



Работа в мрежа, изграждане на екосистема и навлизане на международни пазари

Програма за обучение Предприемачество за фрилансъри и стартъпи в КТИ

Комбиниран модул за обучение 4 **Работа в мрежа, изграждане на екосистема и навлизане на международни пазари**



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Подкрепата от страна на Европейската комисия за производството на тази публикация не представлява одобрение на съдържанието, което отразява само възгледите на авторите и Комисията не може да носи отговорност за каквото и да е използване на съдържащата се в нея информация. Номер на проекта: 2018-1-DE02-KA202-005232

Автори: Francois Morin, Alanam

Декларация за авторски права

Creative Commons Attribution-Non-Commercial-Share-Alike 4.0 International License.

Свободни сте да:

- Споделяте — копиране и разпространение на материала във всякакъв носител или формат
- Адаптирате — ремиксирайте, трансформирайте и надграждате върху материала при следните условия:
 - Приписване — Трябва да дадете подходящ кредит, да предоставите връзка към лиценза и да посочите дали са направени промени. Можете да го направите по всякакъв приемлив начин, но не и по начин, който предполага, че лицензодателят одобрява вас или вашата употреба.
 - Некомерсиалност — Не можете да използвате материала за комерсиални цели.
 - Споделяне по същия начин — Ако ремиксирате, трансформирате или надграждате върху материала, трябва да разпространявате своя принос под същия лиценз като оригинала.

Забележка

Обучителната програма на CreatINNES е разработена като смесена програма за обучение, съчетаваща електронно обучение (самостоятелно учене, разчитащо на онлайн учебни ресурси) и дейности лице в лице в учебна стая, водени от квалифициран обучаващ.

Разделите в този модул са предназначени да предоставят на обучаемите най-важната информация относно предмета на модула, в съответствие с констатациите от анализите, проведени в рамките на Интелектуална продукция 1 от проекта CreatINNES.

Предоставеното учебно съдържание е предназначено да послужи за независимо обучение и не претендира да обхваща всички възможни аспекти и съответни проблеми, отнасящи се за разглежданата тема.

Потребителите са единствените отговорни да гарантират, че разполагат с достатъчен и съвместим хардуер, софтуер, телекомуникационно оборудване и интернет услуги, необходими за използването на онлайн кампуса и модулите.

Съдържание	
Описание на обучението	4
Цели на този модул на обучение	4
Целеви групи	4
Компетенции и умения след завършването на този модул	4
Метод на обучение	5
Съдържание на обучението	6
Раздел 1 – Основите на работа в мрежа	6
Раздел 2 – Създаване на вашата мрежа и екосистема	12
Раздел 3 – Мрежа за продажби и международна експанзия.....	15
Упражнения	20
Упражнение 1 Изграждане на успешна мрежа	20
Упражнение 2 Умения за работа в мрежа	20
Упражнение 3 Пазарна мрежа	20

Описание на обучението

В този модул ще научите какви видове мрежи съществуват, както и необходимите умения и полезни методи за създаване и подобряване на мрежа. Обучителният модул за създаване на мрежи CreatINNES е за различни мрежи от местни, регионални и транснационални партньори, добавяйки стойност към съществуващите екосистеми, като по този начин е практичен в изграждането на ресурси за навлизане на международните пазари.

Работата в мрежа е много важна дейност, която не бива да се подценява, с цел партньорите и заинтересованите страни в екосистемите да се учат един от друг, да споделят опит и да разширяват икономическите си дейности..

Цели на този модул на обучение

Този модул има за цел да помогне на стартъпите и предприемачите да разберат кои компетенции трябва да притежават (или сте обучени да притежавате), за да бъдете добри в работата в мрежа на лично ниво. Това ще ви даде ценни приложими умения, които да използвате, както следва:

- Да знаете кои организационни умения е нужно, за да утвърдите или да участвате в мрежи
- Да разбирате различните видове мрежи
- Да научите за мрежите и как работят с концепции за регионално развитие

Целеви групи

Този модул за обучение е проектиран така, че да отговаря на нуждите от обучение на следните заинтересовани страни:

- Заинтересовани страни, работещи в туристическия сектор и финтех индустрията;
- Фрийлансъри в КТИ;
- Стартъпи в КТИ;
- Предприемачи, които искат да използват мрежи за създаване на стойност при тяхното разширяване; и
- Регионални организации и институции.

Компетенции и умения след завършване на този модул

След изучаване на този модул,

- Ще имате по-добро разбиране защо работата в мрежа е важна и как да включите във вашата бизнес верига за стойност нови екосистемни партньори
- Ще разберете различните типове мрежи и тяхната стойност за вашата; и
- Ще сте научили защо е важно да изградите екосистема от мрежа за продажби.

Метод на обучение

Учебната философия **CreatINNES** популяризира уникален ангажиращ метод на обучение, базиран на следните аспекти:

- Учебни сесии на кратки интервали, които включват много добре структурирано учебно съдържание;
- Дълбоко усещане за участие и сливане на действие и съзнателност;
- Усещане за контрол и справяне със задачата, която ще намерите в края на модула;
- Удоволствие и провокиране на допълнителен интерес.

