

BNI



TRAININGSBUCH

Wertvolle Impulse zur Ausbildung in der Netzwerkarbeit

Das Trainingsbuch – und die Idee dahinter

Es gibt unfassbar viel Wissen innerhalb unseres Netzwerkes. Jeden Monat besuchen unsere Partnerdirektoren Unternehmerteams flächendeckend in ganz Deutschland und Österreich und halten dabei beeindruckende Trainingseinheiten.

Diese Inhalte und Themen gibt es nun erstmals komprimiert und übersichtlich zusammengefasst in diesem Trainingsbuch. An dieser Stelle möchten wir uns ganz herzlich bei der Region Südwest bedanken, die als Initiatoren dieses Trainingsbuch entwickelt haben. Eine großartige Idee wurde hier umgesetzt.

Von diesem Fundus an Trainingsinhalten profitieren wir alle – die Trainingskoordinatoren können nun jederzeit einfach und schnell auf Inhalte aus vielen unterschiedlichen Themenfeldern zugreifen. Damit ist ein weiterer Schritt gesetzt, dass unsere Mitglieder immer optimal geschult werden. Lebenslanges Lernen ist einer unserer Kennwerte und wir wissen um die Bedeutung dieses Bereiches. Das ständige Lernen, die laufende Weiterbildung sind wesentliche Merkmale unseres Netzwerkes. Erfolg basiert auf Wissen und dieses Handbuch mit 50 Trainingsinhalten liefert dafür einen wichtigen Beitrag.

Dieses Trainingshandbuch wird laufend überarbeitet und wir freuen uns über weitere Beiträge. Wenn Du dafür Ideen hast, wende Dich bitte an unsere Mitarbeiter im Nationalbüro unter info@bni.de

Wir wünschen viel Erfolg

Harald Lais & Michael Mayer

* Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

Trainingsbeiträge für Trainingskoordinatoren

Inhalt

Vorteile einer BNI-Mitgliedschaft – so funktioniert BNI	Seite 5
<ul style="list-style-type: none"> • Was hat BNI mit einem Unimog zu tun? • BNI – und unser weltweites Vertriebsteam • BNI – und die Kontakte zweiten Grades • BNI als Alleinstellungsmerkmal • Ganz einfach ein bisschen mehr Erfolg haben • Welchen Erfolg bringt Netzwerken? • Unsere Ziele • Visitenkarten geschickt einsetzen • Unser wichtigster Termin der Woche 	
Empfehlungen	Seite 15
<ul style="list-style-type: none"> • Was ist eine Empfehlung? • Was ist eine gute Empfehlung? • Der „Wert“ einer Empfehlung • Empfehlungen und Kontaktanfragen • Empfehlungen nacharbeiten • Empfehlungen leichter generieren • Was zeichnet eine qualifizierte Empfehlung aus? • Eine Extrameile bei Empfehlungen gehen 	
Besucher	Seite 24
<ul style="list-style-type: none"> • Das erste Mal • Besucher sind der Herzschlag unseres Chapters • Alle im Team sind Besucher-Einlader (mit Kopiervorlage) • ... wenn das Warum klar ist • Lasst den anderen entscheiden • Trainingspart: BesucherInnen einladen • Was ist einfacher • Die Geheimwaffe 	
Engagementrunde	Seite 34
<ul style="list-style-type: none"> • Was hast du in der vergangenen Woche Positives für die Gruppe getan? 	

Präsentationen	Seite 36
<ul style="list-style-type: none"> • Wichtig: Ein Slogan 	
4-Augengespräche	Seite 37
<ul style="list-style-type: none"> • Was kann ich tun, um mehr Empfehlungen zu erhalten? • BNI steht für Besonders Nützliche Informationen • Spontankommunikation zum besseren Kennenlernen • 4-Augengespräch „umgekehrt“ (mit Kopiervorlage) • 4-Augengespräch Wiederholung 	
Die 7 Werte von BNI	Seite 42
<ul style="list-style-type: none"> • Werte allgemein • Wer gibt, gewinnt! • Beziehungsaufbau • Lebenslanges Lernen • Tradition und Innovation • Positive Einstellung • Verantwortlichkeit • Anerkennung 	
Prozesse – Strukturen – Regelwerk	Seite 51
<ul style="list-style-type: none"> • Der VCP-Prozess • Dein Erfolg bei BNI ist „S x G“ 	
Motivation	Seite 55
<ul style="list-style-type: none"> • Wir müssen es nur tun • Warum sind Schulungen bei BNI so wichtig • Warum können Testimonials so wertvoll sein 	
Netzwerken	Seite 60
<ul style="list-style-type: none"> • Was ist eigentlich Netzwerken • Trainingspart: Beziehungsaufbau • Wie Netzwerken funktioniert 	

Was hat BNI mit einem Unimog zu tun?

Vorteile einer BNI-Mitgliedschaft – so funktioniert BNI

TEXT

Für alle, die einen Unimog nicht so genau kennen, es handelt sich um einen seit 1949 gefertigten allradgetriebenen Geräteträger und Klein-Lkw vor allem für die Land- und Forstwirtschaft, das Militär und für kommunale Aufgaben.

Die Abkürzung UNIMOG steht übrigens für Universal-Motor-Gerät – damit haben wir heute schon etwas gelernt.

Aber was hat BNI denn nun mit einem solchen Fahrzeug zu tun?

Erstens: BNI gibt es auch schon seit über 35 Jahren. Dies wäre nicht der Fall, wenn sich nicht einige Dinge bewährt hätten. Dennoch ist BNI kein Oldtimer, sondern aktueller wie niemals zuvor, denn der Grundgedanke „Wer gibt, gewinnt!“ ist zeitlos.

Zweitens: Genauso wie ein Unimog ist BNI ganz unterschiedlich nutzbar. Für den einen ist es ein Marketinginstrument, um neue Kunden zu gewinnen, ein anderer nutzt BNI, um mit den Mitgliedern als Lieferanten oder Dienstleistern gemeinsam Projekte stemmen zu können. Wieder andere nutzen das Netzwerk als Plattform, um sich mit anderen Unternehmern auszutauschen.

Drittens: Über BNI entstehen Freundschaften und das Netzwerk bietet Hilfe. Wenn es im Leben eines Unternehmers einmal etwas holpriger zugeht, ist es hilfreich, professionelle Netzwerker zu kennen, die einem in dieser Situation weiterhelfen, um „onroad“ oder „offroad“ weiterzukommen.

TEXT als Frage in die Runde

Welche Funktionen hat BNI für dich als UNIBUT?
Ach so, das wäre dann das Universal-Business-Tool ;-)

Kurz 2-3 Antworten abwarten

Danke für euer Feedback und allseits gute Fahrt durch die Geschäftswelt – dank BNI.

BNI – und unser weltweites Vertriebsteam

Vorteile einer BNI-Mitgliedschaft – so funktioniert BNI

TEXT

Wir haben es eben vom Chapterdirektor gehört: BNI ist die weltweit größte Netzwerkorganisation mit über 330.000 engagierten Geschäftsführern und Selbstständigen in 77 Ländern. Aber – was bringt mir das? Denken wir das doch erst mal in einem kleineren Maßstab – deutschlandweit:

1. Beispiel: Ihr habt Bedarf für euch selbst an einem Produkt oder einer Dienstleistung außerhalb eurer Region

(Hier jetzt möglichst Beispiele des eigenen Chapters einfügen oder:)

Etwa Architekten: Manche sind deutschlandweit aktiv. Auch wenn sie sich vor Ort nicht auskennen: Zuverlässige Handwerker finden sie über BNI!

2. Beispiel: Freunde, Verwandte oder Kunden haben Bedarf an einem Produkt oder einer Dienstleistung deutschlandweit. Diesen könnt ihr kompetent helfen – probiert es aus, es funktioniert.

(Hier jetzt möglichst Beispiele des eigenen Chapters einfügen oder:)

Ein Mitglied hat mir folgende Geschichte erzählt: Eine Kundin wollte eine Niederlassung weit ab von ihrem bisherigen Standort eröffnen. Zwei Wochen vor der Eröffnung klagte sie dem Mitglied ihr Leid: Sie brauchte noch dringend eine Theke, der beauftragte Schreiner kam nicht. Außerdem brauchte sie dringend noch einen Spezialisten fürs Marketing. Das Mitglied sagte: „Moment, ich kann Ihnen helfen! Geben Sie mir Zeit bis heute mittag.“ Das Mitglied suchte in Connect, sprach kurz mit dem Gebietsdirektor und nachmittags hatte die Kundin die Adresse eines guten Schreiners sowie die Adresse einer Marketingfirma. Und am nächsten Tag lag ihr von ALLEN Firmen ein Angebot vor. Die Dankbarkeit der Kundin können wir uns vorstellen. Warum funktioniert das?

- Wir alle haben einen Vertrauensvorschuss als BNI-qualifizierte Unternehmer
- Und es gibt den Ehrenkodex, an den sich die allermeisten Mitglieder halten.
Und das bedeutet, dass wir uns gegenseitig helfen und uns unterstützen.

Denkt aber auch ruhig mal größer: Stellt euch vor, ihr habt einen Kunden, der euch – vielleicht eher im Spaß – fragt, ob ihr zuverlässige Kontakte in Wien, New York oder gar in Dubai oder Delhi habt.

... und ihr könnt sagen: Ja, die habe ich! Nutzt die Möglichkeiten eures „weltweiten Vertriebsteams“. Probiert es aus – es funktioniert!

BNI – und die Kontakte des zweiten Grades

Vorteile einer BNI-Mitgliedschaft – so funktioniert BNI

TEXT

Welche Möglichkeiten haben wir, als BNI-Mitglieder Kontakte herzustellen?
Da sind zum einen die Kontakte ersten Grades: Also die Kontakte von Mitglied zu Mitglied. Diese Kontakte sind wichtig – und die Geschäfte, die daraus entstehen auch. Denn sie schaffen Vertrauen. Aber: Die Geschäfte, die Mitglieder untereinander machen können, sind endlich. Deshalb sind die Kontakte zweiten Grades viel wichtiger. Was denken Sie, über wie viele Kontakte verfügt ein Unternehmer im Schnitt?

Kurz 2-3 Antworten abwarten

Es sind im Schnitt 800 bis 1000! Wie viele Personen sind heute hier im Raum? Rund 30. Also existieren hier zwischen 24.000 bis 30.000 Kontakte! Ich glaube, wir sind uns einig: Diese Kontakte bieten uns ein schier unerschöpfliches Potenzial für Geschäfte, die wir vorher nicht geahnt haben.

Das Einzigartige daran: Das Miteinander bei BNI ist darauf angelegt, sich gegenseitig genau diese Kontakte zu erschließen. Wir können in den 4-Augengesprächen und in den Präsentationen genau sagen, welchen Kontakt wir suchen. Probieren Sie es aus – es wird jemand geben, der genau die Person kennt, zu der Sie gerne Kontakt haben möchten. Wichtig dabei: Je genauer die Angabe, umso besser. Die größten Erfolgsaussichten hat man, wenn man neben dem Firmennamen auch den in der Firma jeweils Zuständigen nennt. Also etwa: Ich hätte gerne Kontakt zu Markus Müller, dem Marketingleiter der Firma Schulz.

Und weil der Mensch gerne in Bildern denkt ... stellt euch das Raumschiff Enterprise vor:
(Wer Möglichkeiten hat, ein Foto großformativ auszudrucken, kann auch mit einem Foto arbeiten)

Das ist BNI. Drumherum sind einige große Sterne zu sehen, das sind die Mitglieder, die kann man noch zählen. Nun stellt Euch noch viele kleine Sterne drumherum vor, das sind die unzähligen Kontakte zweiten Grades. Wir können sie alle sehen, jetzt müssen wir unseren BNI-Kollegen nur noch den Weg zu den Sternen zeigen und sie dorthin begleiten. Auf geht's.

BNI als Alleinstellungsmerkmal

Vorteile einer BNI-Mitgliedschaft – so funktioniert BNI

TEXT

Eine der Fragen im 4-Augengespräch lautet: Was ist Ihr Alleinstellungsmerkmal?
Welches Alleinstellungsmerkmal haben wir denn alle gemeinsam, die wir hier sitzen?
– Genau: BNI!

