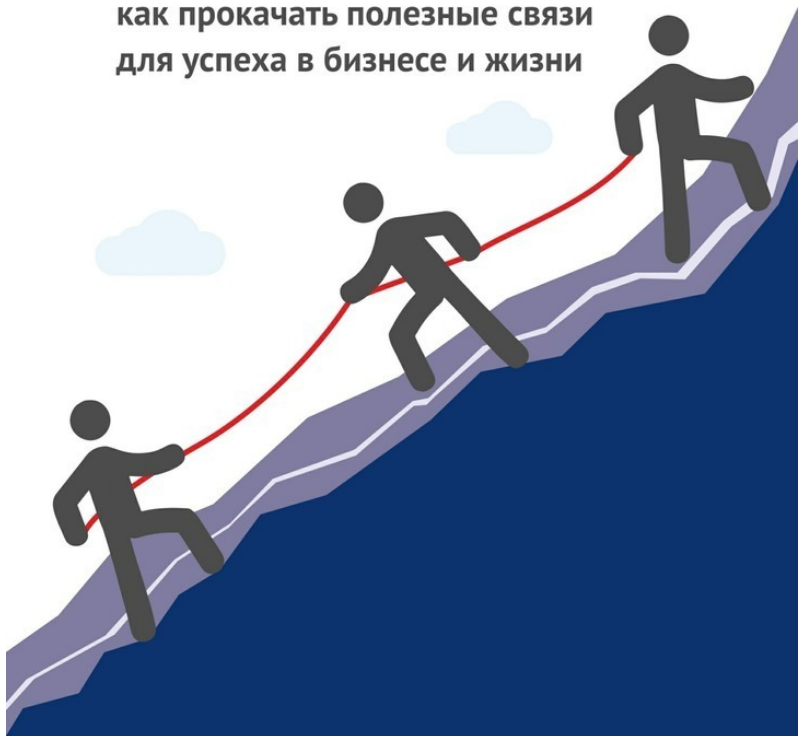


Алексей Бабушкин

эффективный НЕТВОРКИНГ

как прокачать полезные связи
для успеха в бизнесе и жизни



Алексей Бабушкин
Эффективный нетворкинг.
Как прокачать полезные связи
для успеха в бизнесе и жизни

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=18664202

ISBN 9785447483142

Аннотация

Связи решают все! Если вы до сих пор не можете справиться с какой-то сложной задачей, значит, у вас просто нет связей, которые могут в этом помочь. А следовательно, пора расширять свою сеть контактов! Из этой книги вы узнаете, где и как лучше заводить деловые знакомства, как устанавливать полезные связи на различных мероприятиях, как поддерживать и развивать бизнес-контакты. Книга обязательна для бизнесменов, руководителей, а также для всех, кто хочет добиться успеха с помощью полезных связей.

Содержание

От автора	5
Часть первая	9
Что такое нетворкинг	9
Связи на вырост	13
Нетворкинг – это больше, чем бизнес	17
Главный урок нетворкинга	21
Часть вторая	24
Глава 1	24
Зачем заранее готовиться к нетворкингу	24
Визитки – основной инструмент нетворкера	32
Подготовьте презентацию,	40
Как завести знакомства	45
Конец ознакомительного фрагмента.	46

Эффективный нетворкинг **Как прокачать полезные** **связи для успеха** **в бизнесе и жизни**

Алексей Бабушкин

Редактор Илья Попенов

Дизайнер обложки Иван Смагин

© Алексей Бабушкин, 2020

© Иван Смагин, дизайн обложки, 2020

ISBN 978-5-4474-8314-2

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

От автора

Я родился в то время, когда о нетворкинге никто не слышал. Но иметь полезные связи считалось престижным и тогда. Популярными выражениями в те годы были «достать по блату» и «у него там блат»... Кто-то мог «по блату» достать дефицитную банку кофе или черной икры, модные джинсы или спортивный костюм. Кому-то связи помогали без очереди попасть в санаторий или устроить ребенка в престижный вуз. Таких людей со связями в определенной степени можно сравнить с нынешними нетворкерами. Они обладали хорошей сетью полезных контактов, работали над ее укреплением и расширением.

Между нетворкингом и блатом есть определенные сходства. Но в советском блате отношения строились только по принципу «ты – мне, я – тебе». Нетворкинг же основан на умении открыто и искренне общаться с людьми, желании помогать другим, не требуя мгновенного вознаграждения. Это целое искусство установления полезных взаимовыгодных связей. Результат нетворкинга – создание сети контактов, которая будет работать на вас в перспективе. Я это понял на личном опыте.

В 16 лет я уехал из родного города. По разным причинам я часто переезжал. В каждом новом городе мне приходилось строить свою сеть контактов почти с нуля. Знакомиться,

заводить друзей, думать, чем я могу быть полезен окружающим, чтобы быть им интересным. Я действовал чаще интуитивно, и в итоге мне всегда удавалось за короткое время окружить себя достаточно большим количеством интересных людей и полезных связей. Все свои бизнес-проекты я запускал с помощью знакомых. Кто-то помогал советами, некоторые принимали участие лично, кто-то делился своими контактами. Благодаря своим связям я чувствовал безграничную уверенность в успехе всего, что делал. Я знал, что общего багажа знаний и опыта моей сети хватит, чтобы решить любой вопрос.

Постепенно я стал задумываться: есть ли какие-то закономерности достижения успеха коммуникации. Тогда я познакомился с нетворкингом.