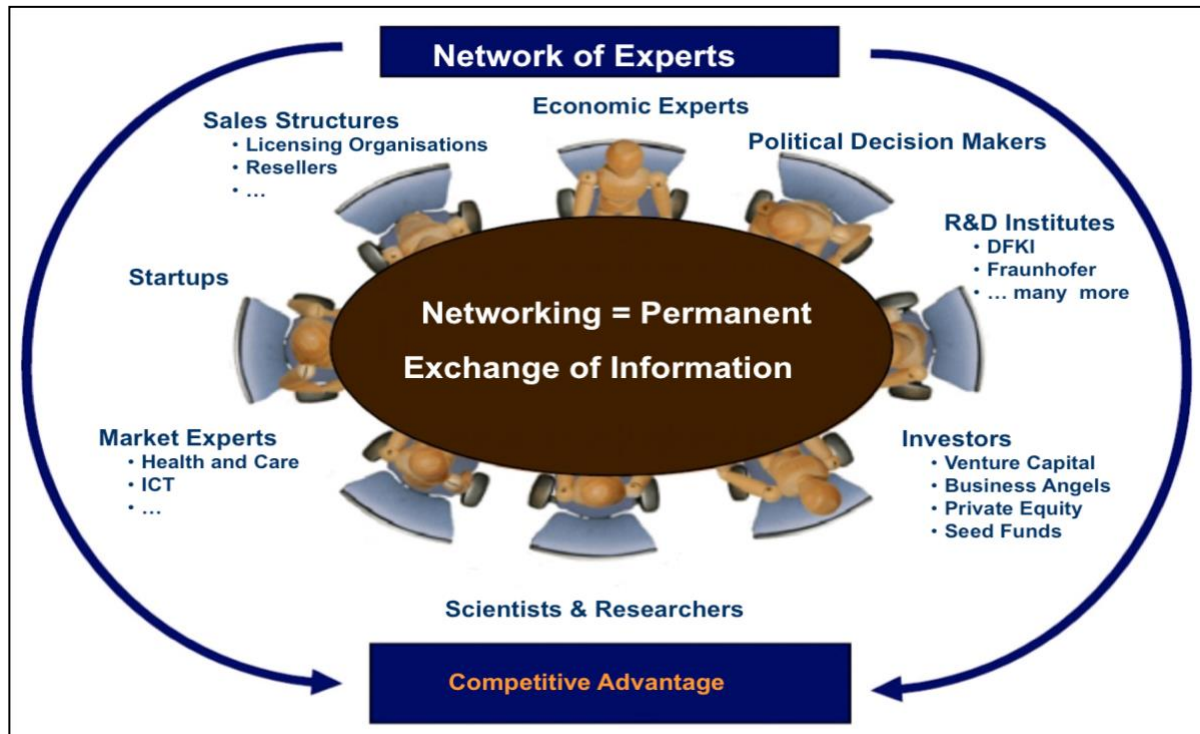
CreatINNES се фокусира върху интерактивен подход за обучение:

- Модулите като учебен материал за самообучение;
- Използване на интерактивната онлайн платформа на CreatINNES за обучение: moodle.creatinnes.eu за улеснени тренировъчни сесии в група с професионален учител.

За разлика от преподавателите в класната стая, които предоставят на своите ученици насоки и някои допълнителни указания, вие трябва да поемете отговорностите за управление на време и контрола над вашия учебен прогрес.

Съдържание на обучението

Раздел 1 – Основите на работата в мрежа



Изображение 1. Източник: с/о INI-Novation GmbH, Germany

Тагове:

Networking, partnership, exchange of information, exchange of knowledge, types and categories of networks, practice of networking, networking strategies, network density

Раздел 1 – Въведение

За стартапи и предприемачи всички видове социални контакти (мрежи) са от решаващо значение: колкото повече контакти имате, толкова повече потенциални клиенти ще генерирате. В крайна сметка, би трябвало да имате повече продажби. Въпреки че има някаква истина в тази мисъл, това е опростено обяснение, защото съществуват различни конфигурации на мрежи и има различни правила за всяка мрежа. Всички ние се свързваме с мрежи, независимо дали създаваме нови приятели или съседни или нови приятели в бизнес средата. Но ще трябва да възприемете определена мрежа в зависимост от вашите цели. Започнете като разгледате себе си и вашата организация. Как ви помага в работата да се срещате и да контактувате с други? Как помага на другите да се срещнат с вас и да разширят своите знания и начини на работа? Как може това да се използва за стартиране на мрежа за информация, за разширяване на бизнес дейностите или за маркетинг на продукти и услуги?

Какво е работа в мрежа? (*нетуъркинг, от англ. networking*)

Работата в мрежа може да се тълкува по различни начини и се предлага в различни форми. Всеобщото разбиране обаче е, че става въпрос за изграждане на взаимоотношения, обмен на информация между членовете на мрежи и изгода от общи страни. Тя се основава на идеята да си помагаме взаимно и да споделяме значителни знания между страните.

Работата в мрежа не е проста задача, но е от голямо значение при позициониране на продукт или организация в обществото и на пазара. Освен това предлага уникална възможност за разширяване, развитие и иновации, до която не може да се достигне самостоятелно.