Wir bieten unseren Kunden im Gegensatz zu Mitbewerbern unserer Branche die Möglichkeit, ein Netzwerk nutzen zu können. Und das macht uns für unsere Kunden ausgesprochen wertvoll. BNI-Mitglieder fragen regelmäßig: „Wie kann ich Ihnen sonst noch helfen?“

Die Fragestellung für uns selbst heißt: Wie kann ich meinen Kunden durch mein BNI-Netzwerk einen Vorteil verschaffen? Das wären beispielsweise:

- Finanzielle Vorteile (etwa Hausfinanzierung über einen unabhängigen Finanzierer)
- Zeitliche Vorteile (schneller an Handwerker kommen)
- Problemlösungen beruflich und privat (Zuverlässige Unternehmen einer gesuchten Branche vermitteln)

Jetzt sollten wir uns noch die Frage stellen: Welche Mitglieder meines BNI-Unternehmerteams kommen für meine Kunden immer wieder als gesuchter Kontakt in Frage?

Mit diesen Mitgliedern am besten sofort und regelmäßig 4-Augengespräche führen, damit man immer auf dem aktuellen Stand der Dinge ist.

Ganz einfach ein bisschen mehr Erfolg haben

Vorteile einer BNI-Mitgliedschaft – so funktioniert BNI

TEXT

Wir starten heute mit einer einfachen Rechenübung: Ihr macht 100.000 Euro Umsatz und habt dabei Kosten in Höhe von 99.000 Euro. Wie viel Gewinn macht ihr?

Unser Steuerberater wird uns sicher sagen, dass das nicht ganz so einfach ist, aber heute wollen wir es ein bisschen vereinfachen. Die richtige Antwort lautet natürlich 1.000 Euro. Das an sich ist noch nicht das Spannende.

Die Frage ist ja, was müsst ihr tun, um euren Gewinn zu steigern? Sagen wir mal, wir wollen den Gewinn verdoppeln.

Wenn ihr die Kosten beibehalten könnt, müsst ihr den Umsatz um „nur“ 1.000 Euro steigern. Denn 101.000 Euro minus 99.000 Euro sind schon 2.000 Euro.

Der Trick ist, ihr habt gewisse Grundkosten, die ihr erst einmal einspielen müsst. Alles darüber hinaus wird zu Gewinn. Ihr müsst also nicht eure Anstrengung verdoppeln, um den Gewinn zu verdoppeln, ein bisschen mehr reicht da schon aus.

Mit BNI ist es genauso: Ihr habt gewisse Grundkosten – und das meine ich nicht nur finanziell: jede Woche da sein, Workshops besuchen, ...

Damit erreicht ihr ein gewisses Level an Empfehlungen. Die gute Nachricht ist: Es reichen jetzt Kleinigkeiten, damit es noch besser läuft. Ein 4-Augengespräch hier, eine Extrameile da, ein zusätzliches Gespräch mit einem Chaptermitglied vor dem Treffen, ...

Und natürlich gibt es auch die großen Aufgaben, die man angehen kann: Mitarbeit im Führungs- oder Unterstützungsteam etwa. All das erhöht eure Sichtbarkeit mit einem Mehraufwand, der im Verhältnis zu eurem BNI-Grundengagement doch recht gering ist.

Also investiert noch ein bisschen mehr in BNI. Es könnte genau das Quäntchen sein, das euren Erfolg verdoppelt. Denn es heißt nicht umsonst: „Wer gibt, gewinnt.“

Welchen Erfolg bringt Netzwerken?

Vorteile einer BNI-Mitgliedschaft – so funktioniert BNI

TEXT

Willkommen zu einem kurzen sozio-biologischen Ausflug!

Wir sind in der Biologie stark von Darwin geprägt – und sehen die Evolution unter dem Aspekt: Der fitteste – der stärkste – setzt sich durch. Das heißt, der stärkere hat das Recht sich durchzusetzen – weil das die Menschheit oder die Entwicklung weiterbringt.

Interessant ist jedoch, dass die Gattung mit dem höchsten Anteil an Biomasse in unserem Ökosystem nicht die Säugetiere sind, sondern – die Insekten. Diese sind die erfolgreichste Gattung auf unserem Planeten. Und warum? Weil sie auf Kooperation bauen!

So schreibt denn auch Darwin in einem seiner letzten Briefe: Er habe einen Fehler gemacht – er habe den evolutionären Wert der Kooperation unterschätzt. Und wer das einmal erkannt hat, der kann eigentlich gar nicht mehr anders, als kooperatives Verhalten ins Denken und Handeln zu integrieren.

Der Wert und die Wichtigkeit von Kooperationen zeigen sich nicht nur in beruflicher Hinsicht, sondern auch in unserem menschlich-sozialen Verhalten – in unserer Gesellschaft, gegenüber unseren Mitmenschen. Erfolg stellt sich auf unserer Welt nicht dann ein, wenn sich der stärkere durchsetzt – sondern dann, wenn wir bereit sind zu kooperieren und so handeln, dass die Gemeinschaft davon profitiert – und nicht der Einzelne.

Der Selbstlose ist also nicht der Doofe – sondern der Prototyp eines Erfolgstyps! Oder warum sind sonst Ameisen die erfolgreichste Gattung? Ameisen netzwerken schon lange. Ameisen sind keine Egotypen, keine Selbstverwirklicher, die darum kämpfen, wer sich durchsetzt. Sie kooperieren, sie stellen sich in den Dienst des gemeinsamen Zweckes – sie übernehmen quasi „ehrenamtliche“ Aufgaben. Sie kümmern sich um die Aufzucht der Brut, um das Heranschaffen des Futters, um den Bau, um die Königin.

Auch ein BNI Chapter ist ein, wenn auch nur kleiner Ameisenbau. Es gibt unterschiedliche Aufgaben – und solange alle zusammenarbeiten und kooperieren, funktioniert es. Wir messen darüber hinaus wöchentlich unsere Erfolge – und können daran auch den Erfolg unserer Kooperation erkennen.

Das heißt, wir nähern uns den Insekten an. In diesem Fall – kein schlechtes Vorbild!

Unsere Ziele

Vorteile einer BNI-Mitgliedschaft – so funktioniert BNI

Dieser Trainingsbeitrag passt sehr gut an den Anfang eines Jahres.

TEXT

Wir sind alle Unternehmer und haben mit Sicherheit unsere Ziele für das Jahr ...
(aktuelle Jahreszahl ergänzen) festgelegt.

Wir sollten aber auch prüfen, wie das letzte Jahr lief, oder?

Haben wir unsere Ziele im vergangenen Jahr erreicht? Was hat funktioniert?

Nehmen wir zum Beispiel mal die Geschäftsverbindungen, die wir im Verlauf des Jahres aufgebaut haben – oder hätten aufbauen können. Wir haben viel über den Vorteil gesprochen, den uns die Beziehungen hier untereinander in der Gruppe bringen. Die Gruppe ist unser Vertriebsteam. Dazu möchte ich Ihnen ein paar Fragen an die Hand geben:

- Haben Sie mit allen in dieser Unternehmergruppe ein gutes Verhältnis?
- Oder gibt es jemanden, den Sie eigentlich nicht kennen?
- Hat es vielleicht von Anfang an nie richtig klick gemacht?
- Oder ist der Grund, dass diese Person etwas tut oder sagt, womit Sie nicht einverstanden sind?

Zu Beginn des Jahres stellt sich diese Situation

- entweder als ein Problem

(kurze Pause)

- oder als eine Gelegenheit dar.

Die Entscheidung, was wir daraus machen, liegt bei uns. Wenn es ein Mitglied – oder zwei – gibt, die in diese Kategorie fallen, dann nutzen Sie die Gelegenheit, um diese Person besser kennenzulernen.

Vereinbaren Sie ein 4-Augengespräch!

Setzen Sie sich in den nächsten Wochen nebeneinander!

Machen Sie aus dem Problem eine Gelegenheit.

Es könnte ja sein, dass diese Person Deine beste Quelle für Empfehlungen wird, wenn Du sie erst einmal besser kennst.

Visitenkarten geschickt einsetzen

Vorteile einer BNI-Mitgliedschaft – so funktioniert BNI

Eigene Visitenkarten bereit halten.

TEXT

Guten Morgen, Vertriebsteam.
Teamkollegen antworten lassen – und eigene Visitenkarten hochhalten.

Wie viele Visitenkarten verteilt ihr denn so pro Woche?
(Antworten zurufen lassen, aufmuntern)

Wisst ihr denn, was eine Visitenkarte so kostet?
(Antworten zurufen lassen, aufmuntern, noch mehr Schätzungen abgeben lassen)

Lieber Drucker (gerne Name ergänzen) hier im Chapter: Was kostet denn eine Visitenkarte?
(Diesen antworten lassen, falls kein Drucker im Chapter ist, dies als Hinweis:
Bei einer Online-Druckerei kosten 1000 Visitenkarten ca. 50 Euro netto)

Also, ihr seht: Visitenkarten sind ein wirklich preiswertes Mittel, um sich bekannt zu machen und ggf. auch, um sich wieder in Erinnerung zu rufen.

Beim Workshop Netzwerken lernen wir: Es ist höflich, immer zuerst den Gegenüber nach seiner Visitenkarte zu fragen. Danach überreicht ihr **zwei, ich betone zwei** eurer Visitenkarten. Und zwar mit den Worten: „Eine Visitenkarte für Sie – und eine, damit Sie sie an einen Bekannten oder Freund weitergeben können.“

Wer noch mehr Tipps zum Thema „Erfolgreich Netzwerken“ haben möchte, dem sei der nächste Workshop Netzwerken empfohlen. Dieser findet statt am ... (Datum und Ort ergänzen).

Unser wichtigster Termin der Woche

Vorteile einer BNI-Mitgliedschaft – so funktioniert BNI

TEXT

Stellt euch einmal vor, ein Kunde ruft bei einem Unternehmer an: Er hat Interesse an dessen Produkt oder Dienstleistung. Er vereinbart einen Termin zur Besichtigung, eventuell zum Kauf oder zum Vertragsabschluss.

Was wird der Unternehmer vorher tun?

Er legt Info-Material zurecht, er bereitet Beispielarbeiten vor etc.

Wie wird er den Termin wahrnehmen? Kommt er zu spät und lässt den Kunden warten?

Wird er den Raum vor Ende des Termins verlassen und sagen: „Tschüss, ich habe noch einen wichtigen Termin“?

Wird er ungepflegt oder in verschmutzter Kleidung erscheinen?
Nein!!! Mit Sicherheit nicht!

Der Unternehmer wird gut vorbereitet sein, er wird sich adäquat kleiden, er wird sich Zeit nehmen für den Kunden. Und hinten raus hat er noch einen Zeitpuffer eingebaut.

Stellt euch bitte jetzt vor, unser Chaptermeeting ist eine Art der Präsentation oder Verkaufsshow für EURE Produkte und Dienstleistungen. Ihr schult jede Woche EUER Vertriebsteam.

Wie verhalte ich mich da?

Komme ich zu spät? Bin ich mürrisch oder schlecht gelaunt? Setze ich mich vor allen anderen, um mit dem Frühstück zu beginnen? Gebe ich mir bei der Präsentation keine rechte Mühe?

Sicher nicht – unser BNI-Treffen ist jede Woche unser wichtigster Marketing- und Akquise-Termin!

Was ist eine Empfehlung?

Empfehlungen

TEXT

Bei BNI wird per Definition klar zwischen Hinweisen/Tipps und qualifizierten Empfehlungen unterschieden. Eine Empfehlung ist kein garantierter Geschäftsabschluss, sondern eine geöffnete Tür. Ist eine Empfehlung nicht vorbereitet, ist es nur ein Tipp.

Ein Hinweis/Tipp (und keine Empfehlung) kann beispielsweise sein:

- Die Vermittlung von Lieferanten
- Die Vermittlung eines Mitarbeiters

Da: Keine Generierung von Gewinnen für denjenigen, der die Empfehlung erhält.

Eine qualifizierte Empfehlung ist hingegen folgendermaßen charakterisiert:

- Ein anderes Mitglied bei BNI erhält durch das Herstellen eines Kontaktes, die Möglichkeit, neuen Umsatz zu generieren.
- Dabei kann es sich um eine interne oder um eine externe Empfehlung handeln.

Eine Empfehlung wird nicht daran gemessen, ob der Umsatz letztlich zu Stande kommt. Eine Empfehlung ist eine Option für ein Geschäft!

Achtet darauf, dass folgendes zutrifft, wenn ihr eine Empfehlung weitergebt:

- Es handelt sich um einen Kontakt.
- Bei der Kontaktperson ist ein konkreter Bedarf vorhanden.
- Der potenzielle Kunde ist auf die Kontaktaufnahme des Mitglieds vorbereitet.
- Alle relevanten Daten werden mitgeteilt – entweder über die BNI mobile App oder über BNI Connect

Noch ein kleiner Hinweis am Rande: Die beste Variante ist es die Empfehlungen komplett über BNI Connect oder die BNI App zu erfassen.

