

W sprzedaży koncepcja 10X znajduje odzwierciedlenie między innymi w koncepcji 16 touchpointów. Wg Granta Carone należy 16X skontaktować się z kandydatem (w różny sposób, za każdym razem wnosząc dla niego wartość), aby doszło do sprzedaży.

Nastawienie

Czy kiedy do kogoś dzwonisz z radością i ekscytacją odbiera telefon? Czy ty czujesz radość, gdy do kogoś dzwonisz? Nasze emocje i przekonania w znaczący sposób wpływają na to, jak się komunikujesz, co przekazujesz i co dociera do odbiorcy. Zastanów się jak chcesz być odbierany a następnie pomyśl czy Twoje działania są z tym zgodne. Zastanów się, czy jesteś odbierany jako profesjonalny, opanowany, przygotowany, pewny siebie, konkretny itp.? Czy kojarzysz się pozytywnie? Wszystko zaczyna się od nastawienia

Zapraszanie Gości na spotkanie Grupy

Zaproszenie kandydata na spotkanie Grupy jest jednym z najlepszych sposobów na pokazanie mu wartości z działania z nami. Podczas spotkania może poznać Członków, zobaczyć, jak jesteśmy zorganizowani oraz ocenić, jakie możliwości daje mu działanie z nami.

Doświadczenie związane ze spotkaniem Grupy zaczyna się już w momencie zaproszenia kandydata. Jeżeli zrobimy to dobrze, istnieje znacznie większa szansa, że dotrze na spotkanie oraz że odbiór tego, co robimy, będzie prawidłowy - podczas spotkania zwróci uwagę na właściwe rzeczy.

Poniżej znajduje się kilka materiałów, które mogą ułatwić zapraszanie Gości na spotkania Grupy oraz zbiór zasad z tym związanych.

Zapraszając Gości na spotkanie, pamiętaj o kilku zasadach:

- serdeczne, partnerskie nastawienie;
- konkretne w rzeczowy sposób przekazane informacje;
- pokaż wartość z uczestnictwa;
- zainteresuj się odwiedzającym;
- pamiętaj o Call To Action - ustal kolejny krok, potwierdź uczestnictwo.

U podstaw tego procesu powinno leżeć przekonanie, że jako organizacja mamy dla przedsiębiorców gigantyczną wartość. Odwiedzając nasze spotkania, mogą poznać niesamowitych ludzi, zdobyć klientów, niedostępną nigdzie indziej wiedzę czy znaleźć współników. Pamiętaj o tym.

Część z odwiedzających widzi potencjał z działania z nami i chce starać się o przyjęcie do Grupy, dzięki czemu może wspierać Członków i czerpać korzyści regularnie.

W dokumencie znajdują się informacje i sugerowany przebieg rozmowy, podczas której zapraszamy Gości. Materiał przeznaczony jest dla Dyrektorów, Ambasadorów i Członków BNI.



*U podstaw
zapraszania Gości
powinno leżeć
przekonanie,
że jako organizacja
generujemy
dla przedsiębiorców
gigantyczną
wartość.*

Pamiętaj, nie istnieje jeden jedyny skuteczny sposób. Wiele metod przynosi oczekiwane rezultaty. Szukaj swojego sposobu, ale sprawdź te, które już zostały przetestowane i działały do tej pory. Po co wymyślać koło na nowo?

Pamiętaj również, że od tego, w jaki sposób zaprosisz swoich partnerów biznesowych na spotkanie BNI, zależy nie tylko, czy na nie dotrą, ale również to, w jaki sposób będą postrzegać organizację. Najważniejsza jest spójność, jasność w komunikacji i pokazanie Gościowi wartości z samego spotkania. Nikogo nie namawiaj! Pokaż wartość i zapytaj o decyzję. Bądź profesjonalny i mów zgodnie ze swoim stylem komunikacji.