В рамките на мрежата отделните партньори работят заедно за една цел, което води до взаимно доверие като категорична основа за успех. По този начин партньорството в мрежата води до различно разбиране за конкуренцията и чувство за принадлежност. Това насърчава иновациите и създава възможности за укрепване на вашата собствена организация и / или продукти. Примери за това са например създаването на нови съвместни оферти, които не биха били възможни за изолирани доставчици, или създаването на нови вериги за създаване на стойност, т.е. мрежи за доставки или търговски мрежи. Да бъдеш част от мрежа, обаче, не трябва да се прави единствено с цел бизнес. Самата мрежа има свое собствено съществуване и своите цели и това, че сте част от нея, означава за вас да сте там за първоначалната цел на мрежата, а не за правене на бизнес. Например, свързването в мрежа чрез състезания по голф е често срещано явление, но предимно сте там за спорт, а не за бизнес цели. Мрежите се представят под различни форми:

Видове мрежи:

Мрежите могат да бъдат класифицирани по различни начини и да бъдат формирани чрез различни средства.

1. За начало, мрежите могат да бъдат категоризирани по функция:

Хоризонтални мрежи – Тук организациите в една и съща област работят заедно в мрежа. В мрежата договарят общи постижими цели и стандарти на, например, производство, и всички работят за постигането им.

Вертикални мрежи – Събиране на съвсем различни организации, може би високотехнологичен стартъп с логистична компания; дистрибутор и маркетингова агенция. Това са много различни организации, но ще има синергии, върху които може да се надгради.

Странични и междусекторни мрежи – Например, креативност и бизнес мениджмънт. Те се използват, когато фокусът е една обща тема, може би иновации, и как тя включва поддържащи аспекти на управление. Как тази тема може да се използва за подобряване на иновативния продукт или услуга?

Икономически мрежи – Насочен към генериране на доходи за членовете и фокус върху бизнес възможностите за мрежата в по-широк мащаб, отколкото само на местно ниво.

Работа в мрежа в сдружения с нестопанска цел – насочена към работа в мрежа със социално въздействие.

2. На второ място, мрежите могат да бъдат категоризирани по използване на пространството. То се фокусира върху географска област, например тя може да бъде международна, национална, регионална, местна или дори виртуална.
3. На трето място, мрежите могат да се формират според правна позиция. Има различни видове като съюзи, динамични мрежи, хетерогенни мрежи, където контролът се разпределя, и под-йерархични мрежи, където има един доминиращ фактор.

Практикуване на работа в мрежа

Работата в мрежа може да се извърши по много начини и почти по всякакъв повод. Например, когато отидете на обедна среща, конференция или друго социално събитие. Важно е винаги да имате предвид въпроса „На кого мога да помогна днес?“. Потърсете печеливши варианти. Когато помагате на други, жестът често се връща. Дългосрочните награди под формата на връзки и информация могат да дойдат от работата в мрежа. Имайте предвид, че каквото дадете – това ще получите. Жестът може да ви бъде върнат не от този, на когото помагате, а от някой човек от мрежата или дори от друга мрежа

Работата в мрежа е задача, изпълнявана индивидуално от първа ръка; следователно, някои лични умения се нуждаят от развитие, докато станете успешен неутъркър.

1. Бъдете щедри!

Когато работите в мрежа е важно да сте готови да споделите знанията си, необходими по определена тема, за да помогнете на други. Вие вече сте източник на информация. Когато споделяте знанията си, ще развиете контакти, които в други случаи могат да ви предоставят информация по по-слабо позната тема от ваша страна. Вслушването в други хора и установяването на техните нужди може да помогне за установяването на трайни взаимоотношения.

2. Бъдете интересни!

Не бъдете стеснителни и се опитайте да участвате в разговор, като задавате въпроси, предлагате коментари и споделяте своите наблюдения. Ще привлечете интересни хора, когато покажете колко сте полезни и колко уместна е вашата собствена информация.

3. Бъдете позитивни!

Вашето отношение определя как ще откриете потенциални партньори. Следователно е много важно, например, да се усмихвате, когато влизате в дадено помещение и да реагирате с ентузиазъм. Опитайте се да се насладите на този процес на изграждане на взаимоотношения.

4. Бъдете редовни и търпеливи:

Един контакт може да се превърне във възможност, когато най-малко го очаквате.

Освен гореспоменатите умения, работата в мрежа изисква и някои организационни умения. За да работите в мрежа по успешен и ефективен начин, имате нужда от (1) стратегия за придобиване на правилните партньори или хора, с които да се свържете, и (2) последваща стратегия, която да приложите след като сте се запознали с подходящите партньори или лица.

За да определите стратегията си за работа в мрежа, можете да си зададете няколко въпроса.

Като отделна личност:

Кои умения смятате, че вашите ключови умения? Могат ли да бъдат полезни в работата в мрежа? Активен участник ли сте или слушател? Излизате ли да се срещате с хора на събития и срещи и веднага се свързвате с хората или сте човек, който обича да слуша и преценява, преди да установи връзки? Щастливи ли сте да общувате с всякакви хора или това е нещо, което се налага да научите?