Was ist eine gute Empfehlung?

Empfehlungen

TEXT

Hier die drei W's für eine gute Empfehlung.

Bei einer guten Empfehlung spielen 3 Faktoren eine Rolle:

Das **Wohlwollen** gegenüber meinem Chapterkollegen:

Hiermit ist gemeint, dass ich nicht lapidar eine Empfehlung ausspreche und sage: „Ruf den mal an, der könnte an deinem Produkt/Dienstleistung interessiert sein.“ Unter Wohlwollen verstehe ich, dass es sich um eine echte Empfehlung handelt und nicht nur um einen Tipp!

Eine echte Empfehlung ist außerdem **werthaltig**. Hier nicht im finanziellen Sinn gemeint, denn wir wissen im Vorfeld nicht, was eine Empfehlungen für einen Umsatz bringen kann. In der Werthaftigkeit steckt das Bemühen des Empfehlungsgebers dem Empfehlungsnehmer den Weg zum Kontakt zu bahnen. Die Empfehlung muss vorbereitet sein, indem ich den Geschäftspartner im Vorfeld informiere, dass der Chapterkollege sich melden wird.

Als letztes Merkmal einer guten Empfehlung steht die **Wertschätzung**.

Der Empfehlungsgeber sollte sich im Nachgang informieren, wie die Abarbeitung der Empfehlung gelaufen ist. Andererseits sollte sich der Empfehlungsnehmer natürlich zeitnah bei dem Interessenten melden und seinem Chapterkollegen Rückmeldung geben, wie der Kontakt verlaufen ist und ob es zum Auftrag kam.

Wertschätzung bringt der Empfehlungsnehmer natürlich auch dadurch zum Ausdruck, dass er in der Engagementrunde über die Ausführung des Auftrages spricht.

Ein weiterer Ausdruck der Wertschätzung ist ein Referenzschreiben, das wir bei einer internen Empfehlung für den Chapterkollegen verfassen können.

Mit Wohlwollen, Werthaftigkeit und Wertschätzung erhöhen wir die Qualität unserer Empfehlungen und setzen im Chapter positive Akzente.

Der „Wert“ einer Empfehlung

Empfehlungen

TEXT

Warum treffen wir uns hier jede Woche?
Um qualifizierte Geschäftsempfehlungen auszutauschen!

Heute möchte ich kurz auf die Frage eingehen: Welchen Wert hat eine Empfehlung?
In den vergangenen **x Monaten** [Zahlen aus dem Palms-Bericht ergänzen] hat dieses Chapter **x Empfehlungen** ausgetauscht. Es wurde ein Umsatz von über **x Euro** zurückgemeldet. Die Empfehlungen in diesem Chapter haben also einen Wert im Schnitt von **x Euro**.

Das ist natürlich nur ein Mittelwert!

Welchen Wert hat eine Empfehlung für denjenigen, der sie bekommen hat?
Zunächst ist eine Empfehlung das Öffnen einer Tür – und noch kein Auftrag. Ob ein Auftrag zustande kommt, hängt von sehr vielen Faktoren ab, die der Empfehlungsgeber nicht beeinflussen kann.

Der Wert einer Empfehlung hängt für denjenigen, der sie bekommen hat, außerdem stark von der Branche ab. (Hier ein Beispiel von zwei Branchen ergänzen, die stark unterschiedliche Umsätze pro Empfehlung erzielen, etwa Friseur und Architekt)

Welchen Wert hat die Empfehlung für denjenigen, der sie gegeben hat?
Wer gibt, gewinnt – lautet unser Motto. Das zeigt die Statistik: Jemand, der an seine Chapterkollegen viele Empfehlungen ausgeben kann, der bekommt auch viel zurück.

Wichtig finde ich auch: Wenn ich eine Empfehlung ausgesprochen habe und mein Chapterkollege hat – bei einem wichtigen Kunden von mir – sehr gute Arbeit geleistet, dann habe ich an meiner eigenen Reputation bei meinem Kunden gearbeitet. Das kann mir bei meinem nächsten Geschäft mit meinem Kunden den entscheidenden Vorteil gegenüber der Konkurrenz bringen.

Das birgt aber natürlich auch ein Risiko: Kümmert sich ein Chapterkollege nicht optimal um eine Empfehlung, dann kann mir das schaden. Das Besondere bei BNI-Empfehlungen: Derjenige, der den Bedarf hat, wartet auf unsere Kontaktaufnahme. Wenn diese nicht erfolgt, fällt das negativ auf denjenigen zurück, der die Empfehlung gegeben hat. Genauso, wenn die Qualität der geleisteten Arbeit nicht stimmt.

Also bitte: Achtet darauf, dass ihr sehr sorgsam mit Empfehlungen eurer Chapterkollegen umgeht. Der „Wert“ einer Empfehlung – er kann sehr unterschiedlich sein.

Empfehlungen und Kontaktanfragen

Empfehlungen

TEXT

Guten Morgen, Vertriebsteam!

Das Chapter reagieren lassen

Ich war vor kurzem zu Gast in einem anderen Chapter und habe dort etwas Interessantes erlebt, das ich heute an euch weitergeben möchte. Während der Kurzpräsentationen hat ein Mitglied den Kontakt zu einer bestimmten Person in einem bestimmten Unternehmen gesucht, weil dieses seiner Meinung nach seine Dienstleistung sehr gut brauchen könnte. So weit, so gut.

In der Engagementrunde ist dann etwas passiert, was jeder von uns schon mal erlebt hat. Eines der Mitglieder ist aufgestanden – mit einem Zettel in der Hand – und verkündete strahlend und stolz: „Ich habe da gleich eine Empfehlung für Dich, denn ich kenne die gesuchte Person, ich habe dir die Daten aufgeschrieben, du kannst dich gerne auf mich berufen.“

Jetzt passierte aber das Spannende: Der / die Chapterdirektor/in ist aufgestanden und sagte: Liebes Mitglied, man merkt richtig, wie sehr es dich freut, dass du eine Empfehlung für das andere Mitglied hast. ABER: Ich bitte Dich, die Empfehlung bis zum nächsten Treffen zurückzubehalten und möchte dir bzw. allen anderen im Raum auch erläutern, warum.

Es gibt eine klare Definition, was eine Empfehlung ist:

Eine Empfehlung ist die Möglichkeit, jemandem eine Dienstleistung (oder ein Produkt) vorzustellen, der gesagt hat, dass er **Bedarf** für diese Dienstleistung (oder dieses Produkt) hat, und der auf die **Kontaktaufnahme** vorbereitet ist.

Zusammengefasst bedeutet das:

- Es ist noch kein Auftrag, aber die Möglichkeit, dass sich ein Mitglied präsentiert
- Der Bedarf vorhanden ist
- Der Kontakt muss vorbereitet sein

Den Bedarf, also Punkt 2, setzt der Suchende voraus. Erledigt ...

Aber weder besteht die Möglichkeit zur Präsentation des Mitglieds, noch – und das ist der entscheidende Punkt – ist die Kontaktaufnahme vorbereitet worden.

Wenn der/die Suchende aufgrund der Empfehlung jetzt schon anrufen würde, dann würde unter Umständen Folgendes passieren: „Schönen guten Tag, mein Name ist xy. Ich rufe auf Empfehlung von Herrn/Frau Empfehlungsgeber an. Bla bla bla ...“

Mal angenommen, man wird überhaupt durchgestellt. Was ist jetzt die erste Reaktion bei dem Angerufenen?

„Oh nein, schon wieder irgendjemand, der mir etwas verkaufen will“, wird er sich denken.

Deshalb machen wir die ganze Sache besser auf die BNI-Art:

Du, lieber Empfehlungsgeber, meldest dich die nächsten Tage bei der Person, die du auf dem Zettel stehen hast, und fragst nach, ob sich der Suchende einmal bei ihm melden dürfe, usw. Was du genau am besten sagst, klärst du bitte nach dem Meeting mit dem Suchenden.

Wir alle freuen uns auf jeden Fall auf nächste Woche und sind jetzt schon ganz gespannt auf das Ergebnis der Kontaktaufnahme.

Und an alle, die jetzt im Stillen für sich denken: „Ich wusste gar nicht mehr, welche Punkte per Definition zu einer Empfehlung gehören ...“

Der nächste Empfehlungsworkshop findet statt am ... *(Datum und Ort ergänzen)*

Es lohnt sich die Workshops auch mehrmals zu besuchen!

Empfehlungen nacharbeiten

Empfehlungen

TEXT

Denken wir einmal zurück an die „gute alte Zeit“. War denn wirklich alles besser?

- Die Arbeitsbedingungen?
- Die Lebensqualität?
- Die Mobilität?

Vor rund 40 Jahren hatten wir auch noch kein Internet, keine Smartphones und keine E-Mails. Drehte sich damals die Welt noch langsamer? Ja, sicher.

Auf jeden Fall war die Erreichbarkeit sehr viel schlechter. Ob man das jetzt positiv oder negativ sehen möchte, bleibt dahingestellt, aber sicherlich war die Erwartungshaltung niedriger. Man war es einfach nicht gewohnt, dass sich Mensch sofort zurückmelden und reagieren.

Diese Geschwindigkeit hat sich automatisch auf unser komplettes Leben übertragen. Um den Anforderungen unserer Zeit gerecht zu werden, sollten wir davor auch bei BNI nicht Halt machen.

Denn wer nicht mit der Zeit geht, wird mit der Zeit gehen!

Deshalb meine dringende Bitte: Arbeitet erhaltene Empfehlungen binnen 48 Stunden nach. Derjenige, dem ihr empfohlen wurdet, wartet auf euren Anruf! Meldet ihr euch nicht binnen kurzer Zeit, kann das negativ auf den Empfehlungsgeber zurückfallen.

Das Eisen muss geschmiedet werden, solange es noch heiß ist.

Damals wie auch heute!

Empfehlungen leichter generieren

Empfehlungen

TEXT

Empfehlungen für andere Personen zu generieren, kann manchmal eine echte Herausforderung sein. Aber wieso schaffen es manche Mitglieder regelmäßig und mit Leichtigkeit Empfehlungen für andere mitzubringen? Haben die einfach ein besseres Netzwerk oder sind das Naturtalente? Nein. Diese haben nur gewisse Methoden zur Generierung von Empfehlungen gefunden.

Aber ich habe eine gute Nachricht für alle, die mit Empfehlungen manchmal ein bisschen Mühe haben: Es gibt Lösungen!

Wenn du für eine Person keine Empfehlung generieren kannst, hat das immer zwei Gründe: Die anderen und dich. So hat dich dein Empfehlungspartner noch nicht gut genug geschult und du hast dich noch nicht gut genug schulen lassen. Aus meiner Sicht immer eine 50/50-Verteilung, wenn es mit Empfehlungen nicht klappt – vorausgesetzt, beide wollen sich überhaupt empfehlen!

Wenn du also keine Empfehlungen bekommst, überlege dir, ob es nicht an dir liegen könnte. Bitte nicht falsch verstehen, wir suchen jetzt nicht den „Schuldigen“. Wir suchen nur die Ursache. Versuche andere Wege zu finden, wie dich jemand ins Spiel bringen könnte. Schlüpfte in die Rolle deines Gesprächspartners und überlege dir für ihn, wie er dir helfen kann. Dann vereinbare ein 4-Augengespräch.

Ich habe eine einfache Methode versprochen und hier kommt sie: Was du brauchst, sind Stift und Zettel bei den BNI-Treffen. Wenn ein Mitglied einen Kontaktwunsch nennt, dann notiere diesen. Schreibe dir alles auf. Verstehst du den Namen nicht richtig, geh einfach nach dem Meeting auf deinen Kollegen zu und frage einfach noch einmal nach. (Wirkt positiv – versprochen.)

Niemand spricht in deinem Unternehmerteam definitive Suchwünsche aus? Sprich mit deinem Führungsteam, dass sie hierzu einen Trainingsbeitrag einplanen. Manchmal muss man sich selbst helfen, um anderen helfen zu können.

Was zeichnet eine qualifizierte Empfehlung aus?

Empfehlungen

TEXT

Über was freuen wir uns besonders und warum sind wir hier?

Wir freuen uns über Empfehlungen, über **echte** Empfehlungen!

Um eine Empfehlung weiterzugeben, gibt es bei BNI die BNI mobile App.

Ein Handy nach oben halten

Was zeichnet eine qualifizierte Empfehlung aus?

Das man die Empfehlung vollständig und verständlich ausfüllt. Das ist für den Teamkollegen wichtig, damit er gleich damit loslegen kann.

Zunächst markiert man:

Ist es ein Eigenbedarf oder externe Empfehlung?

