



Kamila Zářychtová

Jak získat klienty



networkingem



NOVINKA



Obsah

1. O autorovi – networking v českém podnikatelském prostředí	3
2. Je networking pro vás?	4
3. Co je networking	5
4. Podnikání s networkingem a bez něj.....	6
5. 4 mýty networkingu	7
6. Jak vytěžit z networkingových akcí maximum	9
7. Růst prostřednictvím doporučení a referencí	10
8. Co může brzdit váš networking	13
9. Udělejte krok vpřed	14

Dobrá zpráva:

Tento e-book MŮŽETE přeposlat kterémukoliv z vašich přátel či obchodních partnerů, kteří by z něj mohli mít užitek.

Můžete ho libovolně kopírovat a šířit v tištěné nebo elektronické podobě za podmínky, že jeho obsah a forma nebudou nijak pozměněny.

O autorovi



Kamila Zárychtová v současné době působí jako ředitelka projektu podnikatelských klubů Business for Breakfast, který v roce 2009 v České republice založila.

Účelem BforB je pomáhat zejména malým a středním podnikatelům a firmám v jejich růstu a rozšiřování společnosti prostřednictvím referenčního networkingu. V České republice šíří myšlenku byznysu na bázi doporučení a dlouhodobých obchodních vztahů vybudovaných na principech poznání, porozumění a důvěry.

„Společně se všemi členy našich klubů tak přispíváme k lepší podnikatelské kultuře v ČR.“

Nové trendy v podnikání

Networking je v českém podnikatelském prostředí pro mnohé novinkou. Je ale natolik efektivní a přínosný, že se pomalu ale jistě stává novým trendem v podnikání i na českém trhu. Pro spoustu malých a středních podniků může být networking jednou z velmi dobře fungujících cest, jak propagovat svoji firmu a jak se dostat k novým zákazníkům, která je pro ně cenově přijatelná a efektivní.

Proč networking v ČR

Ač networking není nic nového, je to stará známá věc – navazování, budování a rozvíjení obchodních vztahů na nejvyšší společenské úrovni. Ti, kteří si již osvojili principy kvalitního networkingu, ti mají svoji konkurenční výhodu, právě proto, že jejich jednání není běžné, a mnohdy ostatní příjemně překvapí, takže se stanou více zapamatovatelnými. Do budoucna bude networking v ČR, jako i v jiných zemích, běžně užívanou metodou v obchodu, ale teď, kdy je networking u nás na začátku, je ten pravý čas začít, a stát se tak výjimečným a zapamatovatelným.

Přeji vám mnoho úspěchů v networkingu

Kamila Zárychtová

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Zarychtova', written in a cursive style.

PS: Lidé, kteří chtějí být úspěšní, hledají prostředí, které k úspěchu potřebují, a pokud ho nemohou najít, vytvoří si ho. *Earl Nightingale*

Je networking pro vás?

Stalo se vám, že jste jednali s klientem a přestože váš produkt byl zcela naprosto vhodný a vyhovoval všem požadavkům klienta, tak s vámi obchod neuzavřel?

Jedním z hlavních důvodů byla pravděpodobně skutečnost, že jste neměli vybudovanou důvěru s klientem. Networking pomáhá důvěru budovat.

Máte klienta, o kterém víte, že má velmi dobré obchodní kontakty a který by vás mohl doporučit, ale nedaří se vám ho oslovit a získat od něj doporučení?

Networking vám pomůže budovat nové obchodní vztahy a získávat velmi kvalitní doporučení.

Řešíte firemní problém z oblasti, se kterou nemáte velké zkušenosti a nevíte na koho se v tomto směru obrátit o kvalitní radu?

Díky networkingu získáte doporučení na osvědčené odborníky z různých oblastí trhu.

Hledáte na internetu potenciální obchodní partnery, ale nejste si jisti na koho se důvěrou obrátit?

Obchodní partneři z networkingu vám předají osobní doporučení a kvalitní reference na lidi z jakéhokoliv oboru.

V tomto e-booku naleznete praktické tipy na to jak praktikovat ve vaší firmě efektivní networking , který vám bude přinášet více klientů, více objednávek a více zisků.

