



Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej  
Wydział Zamiejscowy w Sopocie

# Networking jako narzędzie pracy specjalisty public relations

wykład  
SWPS  
05-06-2010

8.06.10



## POTRZEBA

- **Charakter pracy specjalisty public relations**
  - Wymagania
  - Kluczowe czynniki sukcesu
- **Metody realizacji**



Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej  
Wydział Zamiejscowy w Sopocie

## PLAN

- **Definicja networkingu**
- **Mechanizmy i techniki networkingu**
- **Praktyczne wykorzystanie networkingu**
- **Zaufanie to fundament**



## 7 kluczy udanego networkingu

- **zrozumienie networkingu,**
- **pozytywne nastawienie,**
- **cel i plan,**
- **techniki,**
- **networking jako inwestycja długoterminowa,**
- **pomaganie innym,**
- **dać szansę innym pomóc nam.**



## Czym jest networking

- **Networking jest świadomym procesem wymiany informacji, zasobów, wzajemnego poparcia i możliwości prowadzonym przy pomocy wzajemnie korzystnych kontaktów**



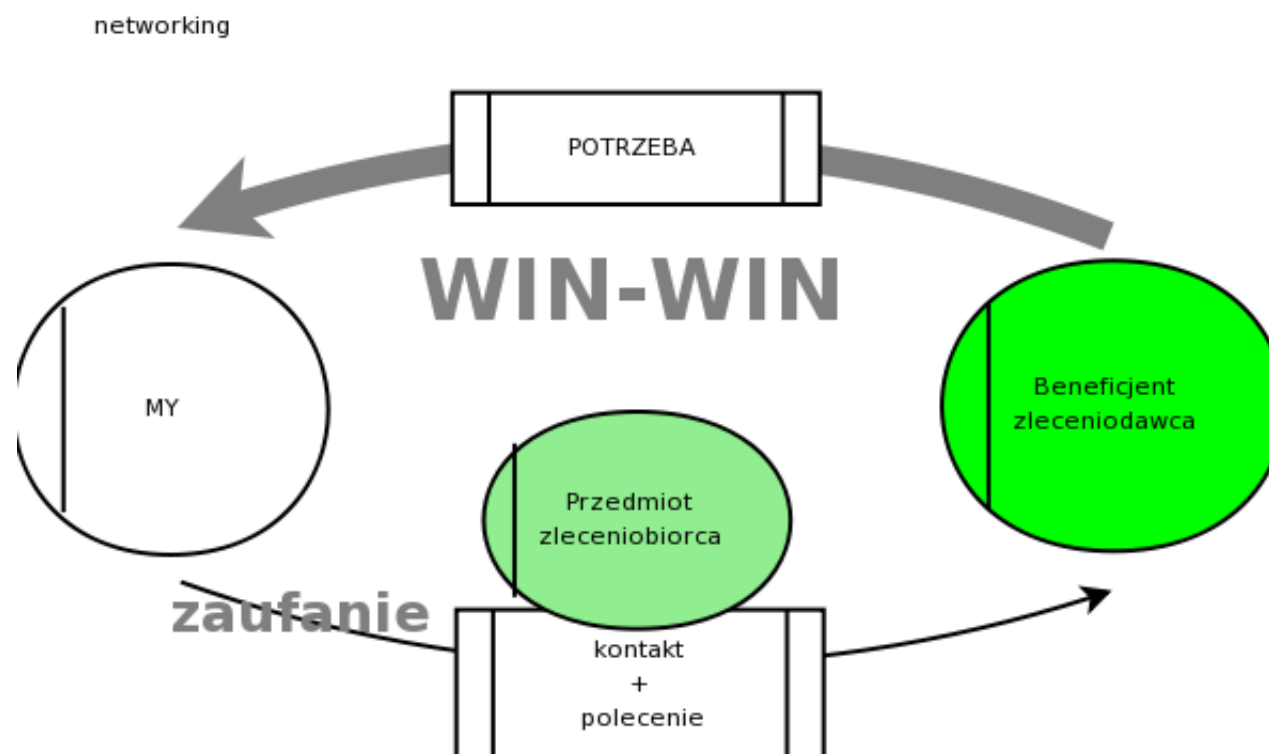
Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej  
Wydział Zamiejscowy w Sopocie