Steht bei „empfohlene Person“ mein eigener Name dann ist eine Empfehlung mit Eigenbedarf. (Merke: Bin ich selbst der Rechnungsempfänger ist es Eigenbedarf)

Steht hier der Name einer Person außerhalb von BNI, dann ist es eine externe Empfehlung.

Ein Haken bei „Bitte anrufen“ ist eine sehr wichtige Information. Hier bitte eine korrekte, erreich- bare Telefonnummer eintragen. Und besonders wichtig: Der Anruf sollte vorbereitet und willkom- men sein.

Auf der Skala könnt ihr eintragen, ob es sich um eine warme oder heiße Empfehlung handelt. Doch egal, ob warm oder heiß: Bei BNI gibt es definitiv keine Kaltakquise! Jede Empfehlung ist vorbereitet. Der potenzielle Kunde wartet auf den Anruf. Deshalb rufe ich maximal 48 Stunden nach Erhalt der Empfehlung dort an. Das unterstreicht mein Interesse.

Eine Extrameile bei Empfehlungen gehen

Empfehlungen

TEXT

Viele unserer Netzwerkkollegen nennen in ihrer Kurzpräsentation ganz gezielt ihren Wunschkontakt. Das führt sehr oft zu einer Empfehlung. Manchen unter uns fällt es aber schwer, einen Wunschkontakt zu benennen.

Was können wir also für unsere Netzwerkkollegen tun, die ihren Wunschkontakt oder -kunden nicht benennen können?

Wir alle haben regelmäßig Kundentermine. Nun können wir vor den Treffen in unsere Kalen- der für die kommende Woche schauen. Dann überlegen wir, welche Kundenbesuche wir am Schluss unserer Kurzpräsentationen erwähnen könnten. Ich frage also in die Runde, ob einer meiner Kunden für einen meiner BNI-Kollegen interessant sein könnte. Wenn das der Fall ist, dann bitte ich denjenigen nach dem Treffen darum, auf mich zuzukommen. So können wir be- sprechen, wie ich ihn bei meinem Kunden ins Gespräch bringen kann.

... und glaubt mir, das ist gar nicht so schwer.

Das erste Mal

Besucher

TEXT

Wer erinnert sich noch an sein erstes Mal ...? – PAUSE – ... als Besucher eines BNI Chapters?

Wer von euch hat schon Umsatz gemacht?

Wer von euch hat BNI zu seiner Strategie für Neukundengewinnung und Akquise gemacht?

Wer kann sich an die Person erinnern, die ihn zum ersten BNI-Treffen eingeladen hat?

2-3 Mitglieder dazu ihre Geschichte erzählen lassen

Möchten auch Sie nach so vielen Jahren positiv in den Köpfen von Unternehmern bleiben, dann laden Sie Unternehmer zu ihrem ersten Mal ein!

Besucher sind der Herzschlag unseres Chapters

Besucher

TEXT als Frage in die Runde

Eine Frage in die Runde: **Was würde eigentlich passieren, wenn unser Chapter eine geschlossene Gruppe wäre?**

Chapter antworten lassen und Antworten zusammenfassen und ergänzen, etwa:

- Wir bekämen keine Impulse, keine Anregungen von außen, wir „schwimmen im eigenen Saft“. (Würde uns das weiterbringen?)
- Es gäbe viele Gerüchte über BNI (Haben wir etwas zu verbergen?)
- BNI ist eine elitäre Gruppe, nur etwas für „ausgewählte“ Personen (Sind wir das?)
- Unnötige Hürde für neue Mitglieder (Würden wir dann weiter wachsen?)
- Wir würden als Gruppe stagnieren, vermutlich sogar „aussterben“
- ...

TEXT als Frage in die Runde

Welchen Nutzen hat es dann für uns, Besucher einzuladen?

Chapter antworten lassen und Antworten zusammenfassen und ergänzen, etwa:

- Wir gewinnen neue Mitglieder
- Wir erhalten mehr Empfehlungen
- Unsere Treffen sind lebendiger, wenn Besucher anwesend sind
- Wir vergrößern unser Netzwerk (auch wenn die Besucher keine Mitglieder werden)
- Besucher bringen zusätzlichen Umsatz

Fazit: Besucher sind der Herzschlag unseres Chapters!

Wen sollten wir in erster Linie als Besucher einladen?

Personen eines Fachgebietes, das noch nicht im Chapter vertreten ist (höchstes Potenzial für eine Mitgliedschaft). Darüber hinaus aber durchaus auch mal Personen eines Fachgebietes, das bereits im Chapter vertreten ist. In diesem Fall aber zwingend den Chapterkollegen informieren und den Besucher bitten von einer reißerischen Präsentation abzusehen.

Und wer hat schon einmal an folgende Personenkreise gedacht?

- Personen aus öffentlichen Einrichtungen (Ämter, Krankenhaus ...)
- Vertreter von Verbänden
- Personen, die zur Zeit keiner Beschäftigung nachgehen
- Studenten

Auch solche Personen werden über ihren Besuch bei BNI reden, auch sie sind Multiplikatoren.

Fazit: Jeder ist für uns als Besucher interessant und wertvoll!

Deshalb beim Einladen von Besuchern nicht groß darüber nachdenken, ob der Besucher „Potenzial“ hat. Dies erfahren wir erst im Nachhinein.

Alle im Team sind Besucher-Einlader

Besucher

TEXT

Unser Chapterdirektor/in hat mir heute einen Auftrag erteilt. Gibt es einen Freiwilligen?

Abwarten, wer sich meldet. An diese Person einen der Zettel „Besucher-Einlader“ verteilen. Nicht kommentieren.

Weitere Freiwillige? Zwei, drei, fünf dürfen es schon sein.

Locker, lustig bleiben. Mitglieder charmant auffordern, sich zu melden. Immer, wenn sich jemand meldet, einen der Zettel verteilen. Mittlerweile hat sich herumgesprochen, was auf dem Zettel steht. Am Schluss hält jedes Mitglied einen Zettel in der Hand.

Warum brauchen wir Besucher?

Chapter antworten lassen und Antworten zusammenfassen und ergänzen, etwa:

- Wir sind eine Netzwerkorganisation – wir leben von Kontakten und Multiplikatoren
- Unser Ziel sind x Mitglieder – aktuell sind wir aber erst?

Wir wollen wachsen. Was bedeutet ein größeres Chapter für jeden Einzelnen?

- o Die Chance, mehr Empfehlungen geben zu können
- o Die Chance, mehr Empfehlungen zu erhalten

Da jeder einen Zettel „Besucher-Einlader“ in der Hand hält ...

Bei so vielen Besucher-Einladern lohnt sich ja schon ein kleiner Workshop:

- Wer weiß, welche Branchen wir aktuell suchen?
- Wem fallen dazu Firmen ein, die er/sie kennt? Gleich eine Liste erstellen
- Immer spontan sein: Personen, die man neu kennenlernt, einfach fragen
- Mutig sein: ein beschriftetes Auto fotografieren – und einfach anrufen
- Wer trägt seinen BNI-Pin im Alltag? Neugierde wecken
- Begeistert vom Netzwerk erzählen – immer und überall
- Alle Einladungen zu den Treffen bewusst kurz und knackig halten, nicht zu viel erzählen
- Und vor allem: Letztlich zählt nur das, was man selbst tut!

Ich hoffe, ihr freut euch alle auf euren neuen Job. Weitere Tipps zum Thema Besucher einladen gibt es beim nächsten BNI-Workshop am... in ... Am besten gleich anmelden.

Kopiervorlage zum Trainingsbeitrag „Alle im Team sind Besucher-Einlader“

Besucher-Einlader	Besucher-Einlader	Besucher-Einlader
Besucher-Einlader	Besucher-Einlader	Besucher-Einlader
Besucher-Einlader	Besucher-Einlader	Besucher-Einlader
Besucher-Einlader	Besucher-Einlader	Besucher-Einlader
Besucher-Einlader	Besucher-Einlader	Besucher-Einlader
Besucher-Einlader	Besucher-Einlader	Besucher-Einlader
Besucher-Einlader	Besucher-Einlader	Besucher-Einlader

... wenn das Warum klar ist

Besucher

TEXT

Heute eine kurze Geschichte aus dem Chapterleben: Im Chapter xy war die Sparte Stuckateur schon seit einiger Zeit unbesetzt. Nach einigen Monaten war dann tatsächlich ein Stuckateur als Besucher anwesend. Dieser zeigte sich sehr interessiert, wollte sich das Ganze aber noch einmal überlegen.

Das wiederum rief ein langjähriges Chaptermitglied auf den Plan – ebenfalls Handwerker. Dieser hatte seit Jahren keine Besucher eingeladen. In der folgenden Woche brachte er nun ebenfalls einen Stuckateur als Besucher mit. Die beiden arbeiteten schon seit Jahren gut zusammen. Der Stuckateur gab sofort eine Bewerbung ab.

Was war passiert?

Dem langjährigen Mitglied war plötzlich wichtig, dass sein Geschäftspartner ins Chapter kommt und nicht ein Dritter. Er selbst war aber offenbar nicht auf die Idee gekommen diesen einzuladen, obwohl die Branche ja schon länger frei gewesen war. Doch nun gab es einen handfesten Grund und siehe da ...

Das „Warum“ war klar geworden. Ist es nicht besser, einen Geschäftspartner im Unternehmer-Team zu haben, den wir gut kennen, als einen Unternehmer, den wir nicht kennen? Ja, das ist einer der Gründe, um einen bestimmten Besucher einzuladen! Also überlegt doch einfach mal, welche Branchen frei sind – und wen ihr aus diesen Branchen gut kennt.

Das erste Mal

Besucher

TEXT

Ich habe eine Frage an euch: Was denkt ihr: Wie viele Einzel-Informationen kommen bei Euch im Gehirn pro Sekunde an? Also: Alles, was ihr spürt, hört, seht, schmeckt, usw. ...

Kurz 2-3 Antworten abwarten

Es sind rund 400 Milliarden Bits – pro Sekunde!!! Selbstverständlich werden aber nicht alle davon in unserem Bewusstsein verarbeitet. Deshalb noch eine Frage: Wie viele davon erreichen euer Bewusstsein?

Kurz eine Antwort abwarten

Es sind nur rund 2.000 Bits!!!

Wir nehmen also nur EINEN von rund 2 Milliarden Sinneseindrücken bewusst wahr. Wie groß also ist die Wahrscheinlichkeit, dass ein Mensch, der euch gegenüber steht, das gleiche sieht, hört oder empfindet?

Dazu ein kleines Beispiel aus dem Alltag:

Ein Paar, Arm in Arm, beobachtet auf der Parkbank einen Sonnenuntergang. Sie denkt: „Wie romantisch, wenn er mir jetzt noch einen Heiratsantrag machen würde, hach.“ Er denkt: „Hoffentlich können wir bald reingehen, ich habe Hunger und die Sportschau fängt gleich an.“

Ein nettes Beispiel – aber was bringt uns das fürs Netzwerken?

Hier zwei Tipps für geschäftliche Besprechungen oder für Netzwerk-Gespräche:

1. Geht NIE davon aus, dass euer Gegenüber euch „schon verstehen“ wird.
 - formuliert einfach und für euer Gegenüber verständlich
 - wiederholt Kernaussagen, am besten in verschiedenen Variationen (ein Grundprinzip aus der Werbung)
 - fragt nach, ob ihr verstanden worden seid

2. Projiziert bitte nicht EURE Gedanken auf ANDERE. Ein Beispiel dazu:

Ihr wollt einen Gast zu BNI einladen:

Ihr denkt:

- Das ist bestimmt nichts für ihn
- Der wird sicher kein Mitglied
- Das bringt ihm oder dem Chapter eh nichts

Vielleicht aber bekommt der Besucher hier im Chapter seinen persönlichen „Kontakt des Jahres“, etwa zu den Themen Hausumbau oder Werbung. Vielleicht ist sein Business gerade im Umbruch und er könnte BNI jetzt wunderbar nutzen. Das alles könnt ihr nicht wissen.

Haltet es lieber einfach:

Unterbreitet ein gutes Angebot, etwa die Einladung, sich hier vor x Unternehmern präsentieren zu können. Und dann: ... Lasst den Anderen entscheiden! Durch diese Tipps macht ihr es euch und anderen leichter und verbessert eure Kommunikation.

Trainingspart: BesucherInnen einladen – Größtmöglicher Nutzen für alle

Besucher

TEXT

Jedes Chapter, ob groß oder klein möchte BesucherInnen willkommen heißen und bestenfalls daraus neue Mitglieder gewinnen. Wir haben es alle schon erlebt, wie sehr BesucherInnen unsere Treffen beleben und diese dadurch an Qualität gewinnen. Das ist unsere Chapter-Seite oder Chapter-Sicht.