Přeji vám, ať z něj máte co největší užitek!

Co je networking

Networking je zcela přirozená aktivita, při které se lidé navzájem poznávají a vytváří pro sebe vzájemně nové obchodní příležitosti.

Jde tedy především o **budování dlouhodobých kontaktů, udržování dobrých vztahů** a cílem je být doporučen někomu, nebo dozvědět se o někom, kdo vyhledává a právě potřebuje produkt, který vaše firma nabízí.

12 přínosů networkingu pro vaši firmu:

1. Nové zakázky prostřednictvím referencí a doporučení
2. Další obchodní kanál pro distribuci vašich produktů
3. Nové obchodní příležitosti pro vaše podnikání
4. Osobní vazby na kontakty, které potřebujete ve svém podnikání znát
5. Kvalitnější dodavatele
6. Dlouhodobé odběratele
7. Rady, tipy a nápady pro vaši firmu z pohledu třetích stran
8. Zdroj nových zaměstnanců nebo možnost nalezení nové práce
9. Přístup k cenově výhodným produktům a službám poskytnutých na základě základě dobrých vztahů a kontaktů
10. Přístup ke znalostem a expertízám z různých oborů trhu
11. Společenský způsob prodeje a výdělku peněz
12. Lepší povědomí o tom, čím se zabývají a s kým spolupracují lidé ve vašem okolí



S pomocí networkingu se vám podaří:

- Šířit jméno a povědomí vaší firmy cenově efektivním způsobem
- Vytvořit kvalitní zdroj pro nové kontakty
- Posílit vztahy s existujícími klienty
- Oživit vztahy s dřívějšími klienty
- Mluvit přímo s těmi, kdo mají rozhodovací pravomoce, bez nutnosti podrobení se důkladnému prověření osobní asistentkou nebo recepční
- Mít k dispozici v případě potřeby pomoc pohotově, za nižší výdaje než je na trhu běžné
- Přidat osobní tvář k produktům vaší firmy
- Společenským způsobem informovat své okolí o novinkách z vaší firmy

Podnikání s networkingem a bez něj



Ing. Jiří Slezák, Reality Investing, s.r.o.,

Podnikání bez networkingu

„Dříve jsem hledal klienty všemi možnými způsoby. Běžnou reklamou, telefonováním s nabídkou potenciálním neznámým klientům apod. Posléze jsem zjistil, že klíčovým prvkem při získávání klientů je získání jejich důvěry. Ta se, ale reklamou nebo po telefonu získává jen těžko.“

Podnikání s networkingem

„Díky networkingu získávám klienty na doporučení. Při osobním jednání, které je pak vždy jednodušší domluvit, mám téměř vždy cestu k vzájemně prospěšné spolupráci otevřenou.“



Jana Havlíčková, MBA, Havi Consulting s.r.o.

Podnikání bez networkingu

„Bez aktivního využívání networkingu jsem měla méně příležitostí se potkat s potenciálními klienty vícekrát a pochopit tak jejich konkrétní požadavky, a proto ani naše nabídka pak neodpovídala přesně jejich požadavkům. Potkala jsem se se zástupcem firmy na nějaké akci, domluvila se, poslala nabídku, on ji přijal nebo odmítl, ale to bylo vše, žádný další kontakt po hodně dlouhou dobu.“

Nejhorší byly studené telefonáty, zjišťování, zda je našich služeb třeba nebo ne a domlouvání schůzek a prvního kontaktu.

Podnikání s networkingem

„S aktivním využitím networkingu se mi podniká o moc lépe a hlavně mě to více baví. Udržuji častější kontakt s větší skupinou lidí a nabídku sestavuji, až v případě zjištění potřeby našich služeb. Většinou se s potenciálním klientem znám už delší dobu a vím, co potřebuje.“

V okamžiku potřeby, pak připravím přesnou nabídku, která je až na výjimky přijata, protože i druhá strana zná naše služby a máme už vytvořený určitý vztah a vzájemnou důvěru. Vznikají pak i nádherná obchodní přátelství.“

4 mýty networkingu

Je snad networking něco složitého, nepraktického či nákladného a tudíž by to mohla být jen pouhá ztráta času, která nepřinese firmám výsledek? Pojďme společně odhalit některé z mýtů networkingu.

