

شبكة من المراجع الدخول من الباب الصحيح

بقلم لورا ت. ليغيت وجيمس دبليو هورنيك

دعوة باردة! كم هي بغیضة هذه العبارة بالنسبة للبوابین، عندها تكون المسافة طويلة للوصول إلى الشخص المطلوب، في الوقت المطلوب. هل لاحظت في أي وقت ما إذا كان معظم أفضل أصحاب الأعمال فاتري الحماسة أو يظهرون بروداً في تعاملهم؟

إنهم لا يحتاجون إلى ذلك لأنهم يركزون كل يوم على تنمية علاقات تولد أعمالاً بفضل مرجع أو جهة دلت عليهم. وهذه الأعمال - عندما تدار بشكل سليم - تكون بدورها هي الأخرى مرجعية كالمرشد أو البواب الذي سيدخلك إلى مكتب المدير التنفيذي مع وجود مرافقة قوية أيضاً! عندما يحدث ذلك يمكن لدورة مبيعاتك أن تقصر بصورة درامية - كأن تختصر من ستة أشهر إلى ستة أيام تقريباً على سبيل المثال -.

لا حاجة لأن تحوم على السلم المشترك من أجل أن تصل إلى الشخص المطلوب في الوقت المناسب. لا داعي لأن تُرفض من قبل حراس البوابات. جميعنا سمع أن الناس يقيمون عملاً مع أناس يعرفونهم، ويحبونهم، ويثقون بهم. وبذا يصبح السؤال: كيف يمكن لرجل مبيعات أو أعمال أن يُعرف، ويُحب، ويوثق به من قبل شخص لم يره من قبل؟ ذلك سهل عندما يكون لرجل المبيعات شبكة من الناس تعرفه وتحبه وتثق به. في هذا السياق نحن نتحدث عن «من يعرفون» وهذا مهم مثل «من تعرف». وكما يتم الإعلان على فيريزون Verizon® بشكل بارز، «إنها الشبكة».

عندما يكون لديك الشبكة الصحيحة وأنت تقوم بها بشكل صحيح لمصلحة كل فرد فإنك سترشد عبر الباب المناسب، في الوقت المناسب، إلى الشخص المناسب.

إليك قاعدتين سريعتين أساسيتين عن العمل بالشبكة:

1- يجب أن تكون لديك فكرة راسخة بضرورة مساعدة الآخرين. شبكة العمل ينبغي أن تسير باتجاهين، وقد أصاب زيغ زيغلار حين قال: «من أجل أن تحصل على ما تريد، ساعد الآخرين ليحصلوا على ما يريدون». إذا لم يكن لديك مثل هذه الفكرة الراسخة، مهما كان نوع شبكة العمل الذي تقوم بها، فإنك ستلقى نتائج عادية هذا إن حصلت على أي شيء أصلاً.

2- أنت لا تباع عندما تقوم بتشكيل شبكة العمل. هذا هو الخطأ الأكثر شيوعاً الذي يرتكبه الناس. بدلاً من البيع، أنت تقوم بعملية فرز لإيجاد صلات تجمعك معهم مصالح مشتركة.

الآن وقد عرفت «القواعد الأساسية» إليك كيف تطور على أحسن وجه شبكة جيدة، ثم «تفعل شبكتك» كي تزيد بشكل واسع دورة المبيعات دون أن تضطر لتوظيف المطالب المرهقة للزبائن المحتملين.

أوجد بسرعة أناساً يستهدفون أسواقاً مشابهة

أولاً، توقف عن إضاعة الوقت على أناس لا تكمل علامتهم «رولوديكس» علامتك! هذا أمر جائر لهم بقدر ما هو جائر بالنسبة إليك. تريد أن تقابل أناساً يسعون إلى أسواق مماثلة بأسلوب بعيد عن المنافسة أو تعمل مع الموظفين أنفسهم العاملين ضمن مؤسسات مثلك. تخيل الوقت الضائع، على سبيل المثال، في حدث اجتماعي في غرفة للتجارة عندما تسمح لنفسك بأن تتحدث مع مدير المجمعات لمدة عشر دقائق عندما تباع أنظمة كومبيوتر.