Meine Bitte heute ist, sich einmal in die Rolle der BesucherInnen zu versetzen.

Sie möchten auch größtmöglichen Nutzen aus ihrem Besuch ziehen. Sie sind ein bisschen nervös und möchten wissen was auf sie zukommt vom Thema „Parken“ vor dem Treffen bis hin zum „Info-Gespräch“ nach dem Treffen.

Der erste Schritt ist die korrekte Anmeldung über unsere Webseite. In der Bestätigung erhalten BesucherInnen bereits wichtige Informationen bzgl. des Treffens.

Dennoch empfehle ich, wenn ihr jemanden einladet, die Person zusätzlich vorzubereiten. Erklärt das Was und das Warum.

Legt ihr nahe spätestens um 6:45 Uhr im Raum zu sein. erinnert sie daran, ausreichend Visitenkarten mitzubringen. Sagt ihr, wieviel Sprechzeit sie hat und dass sie vielleicht ein Gesuch aussprechen möge. Überlegt Euch, mit wem ihr sie in Kontakt bringen könntet. Und auch ganz wichtig: sagt der Person, dass nach dem Treffen ca. 20 Minuten für ein Gespräch mit dem Besucherbetreuer einzuplanen sind.

Wenn wir all dies tun, wird unser Gast zufrieden sein, mit einem guten Gefühl und optimal informiert aus dem Treffen herausgehen. Fragen sind geklärt und das Follow-Up-Telefonat wird diese positive Stimmung nochmals verstärken.

Und bestenfalls haben wir so ein neues Mitglied für unser Chapter gewonnen.

Was ist einfacher?

Besucher

TEXT

Ich habe heute eine Frage mitgebracht:

Was ist einfacher?

- Einen Besucher mitzubringen
- Eine hochwertige Empfehlung für einen Kollegen im Team zu generieren?

(Kaum einer hebt die Hand bei Besucher)

Wir definieren mal kurz Besucher. Ein Unternehmer der atmet.

Oft selektieren wir in unseren Köpfen bei Besuchern schon vor. Aber wir haben einen Mitgliederausschuss, das ist unser Qualitätsmanagement. Die schauen wer zu uns passt und wer nicht.

Jeder Besucher, der hier zur Türe hereinkommt, könnte unser nächster bester Kunde sein und auch wir können seine Geschäftswelt besser machen.

Eine hochwertige Empfehlung hingegen ist deutlich schwieriger zu generieren. Ich spreche dabei nicht von Empfehlungen, die sowieso passieren, sondern: ich setze mich bewusst hin, um zu schauen, wie ich für einem Kollegen im Team die von ihm gewünschte Tür öffnen kann.

Also, gerne Unternehmer einladen, die atmen. Der Rest ergibt sich.

Die „heimlichen Vorteile“ unseres BNI-Teams – Besucher!

Besucher

TEXT

Guten Morgen liebes Chapter!

Heute sprechen wir über etwas, das unser BNI-Netzwerk von anderen unterscheidet – unsere Besucher. Und dazu habe ich Euch heute das 3x3 meiner Gedanken mitgebracht!

1. Warum sind Besucher unser heimlicher Vorteil?

- Besucher sind wie **Schatzsucher**, die unser Team mit **frischen Ideen und Kontakten** bereichern. Sie bringen Schätze, also Kontakte mit zum Treffen und können Schätze, also neue Kunden von Euch werden!
- Sie sind die „**Gewürze**“ in unserer **Geschäftssuppe**, die Abwechslung und Geschmack hinzufügen. Denn ohne sie würde unser Treffen zur langweiligen Gemüsebrühe werden.
- Denkt vor allem bei unseren Besuchern an „**Geheimagenten**“, die unsere Mission des Netzwerkers vorantreiben. Denn nach der ersten Erfahrung können sie gar nicht anders als auf ihrer Mission von diesem genialen Netzwerk zu berichten.

2. Wie können wir den „Besucher-Effekt“ maximieren?

- Lasst uns **kreative Wege** finden, Besucher zu begeistern und anzulocken. Wie wäre es, wenn Du hinter einem GALA-Bauer herfährst und ihn einfach anrufst, ob er noch Geschäft sucht...
- Erzähle humorvolle Anekdoten von Deinen eigenen ersten BNI-Erfahrungen. Also ich würde erzählen, wie ... (persönliche Geschichte einbauen).
- Und lass uns sicherstellen, dass Besucher unser Netzwerk als „**wahre Perle**“ erkennen.

3. Warum ist das so wichtig?

- Mehr Besucher bedeuten mehr Möglichkeiten und eine lebendige, dynamische Gruppe.
- Denken wir doch bei den Besuchern an „Superhelden“, die unser Netzwerk retten, verteidigen und bereichern, indem sie potenzielle Mitglieder werden. Wer hätte nicht gerne **Super Woman** im eigenen Chapter ;-)
- Jeder neue Held, äh, ich meine, Mitglied, stärkt unser Netzwerk und bringt uns allen Erfolg.

Schlussgedanke...

- Denkt daran, dass **Lachen ansteckend** ist, und Begeisterung zieht andere an.
- Indem wir den „Besucher-Effekt“ nutzen, machen wir unser BNI-Netzwerk zu einem Ort des Lächelns und des Erfolgs. Grüße von Dagobert ;-)

Schlusswort: Lasst uns gemeinsam lachen, netzwerken und Erfolg feiern. Besucher sind unsere geheime Multitalente und gemeinsam sind wir als **Superhelden** einfach unschlagbar!

Was hast du in der vergangenen Woche Positives für die Gruppe getan?

Engagementrunde

TEXT

Lasst uns mal über die Engagementrunde sprechen. Ich sehe immer wieder, dass manche in der Engagementrunde durchwinken, weil sie nichts dazu beitragen können.

... Naja, mal ehrlich, wie fühlt man sich, wenn man sagt: „Ich habe heute nichts“? Ich glaube, wir sind uns einig, dass man sich dabei nicht gut fühlt.

Stellt sich die berechtigte Frage: Will ich dieses ungute Gefühl? – NEIN.

Was können wir also tun, um uns dieses Gefühl zukünftig zu ersparen?

Unter dem Agendapunkt 14 hören wir vom Chapterdirektor: „Wir kommen nun zur Engagementrunde, in der jedes Mitglied berichtet, wie es in der vergangenen Woche zum Erfolg des Chapters beigetragen hat.“

Was können wir dabei Gutes getan haben?

- Wir haben Empfehlungen generiert
- Wir haben Besucher mitgebracht

Das sind sicher die Königsdisziplinen. Darüber haben wir noch viele weitere Möglichkeiten, Positives für die Gruppe zu tun:

- Wir können die Workshops besuchen – das steigert langfristig den Erfolg des gesamten Teams
- Wir können ein Referenzschreiben oder eine Bewertung in einem Online-Portal verfassen
- Wir führen regelmäßig 4-Augengespräche – diese sind die Basis, um Empfehlungen zu generieren und auch, um welche zu erhalten
- Wir können uns für Umsatz bedanken
- ... und wir können eine „Extrameile gehen“: Wer kennt diesen Begriff?
Eine Extrameile zu gehen, bedeutet, dass ich für einen Teamkollegen etwas Besonderes getan habe. Zum Beispiel habe ich einen gemeinsamen Termin mit einem neuen Kontakt vereinbart – eben etwas, das über das „Übliche“ hinausgeht.

Ihr seht, es gibt wirklich viele Möglichkeiten, Engagement für unser Team und für unsere Teamkollegen zu zeigen.

Ich wünsche euch viel Erfolg und damit immer ein gutes Gefühl, wenn es wieder heißt... „Was hast du in der vergangenen Woche Positives für dein Team getan?“

Haltet es lieber einfach:

Unterbreitet ein gutes Angebot, etwa die Einladung, sich hier vor x Unternehmern präsentieren zu können. Und dann: ... Lasst den Anderen entscheiden! Durch diese Tipps macht ihr es euch und anderen leichter und verbessert eure Kommunikation.

Wichtig: Ein Slogan

Präsentationen

TEXT

Wer von euch hat für sein Unternehmen einen Slogan?

Kurz 2-3 Chaptermitglieder antworten lassen.

Was ist der Vorteil eines Slogans?

Wenn wir uns persönlich vorstellen und dabei einen Slogan nennen, der einprägsam ist, bleiben wir eher und auch länger in Erinnerung.

Bestes Beispiel sind die großen Marken:
Wer kennt den Slogan von Nike? – Just do it

Oder von Milka – Die zarteste Versuchung seit es Schokolade gibt

Oder von Volkswagen? – Das Auto.

Daher sollten wir, wenn irgend möglich, bei der persönlichen Vorstellung Namen, Firma und Slogan nennen. Manchmal ist es nicht so einfach, einen guten Slogan zu kreieren – dabei hilft euch sicherlich gerne das im Chapter für den Bereich Werbung zuständige Mitglied.

Und wie lautet der Slogan von BNI?
Changing the Way the World does Business.

Wir verändern die Art und Weise wie Geschäfte gemacht werden.

Was kann ich tun, um mehr Empfehlungen zu erhalten?

4-Augengespräche

TEXT

Euch ist sicherlich bekannt, dass es zwei Formen von 4-Augengesprächen gibt: Das GAINS-Gespräch und das Power 1-2-1.

Ist man neu im Chapter sollte man als erstes immer ein GAINS-Gespräch, also ein Vertrauensgespräch, führen. Danach folgt das Power 1-2-1. Dieses Gespräch ist kurz – maximal 20 Minuten für jeden der Partner – und bringt prägnant auf den Punkt, was die nächsten Schritte sein können.

Wenn ihr euch gezielt darauf vorbereitet, werdet ihr sehen, dass eure Empfehlungszahlen in die Höhe schießen werden – sowohl die gegebenen, als auch die erhaltenen.

Warum?

Hier ein Auszug aus dem Power 1-2-1:

Frage 10 lautet: Wie könnte ich Sie bei meinen Kontakten ins Gespräch bringen? Was wäre ein guter Aufhänger oder Einstieg?

Und Frage 11: Mit welcher Aktion unterstützen wir uns gegenseitig in den nächsten 24h?

Macht eurem Gesprächspartner schon im Vorfeld klar, dass diese Fragen gestellt werden. Wenn sich nun jeder wirklich intensiv vorbereitet und nacharbeitet, sollte es kein Problem sein, sich gegenseitig zu empfehlen, die richtigen Kontakte herzustellen oder die entsprechenden Maßnahmen einzuleiten.

Viel Erfolg!

BNI steht für Besonders Nützliche Informationen

4-Augengespräche

TEXT

Liebe Mitglieder, vor ein paar Wochen habe ich mich mit einem Besucher unterhalten.

Dieser sagte: „Ich fand es richtig interessant, so viele unterschiedliche Berufe und Menschen in nur knapp zwei Stunden kennenzulernen! Aber wofür steht die Abkürzung BNI eigentlich?“

„Na ja, BNI steht für Business Network International, aber für mich steht BNI noch für etwas ganz Anderes“, antwortete ich.

„Für was?“, lautete prompt die Gegenfrage.

„BNI bedeutet für mich auch, dass ich **B**esonders **N**ützliche **I**nformationen erhalte“, erwiderte ich.

Ich erläuterte dem Besucher, dass jedes Mitglied die Möglichkeit hat, sich mit anderen Mitgliedern, Besuchern und Vertretern zu einem sogenannten 4-Augengespräch zu treffen.

„BNI hat dafür einen Leitfaden entwickelt, der es ermöglicht, gezielt einen Informationsaustausch zwischen den Gesprächspartnern zu schaffen. Man bekommt so einen exklusiven Einblick in das Tätigkeitsfeld und in die besonderen Stärken des Anderen. Und ich wiederum kann dem Gegenüber sagen, wo meine Spezialgebiete liegen und welche Kunden ich selbst suche.“
Die Reaktion des Besuchers: „Oh, das ist ja interessant.“

Wir waren somit direkt beim Netzwerken und sprachen darüber hinaus über die Möglichkeiten, die BNI für jedes Mitglied bereithält.

Man kann in den 4-Augengesprächen optimal nach Informationen fragen, die wir benötigen, um uns gegenseitig zu empfehlen bzw. die für uns interessant sind.

Wie sieht der Zielkunde, der perfekte Kontakt für dich aus? Was kann ich in den nächsten Tagen unternehmen, um dir zuzuarbeiten?