Kompletny proces może składać się z kilku kroków:

- rozmowa telefoniczna lub na żywo,
- przesłanie informacji e-mailowo (opcjonalnie załączenie Członków Grupy),
- potwierdzenie telefoniczne,
- potwierdzenie sms.

W dalszej części przygotowaliśmy przykładowe schematy ułatwiające zapraszanie Gości, a na końcu tego rozdziału znajdują się dodatkowe materiały i techniki.

Schematy rozmowy - zapraszanie Gości na spotkanie BNI

Poniżej znajduje się kilka schematów, którymi możesz się inspirować, zapraszając Gości.

Pamiętaj, nie istnieje jeden jedyny skuteczny sposób. Wiele metod przynosi oczekiwane rezultaty. Szukaj swojego sposobu, używaj elementów, wypracuj swój styl, ale bardzo mocno rekomendujemy - sprawdź te, które już działają.



SCHEMAT 1

Co słyhać u Ciebie w biznesie,
może Cię poznam z moimi znajomymi...



Dobry w przypadku partnerów biznesowych, osób z którymi masz relację ale nie bardzo bliską, osób, z którymi dawno się nie widziałeś, czy osób, które poznajesz i rozmawiasz o ich biznesie.

Etap 1:



W toku rozmowy
zapytaj o biznes np.

Zapraszający:

- Co słyhać w biznesie?
- Nad czym obecnie pracujesz?
- Czego obecnie potrzebujesz?
- Czy jesteś w stanie przyjąć więcej zleceń?
- Czy szukasz nowych klientów?
- Czy rozwijasz teraz firmę?
- Czy szukasz nowych możliwości w biznesie?
- Z jakimi wyzwaniami obecnie się mierzysz?

Kandydat:

Odpowiedź dająca pole do rozmowy.

Etap 2:



Zapraszający: O to ciekawe. W sumie tak sobie pomyślałem, że może warto, żebyś poznał moich partnerów biznesowych. Współpracuję z Grupą przedsiębiorców z okolicy. Spotykamy się, żeby pomagać sobie rozwijać firmy.

(opcjonalnie)

Jest między innymi _____

(wymień 2-3 Członków, podaj branże, firmy, ich klientów).

Chętnie Cię z nimi poznam.

lub

Szukamy do współpracy firmy z Twojej branży, żeby móc ją polecać do klientów.

lub

Jeżeli chcesz, zaproszę Cię na spotkanie, żebyś poznał uczestników i zobaczył, co jest możliwe.

K: Tak.

Z: Ok, najbliższe spotkanie odbywa się

_____ (data, miejsce, godzina).

Możesz być?

K: Tak.

Etap 3:



Zapraszający: Super! Rezerwuję Ci miejsce i będę na Ciebie czekał wcześniej. Poznam Cię z wszystkimi i dam im znać, że będziesz. Będzie czas na rozmowy, przygotuj też parę zdań o swojej firmie, żebyś mógł powiedzieć innym, co robisz - dosłownie kilkadziesiąt sekund. Obowiązuje strój biznesowy, po spotkaniu będzie dostępny posiłek, zabierz wizytówki.

Koszt cateringu to _____, **Do zobaczenia!**

“Mam Twój numer od....., wspominał, że”




Dobry w przypadku przekazanych kontaktów, osób które Cię nie znają. Być może słyszały o BNI, ale ich wiedza jest niewielka lub nie mają wiedzy nt. BNI. Dobrze jeżeli osoba która przekazała Ci numer wcześniej porozmawia z tymi osobami i w paru zdaniach powie im, jaki będzie temat rozmowy. Dopasuj formę - możesz skrócić dystans i nie mówić per „Pani” lub „Pan”, jeżeli czujesz się z tym swobodnie. Schemat dobrze działa w przypadku osób zatrudnionych w BNI, gdzie występują w tej relacji w roli eksperta.

Etap 1:

Zapraszający:

(wprowadzenie, nawiązanie)

Witam, z tej strony Jan, mam Twój numer od Krzysztofa. Czy wspominał, że będę dzwonił? Krzysztof wspominał, że prowadzisz firmę w branży _____ i że warto, żebyśmy porozmawiali. Wspominał czym się zajmujemy?