Первая книга про нетворкинг, которую я прочел, принадлежала перу американского автора. Это был Кейт Феррацци и его бестселлер «Никогда не ешьте в одиночку». Я также стал читать книги по психологии, этике поведения, риторике, брендингу... и отовсюду черпал приемы успешного установления контактов с людьми. Все, о чем узнавал, я пробовал применять на практике. Что-то работало, что-то нет. Методом постоянных творческих экспериментов я находил интересные приемы, открывал для себя новые секреты нетворкинга. Обо всем этом я рассказывал на страницах своего блога про нетворкинг и саморазвитие – networking24.ru. Теперь пришла пора обобщить свои знания, изложить их в книге

и поделиться накопленным опытом с другими людьми, которые тоже хотят научиться налаживать полезные связи.

Несмотря на то, что про нетворкинг уже написано несколько книг, в этот раз вы держите в руках настоящее практическое руководство по налаживанию связей. В ней рассказывается о том, как с легкостью устанавливать полезные связи на деловых мероприятиях. Даны рекомендации, как поддерживать и развивать контакты. Раскрыты приемы, показывающие, что сделать, чтобы люди сами хотели знакомиться с вами.

Особенность этой книги в том, что она содержит только практические приемы нетворкинга, испытанные мной на практике. В конце книги есть чек-лист, который поможет вам быстрее освоить все приемы на практике. Как показывает опыт, самым лучшим местом для эффективных знакомств являются различные конференции, профессиональные выставки, семинары и бизнес-форумы. Поэтому большинство рассматриваемых в книге приемов нетворкинга применимы именно к деловым мероприятиям.

Книга будет полезна и организаторам мероприятий. Отдельная глава посвящена тому, как создать условия для установления полезных знакомств.

После прочтения книги у вас появится эффективный инструментарий, и вы сможете заниматься построением своей сети контактов целенаправленно. Применяя советы из этой книги, вы заметите, как крепнут ваши связи. Нетворкинг

откроет вам новые возможности для личного роста и укрепления бизнеса.

Начните дружить по-деловому!

Часть первая

Сила полезных связей

Что такое нетворкинг и с чем его едят? *Почему полезно и приятно заниматься нетворкингом*

*Часто бывает полезнее знать многих, чем
многое.*

Роберт Лембке

При слове *нетворкинг* у многих все еще возникают ассоциации с интернетом. И правда, если взять словарь, то переведем как *Net* – сеть и *Work* – работа. Работа в сети? Не совсем. На самом деле нетворкинг – это работа по созданию сети. Сети деловых контактов. Чем больше этих контактов и чем прочнее связи между вами, тем успешнее решаются любые деловые и личные вопросы.

Порой, сами того не осознавая, мы с первых лет жизни занимаемся нетворкингом. В садике, школе, институте. Мы заводим дружбу с теми, у кого классные игрушки; кто силь-

нее или постоянно имеет карманные деньги; кто разборчиво и систематично пишет конспекты и ладит с преподавателями... Для чего? Что бы получать то, чего у нас нет, или решать какие-то свои «шкурные» вопросы, возникающие на горизонте. Безусловно, чтобы заручиться поддержкой таких контактов и рассчитывать на их помощь, мы должны быть готовы что-то предложить взамен. Получается такое взаимовыгодное партнерство. Причем в нетворкинге не обязательно строить отношения со своими контактами исключительно на основе бартера. Эффективность ваших отношений будет даже гораздо выше, если вы сможете чем-то помочь, не требуя мгновенного вознаграждения.

Качественную сеть контактов определяет не только количество ваших знакомых. Ошибочно думать, что, обменявшись с кем-то визитками, вы сразу расширили свою сеть. Неосознанное приобретение контактов не приносит такого эффекта, который можно получить, занимаясь нетворкингом целенаправленно!

Как приобретать новые контакты, обзаводиться полезными связями, а потом удерживать и развивать установившееся взаимовыгодные знакомства – обо всем этом рассказывает нетворкинг.

Пожалуй, в качестве отдельного направления (как, например, юриспруденция, экономика, политика) нетворкинг еще не выделен. Даже в Википедии это понятие появилось лишь несколько лет назад. Но и назвать нетворкинг составляющей

какой-то науки – тоже неправильно. Это сравнимо с тем, что юрист должен грамотно писать и говорить, экономист – быстро и точно считать, но ни грамматика, ни литература, ни математика не подчинены юриспруденции или экономике.

Нетворкинг – необходимость успешной жизни. И не важно, бизнесмен вы или домохозяйка. Просто одни занимаются приобретением контактов осознанно и целенаправленно, а другие от случая к случаю.

Что дает вам нетворкинг:

1. Новые знакомства;
2. Навыки публичных выступлений и совершенствование разговорной речи;
3. Удовольствие от общения;
4. Расширение кругозора в процессе обмена мнениями;
5. Возможность решать возникающие вопросы качественнее и оперативнее;
6. Ощущение полезности и нужности другим людям;
7. Повышение личной самооценки.

Уделяя постоянное внимание нетворкингу, вы постепенно нарастите свою сеть контактов, сделав ее крепче и сильнее. Это сравнимо с посещением спортзала. Каждая тренировка укрепляет мышечные волокна, способствует наращиванию мышечной массы. Но если в спортзале за качество результата отвечает тренер, который дает различные рекоменда-

дации, то в нетворкинге вашим тренером будет эта книга. Она поможет вам прокачать свою сеть полезных связей.

Связи на вырост

Как создать нетворкинг-инкубатор

Никто из людей не рождается с обширной сетью контактов. Все связи нарабатываются со временем. Человек сам создает свое окружение. Исходя из системы своих ценностей, приоритетов и целей, каждый строит такую сеть контактов, которая поможет быстрее и качественнее решать стоящие перед ним задачи. Не важно, какие вопросы решает созданная нетворкинг-сеть: бизнеса или социального плана. Чем больше у вас контактов и чем прочнее связи между вами, тем безотказнее работает эта сеть.

Где же взять качественные связи?