Като член на вашата организация:

Какви колективни умения могат да бъдат полезни при започване на работа в мрежа и изграждане на локални връзки? Какви познания имате за вашето населено място, които са полезни за стартиране на мрежа? Вашата област вече установена ли е като зона на бизнес фокус? Ако не, как бихте започнали да допринасяте добавена стойност?

Основни стратегии за работа в мрежа

Мениджърите гледат на търговските мрежи често само от гледна точка на преки контакти. Но за някой, който познава много хора, не означава да има ефективна работна мрежа. Работата в мрежа често се отплаща и чрез непреки контакти. Колкото повече мрежови партньори има вашият пряк мрежов партньор, толкова по-ценен може да бъде той за вас.

Гъстотата на мрежата е друга важна характеристика: Познават ли контактите на продавача все едни и същи хора или техните сътрудници са широко разпръснати? Гъстите мрежи са подходящи за определени типове задачи, разпръснатата мрежа за други. Разредените мрежи са по-добри за получаване на достъп до уникална информация. Колкото по-гъста е мрежата, толкова по-голяма е вероятността членовете на мрежата да познават едни и същи хора и да получават една и съща информация.

Има някои основни съвети и трикове, които трябва да имате предвид докато работите в мрежа, които са необходими за подобряване на ефективността на вашите мрежови дейности.

1. Направете се разпознаваеми

Звучи очевидно; много е важно обаче да се утвърдите сред потенциалните клиенти. Когато сте известни, хората по-лесно ще се свържат с вас или ще ви посетят.

2. Не бъдете стеснителни

Уверете се, че сте лесно достъпен като човек. Трик за постигане на това е да помолите другия човек да разкаже малко за себе си и своя опит по определена интересуваща тема. Повечето хора имат уникална история за разказване и това ги кара да ви се доверят още повече. Чрез установяването на тази лична връзка можете да прецените техните нужди и да сравните това с вашите собствени нужди или вашите установени мрежови нужди.

3. Бъдете подготвени

Изключително важно е да представите целите и ценностите си или тези на вашата организация в рамките на триминутен период. Когато можете да представите случая си за толкова кратко време се увеличава шансът, че човекът, с когото говорите, ще запомни информацията, която сте предоставили. Ако можете да представите основния си бизнес и причината, поради която се свързвате в мрежа, значи сте постигнали значителен напредък в предаването на вашето съобщение.

4. Не мислете краткосрочно

Когато човек или страна не е в състояние да ви помогне или да ви предостави ценна информация в момента, не означава, че това не може да се случи в бъдеще. Опитайте се да мислите в дългосрочна перспектива и да определите дали някои страни могат да бъдат интересни за вас в бъдеще.

5. Попитайте другите какво можете да направите за тях

Мрежите се основават на социалния капитал, това е въпрос на сътрудничество.

6. Бъдете доброволец

Да бъдеш доброволец отваря много врати за работа в мрежа, когато навлизате директно в обществото и се популяризирате.

7. Използвайте активна и пасивна работа в мрежа

С пасивна работа в мрежа вие изследвате страна или човек от интерес, например чрез Интернет, и получавате информация чрез определени медии. Пасивната работа в мрежа може да се използва като утвърдена основа за активна работа в мрежа и среща с някого лично или активно подхождане към интересна страна.

8. Последващи действия

Никога не забравяйте последващия контакт след като сте се срещнали с някого. Можете просто да им изпратите имейл за благодарност или да продължите разговора за неща, които сте обсъдили. Не забравяйте да поддържате дадени контакти, за да можете да поискате нещо в бъдеще. Съживете вашата мрежа: еднакво възнаграждаващо е да съживите мрежата си и да се свържете отново с хора, с които сте загубили контакт, както и да събирате нови визитки.

Работата в мрежа може да бъде предизвикателна задача и се отдава на едни хора по-естествено от на други. Работата в мрежа трябва да се осъществява взаимно, не можете просто да притиснете някого. Както бе споменато по-горе, това е въпрос на даване и вземане, на взаимодействие, и когато вземете твърде много най-вероятно

ще загубите новосъздадения си партньор. И ще бъдете известни като опортюнист. Двете участващи страни трябва да имат чувството, че връзката може да бъде от полза за тях.

Въпреки че може да сте повече слушатели, важно е да работите в мрежа, за да се изявите. Вие също така трябва да се самооцените и да се утвърдите като интересна страна за взаимодействие.

Уверете се, че не затрупвате срещнатата страна с цялата информация наведнъж. Искате да ги запазите любопитни и да се връщат с молба за още. Освен това, когато ги затрупате с информация е по-вероятно те да не запомнят вашето ключово съобщение или основен въпрос.

