

Wspólna praca na rzecz wszystkich

Kooperacja mikro- i małych przedsiębiorstw

Przedsiębiorczość to ciężki kawałek chleba. Nie każdy z nas ma potencjał do budowania organizacji, instytucji, firm. Tylko nieliczni ludzie mający odpowiednie predyspozycje, którzy dodatkowo znajdą się w odpowiednim miejscu i w odpowiednim czasie, osiągają sukces. Od małego zwycięstwa, jakim jest zarejestrowanie działalności czy spółki, do pełni satysfakcji, rozumianej jako lukratywna firma z osiągnięciami, prowadzi długa droga. Coraz częściej ułatwia ją jednak poczucie wspólnoty rosnące ostatnimi czasy w środowisku drobnych przedsiębiorców, jednoczących się w walce o przetrwanie.

Eksperti parający się psychologią sprzedaży są zgodni – by zyskać lojalnych klientów, należy dawać im coś, czego potrzebują lub pragną, i ponad wszystko postępować z nimi uczciwie. Nie zaszkodzi pokazać, że potrafimy się z klientem utożsamić. To właśnie ta myśl, obok chęci poszerzania doświadczeń i siatki znajomości handlowych, powoduje przedsiębiorcami w próbach jednoczenia. Świat rozmawiał się w konferencjach, warsztatach, seminariach, spotkaniach branżowych, grupach handlowych i stowarzyszeniach. Wszystko po to, by sprzedawać więcej, szybciej i lepiej z pomocą ludzi mających podobne cele.

Konferencje

Każda branża ma wspólne tematy. A wspólny temat to powód do rozmowy. Konferencje są jedną z popularniejszych form wymiany doświadczeń. Zazwyczaj mniejsi uczą się od większych – międzynarodowe korporacje zajmujące się danym zagadnieniem często znajdują się w gronie organizatorów, prowadząc prelekcje, warsztaty i dyskusje, przekazując dalej wiedzę i doświadczenie wypracowane przez lata. Rynkiem światowym dyrygują ogromne firmy, opanowujące kilkadziesiąt procent danej branży. W ich interesie leży rozwijanie potencjału małych firm. Im więcej jest przedsiębiorstw w sektorze małych i średnich firm, tym większa jest świadomość konsumentów. Ona zaś przekłada się na rzeczywistą sprzedaż, więc i większy tort do podziału dla firm dominujących na rynku.

Poznanie partnerów biznesowych podczas konferencji nie jest łatwe. Czas wypełniony panelami merytorycznymi, przerwami na kawę, lunchem, warsztatami nie sprzyja networkingowi. Coraz częściej organizatorzy przewidują coraz więcej czasu właśnie na wymianę opinii uczestników i krótkie przedstawianie działalności każdego z nich. A wszystko po to, by lepiej się poznać. To właśnie ludzie, którzy nas znają, są bardziej skłonni nam zaufać. Warto więc uczestniczyć w konferencjach trwających dłużej niż jeden dzień. Daje to zdecydowanie więcej okazji do zawarcia znajomości, wzbogacających zarówno życie prywatne, jak i zawodowe.

Szkolenia

Innym sposobem nawiązywania współpracy jest uczestniczenie w szkoleniach tematycznych. Każdy przedsiębiorca interesuje się czym innym, tematami dla nich wspólnymi są te dotyczące eksplorowanej branży i oczywiście zarządzania. Dlatego to właśnie na tego typu szkoleniach można poznać ludzi zainteresowanych potencjalną współpracą. Szkolenia, szczególnie te trwające kilka dni, to idealna okazja do poznania wartościowych osób. Po pierwsze, spotkaliście się tam, ponieważ oboje poszukujecie wiedzy. Po drugie,

działacie na podobnym polu, macie więc wiele wspólnego. Po trzecie, prowadzicie różne firmy lub pracujecie w różnych firmach, macie więc różne doświadczenie i umiejętności. Nie zaszkodzi więc się nimi podzielić. Kilkudniowe szkolenia, szczególnie te realizowane przez certyfikowane centra szkoleniowe, cieszące się ogólnym poważaniem, to okazja do pozyskania przydatnej wiedzy i umiejętności, a także właśnie nawiązania znajomości biznesowych na całe życie.