Как я уже сказал, связи не возникают вдруг. Но порой мы упускаем уже имеющиеся у нас возможности для формирования качественного окружения. Люди зачастую гонятся за новыми контактами, тратят время и силы на очередные знакомства, но при этом забывают поддерживать уже созданные когда-то связи. Если у вас есть знакомые из числа родственников, одноклассников, сокурсников, коллег по бывшей работе, знакомых по спортивной секции или клубу, с которыми вы давно не общались и не знаете, чем они занимаются в настоящее время и на какой должности работают, — пора «разморозить» эти связи! Вы получите более сотни по-

лезных контактов!

Одноклассники и одноклассницы

Когда я учился в школе, в нашем лексиконе не было слова *нетворкинг*, хотя дружба между одноклассниками подсознательно строилась на взаимовыгодных отношениях. Помню, у нас в классе лишь у двоих ребят были видеомэгафоны (про интернет тогда и не знали). У кого-то была дача в пригороде, где можно было провести выходной. У некоторых был компьютер или игровая приставка. Кто-то красиво рисовал или с легкостью решал любые задачки по математике... Имея какой-либо ресурс, полезный для других, было проще укрепить взаимоотношения.

Теперь, спустя годы, уже никого из нас не удивишь компьютером или дачей, да и решение математических задач отошло на задний план. Каждый в настоящее время занимает определенную должность, социальное положение, обладает накопленными знаниями, уникальным опытом, навыками. Но редко кто после школьного выпускного интересуется жизнью своих одноклассников. Пожалуй, только на встрече выпускников, выслушав бывших школьных товарищей, мы с удивлением узнаем, каких успехов достиг каждый из них.

Достаньте свой школьный альбом, найдите общую выпускную фотографию и напишите каждому из своих одноклассников. Наверняка почти все они есть в социальных сетях. Поинтересуйтесь, чем занимается ваш школьный това-

рищ, кем работает, уточните его семейное положение, как он проводит свободное время. Попросите его сообщить вам его действующий телефон и e-mail, а также поделиться, с кем из одноклассников он поддерживает общение. Расскажите немного о себе и спросите, чем вы можете ему помочь. Уверен, после вашего сообщения вы вскоре получите ответ, из которого узнаете много интересного для себя.

Чтобы восстановить теплые приятельские отношения, от вас потребуется минимум усилий. Ведь вы знакомы уже больше десятка лет! Представьте, что ваши прошлые связи были просто помещены в некий нетворкинг-инкубатор, а теперь пришла пора достать наружу созревшие связи!

Заводите связи на вырост

Стоит ли знакомиться с людьми, которым вы не знаете, что предложить в настоящий момент, или не представляете, какую пользу они могут иметь для вас? Тут существует два противоположных мнения. С одной стороны, кто-то не видит смысла тратить время на развитие таких контактов, предпочитая направить свои усилия на целенаправленное общение с другими, «более полезными» людьми. С другой стороны, никогда не знаешь заранее, какими возможностями будет располагать человек, например, через полгода...

Я предлагаю вам создавать связи на вырост. Знакомьтесь, общайтесь, помогайте другим людям, даже если вам кажется, что пока они не располагают возможностями, интересными

для вас. Все может измениться в одночасье! В подтверждение этих слов вспомните своих одноклассников.

В моем классе тоже никто не предполагал, что я стану бизнес-тренером по нетворкингу, Артем будет крупным бизнесменом, Люба уедет жить за границу, Маша возглавит крупный бухгалтерский отдел, а Женя превратится в звезду шоу-бизнеса...

Нетворкинг – это больше, чем бизнес

Можно ли монетизировать связи

В жизни большего успеха добивается тот, у кого есть друзья, поддержка, связи. Известная поговорка гласит: «Не имей сто рублей, а имей сто друзей». Поэтому успешные бизнесмены уделяют много времени укреплению своих связей. Не меньше, чем стратегическому планированию или финансовому аудиту компании.

Нетворкинг может значительно помочь бизнесу. Но если вы хотите использовать знакомства только для продаж своих товаров и услуг – ваше представление о нем далеко от реальности. Нетворкинг – это процесс установления и развития контактов, которые могут помочь вам решить какие-либо вопросы. При этом вы будете уверены в качестве результата и сможете сэкономить время – ваш главный ресурс, который не восполняется.

Например, вы хотите создать лендинг для запуска продаж нового товара. Перед вами встает задача поиска компании, разрабатывающей сайты. Можно провести часы в поиске web-студии, качество работ и стоимость услуг которой вас удовлетворит. Но если среди ваших знакомых есть веб-мастера или те, кто уже заказывал лендинги, то поиск подрядчика сводится до одного телефонного звонка. При этом вы будете уверены в качестве работ, сроках выполнения,

а также можете рассчитывать на дополнительную лояльность со стороны исполнителя (получение скидки, приоритетность выполнения заказа, отсрочка платежа и другие).

С помощью нетворкинга гораздо проще что-то получить, чем что-либо продать. Люди не хотят знакомиться для того, чтобы им сразу начали что-нибудь продавать. Такое знакомство сразу теряет для них свою ценность.

Вот, например, что говорит Радислав Гандапас о важности нетворкинга и его возможной монетизации. Самый титулованный бизнес-тренер России рассказал об этом в интервью для моего блога networking24.ru.

В начале моей карьеры нетворкинг был обязателен. Никогда невозможно заранее знать, какой контакт выстрелит. Поэтому я рекомендую ходить по всем мероприятиям, на которые вы только можете прийти, и активно там знакомиться. Но более продуктивный нетворкинг – это, конечно, когда знакомитесь не вы, а люди сами подходят к вам, чтобы познакомиться.

Например, если вы приходите на какое-то мероприятия, не нужно там сидеть сычем в ожидании кофе-брейка или банкета, чтобы начать вручать свои визитки. Вы должны сами как-то себя проявить. Самый лучший способ вызвать к себе интерес – это скандал. Но если вы станете хулига-

нить и бить посуду, этот скандал не вызовет желания с вами познакомиться.

