



**THE GLOBAL GOALS**  
For Sustainable Development

# Зміст

## Content



### 2 Вступ Introduction

### 4 Цілі сталого розвитку як спосіб описати ваш вплив Sustainable Development Goals as a tool to describe your impact



### 7 Партнери Partners



### 8 Як залучати кошти на проєкти? How to fundraise?



### 12 Як працювати з грантами? How to do grants?



### 18 Як розробляти програми? How to design programs?



### 24 Як організувати велику подію? How to do big events?

### 32 Як бути командою? How to be a team?



### 36 Як стати найулюбленішим хабом? How to become the most loved Impact Hub?



### 40 Що нового? What's new?

# Вступ

## Introduction



Я виріс у багатотисячній спільноті радянських альпіністів, де взаємний розвиток і допомога були нормою. Напевно, це зумовило те, чим я займаюся.

Першим багато чого пробачають. Коли ти починаєш грати в нову для твоєї країни гру, таку як імпакт-інвестування, правил ніхто не розуміє і аборигени спочатку суворо не судять.

Проте, схоже, ми вступили в вік визнання, і 7 років зусиль не пройшли дарма.

Нас прийняли до Європейської асоціації венчурної філантропії (European Venture Philanthropy Association).

Також цього року нас і Україну обрали як приймаючу сторону для European Pro Bono Summit 26-27 вересня в Києві, куди з'їдуться близько 150 іноземних експертів з pro bono та інтелектуального волонтерства.

А ще 19-21 вересня цього року, ми вперше прийматимемо саміт European Impact Hub Gathering, де буде близько 200 представників соціальних акселераторів з усієї Європи.

I grew up in a community of thousands of Soviet mountain climbers in which mutual development and assistance were a norm. This must have preconditioned what I'm doing now.

Those who come first are forgiven a lot of their mistakes. When you start playing a new game for your country, such as impact investing, no one understands the rules so the indigenous people do not judge.

However, it seems that we have entered the age of recognition and 7 years of effort have not been in vain.

We have been accepted into the European Venture Philanthropy Association.

Also this year, we and Ukraine were chosen as the host for the European Pro Bono Summit on September 26-27 in Kyiv, which is going to welcome about 150 foreign experts on pro bono and intellectual volunteering.

And on September 19-21 this year, we will host the European Impact Hub Gathering for the first time, with around 200 representatives of social accelerators from across Europe.



Це стало можливим завдяки проектам і роботі команди Impact Hub Odessa, як частини глобальної асоціації Impact Hub, що об'єднує понад сто центрів соціальних інновацій по всьому світу.

Схоже, що багато в чому завдяки нам Україна з'явилась на світовій мапі соціальних інновацій.

Рухаємося далі!

**Егор Гребенніков,**  
Імпакт-інвестор,  
Засновник Impact Hub Odessa

This was made possible by the projects and work of the Impact Hub Odessa team, as part of the global Impact Hub Association, which brings together around one hundred social innovation centers around the world.

It seems that thanks to us, Ukraine has become visible on the global map of social innovation.

Let's keep going!

**Egor Grebennikov,**  
Impact-investor,  
Founder of Impact Hub Odessa

# Цілі сталого розвитку як спосіб описати ваш вплив

## Sustainable Development Goals as a tool to describe your impact



У 2015 році країни-учасниці ООН сформували та підписалися під 17 цілями сталого розвитку – головними орієнтирами, яких має прагнути людство у період до 2030 року. «Глобальне село» вже декілька десятиліть як стало реальністю. Певні проблеми в одній частині планети відгукуються будь-де в інших кутках планети.

Розвиток технологій, засоби глобальної комунікації та техногенні екологічні виклики призвели до того, що на планеті вже не залишилося безпечних ізольованих кутків – ми маємо долати глобальні виклики, які загрожують нам усім без винятків.

І подолати їх ми зможемо тільки разом. Тож, Глобальні Цілі Сталого Розвитку ООН – це, по суті, перелік цих викликів з їх стислим описом.

In 2015 UN member states compiled and committed to 17 Global Sustainable Development Goals – the main milestones which humankind is striving to achieve in the period remaining till 2030. “Global village” has become a reality for several decades already. A problem in one part of the planet echoes elsewhere on the globe.

Technology development, global communication means and self-induced environmental challenges resulted in the fact that there are no isolated safe corners on this planet – we all have to meet global challenges, which are a threat to everyone without exception. And we can only solve them together.

So Global Sustainable Development Goals are in their core a list of these challenges with their comprehensive description.



Але окрім того, що ці цілі – дуже корисний орієнтир для спільних зусиль глобальної спільноти, це також універсальний інструмент кодифікації імпаكتу.

Іншими словами – це такий спільний код, який почали використовувати неурядові організації всього світу для опису сфер та цілей своєї діяльності.

Глобальна мережа Impact Hub робить так само. Два роки поспіль, збираючись на щорічний саміт спільноти, ми розповідаємо одне одному про наші програми та проекти саме використовуючи фреймворк SDG. Impact Hub – глобальна мережа, в якій беруть участь дуже різні країни з вкрай різними контекстами та особливостями роботи третього сектору. Тому найкращий спосіб порозумітися – це використовувати узагальнюючі фрейми, якими і є Глобальні Цілі Сталого Розвитку.

However, besides the fact that these goals are a very useful milestone for collaborative endeavours of the global community, this is also a universal tool for codifying your impact.

In other words: this is a commonly recognized code, which NGOs all over the world use to describe spheres and goals of their activities.

So does Impact Hub Global Network. For the last several years when we come together for our annual global gathering we tell each other about our programs and projects using this very framework. Impact Hub is a global community, with 90+ Impact Hubs in very different countries, with totally different contexts and ways of how social innovation scene works. This is why the best way to understand each other is to use generalizing frames, such as Global Sustainable Development Goals.

Тож цього року, звітуючи за рік минулий, ми в Impact Hub Odessa вирішили не робити традиційний звіт з інфографіками, відомостями про проекти та програми, а натомість — піти шляхом узагальнення. Підсумувати всю накопичену експертизу та розповісти не тільки що саме ми робили/робимо, а й як.

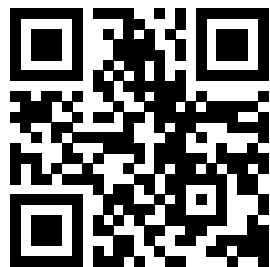
І звичайно, кодифікувати всі наші доробки Цілями Сталого Розвитку.

Тож зустрічайте — методичний посібник для третього сектору від команди Impact Hub Odessa — «Impact Book». Наша невеличка книжка про те, як здійснювати вплив у сучасних умовах та бути при цьому сталою організацією.

This year, reporting about yet another year of work, we at Impact Hub Odessa decided not to make a traditional report with infographics, facts about projects and programs but on the contrary use generalization. Sum up our expertise accumulated since 2013 and tell you not only about what we have done, but also how we have done it.

And of course — codify our experiences with SDGs.

So please enjoy this Impact Book - the manual for social innovation and NGO ventures from the team of Impact Hub Odessa. Our small handbook on how to create impact in the context of modern VUCA-world and be a sustainable organization at that.

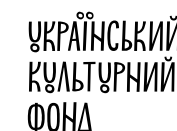


Докладніше про Глобальні Цілі Сталого Розвитку ООН можна прочитати на сайті представництва ООН [www.un.org.ua/ua/tsili-rozvytku-tysiacholittia/tsili-staloho-rozvytku](http://www.un.org.ua/ua/tsili-rozvytku-tysiacholittia/tsili-staloho-rozvytku)



You can read more about Global Sustainable Development Goals at UN website: [www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/](http://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/)

# Партнери Partners





# Як залучати кошти на проекти?

## How to fundraise?

Збір коштів на будь-який проект – це можливість проявити цінності.