 Bardzo krótkie usystematyzowanie, pokazanie wartości - wypracuj własne, np.

Pomagamy właścicielom firm w najważniejszych dla nich obszarach takich jak dotarcie do klientów z rekomendacji, praktyczna wiedza nt. prowadzenia i rozwijania firmy czy nowe inicjatywy biznesowe - spółki, wspólna ekspansja na nowy rynek, nowe produkty itp.

Zrzeszamy właścicieli firm różnej skali - od mikroprzedsiębiorstw, po osoby z setki Forbesa np. Rafał Brzoska - paczkomaty Inpost czy Andrzej Wiśniowski - bramy Wiśniowski.

Zapraszający:

Pytania typu „opowiedz mi o sobie”

Aktualnie szukamy do współpracy firmy z Twojej branży, żeby działać wspólnie, pomagać sobie rozwijać firmy. Krzysztof wspominał, że warto byłoby porozmawiać. Nie wiem, czy mamy potencjał, żeby coś zrobić wspólnie, ale chętnie posłucham na temat Ciebie i Twojej firmy. Jeżeli okaże się, że warto się spotkać, ustalimy następne kroki. Powiesz coś więcej na temat swojej firmy?

Zapraszający:

Pytania doprecyzowujące np.

- Co dokładnie robicie?
- Jakich klientów obsługujecie?
- Jakie najbliższe plany?
- Prowadzisz biznes sam, czy ze współnikami?
- Na czym się skupiasz jako właściciel?
- Skąd się znasz z Krzysztofem? Robiliście coś razem?

 W tej części słuchaj aktywnie, zadawaj pytania, wyrażaj uznanie za osiągnięcia (pomaga zbudować relację), możesz notować.

Etap 3:**Zapraszający:**

Podsumowanie i „call to action”, np.:

Naprawdę dziękuję za ciekawą rozmowę. Fajnie było posłuchać o Twojej firmie.

Szczególnie ciekawe dla mnie było to, jak mówiłeś o _____.

(wstaw tutaj ciekawe fakty z rozmowy, np. „Planach ekspansji na rynek niemiecki i innowacjach, które wprowadzacie w przemyśle”).

Widzę spory potencjał do współpracy na przykład _____.

(wstaw tutaj rzeczy które widzisz jako szanse do współpracy jeżeli takie widzisz, nie wymyślaj na siłę)

Jeżeli masz ochotę, chętnie poznałbym Cię z naszymi współpracownikami, między innymi _____.

Spotykamy się _____,

(szczegóły spotkania, gdzie, kiedy itp.).

Dasz radę być? Zarezerwować Ci miejsce?

SCHEMAT 3

Dla osoby, z którą masz bardzo bliską relację.



Nie tłumacz, nie opowiadaj. Jeżeli czujesz, że jest to dla niego dobre, po prostu poproś, żeby był.

Zapraszający:

(wprowadzenie, nawiązanie)

Krzysztofie, idę w środę na spotkanie dobre spotkanie biznesowe dla właścicieli firm. Czuję, że powinieneś tam być. Na miejscu poznasz ludzi i samą inicjatywę.

Warto. Idziesz ze mną?

lub

Przyjadę po Ciebie w środę - jedziemy na spotkanie BNI.

lub

Mówiłeś, że potrzebujesz...,

(różne rzeczy, w których BNI może pomóc)

Jeżeli jest to aktualne, mogę załatwić Ci miejsce na spotkaniu biznesowym, na którym wydaje mi się, że możesz znaleźć rozwiązanie.



„Na zimno”



Gdy natrafisz na właściciela firmy, którego wcześniej nie znałeś.