Препоръки за допълнителна информация

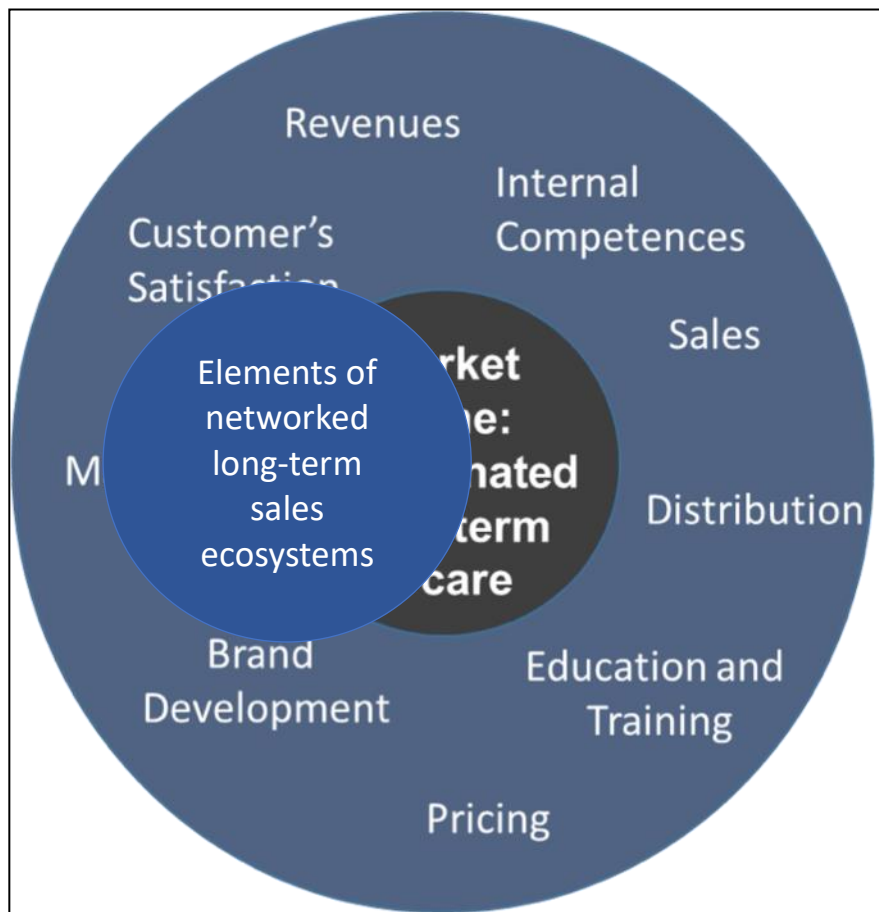
Предлагаме да преминете и програма за обучение „Креативно мислене за иновации“, Комбиниран модул за обучение 3: Визуално брендиране, Добри практики 2 Сътрудничеството между недизайнери и дизайнери. Ще получите интересни прозрения по отношение на взаимоотношенията между дизайнери и недизайнери. Целият модул хвърля светлина върху „краткото описание на дизайна“ и неговата основна роля по отношение на създаването на уникална корпоративна идентичност. Ще се запознаете с формата на краткия дизайн, неговата дължина и някои ценни съвети и трикове, които може да искате да вземете предвид, за да работите безпроблемно с вашия дизайнерски екип.

Допълнително четиво за Раздел 1:

1. Ainscow M., Muijs D. & West M. (2010) 'Why network? Theoretical perspectives on networking', School Effectiveness and School Improvement, Vol. 21, No. 1, 5–26
2. Cameron A. F. & Street C. T. (2007) 'External Relationships and the Small Business: A Review of Small Business Alliance and Network Research', Journal of Small Business Management 2007 45(2), pp. 239–266
3. Derek Coburn, 'Networking is not working'. (2014) Idea Press
4. Dodd S. & Patra E. (2002) 'National differences in entrepreneurial networking', Entrepreneurship & Regional Development, 14, 117-134
5. Grant A. (2013) 'Give and take', London: Penguin books
6. Griffin K., Gorman C., O'Halloran. E., & Stacey J. (2008) The Use of Networking in Developing and Marketing the Irish Ecclesiastical Product'. Failte Ireland & Dublin
7. Turak, A. (2015) Business Secrets of the Trappist Monks. Columbia Business School Publishing

Препратки:

Раздел 2 – Създаване на вашата мрежа и екосистема.



Изображение 1. Източник: c/o INI-Novation GmbH, Germany

Тагове:

Network creation, ecosystems, sustainability, network management, network financing

Раздел 2 - Въведение

Полагането на усилия в работата в мрежа винаги се отплаща. Създаването на подходяща партньорска екосистема около вашия бизнес помага за установяването на устойчиви бизнес отношения. Добре установените бизнес отношения поддържат всякакъв вид генериране на бизнес стойност, било то при закупуване, при производство, при продажби и дистрибуция и при управление и контрол. Няма определени концепции за създаване на мрежи. Преди да установите мрежи, наистина трябва да познавате добре зоната на фокус и региона си.

Как да изградите мрежа

Няма конкретен план за това как да се създаде мрежа. Съществуват обаче определени мерки и добри практики, които дават представа какво да се вземе предвид при изграждането на мрежа.