Ми вибудовуємо довіру, тому дуже прискіпливо стежимо за відкритістю та законністю процесу, постійно комунікуємо – і не тільки про здобутки, а й про складнощі. Ми діємо сміливо і не боїмося. Тож пропонуємо долучатися усім, кого знаємо, і кому може бути цікаво, бо віримо, що змінювати світ – це добре і радісно.

Ми плекаємо співпрацю, тому просимо не тільки і не стільки про гроші. Ми любимо робити зміни разом і пропонуємо способи, як можна долучитись. Розказати друзям, написати пост чи додати рамку до фото у фейсбуці – це теж допомога.

Fundraising for any project is an opportunity to show values.

We build trust, that is why we are very sensitive about openness and legality of the process, constantly communicating, not only about our achievements but also about problems and solutions.

We act with courage and out fear. So we invite everyone we know and everyone who might be interested to join because we believe that changing the world is a good and exciting mission. We cherish collaboration and ask not only and not so much for money. We love making change together and offer ways to get involved. Telling friends, writing a post or adding a frame to a photo on Facebook is also a help.



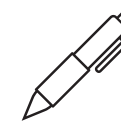
**ОБЕРІТЬ НА ЩО ЗБИРАТИ ТА СКІЛЬКИ**

CHOOSE WHAT TO FUNDRAISE FOR AND HOW MUCH



**ОБЕРІТЬ ЮРИДИЧНУ ОСОБУ, НА ЯКУ БУДЕ ЗДІЙСНЮВАТИСЬ ЗБІР КОШТІВ**

CHOOSE THE LEGAL ENTITY TO WHICH THE FUNDS WILL BE COLLECTED



**НАПИШІТЬ ЗРОЗУМІЛИЙ НАВІТЬ ВАШІЙ МАМІ  
ТЕКСТ НА ОДНУ СТОРІНКУ ПРО МЕТУ І МЕХАНІЗМ ЗБОРУ КОШТІВ**

WRITE A ONE-PAGER, UNDERSTANDABLE EVEN TO YOUR GRANNY UNDERSTANDABLE ABOUT THE PURPOSE AND MECHANISM OF COLLECTING THE MONEY



**ОБЕРІТЬ МЕТОД ЗБОРУ КОШТІВ**  
CHOOSE THE METHOD OF RAISING FUNDS



**ПУБЛІЧНІ ЗАХОДИ**  
PUBLIC EVENTS

**Оберіть локацію, дату та запросіть гостей**  
Choose the location, time and invite guests

**Підготуйте презентацію та текст промови**  
Prepare presentation and speech

**Проведіть захід**  
Hold the event



**ПАРТНЕРСТВА**  
PARTNERSHIPS

**Сформулюйте партнерські пакети (що отримує партнер)**  
Prepare partnership packages (what is it that a partner is going to receive)

**Підготуйте презентацію та текст промови**  
Prepare your presentation and your speech

**Складіть перелік компаній, пишіть листи і шукайте особистих зустрічей**  
Make up a list of companies, write letters and look for personal meetings



**КРАУДФАНДИНГ**  
CROWDFUNDING

**Складіть план публікацій**  
Organize plan of publications

**Напишіть зразок особистого повідомлення**  
Write an example of a personal message

**Говоріть про збір коштів всім**  
Tell everyone about your fundraiser



**УСПІШНО ЗАВЕРШІТЬ ЗБІР КОШТІВ,  
ПОДЯКУЙТЕ ПУБЛІЧНО, ЗВІТУЙТЕ.**

SUCCESSFULLY COMPLETE YOUR FUNDRAISING CAMPAIGN,  
THANK EVERYONE PUBLICLY AND REPORT

### З нашого досвіду:

**Кінбурн Рітріт | Дорослішання** — п'яти-денна програма для посилення екосистеми соціальних інновацій через розвиток культури дбайливого та відповідального ставлення до себе лідерів та лідерок громадських організацій та соціально-відповідального бізнесу.

Ми збирали на спільнокошті Biggggidea 62 780 гривень на п'ять стипендій для змінотворців з малих міст.

Головний заклик: «Подбай про п'ятьох, які дбають про багатьох!»

#### Головні інструменти:

- Особисті пости від організаторів;
- Пости від лідерів та лідерок думок;
- Особисті повідомлення знайомим;
- Заходи на підтримку кампанії (лекції, кінопокази);
- Прозоре і неперервне звітування про хід кампанії.

### Our cases:

**Kinburn Retreat | Maturity** is a five-day program to strengthen the ecosystem of social innovation through the development of a culture of well-being and self-care of leaders of NGOs and socially responsible businesses.

We raised a total of ₴ 62,780 in Biggggidea crowdfunding platform for five scholarships for changemakers from small towns.

The main masage: «Support the five, who will support many more!»

#### Main tools:

- Personal social media posts from the organizers
- Posts by influencers
- Private messages to friends
- Campaign support events (lectures, film screenings)
- Transparent and continuous campaign progress reporting.



Результат:  
Result:

₴ 64 710

Зібрано // Collected

₴ 12 500

Найбільший внесок //  
The largest contribution

69

Доброчинців // Donators



# Як працювати з грантами?

## How to do grants?

Одним з джерел фінансування нашої смислової діяльності є гранти. Вважається, що отримати грант досить важко. Грант — це не тільки залучені фінанси. Це один з кроків реалізації стратегії організації. І до цього треба бути готовими:

One of the sources of funding for our meaningful activities is grants. It is considered difficult to obtain a grant. Grant is not just about the funds raised. It is one of the steps in implementing an organization's strategy. And we need to be prepared for it:

### 1 У вас має бути спільнота

Вона може бути не завжди профільна (тобто може не відповідати цільовій аудиторії гранту). Але ви знаєте, як працювати зі спільнотою, маєте прямі канали комунікації з нею, отримуєте від неї зворотній зв'язок. Інакше це грант заради гранту.

**Що робити, якщо спільнота нецільова, а ви впроваджуєте грантову програму саме зараз?**

Долучіть по проєктної команди людей з профільного сегменту. Вони стануть вашими провідниками і допоможуть сформувати спільноту паралельно з грантовими активностями. Саме так ми зробили у 2015 році, коли впроваджували програму «Новий відлік» для переселенців (що фінансувалася міжнародним фондом «Відродження»). Програму адміністрували переселенці. Вони з легкістю встановили зв'язок з локальною спільнотою

### You must have a community

It may not always be targeted (ie it may not be relevant to the target audience of the grant). But you have to know how to work with a community, have direct channels of communication with them, and get feedback from them. Otherwise, it is a grant for the sake of a grant.

**What if the community is not targeted and you are implementing a grant program right now?**

Involve people from the targeted segment in the project team. They will assist you and help build a community with grant activities. This is exactly what we did in 2015 when we implemented the program *Novyi Vidlyk* (*New Countdown*) for migrants (funded by the International Renaissance Foundation). The program was administered by internally displaced people. They easily connected with the local IDP community and were able to integrate them into existing local business

внутрішньо переміщених осіб та змогли їх інтегрувати в уже існуючі локальні бізнес-спільноти. Також Одеса показала найкращі результати щодо зворотності витрачених ресурсів серед інших міст України, які також впроваджували цю програму.

communities. Odesa also showed great results in ROI among other cities of Ukraine, which also implemented this program.

**You must have good partners**  
(in case of grants that are implemented by several partners)

### 2 У вас мають бути добрі партнери (мова про гранти, що впроваджують- ся декількома партнерами)

Вам разом працювати деякий час, тож ваші цінності та цілі мають співпадати.

Як перевірити, чи вам буде комфортно співпрацювати з цим партнером? Крім офіційних зустрічей, знайомств командами, варто організувати неофіційний вихід, наприклад, спільну вечерю. У неформальній обстановці за розмовами не про проєкт, ви зможете відчутти, чи ці партнери — «ваші».

You need to have worked together for a while, so your values and goals should coincide.

How to check if you will be comfortable working with this partner? Besides the official meetings, you should hold an informal gathering, for example — a get-together dinner. In an informal setting, talking about something other than a project, you can feel if these partners are “yours”.



