowerPoint prezentáció készítésébe kezd a következő szempontokat kell szem előtt tartani:

- ☉ törekedjünk a cím tömörségére (olyan rövid szöveget használjunk, amilyet lehet)
- ☉ használjon rövid kifejezéseket, ne teljes mondatokat
- ☉ oldalanként csak néhány alpontot tüntessünk fel
- ☉ kerüljük el, hogy túl sok információ kerüljön egy oldalra
- ☉ egy gondolat vagy ábra szerepeljen egy oldalon
- ☉ két-három oldalt használjunk egy komplex gondolat megmagyarázásához
- ☉ csak olyan információt tartalmazzon, mely valóban alátámasztja az állítást
- ☉ használjunk pozitív kulcsszavakat és igéket főnevek helyett
- ☉ csökkentsük a szövegméretet hat- nyolc sorra oldalanként
- ☉ használjunk azonos színeket és betűtípusokat a prezentáció egészében

Amikor a prezentáció elkészül, ne felejtjük el elmondani azt magunknak, megmérve annak hosszúságát. Ha túl rövid vagy túl hosszú, végezzük el a szükséges módosításokat és próbáljuk el újra.

## 4.3. KÉRDÉSEK & VÁLASZOK

Nagyon fontos, hogy minden résztvevőnek lehetősége legyen arra, hogy kérdéseit feltegye. Ennek érdekében mindig biztosítani kell egy átfogó Kérdés & Válasz periódust.

A Kérdések & Válaszok időszaka alatt a szervezőknek kell átvenni a kezdeményezést, megpróbálva bevonni mindenkit a párbeszédbe.

A cég képviselőinek meg kell próbálniuk őszinte és világos módon válaszolni minden felmerülő kérdésre, kivéve ha az bizalmas téma.

Amennyiben a szervezők úgy döntenek, hogy a Kérdések & Válaszok időszaka közvetlenül a prezentáció után következzen, de az a vártnál jobban elhúzódik, a szervezők megszakíthatják azt, emlékeztetve a látogatókat, hogy a telephely megtátogatását követően is lesz lehetőségük feltenni a további kérdéseket.



## **5. LOGISZTIKA**

### **5.1. REGISZTRÁCIÓ**

A szervezőknek készíteniük kell egy jelentkezési lapot, és feljegyezni a résztvevőket.

### **5.2. DOKUMENTÁCIÓK ÉS ANYAGOK**

Az ajánlott anyagok listája :

- 🕒 Résztvevők listája
- 🕒 Céglátogatás program
- 🕒 Üdvözlő Szöveg (1.sz. Melléklet)
- 🕒 Tudatosság növelő Kérdőív (2.sz. Melléklet)
- 🕒 Cégprezentáció összefoglaló
- 🕒 Résztvevők visszajelzéseire szolgáló Kérdőív (3.sz. Melléklet)

A szervezőknek a céggel egyeztetni kell az előadáshoz szükséges egyéb tárgyi feltételeket (Számítógép, videó projektor, flipchart, papír, toll, stb...) és biztosítani kell ezek meglétét.

### **5.3. SZÁLLÍTÁS**

A cég elhelyezkedésétől és az esemény egyéb sajátosságos körülményeitől függően a szervezők döntésén múlik, hogy, biztosítanak-e külön a résztvevők számára szervezett szállítási lehetőséget ( amennyiben a találkozóhely nem a cég székhelyén van), vagy biztosítanak a résztvevők számára egy térképet, azon feltüntetve a cég székhelyét és az odajutás legegyszerűbb módját.

Amennyiben a szervező cég amellettt dönt, hogy szállítási lehetőséget biztosít, akkor ezt minden résztvevő számára biztosítania kell, azaz pontosan fel kell mérni a résztvevői létszámot.

### **5.4. VENDÉGLÁTÁS**

Javasolt egy kisebb büfé megszervezése a céglátogatás időtartamára. A szervezőknek meg kell egyezniük a céggel abban ki állja ennek költségeit és ki fogja azt biztosítani.

### **5.5. AJÁNDÉKOK / EMLÉKTÁRGYAK**

Célszerű, ha a szervező cég hálája jeléül egy kisebb, az alkalomhoz illő ajándékkal kedveskedik a fogadó cég számára (illetve azok vezetői számára).

Amennyiben megoldható, célszerű ha a résztvevők is kapnak valami szimbolikus ajándékot, mely kapcsolódik az eseményhez, vagy a céghez és annak CSR tevékenységéhez.



## 6. PROMÓCIÓ

Minekután a 2. sz. Fejezetben leírtak megvalósításra kerültek, a szervezőknek az esemény népszerűsítésével kell folytatni a szervezést.