От съществуващите примери за добри практики може да ви бъде полезно следното:

- Успешните мрежи - независимо дали са създадени формално или неформално - са дългосрочни инициативи, основани на солидни модели на финансиране, които са разработени съвместно през годините.
- Мрежите се нуждаят от търпение и шанс за растеж и развитие с малки стъпки.
- Тези мрежи често се водят от личности със развити умения за работа в мрежа, хора, които разбират, че мрежите са чувствителни структури, които се нуждаят от стратегия, правила и устойчиви структури.
- Воденето и организирането на мрежа не е нито доброволна работа или хоби, но се нуждае от време и професионален ангажимент.
- Успешните мрежи се основават на общо разбиране за нуждите на местните представители. Мрежите трябва да се справят с индивидуалните амбиции. От съществено значение е да сте наясно, че тези амбиции могат да унищожат процеса на взаимно доверие и разбиране.
- Мрежите са отворени за нови партньори и никога не са организирани като „затворен магазин“. Те насърчават и приветстват новите членове като приятели и сътрудници, а не като конкуренти.
- Те могат да бъдат тясно свързани с публичните власти и организациите за регионално планиране.
- Те насърчават членовете си за по-нататъшно образование или предлагат свои програми за обучение.
- Те се срещат по ясно определен и надежден график без по-големи пропуски.
- Мрежите също така имат социален аспект и насърчават приятелствата.

Превърнете вашата мрежа в устойчива екосистема

В дългосрочен план е важно да запазите партньорите си в мрежата като привличащ и привлекателен елемент от вашата бизнес екосистема, от който всички членове получават някакви предимства. Следователно устойчивите мрежи имат нужда от:

1. Структура,
2. Официална ангажираност на членовете,
3. Отговорно лице, което може да изпълнява работа на пълен / непълен работен ден,
и
4. Финансов модел.

Структурата на вашата мрежа е променлив фактор и може да се различава в зависимост от тематиката или правните изисквания. Всяка държава има свои собствени закони и насоки, които са приложими за такива официални мрежи. Такива правила и разпоредби са от решаващо значение за издръжливостта на мрежата и процеса на нейното създаване.

Това е особено валидно, когато искате да има правен ангажимент на членовете. Ето защо се препоръчва да се прави преглед на всякакви правни въпроси, повечето регионални и национални власти в европейските държави-членки предлагат безплатни брошури и консултации.

Тъй като ангажираността на членовете е едно от най-важните неща за поддържане на мрежа, вие като организация трябва да инвестирате заедно с членовете. Ангажиментът може да се поеме по различни начини, като закупуване на акции, членски внос или дарение.

Когато мрежата се разраства, може да бъде от полза да се установи човек, който може да бъде признат за отговорен за ежедневните задачи на мрежата. Той помага за запазването на мрежата и ѝ позволява да продължи да расте.

И накрая, когато мрежата се превръща в по-професионална, е необходим финансов модел, за да продължи да работи и да бъде от полза за нейните членове. Най-често използваният модел е членският внос или други възможности за финансиране чрез местни или регионални власти.

Препоръчки за допълнително четене:

1. Networking for the networking averse, Lisa Green Chau, TedED, March 28, 2013, <https://ed.ted.com/lessons/networking-for-the-networking-averse-lisa-green-chau>

Препратки:

1. Büchel B. & Raub S. (2002) 'Building Knowledge-creating Value Networks', European Management Journal Vol. 20, No. 6, pp. 587–596
2. Ferrazzi K. & Raz T. (2014) 'Never Eat Alone, Expanded and Updated: And Other Secrets to Success, One Relationship at a Time', Hardcover
3. Carnegie D. & MacMillan A. (1988), 'How to win friends & influence people', New York, Simon and Schuster Audio
4. Gerber S. & Paugh R. (2018) 'Superconnector', Hachette Audio

Раздел 3 – Търговски мрежи за международна експанзия



Изображение 1

Източник: Sue Ann Kern: *LinkedIn Exploits the Power of Networking*, December 2012

Тагове:

Prospect networks, identifying customers, customer networks, upselling, marketplaces, crete solutions, intra-organisational networks, deal closing;

Раздел 3 - Въведение

Повечето търговци развиват връзки в рамките на четири социални мрежи:

- Потенциалните мрежи включват ключовите лица, вземащи решения в потенциалната фирма, както и хората в нейните групи за покупки и инженеринг; тези мрежи включват и други влиятелни лица във и извън перспективната фирма.
- Клиентските мрежи се състоят от лица, които са настоящи клиенти.
- Пазарните мрежи включват бивши колеги, членове на търговски асоциации и други участници на пазара, с които търговците поддържат връзки. Контактите с представители на други фирми, продавачи в една и съща клиентска база, са особено интересни компоненти на тази мрежа, тъй като тези представители могат да имат сходна мотивация, но не са конкуренти.
- И накрая, продавачите развиват връзки с хора в рамките на собствените си организации. Тези инженери, мениджъри, търговци, производствени експерти и търговски представители съставляват вътрешноорганизационните мрежи на продавача.



Ако искате да разберете как функционират мрежите, трябва да разгледате най-ефективната мрежова конфигурация за всеки етап от процеса на продажба и да предприемете необходимите действия за създаването ѝ:

1. Използване на пазарни мрежи за идентифициране на клиенти:

Успехът на този първи етап зависи от придобиването от продавача на точна и навременна информация за възможностите от контакти извън организацията на продавача и на пазара като цяло. В идеалния случай събирате информация, която конкурентите ви не знаят.