Однажды я пришел на некое тренерско-эйчаровское мероприятие, где были и мои коллеги, и потенциальные заказчики. Причем я оказался там не как спикер, а как обычный участник.

После выступления очередного оратора гостям предложили задавать вопросы выступающему. Люди стали спрашивать, как использовать тот или иной прием, благодарить за доклад. Но такие вопросы не вызывали никакого резонанса. Тогда я встал и задал весьма экстремальный вопрос, даже болезненный для спикера: «А не стыдно ли вам предлагать такие технологии, которые разрушают личность участников тренинга?»

Тут же поднялся галдеж, началась неуправляемая дискуссия. Когда все успокоились, никто уже не помнил, кто в ней участвовал и о чем высказывался, но кто ее посеял, запомнили все.

Потом, во время кофе-брейка ко мне выстроилась очередь. Всех интересовало, кто я и чем занимаюсь, почему задал такой вопрос. Кто-то спорил со мной, кто-то соглашался, но каждый давал мне визитную карточку, а я представлялся и вручал свою в ответ.

Я раздал несколько визиток и договорился с людьми о следующем: рекомендуйте меня, а я буду рекомендовать вас. Рука руку моет. Если кому-то был нужен тренер по публич-

ным выступлениям, они рекомендовали меня, если кому-то был нужен, например, тренер по переговорам, я направлял к ним. Безо всякой комиссии, просто по джентльменскому соглашению. И это обеспечило мне определенный поток тренингов. Не слишком большой, но каждый месяц один-два дополнительных тренинга я получал. У меня развивалась клиентская база, укреплялись отношения с клиентами, рос профессионализм.

Можно ли монетизировать связи? Это неправильно, когда вы от нетворкинга требуете моментального заказа. Если вы ставите перед собой такую цель, то становитесь навязчивым. Вы переживаете, что даром сходили на вечеринку, если не получили заказов... Ваша задача – сеять зерна. Время пожинать плоды будет потом. Некоторые контакты выстреливают спустя годы, обеспечивая поток заказов на ваши услуги.

Если вы хотите выгодно продавать – учитесь маркетингу. Если хотите быть успешнее, влиятельнее и экономить время – учитесь нетворкингу!

Главный урок нетворкинга

Четыре простых шага

установления полезных знакомств

Нетворкингу, как и другим профессиональным навыкам, можно научиться. Основным способом совершенствования коммуникативных навыков является, безусловно, практика. Но чтобы сделать первые шаги в нетворкинге, используйте простой алгоритм. Его легко запомнить, воспользовавшись аббревиатурой «УРОК»

У – установление визуального контакта, улыбка

Улыбка и добрый взгляд – это важные инструменты общения. Когда вы подходите к человеку и открыто ему улыбаетесь, вы сразу располагаете его к себе.

«С голубого ручейка начинается река, ну а дружба начинается с улыбки!» – эти слова детской песенки известны, пожалуй, всем. Но, к сожалению, не все используют улыбку в общении. Отсутствие улыбки вообще часто считают одной из национально-специфических черт русского общения.

Когда мы видим на лице незнакомца улыбку, нас сразу посещает мысль: «Мы разве знакомы?» Вот и используйте это обстоятельство для расположения к себе собеседника. Улыбнитесь и установите зрительный контакт.

Р – рукопожатие

Традиционным мужским приветствием является рукопожатие. Впрочем, в деловых кругах пожимать руку женщинам тоже допустимо. Но дама должна подать руку первой. Рукопожатие уместно не только между близкими или знакомыми людьми, но и при первичном знакомстве. Пожатие руки свидетельствует о добром намерении и служит признаком взаимной вежливости. Рукопожатие дает тактильный контакт, поэтому так же, как и улыбка, располагает к психологическому сближению людей. Обычно во время рукопожатия, если люди видятся впервые, они представляются.

О – обмен визитками

После знакомства самое время обменяться визитками. Это даст возможность вам и вашему знакомому во время всей беседы помнить имена друг друга, а по окончании разговор у вас останутся контакты для дальнейшей коммуникации.

К – коммуникация

После одной непродолжительной встречи вы вряд ли сразу станете закадычными друзьями или партнерами по бизнесу. Поэтому знакомство необходимо укреплять и развивать. В течение первых двадцати четырех часов направьте своему новому знакомому приветственное письмо, зафрен-

дитесь с ним в соцсетях. В дальнейшем продолжайте укреплять коммуникационные связи между вами, и вскоре поймете, в чем вы можете быть полезны друг другу.

Усвоив этот УРОК, запомнив последовательность простых действий и соблюдая их, вы со временем увидите, как ваша записная книжка пополняется полезными контактами, а в визитнице появляются карточки новых знакомых.

Более подробно о различных приемах знакомств я расскажу на страницах этой книги. Вам лишь останется постепенно применять эти советы и наблюдать, как растет ваша сеть полезных связей!

Часть вторая

Как завести полезные знакомства

Глава 1

Что необходимо успеть до мероприятия

Зачем заранее готовиться к нетворкингу

Что нужно сделать до начала мероприятия

Прежде чем отправиться на какое-либо мероприятие и погрузиться в увлекательный процесс нетворкинга, необходимо хорошенько подготовиться! Спонтанное знакомство со всеми подряд зачастую приводит к простому сбору и накоплению визиток. Вы же, я надеюсь, стремитесь к качественному расширению своей сети контактов, а не к коллекционированию визитных карточек.

Итак, вот несколько шагов, которые необходимо сделать,

прежде чем отправиться налаживать связи.

1. Выбирайте вдумчиво

Чтобы из всего многообразия предложений выбрать качественное мероприятие, поговорите со знакомыми, которые, возможно, посещали аналогичное событие в прошлом. Почитайте рекламные проспекты, чтобы узнать об основной и параллельной программе, спикерах и специальных гостях. Ознакомьтесь с отзывами о различных мероприятиях в социальных сетях и на специализированных форумах в интернете. Любое решение об участии в какой-либо конференции или выставке должно быть взвешено. Вы должны стремиться потратить свое время с максимальной пользой.

