



Netværkssalg

- når nye kunder kommer af sig selv

Som virksomhedsejere er vores personlige netværk helt afgørende. I netværket får vi ikke alene viden, der hjælper til at starte og udvikle virksomheden, men også vores første kunder. Men kan vi blive ved med at udvide vores netværk og få nye kunder på denne måde?

Af David Madié, stifter af og direktør for VækstHjulet

Virksomhedsejere netværker hele tiden, og det er nok slet ikke muligt at være virksomhedsejer uden også at være god til det. Når man starter virksomheden er det sikkert gennem sit netværk, at man møder sin forretningspartner, finder sine første leverandører, sine første medarbejdere og måske også sin rådgivende bestyrelse. Også virksomhedens internationalisering starter for mange virksomheder med, at der opstår en netværkskontakt, som skaber tryk eller ambitioner om at ekspandere til et nyt marked.

På den måde er der mange forskellige netværksrelationer, der tilfører værdi til virksomheden. Men det bedste netværk er det, der fører til mere omsætning. Hvordan kan man udvide dette netværk?

Bliv kendt for noget godt

Når man sælger gennem sit netværk, foregår det ofte på den enkle måde, at nogle i netværket omtaler en med ordene "jeg kender en, du skulle prøve at tale med." På den måde får man så - ud af det blå - en henvendelse fra en ny mulig kunde uden selv af have lavet nogen egentlig salgsindsats.

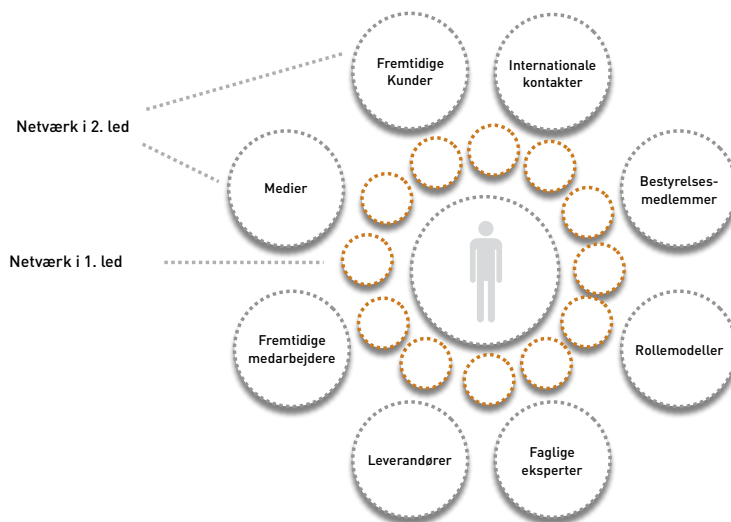
Derfor er det ikke alene fordelagtigt at have et *godt* netværk, men også at have et meget *stort* netværk. For antallet af mennesker vi kender - eller rettere, som kender os - kan have direkte indflydelse på, hvor mange kunder, vi får.

“Antallet af mennesker vi kender kan have direkte indflydelse på, hvor mange kunder vi får.”

Mange virksomhedsejere oplever dette glædelige fænomen, når de har drevet forretning i et par år. Hvor man i starten selv måtte henvende sig direkte til kunderne, sker der pludselig det, at kunderne selv begynder at ringe - de har hørt om én.

Det letteste salg

Netværkssalg er den letteste og billigste måde at sælge på - skarpt fulgt af gensalg til eksisterende kunder. Netværkssalg er langt lettere og billigere end f.eks. at sælge til førstegangskunder, som aldrig har hørt om ens virksomhed før.

Netværksblomsten: Brug netværket i 1. led og aktivér netværket i 2. led

© 2016 VækstHjulet Aps og David Madié.

Derfor er det at netværke en opgave, der er ligeså vigtig som at lave opsøgende salg, og man kan med fordel beslutte sig for hvor og hvordan, man vil bruge tid på netværk.