Якщо ви дійшли до kick-off meeting (установча зустріч), важливо проговорити наступні моменти:

- які практики ви оберете для формування команди та підтримання її духу;
- як ви будете вирішувати суперечливі питання;
- хто може бути медіатором;
- коли і як ви проведете підсумкову рефлексію;
- коли і як ви відсвяткуєте завершення.

До речі, ми не погоджуємося на партнерські пропозиції за місяць або два до початку проекту. Такі запрошення означають, що хтось вже відмовився від партнерства і нам пишуть-дзвонять, щоб закрити цей пробіл. Або, що хтось пізно подав заявку та хоче застрибнути у останній вагон. Повірте, вам це не потрібно.

When you get as far as the kick-off meeting, it is important to speak out about the following points:

- What methods you will choose to build a team and keep its spirit;
- How will you resolve disputable issues;
- Who can be a mediator;
- When and how you will hold a final reflection meeting;
- When and how you will celebrate the implementation of the project.

By the way, we do not accept the partnership offers one or two months before the start of the project. Such offers mean that some other party has already stepped out of the partnership and we are invited to close the gap. Or that someone has submitted an application too late and wants to jump in the last car. Believe me, you don't need it.

### 3 У вас має бути команда

Зазвичай, у грантах передбачені дві позиції: фінансовий (а) менеджер (ка) та координатор (ка). Насправді, одна людина (координатор) не може добре впровадити грантовий проєкт. Наприклад, у роботі з поточним грантом «Cult-Up: Empowering young people for effective social entrepreneurship in the field of cultural heritage» наша координаторка виконує наступні ролі:

- методологиня, що працює з форматами активностей;
- копірайтерка;
- ком'юніті-менеджерка;
- логістка;
- організаторка подій.

Також треба пам'ятати про наративні звіти, що готує координатор проєкту. Якщо у вас в команді одна людина, вона скоріше зосередиться на звітності, ніж на проєкті (інакше доведеться повернути фінанси). А це знову грант заради гранту.

### You must have a team

Typically, grant programs provide two positions: a financial manager and a coordinator. In fact, one person (a coordinator) cannot implement the grant project well. For example, working with the current *Cult-Up: Empowering Young People for Effective Social Entrepreneurship in the Field of Cultural Heritage* grant, our coordinator fulfills the following roles:

- Methodologist who develops formats of activities;
- Copywriter;
- Community manager;
- Logistics manager;
- Event manager.

You should also keep in mind the narrative reports prepared by the project coordinator. If you have one person on the team, he/she will focus more on reporting than on the project (otherwise you will have to pay back the funds). And again this is a grant for the sake of a grant.

### 4 Вам потрібно мати терпіння та бути готовими адаптуватися

Від подання заявки на грант до її ухвалення може минути... три роки. Так трапилося з програмою *Common Space for Cultural and Creative Industries*. Будьте готові, що запропоновані вами активності у 2015 році, будуть вже не актуальними у 2018.

### You need to have patience and be ready to adapt

It can take... three years for the application to be approved. It happened to the *Common Space for Cultural and Creative Industries* program. Be prepared that your 2015 activities will be no longer relevant in 2019.







### Що робити?

Однозначно — штурмити нові, що від-повідать контексту та часу, переписува-ти програму та узгоджувати з грантодав-цем. Рекомендуємо долучати спільноту до цього процесу через фокус-групи, просити допомоги експертів та головних гравців, але ніколи не покладатися на застарілу програму.

### What should you do?

Definitely concentrate on the new ones that fit the context and time, rewrite the program and reconfirm it with the donor. We recommend to involve the community in this process through focus groups, ask for the help of experts and key players, but never rely on an outdated program.

## 5 У вас мають бути плани на майбутнє

До початку реалізації гранту треба поста-вити собі важливе питання — а що далі? Після гранту. Що ви будете робити у цій сфері, з цією спільнотою? Які практики та формати допоможуть вам підсилити от-риманий ефект? Чи є у вас спроможність кодифікувати найкращі (а може й найгір-ші) кейси та розповсюдити?

### You must have plans for the future

The important question to ask yourself before starting a grant — what's next? After the grant. What will you do in this area with this community? What methods and formats will help you maximize the impact? Do you have the ability to codify the best (and possibly worst) cases and distribute them?

Наприклад, цього року ми реалізуємо грант «Соціальне підприємництво: до-сягнення соціальних змін за ініціативою "знизу"». У липні ми провели нашу пар-тнерську подію — «Школу для соціальних підприємців».

Після неї ми:

- почали розробляти активності, які підтримуватимуть учасників «Шко-ли»;
- маємо список вже запланованих ак-тивностей, на які потрібно запросити учасників «Школи»; додали учасників «Школи» до нашого списку соціальних підприємців;
- підготували брошуру та деякі роздаткові матеріали, які розсилаємо всім, хто подався на «Школи», але не пройшов.

Гранти — це лише інструмент, і він доволі ресурсно-витратний. Але він дозволяє змінити масштаби впливу, з його допо-могою ви структуруєте та впорядковуєте діяльність організації і отримуєте вихід на більш вагомі партнерства

For example, this year we are implementing the grant program *Social Entrepreneurship: achieving social change through the "from below" initiative* grant. In July, we hosted our partner event, *School for Social Entrepreneurs*.

After that we:

- Began developing activities that will support the participants of the *School*;
- We have a list of already scheduled activities for the *School* participants;
- Added *School* participants to our list of social entrepreneurs;
- Prepared a brochure and some handouts that we send to anyone who wanted to participate in *School* but didn't pass.

Grants are just a tool, and they are quite resource-consuming. But they allow you to scale the impact, help structure and streamline the activities of the organization and get access to more significant partnerships and offers.



# Як розробляти програми?

## How to design programs?

Для нас програми – спосіб творити сталі зміни. Після завершення програми, зміни мають не зупинятися, а зростати та масштабуватись вже без нашого втручання. Для цього ми використовуємо чотиритактну модель: обізнаність, залучення, зміна переконань, зміна поведінки. Коли учасники та учасниці розповідають про зміни у своїй поведінці, результати власних соціальних підприємств, інші стають більш обізнаними, і цикл розпочинається знову.

Програми можуть тривати від тижня до декількох років, але кожен з тактів, на наш погляд, є важливим і їх варто враховувати. Чим легше зрозуміти концепцію, запозичити підхід чи реалізувати ідею, тим коротшою може бути програма. Та зі складними концепціями, які вперше презентуються і ще не знайомі місцевій спільноті, доводиться працювати роками.

Impact Hub Odessa, як і всі представники глобальної спільноти Impact Hub, спрямовує свої програми на досягнення глобальних цілей сталого розвитку ООН. Про ці цілі ви вже читали на початку нашого звіту.

For us, programs are a tool for making sustainable change. After a program is over, change is supposed to develop without our intervention. For this, we use a four-step model: awareness, involvement, change of beliefs, change of behavior. When participants report about the change in their behavior, the success of own social enterprises, others become more aware and the cycle begins again.

Programs can last from a week to several years, but each step is important in our opinion and should be taken into consideration. The easier it is to understand a concept, to borrow an approach or to implement an idea, the shorter the program can be. But with complex concepts that are being introduced for the first time and not yet known by the local community, we have to work for years.

Impact Hub Odessa, as all members of the global Impact Hub Network, focuses its programs on achieving the UN Global Sustainable Development Goals.

### 1 Обізнаність

Розповісти, показати і дати спробувати нові концепції/знання/ідеї

**Формати:** Майстерні, форуми, хакатони, лекції з експертами, баркемп

**КРІ:** Кількість публікацій за темою запитів на проєкт, локальних проєктів за темою.

### 2 Залучення

Створити умови для взаємодії, в яких приватні мотивації перетворюються на спільну мету.

**Формати:** Meet up, дискусії, лекції з експертами, неформальні зустрічі, нетворкінг

**КРІ:** Кількість: подій, унікальних та постійних учасників, партнерів, ініціатив від учасників, кількість експертів серед них.