Mýtus: Není třeba žádného úsilí

Realita: Networkingové kluby nejsou žádným mystickým spolkem do kterého, když jednou vstoupíte, tak se vám najednou začne dařit.

Řekněme, že potřebujete do zdi zarazit hřebík. Tento úkol nezvládnete bez kladiva. Pravděpodobně nepředpokládáte, že koupíte kladivo a pak už jen čekáte, až se hřebík nějak sám zatluče do zdi. Samozřejmě, že ne.

Jako jakákoliv jiná marketingová metoda, networking je nástroj, příležitost. Takže jaký druh úsilí můžete vložit do svých networkingových aktivit?

Zde je několik příkladů, které vás mohou inspirovat:

- Vyhledejte různé aktivity ve svém okolí, kterých se účastní místní podnikatelé (pořádané networkingovými organizacemi, hotely, hospodářskými a obchodními komorami, asociacemi, sdruženími, sportovními kluby, nadnárodními organizacemi, atd.)
- Zúčastněte se stejného setkání více než jednou, abyste vytvořili základ pro hodnotné vztahy a důvěru
- Pokládejte otázky, vyjádřete zájem tomu, s kým mluvíte
- Udělejte laskavost ostatním, i když vám zatím nepomohli (např. představte je zajímavým lidem, které znáte vy, dejte jim radu, atd.)
- Poskytujte reference

Mýtus: Získáte obchod hned na prvním mítinku

Realita: Šance, že se tomu tak stane je pochopitelně nižší než na pátém mítinku.

Způsob, jak přistoupit k networkingu je porozumět tomu, že je to všechno o dlouhodobých vztazích, spíše než o okamžitém prodeji.

V networkingu velmi záleží na vašem přístupu a aktivitě:

- jakým způsobem komunikujete s novými potenciálními klienty
- kolik času jste ochotni věnovat budování obchodních vztahů

- zdali jste ochotni ostatním také pomoci v rámci doporučení a referencí
- jaké úsilí věnujete získávání informací o možných obchodních kontaktech, kterými kolem vás disponují všichni vaši obchodní partneři
- jak dokážete prezentovat svoji firmu
- jak si umíte říci o to, co právě potřebujete

Někdy se vám může zdát, že trávíte čas s něčím co má malou návratnost, ale vzápětí, z čista jasna jste představeni někomu, s kým uděláte obchod.

V networkingu je důležité respektovat tento aspekt od samého počátku. Materiální návratnost může trvat několik měsíců. Avšak networking v zásadě vede k vyšší kvalitě vztahů s potenciálními klienty, které vám věří ještě předtím, než s vámi uzavřou obchod a zisk pak může být velmi vysoký.

Mýtus: Všechny networkingové akce jsou stejné

Realita: Každý podnikatel může praktikovat networking zcela sám.

Vyhledávat příležitosti k novým doporučením od vlastních kontaktů, sjednávat si schůzky za účelem rozšíření vzájemné spolupráce, budovat dlouhodobé vztahy se svými dodavateli, odběrateli a obchodními přáteli.

Druhou variantou je, že můžete využít různých typů účinných networkingových akcí, které jsou již přímo k tomuto účelu zaměřené. Výhodou těchto akcí je, že se postupně naučíte dělat networking zcela sami a tudíž jej využijete i jinde.

Networkingové akce se dělí do 4 základních typů:

1. Mixer networking
2. Pravidelný otevřený networking
3. Všeobecný networking
4. Referenční networking

Mýtus: Je to příliš drahé

Realita: Není to o tom, kolik utratíte za networking, ale o tom kolik se rozhodnete investovat na získání nových klientů.

Příklad: Jan provozuje opravnu aut a dělá servis a STK. Před 5 lety se zapojil do networkingu a jeho jediný zisk za první 3 měsíce byl 3000,- Kč. Z tohoto pohledu je návratnost nic moc. Avšak tento zákazník, který u něj utratil 3000 Kč byl tak nadšený z Janovi rady o výměně klínového řemene, že od té doby u něj své auto servisuje již 5 let a doporučil Jana coby nejlepší autoservis svým známým.