## Najczęstsze nieporozumienia

- **networking nie działa**
- **zbieranie wizytówek**
- **networking to sprzedaż bezpośrednia**
- **networking a koleśnictwo**



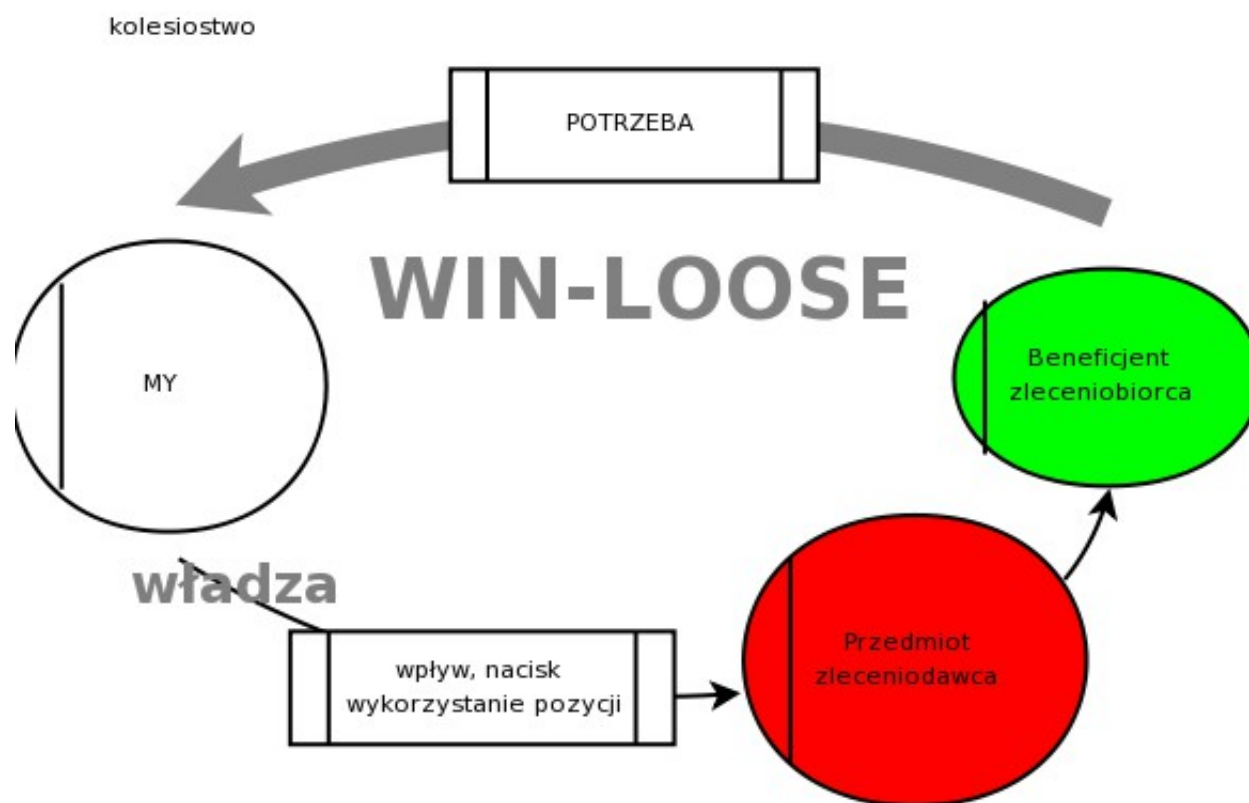