## Цілі сталого розвитку

### 4 Зміна переконань

Формувати думку/систему суджень у зв'язку з ідеєю/концепцією/проблемою і/або підходами до її вирішення/реалізації

**Формати:** Фокус-група, дискусія, меппінг, case studies, інтерв'ю зі стейкхолдерами, флешмоби

**КРІ:** Кількість ітерацій, запитів на менторство, локальних проєктів за темою, провалених проєктів.

### 3 Зміна поведінки

Пропонувати рольові моделі стійкого розвитку особистості / проєкту / спільноти

**Формати:** Peer-to-peer learning, презентація результатів, перегляд фільмів, марафони, акціонізм

**КРІ:** Кількість успішних кейсів, волонтерів в проєктах, Community of practice.



## 1 Raise Awareness

Tell, show and give a try to new concepts/ information/ideas

**Tools:** Workshops, forums, hackathons, lectures with experts, bar camps

**KPI:** Number of publications on the topic, project requests, local projects on the topic.

## 2 Involvement

Create conditions for interactions, in which personal motivation is transformed into a common goal

**Tools:** MeetUps, discussions, lectures with experts, informal meetings, networking

**KPI:** events, unique students, permanent students, partners, initiatives from participants, number of ways of experts among students

# SDG

## 4 Change of beliefs

To form an opinion/judgment system in connection with an idea/concept/ problem and/or approaches to its solution/ implementation

**Tools:** Focus group, discussion, mapping, case studies, interviews with stakeholders, flashmobs

**KPI:** Number of iterations, mentoring requests, local projects on the topic, failed projects

## 3 Change of behavior

Propose role models for sustainable development of an individual/project/ community

**Tools:** Peer-to-peer learning, presentation of results, watching films, marathons, activism

**KPI:** Number of successful cases, project volunteers, Community of practice

### Приклад:

#### Довгострокова програма підтримки соціального підприємництва

Ми почали працювати з темою соціального підприємництва у далекому 2013 році, коли вона була не знайома широкому загалу. На локальному рівні ми мали мотивовані молоді організації та низку благодійних проєктів з багаторічною історією.

Більшість таких проєктів фінансувалися за рахунок грантових коштів, деякі – приватними меценатами з одеських бізнесменів.

Перший рік ми працювали над обізнаністю потенційних та діючих підприємців, благодійних організацій, про саму концепцію соціального підприємництва.

### Our Case:

#### A long-term social enterprise support program

We started working on the topic of social entrepreneurship back in 2013 when it was unfamiliar to the general public. At a local level, we had motivated youth organizations and a number of well-known charitable organization. Most of these projects were funded by grants, some by private sponsors from local business.

During the first year, we worked on raising awareness of potential and existing entrepreneurs and charitable organizations about the very concept of social entrepreneurship. We organized lectures with Ukrainian and foreign social entrepreneurs, showed documentaries about the best examples of such business in the world.



Ми проводили лекції з українськими та закордонними соціальними підприємцями, показували документальні стрічки про найкращі зразки такого бізнесу у світі.

Коли концепція соціального підприємництва стала більш зрозумілою для нашої спільноти і ми почули запити: «А де цьому можна навчитись?», — перейшли до етапу залучення. Нашою першою програмою стала «Impact Academy», під час якої ми навчали бажаючих створенню соціальних підприємств. Фіналом стали перші пітчінги (короткі презентації бізнес-планів) потенційним інвесторам.

As the concept of social entrepreneurship became clearer to our community, we started receiving questions: «Where can we learn this?» Our first program was Impact Academy, during which we taught those who wanted to create social enterprises. The final was the first pitching (short business plans presentation) to potential investors.

Within six months after the Impact Academy was completed, we had first cases of social enterprises launched at Impact Hub Odessa. Stories of the graduates we taught began to be told on pages of print and online media, television, and radio.



Вже за півроку після завершення «Impact Academy» ми мали перші кейси соціальних підприємств, започаткованих в Impact Hub Odessa. Про особисті приклади випускників, яких ми навчали, почали розповідати на сторінках друкованих та онлайн ЗМІ, на телебаченні та радіо. Це стало переходом до зміни переконань. Головним інструментом на цьому етапі стали медійна активність, великий форум з соціального підприємництва «SocialCamp Ukraine», обмін досвідом з європейськими соціальними підприємствами «Connect for Impact» та екскурсії до діючих в Україні соціальних підприємств.

Зміна поведінки — найскладніший з етапів, оскільки він потребує не тільки знань та переконань, але й сміливості. На цьому етапі нашим інструментом стали інкубаційні програми, на яких менторами були місцеві соціальні підприємці. Цільовою аудиторією наших інкубаційних програм були: вчителі у програмі «Про. Навички», вимушені переселенці та ветерани АТО — «Новий відлік», менеджери культурних проєктів — «Cult up». Останнім з наших проєктів, спрямованих на зміну поведінки, стала «Школа соціального підприємництва».

Наша багаторічна програма підтримки соціального підприємництва продовжується, тож чекайте у новому році на нові проєкти!

This was the transition to a change of beliefs. The main tools at this stage were media activity, a large forum on social entrepreneurship *Social Camp Ukraine*, exchange program with European social enterprises *Connect for Impact* and tours to existing social enterprises in Ukraine.

Behavior change is the most difficult of all steps because it requires not only knowledge and conviction, but also courage. At this stage, incubation programs, which were mentored by local social entrepreneurs, became our tool. The target audience for our incubation programs were: teachers in the *Pro.Skills* program, internally displaced persons and veterans of the ATO — *Novyi Vidlyk (New Countdown)*, cultural project managers — *CultUp*. The last of our behavioral change projects was the *School of Social Entrepreneurship*.

Our long-standing social entrepreneurship support program is continuing, so expect new projects in the following year!



# Як організувати велику подію?

## How to do big events?

За 6 років роботи команда Impact Hub Odessa придумала, організувала і провела десятки великих подій: від хакатонів до конференцій, від бізнес-форумів до Фестивалю Ідей.

У цьому розділі ми ділимося своїми лайфхаками, накопиченими... ні, вистражаними в суворих організаторських буднях.

### Немає спільноти? — Не роби!

Немає нічого гіршого, аніж подія заради події. Така, під яку немає запиту вашої аудиторії. Наприклад, форум для підприємців в містечках, де немає спільноти підприємців. Конференція для креативних індустрій в місцевостях, де немає критичної маси представників цих індустрій.

Зовсім інша справа — якщо ви хочете сформувати нову спільноту, але тоді і формат заходу варто підбирати відповідно. Не форум, а нетворкінг. Не конференція, а мітап. Якщо тема, під яку ви формуєте співтовариство, ще не дуже відома взагалі, необхідно почати з навчальних

During 6 years Impact Hub Odessa team created, organized and held dozens of large-scale events: from hackathons to conferences, from business forums to the Ideas Festival.

In this section we shared our life hacks, accumulated... no, gained in painful organizational struggle.

### No community? - Don't do it!

There is nothing worse than an event for the sake of an event. The event your audience doesn't ask for. For example, a forum for entrepreneurs in towns with no community of entrepreneurs. Conference for creative industries in areas with no critical mass of representatives from these industries.

It is completely different if you want to build a new community, but then the format of the event should be chosen accordingly. Not a forum, but networking. Not a conference, but a meetup. If the topic you are building a community for is not yet well known at all, you should start with educational events.



подій. Ми в Impact Hub Odessa у 2013 році починали з семінарів з соціального підприємництва для студентів і громадських організацій.

### Для усіх = ні для кого

Вибір цільової аудиторії і її максимально точне визначення критично важливі. «У нас захід для всіх хороших людей від 15 до 90 років» — приблизно так звучить опис цільової аудиторії доброї половини тих подій, які ми консультували.