هدفك في شبكة العمل التجاري أو الوظائف الاجتماعية ينبغي أن يكون مقابلة الناس وأن تقرر بسرعة ما إذا كان ثمة فائدة من التخطيط لمناقشة لاحقة. هذا يمكن أن يتحقق بطريقة دبلوماسية مهذبة. ولكن بعد كل شيء إذا لم يكن العمل مع بعض الأشخاص ملائماً لهم فينبغي ألا يضيعوا هم الوقت معك أيضاً! هذه العملية تسمى، بكلمات المليونير ميل كاوفمان،

إيجاد «صلات» مفيدة من معارفك www.thelinksystem.com. يوصي السيد كاuffman بإجراء محادثة تبدأ بسؤال عام مثل «كيف سمعت عن هذا الحدث؟» ثم تسأل الأسئلة «ذات الصلة» الآتية التي سوف تسمح لك أن ترى ما إذا كان رولودكس معارفك يكمل أعمالك:

- ماذا تصنع شركتك؟
- ماذا تعمل من أجل شركتك؟
- ما هو سوقك الذي تتوجه إليه؟
- كم من الوقت أمضيت في شركتك؟

ثم اشرع بحوار قصير مدته ثلاث إلى خمس دقائق. إذا كنت ترى أن هناك فائدة مشتركة من الاتصال به أسأله ما إذا كنت تستطيع أن تأخذ كرت زيارته (الذي يحمل معلومات الاتصال به) وقل: «ربما ينبغي أن نجتمع معاً لنرى كيف نستطيع أن يساعد أحداً الآخر في تطوير عمل بيننا. متى يكون أفضل وقت للاتصال بك؟ وبعد ذلك احرص على القيام بذلك الاتصال!

إذا شعرت أنه لا يوجد فائدة من العمل بينكما، عندئذٍ يمكنك أن تقول بأدب «كان من دواعي سروري لقاؤك. أنا متأكد أن لديك أشخاصاً آخرين ترغب في أن تعمل معهم، أتطلع إلى رؤيتك ثانية».

لاحظ أنك لا تتبع بل تعاشر. مثل هذه المحادثات ينبغي ألا تأخذ أكثر بضع دقائق فقط. المفتاح في لقاءات شبكة العمل هو أن تقابل أكثر عدد ممكن من الناس. وفيما أنت تبني شبكتك فإنك تبني طريق فرصتك. انضم إلى غرفة التجارة المحلية أو إلى أكبر عدد ممكن من مؤسسات العمل بقدر ما يسمح لك وقتك. انضم إلى المجتمعات والنوادي الاجتماعية الخاصة بمؤسسات العمل ليعرفك المزيد من الناس. قد تظن أن لا فائدة كبيرة ترجى من الانخراط في مثل هذه النشاطات، ولكن العكس هو الصحيح، فانخراطك فيها سوف يوفر قدراً كبيراً من الوقت تمضيه وأنت تبحث عن زبائن مأمولين، وسوف يضعك بالتأكيد في المكان المناسب، وفي الوقت المناسب، جاهزاً للارتباط بالعمل.

التحق أو نظم مجموعة مرجعية بناءة ترشح عملك

الطريقة الأفضل من أجل تأمين مصادر مرجعية ترشحك للعمل هي الالتحاق بمجموعة، أو تنظيم مجموعة، تلتقي بانتظام من أجل هدف وحيد هو تبادل المواهب الشخصية. وهذه ليست بمستوعب تلقي فيه ببطاقات العمل. إنه ليس ناد لشرب القهوة. بل مكان لعقد اجتماع بناءً للاختصاصيين يهدف تقديم مرجعية قيمة حول الأشخاص المؤهلين والناجحين.