# networking a koleśiowstwo NETWORKING





# networking a koleśiostwo

## KOLESIOSTWO







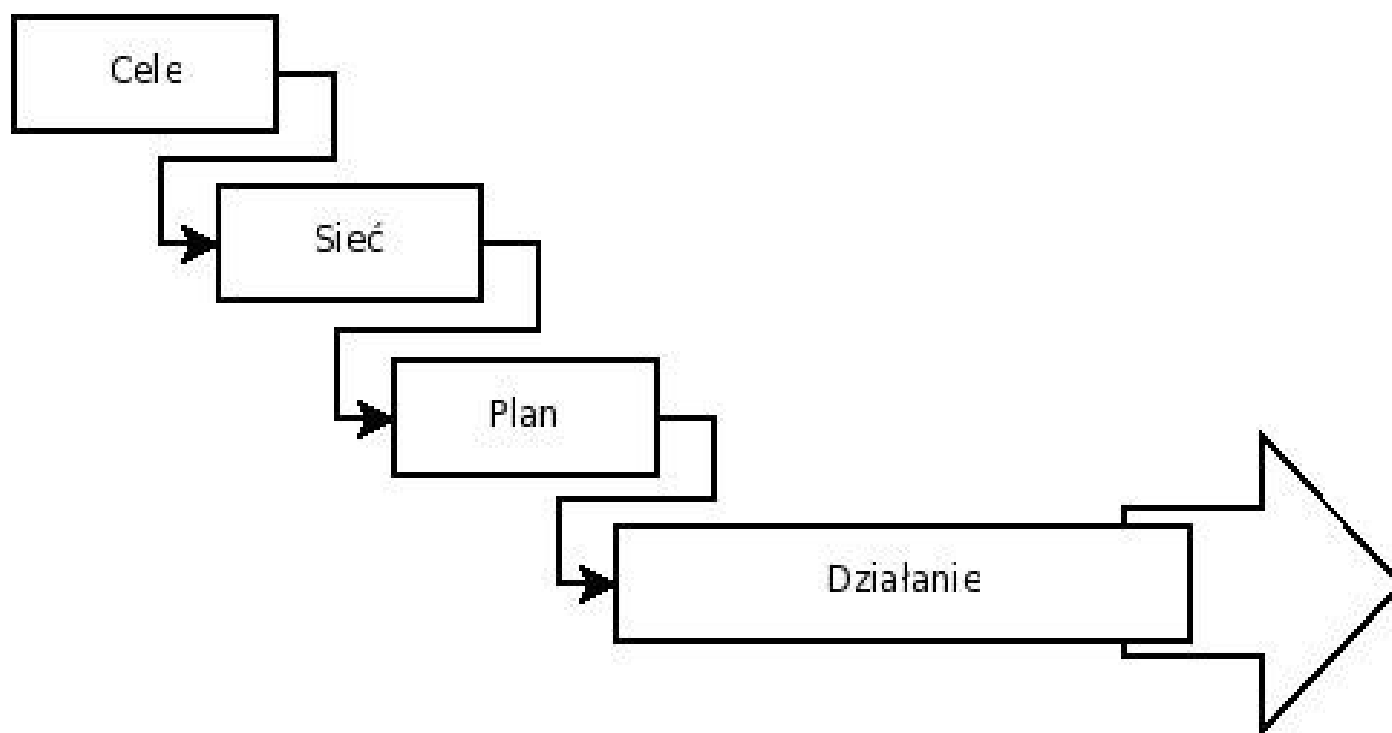
Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej  
Wydział Zamiejscowy w Sopocie