Не робіть так. Будьте максимально точні і конкретні в описі вашої ЦА. Як в підборі гардеробу не прийнято поєднувати більше трьох кольорів, так і ви постарайтеся не з'єднувати більше трьох різних груп в своїй цільовій аудиторії. І навіть у цьому випадку їх повинно щось об'єднувати. Наприклад, діти — батьки — педагоги: хороша ЦА конференції з демократичної освіти.

Back in 2013 in Impact Hub Odessa, we started with social entrepreneurship seminars for students and NGOs.

### For everyone = for no one

Choosing your target audience and defining it as accurately as possible is critically important.

«We have an event for all good people between the ages of 15 and 90» - this is the description of the target audience for a large part of the events we consulted.

Don't do that. Be as specific as possible in describing your target audience. As stylists say «do not match more than three colors in your outfit», so do you try not to match more than three different groups in your target audience. And even then, there must be something in common for these. For example, Children - Parents - Teachers: a good TA for a conference on Democratic Education.

## Функціональне розмаїття команди

Працювати з людьми, схожими на вас — приємно, але неефективно. У психологічних термінах, в будь-якій команді повинен бути епілептоїд, що відповідає за структуру, шизоїд, який генерує ідеї, істероїд, який їх творчо розвиває, і пасіонарний параноїк, який рухає усю цю машину силою свого бачення. Хто з вас хто — розбирайтеся самі, але різноманітність критично важлива.

## Плануємо вечірку для команди — першою

Згідно з однією з концепцій проектного менеджменту, у будь-якого проекту є чотири основних фази: Dream — Plan — Do — Celebrate (Помрій — Заплануй — Зроби — Відсвяткуй). Остання фаза критично важлива для команди і командного духу. Зрештою, життя не закінчується після вашої великої події. Можливо, ви й надалі захочете робити щось разом. Саме тому момент спільного святкування прогавити не можна. Але у цей момент і втомі після заходу ви про нього, скоріш за все, не подумаете. Якщо не заплануєте заздалегідь.

## Рефлексія — наше все

Після заходу візьміть паузу — від одного дня до тижня, залежно від масштабу. І потім обов’язково зберіться на рефлексію — обдумування і аналіз всього, що було. Для рефлексії ми віддаємо перевагу методології Stop — Start — Continue. По колу ділимося тим, що на наш погляд було зайвим, непотрібним, неправильним (Stop), що варто продовжувати робити, тому що вийшло добре (Continue) і що варто почати робити, тому що цього не було, і цього

## Functional diversity of the team

Working with people like you is nice, but ineffective. In any team there must be a person responsible for structure, a person who generates ideas, a person who develops them creatively, and a person who drives this whole machine by the power of his/her vision. Who of you is who you are, but diversity is critically important.

## We plan a party for the team first

According to one of the project management concepts, each project has four main phases: Dream - Plan - Do - Celebrate. The last phase is super significant to the team and team spirit. After all, life doesn’t end after your big event. You may still want to do something together. That is why the moment of joint celebration cannot be missed. But immediately after the event, exhausted, you probably won’t think about it. If you do not plan in advance.

## Reflection is a key to everything

After the event, take a break from one day to a week, depending on the scale. And then be sure to get together for reflection - analysis of everything that happened. For reflection, we prefer the Stop - Start - Continue methodology. In a circle, we share our opinion about things that were unnecessary or wrong (Stop), things that we need to keep doing because they worked out well (Continue), and something we need to start doing because there was no such thing or there was not enough (Start).

не вистачало (Start). Але є й інші варіанти, головне — бажання ділитися і робити висновки на майбутнє.

## Волонтерство — взаємозбагачення

Великий захід неможливо організувати без волонтерів. Але пам’ятайте, що волонтери — НЕ безкоштовна робоча сила. Ви як організатори отримуєте допомогу, волонтери — досвід, враження, знайомства, знання. Важливо, щоб до усього цього у них БУВ доступ, і про це повинні подбати ви.

## Відростіть довгий хвіст своєму івенту!

Під «ефектом довгого хвоста» зазвичай мається на увазі все те, що виникло завдяки вашій події: партнерства, проекти, про які люди домовилися завдяки вашій події, наступні події «за мотивами», організовані вже не вами. «Довгий хвіст» важливо стимулювати і відстежувати.

## Прелюдія з партнерами не буває занадто довгою

Партнерства важливі. І чим масштабніша подія — тим вони важливіші. Тим вдумливіше варто підходити до вибору партнерів і знайомству з ними. Діалог з партнерами варто почати якомога раніше і спілкуватися якомога більше. Це вбереже вас від багатьох непорозумінь і неприємних сюрпризів у процесі.

## Визначте головну мету

Тому що від неї залежить формат. Ви хочете ввести в публічний дискурс нове поняття? Об’єднати вже існуючих стейкхолдерів? Дати нові знання і вміння

There are other ways to reflect as well, most important things is a desire to share and draw conclusions for the future.

## Volunteering — Mutual Enrichment

A large event cannot be organized without volunteers. But remember that volunteers are NOT a free workforce. As an organizer, you receive help; volunteers — experience, impressions, connections, knowledge. It is important that they have access to all of this, and you should take care of that.

## Grow the long tail of your event!

The “long tail effect” usually refers to everything that has come out because of your event: partnerships, projects that people have started together on because of your event, follow-up events on a similar topic that are no longer organized by you. It is important to stimulate and track the Long Tail.

## Prelude with partners never gets too long

Partnerships are important. And the bigger the event, the more important those are. The more thoughtfully you should approach the choice of partners and get acquainted with them. Conversations with partners should be started as early as possible and held as often as possible. This will save you from many misunderstandings and unpleasant surprises during the process.

## Identify the main goal

Because it defines the format. Do you want to introduce a new concept into public discourse? Get together already existing



спільноті, що вже існує? Усе це — різні формати, і різні нюанси в підготовці.

### **Бережіть інтровертів**

Вони теж ходять на ваші події! Галасливі події, на яких так чи інакше доводиться спілкуватися з великою кількістю людей. Це для інтровертів великий стрес. Подумайте про них, передбачте на локації події тихий куточок, де можна посидіти у (відносній) тиші, ні з ким не розмовляючи.

### **Це страшне слово — партиципація**

Ми вже домовилися на старті, що робимо тільки ті події, які реально потрібні оточуючим, так? Значить не соромтеся залучати їх до організації. Дайте знати своїй спільноті, що ви робите, і яка потрібна допомога. Розкажіть партнерам, у тому числі потенційним, про подію. Швидше за все, ви здивуєтеся, наскільки залученими виявляться дружні вам люди і організації. Пам'ятайте, можна і потрібно робити це не тільки ДЛЯ світу, а й РАЗОМ з усім світом.

### **Формати «out of the box»**

Think out of the box — маркетингологи усього світу закликають нас мислити нестандартно і творчо. Тим більше це відноситься до організації подій. Конференції, форуми, літні школи, презентації — це, звісно, перевірена часом класика. Але якщо ви працюєте з новими темами і взагалі претендуєте на інноваційність — йдіть далі і

stakeholders? Give new knowledge and skills to the community that is already there? All of these are different formats and have different peculiarities in preparation.

### **Take care of introverts**

They also attend your events! Noisy events where you have to interact with a large number of people are a source of a great stress for introverts. Think about them, take care of a quiet corner at the event location where one can sit in (relative) silence without talking to anyone.

### **This scary word — participation.**

We already agreed at the beginning that we only do the events that are really needed by the community, right? So feel free to involve the chosen community in the organization. Let them know what you are doing and what you need help with. Tell your partners, including potential ones, about the event. Most likely, you would be surprised by the level of involvement people and organizations can show. Remember, it is possible and necessary to do this not only FOR the world but also TOGETHER with the whole world.

### **«Out of the box» formats**

«Think out of the box!» — Marketing experts all over the world urge us to be creative and think outside the box. In event management it is even more important. Conferences, forums, summer schools, presentations are, of course, time-honored classics.

не бійтеся експериментів. Хакатони, дизайн-батли, перформанс, плейбек театр — пробуйте, грайте, міксуйте формати. Учасники скажуть вам спасибі.