Etap 1:

**Zapraszający:**

(wprowadzenie, nawiązanie)

Witam, z tej strony Jan Kowalski. Znalazłem Twoją firmę w internecie i widzę, że prowadzisz drukarnię cyfrową. Aktualnie szukam takiej firmy dla swoich współpracowników, żeby przekazywać do niej zlecenia i polecenia. Czy szukacie zleceń?



Bardzo krótkie usystematyzowanie, pokazanie wartości - wypracuj własne np.

Krótko o nas - pomagamy właścicielom firm w najważniejszych dla nich obszarach, takich jak dotarcie do klientów z rekomendacji, praktyczna wiedza nt. prowadzenia i rozwijania firmy czy nowe inicjatywy biznesowe - spółki, wspólna ekspansja na nowy rynek, nowe produkty itp.

Zrzeszamy właścicieli firm różnej skali - od mikroprzedsiębiorstw po osoby z setki Forbesa np. Rafał Brzoska - paczkomaty Inpost czy Andrzej Wiśniowski - bramy Wiśniowski.

Etap 2:

**Zapraszający:**

Pytania typu "opowiedz mi o sobie"

Aktualnie szukamy do współpracy firmy z Twojej branży, żeby działać wspólnie, pomagać sobie rozwijać firmy. Nie wiem, czy mamy potencjał, żeby coś zrobić wspólnie, ale chętnie posłucham na temat Ciebie i Twojej firmy. Jeżeli okaże się, że warto się spotkać, ustalimy następne kroki. Powiesz coś więcej na temat swojej firmy?

Zapraszający:

Pytania doprecyzowujące np.

- Co dokładnie robicie?
- Jakich klientów obsługujecie?
- Jakie najbliższe plany?
- Prowadzisz biznes sam, czy ze współnikami?
- Na czym się skupiasz jako właściciel?
- Skąd się znasz z Krzysztofem? Robiliście coś razem?



W tej części słuchaj aktywnie, zadawaj pytania, wyrażaj uznanie za osiągnięcia (pomaga zbudować relację), możesz notować.

Etap 3:**Zapraszający:**

Podsumowanie i „call to action” np.:

Naprawdę dziękuję za ciekawą rozmowę. Fajnie było posłuchać o Twojej firmie.

Szczególnie ciekawe dla mnie było, to jak mówiłeś o _____.

(wstaw tutaj ciekawe fakty z rozmowy, np. „Planach ekspansji na rynek niemiecki i innowacjach, które wprowadzacie w przemyśle”).

Widzę spory potencjał do współpracy na przykład _____.

(wstaw tutaj rzeczy, które widzisz jako szanse do współpracy (jeżeli takie widzisz), nie wymyślaj na siłę)

Jeżeli masz ochotę, chętnie poznałbym Cię z naszymi współpracownikami, między innymi _____.

Spotykamy się _____,

(szczegóły spotkania, gdzie, kiedy itp.).

Dasz radę być? Zarezerwować Ci miejsce?

Zaproszenie e-mail - potwierdzenie zaproszenia

W momencie gdy Gość zostanie zaproszony na spotkanie BNI, warto zadbać o to, aby otrzymał podstawowe informacje e-mailem. Załączenie odpowiednich osób - np. Zarządu Grupy lub Członków, z którym chcemy go skontaktować. Dzięki temu nie jest umówiony z jedną osobą czy na „jakieś spotkanie”, tylko z kilkoma osobami, które są w korespondencji. Może sprawdzić ich firmy, patrząc na domeny, a oni mogą odpisać na wiadomość, budując podwaliny pod przyszłe rozmowy i relacje.

Temat wiadomości np.

- W nawiązaniu do rozmowy - potwierdzenie spotkania
- Spotkanie w najbliższy czwartek
- Potwierdzenie spotkania
- Rezerwacja miejsca na event biznesowy
- Rezerwacja miejsca na spotkanie

Przykłady e-mail

Nowa wiadomość:
○ ○ ○

Krzysztofie, dziękuję za naszą dzisiejszą rozmowę.

W nawiązaniu do rozmowy, potwierdzam spotkanie.