Kurzum: Ich erhalte Besonders Nützliche Informationen – und gebe sie dem anderen auch über mich! Unser Ziel sollte es sein, möglichst jede Woche ein 4-Augengespräch zu führen.

Spontankommunikation zum besseren Kennenlernen

4-Augengespräch in Kurzform

Vorbereitung

Flipchart beschriften mit diesem Text:

1. Gab es bereits ein 4-Augengespräch?
2. Welches wäre mein Lieblingskunde? (Lieblingsempfehlung?)
3. Welche spontanen Möglichkeiten könnte es geben, für den anderen etwas zu tun?

Für die Bildung von Gesprächspaaren:

Vor dem Treffen jeweils die Visitenkarten von 2 Mitgliedern zusammenheften, die sich vermutlich nicht so oft austauschen.

TEXT

Geht es euch auch so? Vor Beginn des Treffens unterhaltet ihr euch eigentlich immer mit den gleichen Personen oder Personengruppe. Wäre es nicht klasse, wir würden mal ganz andere Teamkollegen kennenlernen? Dazu ein ganz kurzes Spiel bei dem es kurzfristig recht laut werden kann.

Ich verteile jetzt an die Hälfte des Teams je zwei Visitenkarten. Darauf stehen der eigene Name und der Name einer anderen Person. Dann sucht die Person, die ihren eigenen Namen liest, möglichst schnell die andere Person.

Anschließend beantwortet ihr euch gegenseitig diese Fragen:

Die drei Fragen vom Flipchart vorlesen.

Dafür habt ihr zwei Minuten Zeit – es ist also ein bisschen Eile geboten!

Jetzt Visitenkarten verteilen – auf die Uhr schauen.

Los geht's!

Nach 2-3 Minuten die Aktion stoppen.

Wer von euch hat jetzt Informationen erhalten, die er vorher noch nicht gehabt hat?

Mein Tipp: Vereinbart am besten gleich noch ein weiterführendes 4-Augengespräch mit eurem heutigen Gesprächspartner!

4-Augengespräch „umgekehrt“

Wiederholungsgespräch

Vorbereitung

Vorlage (siehe nächste Seite) in der Anzahl der Chaptermitglieder ausdrucken.

TEXT

Frage an alle: Wer von euch hier im Chapter kennt sich schon länger? Und wer von euch hat schon einmal mit einem Chaptermitglied ein zweites oder drittes 4-Augengespräch geführt?

Kurz warten

Für ein zweites oder drittes 4-Augengespräch gibt es eine tolle Variante, die ich euch heute vorstellen möchte. Diese Variante führt dazu, dass ihr erfahrt, wie gut euer Gesprächspartner euch kennt.

Hierzu gibt es einen Vordruck, auf dem stehen diese Fragen:

1. Frage: Wie nimmst du meine Firma wahr und wie würdest du mein Unternehmen anderen gegenüber darstellen/beschreiben?

(Hierzu dann gerne noch die Erläuterungen anfügen, die auf dem Vordruck aufgelistet sind)

2. Frage: Wo würdest du mich und meine Dienstleistung/mein Produkt empfehlen/platzieren?

(Erläuterungen anfügen)

3. Frage: Was macht es dir derzeit noch schwer, mich zu empfehlen?

(Erläuterungen anfügen)

4. Frage: Welche Kontakte hast du konkret, bei denen du mich platzieren kannst?

(Erläuterungen anfügen)

Anschließend das Frage-Antwort-Spiel umdrehen!

Ich verteile jetzt noch den Vordruck – und sage: Viel Spaß und Erfolg mit den Wiederholungsgesprächen!

4-Augengespräch als Wiederholungsgespräch

(Bitte diesen Gesprächsleitfaden nicht für ein Erstgespräch verwenden)

1. **Wie nimmst du meine Firma wahr und wie würdest du mein Unternehmen anderen gegenüber darstellen/beschreiben? (Sichtbarkeitsebene)**

(Hier erhält man ein Feedback darüber, ob man durch die Präsentation im Chapter die richtige Sichtbarkeit erreicht hat. Wenn die Information falsch oder unvollständig ist, kann man diese korrigieren.)

2. **Wo würdest du mich und meine Dienstleistung/Produkt empfehlen/platzieren? (Sichtbarkeitsebene)**

(Hier erhält man ein Feedback darüber, ob die Zielkunden und Signalsätze vom Gesprächspartner wahrgenommen werden. Wenn man hier keine Antwort erhält, sollte man überprüfen, ob und wie man auf die Zielkunden hinweisen kann.)

3. **Was macht es dir derzeit noch schwer, mich zu empfehlen? (Vertrauensebene)**

(Hier erhält man eine Rückmeldung, falls es Verständnisschwierigkeiten zum Tätigkeitsfeld gibt. Und außerdem erhält man ein Feedback, ob es Erfahrungen des anderen gab, die das Vertrauen verringert haben.)

4. **Welche Kontakte hast du konkret, bei denen du mich platzieren kannst? (Geschäftsebene)**

(Hier erhält man im besten Fall Namen und konkrete Ergebnisse. Bitte nachfragen, bis wann der Kontakt hergestellt werden kann. Und falls erforderlich: Unterstützung dabei anbieten, wie man dort ins Gespräch gebracht werden kann.)

Jetzt das Frage-Antwort-Spiel umdrehen!

Werte allgemein

Sind Werte mehr wert oder sind es nur Worte?

Vorgeschichte:

Wir sprechen oft von Werten. Ich persönlich stelle für mich ab und an fest, dass mir „Inhalt“ fehlt bzw. die Werte nicht ernst genug genommen werden. Das war für mich der Anlass diesen Trainingspart zu machen, der die Bedeutung dieser Werte in der Basis erläutert.

Frage in die Runde (... Eventuell jemanden im Vorfeld mit in den TP integrieren)

Frage: Was bedeuten Euch Werte? (Bezug auf die 7 Kernwerte)

- Wer gibt, gewinnt!
- Beziehungsaufbau
- Lebenslanges Lernen
- Tradition + Innovation
- Positive Einstellung
- Verantwortlichkeit
- und Anerkennung

Antwort:

Werte sind mehr als nur Worte; sie sind die grundlegenden Überzeugungen und Prinzipien, die unser Verhalten und unser Leben leiten und unsere Entscheidungen mit beeinflussen.

Ja, Werte sind Worte bzw. werden Werte oft in Worten formuliert. Doch Werte zeigen ihren wahren Wert erst durch Taten und durch die Umsetzung, auch wenn Sie oft im Unterbewusstsein stattfindet.

Ein Wert ohne Umsetzung bleibt theoretisch und verliert an Bedeutung. Macht Euch bitte einmal Gedanken darüber, welche Werte für Euch Wichtig sind, und setzt diese in Eurem Tun und Handeln um.

Werte sind Taten, lasst es uns Tun. Und nicht nur Worte sein.

Danke Euch für Eure Aufmerksamkeit

Die 7 Werte von BNI

Teil 1 – Wer gibt, gewinnt!

(Ziel ist es, den Chaptermitgliedern in sieben aufeinanderfolgenden Trainingsbeiträgen die sieben Werte von BNI zu vermitteln. Dazu gibt es eine „Wertekarte“, die vorab beim Schatzmeister für die Mitglieder bestellt und dann verteilt werden kann.)

TEXT

Weltweit sind über 330.000 Unternehmerinnen und Unternehmer Mitglied bei BNI – in derzeit über 11.000 Chaptern! Warum aber ist BNI so erfolgreich? Was unterscheidet BNI von anderen Organisationen und Netzwerken? Was macht den Unterschied aus?

Einer der Gründe für den Erfolg ist sicher die Erfassung von Zahlen und Daten. Weitere Erfolgsfaktoren sind: Die klare Struktur sowie die Richtlinien und Regeln.

Aber vor allem: Die Werte von BNI!

Ivan Misner, Gründer von BNI, beantwortete die Frage, was BNI von anderen Netzwerkorganisationen unterscheidet, mit dem einfachen Satz:

„Culture eats strategy for breakfast!“ – also „Kultur frisst Strategie zum Frühstück“

Ein wesentlicher Faktor für den Erfolg von BNI ist die gelebte Unternehmenskultur. BNI steht für Vertrauen, für Werte und für Geschäfte abseits der gängigen Ellbogenmentalität.

Seit 2017 gibt es eine Karte mit den BNI-Werten im Scheckkartenformat, die ich heute gerne an euch verteile.

Unsere 7 BNI-Werte lauten:

- Wer gibt, gewinnt!
- Beziehungsaufbau
- Lebenslanges Lernen
- Tradition + Innovation
- Positive Einstellung
- Verantwortlichkeit
- Anerkennung

(Frage an ein Mitglied, mit dem man dies im Vorfeld abgesprochen hat!)

Was verstehst du, (Name), unter dem Wert „Wer gibt, gewinnt!“? Was tust du dafür, was hast du erlebt?

(Mitglied antworten lassen)

Wenn ich dich richtig verstanden habe, ist es für dich selbstverständlich, dich für andere einzusetzen und manchmal auch mehr zu geben, da du weißt, dass das, was du gibst, auch wieder zurückkommt?

(Mitglied antworten lassen)

„Wer gibt, gewinnt!“ sind nicht nur Worte, sondern Taten, die diesen Wert zum Leben erwecken. Nächste Woche dann gerne mehr zum Thema „Unsere Werte bei BNI“.

Die 7 Werte von BNI

Teil 2 – Beziehungsaufbau

TEXT

Vergangene Woche haben wir begonnen, uns mit den 7 Werten von BNI zu beschäftigen. Lasst uns heute über den Wert „Beziehungsaufbau“ sprechen. Was haben wir als BNI-Mitglieder für Möglichkeiten den Beziehungsaufbau zu fördern?

(Chapter antworten lassen)

Ja, natürlich: Wir können 4-Augengespräche führen.

Wozu dienen diese? Einerseits, um zu erfahren, was mein Gesprächspartner für berufliche Schwerpunkte hat. Andererseits natürlich auch, um ihn persönlich besser kennenzulernen. Denn umso besser wir unsere Teamkollegen kennen, umso besser kennen wir das Portfolio und auch den MENSCHEN, der dahintersteht. Denn bei BNI sind bewusst **Personen** Mitglied und nicht Gesellschaften, Firmen oder Körperschaften, denn der Mensch als solches steht für den Erfolg und die Empfehlung.

Was gibt es noch für Möglichkeiten?

Die Events des Chapters! Wir treffen uns auch außerhalb von BNI, um gemeinsam etwas zu erleben.

Wie sieht es mit dem freien Netzwerken vor Beginn der Treffen aus? Ja, auch diese Zeit dient dazu, sich besser kennenzulernen.

Fazit: Nutzt die Chancen, die sich euch durch den gezielten Beziehungsaufbau bieten!

Die 7 Werte von BNI

Teil 3 – Lebenslanges Lernen

(Vorbereitung: Das Führungsteam oder den Eventkoordinator bitten, die aktuelle Workshopauswertung zu kopieren, so dass diese an jedes Mitglieder verteilt werden kann.)

TEXT

In Teil 3 unserer kleinen Reihe über die Werte von BNI geht es heute um den Wert „Lebenslanges Lernen“.

Für viele Berufsgruppen gehören regelmäßige Fortbildungen zum Pflichtprogramm. Denken wir zum Beispiel an Steuerberater oder Rechtsanwälte – deren Mandanten vertrauen darauf, dass diese immer auf dem aktuellen Stand des Wissens sind!

Aber eigentlich ist das für alle Berufsgruppen selbstverständlich, oder? Nur wer weiß, wovon er redet, wird für seine Kunden das beste Produkt/die beste Dienstleistung anbieten können. Was ist also mit unserer „BNI-Berufsgruppe“?

Auch BNI bringt seine Mitglieder regelmäßig auf den neuesten Stand des Wissens, was die wichtigen BNI-Themen Empfehlungen, Netzwerken, Besucher einladen und Präsentationen angeht. Denn zu jedem dieser Themen gibt es einen speziellen Workshop!

Wenn wir die Workshops besuchen, erfahren wir mit Sicherheit nicht nur etwas, was wir bisher über unser Netzwerk und die Möglichkeiten, die es bietet, bisher nicht gewusst haben. Nein, wir werfen auch einen Blick über den Tellerrand des eigenen Chapters hinaus! Mit Besuch der Workshops können wir regional und überregional aktiv sein, wir lernen Mitglieder der anderen Chapter kennen – daraus sind schon zahlreiche wertvolle neue Kontakte entstanden.

