

Poslovno mreženje in hitri poslovni sestanki kot pomemben element družbeno odgovornega poslovanja socialnih podjetij

mag. Mirjana Ivanuša-Bezjak
Združenje Socialna ekonomija Slovenije, socialno podjetje
Gorkega ulica 34, 2000 Maribor, Slovenia
ivanusa.mirjana@gmail.com

Povzetek: Mreženje je v poslovnem svetu ključnega pomena tako za začetnike kot izkušene podjetnike. Spoznavanje novih oseb predstavlja nova poznanstva, ki nam lahko odprejo ogromno novih priložnosti za posel. Družbeno odgovorno poslovanje socialnih podjetij temelji na poznavanju in zaupanju v poslovne partnerje. Hitri poslovni sestanki so ena izmed zanimivih tehnik (s)poznavanja novih oseb na različnih dogodkih in ob različnih priložnostih.

Ključne besede: mreženje, poznanstva, hitri poslovni sestanki, socialna podjetja

Business networking and business speed dating as an important element of socially responsible business of social enterprises

Abstract: Networking is crucial for both beginners and experienced entrepreneurs in the business world. Getting to know new people presents new acquaintances that can open up to us a lot of new business opportunities. The socially responsible business of social enterprises is based on knowledge of, and trust in, business partners. Business speed dating is one of the most interesting techniques of learning to know and knowing new people at various events and on different occasions.

Key words: networking, acquaintances, business speed dating, social enterprises

1. Poslovno mreženje

Poslovno mreženje je razvijanje odnosov s soljudmi, od nas samih pa je seveda odvisno s kakšnimi cilji ga razvijamo. Vsaka delovno aktivna oseba razvija svojo družabno in poslovno mrežo. Pri nekaterih se ti dve mreži prepletata, drugi pa se ju trudijo graditi in vzdrževati ločeno.

Poslovno mreženje nam tako prinaša obilico priložnosti oziroma ugodnosti. Lahko pridobimo dobre nasvete, najdemo ustrezne svetovalce, morda tudi sami komu pomagamo, odpirajo se nove poslovne priložnosti in ter lahko pridemo do informacij, ki nam pridejo prav v poslovnem in privatnem življenju.



Poslovno mreženje nam torej, če se ga lotimo pravilno, lahko prinese veliko pozitivnih učinkov. Če se poslovnega mreženja lotimo napačno, pa pravih rezultatov v večini primerov ni.

Kako lahko koncept poslovnega mreženja uporabimo v družbeno odgovornih (socialnih podjetjih)?

Najpogosteje je družbena odgovornost podjetij na ravni EU definirana kot koncept, znotraj katerega podjetja na prostovoljni ravni vključujejo skrb za družbo in okolje v svoje vsakodnevno poslovanje in v svoja razmerja z deležniki.

Po standardu družbene odgovornosti ISO 26000 pa je odgovornost organizacije za vplive svojih odločitev in dejavnosti na družbo in okolje, da s preglednim etičnim ravnanjem:

- prispeva k trajnostnemu razvoju,
- upošteva pričakovanja deležnikov,
- je v skladu z veljavno zakonodajo in mednarodnimi normami delovanja ter
- je integrirana v celotno organizacijo in jo izvaja v svojih odnosih. (ISO, 2010).

Skrb za družbo tako razvijamo skozi lastno vsakodnevno poslovanje z deležniki.

Pri tem pa je izrednega pomena poznavanje le-teh deležnikov.

V postopkih spoznavanja in v nadaljevanju poslovanja z njimi lahko uporabimo različne tehnike poslovnega mreženja.

Že sama definicija socialnega podjetja vključuje elemente družbene odgovornosti in s tem posledično velikega pomena zaupanja med poslovnimi partnerji.