Na miejscu poznam Cię z moimi znajomymi – właścicielami lokalnych firm, o których Ci wspominałem - załączam ich w tej wiadomości.

Tak jak wspomniałem, szukamy do współpracy dobrej firmy z branży eventowej.

Porozmawiajmy w czwartek o tym, co jest możliwe.
Rezerwuję Ci miejsce, do zobaczenia.

Szczegóły spotkania:
Gdzie _____.
Kiedy _____.
O której _____.

Obowiązuje strój biznesowy, zabierz wizytówki, przygotuj parę zdań o firmie.
W razie pytań jestem do dyspozycji.

🔍
📎
😊
✉️

Wyślij
Zapisz

(Zazwyczaj nie rekomendujemy przeladowywania kandydata informacjami na tym etapie. Jeżeli jednak czujesz taką potrzebę, możesz załączyć jakieś podstawowe materiały o BNI - np. showreel wideo)

Nowa wiadomość:

Panie i Panowie!

(w tej części zwracasz się do zarządu, Członków lub innych osób które chciałeś załączyć - jeżeli możliwe, imiennie).

Na nasze najbliższe spotkanie przyjdzie Krzysztof Kowalski, właściciel firmy ES Events - lider w branży eventów sportowych.

Chciałbym Was z nim poznać, czuję, że macie spory potencjał do współpracy. Prośba bądźcie trochę wcześniej i zarezerwujcie czas, żeby porozmawiać z Krzysztofem.

Dzięki!"

! Ważne - w tej części wiadomości warto napisać o osiągnięciach firmy, rzeczach, które robią wrażenie. Pokaż, że znasz osobę, którą zaprosiłeś - nawet jeżeli rozmawiałeś z nią tylko raz, zapewne masz sporo informacji, których pozostałe osoby nie mają. Jeżeli zrobisz to w odpowiedni sposób, zaproszony Gość będzie czuł się wysłuchany i doceniony.



Wyślij

Zapisz

Potwierdzenie telefoniczne

Aby osiągnąć maksymalną efektywność, warto upewnić się, że ktoś dotrze na spotkanie. Skutecznym sposobem jest potwierdzenie telefoniczne np. dzień przed eventem. Poniżej rzeczy, które warto powiedzieć podczas takiej rozmowy np.

„Cześć!

Chciałem się tylko upewnić, że dostałeś ee-maila ze szczegółami spotkania. Ludzie nie mogą się doczekać, aby Cię poznać.

Pamiętaj, żeby być trochę wcześniej i zabrać wizytówki.

Pytanie jeszcze czy będziesz sam, czy chciałbyś przyjść z kimś - współlnikiem, partnerem biznesowym? Jeśli masz jakieś pytania - dzwoń śmiało. Do zobaczenia.”



Czat

„Cześć, chciałem tylko dać znać, że najlepsze miejsce na zaparkowanie samochodu to parking przed hotelem. Osoby, o których wspominałem, będą jutro czekać, żeby Cię poznać. Pamiętaj, żeby zabrać wizytówki. Do zobaczenia.”



Wyślij

Potwierdzenie SMS

Poza rozmową telefoniczną warto jeszcze potwierdzić sms. Zauważyliśmy, że znacząco podnosi to docieralność.

Dodatkowe materiały i techniki ułatwiające zapraszanie

Lista Członków z najważniejszymi informacjami. Przychody, topowi klienci, flagowe realizacje, w czym firma jest mocna, nad czym pracuje itp. Posiadając taką listę, łatwo nawiązać w rozmowie do tego, o czym kandydat mówi, znaleźć naturalne połączenia, tematy do rozmów czy innego rodzaju potencjał biznesowy. **Zaproszenie drukowane.**

Przykład:

BNI+

Lista Członków grupy biznesowej BNI+ Wrocław

W grupie zrzeszamy właścicieli i współwłaścicieli firm o mocnej pozycji na dolnośląskim rynku. Większość przedsiębiorstw osiąga przychody 5-100 mln pln / rok, niektóre więcej.
Poniżej lista osób działających w grupie, krótkie opisy ich działalności oraz przykładowi klienci.
W razie pytań pozostajemy do dyspozycji.