Ajánlott, hogy az esemény népszerűsítése 2 hónappal azt megelőzően megkezdődjön, és a meghívókat körülbelül 3 héttel az eseményt megelőzően kiküldjük, de természetesen ezek a szokások eltérőek lehetnek országonként, régióként, vagy egyéb körülmények folytán.

### 6.1. MEGHÍVÁS

Szervezőknek el kell készíteniük egy 1 oldalas figyelemfelkeltő meghívót, mely a következőket tartalmazza:

- ⦿ Bevezetés a CSR-ba
- ⦿ Esemény leírása (helyszín, dátum, időpont)
- ⦿ Rövid cég bemutatás
- ⦿ Ok, amiért az adott céget kiválasztottuk
- ⦿ A céglátogatástól elvárható előnyök
- ⦿ Szervezők elérhetősége
- ⦿ Ingyenes részvétel (ha nem kérünk részvételi díjat)

A meghívóhoz csatolnunk kell egy jelentkezési lapot.

### 6.2. ESEMÉNY NÉPSZERŰSÍTÉSE

Az eseményt elsősorban a kiválasztott célcsoport körében kell népszerűsíteni. A lehetséges szervezetek/személyek, akikkel felvehetjük a kapcsolatot, a következők lehetnek:

- ⦿ Szervező cég ügyfelei
- ⦿ Meglátogatandó cég ügyfelei/beszállítói
- ⦿ Tréning központok
- ⦿ Tanácsadók/ Tanácsadó cégek
- ⦿ Szakértők / Helyi egyesületek
- ⦿ KKV továbbképzésével foglalkozó intézmények
- ⦿ Városháza / Helyi hatóságok
- ⦿ Egyetemek
- ⦿ Üzleti főiskolák
- ⦿ Helyi középiskolák



### 6.3. NÉPSZERŰSÍTÉS MÓDJAI

A szervező cégnek a népszerűsítés azon módját célszerű kiválasztani, mely a legjobban megfelel egyrészt a cég számára, másrészt a kiválasztott célcsoport számára, s ezek közül is a leghatékonyabbat válasszuk ki. Javaslatok:

- 📍 Szervező cég Web-oldala
- 📍 Meglátogatandó cég Web-oldala
- 📍 Direkt levelek
- 📍 E-mail
- 📍 Telefon
- 📍 Élőszó
- 📍 Napilapok

Amennyiben a céglátogatást, mint önálló eseményt rendezzük, úgy mindenképp ajánlott a több csatornán keresztül történő népszerűsítés.

Amennyiben a szervezők egy olyan speciális célcsoportot határoznak meg, mellyel rendszeresen kapcsolatban vannak, úgy az egyszerű személyes megkeresés a legcélravezetőbb.

## 7. FINANSZÍROZÁS

A szervezőknek mindig szem előtt kell tartaniuk, hogy a céglátogatás fő célja, hogy népszerűsítsük a pozitív, és követendő CSR példákat, és minden pénzügyi döntésünket ennek tudatában kell meghozni. Ugyanakkor találni kell anyagi forrásokat a céglátogatás megvalósításához.

A részvétel díj meghatározása a szervezők anyagi helyzetén alapul, de befolyásolják a helyi szokások, és a célcsoport is. Néhány esetben, ha fizetni kell egy eseményért, akkor az sokkal szakmaibbá teszi azt, ezáltal motiválva a résztvevőket. De más esetekben, viszont a résztvevők nem jönnek el, hacsak nem ingyen, vagy egy jelentéktelen összeg fejében vehetnek részt az eseményen.

A szervezőknek költségvetést kell készíteniük a céglátogatásra vonatkozóan és megpróbálni elkerülni a pénzügyi negatívumot.

### 7.1. KÖLTSÉGVETÉS KÉSZÍTÉSE

A 4.sz. mellékletben található Excel fájl a céglátogatás tervezett költségvetését tartalmazza, mely magában foglalja az előre látható költségek listáját és a lehetséges bevételek forrását.

Az 1.sz. Munkalap (védett) tartalmaz egy üres minta költségvetést, ahol a sárga cellákat kell kitölteni: ár / egység, és ahol szükséges a mennyiség. Ezután a számítások automatikusan megtörténnek.

A 2.sz. Munkalapon (védelem mentes) egy kitöltött példa költségvetés látható.

### 7.2. KÖLTSÉGEK

#### Személyi költségek:

Utazási költség: magába foglalja mindazon utazásokat, melyek a céglátogatás megszervezését szolgálták: előkészítő látogatás, maga a céglátogatás és az értékelő látogatás. Amennyiben tömegközlekedést használtunk, akkor a menetjegyek díját vehetjük költségnek.

Alkalmazotti díjak: ebben a cellában azt a teljes időtartamot kell feltüntetni, amely szükséges volt a céglátogatás megszervezéséhez: felkészülési idő, céglátogatás időtartama, valamint az értékelésre és nyomon követésre fordított idő.