المجموعة التي تلتحق بها أو تنظمها ينبغي أن تكون ملائمة لنمط عملك. كثير من مجموعات «تبادل القيادة» هي ذات توجه نحو المستهلك / Business to Consumer B2C. إذا كان عملك التجاري يزود شركات أخرى Business to Business/B2B، فإن مجموعة ذات عضوية مختلطة أو B2C فقط سيكون هدراً للوقت لأن رولوديكس هي عموماً غير متممة.

هنا بعض الإرشادات من أجل مجموعة دلالية فاعلة:

1. المجموعة ينبغي أن تتكون من مالكي العمل التجاري الذين يهدفون إلى نمط السوق نفسه إما B2C أو B2B (وليس كلاهما).
2. أعط الحاضرين خمس دقائق على الأقل لكل واحد ليقدموا عملهم مبينين:
 - أ- وصفاً مختصراً للعمل ولماذا هو فريد.
 - ب- ذكر الزبائن الأساسيين الذين تقدم لهم خدمات في الوقت الحاضر.
 3. بين بوضوح وصف أنماط فرص العمل المرغوبة متضمنة:
 - أ- بعض الزبائن المطلوبين للدلالة عليك (اسم الشركة أو وصفها).
 - ب- «نقاط ساخنة» أشياء ينبغي على أعضاء المجموعة أن يتطلعوا إليها على أمل أن تكون ذات دلالة جيدة.

4. أعط دلالات لأناس آخرين! اجعل هدفك إعطاء الدلالات، على الأقل عشرة في الشهر. هذا يجعلك تتحدث إلى الناس وهي قاعدة شاملة بأنك عندما تعطي تأخذ.

5. استخدم دعوة ذات ثلاث شعب لتقدم، وتطور وتنقل الثقة إلى مرجع مؤهل حقاً. لا تخبر أحدهم فقط أن يستخدم اسمك (ولا تقبل أن يسألك أحدهم أن تستخدم اسمه). دعوة التقديم الثلاثية الشُّعب تولد مصداقية فورية وتزيل صدى الصوت. العامل الأساس في النداء ذي الطرق الثلاث هو توفير الجهة المرجع بشكل ملائم ليدل عليك بطريقة لائقة أمام الزبائن المحتملين.

لما كانت المجموعة المرجعية البناءة تتضح بفضل الحضور المنتظم، فإنك ستدهش لرؤية التعاون بين الأعضاء والتطور الحاصل في علاقاتهم. سرعان ما سيكون لديك «فريق» من الناس يتطلع إلى فرصة لمساعدة عملك التجاري. والأكثر أهمية أنهم سيزيدون على نحو درامي دورة مبيعاتك بوضعك أمام الباب المناسب في الوقت المناسب مع الشخص المناسب. إذاً، قل وداعاً للدعوة الباردة!

لورات. ليغيت Laura T. Leggett و **جيمس دبليو هورنيك James W. Hornyak**: مؤسسان متعاونان لصلات من العمل للعمل (www.BtoBconnect.com) (B2B) وهي منظمة عضوية مرجعية شخصية بين عمل وآخر ذات فروع عديدة في الولايات المتحدة وكندا. كلاهما اختصاصيان بالمبيعات الموسمية في صناعة الاتصالات.

حقوق النشر ©2006، لورا ليغيت وجيمس هورنيك.

جميع الحقوق محفوظة.

لا يمكن استخدام أي جزء من هذه المقالة وإعادة نشرها أو ترجمتها بأي شكل أو وسيلة بشكل إلكتروني أو آلي بما في ذلك التصوير أو النسخ أو التسجيل أو تخزين المعلومات دون إذن خطي من الكاتب باستثناء استخدام عبارات مقتضبة منها في أي بحث أو دراسة.