### **Не вмієте продавати квитки — продавайте партнерства**

Масштабні заходи не робляться на голому ентузіазмі. Навіть якщо у вас в організації є людський ресурс (читай: команда на зарплаті), вам потрібен буде бюджет на спікерів, маркетинг, організацію просторів та ін. І тут варіантів базово два: продавати квитки на подію, щоб покрити витрати на організацію або залучати спонсорські/партнерські кошти. Можна зробити і те, й інше, але важливо пам'ятати, що квитки треба продавати — і це окремий великий шматок роботи. Можливо, що з точки зору трудовитрат простіше буде продати вашу подію трьом великим партнерам, ніж продати квитки кільком сотням відвідувачів.

But if you are working on new topics and claim to be innovative — go ahead and do not be afraid to experiment. Hackathons, design battles, performance, playback theater — try, play, mix formats. Participants will say thank you.

### **If you can't sell tickets — sell partnerships**

Large-scale activities are not made on bare enthusiasm. Even if you have a human resource in your organization (which means a paid team), you will need a budget for speakers, marketing, space management, and so on. Here you'll have two basic options: sell tickets to the event to cover your organization costs, or raise sponsorship/affiliate funds. You can do both, but it's important to remember that tickets must be sold — and this is a separate big chunk of work. In terms of labor costs it may be easier to sell your event to three big partners than to sell tickets to hundreds of visitors.





**Приклад нашого підходу  
до організації великих  
подій – Фестиваль ідей  
[www.ideasfest.in.ua](http://www.ideasfest.in.ua)**

Це відкритий форум для лідерів (ок), місце для поглибленого дослідження й обміну думками, планами та результатами діяльності, що спрямовують та підтримують становлення продуктивних відносин як в українському суспільстві, так і між народами різних країн. Відбувається в Одесі з 2017 року, організатори – Impact Hub Odessa та Аспен Інститут Київ.

**An apt example of our  
approach towards organizing  
big events – Ideas Festival  
[www.ideasfest.in.ua](http://www.ideasfest.in.ua)**

It is a public forum for leaders where one can study problems in depth and exchange thoughts, plans and results for the development productive relationship both in Ukraine and among nations of the world. The festival takes place in Odessa since 2017, organized by Impact Hub Odessa and Aspen Institute Kyiv.



У 2019 році гостями фестивалю стали близько 3000 осіб з різних куточків України. Понад 130 спікерів з 10 країн у рамках окремих сесій – від лекцій і презентацій до дискусій і бесід віч-на-віч – створюють унікальну атмосферу інтелектуального пошуку. До традиційних форматів цього року ми додали фестивальні активності: йогу, mindfulness-сесії, плейбек-театр, фотосушку.

Фестиваль ідей – це відкрита подія, що відбувається протягом трьох днів в Impact Hub Odessa та партнерських локаціях (у 2019 – їх 5). Також ми запровадили низку закритих подій для амбасадорів – учасників, які підтримують фестиваль фінансово. Фестиваль ідей 2019 відбувся завдяки підтримці 22 партнерів.

Ideas Festival 2019 hosted about 3000 guests from all over Ukraine and abroad .

Through lectures, presentations and private discussions more than 130 speakers from 10 different countries create a unique atmosphere of intellectual search. Alongside with traditional formats this year we added “out-of-the-box” activities - yoga, mindfulness sessions, playback theatre, a photo-exhibition.

Ideas Festival is an open event, which takes place during three days in Impact Hub Odessa and partner locations (we have 5 of these in 2019). However, we provide a number of closed events for ambassadors who support the Festival.

Ideas Festival – 2019 is possible due to the united efforts of 22 partners.





# Як бути командою?

## How to be a team?



Ми вважаємо команду нашим найціннішим надбанням нарівні зі спільнотою. Спільнота Impact Hub Odessa живить команду, команда Impact Hub Odessa живить спільноту.

We consider our team to be our most valuable asset as well as our community. Impact Hub Odessa community cherishes the team, Impact Hub Odessa team cherishes the community.

### Принципи роботи команди Impact Hub Odessa

- Кожен/кожна в команді грає свою роль, але за необхідності готовий/готова страхувати інших.
- Кожен/кожна в команді має свої сильні та слабкі сторони. Ми створюємо умови, за яких наші сильні сторони проявляються якнайкраще, і закриваємо слабкі сторони одне одного своїми сильними сторонами.
- Коли щось йде не так, ми спочатку разом вирішуємо проблему, потім з'ясовуємо, що до неї призвело, і лише в останню чергу нас цікавить, хто саме завинив.
- Ми вважаємо помилки невід'ємною частиною будь-якої роботи і сприймаємо їх як досвід, що дозволяє нам розвиватися. Ми намагаємося не помилятися, але не боїмося помилок.
- У будь-якій ситуації ми не дозволяємо собі забути, що нас об'єднує спільна мета. І це не гроші.

### How Impact Hub Odessa team works

- Everyone on the team has their role, but if necessary they are ready/willing to back others.
- Everyone has their own strengths and weaknesses. We create conditions in which our strengths manifest themselves best, and we balance weaknesses of one person with strengths of another (and vice versa).
- When something goes wrong, we first solve the problem together, then find out what led to it, and the last thing that interests us is who was to blame.
- We consider mistakes to be an integral part of any work and perceive them as an experience that allows us to grow. We try not to make mistakes, but we are not afraid of mistakes.
- In any situation, we do not allow ourselves to forget that we share a common goal. And it is not money.

### Цінності команди Impact Hub Odessa

#### Impact Hub Odessa team values



ДОВІРА  
TRUST



СМІЛИВІСТЬ  
COURAGE



СПІВПРАЦЯ  
COLLABORATION



ЕМПАТІЯ  
EMPATHY



РОЗВИТОК  
DEVELOPMENT

Процеси і культура – це дві сторони однієї медалі. Процеси визначають культуру, культура впливає на процеси. Формуйте те й інше, відштовхуючись від цінностей. Тоді між процесами та культурою не буде протиріч.

Processes and culture are two sides of the same coin. Processes define culture, culture influences processes. Cultivate both resting upon values as a basis. Then there will be no contradiction between processes and culture.

### Правило 6К

#### СФОРМУЛЮЙТЕ:

- Культура постановки задач
- Культура розв'язання конфліктів

#### ТРЕНУЙТЕ:

- Культура зворотнього зв'язку
- Культура дискусії

#### ПРАКТИКУЙТЕ:

- Культура вдячності
- Культура спільного відпочинку

### 6C Rule

#### DEVELOP:

- Culture of setting tasks
- Culture of conflict resolution

#### TRAIN:

- Feedback culture
- Discussion culture

#### PRACTICE:

- Culture of gratitude
- Culture of having a rest together





**Член або членкиня команди** — це не людина, яка робить від літери до літери те, що написано у посадовій інструкції, бо інакше штраф. Це людина, яка горить метою команди, мислить, пропонує ідеї та рішення і має можливості для їхньої реалізації.

**Лідер або лідерка команди** — це не людина, яка все знає і роздає накази. Це людина, яка дослухається до інших і несе кінцеву відповідальність за результат. У лідера або лідерки команди немає підлеглих, а є союзники і помічники (або союзниці і помічники).

## Залучення в команду

- Будуйте співбесіду як спільний пошук відповіді на питання «Чи підходимо ми одне одному?». Будьте

**A team member** is not a person who does what is written in a job description in a strict order, and gets a fine if they don't. It is a person who is passionate about team goals; thinks, offers ideas and solutions and has a space to implement them.

**A team leader** is not a person who knows everything and gives commands. It is a person who listens to others and is a final responsible for the result. A team leader has no subordinates, but allies and assistants.

## Onboarding

- Build an interview as a collaborative search for the answer to the question «Do we fit each other?» Be honest

чесними, описуючи, що чекає на претендента/претендентку у вашій команді.

