Создание предпринимательских связей

Элиоту Конвизеру было необходимо более, чем 100000 и причем быстро. Он не знал, что может принести день грядущий и стал звонить кучке инвесторов, которых он знал. В конце дня полдюжины согласились вложить 125000 в новое предприятие, которое не пытались сделать раньше и, причем, без информации, не считая короткого описания Конвизера по телефону.

Это новое предприятие (некоторые называли его сумасшедшим) включало в себя превращение арендных гаражей в совладение для машин. У Конвизера было меньше, чем 24 часа для принятия решения купить гаражи и конвентировать их. Договорившись со своими беспристрастными инвесторами, он решил не отступать и в конечном счете ему повезло в конвентировании первого совладельческого гаража.

В южном городишке, где он жил, Врайон Трейлор не имел репутации предпринимателя. Также он не был известен как богатый человек. Но г-н Трэйлор был известным и уважаемым человеком в обществе. Действительно, среди любителей тенниса он был известен как очень рьяный игрок и тренер.

Эта репутация позволила г-ну Трэйлору открыть маленький теннисный клуб после ухода от университетской работы. Трэйлор работал много лет профессором в местном университете, где он также создал теннисную команду. Местные банкиры и представители SBA знали г-на Трэйлора и охотно ему помогли, когда он решил построить спартанский закрытый корт на свои деньги. Однажды корты были открыты и у Трэйлора не было трудностей с набором игроков. "Я знаю обо всех, кто играет здесь в теннис, и они знают меня. " В начале 80-х Дейв Вильямс принимал в гостях представителя главного европейского поставщика. Без контракта между Вильямсом и поставщиком предприятие не могло продолжаться.

Так как представитель был пожилым человеком, Вильямс попросил своего старого друга и наставника Роберта Паркса помочь ему в переговорах. В конечном счете сделка была заключена прежде всего потому, что Паркс и европейский представитель участвовали вместе во второй мировой войне и Паркс помог ему на поле боя. Позднее Вильямс заметил: "Сделка состоялась благодаря тому, что я знал Паркса, и некоторым событиям, которые произошли до моего рождения. " ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ СЕТИ: безмолвная сила За последние десятилетия у нас была возможность узнать сотни предпринимателей и услышать их истории об успехах, полууспехах и просто провалах. Этим историям редко придавалось особое значение, что становилось известным как know-who сторона предпринимательской монеты.

Вот почему эти 3 стороны медали являются нетипичными.

Как удачные истории они демонстрировали власть доступа к нужным контактам в нужное время больше, чем отдельные навыки, характерные черты или деловую проницательность, которой обладают сами предприниматели.

Почему предприниматели вообще избегают использования их собственных связей? Может быть, это нечто, что они считают конфиденциальным, немая сила, которая остается сильной только пока она остается тайной и охраняемой. Или, возможно, они думают, что после всего, они и их команда заслуживает львиной части кредита. Начиная новый бизнес, один из необходимых интересов - привлечь наше внимание - не маленькое достижение. И они фокусируют свои усилия в нахождении возможности привлечь капитал, образовать команду и сделать все это быстро, их предпринимательское "know-how".

Но любая информация рассматривается как предложение кого ты знаешь, а не что ты знаешь, что позволяет предприятию развиваться по данному пути. И у нас есть другое основание.

Например, один коллега, который учился предпринимательским связям в Северной Каролине, сообщил, что удачливые предприниматели, начиная новое предприятие: - тратили необходимое время на развитие новых контактов и поддерживая старые (около 50% дня) - развивали связи, которые более тесно связаны (около 50% участников были незнакомы друг с другом) - развивали связи, включая членов семьи, рабочие связи, прошлых рабочих, даже конкурентов (профессионалы отсчитываются только за 12% всех взаимоотношений) - развивали связи, которые больше, чем просто взаимоотношения между участниками (технические консультанты, которые были также родственниками) - имели устаревшие и пережившие свой бизнес связи (эти связи более стабильны, чем их рискованные предприятия) Другой коллега обнаружил, что предпринимательские сети могут иметь важные совокупные эффекты. Он изучил образование сетей в двух шведских организациях: Maleras и Svangstra. Для обоих наступили трудные времена, Marelas смогла возродиться сама, а Svangstra провалила это дело. В чем различие? Кажется, что предприниматели Marelas развили более прочные личные связи. Местные бизнесмены могли мобилизовать свои собственные ресурсы и поддержать друг друга в своих обязательствах и спасти их дело. Наоборот, Svangstra была индивидуалист-одиночка, у которой не было чувства коллектива. Личные связи в городе плохо развивались. Попытки начать новое предприятие в городе приводили к управлению ими аутсайдерами из различных правительственных агентств, которые ограничили доступ к местным сетям.