Jak vytěžit z networkingu maximum

Chcete-li, aby vaše firma vytěžila z networkingu maximum, je zapotřebí co nejvíce zkvalitnit váš přístup na obchodních jednáních a navštívených akcích.



Když se setkáte s potenciálním zákazníkem, nepřemýšlejte nad tím zda „koupí či nekoupí“, nemyslete na uzavření obchodu jako na jedinou misi setkání. Zkuste se na člověka, který sedí proti vám podívat z pohledu, **jak vám mohu pomoci?** A zahajte cestu k novému a spokojenému klientovi, který vás bude chtít mít ve svém okruhu dodavatelů.

Myslete na to, že jen 3 % zákazníků si od vás koupí na prvním setkání. A zhruba 80 % po více než pátém kontaktu. Myslete tedy na to, že dnes jste položili základní kámen na dlážděné cestě k novému klientovi.

Jaké jsou networkingové aktivity?

- Setkáváte se s dalšími podnikateli – potenciálními klienty
- Budujete dlouhodobé obchodní vztahy
- Hledáte způsob, jak si můžete být s dalšími podnikateli vzájemným přínosem
- Informujete o tom, co děláte, nebo čím se zabývá vaše firma
- Vytváříte nové zdroje pro získání doporučení pro svoji firmu
- Vystupujete v roli experta ve svém oboru

Váš cíl: Jsem správný člověk, na správném místě, ve správný čas

Někdy trvá, než se do svého cíle dostanete. **Proto vyzkoušejte pár tipů pro udržení kontaktu:**

- Žádný dlouhodobý obchod se nemůže uskutečnit, aniž by se obě strany poznaly, vážily si jedna druhé a důvěřovaly si.
- Každý máme 2 uši a 1 ústa – používejte je ve správném poměru a naslouchejte. Naslouchejte více, mluvíte méně.
- Během rozhovoru s někým novým se vždy ptejte sami sebe, kdo z těch, které znáte, by mohl být pro něj užitečným kontaktem nebo doporučením.
- Vytvořte si „komunikační systém“ a ujistěte se, že váš potenciální klient ví, jaké služby nabízíte a v jaké oblasti jste schopni pomoci.
- Zákon recipacity – hovoří o tom, že vaše aktivní jednání ve prospěch druhého se dříve či později vrátí ve prospěch váš. Například pomůžete-li několika svým obchodním přátelům k novým zákazníkům, užitečnému kontaktu, radě, informaci, atd. můžete si být jisti, že budete na prvním místě v jejich seznamu, na koho si vzpomenou, když přijde vhodná zakázka či doporučení pro vás.

Čím větší váš čin je, tím větší urgenci bude druhá strana cítit vám „laskavost“ oplátit.

Dbejte raději na budování dlouhodobých a stálých vztahů s určitým okruhem lidí než na nekonečný lov nových a nových kontaktů.



Jaký je váš potenciál?

Představte si, že jste součástí skupiny 10 lidí, se kterými se dobře poznáte, vzájemně víte, jak a komu mohou pomoci vaše produkty a vzájemně si pomáháte v rozvoji svých firem prostřednictvím doporučení.

Zde tkví velká síla – každý průměrně známe dalších 250 obchodních kontaktů, představte si, k jaké unikátní síti kontaktů máte přístup po navázání kvalitního obchodního vztahu jen s 10 lidmi!

Růst prostřednictvím doporučení a referencí

Chcete růst prostřednictvím doporučení a referencí? Tak jedině aktivně.



Lidé mají sklon si myslet si, že získávání referencí je o tom, že požádají své zákazníky, aby je doporučili – **Vy na to jděte chytřeji - globálně:**

- Začněte s plným průzkumem vašeho trhu. Požádejte své existující zákazníky, obchodní partnery, obchodní přátele a rodinu o reference.
- Největší chyba, jakou můžete udělat při získávání referencí je, že předpokládáte, že každý přesně ví, co děláte a proč jste rozdílní a lepší než ostatní. Nezapomínejte, že v dnešní době jsou všichni velmi zaneprázdnění a dokonce i když informujete své okolí o těchto věcech, mohou vaši “referenti” zapomenout.
Např.: Kolikrát se vám stalo, že i vaši nejlepší kamarádi přesně neví, co děláte...
Toto můžete změnit pomocí výtahové řeči.
- Připravte si svoji „výtahovou řeč“ a ujistěte se, že všichni, kdo jsou s vámi v kontaktu ví, co děláte a v čem může vaše firma ostatním pomoci.