2. Действие в потребителски мрежи за придобиване на подкрепа и идентифициране на възможности за повече продажби:

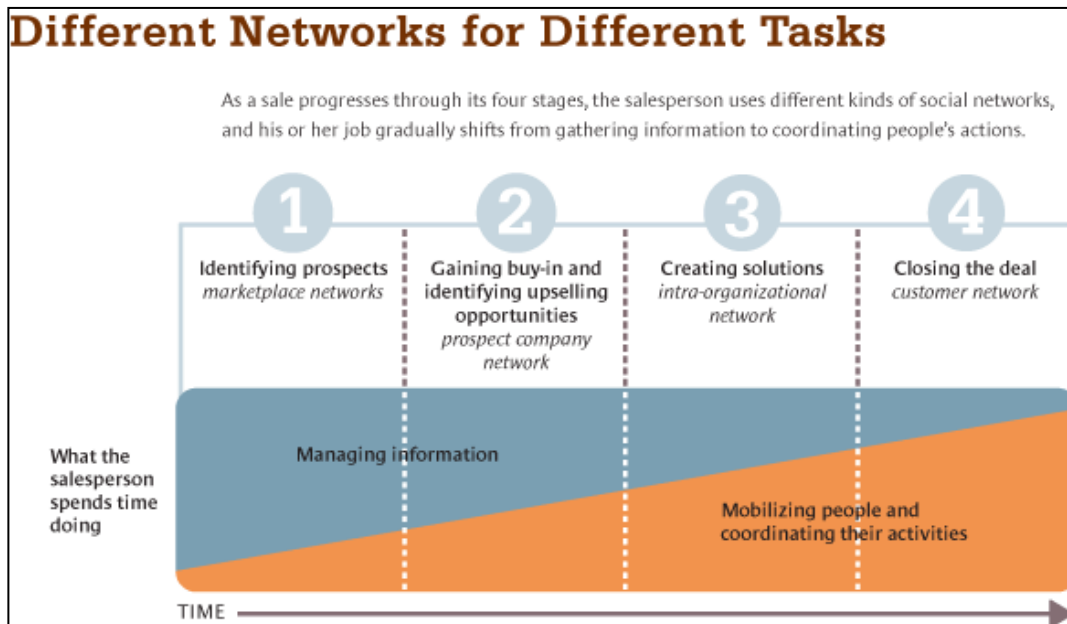
На този етап продавачът трябва да планира потенциалната организация и да осигури срещи с ключови лица, вземащи решения, така че продаващата фирма да получи сериозното внимание, което заслужава. Това включва да се знае кой от потенциалната компания взема решенията, кой има влияние и какъв е основният проблем на потенциалния клиент. Тъй като отговорите трябва да идват от перспективата, продавачът се нуждае от хора в тази организация, които да му помогнат да постигне целите си.

3. Използване на вътрешноорганизационни мрежови контакти за създаване на решения:

На третия етап продавачът предлага решение на потенциалния клиент, но рядко самостоятелно. Успехът тук зависи от способността на продавача да определи къде се намират компонентите на решението в собствената му организация - и от уменията му да мобилизира и координира тези ресурси.

4. Използване на клиентски мрежи за сключване на сделки:

На последния етап, приключване на сделката, работата на продавача е да премахне колкото се може повече от несигурността на клиента. Потенциалният участник се чуди: Това наистина ли е най-доброто решение? Може ли тази компания да го предостави? Ще съществува ли компанията след две години? Ще отговаря ли продавачът на телефона, ако нещата не се получават? Потенциалният участник ще иска да говори с други клиенти, които могат да хвърлят светлина върху рисковете, така че продавачът трябва да мобилизира контакти в предварителните продажби, за да завърши сделката.



Изображение 2. Източник: Harvard Business Review - Продажби – юли/август 2006

На всеки етап усилията на продавача трябва да се съсредоточат върху два основни и допълващи се вида действия за управление на мрежата:

- Управление на информационния поток и
- Координиране на усилията на контактите.

Някои етапи изискват повече от един тип, отколкото другия. Всъщност колкото повече управление на информация се изисква, толкова по-малко координиране е необходимо и обратно. (вижте Раздел 1 и 2 от този модул).

Друг полезен подход, често срещан в професионалните услуги, но приложим в много продуктови среди, е създаването на групи, които обхващат функционални области. Членовете на нашата екосистема стават част от неформална мрежа, така че ако напр. корпоративен адвокат от групата се нуждае от помощ по съдебен спор, той вече има връзка с адвокат чрез групата. По същество този подход създава относително оскъдни мрежи за членовете на всяка област на практика.

Старшите мениджъри трябва да гарантират, че възгледът за продажбите в работната мрежа се превръща в норма в цялата организация, така че продавачите да могат лесно да усвоят мрежовите умения. По този начин мениджърите трябва да насърчават организационна култура, която поддържа дейности, благоприятни за мрежата.

Обучението е от решаващо значение за трансформирането на стартър в организация, която знае как да работи в мрежа. Главните изпълнителни директори и мениджърите на продажби трябва да разберат мрежовите концепции и да могат да оценят усилията на търговците за прилагане на мрежови стратегии. Освен това решенията на компанията относно наемане и повишение трябва да се основават на разбирането на отделните хора как ефективно да използват мрежи.