“Socialno podjetje je nepridobitna pravna oseba, ki pridobi status socialnega podjetja in je lahko društvo, zavod, ustanova, gospodarska družba, zadruga, evropska zadruga ali druga pravna oseba zasebnega prava, ki ni ustanovljena izključno z namenom pridobivanja dobička ter premoženja ne deli, prav tako ne deli ustvarjenega presežka prihodkov nad odhodki.” (Zakon o socialnem podjetništvu)

Govoriti o zaupanju – v socialnih podjetjih - pomeni poznati svoje partnerje in sogovornike. Prvi korak k temu je vsekakor (s)poznovanje novih oseb.

Hitri poslovni sestanki so ena izmed zanimivih tehnik (s)poznovanja novih oseb na različnih dogodkih in ob različnih priložnostih.

V nadaljevanju bomo predstavili to zanimivo tehniko hitrega spoznavanja oseb v različnih oblikah in priložnostih.

2. Hitri poslovni sestanki

Business speed dating – hitri poslovni sestanki so se razvili iz hitrih zmenkov. Namen hitrih zmenkov so hitra časovno omejena (nekaj minutna) srečanja, kjer v najkrajšem času poskusimo spoznati kar največ ljudi. Zasebni hitri zmenki so se pokazali koristni tudi v poslovnem svetu ter se razvili v hitre poslovne sestanke. (<http://www.hitri-poslovni-sestanki.si/>)



Business speed dating ali po slovensko **hitri poslovni sestanki** so se razvili iz hitrih zmenkov. Namen hitrih zmenkov so kratka, časovno omejena (nekajminutna) srečanja, kjer v najkrajšem času poskusimo spoznati kar največ ljudi. Zasebni hitri zmenki so se pokazali koristni tudi v poslovnem svetu ter se razvili v hitre poslovne sestanke.

SpeedDating, kot ena beseda, je registrirana blagovna znamka AISH HaTorah. Speed dating, v obliki dveh ločenih besed, se pogosto uporablja kot splošen izraz za podobne dogodke. Prvi hitri sestanek je bil izveden v leta 1998 v Peet's Cafe na Beverly Hillsu, Ca.

Današnje zahtevne poslovne razmere v gospodarstvu in negospodarstvu ter svetovne ekonomije kar »kličče« po hitrih poslovnih sestankih. Pri sklepanju poslov je bolj kot znanje samo pomembno to, da poznaš prave ljudi na pravih mestih, saj posle še vedno delamo ljudje. Torej poslov brez pravih znanstev ne moreš sklepati, saj posameznik sam nima ključnega vpliva, večji krog ljudi pa lahko ideje lažje uresničuje.

Hitri poslovni sestanki so praviloma kratki, od ene do petnajstih minut. Nato se menjajo dvojice in posameznik spozna novo osebo. Sestanki se izvajajo stoje v paru, sede za mizo v paru, preko skypa ali videokonference. Lahko pa se izvede v skupini (praviloma za isto mizo). Organizator srečanja določi pravila in jih tudi nadzoruje in izvaja oz. moderira.

Prednosti hitrih poslovnih sestankov izhajajo iz dejstva, da »prisilimo« udeležence, da naredijo naslednje:

1. Vsak udeleženec mora v določenem času izvesti hitro predstavitev oz. pogovor o določeni vsebini.
2. Udeleženci morajo v kratkem času najti »skupne točke« zanimanja oz. poslovanja.
3. Vsak udeleženec se mora naučiti kar najhitreje najti področje, kje mu lahko sogovornik pomaga in ga to tudi vprašati.
4. Število novih poznanstev, ki se ustvarijo na takšnem dogodku, raste zelo hitro.