2. Совмещайте форматы

Выберите то мероприятие, куда хотите отправиться. В зависимости от вашей профессиональной направленности и личных предпочтений, это может быть крупный форум или конференция, а может – небольшой семинар или мастер-класс. Старайтесь совмещать несколько форматов одновременно. Например, получение полезного контента и расширение сети знакомств; спорт и поддержание контактов; пикник и укрепление связей...

3. Ставьте конкретную цель

Идите на мероприятие с конкретной целью. Это может

быть встреча с журналистами из специализированного СМИ для обсуждения публикаций о вашей компании или знакомство с лидерами вашей сферы, которые находятся на рынке дольше вас. Заранее подготовьтесь к встрече. Продумайте темы для беседы. Захватите с собой необходимые материалы. Отправляясь на конференцию с конкретной целью, больше вероятность того, что вы вернетесь с мероприятия с конкретным результатом.

4. Проводите рекогносцировку

Если вы отправляетесь на выставку или деловое мероприятие – ознакомьтесь с планом площадки. Отметьте на схеме наиболее интересные стенды. Именно с них начните посещение выставки. Также внимательно изучите места, наиболее благоприятные для нетворкинга. Определите, где будут проходить брифинги, пресс-конференции, презентации, где располагается зона кофе-брейка.

5. Планируйте посещение

Составьте график своего пребывания на мероприятии. Ознакомьтесь с расписанием деловой программы, демонстрационных показов и пресс-конференций. Исходя из этого, распишите свой план по часам: где и когда вам необходимо быть, с кем и о чем поговорить.

6. Присоединитесь к мероприятию в соцсети

Чтобы качественно подготовиться к мероприятию и быть в курсе всех новостей, имеет смысл вступить в соответствующую группу в соцсетях или подписаться на страницу события.

Наиболее часто именно с помощью социальных сетей организаторы взаимодействуют со своими участниками. На странице вы найдете и информацию о спикерах, и полный тайминг мероприятия. А также сможете получить оперативную информацию о возможных изменениях в программе.

Кроме того, вы можете просмотреть участников мероприятия и уже до начала события пополнить свой список людей, с которыми хотите познакомиться.

7. Скачайте мобильное приложение

Если организаторы позаботились о запуске мобильного приложения для своего мероприятия, непременно установите его на свой смартфон. Теперь у вас всегда под рукой вся актуальная информация.

Мобильное приложение удобно тем, что при возникновении каких-либо форс-мажоров или появлении важного анонса вы тут же получите об этом push-уведомление.

Не поленитесь заполнить профиль, загрузить фотографию и наладить знакомство и общение с другими участниками, зарегистрированными в приложении. Таким образом, вы еще до начала мероприятия установите полезные контакты, а уже на месте сможете укрепить их. Беседа с человеком,

с которым уже знаком заочно (с помощью рекомендаций или по переписке), проходит гораздо комфортнее и продуктивнее.

8. Узнайте, с кем следует познакомиться

Определившись с мероприятием и его тематикой, обратитесь к своим знакомым, которые являются специалистами в этой сфере. Они наверняка хорошо знают лидеров и экспертов в своей области. Попросите знакомых порекомендовать наиболее интересных и полезных для вас людей из числа спикеров или тех, кто будет на мероприятии в качестве рядовых участников.

9. Составьте список для знакомства

Взяв за основу список рекомендованных людей, дополните его самостоятельно. Зачастую организаторы мероприятия создают сообщества в соцсетях, куда добавляются будущие участники мероприятия. Включите в свой список тех, кто, по вашему мнению, мог бы качественно расширить вашу сеть контактов. В него не обязательно должны войти только спикеры или VIP-гости.

Полезно завести знакомство среди активных участников, в том числе стартаперов. Как правило, именно они весьма охотно идут на контакт, более инициативны и при определенных условиях могут стать вашими партнерами для реализации совместных проектов.

Особое внимание уделите знакомству с организаторами. Может быть, не самыми главными, но с кем-то из оргкомитета. Такое знакомство вам поможет в дальнейшем выйти на спикеров, а также при развитии отношений получить какие-то привилегии при посещении последующих мероприятий.

В итоге у вас появится список из пяти-пятнадцати человек – в зависимости от масштаба мероприятия. Нет гарантии, что вы познакомитесь со всеми людьми из списка, но это поможет вам потратить время перерывов на эффективный нетворкинг.

10. Напишите приветственные письма

Каждому человеку из составленного списка сообщите о своем желании познакомиться. Для этого направьте ему приветственное письмо, в котором напишите, что также собираетесь на мероприятие. В письме кратко расскажите о себе и предложите пообщаться в день проведения мероприятия. Вместо письма по электронной почте можно отправить сообщение в социальных сетях.

11. Напишите шпаргалку для знакомства

Чтобы во время предстоящей встречи произвести положительное впечатление на новых знакомых, продумайте темы для разговора с ними. Для этого посетите их личные сайты, пролистайте странички в социальных сетях, загляните

на новостную ленту сайтов компаний, в которых они работают, и подготовьте своеобразную шпаргалку.

Напротив каждого человека сделайте пометки о его проектах, интересах, увлечениях и профессиональных достижениях. Эта информация поможет вам начать разговор и стать интересным собеседником. Особое внимание обратите на точки пересечения ваших интересов. Они могут стать отличной основой для развития дальнейших отношений с человеком.