Наконец, изучение личных связей в таком месте как Мадьта, Сицилия, Монреаль, Канада укрепляет мнение, что создание предпринимательский связей - основной критерий предпринимательского успеха, которые превосходят многие культурные границы. Они обнаружили, что время от времени "люди используют других людей, чтобы дать рекомендации для адвокатской работы и получения исследовательских фондов и т.д., но это отрицается в обществе, это рассматривается как неправильный подход. " Короче говоря, основание развивается следующим образом; говорится, что создание связей - основной критикуемый ресурс предпринимателей, который многий удачливые предприниматели развивают, воспитание и оттачивание до совершенства. Также предлагается, что оба индивидуальных роста и экономическое развитие зависят главным образом от выращиваемых контактов.

И это для предпринимателей, которые в середине экономического развития выращивают свои предпринимательские know-who навыков - часто фундаментальная предпосылка к успеху и необходимое дополнение к их предпринимательским know-how навыкам.

Но как развивается предпринимательское know-who? Что следует -это несколько примеров руководящих линий, которые мы собрали из нашего опыта. Можно надеяться, они помогут отделяющемуся предприятию. Также хорошо, как набирает опыт приучающийся враг, чтобы продолжать более удачную карьеру как предприниматели.

ПРИМЕРЫ И ПРАВИЛА СОЗДАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СЕТЕЙ

Первые два правила создания предпринимательских сетей являются фундаментальными, так как понимание их открывает некоторые важные свойства прочных предпринимательских сетей.

1. Вы должны понять, что предпринимательское "know-who" также важно, как и "know-how". Будьте дипломатичны, но не препятствуйте развитию контактов, которые помогут вам в начинании вашего нового рискованного предприятия.

Каждый из нас должен признать, что общественные нормы, по крайней мере в США и Канаде, имеют склонность к предубеждению против создания предпринимательских сетей и могут вызвать в вас чувство вины. Помните, что настоящие предприниматели часто являются связующим звеном между социальными группами, чьи нормы не соответствуют друг другу. Это несоответствие может вызвать непонимание или удивление, а в худшем случае - расхождение во мнениях о действиях, профессиональной этике и необходимом соглашении.

Пример Доджа Манчестера, невероятно удачливого предпринимателя из Сан-Диего, иллюстрирует эту проблему.

"Додж Манчестер, капитан футбольной команды своего колледжа, популярный член его студенческой организации, был мастером заводить новые знакомства в любой социальной среде, в которой он вращался. Он использовал свои связи для работы страховым агентом еще в колледже. Его женитьба на дочери видного бизнесмена из Сан-Диего стала источником новых бессчетных контактов.

Разумно управляя этими связями, он смог превратить их в высоко прибыльный бизнес. К сорока годам он стал миллионером.

Важной вехой в его карьере была его свадьба, когда он собрал все статистические данные о своих состоятельных гостях с целью продать им полисы по страхованию жизни. " Готовились ли Вы к своей свадьбе так же? Считаете ли Вы такое поведение правильным?

Многие испытывают отвращение при мысли об использовании своих новых знакомств таким образом. Почему? Большинство возражают против выяснения статистических данных и преследования чисто материальных интересов, как это делал Манчестер.

В то же время, почти все признают, что, возможно, могли бы составить список имен гостей на их собственной свадьбе, включая сюда оценку их чистых доходов, имущества и т.д., и возможности быть полезными в будущих деловых отношениях. И давайте подчеркнем слово "будущих". Манчестер ведь тоже не хлопал своих гостей по плечу во время приема, спрашивая, хотят ли они застраховать свои жизни "полностью" или "частично".

Действительно спорным вопросом является то, нужно ли откровенно высказывать свои корыстные намерения до конца, налаживая контакты. Большинство противников поведения Манчестера меняли тон, когда им говорили, что некоторые гости на свадьбе действительно хотели купить страховки и получить финансовый совет от "нового члена семьи, которому можно доверять", а другие в семье видели в Манчестере ценного союзника для своих собственных деловых отношений.

Очевидно, что было бы разумно соблюдать приличия и выбирать подходящее время для переговоров, чтобы избежать нежелания иметь с вами дела тех самых людей, с которыми вы хотите наладить контакты. Дело в том, что все мы знаем это чувство, когда мы встречаем кого-то, например, на вечеринке, на свадьбе или каком-то другом общественном мероприятии, а позже жалеем, что не познакомились с этим человеком ближе, не взяли его адреса, телефона. Пример Манчестера просто подчеркивает ценность планового подхода к созданию своей предпринимательской сети и подводит нас ко второму правилу.

2. Будьте систематичны, точны и активны, создавая свою сеть и управляя ею.

Личная сдержанность по отношению к активному созданию предпринимательских сетей часто заставляет нас быть сдержанными и в развитии нашей собственной сети. Для начала попробуйте просто написать список членов сети и как они относятся к вашим настоящим и планируемым рискованным предприятиям, и это может навести вас на какую-нибудь удачную мысль. У вас уже есть персональная сеть; возможно вы просто не думали о систематичном и определенном образе ее развития.