- Залучайте до процесу співбесіди потенційних колег претендента/претендентки.
- Вмонтуйте у співбесіду блок про цінності. Цінності важливіші за навички.
- Не питайте про цінності прямо: використовуйте ситуативні задачі, ігри, асоціації.
- Пам'ятайте, що краще довго шукати, ніж знайти не ту людину.
- Оберіть ментора для новачка, полегшіть йому шлях інтеграції в команду.
- Продумайте ритуал знайомства новачка з командою.
- Зробіть з моменту завершення стажування маленьке свято.

## Вихід з команди

- Продумайте ритуал прощання. Включіть до нього рефлексію, подяку, побажання та подарунок.
- Не рвіть зв'язок лише тому, що людина перестала бути частиною вашої команди. Тепер вона частина вашої спільноти. Запропонуйте долучитися до каналів комунікації спільноти. Найімовірніше, ваш колишній товариш чи товаришка по команді повернеться до вас в якійсь іншій ролі.

Любіть те, що ви робите, і тих, з ким ви це робите.  
Якщо не любиться, подумайте про те, чи на своєму ви місці.  
Якщо любиться, то ви як ми. 😊

describing what is expecting the applicant in your team.

- Involve potential colleagues in the interview process with applicants/interviewees.
- Embed a value block into the interview. Values are more important than skills.
- Do not ask about values directly: use situational tasks, games, associations.
- Remember, it's better to search longer than find the wrong person.
- Choose a mentor for the beginner, make it easier for him/her to integrate into the team.
- Think about the ritual for a newcomer to meet a team.
- Make a small celebration at the end of the internship.

## Outboarding

- Think about the farewell ritual. Include reflection, gratitude, wishes and a gift.
- Don't break the connection just because the person has stopped being part of your team. He or she is now part of your community. Invite to join community communication channels. Most likely, your former teammate will return to you in some other role.

Love what you do and those you do it with.  
If you don't like it, think about whether you are in the right place.  
If you love it, then you are like us.





# Як стати найулюбленішим хабом?

## How to become the most loved Impact Hub?



Вже другий рік поспіль Impact Hub Odessa стає найулюбленішим у своїй спільноті серед усіх 95 хабів у світі (Highest Net Promoter Score – Brand Ambassador). І вже другий рік поспіль нас запитують, у чому секрет? Секрету немає, є багато складових. Але я хочу зупинитися лише на одній, яку часто недооцінюють, або зовсім ігнорують.

### Спільнота починається з розмови

Завжди. Ви, як ком'юніті-менеджер (ка) чи лідер (ка) спільноти, не можете існувати (адмініструвати чи розробляти стратегію) окремо, не спілкуючись зі спільнотою. Тож якщо ком'юніті-менеджер (ка) багато говорить зі спільнотою – це добрий знак.

Саме в розмові зчитуються всі цінності та сенси завдяки тональності – те, що англійською «tone of voice». Ще з привітання можна відчутти, чи комфортно/безпечно мені в цій спільноті; чи буду я тут ділитися ідеями та просити порад/допомогу; чи стану я «своїм/своєю».

Наприклад, ми в Impact Hub Odessa маємо звичку обійматися або давати «п'ять» при зустрічі. І це є певним сигналом про рівень стосунків.

Такий інтуїтивний підхід підсилюється правилами, з якими ми ознайомлюємо новеньких. Наприклад, ми розповідаємо, що у нас не діє принцип «клієнт завжди правий», бо у нас не клієнтські, а дружні відносини.

For the second year in a row, Impact Hub Odessa has become the most beloved one by its community among all 95 Impact Hubs in the world (Highest Net Promoter Score – Brand Ambassador). And for the second consecutive year, we are being asked what is our secret? There is no just one secret, there are many components. But we would like to stop on something that is often underestimated or completely ignored.

### The community begins with a conversation

Always. You, as a community manager or community leader, cannot exist (manage a community or develop a strategy) individually without communication with the community. So when a community manager talks a lot with the community, it is a good sign.

It is the conversation that exposes all the values and «tone of voice». From the moment you are greeted you can feel whether you're comfortable/safe in this community, if you are here to share ideas and ask for advice/help; if you're to become a valuable part of it.

For example, we at Impact Hub Odessa have a habit of hugging or giving a high five when meeting each other.

And this is some kind of a signal about the level of relationships. This intuitive approach is reinforced by the rules we are introducing to newcomers. For example, we say that the principle «client is always right» does not apply to us, because we do not build client-service relationship, but a friendly one.

Як ви вже зрозуміли, ми за паритетні стосунки, за спілкування на одному рівні між усіма учасниками. Наша команда не комунікує «зверху», як адміністрація, «яка не несе відповідальності». І вам також не рекомендуємо так комунікувати. Як тільки ви обираєте такий стиль спілкування, ви починаєте будувати стіну формальностей. І як наслідок — зникає довіра, а потім і сама спільнота.

Розмови можуть існувати у різних форматах. Вони не мають бути лише офіційними, навпаки — краще нехай буде більше тих, що сприятимуть не поверхневим бесідам. Це можуть бути легкі розмови за кавою чи генерація ідей за обідом (чули про наш «Культ їжі»? — варто один раз приєднатися), закриті дискусії на гострі теми чи нетворкінги (які всі, ну майже всі, не люблять, а потім красно дякують), кіноперегляди чи посиденьки з гітарою.

As you have already understood, we are standing for horizontal relations, in which everybody communicate as equals. Our team does not communicate superficially as an administration «which is not responsible». And we also do not recommend this kind of communication. As soon as you choose this style of communication, you begin to build a wall of formalities. And as a result, the trust, and then the community itself, disappears.

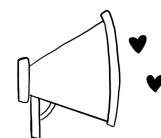
Conversations can come in different formats. They should not be only formal, on the contrary - it would be better if there were more non-superficial conversations. These can be easy conversations over coffee or brainstorming during lunch (have you heard about our «Cult of Food»? It really worth joining once), private discussions on hot topics or networking (which everyone, well, almost everyone, dislikes, but then thanks us), movie screenings, or guitar sessions.



У кожної спільноти є свої цілі та завдання. Але важливо пам'ятати, що на глибинному рівні люди об'єднуються в спільноти через самотність та потребу бути співпричетними. Тож перш за все, просто почніть розмову.

Each community has its own goals and objectives. It is also important to remember that at a deep level, people are united in communities because of loneliness and the need to be involved. So first of all, just start a conversation.

### Що зробити:



**ВИЗНАЧІТЬ  
ТОНАЛЬНІСТЬ СПІЛКУВАННЯ**  
DETERMINE THE TONE OF VOICE



**ПРОПИШІТЬ ПРАВИЛА**  
DEVELOP DIFFERENT  
FORMATS OF COMMUNICATION



**ВИГАДАЙТЕ РИТУАЛИ  
СПІЛКУВАННЯ, ЩО ПІДКРІПЛЮЮТЬ  
ОБРАНУ ТОНАЛЬНІСТЬ**  
INVENT THE RITUALS OF  
COMMUNICATION THAT SUPPORT  
THE CHOSEN TONE



**РОЗРОБІТЬ РІЗНІ ФОРМАТИ  
СПІЛКУВАННЯ**  
DEVELOP DIFFERENT FORMATS  
OF COMMUNICATION



**НАЙГОЛОВНІШЕ — БУДЬТЕ  
ЩИРИМИ**  
THE MOST IMPORTANT THING  
IS TO BE SINCERE



# Що нового? What's new?

## Екологія



Ми уважно слідкуємо за станом навколишнього середовища, адже розуміємо — планета залежить від нас так само, як і ми від неї.

Турбота про навколишнє середовище — один з напрямів роботи Impact Hub Odessa у 2019 році. Ми гадаємо, що екосвідомість зараз — тренд, який важливо і потрібно підтримувати.

Основний орієнтир загальної еко-діяльності Хабу — Цілі Сталого Розвитку ООН, які служать нам компасом.

## Що нового у 2019?



### Сортування сміття

- На усіх поверхах Impact Hub Odessa встановлено спеціальні сортувальні контейнери;
- На третьому поверсі є тубус для використаних паперових стаканів, звідки вони відправляються на переробку.