Nazwa firmy / branża	Opis
Arkadiusz Wądryk Magit identyfikacja wizualna, multimedia	Czołowy producent Signage / Digital Signage na Dolnym Śląsku, produkcja kiosków multimedialnych, małej architektury miejskiej; klienci: ING, Bank Milenium, Credit Agricole, Orlen, Jeronimo Martins, PKP, Komfort.
Jakub Czyżkowski Sente oprogramowanie ERP, WMS, CRM, B2B	Oprogramowanie ERP, WMS, CRM, B2B - cyfrowa transformacja oraz obsługa sprzedaży, zaopatrzenia, logistyki, wsparcie omnichannel w punktach sprzedaży; klienci: Polskie Pomidory, Logbox, Mennica Wrocławska, Bocian pożyczki.
Beata Małek GF Corp repliki broni	Największy w Polsce producent replik broni ASG, dystrybucja w kilkunastu krajach w tym w USA, klienci: Militaria.pl, 104 miliony przychodu.
Julita Donocik BD group projekty instalacji	Największa w regionie i jedna z pięciu największych w Polsce firm projektujących instalacje dla czołowych deweloperów, hoteli, sklepów sieciowych, salonów samochodowych, klienci: Port popowice, Archicom, Angel Group Poland, resorty górskie, wszystkie Kauflandy w Polsce, Aldi, fabryka Mercedesa w Jaworze, salony samochodowe np. Mercedes, DCS - Jakuszyce, LG Chem, Wabco.
Maciej Kowaluk Biuro Architektoniczne 3XA biuro architektoniczne	Jedno z wiodących (3 największych) biur architektonicznych we Wrocławiu, klienci: Global Worth, Santander Consumer Bank, Takenaka Europe, Vantage Development - Legnicka 33, Fabryka Mercedesa w Jaworze, Business Garden Wrocław Eclipse, wielu deweloperów.
Monika Mucha TaxAGroup doradztwo podatkowe	Jedna z większych kancelarii doradztwa podatkowego we Wrocławiu i regionie, klienci: Tarczyński SA, Citomex, Hert, Saller, PCG, Scandi Home, Spectrum Development, Gmina Wałbrzych, Gmina Lubin, Uniwersytet Medyczny, Uniwersytet Przyrodniczy.
Aneta Siwarga Triplex fajerwerki	Jeden z największych producentów fajerwerków w Polsce, wśród klientów min. E.Leclerc, sieci handlowe, agencje eventowe.
Adrian Karpień Kanardi sprzęt komputerowy	Dostawca sprzętu komputerowego, współpraca z klientem biznesowym i korporacyjnym, klienci: Tarczyński, Techland.

Materiały wideo BNI Polska lub danej Grupy – pokazujące Członków lub samą ideę. Na wideo Członkowie mogą mówić o swoich firmach, branży, skali o tym, czego spodziewać się na spotkaniu, jakie są wartości i korzyści z uczestnictwa.

Przykład:



Dedykowane zaproszenie w formie wideo. Zaproszenie na konkretne wydarzenie w formie wideo. Stosowane głównie w przypadku wydarzeń specjalnych np. Dni Gościa, Dni Branżowych.

Przykład:



Zaproszenie graficzne z informacjami nt. wydarzenia.

Przykład zaproszenia, które można wysłać SMS-em lub e-mailem:



Pamiętaj, zaproszenie Gościa to często jeden z pierwszych i bardzo ważnych kontaktów z organizacją. Zadbaj o profesjonalizm, przekazanie najważniejszych informacji upewnienie się, że ktoś rozumie, o czym rozmawiamy i realnie wyraża chęć uczestnictwa w spotkaniu (lub jej brak).

Często to właśnie tutaj zaczyna się proces podjęcia decyzji o działaniu z nami.