Раз вы начинаете строить свою сеть систематичным образом, вы, надеемся, обнаружите некоторые интересные вещи: а) Ваша сеть велика, или, во всяком случае, она должна значительно вырасти, раз вы начинаете ее развивать. На самом деле, если бы нам нужно было изобразить схематически сети наиболее удачливых предпринимателей, рисунки заняли бы несколько больших листов. Более крупные сети облегчают сбор информации, повышают вероятность обнаружения новых возможностей и вообще помогают бороться с проблемами предпринимательской жизни, которые всегда возникают, когда их меньше всего ждешь.

б) Ваша сеть большей частью невидима. Дело в том, что большинство членов вашей сети не будут входить в вашу организацию и практически будут оставаться неизвестными или "невидимыми" для остальных участников сети. Этот элемент невидимости отражает вашу способность внедряться в различные не имеющие к вам отношения сети, которые предлагают различные виды информации и отвечают различным целям.

в) Ваша сеть будет состоять из нескольких прочных связей между вами и другими членами, но гораздо важнее то, что она будет (или должна) содержать и слабые связи. Многие склонны считать, что прочные связи хороши, а слабые плохи, или, в лучшем случае, означает упущенные возможности. Как раз противоположное справедливо для предпринимателей. Каждая сеть включает в себя многообразие отношений, некоторые из которых очень прочны, в то время, как другие очень слабы (это случайные знакомства, люди, которых вы знаете, но редко видите и т.д.) . Но удачливые предприниматели, по-видимому, извлекают пользу из своих сетей со слабыми связями - с людьми, с которыми они взаимодействуют нерегулярно, но к чьей помощи могут прибегнуть в случае крайней необходимости или в нужное время.

Но ни одно из этих свойств сети (большой размер, невидимость, или слабые связи) не будет для вас достаточным, если вы не соотносите развитие вашей сети с видом вашей предпринимательской деятельности.

Мы знаем примеры того, как предпринимательское "know-who" может вам помочь. Приведенный ниже опыт Джина Мак Мана показывает, как отсутствие необходимых предпринимательских контактов может повредить вам.

Джин Мак Ман начал заниматься почтовыми заказами по каталогам в начале 80-х годов. Однако, год спустя после запуска, его предприятие оказалось в затруднительном положении.

Джин чувствовал, что проблемой был недостаток капитала, и, отчасти, он был прав. Однако проблема усугублялась, потому что ему приходилось тратить значительное количество времени на обучение и выяснение, кто есть кто в деле заказов по почте. Когда джин в конечном счете наладил свои связи и изучил свое дело, драгоценное время было потеряно, и потребности в капитале значительно возросли и сильно превысили первоначально запланированные Джином. В конце концов предприятие оказалось без денег и обанкротилось.

3. Направляйте развитие вашей сети с точки зрения специфического типа предприятия, которое вы начинаете.

То, ваша сеть велика, невидима и содержит промышленные связи, еще не означает, что это хорошая предпринимательская сеть для предприятия, которое вы планируете. Это только необходимые условия, но недостаточные. Личные сети предпринимателей должны включать в себя связи, вид которых имеет прямое отношение к типу предприятия, которым вы занимаетесь.

Существует, по крайней мере, три типа рискованных предприятий, которые вы должны рассмотреть.

Возможно, наиболее многочисленными являются "предприятия как стиль жизни" (lifestyle businesses) . Эти предприятия часто, но не всегда нанимают от 0 до 5 служащих и имеют объем продаж на сумму до $ 2000000. Главной целью таких предприятий не является крупная прибыль или большой объем продаж. Их принципиальная задача - это "комфортабельная жизнь" вместе с технической свободой и независимостью от проблем и других факторов, которые мешают предприятию существовать так, как это было определено основателем дела.

Неожиданный успех в виде больших продаж или прибылей действительно приводит к нежелательному росту, который неизбежно приносит проблемы и потерю той самой независимости, которую основатели ставили на первое место.

С точки зрения контактов таким предприятиям требуются одинаково мыслящие члены сети. Отсутствие формальностей, легкий доступ, ниже оцениваемые способности - все это необычайно важно для сохранения существующего образа жизни.

Другой крайностью являются менее многочисленные, но крайне важные "быстрорастущие предприятия" (high growth ventures) , чьей целью является существенное повышение как объемов продаж, так и прибылей. Это такие предприятия, как Compaq, Lotus, Cetus, Next и т.д., которые обслуживают национальный рынок.

В противоположность "предприятиям как стиль жизни" "быстрорастущие предприятия" нуждаются в постоянном доступе к капиталовложениям и финансовым сообществам.