## Ecology

We carefully observe the situation with the environment, because we understand that our planet depends on us as much as we depend on it.

Environmental protection is one of the topics Impact Hub Odessa works with in 2019. We think that eco-awareness is now a trend, which is important and necessary to support.

The main guidelines for the eco-activities at Impact Hub in general are UN Sustainable Development Goals, which serve as a compass to us.

## What was new in 2019?

### Waste sorting

- Special sorting containers are installed on each floor of Impact Hub Odessa.
- On the third floor, there is a tube for used paper cups; later on, they are sent for recycling.

## #ECOLOGY

**Інформаційна кампанія в соціальних мережах «#пять\_почему\_об\_экологии»**  
Ми писали про те, як берегти довкілля та розповідали неочевидні речі у сфері охорони навколишнього середовища.

**Регулярні освітні екоподії, де ми говоримо про:**

- захист навколишнього середовища;
- сортування сміття;
- альтернативну електроенергію;
- повторне використання (ресайклінг);
- вітроенергетику тощо.



**Флешмоб в соціальних мережах та офлайн-акція #морегоря**

В рамках «Школи соціального підприємництва» разом з креативною агенцією «E/G/Y Creative agency» ми провели акцію #морегоря, основна ідея якої — донести важливість сортування сміття та уважного ставлення до навколишнього середовища.



**Тематичні відеозаписи**

Серед десятків звичних для наших гостей роликів, тепер у Hub Вітальні транслюються окремі — про захист навколишнього середовища.



**Знижка на каву у своє горнятко**

Люди, що беруть у Вітальні каву у свою екочашку, замість одноразової, платять менше.



**Information campaign on social networks «five\_why's\_about\_environment»**  
We posted about how to protect the environment and talked about the unobvious information from the field of environmental protection.

**Regular educational eco-events where we talk about:**

- environmental protection;
- waste sorting;
- alternative electricity;
- reuse (recycling);
- wind power and more.

**Social media challenge and offline challenge #морегоря (#seaofgrief)**

Within the framework of the School of Social Entrepreneurship, together with E / G / Y Creative agency, we organized a #морегоря (#seaofgrief) challenge, the main idea of which is to convey the importance of sorting waste and taking care of the environment.

**Thematic videos**

Among the dozens of commercials that are shown on a plasma screen on the Hub Living Room some are now about environmental protection.

**Discount for coffee if you bring own cups/thermoses**

People who order coffee in the Living room with their eco-cup, instead of a disposable ones, pay less.



## Сталий розвиток

Impact Hub Odessa існує вже шість років. Іншими словами — це 2190 днів нового досвіду, який чітко дав зрозуміти — немає нічого постійного. Тож саме час підбити підсумки, оцінити проміжний результат, звісно, переглянути бізнес-модель.

## Sustainability



Impact Hub Odessa has been around for six years. In other words, it is 2190 days of new experience that made it clear to us there is nothing permanent. So it's time to summarize, evaluate the interim result and, of course, review the business model.

## Що нового у 2019?



### Інвентаризація програм та проєктів

На шляху до сталого розвитку треба вміти об'єктивно оцінювати ситуацію та не боятися неочікуваних змін, адже вони — новий рівень життя організації.

Цього року ми закрили декілька проєктів, які або вже досягли своєї мети, або не виправдали наших очікувань.



### Фінансова стійкість —

#### фундаментальна потреба проєкту

Будь-який соціальний проєкт повинен вміти знаходити фінансування на своє існування — це умова, від якої залежить його загальна життєздатність. Тому в Impact Hub Odessa тепер існує символічна плата для представників соціальних організацій за наші послуги (раніше це було безкоштовно). Ми зробили це свідомо, аби вони не забували про цінність та перебували в максимально наближеній до реальності атмосфері економічних відносин.

## What's new in 2019?



### Inventory of programs and projects

On the road to sustainable development, you need to be able to objectively assess the situation and not be afraid of unexpected changes, because they are a new level of the organizational development.

This year, we have finished several projects that either have already achieved their goals or failed to live up to our expectations.

### Financial sustainability

#### is a fundamental need of the project

Any social project must be able to find financing for its existence - a condition on which its overall viability depends. Therefore, the Impact Hub Odessa now has a symbolic fee for representatives of social organizations for our services (previously it was free). We did this on purpose so that they did not forget the value and tested themselves in economical conditions similar to those, which rule in the world outside Impact Hub Odessa.

## Інвентаризація інтелектуальних ресурсів



Люди — головний двигун організації. Він складається з багатьох деталей та потребує постійної «підзарядки». Ми постійно працюємо над поліпшенням клімату усередині команди та її розвитком. Завдяки цьому наші співробітники (ці) мультизадачні, а працювати над кількома проєктами у різних командах для них — норма.

## Inventory of intellectual resources

People are the main engine of the organization. It consists of many details and requires constant «recharging». We are constantly working to improve the climate within the team and its development. This makes our staff multi-tasking, and working on multiple projects in different teams is the norm for them.

## Well Being



Люди, які працюють у сфері соціальних інновацій, схильні до емоційного вигорання більше, ніж здається на перший погляд:

- постійне спілкування з людьми;
- велика відповідальність перед суспільством;
- нестримне бажання «змінювати» та часто відсутність фінансування, провокують спустошення ресурсу, який потрібно відновлювати.

Ми популяризуємо культуру благополуччя та впроваджуємо її у внутрішню роботу з 2017 року. Психологічний стан команди — важлива складова, від якої залежать процеси та кінцевий результат. Наші програми та проєкти базуються на наукових дослідженнях у сферах когнітивістики та нейробіології.

## Well Being

People working in the field of social innovation are more prone to emotional burnout than at first glance:

- constant communication with people;
- greater responsibility to society;
- an unrestrained desire to «change» and often lack of funding provoke the drain of a resource that needs to be restored.

We are promoting the culture of well-being and introducing it to our team work since 2017. The psychological state of the team is an important component on which the processes and the end result depend. Our programs and projects are based on research in the fields of cognitive science and neuroscience.



## Що нового у 2019?



### **Кінбурн Рітріт | Дорослішання**

Третя із серії подій для відновлення ресурсу активістів/ок, соціальних інноваторів/ок, громадських діячів/ок та людей, що працюють в культурі, освіті, медіа. Це унікальний мікс рітріту, фестивалю, профільного нетворкінгу, семінару з неформальної освіти в автентичному природному середовищі.

### **Внутрішні командні рефлексії**

Можливість разом проаналізувати все, що було виконано та зробити роботу над помилками, якщо вони є ;)

### **Регулярні Балінтовські групи для спільноти та команди**

Профілактика емоційного вигорання, де ми разом розбираємо «невдалий досвід» та розвиваємо толерантне бачення робочих ситуацій.

### **Лекції про культуру благополуччя**

Наші експерти діляться знаннями та досвідом у сферах благополуччя та запобігання вигоранню.

### **Культура екологічного розв'язання конфліктів**

Усередині команди ми дотримуємося ненасильницької комунікації та екологічного способу розв'язання конфліктів, що поліпшує загальний клімат організації.

## What's new in 2019?

### **Kinburn Retreat | Maturity**

The third of a series of events to restore the resource of activists / social innovators / public figures / people working in culture, education, media. It is a unique mix of retreat, festival, profile networking, non-formal education workshop in an authentic natural environment.

### **Internal team reflections**

The opportunity to analyze together everything that has been done and to work on mistakes, if there were any.

### **Regular Balint Teams for Community and Team**

Prevention of emotional burnout, where we collectively disassemble «bad experiences» and develop a tolerant vision of work situations.

### **Lectures on the culture of well-being**

Our experts share knowledge and experience in the areas of well-being and prevention of burnout.

### **A culture of non-violent conflict resolution**

Within the team, we are committed to non-violent communication and an ecological way of resolving conflicts that improves the overall climate of the organization.