# Praktyczne wykorzystanie networkingu

8.06.10



## Cel & Plan rozwoju własnej sieci kontaktów





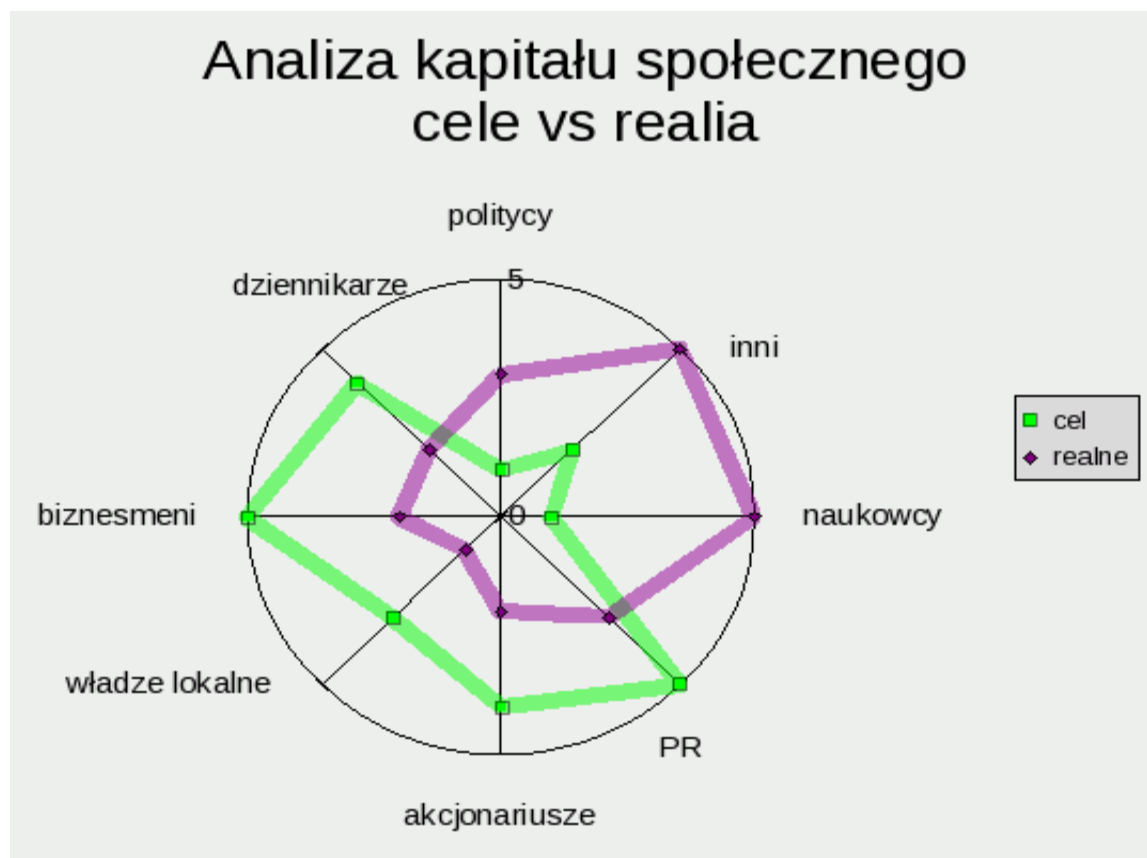
## Cel

Standardowy rozwój kariery	Duża doza szczęścia	+ 30%
Utrzymać miejsce pracy	Otrzymać znaczącą podwyżkę zmienić pracę na lepiej płatną	Otrzymać awans o 1 lub 2 szczeble w hierarchii, zmienić pracę na stanowisko o 1 lub 2 szczeble wyższe.
Zwiększyć o 50% liczbę osób które polecają klientom moją firmę (małe firmy 2–3 osobowe, np. instalatorstwo elektryczne, firma programistyczna, firma DTP).	Zwiększyć o 80% liczbę osób które polecają klientom moją firmę	Zwiększyć o 120% liczbę osób które polecają klientom moją firmę
Zwiększyć o 50% obecność własnej firmy w mediach przewidywanych (szef działu PR).	Zwiększyć o 100% obecność własnej firmy w mediach przewidywanych	Zwiększyć o 150–200% obecność własnej firmy w mediach przewidywanych



## Kapitał społeczny

- **Potencjał sieci kontaktów oceniany pod kątem możliwości osiągnięcia zamierzonych celów**





## Kontakty grupowe i indywidualne

- współpracownicy (byli i obecni),
- szefowie (byli i obecni),
- znajomi ze szkoły,
- sąsiedzi,
- wykładowcy,
- znajomi z wakacji,
- krewni,
- stali wykonawcy usług (mechanik samochodowy, dentysta).
- stowarzyszenia branżowe,
- izby gospodarcze,
- kluby biznesu,
- grupy powoływane do wykonania określonego zadania (np. komisja wyborcza),
- komitety i organizacje w miejscu pracy,
- fundacje i organizacje charytatywne,
- stowarzyszenia absolwentów,
- organizacje sportowe,
- organizacje religijne,
- komitety rodzicielskie.