Ud af kontoret og online

Man kan ikke pege på et bestemt sted, hvor man finder og udvider sit netværk - det kan være hvor som helst. Både i det private og professionelle netværk, kan der være mennesker, der tilfældigvis kender ens næste kunder. Til gengæld er der ét sted, hvor netværket ikke findes, og det er på ens eget kontor.

Netværk handler om at være tilstede i forskellige sammenhænge, og hvis man vil arbejde professionelt med sine netværksrelationer, skal man overveje, hvilke muligheder man har for at engagere sig i forskellige netværk og dermed øge sin professionelle omgangskreds. Nogle af disse netværksmuligheder er vist i figuren "Netværksblomsten" øverst på denne side. De omfatter medlemskab af brancheforeninger, deltagelse i konferencer eller sociale/faglige netværksgrupper, deltagelse i begivenheder (f.eks. receptioner), eller måske endda nye begivenheder eller grupper, som man selv tager initiativ til.

Ens eksisterende kunder kan også give adgang til et nyt netværk ved at introducere én til nye kundegrupper, som man måske selv havde overset.

Netop dette princip, at vores fremtidige kunder ikke skal findes i vores eksisterende netværk men derimod i netværkets 2. led, er det, der gør online netværk interessante. På sådanne, som f.eks. LinkedIn.com, har vi mulighed for at se vores netværks netværk og bede om at få introduktioner til de personer og virksomheder, vi kan se i vores kontakters egne netværk.

Endnu mere anvendeligt bliver portaler, som f.eks. LinkedIn, når man kan bruge dem til at finde netværk, man ikke vidste, man havde. Det kan gøres ved at søge specifikt på, hvem man gennem sit netværk kender i en bestemt branche eller på et geografisk marked. En søgning

på f.eks. "Sverige" vil straks afsløre, at man gennem sit netværk hurtigt vil kunne få nogle kontakter i f.eks. Malmø. Kontakter der måske kunne hjælpe med at indsamle markedsinformation eller lignende. Og hvis gode kontakter skriver og introducerer os, kan vi sagtens få lov at lave en opringning. Og hvem ved, måske svenskeren også kender vores første kunde på det nye marked.

Emotionelle barrierer

Selv om der er så store fordele ved at skabe nye netværksrelationer, kan virksomheds-ejere dog godt være tilbageholdende med at henvende sig til andre i en netværksituation eller med at opsøge

netværk i det hele taget.

En af grundene er, at man ikke vil være anmasende, og at man føler, at det at netværke er det samme som at sælge, selv om det i realiteten er noget helt andet. En anden naturlig barriere mod at netværke kan være, at man føler sig usikker på, om man nu har noget klogt at sige, eller om andre har nogen som helst interesse i at høre om ens virksomhed og produkter. Hvis man har det på denne måde, kan det være en hjælp at fokusere mindre på sig selv og mere på, hvad man kan gøre for den anden. Man behøver slet ikke at fokusere på at sælge sig selv for at være en god netværker. Snarere tværtimod.

Fokus på andre

Fokus på andre kan både hjælpe til, at man føler sig bedre tilpas i den sociale situation, og det er samtidigt et mindset, der kan gøre, at man får det største udbytte fra sit netværk. På forunderlig vis kommer det altid tilbage igen, når man gør noget for andre. Man glemmer aldrig dem, der har hjulpet en med at finde nye, vigtige relationer. Men hvordan gør man det i praksis - hjælper andre, som man møder i netværket?

En måde at finde ud af det, kan være at stille spørgsmål som "Hvad har du egentlig på skrivebordet i øjeblikket?" I modsætning til mere omfattende spørgsmål, som "hvad laver du?" eller "hvor er du på vej hen?", er det et spørgsmål, der er let at svare på, og som er interessant for alle at tale om, fordi det er aktuelt. Når en person i netværket fortæller én, hvad de arbejder på netop nu, er det også meget lettere at finde på informationer eller kontakter i ens eget netværk, som vedkommende kan have gavn af. Andre gode spørgsmål, man kan stille ved en netværkslejlighed er de, der handler om værdier og holdninger: Spørgsmål som f.eks. "hvad synes du, er det vigtigste her og nu?", giver chancen for at udtrykke mening om begivenheden eller de emner, som er på dagsordenen. Det kan inspirere os til at lave introduktioner til andre. "Så skulle du møde [...]".