12. Как попасть на обед со спикером

Многие спикеры приезжают на конференцию или форум накануне мероприятия. Поселившись в гостинице, они посвящают остаток дня знакомству с достопримечательностями, осмотру окрестностей или коротают время возле телевизора в гостиничном номере. Удивительно, но редко кто использует эту возможность пообщаться с экспертом в неформальной обстановке. Пожалуй, накануне мероприятия только журналисты приглашают звездных гостей на интервью, чтобы задать несколько вопросов и выпустить в эфир интересный материал.

Вы можете возразить, что спикер не захочет с вами встретиться, у него весь день расписан по минутам или он устал. Можно попробовать найти еще с десяток убедительных причин, чтобы отодвинуть встречу. Но вы же не пробовали связаться с ним. Откуда же можете наверняка знать, чего имен-

но хочет другой человек?

Во время своего второго приезда в Россию Кейт Феррацци выступал перед многотысячной аудиторией. Рассказывая о силе нетворкинга, Кейт спросил: «А кто из вас хотел бы поужинать со мной?» В ответ весь зал поднял руки вверх! Кейт продолжал: «Я прилетел вчера и искал, с кем мне поужинать, но никто из вас не нашёл меня, чтобы провести со мной время. Отель, в котором я остановился, был известен. Время моего прилета тоже было озвучено организаторами в социальных сетях. Но никто не написал мне накануне и не предложил встретиться или прогуляться по городу, в котором я не так часто бываю... А теперь вы все, как один, поднимаете руку в знак готовности...»

Вот вам и живой пример того, как спикеры порой сами ищут себе компанию, но, оказавшись в незнакомом городе, остаются в номерах или ограничиваются посещением близлежащих скверов, музеев и сувенирных лавок.

Теперь вам известен нехитрый алгоритм подготовки к мероприятию. Выполняя эти рекомендации, вы гораздо легче будете знакомиться с людьми, и ваше общение, несомненно, перерастет в выгодные партнерские или теплые приятельские отношения.

Визитки – основной инструмент нетворкера

Какой должна быть эффективная визитка

Собираясь на конференцию или другое мероприятие, не забудьте захватить визитные карточки. А лучше всегда, выходя из дома, берите визитки с собой. Никогда не знаешь заранее, когда они могут пригодиться.

В настоящее время во многих полиграфических студиях напечатать визитки можно буквально за час. Но, даже если вы заказываете печать карточек и абсолютно доверяете дизайнеру, то знать общие правила оформления визиток никогда не будет лишним, ведь до сих пор встречаются визитки, вид которых не только не способствует установлению контакта, но и, наоборот, мешает налаживанию связей.

Какой выбрать материал?

Визитки делают из чего угодно: кожи, металла, дерева, пластика, печатают на ткани и картоне. Мне случалось видеть оригинальные визитки, изготовленные на съедобной бумаге, шоколаде и даже на печенье!

Использование неординарных материалов для визиток оправдано лишь в случае, если они дополнительно подчер-

квивают род вашей деятельности. Например, деревянные визитки могут подойти владельцу столярной мастерской, тряпичные – модельеру или директору ателье. В иных же случаях стоит остановить свой выбор на картоне. Такие визитки и изготовить дешевле, и хранить удобнее.

Заказать или придумать самому

Дизайн визитной карточки – важный шаг в ее создании. Если у вас нет опыта работы в Photoshop, CorelDRAW или Adobe Illustrator, то лучше довериться профессионалам. Но, прежде чем отправиться в салон оперативной полиграфии, продумайте, какой должна быть ваша визитка, какие контакты поместить, подберите фото, если решите, что оно должно быть на визитке. По вашему замыслу дизайнер быстро подготовит качественный макет.

Положить или поставить?

Горизонтальные визитки встречаются чаще, чем вертикальные. Если вы размещаете логотип и название компании, то горизонтальная ориентация дает больше простора для дизайнера.

Вертикальная визитка подойдет, если вы хотите разместить много контактной информации. Тогда несколько коротких строчек с телефонами или адресами умещаются компактно, не создавая эффекта перегруженности, а информация с такой визитки легко считывается.

Нужно ли фото на визитке?

Еще один спорный вопрос: размещать ли фото на визитке. Мне больше нравятся визитки без фотографий. На мой взгляд, они смотрятся более стильно и воздушно.

Пожалуй, фото станет уместным атрибутом визиток страховых агентов, риэлторов, продавцов-консультантов и других специалистов, чья деятельность осуществляется в больших группах аналогичных специалистов. Наличие такой визитки поможет клиенту быстро сориентироваться и по фото найти вас среди коллег.

Хорошо, когда фото на визитке такое же, что и на аватарке в соцсетях. Это позволит легко вас идентифицировать.

Шрифты

При выборе шрифта для визитки отдавайте предпочтение стандартным и прямым гарнитурам. Избегайте вензелей, витиеватостей и шрифтов с засечками. Откажитесь от наклонного написания – этим вы облегчите читаемость слов и придадите визитке более деловой вид. Кроме того, многие сейчас используют свои смартфоны в качестве сканера для визиток. Тексты, выполненные простыми шрифтами, распознаются лучше. В исключительных случаях допускается использовать дизайнерские шрифты для акцентирования сферы деятельности владельца визитки. Например, шрифт Germanica будет уместен для директора немецкого рестора-

на, старославянский шрифт – для представителей бизнеса, связанного с народными промыслами.

Как покрасить визитку

Классическим вариантом визитки принято считать черный шрифт на белом фоне. Такие визитки выглядят довольно стильно, легко читаются, а также без труда сканируются и распознаются специальными программами.

Цветной фон визитки делает ее веселее и ярче. Это может сыграть вам на руку, но выберите только какой-то один цвет. Не используйте в качестве фона пейзажи, интерьер и прочие сложные рисунки. Это затрудняет удобочитаемость текста и превращает визитку в рекламный флаер, а не элемент делового стиля. Если вы стоите перед выбором бумаги, то я рекомендую остановиться на матовой. Она не бликует при фотографировании и смотрится более стильно, чем глянец.

