

Učinkovito mreženje na dogodkih

Povabljeni smo na dogodek – k poslovni stranki, morda k dobavitelju, na kakšno izobraževanje, sploh zdaj pred koncem leta je veliko povabil na različne poslovne zaključke leta, zabave, itd. Vse to so lepe priložnosti za družabna srečanja, lahkotnejše pogovore, vendar pa tudi odlične priložnosti za povečanje svojega posla. Priložnosti, da tudi v prazničnih tednih pridobimo kakšno novo stranko. In o tem bo tekla beseda v prispevku. Kako z udeležbo na poslovnih dogodkih povečati svojo prodajo?

Na velikem poslovnem dogodku s približno 500 udeleženci je govornik pozval prisotne, naj dvignejo roke vsi tisti, ki so prišli na dogodek z namenom, da bi sklenili kakšen posel. Roke je dvignila približno polovica prisotnih. Potem pa je prosil naj dvignejo roke tisti, ki so na dogodek prišli kaj kupit. Nihče v dvorani ni dvignil roke.

Zlato pravilo, ki si ga velja zapomniti glede posla in dogodkov: dogodki niso namenjeni direktni prodaji. Seveda se občasno kakšen posel sklene na dogodku, ampak tudi slepa kura kdaj zrno najde, mar ne?

Četudi torej na dogodku skoraj zagotovo ne bomo sklenili kupčije, pa je možno na dogodku pripraviti teren, odpreti vrata za sklenitev nove kupčije. Zato je najbolj pomembno, da pred udeležbo na dogodku razmislimo o namenu, s katerim gremo na dogodek, in si postavimo cilje, ki jih želimo tam doseči.

Ko vemo, zakaj gremo na dogodek, in koliko ljudi želimo spoznati, če imamo listo udeležencev, morda celo vemo, koga želimo spoznati, potem je dobro upoštevati nekaj praktičnih napotkov, ki nam bodo lahko pomagali pri mreženju na dogodkih:

Na dogodku imejte vedno pri sebi orodja za mreženje.

Prvo orodje vsakega mrežnika je njegova poslovna vizitka – vedno jih imejte pri sebi dovolj. Zelo dobro je, če imate pripeto tudi priponko z vašim imenom in priimkom. Če organizator dogodka priponek ni pripravil za udeležence, imejte za rezervo vedno s seboj svojo. Morda ste že sami kdaj imeli izkušnjo, da ste srečali koga na kakšnem dogodku, ki ste se ga sicer od nekje poznali, vendar pa se nikakor niste mogli spomniti njegovega imena. Neprijetna zadrega. Orodje, ki ga je dobro imeti pri sebi je tudi pisalo – malce kasneje bomo povedali zakaj.

Ko ste na dogodku, se vedno obnašajte kot gostitelj in ne kot gost.

Namreč kadar smo gostitelji nekega do-

godka, je naša dolžnost, da poskrbimo za to, da se vsi prisotni počutijo prijetno in da povezujemo ljudi med seboj. Ker je to naša dolžnost, nam ni težko stopiti do neznanca in reči »Pozdravljeni, jaz sem Brigita. Dobrodošli. S čim pa se vi ukvarjate? ...« Kadar pa smo gost na nekem dogodku, pa nam je običajno težje pristopiti k neznancu, se predstaviti in začeti pogovor. Zato vam je lahko v pomoč tehnika, da si vedno, ko ste na dogodku predstavljate, da ste gostitelj in tako delujete.

Poslušajte in postavljajte vprašanja.

Poslušajte sogovornika in če včasih ne veste, kaj bi vprašali, ne pozabite na pet temeljnih besed - kdo, kaj, kdaj, kje in zakaj, s katerimi se običajno začnejo vse vprašalnice. Če veste, da se večkrat znajdete v zadregi, in ne veste, s čim bi začeli pogovor, si pred dogodkom pripravite različna iztočna vprašanja, ki jih lahko uporabite vedno, ko nekoga srečate prvič. Kako ste se počutili na kakšnem dogodku, ko je k vam pristopil neznavec in se zanimal za vas ter vaš posel?

Pomagajte sogovorniku

Najlažje s priporočilom ali še boljše s poslovno napotnico. Raziskave kažejo, da 63% ljudi, ki jim pomagamo, želi pomagati nazaj. Najhitrejša pot do tega, da nekaj dobimo je, da najprej mi nekaj damo.

Opišite svoj izdelek ali storitev

Bodite vnaprej pripravljeni na opis svojega dela, svojih izdelkov in/ali storitev. Imejte pripravljenih nekaj kratkih prepričljivih, stavkov. Ne dovolite, da bi vaša nepripravljenost lastne predstavitve, odgnala zanimanje vašega sogovornika za vas. Ne vdajte se želji po občirni razlagi tega kar počnete, kajti če boste dogodek oddelali dobro, bo za to dovolj časa kasneje in drugje. Imejte v mislih, da ne želite prodati na tem dogodku, ampak si odpreti vrata za čas po dogodku. Želite vzbuditi zanimanje za nadaljnje pogovore in srečanja.

Brigita Hribar Pirc

je strokovnjakinja s področja poslovnega mreženja in napotitvenega trženja.

Osebno svetovanje:
040 191651,
brigita@bni-adria.com



Izmenjajte poslovne vizitke

Z ljudmi, s katerimi se srečate, izmenjajte vizitke in zapišite kratek komentar na zadnjo stran vizitke. Preden pišete, najprej prosite za dovoljenje: »Dovolite, da si zapišem opombo na zadnjo stran vaše vizitke?«

Ne zadržujete se pri le enem sogovorniku

Vi želite spoznati tudi ostale udeležence in tudi vaš sogovornik najbrž želi spoznati še koga. Moj nasvet bi bil, da z vsakim sogovornikom zaključite pogovor najkasneje v desetih min. Na dogodku ne tičite s sodelavcem ali prijateljem. Njih že poznate in imate priložnosti za druženje drugje.

Nadaljnja komunikacija po dogodku

Spoznavanje ljudi na dogodkih je čista izguba časa, če temu ne sledijo nadaljnja dejanja. Lahko je to telefonski klic, e-mail, nekaj pač, kar ohranja stik. Nadaljnja dejanja je potrebno izvesti čim prej po dogodku, ko je stvar še sveža v spominu.

Če bi morala izpostaviti samo en napotek, bi bil to zadnji: Uspešni mrežniki imajo kar nekaj skupnih lastnosti, ampak najbolj učinkovita lastnost najboljših mrežnikov je zagotovo učinkovito nadaljnje ukrepanje po(!) dogodku. To je pravzaprav običajno tudi namen, s katerim smo se udeležili dogodka – odpiranje vrat za nadaljnji vstop. In po dogodku je pravi čas za vstop. Želim vam veselo in uspešno mreženje v teh predprazničnih dneh.