

V. ТИПОВОЙ ПЛАН ОРГАНИЗАЦИИ РАБОТЫ ПО ПОДДЕРЖКЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА «СЕРЕБРЯНОГО» ВОЗРАСТА¹⁴

¹⁴ План отражает полный перечень направлений, содержащийся в «коробочном решении». Содержание плана корректируется в соответствии с выбором и возможностями организации.

№	Направление работы	Основные задачи и мероприятия	Сроки реализации	Ответственные лица ¹⁵
1	Адаптация услуг ЦПП и бизнес-инкубаторов к запросам лиц и предпринимателей «серебряного» возраста.	1. Анализ потребностей и барьеров (интервью). 2. Разработка адаптированных программ (обучение, консультации). 3. Включение возрастной аналитики в CRM организации. 4. Проведение цикла мероприятий «Бизнес без возраста».	I–II квартал	Руководитель.
		5. Формирование партнерств с ТЦСОН и иными организациями. 6. Использование цифровых ресурсов (платформа мсп.бел, электронная библиотека).	Постоянно	Заместитель руководителя, юрист.
2	Менторская (наставническая) поддержка	1. Подбор участников: менторов и менти. 2. Проведение собеседований и формирование пар.	II квартал	Координатор направления, специалист по развитию персонала.
		3. Подготовка менторов. 4. Проведение встреч с менторами и менти.	III–IV квартал	Тренер программы, специалист по развитию персонала.
		5. Мониторинг и оценка эффективности (отзывы, отчёты).	Ежеквартально	Координатор направления.
3	Нетворкинг и сетевое взаимодействие	1. Организация нетворкинг-встреч (офлайн и онлайн).	II–IV квартал	PR-специалист, координатор сообщества.
		2. Проведение выставки-ярмарки «Серебряный бизнес» ¹⁶ .	IV квартал	Руководитель, волонтеры.
		3. Создание и ведение онлайн-сообщества (Telegram, Viber).	Постоянно	SMM-специалист, координатор направления.
4	Цифровой маркетинг	1. Проведение анализа цифровых компетенций целевой аудитории. 2. Организация курсов по цифровизации (CRM, онлайн-продажи, маркетинг).	I–III квартал	Тренер по цифровым навыкам.
		3. Разработка «цифрового пакета поддержки» (гайды, вебинары, консультации).	II–IV квартал	Тренер по цифровым навыкам, координатор направления.

¹⁵ Персонал организации (лица, имеющие соответствующие должности либо уполномоченные на выполнение определенных функций), специалисты, привлекаемые организацией.

¹⁶ Пример названия.

№	Направление работы	Основные задачи и мероприятия	Сроки реализации	Ответственные лица ¹⁵
5	Коммуникационная стратегия	1. Информирование целевой аудитории (СМИ, радио, соцсети, ТЦСОН).	I–IV квартал	Специалист по связям с общественностью.
		2. Формирование позитивного имиджа (истории успеха, видео-контент). 3. Вовлечение в мероприятия (персональные приглашения, бонусные программы). 4. Создание системы обратной связи (интервью с участниками, горячая линия).	Постоянно	PR-специалист, специалист call-центра.
6	Оценка эффективности и управление рисками	1. Сбор и анализ данных о результатах (охват, вовлечённость, удовлетворённость). 2. Подготовка отчётов и предложений по улучшению программ.	Ежеквартально	Специалисты, курирующие направления.
		3. Управление рисками: низкая вовлеченность, недостаток финансирования, цифровые барьеры — разработка корректирующих мер.	Постоянно	Руководитель.