#### Üzemeltetési költségek:

Ide írhatunk minden olyan egyéb költséget, mely felmerült a szervezés során, úgy, mint pl. nyomtatási költség, hirdetés, kommunikáció (mail, telefon, fax, e-mail), ajándékok, konferencia terem, anyagok, vendéglátás, stb.

Itt található egy sor, ahová a résztvevők utazási költségeit írhatjuk. Amennyiben részvételi díjat kérünk, vegyük figyelembe, az utazási költségek egyenlő arányú megosztását a résztvevők között, ily módon megkönnyítve azok jelenlétét, akik messzebből érkeznek.

Ne felejtsük el számításba venni az értékelő formulák elküldésének költségét és az azok feldolgozására szánt időt.

Vitassuk meg a meglátogatandó céggel, a cég részéről esetlegesen keletkező költségeket és állapodjunk meg előre ezek esetleges megtérítésében.



Minden olyan költség, amely nem kerül megemlízésre a költségvetési táblázatban, az 'egyéb költségek' kategóriájában feltüntethető.

Alternatívaként új sorokat is beszúrhatunk a táblázatba, de ha ezt meg tesszük, bizonyosodjunk meg róla, hogy a definiált számítási formula továbbra is helyesen működik-e.

### **7.3. BEVÉTELEK**

- ⦿ Részvételi díj: egyéb kritériumok hiányában egy konkrét összegnek kell lennie, mely egyensúlyba hozza a költségvetést.
- ⦿ Javaslát támogatásra: EU vagy Kormányzati programok, speciális helyi alapok, KKV szövetségek, Egyesületek.



## 8. CÉGLÁTOGATÁS ÉRTÉKELÉSE ÉS NYOMON KÖVETÉSE

### 8.1. CÉGLÁTOGATÁS ÉRTÉKELÉSE

A szervezőknek egy végső értékelést kell tartaniuk a céglátogatásról.

Egy formális összejövetel keretében célszerű az értékelést megtartani, ideális esetben egy-két héttel a céglátogatást követően.

Az értékelő összejövetelt megelőzően a szervezőknek fel kell dolgozniuk mindazon információkat, melyeket a Résztevők visszajelzéseire szolgáló Kérdőívből nyerhetnek (3.sz. Melléklet).

A meglátogatott cég visszajelzései is nagyon fontosak mind a vezetés mind az alkalmazottak részéről.

A szervezőknek el kell készíteni egy végső értékelő riportot, mely tartalmazza a fő következtetéseket és eredményeket.

A folyamat megkönnyítése érdekében mellékelve ajánlunk egy céglátogatás értékelő riportot-formulát (5.sz. Melléklet).

### 8.2. CÉGLÁTOGATÁS NYOMON KÖVETÉSE

Egy CSR céglátogatás tökéletes alkalom arra, hogy a résztvevőket bevonjuk bármilyen típusú CSR tevékenységbe, függetlenül szakmai helyzetüktől.

Emiatt nyomatékosan ajánlott, hogy a szervezők megpróbálják kitalálni, hogy milyen módon lehet megkönnyíteni a résztvevők további bevonását.

A kezdeményezés minden formája szívesen fogadott és a résztvevők elkötelezettsége a szervezők számára nagy előnyt jelenthet.

Néhány javaslat a résztvevők bevonására:

- Ⓞ Más hasonló látogatásokon való részvétel
- Ⓞ Saját vállalkozásuk megnyitása egy hasonló látogatás keretében
- Ⓞ Munkacsoportok szervezése a résztvevők között
- Ⓞ Munkacsoportok szervezése a saját cégükön belül, lehetővé téve, hogy a gyakorlatba átültessék a céglátogatáson tapasztaltakat
- Ⓞ Belépni egy CSR tréning programba
- Ⓞ Belépni egy CSR tanácsadói programba
- Ⓞ Kialakítani a saját CSR üzleti álláspontjukat, a céghez kapcsolódó érdekelteknek történő bemutatás céljából
- Ⓞ Létrehozni egy nyílt vitafórumot az információk megvitatása és megosztása céljából



Oktatás és kultúra

## Leonardo da Vinci

### Kísérleti projektek

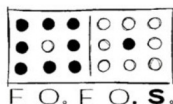
Az Európai Bizottság támogatást nyújtott ennek a projektnek a költségeihez. Ez a kiadvány a szerző nézeteit tükrözi, és az Európai Bizottság nem tehető felelőssé az abban foglaltak bármilyen felhasználásért.

Promotor



Centro de Formação Profissional  
para o Comércio e Afins

Partnerek



GEOMEDIA



FRAREG  
FRAFOR  
Consulenza e Formazione

Huesken & De Pree  
training and consultancy