Gerne verteile ich jetzt eine Liste, aus der jeder entnehmen kann, welche Workshops er oder sie noch nicht besucht hat. Der Eventkoordinator wird die nächsten Gelegenheiten für den Besuch von Workshops dann außerdem gegen Ende des Treffens ankündigen. Anmelden kann sich jeder direkt über BNI Connect.

Am besten gehen wir es gemeinsam an: Lasst uns Fahrgemeinschaften zu den Workshops organisieren. Je höher der Schulungsgrad unseres Chapters insgesamt ist, umso mehr Empfehlungen werden wir untereinander austauschen – versprochen!

Die 7 Werte von BNI

Teil 4 – Tradition und Innovation

TEXT

„Wer gibt, gewinnt“, „Beziehungsaufbau“, „Lebenslanges Lernen“ – so lauten die ersten drei BNI-Werte. Der 4. heißt: „Tradition und Innovation“.

BNI wurde von Ivan Misner vor über 30 Jahren gegründet – und vieles von dem, was BNI heute auszeichnet, stammt genau aus der Zeit der Gründung der Netzwerkorganisation. Dazu gehören beispielsweise die wöchentlichen Treffen, die Tatsache, dass jeweils nur ein Mitglied eines Fachgebietes in einem Chapter vertreten sein kann, oder auch die Kurzpräsentationen. Dabei hat sich BNI-Innovationen nie verweigert. So wurde beispielsweise BNI Connect als Intranet für die Mitglieder eingeführt. Und vor nicht allzu langer Zeit kam außerdem die BNI Connect APP® hinzu.

Ob Tradition oder Innovation – es ist beides wichtig für uns.

Die 7 Werte von BNI

Teil 5 – Positive Einstellung

TEXT

Ivan Misner, der Gründer von BNI, ist mal gefragt worden, was einen guten Netzwerker auszeichnet.

Er hat geantwortet:
„Es sind drei Dinge.

(Pause machen)

Erstens: die Einstellung.

(Pause machen)

Zweitens: die Einstellung.

(Pause machen)

Und drittens: die Einstellung“.

Mehr ist also nicht erforderlich!

Merke: Es ist völlig egal ob Du einen, keinen, 20 oder 50 Mitarbeiter hast. Es ist die Einstellungen wie Du Dich in diesem Netzwerk bewegst um erfolgreich zu sein.

Und genau das ist auch als 5. Wert von BNI formuliert worden: Wir haben eine positive Einstellung – den Chapterkollegen gegenüber – und natürlich den Menschen gegenüber, die diese uns empfehlen.

Die 7 Werte von BNI

Teil 6 – Verantwortlichkeit

TEXT

„Verantwortlichkeit“ – das ist der 6. BNI-Wert.

Was soll das sein?

Zur Verantwortlichkeit der Mitglieder gehört beispielsweise, pünktlich und regelmäßig bei den Treffen zu sein. Nach dem Motto: „Das Treffen ist mein wichtigster Geschäftstermin in der Woche“.

Wir haben darüber hinaus alle den Ehrenkodex unterschrieben. Darin verpflichten wir uns unter anderem, unsere Produkte und Dienstleistungen stets in der zugesagten Qualität und zum zugesagten Preis zu liefern. Und wir haben unterschrieben, dass wir mit den uns empfohlenen Interessenten Kontakt aufnehmen.

Darüber hinaus haben wir außerdem eine Zeit-Verantwortlichkeit:

Ich höre immer wieder, dass 4-Augengespräche zwei oder gar drei Stunden gedauert haben. Es ist schön, wenn ihr euch so gut versteht und wenn es eure Zeit zulässt. Oft höre ich aber auch, dass gerade die Zeit fehlt, 4-Augengespräche überhaupt zu vereinbaren.

Sollten 4-Augengespräche nicht genauso planbar sein, wie unsere wöchentlichen Treffen? Sicher findet jeder von uns jede Woche ein kleines Zeitfenster, in dem er 4-Augengespräche führen kann.

Besser, wir führen jede Woche ein 4-Augengespräch, das 20 bis 40 Minuten dauert, als wenn wir gar keines führen.

Um Chapterkollegen empfehlen zu können, sind 4-Augengespräche das A+O.

Die 7 Werte von BNI

Teil 7 – Anerkennung

TEXT

Der letzte der 7 Werte von BNI lautet: „Anerkennung“.

Ja, Anerkennung ist wichtig für uns alle.

Ein BNI-Kollege hat gute Arbeit für euch geleistet? Dann bedankt euch doch einmal bei ihm mit einem Referenzschreiben oder einer Online Bewertung. Damit erhält er eine besondere Form der Anerkennung, die er sogar für sein eigenes Marketing nutzen kann.

Bei besonders aktiven Mitgliedern bedanken sich die Chapter monatlich: Mit der Auszeichnung zum „Netzwerker des Monats“.

Damit haben wir uns mit allen 7 Werten von BNI beschäftigt.

Kurz noch einmal zusammengefasst. Diese Werte lauten:

- Wer gibt, gewinnt!
- Beziehungsaufbau
- Lebenslanges Lernen
- Tradition + Innovation
- Positive Einstellung
- Verantwortlichkeit
- und Anerkennung

Der VCP-Prozess

Prozesse – Strukturen – Regelwerk

Vorbereitung

Drei DIN A4-Blätter ausdrucken, auf denen in großen Buchstaben steht:

Visibility – Sichtbarkeit

Credibility – Vertrauen

Profitability – Ertrag

Außerdem zwei zusätzliche Blätter Papier mitnehmen. Das eine vor dem Trainingsbeitrag zerknüllen.

TEXT

Heute bräuchte ich einmal drei Freiwillige.

Drei Freiwillige nach vorne kommen lassen und in einem Halbkreis aufstellen. Der Trainingskoordinator stellt sich vor die drei. In der einen Hand hält er das glatte Blatt Papier, in der anderen das zerknüllte.

Ein weiser Mensch hat einmal gesagt: „Vertrauen ist wie ein Stück Papier – ist es einmal zerknüllt wird es nie wieder perfekt sein.“ Oder zumindest dauert es sehr lange, bis es wieder glattgebügelt ist, wie am Anfang. Bei BNI folgen wir dem Prozess Visibility – Credibility – Profitability.

Und hier seht ihr sie – die drei Schritte zum Erfolg (aufgestellte Mitglieder mit einbeziehen):

Was bedeutet Visibility, also Sichtbarkeit bei BNI?

Chapter antworten lassen und Antworten zusammenfassen und ergänzen, etwa:

Visibility erreichen wir mit: Namensschild, Pin, Visitenkartenbuch, E-Mail-Signatur, mit dem Besuch von Workshops, dem Besuch von Mitgliedertagen oder der Teilnahme an Events.

Das ist für mich der erste wichtige Schritt als BNI-Mitglied. Nun zum 2. Punkt:

Der Credibility, oder der Glaubwürdigkeit.

Dein Erfolg bei BNI ist „S x G“ – Variante zum VCP-Prozess

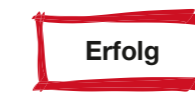
Prozesse – Strukturen – Regelwerk

Vorbereitung: Flipchart

TEXT

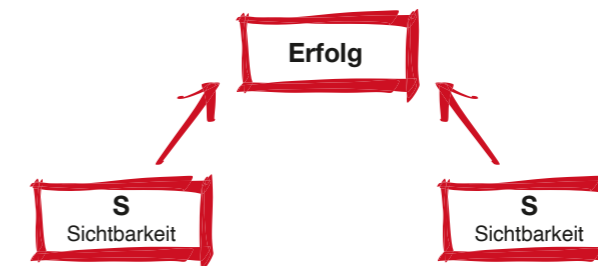
Was will jeder für sich erreichen? Erfolgreich sein mit seinem Unternehmen!

Auf Flipchart zeichnen:



Damit du bei und durch BNI erfolgreich bist, musst du nur zwei Dinge tun:

Auf Flipchart ergänzen:



Du musst für alle BNI-Mitglieder sichtbar sein (S = Sichtbarkeit)

Du musst bei allen BNI-Mitglieder Glaubwürdigkeit erlangen. (G = Glaubwürdigkeit)

Was kannst du für deine Sichtbarkeit bei BNI tun?

Gruppe antworten lassen, dann auf dem Flipchart ergänzen

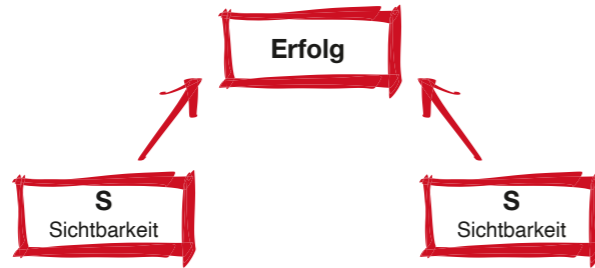
Denkt an das Blatt Papier: Nur ein vertrauensvoller Partner ist ein sicherer Anker und glaubt mir: Für verlorenes Vertrauen gibt es kein Fundbüro. Wie entsteht Vertrauen unter BNI-Mitgliedern?

Chapter antworten lassen und Antworten zusammenfassen und ergänzen, etwa:

Vertrauen entsteht, wenn wir authentisch sind, wenn wir verbindlich agieren, wenn wir Engagement und Präsenz zeigen. Wir kümmern uns um kompetente Vertreter und führen 4-Augengespräche. Darüber hinaus gehört die richtige Einstellung dazu – also unser Motto „Wer gibt, gewinnt“. Und ganz wichtig: Wir kümmern uns professionell um Empfehlungen.

Dann klappt's auch mit dem dritten Schritt, der Profitability, wie von selbst: Wir erhalten Empfehlungen, machen mehr Umsatz und tun auch für unser Sozialkonto etwas Gutes. Dabei genügt es nicht, nur mit dem Wunsch an den Fluss zu kommen, Fische zu fangen: Man muss auch eine gute Angel mitbringen, den richtigen Köder und die nötige Ausdauer.

Mit Sichtbarkeit, Vertrauen und der richtigen Einstellung werden wir erfolgreich sein.



Was kannst du für deine Glaubwürdigkeit bei BNI tun?

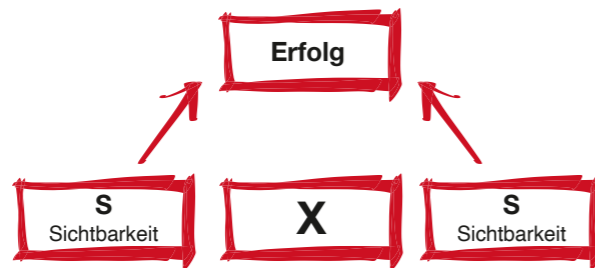
Gruppe antworten lassen, dann auf dem Flipchart ergänzen (siehe oben)

Welchen Wert auf einer Skala von 1 bis 10 würdest du dir selbst im Moment für deine Sichtbarkeit und deine Glaubwürdigkeit geben?

Kurze Pause

Beachte dabei, dass Sichtbarkeit **mal** Gewissenhaftigkeit deinen Erfolg ausmacht! Das heißt, eine geringe Sichtbarkeit multipliziert mit einer hohen Glaubwürdigkeit bringt dich nicht zum größtmöglichen Erfolg! Genauso ist es für eine hohe Sichtbarkeit multipliziert mit einer geringen Glaubwürdigkeit!

Auf Flipchart ein dickes „X“ ergänzen



Wenn du größtmöglichen Erfolg haben möchtest, musst du an beiden Themen arbeiten und Sichtbarkeit und Glaubwürdigkeit gleichzeitig aufbauen!

Deshalb hier noch zum Schluss ein paar Fragen:

- Was werden deine Aktivitäten in dieser Woche sein? Was wirst du für deine Sichtbarkeit tun?
- Was wirst du für deine Glaubwürdigkeit tun?
- Ich wünsche euch viel Erfolg!

Wir müssen es nur tun

Motivation

TEXT

Hier eine kurze Geschichte aus dem Dorf der Feen:

Dazu muss man wissen, dass Feen in ihrem eigenen Dorf über keinerlei Zauberkraft verfügen.

Eines Tages tagte im großen Versammlungshaus der Feen der Feenrat. Nur die kleine Fee musste arbeiten. Sie sollte Wasser aus dem Brunnen holen.

Die kleine Fee ließ den Eimer herunter. Ratter, ratter, ratter [schön lautmalerisch und mit entsprechenden Gesten]. Da machte es: Pong. Eilig zog die kleine Fee den Eimer nach oben – ratter, ratter, ratter – kein Wasser im Eimer – kein Wasser im Brunnen.

Voller Aufregung lief sie zum Versammlungshaus und berichtete das Schreckliche. Sofort liefen alle Feen zum Brunnen. Ja, im Brunnen war kein Wasser mehr!