VIP-вариант

Некоторые изготавливают два комплекта визиток: подешевле и подороже. Более дорогие визитки – для особых случаев и для самых важных персон. Визитки попроще – для повседневных знакомств...

Это крайне опасное заблуждение в нетворкинге: делить новых знакомых на важных и неважных. Если вы считаете, что новый контакт вам бесполезен, то не стоит и вовсе с ним обмениваться визитками. Да и как заранее предугадать, зна-

комство с каким человеком для вас окажется более ценным?

А представьте еще такой случай: вы дали одному человеку «привилегированную» визитку, а другому обычную. Если вдруг окажется, что эти люди знакомы между собой, вы попадете в неловкую ситуацию. Ваше потребительское отношение к связям будет выявлено незамедлительно. Если вы решили произвести впечатление успешного человека и поразить собеседника своей визиткой – давайте всем одинаково дорогие карточки. Кроме того, вы научитесь ценить кусочек картона с вашими данными. Будете более вдумчиво подходить к вручению визиток, а не раздавать их бездумно налево-направо, словно спамер.

Форма или содержание

Принятый стандарт визитки – 9x5 см, хотя часто встречаются карточки размером 8,5x5,5 и других пропорций. Желая выделиться обзаводятся круглыми, треугольными, овальными, квадратными визитками. Иногда используют карточки неправильной формы. Плюс такого подхода – неординарность и запоминаемость. Минус – неудобство хранения. Маленькие визитки постоянно норовят потеряться, большие – не помещаются в визитницу. Если вы хотите произвести мгновенное впечатление и поразить нового знакомого, то выберите эксклюзивную форму. Если целью вручения визитки является надежная передача контактов и облегчение способов связи с вами – нет ничего проще привычной

карточки. Ведь выделиться можно и другими способами.

Посторонись!

Делать визитку односторонней или двусторонней? Многие маркетологи убеждены, что печать на обеих сторонах визитки – это максимальное использование ее возможностей. Такое суждение справедливо, если на обороте карточки вы разместите корпоративный логотип компании, в которой работаете, или какой-то слоган. Не пытайтесь совместить личную визитку с корпоративной. Если на обеих сторонах будут размещены различные адреса, телефоны, e-mail, то ваш визави запутается в этих контактах. Всегда будет стоять дилемма: по каким адресам звонить и на какую почту писать.

Не размещайте рекламу на обратной стороне карточки. Особенно если это будет какая-то акция с дедлайном. Если ваш контакт не воспользуется предложением, у него навсегда сформируется ассоциация с вами как с источником нереализованных возможностей. Это может стать барьером к продолжению деловых отношений.

Я считаю, что обратная сторона визитки отлично подходит для нанесения дополнительной информации о ее владельце. Пусть эти пометки делает тот человек, которому вручается карточка. Это может быть информация о дате и месте знакомства, обсуждаемых темах, дополнительные контакты для связи, указание общих знакомых. В общем, все, что может в дальнейшем облегчить коммуникацию с владельцем

визитной карточки.

Корпоративные визитки

Особое внимание стоит уделить корпоративным визиткам. Если вы устроились работать в новую компанию и вам в первый же день вручили пачку готовых визиток с вашим именем, уверен, вашей гордости не будет предела. Но не спешите сильно радоваться. Посмотрите внимательно на контактные данные, указанные на карточке. Скорее всего, вас никто не спрашивал, какие контакты вы хотите указать, поэтому на визитке красуется служебный (порой общий) телефон офиса, а в качестве e-mail – корпоративная почта типа `pr@company.com` или `press@company.ru`. Мой вам совет: немедленно отправляйтесь в печатный салон и закажите точно такие же визитки, но с вашими контактами.

Жизнь не стоит на месте, и завтра вы можете перейти в другой отдел, на другую должность и даже в другую компанию. Туда же целесообразно забрать с собой и свои связи, которые вы наработали на прежнем месте. Кроме того, даже при смене работы вы продолжите получать релизы, обзорные материалы и остальной поток входящей информации от ваших знакомых, которые вы получали и ранее. Это станет вашим прочным фундаментом на новом месте.

В случае с корпоративными контактами все ваши связи станут достоянием компании и с ними продолжают работать ваши коллеги. Вы лишитесь рабочего потока полезной ин-

формации, но создадите условия для легкого роста вашего карьерного последователя.

Логотипы

Если на визитке вы решили разместить логотип компании, то обязательно сделайте его цветным точно в той же гамме, что и на сайте компании. Изображение черно-белого логотипа или в искаженном цветовом решении может отрицательно сказаться на узнаваемости бренда.

Как написать имя, отчество, фамилию

Этот подраздел правильнее было назвать: «Как написать имя, фамилию», потому что отчество на визитке сильно увеличивает дистанцию с собеседником. Если вы занимаете какой-то официальный пост в политике, государственных или общественных учреждениях, где принято обращение по имени и отчеству, то его написание на визитке допустимо. Если же вы обычно представляетесь по имени, то и указание отчества на визитке будет лишним.

Общепринятым правилом считается написание сперва имени, а потом фамилии, Например, Петр Иванов. Видеть на первом месте имя нового знакомого собеседнику во время разговора удобнее, да и слуху такая комбинация более привычна.

При написании фамилии многие стараются как-то особо выделить ее (пишут жирным шрифтом, одними заглавны-

ми буквами, более крупным кеглем). Это неоправданно. Ни к чему всем кричать о своей фамилии. Как мы уже убедились выше, имя используется в беседе гораздо чаще, а следовательно, акцентирование внимания на фамилии – лишнее. Наиболее приемлемым вариантом будет написание одним шрифтом и имени, и фамилии.