## Plan budowy kapitału społecznego

Organizacja	Rola	Korzyść	Cel
Stowarzyszenie absolwentów X	Członek	Różnorodność kontaktów	Zdobycie klientów, pracowników na określone stanowiska (specjalistyczne wykształcenie)
Stowarzyszenie branżowe	Członek prezydium	Najnowsze informacje branży, możliwość zaprezentowania swoich umiejętności	Zostać prezesem stowarzyszenia
Uniwersytet X	Wykładowca	Rozpoznawalność, prestiż	Budowa statusu eksperta, doskonaleni zdolności prezentacji



## Mierzenie sił na zamiary

### Budżet networkingowy

tydzień rozpoczęcia działalności 1

tydzień		1	2	3	4	5	6	7
Stowarzyszenie absolwentów x	czas (godz.)		3			3		
	koszty (PLN)	100	20			20		
Stowarzyszenie branżowe	czas (godz.)				3			3
	koszty (PLN)							
Uniwersytet X	czas (godz.)	4	4	4	4	4	4	4
	koszty (PLN)	-200	-200	-200	-200	-200	-200	-200
Student MBA	czas (godz.)	12	12	12	12	12	12	12
	koszty (PLN)	20000						
	0 czas (godz.)							
	koszty (PLN)							
	0 czas (godz.)							
	koszty (PLN)							
inne	czas (godz.)							
	koszty (PLN)							
spotkania indywidualne	czas (godz.)	3	3	3		3	3	
	koszty (PLN)	30	30	30				
SUMA	czas (godz.)	19	22	19	19	22	19	19
	koszty (PLN)	19930	-150	-170	-200	-180	-200	-200



Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej  
Wydział Zamiejscowy w Sopocie

# Techniki

8.06.10





## 3 etapy znajomości

- **Nawiązanie**
  - cel – dać się zapamiętać jako pożądaný kontakt
- **Rozwijanie**
  - cel – pełna ocena wzajemnych potencjałów
- **Podtrzymanie**
  - cel – nie dać się zapomnieć - okazje do pomocy mogą pojawić się w każdej chwili



Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej  
Wydział Zamiejscowy w Sopocie

## Udane spotkanie

- **Nastawienie**
- **Wejście**
- **Przed rozmową**
- **Rozpoczęcie rozmowy**
- **Wizytówka**

8.06.10



## Daj się zauważyć

- **Zachowuj się jak gospodarz, a nie gość**
- **Podejmuj się tylko tych zadań, które wykonasz dobrze**
- **Bądź obecny podczas całego spotkania**
- **Słuchaj tak, by dowiedzieć się, jak pomóc rozmówcy**
- **Przedstawiaj sobie znajomych**
- **Opowiadaj historie własnych sukcesów**
- **Nawiązuj kontakty z osobami, których jeszcze nie znasz**



## Daj się zauważyć

- **Definicja naszego zajęcia - talenty i umiejętności**
- **Krótkie historie własnych sukcesów**
  - Cel
  - Wyróżnik
  - Entuzjazm
  - Konkret
  - Korzyści przysporzone

W zeszłym tygodniu miałam naprawdę ciężki orzech do zgryzienia, zapomniałam dokonać rezerwacji transportu dla ekspresowej dostawy towaru: wina, ale zrobiłam wszystko, chcąc mu pomóc, i po dwóch dniach kontaktów w końcu znalazłam wolny transport i przy tym udało się z klientem. Klient był tak zadowolony, że dał mi bukiet kwiatów!



## Podtrzymanie znajomości

- **Informowanie o rzeczach interesujących naszych znajomych**
- **Daj się zauważyć i rozsyłanie informacji o własnych osiągnięciach**
- **Udzielaj się publicznie**
- **Proszenie o pomoc**
- **Spotkanie grupowe**
- **Spotkania indywidualne**
- **Rozsyłanie informacji aktualizujących**
- **Życzenia świąteczne**
- **Życzenie urodzinowe/imieninowe**

8.06.10



Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej  
Wydział Zamiejscowy w Sopocie

## Zadanie

- **Zadanie: umówić się na spotkanie**
- **Cel: rozpoznać motywy i kryteria doboru osób**



## Podsumowanie

- Liczba osób, które się umówiły
- Liczba osób które podjęły więcej niż 1 próbę umówienia się
- Motywy i kryteria



## Zaufanie

- **Zaufania można nauczyć**
  - NIE celom krótkookresowym
  - Osobista marka
  - Otwarte, pozytywne i konsekwentne nastawienie do innych





## Osobista marka

- **Strój,**
- **Higiena,**
- **Zachowanie i gesty,**
- **Mowa i jej efektywność komunikacyjna,**
- **Kompetencje,**
- **Wiarygodność,**
- **Panowanie nad sytuacją (kontrola emocji, pewność siebie, swoboda zachowania, konsekwencja).**



Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej  
Wydział Zamiejscowy w Sopocie

## Zadanie

- **5 minut na poznanie osoby z którą mamy się spotkać**



Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej  
Wydział Zamiejscowy w Sopocie

## Podsumowanie

- **Opisz osobę przy pomocy przymiotników**
- **Co miało wpływ na dobór w/w przymiotników**



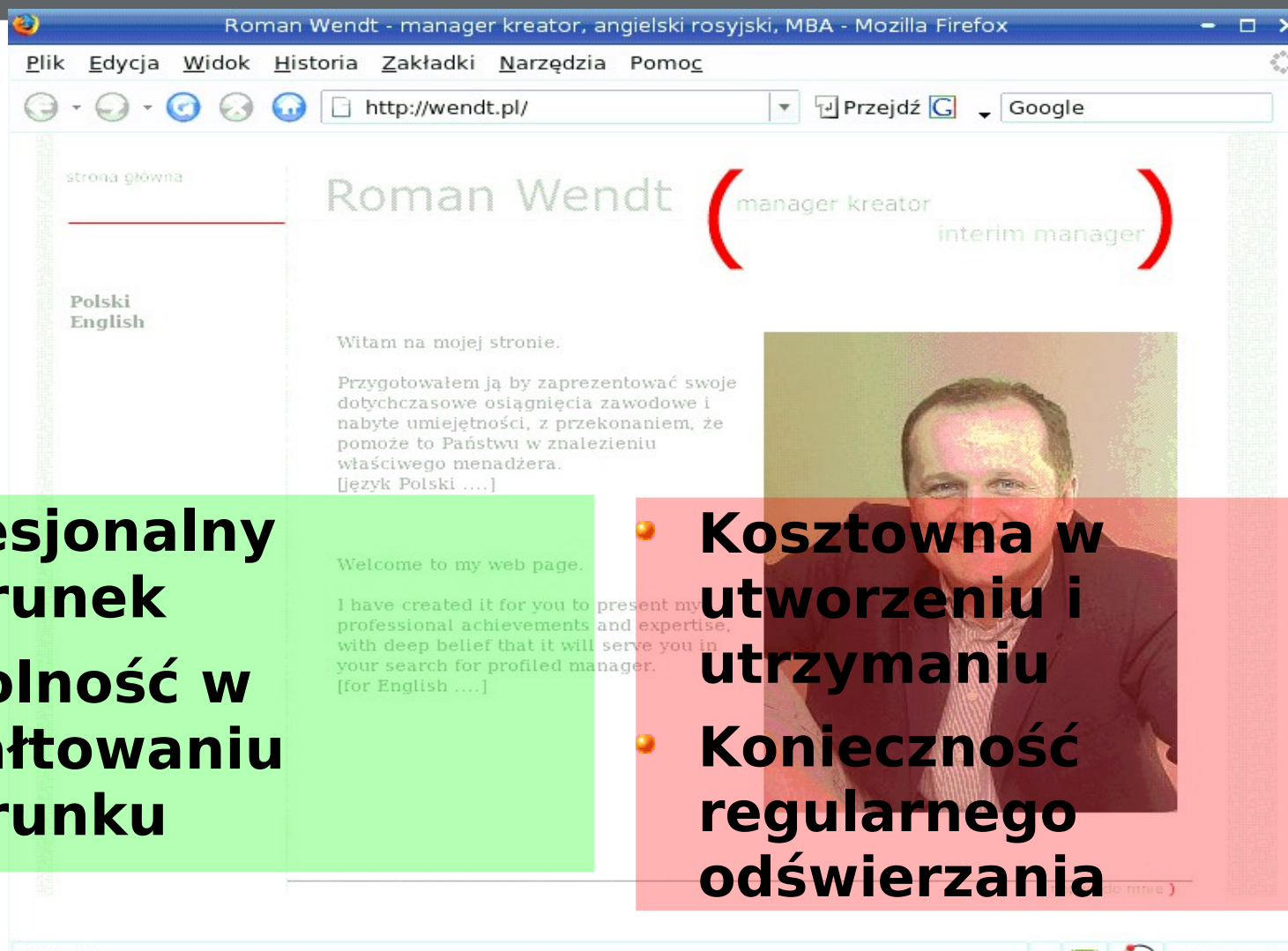
Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej  
Wydział Zamiejscowy w Sopocie