Na hitrih poslovnih srečanjih mora imeti vsak posameznik izdelano kratko, a jedrnato in zanimivo predstavitev samega sebe. Poudariti mora stvari in aktivnosti, ki jih želi predstaviti sogovornikom. Primerno je imeti zadostno število poslovnih vizitk in predstavitev materialov. Po zaključku sestankov je potrebno pregledati vizitke in materiale. Osebe, ki so nam zanimive, je primerno kar najhitreje kontaktirati v roku treh dni, ko je spomin še svež. Namen hitrih sestankov ni samo v spoznavanju novih oseb, temveč v hitrih odzivih v naslednjih dneh. Izkoristiti je potrebno velik nabor novih poznanstev in iz njih izbrati osebe, s katerimi bi želeli še komunicirati in sodelovati. (<http://www.entrepreneur.com/article/180954-2>.)

Seveda pa pri teh sestankih ne gre za spoznavanje popolnoma naključnih oseb, ki so se zbrale na določenem dogodku. Organizirati je potrebno srečanja zaposlenih iz različnih podjetij, srečanja med zaposlenimi in gosti ali poslovnimi partnerji ali z domačini. Paleta možnih kombinacij je skoraj neskončna.

Vedite, da v nekaj minutah s sogovornikom ne boste sklenili posla, boste pa spoznali osebe s katerimi boste morda v bodoče lahko sodelovali. Še vedno velja pravilo: čas je denar.



Posebej je pomembno, da spoznate osebo kar največ oseb, ko ste poslovno ali zasebno v tujini. Nobena stvar ne more nadomestiti osebnega kontakta.

Vsak posameznik izvaja hitre poslovne sestanke že sedaj, vendar se tega morda ne zaveda. Kaj pa je obisk sejma, poslovne konference, posveta, delavnice ali predavanja? Gre za druženje večje skupine oseb. Sedaj je potrebno samo v organizirani obliki kar največje število udeležence spodbuditi k spoznavanju in kratkemu pogovoru.

Ker smo različni, so nekateri udeleženci morda sramežljivi ali zadržani in ne zberejo poguma, da bi nagovorili neznano osebo; zato so moderirani hitri poslovni sestanki priložnost za vse navzoče.

Različni primeri hitrih poslovnih sestankov in mreženja

V nadaljevanju članka bomo predstavili sedem različnih primerov oz. variant hitrih poslovnih sestankov in mreženja v različnih panogah:

1. stoječi hitri sestanki v dvojicah v vrsti (gostje in gostitelji v storitveni dejavnosti);
2. stoječi hitri sestanki v dvojicah ob različnih mizah v prostoru;
3. sedeči hitri sestanki pri različnih mizah (z določenimi vsebinami);
4. stoječi hitri sestanki ob stoječih tablah (z določenimi vsebinami);
5. sedeči hitri sestanki za okroglimi mizami, kjer organizator določi sedežni red (med seboj pomeša neznane osebe);
6. sedeči hitri sestanki skupine s skupino;
7. sestanki več oseb preko skypa.

Vse oblike hitrih poslovnih sestankov so namenjene različnim ciljnim skupinam: turistični delavci, gostje in gostitelji, poslovni partnerji, dobavitelji, zainteresirana javnost, novinarji, ...

Za vsakega udeleženca hitrih poslovnih sestankov je pomembno, da ima v mislih sledeča izhodišča: (<http://www.entrepreneur.com/article/180954-2>.)

1. **Začnite sestanek tako, da imate v mislih njegov zaključek.**
Na sestankih niste zato, da boste takoj sklepali posle. Na sestanku ste zato, da boste vzpostavili kontakt z kar največ osebami v prostoru. Če vidite v hitrem sestanku spoznavni dogodek, ste z mislimi že pri končnem rezultatu - spoznati kar največ oseb.
2. **Hitri poslovni sestanek naj bo vaš »mini intervju«.**
Razmišljajte, kaj zanimivega bi želeli izvedeti od sogovornikov. Z namenom pomagati obema – postavljajte vprašanja, ki bodo obema pri pridobivanju obojestransko koristnih informacij.
3. **Delajte si zapiske,**
če si s sogovornikom niste izmenjali poslovnih vizitk.
4. **Akcija – čim prej pokličite ali kontaktirajte zanimivega sogovornika.**
Skrbno zberite vizitke in materiale od vsakega posameznika, s katerim ste komunicirali. »Magičnost in namen« hitrih poslovnih sestankov se zgodi v naslednjih dnevih oz. tednih, ko se z izbrano osebo dobite na »dolgem« poslovnem sestanku.



