

ההבדלים בין נטוורקינג למכירות

אנשים נוטים לבלבל בין נטוורקינג למכירות ולערבב בין מושגים אלו, מבלי להבין את המשמעות האמיתית שלהם. בתהליך המכירה, המטרה באינטראקציה בין שני אנשים היא מכירת השירות או המוצר, כאשר בנטוורקינג המכירה איננה המטרה, אלא יצירת קשרים ובנייה של מערכת יחסים. בנטוורקינג עסקי מכירה היא תוצאה אפשרית ממערכת יחסים הבנויה על כבוד הדדי ואמון.

כדי להבין שמכירות זה לא נטוורקינג דמיינו לעצמכם את המצב הבא: איש מכירות של חברה המוכרת כסאות משרד, פוגש באירוע נטוורקינג מנהל בכיר בחברה גדולה.

בסיטואציה של מכירה: איש המכירות פועל בשיטה הקלאסית ומפעיל את קסמיו על המנהל הבכיר. הערב מסתמן בעיני איש המכירות כהצלחה גדולה והוא השיג את מבוקשו. המנהל קנה ממנו 5 כסאות.

בסיטואציה של נטוורקינג: איש המכירות הפועל בשיטת הרישות העסקי (נטוורקינג), מביע התעניינות במנהל הבכיר כאדם ובמהלך השיחה הוא לומד בין היתר כי המנהל חובב טיולי אתגרים ומחפש רכב מסוג ג'יפ מסוים. איש הנטוורקינג נזכר כי אחד מחבריו, איתם הוא משחק כדורסל, מחפש למכור את הג'יפ שלו וכבר למחרת המפגש, הוא מקשר בין המנהל לבין חברו, שקונה כתוצאה מכך את הג'יפ מהחבר.

שלושה חודשים מאוחר יותר, מקבל איש הנטוורקינג טלפון מהמנהל הבכיר ובו הוא מזמין ממנו 10 כסאות מנהלים לחדר הישיבות וכן מפנה אותו לחבר החדש שהצטרף לקבוצת המטיילים האתגרית שבדיוק עבר למשרד חדש וצריך ריהוט מלא. בנוסף, מזמין אותו המנהל להצטרף לטיול הבא של הקבוצה ולהכיר את החברים בה. השנה של איש הנטוורקינג הולכת להיות מעניינת במיוחד!

מסקנה: לנטוורקינג חשובה יצירת כימיה ואמון, הקשבה פעילה לצד השני, עניין אישי באדם שמולך, איתור הצרכים ו/או ה"כאבים" העסקיים שלו וניסיון אמיתי לטיפול באותם "כאבים" - והכל ללא לחץ ובאווירה נעימה ונינוחה.

הנה מספר הבדלים בולטים בין איש מכירות קלאסי לבין "נטוורקר" אמיתי :

1. איש מכירות ממוקד מטרה בטווח הקצר ומקשיב ללקוח אך ורק כדי לממש את העסקה, בעוד שנטוורקר עוסק בפיתוח קשרים עסקיים לטווח הארוך.
2. איש המכירות, מנסה ללמוד איזה צורך יש לאדם מולו כרגע כדי לענות עליו באופן מיידי הנטוורקר לעומת זאת, יעסוק במתן מידע לצד השני שיכול לעניין אותו באופן כללי.
3. האינטרס של איש המכירות הוא, לחתור לקשר עסקי כלשהו על מנת להפיק רווח מיידי, בנטוורקינג מאידך נותנים מבלי לצפות לקבל בחזרה.
4. איש המכירות, יתעניין אך ורק אם אתה נתפס בעניו כלקוח פוטנציאלי למכירה, הנטוורקר מתעניין באנשים באשר הם ללא כל הנחות מקדימות – מטרתו היא פיתוח קשרים עסקיים בכלל, שאחת מתוצאותיה יכולה להיות המכירה.
5. איש המכירות מנסה להעלות את נושא המוצר/שירות בכל שיחה הנטוורקר ממליץ על שירותים או מוצרים של אחרים כשהוא חושב שהצד השני זקוק להם

הכותבת היא ירדן נוי, מנכ"ל BNI ישראל - ארגון בינלאומי לפיתוח קשרים עסקיים ונטוורקינג.

ארגון (BNI) (International Network Business), הוא הארגון הגדול בארץ ובעולם ל"נטוורקינג" ופיתוח קשרים עסקיים. הארגון מונה כיום למעלה מ-140,000 אנשי ונשות עסקים, עצמאים ובעלי עסקים, ב-48 מדינות. בשנה שעברה העבירו חברי הקבוצות בעולם למעלה מ-6.5 מיליון הפניות עסקיות שהניבו מחזור עסקאות של למעלה מ-3 מיליארד דולרים. בישראל מונה BNI 47 קבוצות עסקיות פעילות מהדרום עד הצפון וממשיך להקים קבוצות נוספות כדי לענות על הביקוש.