## Osobista marka - wspomagamy efekt HALO

- **Własna strona internetowa**
- **Blog**
- **Profile serwisów społecznościowych**
- **Artykuły prasowe**
- **Komunikaty lub raporty organizacji w których wymienia się nazwiska**
- **Fora internetowe i komentarze do artykułów**
- **Spójność informacji w sieci**
- **Rzeczy na które zwraca się uwagę**



## Strona internetowa



- **Profesjonalny wizerunek**
- **Dowolność w kształtowaniu wizerunku**

- **Kosztowna w utworzeniu i utrzymaniu**
- **Konieczność regularnego odświeżania**

8.06.10



# Blog

Roman Wendt blog  
( praca, zainteresowania, przemyślenia )

Pages  
O mnie/About  
Książka "Networking"

Categories  
my success stories (12)  
networking (20)  
Inżynieria (1)  
POLECAM (4)  
... (1)

Archive  
May 2007 (3)  
January 2007 (7)  
February 2007 (1)  
August 2006 (1)  
April 2006 (1)  
February 2006 (6)  
January 2006 (1)

Prezentacja na temat networkingu dla serwisu społecznościowego PROFEO  
23 February, 2008 (20:37) | networking  
Prezentacja na temat networkingu, którą przygotowałem na odczyt dla PROFEO 23-02-2008  
[zobacz prezentację]

Prezentacja na temat networkingu na konferencji AISEC  
23 May, 2007 (16:20) | networking  
Prezentacja na temat networkingu, którą przygotowałem na odczyt dla PROFEO 23-02-2007  
[zobacz prezentację]

Przemodelowanie łańcucha dostaw dla ... dla ... Polska Sp.z o.o.  
8 May, 2007 (17:45) | sukcesy moich projektów  
Przemodelowanie łańcucha dostaw dla CarpetRight Polska Sp.z o.o.  
Branża: sieci handlowe  
Kraj: Polska

Zakończono

- Prosta i tania w utworzeniu
- Dowolność w kreowaniu wizerunku

- Regularne dodawanie nowych treści
- Spam

8.06.10



Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej  
Wydział Zamiejscowy w Sopocie

## Serwisy społecznościowe

Prosto i darmowa w utworzeniu

Administracją i bezpieczeństwem zajmuje się serwis

Szablony w kreowaniu wizerunku

Nie wymaga regularnego dodawania nowych treści

Umożliwia prowadzenie bloga, galerii itp.



## Rzeczy na które zwraca się uwagę

- **Doświadczenie** (wiek, szkoły, miejsca pracy, stanowiska),
- **Kompetencje** (osiągnięcia i wymierne rezultaty, nagrody, certyfikaty),
- **Kapitał społeczny** (wielkość sieci kontaktów, znajomi (pozycje, różnorodność), pozycje zajmowane w organizacjach),
- **Aktywność** (ilość grupy, fora, organizacje; ilości wpisów/komentarzy na forach, posiadanie bloga),
- **Osobowość** (rodzaje grupy, fora, organizacje; jakość i tematyka wypowiedzi (blog/fora/komentarze), zdjęcia)





Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej  
Wydział Zamiejscowy w Sopocie

## Spójność

Spójność informacji kluczem do skutecznego  
budowania wizerunku

8.06.10



## Otwarte, pozytywne i konsekwentne nastawienie do innych

- **ZAWSZE** dotrzymuj danego słowa
- **Dotrzymuj terminów**
- **Preferuj kompromis w rozwiązywaniu problemów**
- **Współpracuj zamiast współzawodniczyć**
- **Traktuj innych sprawiedliwie**
- **Wyrażaj się o innych pozytywnie (szczególnie za ich plecami)**
- **Szanuj czas i własność innych**
- **Daj od siebie coś ponad to, czego oczekują inni**
- **Demonstracja możliwości / dokonań**
- **Oferuj wsparcie**
- **NIE manipulacji**

8.06.10



## 7 kluczy udanego networkingu

- **zrozumienie networkingu,**
- **pozytywne nastawienie,**
- **cel i plan,**
- **techniki,**
- **networking jako inwestycja długoterminowa,**
- **pomaganie innym,**
- **dać szansę innym pomóc nam.**