Hitri poslovni sestanki kot oblika mreženja

Hitri poslovni sestanki so dejansko samo oblika mreženja, ki se lahko nadaljuje v B2B (business to business) ali B2C (business to customer) poslovanje.

Zadnji dve leti se v Sloveniji pospešeno uveljavlja Business Speed Networking. Gre za orodje mreženja, s katerim si posameznik širi mrežo poslovnih stikov na organiziranih in moderiranih srečanjih. Business Speed Networking (BSN) je neke vrste derivat hitrih zmenkov, pri čemer skuša posameznik izmed množice novih znancev zožiti izbor na najbolj primerno osebo, medtem ko si pri BSN širimo mrežo poznanstev in si posledično odpiramo možnosti za nove poslovne priložnosti.

BSN je lahko samostojna prireditev, ko ponavadi hitri zmenki potekajo v večji sobi ali dvorani z več mizami, vsak par, ki sedi za svojo mizo, pa ima na voljo pet do sedem minut časa. Lahko pa so udeleženci BSN razdeljeni na več skupin (s po štiri do deset ljudi, ekipo ponavadi sestavijo s pomočjo računalniškega programa) in ima nato vsaka skupina med pet in petnajst minut časa. Posameznik naj bi v eni uri spoznal vsaj deset novih ljudi. In če gledamo to s stališča prodajalca, gre za velik prodajni potencial.

Najnovejši slovenski primer dobre prakse vključevanja BSN pa je letošnja prireditev Gazela v organizaciji časopisa Dnevnik. Na njihovih letošnjih uradnih podelitvah naziva Gazela so oz. bodo izvedli hitre poslovne sestanke in mreženja.

BSN pa je lahko tudi sestavni del druge prireditve, kot je na primer konferenca, forum, sejem, ali pa srečanje podjetnikov in izbor najboljših podjetij, kot bo to letos na regijskih izborih gazel. V tem primeru udeleženci lahko stojijo v dveh vrstah obrnjeni drug proti drugemu, ali pa v dveh krogih (notranji in zunanji). Moderator pojasni pravila in konec časa spoznavanja enega para označi z zvonjenjem zvončka. Pri tej obliki je čas za vsak par še bolj skopo odmerjen, saj naj bi imel samo tri minute časa, prednost pa je, da lahko v sorazmerno kratkem času – v pol ure - posameznik spozna deset ljudi.

Kratko odmerjeni čas za spoznavanje sogovornikov v okviru BSN pa od udeleženca terja dobro pripravljenost, saj mora biti sposoben v pičli minuti dobro in hkrati dovolj zanimivo predstaviti sebe in namen udeležbe na mreženju ter dati novemu znancu vsaj ključne kontaktne podatke. To je najlažje storiti z vizitko ali izmenjavo podatkov po digitalni poti.

Nenazadnje pa je čas sedenja na posvetih in kongresih zelo primerno popestriti s stoječimi variantami BSN. Med stanjem sta telo in duh bolj sproščena in pripravljena na nove aktivnosti. Verjamem, da so hitri poslovni sestanki učinkoviti, če jih izvedete prav. Gre za zabaven, energičen in dinamičen postopek, s katerim lahko dosežete cilje. Ni ga čez osebno srečanje in osebno komunikacijo. (povzeto po <http://www.entrepreneur.com/article/180954-2>.)