В моей практике встречались случаи, когда вместо типографских визиток у человека оказывались листочки по формату карточки с напечатанными на принтере именем, фамилией и контактной информацией. Я считаю, что это уместная альтернатива. Лучше иметь хоть какую-то визитную карточку, чем не иметь ее вовсе. Любая визитка, даже самая некачественная на вид, сможет стать ключом к новым знакомствам.

Подготовьте презентацию, даже если вы не ездите в лифтах *Для чего нужна Elevator Speech*

Бывают ситуации, когда вам нужно пообщаться с каким-то важным человеком, но времени на длительную беседу у него нет. Случайная встреча на конференции или выставке – вот ваш шанс познакомиться! Но как заинтересовать собой, имея в запасе всего пару минут? В этом вам может помочь подготовленная лифтовая презентация.

Лифтовая презентация (Elevator Speech или Elevator Pitch) – это короткий рассказ о каком-либо продукте, услуге или проекте, способный привлечь внимание собеседника. Обычно применяется стартаперами с целью вызвать интерес у инвестора.

В качестве истории возникновения лифтовой презентацией часто приводятся различные легенды. Чаще это случаи с молодыми предпринимателями прошлого века, которые якобы смогли оказаться в одном лифте с крупным бизнесменом и, пока лифт поднимался на верхний этаж, сумели презентовать и продать ему свой проект...

Возможно, такая мини-презентация получила название лифтовой, так как ее продолжительность всего 1—2 минуты. Как раз среднее время подъема лифта на верхнюю площадку многоэтажки.

Лифтовая презентация не обязательно должна быть направлена на получение денег, материальных ценностей или применения административного ресурса. Этот инструмент широко используют и нетворкеры. Ведь умение лаконично и понятно излагать свою мысль характеризует вас как грамотного и делового человека. А это верный путь к установлению полезных связей.

Однажды я проводил тренинг по Elevator Speech. Мы с участниками сидели в настоящий лифт в одном из бизнес-центров и курсировали с ними вверх-вниз. Пока поднимались или спускались – каждый

представлял заранее подготовленную презентацию. Если к нам в кабину садились посторонние люди, то это только придавало реалистичности ситуации.

Чтобы воспользоваться подготовленной Elevator Speech, не обязательно оказываться в лифте. Она также будет уместна, если вы встретили потенциального инвестора в другом месте, например, в холле бизнес-центра. Не тащить же его специально в лифт, чтобы рассказать о своем проекте. Да и вряд ли бизнесмен, воодушевленный вашей презентацией, тут же в лифте выпишет вам крупный чек. Но, согласитесь, что за 2 минуты представить свой проект – это отличный способ заинтересовать собой человека.

При подготовке речи в формате Elevator Speech следует обратить внимание не только на содержание, но и на форму подачи презентации. Она будет выглядеть более яркой, если вы будете использовать:

- демонстрацию образов (то, что можно потрогать, услышать, понюхать и т.д.);
- яркие слоганы, в том числе рифмованные;
- метафоры;
- сравнение с аналогами (примеры на знакомых предметах, процессах).

Учитывая, что ваше время ограничено, скорее всего, вам придется говорить чуть быстрее обычного. При этом постарайтесь, чтобы ваша речь была по-прежнему внятной и разборчивой.

Структура лифтовой презентации может быть следующей:

1. Привлечение внимания;
2. Демонстрация отличий и уникальности;
3. Показ выгоды предложения для собеседника.

Основная задача Elevator Speech – за короткое время максимально завладеть вниманием собеседника. Репетиция – это залог успешной презентации, поэтому не поленитесь отрепетировать свое выступление несколько раз. Уберите из него предложения, не несущие смысловой и эмоциональной нагрузки. Представьте, что ваша речь – это губка, выжмите из нее всю воду! Заранее подумайте о встречных вопросах или возражениях со стороны собеседника. Будьте готовы аргументировано и так же лаконично на них ответить.

Вот как может выглядеть Elevator Speech на 1—1,5 минуты

Представьте (5—10 сек):

Меня зовут Денис Бобров, я разработчик новой технологии переработки мусора. А еще я обожаю гонять на роликах!

Озвучьте суть проблемы (20—30 сек):

Меня тревожит расточительное расходование природных ресурсов и замусоривание нашего города. В среднем за год каждый человек производит 200 кг мусора. Лишь 10%

из этого перерабатывается. И это еще не беря в расчет промышленные отходы, которых выбрасывается в 3—4 раза больше! Все это губительно влияет на окружающую среду и сокращает наши природные ресурсы. Это глобальная проблема всего человечества!

Предложите решение (25—35 сек):

Я хочу внести свой вклад в сохранение природы для наших потомков посредством переработки мусора. У нас уже есть технология и экспериментальный цех по переработке с производительностью 10 тонн/день. Наша цель – расширение производства. Еще было бы здорово проводить разъяснительную профилактическую работу среди населения города.

Коммерческое предложение (10—15 сек):

У нас в команде есть технолог, программист, инженер, команда неравнодушных рабочих, но нам необходимы свободные площади и средства на закупку оборудования. Давайте сделаем мир чище – вместе!

Имея в арсенале подготовленную лифтовую презентацию, вы сумеете за несколько минут установить полезный контакт и заложить фундамент будущего бизнес-партнерства. Поэтому используйте Elevator Speech в качестве инструмента нетворкинга.

Как завести знакомства с помощью аксессуаров

Секреты имиджа известных людей

Для чего нужны аксессуары? Многие отвечают – для создания имиджа! Но аксессуары могут не только поддерживать ваш неповторимый образ, но и помочь в обретении новых знакомств.

Представьте: вы заходите в зал и... замечаете там мужчину в костюме, разрисованном рекламой... Замечаете! Поверьте мне! Люди, которые необычно одеты, сразу попадают в поле зрения! Но если дресс-код мероприятия или ваш имидж не позволяет появиться в экстравагантном наряде, вы можете выделиться с помощью различных аксессуаров.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.