Co je to Výtahová řeč?

Je 30-60 sekundová prezentace toho, co děláte a proč by s vámi měl někdo spolupracovat. Výtahová řeč je záměrně takto nazvána (z anglického Elevator Pitch) a má být pro každého výzvou: **Jak byste prezentovali váš byznys nebo produkt tak, aby vzbudil zájem o více informací nebo prodej někomu, koho jste právě potkali ve výtahu a máte pouze tolik času, kolik zabere cesta výtahem z nejvyššího patra do přízemí?**

Cílem je **jasně, stručně a výstižně** ostatním sdělit, co děláte. A nejlépe tak, aby vaše řeč byla **zajímavá** tak, aby si vás mohli ostatní **zapamatovat**.

Vyhledejte příležitosti k networkingu ve vašem okolí, ZÚČASTNĚTE SE A BUĎTE EFEKTIVNÍ!

Oddělte se od těch, kteří na networkingové akce chodí “ve dvou”, aby tam nebyli sami.

Někdy to není jednoduché, že? Půjdeme na akci s kolegou, nebo s někým známým a jsme rádi, že tam nejsme sami a máme si s kým povídat. Jenže ruku na srdce, takto strávený večer může být sice příjemný, ale vy jste si nepřišli povídat s kamarádem, přišli jste navázat nové kontakty, poznat nové lidi!

Takže pokud zrovna nemáte pevnou vůli a nedokážete se “odpoutat” se od svého kolegy alespoň na chvíli, tak radši chodte sami! Věřte mi, že z akce tak odejdete s kapsou plnou nových vizitek a vítězným pocitem!

Jeden tip, jak se zapsat do paměti – PTEJTE SE, PTEJTE SE, PTEJTE SE

Ptejte se, ptejte se, ptejte se – ukažte lidem zájem o jejich osobu, většinou se pak zapojí do rozhovoru sami. Jednak je přestane bavit odpovídat na vaše otázky a díky vašemu projevenému zájmu o jejich osobu se začnou zajímat o vás.

Top tip: Během hovoru začněte přemýšlet o synergiích – máte ve svém okolí někoho, kdo by uvítal seznámení se s tímto člověkem?

Klíčový moment – follow up

Aby vaše snažení a nasazení na akci nezůstalo bez užitku – je potřeba udělat follow up!

Co je to follow up? Následná péče o získaný kontakt. Je dobré si vytvořit konkrétní strategii, jak komunikovat s novými potenciálními zákazníky. Nezapomeňte, že cílem je dostat se do této situace. **„správný člověk, ve správný čas na správném místě“**. Většinou ale na prvním setkání s novým kontaktem této optimální situace nedosáhnete. Je tedy třeba mít vhodnou strategii, jak zůstat v kontaktu tak dlouho, dokud tato ideální situace nenastane a z potenciálního klienta se stane **zákazník**.

Hledejte doporučení a reference aktivně a nečekejte, až Vás někdo doporučí!

Často když podnikatelé hovoří o tom, že pro ně velmi dobře funguje doporučení, ptám se, jakým způsobem doporučení získávají. Nejčastější odpovědí je to, že je sám klient od sebe doporučí.

Představte si, ale kolikrát můžete toto procento doporučení znásobit, pokud to nenecháte náhodě, ale jdete do této oblasti aktivně.

Jaké máme zdroje pro doporučení?

Zdroj 1: Zákazníci

Zdroj 2: Ex-zákazníci

Zdroj 3: Obchodní partneři, obchodní přátelé

Zdroj 4: Dodavatelé

Zdroj 5: Rodina a přátelé

Malá otázka: Kolik lidí z vašich přátel ví, co děláte a koho hledáte?

Jste ostýchaví se zeptat?