Препоръки за допълнително четене

Допълнителни материали за Раздел 3:

1. Üstüner, T. & Godes, D. (2006) 'Better Sales Networks', Harvard Business Review
2. Stabell, Charles, Fjeldstad (1998) 'Configuring value for competitive advantage on chains, shops, and networks', Strategic Management Journal 19
3. Allee, V. (2003) 'The Future of Knowledge: Increasing Prosperity through Value Networks', Butterworth-Heinemann

Препратки

Препратки

Учебни материали
Allee, V. (2003) 'The Future of Knowledge: Increasing Prosperity through Value Networks', Butterworth-Heinemann
Ainscow M., Muijs D. & West M. (2010) 'Why network? Theoretical perspectives on networking', School Effectiveness and School Improvement, Vol. 21, No. 1, 5–26
Büchel B. & Raub S. (2002) 'Building Knowledge-creating Value Networks', European Management Journal Vol. 20, No. 6, pp. 587–596
Cameron A. F. & Street C. T. (2007) 'External Relationships and the Small Business: A Review of Small Business Alliance and Network Research', Journal of Small Business Management 2007 45(2), pp. 239–266
Carnegie D. & MacMillan A. (1988), 'How to win friends & influence people', New York, Simon and Schuster Audio
Coburn, Derek (2014) 'Networking is not working', Kindle Edition
De Berranger P. & Meldrum M. C. R. (2000) 'The Development of Intelligent Local Clusters to Increase Global Competitiveness and Local Cohesion: The Case of Small Businesses in the Creative Industries', Urban Studies, Vol. 37, No. 10, 1827– 1835
Dodd S. & Patra E. (2002) 'National differences in entrepreneurial networking', Entrepreneurship & Regional Development, 14, 117-134
Ferrazzi K. & Raz T. (2014) 'Never Eat Alone, Expanded and Updated: And Other Secrets to Success, One Relationship at a Time', Hardcover
Gerber S. & Paugh R. (2018) 'Superconnector', Hachette Audio
Grant A. (2013) 'Give and take', London: Penguin books
Griffin K., Gorman C., O'Halloran. E., & Stacey J. (2008) The Use of Networking in Developing and Marketing the Irish Ecclesiastical Product'. Failte Ireland & Dublin Institute of Technology, Dublin.

Stabell, Charles, Fjeldstadt (1998) 'Configuring value for competitive advantage on chains, shops, and networks', Strategic Management Journal 19

Turak, A. (2015) Business Secrets of the Trappist Monks. Columbia Business School Publishing

Üstüner, T. & Godes, D. (2006) 'Better Sales Networks', Harvard Business Review

Упражнения

Упражнение 1 Построяване на успешна мрежа

Изберете кои елементи са важни за успешно изграждане на мрежа

- Дългосрочна инициатива
- Изчакване на други да се свържат с вас
- Да знаете какво ви трябва от мрежата
- Да имате добре брандиран продукт
- Време и професионален ангажимент
- Установяване на лични връзки
- Не казвайте на никого подробности за вашите идеи / инициативи
- Фокусирайте се само върху представители на публичния сектор

Упражнение 2 Умения за работа в мрежа

Какви лични умения / компетенции са полезни при работа в мрежа?

- Бъдете пасивни
- Попитайте другите какво можете да направите за тях
- Капацитет за последваща връзка
- Свързвайте се само с хора, които могат да ви помогнат
- Бъдете достъпни
- Мислете само за краткосрочни решения
- Предоставете възможно най-много информация
- Използвайте активна и пасивна работа в мрежа

Упражнение 3 Пазарна мрежа

Опишете вашата пазарна мрежа

Относно CreatINNES

Този комбиниран модул на обучение е част от обичителната програма „Предприемачество за фрилансъри и стартапи в КТИ“, разработена в рамките на проекта на ЕС **CreatINNES – Стратегическо партньорство за иновация и развиване на бизнес умения в сектора на културните и творческите индустрии**, финансиран по схемата на Erasmus+ за 2018-2021.

Нашата програма за обучение по предприемачество съдържа следните 8 модула:

- Комбиниран модул за обучение 1 – Планиране, организиране и управление – визуализиране на предприемаческия път
- Комбиниран модул за обучение 2 – Бизнес планиране
- Комбиниран модул за обучение 3 – Маркетингова стратегия и елементи на маркетинговия микс
- Комбиниран модул за обучение 4 – Работа в мрежа, изграждане на екосистема и навлизане в международни пазари
- Комбиниран модул за обучение 5 – Как да финансирате растежа на вашия бизнес
- Комбиниран модул за обучение 6 – Как да създадете, защитите и управлявате вашата интелектуална собственост и права
- Комбиниран модул за обучение 7 – Дигитализиране чрез социалните медии
- Комбиниран модул за обучение 8 – Силни презентационни умения

Всичките модули са създадени с под ръководството и с подкрепата на международния екип CreatINNES от бизнес разработчици и участници в сектора на креативната индустрия, базиран в пет европейски държави: България, Франция, Германия, Унгария и Северна Македония.

Можете да откриете повече информация на страницата на проекта: www.creatinnes.eu

THANK
YOU