Udtrykke vore egne behov

På samme måde som man skal spørge andre om deres behov, må man også udtrykke sine egne for at kunne få hjælp fra netværket. Så når en person indleder en samtale med at spørge, hvordan det går, kan man udvide sit "Det går meget godt..." med et "...Og vi står lige over for at [...]". Ved at nævne ens aktuelle udfordring giver man sine omgivelser en chance for at hjælpe i stedet for at efterlade dem med den umulige opgave at gætte sig til, hvad de måske kunne hjælpe med.

Fra kontakter til relationer

Det at møde nye kontakter gennem sit netværk, have en god dialog og få kendskab til hinandens behov, fører ikke automatisk til en værdifuld relation eller en salgsmulighed. Forudsætningen for at netværket bliver værdifuldt er først og fremmest, at der bliver skabt en tillidsrelation, så ens netværk får lyst til at give anbefalinger til andre. Men selv om netværket har tillid til os, skal de også kunne huske os og vores virksomhed for at kunne hjælpe. Derfor må vi løbende tage små tiltag for at vedligeholde vores netværk.

Den bedste måde at gøre dette på er selvfølgelig at fortsætte samtalen ved at mødes eller følge op med en telefonringning. Hvis der ikke er tid til det, er der andre måder at vedligeholde kontakten - det handler om at give opmærksomhed.

En god vane og en simpel måde at give sit netværk opmærksomhed på, er f.eks. at videresende artikler til andre, der måske kunne have glæde af at læse dem. Det er ikke sikkert, at den anden person lige er faldet over artiklen, og med et klik på "Send artikel" eller "Tip en ven om artiklen", er det hurtigt klaret.

En anden god vane kan være at have fokus på at formidle kontakter videre til andre og introducere netværkskontakter til hinanden. Så når man står med et visitkort i hånden, som man ikke selv rigtig kan bruge til noget, kan man i stedet tænke over, om der er nogen i ens netværk, der kunne have glæde af kontakten - så kan man f.eks. skrive en introduktion på mail med ordene "jeg tænkte, I kunne have glæde af at tale sammen.."

Endelig er et godt praktisk tip, at man *altid* noterer sig den andens persons interesse eller behov, f.eks. på bagsiden af deres visitkort. Et tomt visitkort i lommen uden

“Ved at nævne ens aktuelle udfordring giver man sine omgivelser en chance for at hjælpe i stedet for at efterlade dem med den umulige opgave at gætte sig til, hvad de måske kunne hjælpe en med.”

notater kan hurtigt blive værdiløst, når det ligger i en stak blandt mange andre. Hvis flere og flere tager disse gode vaner til sig, vil de sprede sig som ringe i vandet og inspirere andre i netværket til at blive bedre til at netværke.

Glæden ved et godt netværk

Vores netværk er et af vores største aktiver, fordi mange af vores kunder vil finde os ad denne vej. Men netværk handler ikke bare om omsætning. Det største udbytte af et netværk kan være at finde på det personlige plan, når man møder personer, som man bygger langvarige relationer med - relationer, der sagtens kan række langt ud over rent forretningsmæssige aktiviteter.

Ikke mindst blandt iværksættere møder man nogle rigtig sympatiske mennesker med kreativitet, originalitet og engagement. Det alene gør det værd at gå på opdagelse i nye netværk.

Forslag til næste skridt

- Lav en liste over de forskellige netværksmuligheder, du har og vurder, hvilke der er relevante at deltage i.
- Få idéer til hvordan du kan hjælpe dit nuværende netværk
- Udtryk dine behov til dit netværk og bed om referencer til andre, du kunne have brug for at møde netop nu.

© 2016 VækstHjulet ApS og David Madié