Tip pro Vás:

Pošlete ručně napsaný pozdrav svým obchodním kontaktům s poděkováním za to, že s vámi dělají byznys/že se s vámi potkali.

Do poděkování můžete zasunout nějaký voucher, nebo nějakou hodnotnou informaci, nebo nějakou ne-obchodní službu a krátký dopis s žádostí o referenci.

Podnikatelé normálně nedostávají tento typ korespondence, a **proto si vás díky tomuto velmi dobře zapamatují** – když už vám nedají doporučení hned, budou si vás pamatovat a mohou vám je předat později.

Co může brzdit váš networking

“Obava z neúspěchu”

Podívejte se na to tak, že networking je aktivita, kterou děláte již od útlého dětství. Berte to tak, že není rozdíl mezi nějakou sociální zábavnou akcí a obchodní akcí – všude kolem vás jsou lidé, se kterými se chcete jen pobavit.

“Obava z přímých prodejců”

Všichni rádi nakupujeme, ale nejsme rádi, když je nám prodáváno. Pokud se setkáte s účastníkem, který má tendenci vám ihned prodat, můžete udělat toto:

- a. Zkuste se jim co nejrychleji omluvit a přesuňte se k jinému, daleko příjemnějšímu člověku
- b. Vezměte situaci pod svoji kontrolu – kontrolu má ten, kdo se ptá

“Nebudu vědět co říct...”

- a. Toto je velká výhoda, kterou můžete využít ve svůj prospěch - ptejte se!
- b. Ukazujete tak váš zájem a vy se přeci potřebujete zajímat!
- c. Největším tajemstvím úspěchu efektivního networkingu je zúčastnit se každé akce nebo setkání s přístupem – “jak vám mohu pomoci”. Jedině tak můžete objevit a zjistit věci, o kterých byste se jen těžko dozvěděli, kdybyste prodávali (vaše mysl je totiž jinak nastavená – na zájem o sebe a svoji potřebu prodat)

“Obava z toho, že networking nepřinese žádný výsledek”

Networking není o přímém prodeji. Lidé často zapomínají, že je spoustu nepřímých výhod, které networking přináší:

- a. Poznání nových dodavatelů s lepšími podmínkami, službami
- b. Získání hodnotných informací, rad a tipů, které mohou firmě ušetřit spoustu peněz
- c. Můžete potkat kolegy nebo známé, se kterými se jinak běžně nesetkáváte a ti vám mohou doporučit vašeho nového nejlepšího zákazníka
- d. Podpora vaší firmy, mastermind, doporučení na mnoho zajímavých lidí

Neočekávejte okamžité výsledky v podobě prodeje a časem vaše trpělivost a píle bude oceněna více způsoby než si dokážete vůbec představit.

“Nevím, jak s někým navázat řeč”

- a. Na jakékoliv akci spatříte jednotlivce, otevřené skupiny 2 a 3 lidí, uzavřené skupiny 2 a 3 lidí a více početné skupiny lidí. Ke každé skupině existuje způsob, jak se dostat.
- b. Začněte u někoho, kdo stojí sám. Přidejte se právě k němu.

Udělejte krok vpřed

Nyní je ta nejvhodnější chvíle učinit krok vpřed a posunout vaši firmu prostřednictvím networkingu blíže k novým obchodům, objednávkách a ziskům.

Vyberte si z celé této publikace jednu prvek, který vás nejvíce oslovil a začněte ho aplikovat ve svých obchodních taktikách. **Vezměte diář a naplánujte si váš networkingový začátek - hned teď!**

Udělejte si seznam nových činností, kterým se postupně začnete věnovat, a které do budoucna zařadíte do své běžné obchodní činnosti. Vždy si stanovte datum a příležitost, kdy danou novou činnost uskutečníte.

Hodně úspěchů v networkingu

Kamila Zárychtová

Zakladatelka Business for Breakfast
Česká republika

Potřebujete pomoci s networkingem a nevíte jak začít?

Zavítejte na jednu z našich obchodních snídaní a zjistěte jak networking funguje v praxi a inspirujte se.



Seznam networkingových klubů a otevřených akcí naleznete na www.bforb.cz