Vsekakor pa ima mreženje izjemno moč. Četudi možnosti za poslovno sodelovanje s sogovornikom v prvem trenutku ne vidite, ostanite odprti in razmislite, ali mu lahko pomagate s svojimi poznanstvi. In seveda obratno - ali vam lahko sogovornik pomaga pri povezovanju z ustreznimi partnerji, s katerimi ima dobre izkušnje. Tako si boste skrajšali čas za iskanje ustreznih povezav. Po podatkih Harvard Business Review naj bi po podatkih ene od raziskav



kat 79 odstotkov vprašanih odgovorilo, da so neposredna srečanja najbolj učinkovita pot za krepitev prodaje, 95% pa jih je poudarilo, da so osebna srečanja ključnega pomena za dolgoročno uspešno sodelovanje. (povzeto po <https://hbr.org/2018/08/how-to-diversify-your-professional-network>)

V tujini pa so mnogokrat organizatorji in pobudniki hitrih srečanj prav različne zbornice in združenja ali šole.

3. Zaključek

Idejo hitrih poslovnih sestankov sem v Maribor »prinesla« pred dobrimi petimi leti. Z vztrajnim ponavljanjem in predstavljanjem ideja ter tehnike se je le-ta zelo lepo razširila na različnih področjih.

Hitre poslovne sestanke tako danes izvajajo na različnih dogodkih (kot uvodno spoznavanja), kot hitre zaposlitvene zmenke ter kot hitre predstavitve različnih tematik po določenih dogodkih.

Hitre poslovne predstavitve sem izvedla tudi v okviru projekta Model M v različnih krajih Slovenije.

Najbolj pa sem vesela, da sem imela že dvakrat priložnost izvesti hitre poslovne predstavitve z več sto udeleženkami na Kongresu podjetnic jugovzhodne Evrope v Zagrebu leta 2017 in 2018. Ponovno jih bom v Zagrebu izvedla leta 2019.

Z organizatorji kongresa se spogledujemo tudi z Guinnessovim rekordom – 480 udeležencev na hitrih poslovnih sestankih. Na enem mestu zbrati takšno število udeležencev je velik izziv.

Na vaših delavnicah in seminarjih ter različnih drugih oblikah druženja vključite hitre poslovne sestanke v najrazličnejše programe. Organizirajte za vaše poslovne partnerje oz. goste hitre medsebojne spoznavne sestanke. Organizirajte sedeče sestanke v dvojicah med gosti in zaposlenimi v turističnem objektu. V okviru poslovnega sejma organizirajte stoječe in sedeče ter skype sestanke med vsemi udeleženci. Omogočite jim to, kar si najbolj želijo – osebni kontakt in osebno komunikacijo.

Spoznali boste svoje goste in druge poslovne partnerje, njihovo mnenja, želje in pričakovanja. Ter najpomembnejše – z njimi bomo vzpostavili osebni kontakt.

In prav osebni kontakt je prvi korak k nadaljnjemu sodelovanju, ki nas nato pripelje do najpomembnejše vrednote – zaupanju v človeka.

Vse bralce prispevka izzivamo, da hitre poslovne sestanke in mreženja vključijo v svoje programe in delovanje. Naj bo to vaša dodana vrednost, ki jo ponujate. Vsem udeležencem in gostem predlagamo, da se hitrih sestankov kar v največji meri udeležujete. Enak predlog je namenjen tudi organizatorjem dogodkom, ki jih organizira IRDO.



Literatura in viri:

1. *How to Diversify Your Professional Network.*, 2018. Dostopno: <https://hbr.org/2018/08/how-to-diversify-your-professional-network>
2. *Hitri poslovni sestanki.* 2018. Dostopno: <http://www.hitri-poslovni-sestanki.si/>
3. *Ivanuša-Bezjak, Mirjana.* 2011. *Poslovno združevanje in mreženje, revija Denar, str. 30-32.*
4. *Speed Networking and Beyond.* 2018. Dostopno: <http://www.entrepreneur.com/article/180954-2>