Was tun? Vermutlich handelte es sich um deutsche Feen, denn sie beriefen zunächst einmal verschiedene Arbeitskreise ein, um das Problem ausführlich zu diskutieren. Und um ausführlich zu jammern. Und um festzustellen, dass sie dringend jemand benötigen, der sie motivieren sollte. Aus den Arbeitskreisen entstanden wiederum Aktionsgemeinschaften, die sich ganz unterschiedliche Ziele setzten. Etwa das Ziel, dass unbedingt der Außenbereich des Brunnens verschönert werden sollte. [an dieser Stelle sind der Phantasie keine Grenzen gesetzt]

Eines Tages aber war ein seltsames Geräusch im Dorf der Feen zu hören. Tschak – krusch. Tschak – krusch. Alle liefen zum Brunnen und schauten hinunter. Wen sahen sie am Boden des Brunnens? Die kleine Fee, die mit einem Spaten in der Hand nach Wasser grub.

Warum sind Schulungen bei BNI wichtig?

TEXT

Warum sind Schulungen bei BNI wichtig?

Frage in die Runde und Antworten abwarten (...)

Bestätigung und ergänzend hinzufügen:

Wertschätzung gegenüber der Gruppe.

Wir alle als Unternehmer und Selbständige haben einen gut gefüllten Terminkalender und sind im Arbeitsalltag in der Regel stark eingespannt. Bin ich trotzdem bereit mir in diesen Terminplan Schulungen für BNI zu legen, zeige ich meinem Chapter Wertschätzung gegenüber der Gruppe.

Persönliche Weiterentwicklung.

Durch die Schulungen von BNI kann ich mich in den verschiedenen BNI-Themen verbessern. Darüber hinaus kann ich auch bei wichtigen Punkten für meine tägliche Praxis profitieren, beispielsweise in der Art und Weise wie ich mich und mein Unternehmen präsentiere.

Erhöhung der Sichtbarkeit / Erweiterung des Netzwerks

In Schulungen trifft man sich entweder online überregional, oder live über die Grenzen des eigenen Chapters hinaus und trifft andere gute Netzwerker. Hierdurch kann ich die eigene Sichtbarkeit meines Unternehmens erhöhen und eine persönliche Beziehung zu anderen Chaptermitgliedern aufbauen. Das kann zu mehr Empfehlungen führen.

Bessere Integration neuer Mitglieder

Durch die Schulungen, speziell beim MET werden neue Mitglieder stückweise besser in die BNI-Welt eingeführt. Durch ein tieferes Verständnis von BNI können neue Mitglieder sofort profitieren, da sie die Bedeutung der einzelnen Werkzeuge besser verstehen. Somit kann eine höhere Bindung und damit eine höhere Chance auf eine Erstjahresverlängerung erzeugt werden.

Vorbild für neue Mitglieder

Es ist für neue Mitglieder selbstverständlich sich bei den Schulungen anzumelden, wenn sie erkennen, dass der Schulungsgrad im Chapter hoch ist. Ein zu niedriger Schulungsgrad kann dazu führen, dass neue Mitglieder den vorbeschriebenen Nutzen der Schulungen nicht erkennen, oder als solchen wahrnehmen.

Ein hoher Schulungsgrad hat direkte und indirekte Auswirkungen auf den Erfolg des Chapters. Am Ende des Tages führt ein höherer Erfolg des Chapters zu mehr Empfehlungen für alle Mitglieder -> **Wer gibt, gewinnt!**

In diesem Sinne meldet Euch bei den Schulungen an und verbessert Euren Schulungsgrad.

Kennt ihr die Fabel vom Fuchs, dem Hund und dem Hahn?

TEXT

Ein Hund und ein Hahn machten sich auf die die Welt zu erkunden. Dabei übernachteten sie in einem hohlen Baum im Wald. Der Hund legt sich unten zur Ruhe, während der Hahn sich auf einen Ast niederlässt.

Aus Gewohnheit kräht der Hahn morgens, was einen hungrigen Fuchs anlockt. Der Fuchs nähert sich höflich und verkündet seine Freude über den Gast im Wald.

Doch der schlaue Hahn entgegnet geschickt: „Wenn Sie bitte zur Tür meines Hauses am Fuße des Baumes gehen würden, würde mein Portier Sie hereinlassen

.
Als der Fuchs durch den Baum zum Hahn gelangen möchte, gerät prompt in die Fänge des Hundes, der ihn überraschend packt und überwältigt.

Der Hund und der Hahn sind verschiedene Tiere, die sich in einer Bedrohungssituation gegenseitig unterstützen. Der Hund steht symbolisch für Kraft und Wache, während der Hahn Klugheit und Liste verkörpert.

Diese Fabel erinnert mich dran, wie wichtig gegenseitige Unterstützung in herausfordernden Situationen ist.

In einer Zeit, in der oft Individualismus betont wird, zeigt diese Geschichte den Wert von strategischen Allianzen und gegenseitiger Unterstützung.

Im Alltag und Berufsleben ist der Zusammenhalt mit anderen oft der Schlüssel, um Probleme zu bewältigen und Herausforderungen zu meistern.

Manchmal bist Du der Hund, manchmal der Hahn, auf jeden Fall bist Du bei BNI und das ist gut so, denn vermeidliche Füchse gibt es draußen genügend.

Was tust Du, damit...

TEXT

Ein bis 2 Leute aus dem Chapter fragen:

Was tust Du, damit Dein Kunde ein optimales Produkt erhält?

- Gutes Angebot
- Weiterbildung der Mitarbeiter
- Gutes Material
- Aktueller Maschinenpark
- etc.

Unser Kunde als BNI-Chapter ist der Besucher. Unser Produkt ist das Chaptertreffen.

Was tun wir, damit der Kunde ein optimales Produkt erhält?

- Empfang der Besucher optimal gestalten
- Dem Besucher jemand vorstellen, ihn ins Netzwerken einbinden.
- Namensschilder tragen, damit er es leichter hat
- Einen guten Sitzplatz reservieren
- Gute, knackige Präsentationen halten.
- Eine gute Besucherinfo nach dem Treffen

Lasst uns daran arbeiten, dass unser Produkt optimal wird, damit es mehr Abnehmer findet und unser Chapter weiterwächst.

Überlege doch bitte jeder für sich, wie er unser Produkt optimieren kann. Viele kleine Dinge ergeben zusammen ein großes Ding.

Ich wünsche uns viel Erfolg bei der Optimierung.

Warum können Testimonials so wertvoll sein?

TEXT

Wenn wir heute etwas kaufen von dem wir nicht wissen, ob es etwas taugt, nehmen wir das Internet zur Hilfe und werden unweigerlich mit Sternebewertungen und Rezensionen konfrontiert.

Auch Dein Unternehmer kann bewertet werden. Du hast kaum Einfluss darauf, ob das immer gut sein wird, denn jeder darf Dich in Google bewerten, ob Kunde, Mitbewerber, verärgertes Nachbar, oder irgendjemand der gerade „schlechte Laune“ hat.

Die Frage ist also zunächst nicht wieviel gute Bewertungen man hat, sondern wieviel schlechte einen persönlich bzw. die Gesamtbewertung herunterziehen.

Wir in diesem Team können Leistungen untereinander wirklich bewerten. Wenn jemand hier einen guten Job gemacht hat, darf das gerne die „ganze Welt“ erfahren.

Deshalb nutzt diesen Aspekt und berichtet in der Engagementrunde über gute Leistungen und erfolgreiche Aufträge.

Ein Gedanke noch zum Abschluss. Wer von Euch sucht Mitarbeiter?

Niemand möchte sich in einer Firma bewerben, die mehr negative als positive Rezensionen hat.

Aufgabe: Wie der Umsatzdank in Connect, gehört ab sofort auch eine positive Bewertung zum Tun, wenn wir über Empfehlungen sprechen. Das ist die Extrameile, die wir uns gegenseitig schuldig sind.

Was ist eigentlich Netzwerken?

Netzwerken

TEXT

Netzwerken, das ist doch dieser geheimnisvolle Akt des Händeschüttelns, bei dem gelächelt und Smalltalk betrieben wird, in der Hoffnung, dass dabei etwas Sinnvolles passiert?

Netzwerken ist wie Speed-Dating für die Geschäftswelt. Man geht auf Veranstaltungen, schüttelt Hände und tauscht Visitenkarten aus, als würde man, wie in der Liebe, nach dem perfekten Partner suchen. Und wie beim Speed-Dating kommt auf die Qualität, nicht auf die Menge an! Man möchte nicht mit jedem zusammenarbeiten, genauso wenig wie man sich in die erste Person verliebt, die man trifft. Somit: seid wählerisch, doch bleibt höflich.

Denkt daran: ihr seid „**Netzwerk-Ninjas**“. Charmant wie James Bond, doch mit weniger Martini und mehr Elevator-Pitch. Wenn ihr mit jemandem sprecht, seid aufmerksam und zeigt echtes Interesse. Ihr wollt schließlich eine echte Geschäftsbeziehung aufbauen, keinen oberflächlichen Tinder-Flirt – um bei der Parallele zur Partnerschaft zu bleiben.

Humor ist dabei ein mächtiges Werkzeug. Ein gut platziertes Witzchen kann Eis brechen und Verbindungen schaffen.

Das Ziel ist es, ein Netzwerk von Unterstützern und Verbündeten aufzubauen, die uns dabei helfen, beruflich voranzukommen. Also seid humorvoll, seid authentisch und bleibt Euch selbst.

Trainingspart zum Thema „Beziehungsaufbau“ –

24 / 7 / 30

Netzwerken

TEXT

Wer kennt das auch? Wir sind auf einer großartigen Netzwerkveranstaltung und lernen den einen oder anderen interessanten Kontakt kennen. Am darauffolgenden Tag stellt sich die Frage: wie bringen wir es fertig den taufrischen Kontakt zu vertiefen, ohne aufdringlich zu wirken und den Kontakt womöglich zu verschrecken?

Über die Jahre habe ich da eine charmante Strategie entwickelt, die sich bewährt hat. Binnen 24 Stunden nach dem ersten Kennenlernen schreibe ich dem Kontakt eine nette und knappe Postkarte mit der einfachen Nachricht: schön, dass wir uns kennengelernt haben. Auf dass wir uns bald mal wieder treffen mögen.

MESSAGE: Da hat jemand Interesse an mir und nimmt sich Zeit handschriftlich eine Karte zu schreiben.

Reaktion: in 95% aller Fälle kommt ein Dankeschön mit dem Hinweis, dass es schon lange her sei, dass man eine Postkarte erhalten habe.

In den nächsten 7 Tagen nach der Postkarte prüfe ich, ob ich diesen Kontakt in den sozialen Medien finde. Meist sind Geschäftskontakte via Xing, LinkedIn oder andere Netzwerke auffindbar. Ich frage, ob wir uns hier auch kurz miteinander vernetzen wollen, persönlich hatten wir uns ja bereits kennengelernt.

MESSAGE: Ich erinnere mich an Dich, schön, dass wir uns wiedertreffen.

Binnen der nächsten 30 Tage nehme ich gezielt Kontakt auf, um mich auf einen unverbindlichen Kaffee, Austausch oder ähnliches zu treffen, damit wir mehr voneinander erfahren können.

MESSAGE: Der Kontakt ist so interessant, dass ich ihn im Auge behalte und ernsthaft darum bemüht bin, die Beziehung zu vertiefen.

Erfahrungsgemäß stimmen 7 von 10 Kontakten einem Vertiefen der Beziehung zu.

Fazit: es sieht für den Kontakt eher zufällig aus, ist jedoch hocheffizient, weil ich den Zeitpunkt und das „Wie“ steuere, ohne aufdringlich zu wirken.

Wie Netzwerken funktioniert

Netzwerken

TEXT

Liebes Chapter, heute möchte ich unseren Besuchern auf einfache Weise zeigen, wie netzwerken funktionieren kann.

Ich benötige einen Freiwilligen: Kannst Du mir bitte Zahnpastamarken nennen die Du kennst:

(Meist sind es 3-4 die jemand kennt)

Liebes Chapter – wer kennt noch welche?

(Das Team kommt so auf 8-10 weitere, bitte bereite das für Dich vor)

Liebe Besucher: lassen Sie uns jetzt gedanklich die Zahnpastamarken durch eine unternehmerische Herausforderung ersetzen, die Sie gerade beschäftigt.

Glauben sie, dass wir Ihnen mit diesem geballten unternehmerischen Wissen helfen können?

Merke: BNI-Mitglieder nehmen unternehmerische Abkürzungen, weil die Antworten sich meist hier im Raum befinden.