Grupy i stowarzyszenia

Każdy przedsiębiorca wie, że lepiej działać w grupie niż w pojedynkę. Jeszcze lepiej, gdy grupa ta składa się z przyjaciół nie zaś z obcych ludzi. Jak jednak zdobyć przyjaciół w biznesie? To nie takie proste. Ludzie ufają sobie po latach, szczególnie ci mający wiele do stracenia. Trafienie do odpowiedniej grupy ludzi to sztuka. Nic więc dziwnego, że do tych już istniejących lgną całe rzesze przedsiębiorców. Jednym z najlepszych przykładów tego typu stowarzyszeń w Polsce jest Business Center Club [1]. Członkostwo w klubie nie należy do najtańszych, lecz niezaprzeczalnie BCC kumuluje jedne z najznamienitszych umysłów biznesowych w kraju. By zostać członkiem, trzeba oczywiście spełnić szereg narzuconych przez klub wymagań, a to przywilej firm już stabilnie stojących na nogach, jednak relacje nawiązywane w BCC zwracają

z nawiązką wszelkie inwestycje. Przede wszystkim w BCC nie ma ludzi przypadkowych. Każdy członek znalazł się tam z powodu osiągniętych w pracy sukcesów, a więc od każdego można się bardzo dużo nauczyć. Członkostwo w takim klubie opiera się na cyklicznych spotkaniach, braniu udziału w konkursach, seminariach, wspólnym uprawianiu sportu i wyjazdach. Mało biznesowo? To tylko pozory. Budowane w ten sposób relacje stają się bliskie i uczciwe, a lojalność to najważniejsza cecha we współpracy. Kolejnymi inicjatywami zrzeszającymi przedsiębiorców są Regionalne Izby Gospodarcze [2] czy Izby Przemysłowo-Handlowe [3]. Działają one w ramach danego regionu, województwa czy miasta. Zrzeszają firmy członkowskie zajmujące się różnymi tematami w obrębie tego samego terenu. Nie chodzi tutaj o wspólne zainteresowania, lecz o wspólną grupę klientów mieszkających w tych samych miastach, przechadzających się tymi samymi ulicami. Po co walczyć o klienta i wyrywać go sobie na siłę, skoro można współpracować i nieustannie próbować oferować kupującemu coraz to lepsze

usługi i produkty. Uczestnicząc w spotkaniach izb handlowych, łatwiej pozostawać na bieżąco ze zmianami w prawie, z nowinkami przemysłowymi, tendencjami rozwojowymi. Izby często organizują dla swoich członków szkolenia, których wyłącznym celem jest właśnie wymiana doświadczeń i współdzielenie wiedzy. Izby handlowe tworzone są także dla firm działających w poszczególnych branżach. Dobrym przykładem może tu być np. Polska Izba Firm Szkoleniowych [4]. Izba wypracowała znormalizowany standard szkoleniowy, respektowany przez wszystkie dobre firmy szkoleniowe w Polsce. Dzięki temu klienci mogą łatwo zweryfikować, która firma oferująca swoje usługi ma większą wartość i której warto zaufać. Firmy szkoleniowe działają często w różnych sektorach, gdyż szkolą z różnych tematów. W ten sposób mogą przekazywać sobie wiedzę bez strachu o wzmaganie konkurencji między sobą.

Spotkania małych i mniejszych

O ile spotkania branżowe do tej pory zarezerwowane były dla firm średnich

i dużych, o tyle od jakiegoś czasu oddolna inicjatywa przedsiębiorców drobnych prężnie rozwija się na rynku. Przedsiębiorcy szukają różnych możliwości spotkań i wymiany doświadczeń. Jedną z popularniejszych są grupy BNI [5]. Działające w wielu miastach, także w Polsce, grupy BNI skupiają się na kreatywności w biznesie, nawiązywaniu relacji i ich eksplorowaniu. Członkowie to najczęściej mali bądź mikroprzedsiębiorcy, szukający swojego miejsca na rynku. Dzięki serdecznym relacjom nawiązywanym na spotkaniach możliwe jest rozwijanie biznesu i osiągnięcie wspólnie wypracowanych zysków. W ten sposób, dzięki integracji i dobrym intencjom, drobni przedsiębiorcy mają coraz większe szanse na duży sukces rynkowy. □

Piśmiennictwo

1. www.bcc.org.pl, dostęp z dnia 4.04.2016 r.
2. www.rig.katowice.pl, dostęp z dnia 4.04.2016 r.
3. www.riph.com.pl, dostęp z dnia 4.04.2016 r.
4. www.pifs.org.pl, dostęp z dnia 4.04.2016 r.
5. www.bnipolska.pl, dostęp z dnia 4.04.2016 r.

reklama

WARSAW INDUSTRY WEEK

MIĘDZYNARODOWE
TARGI INNOWACYJNYCH
ROZWIĄZAŃ
PRZEMYSŁOWYCH

**7-9 LISTOPADA
2016**

NOWA ODSŁONA
TARGÓW DLA BRANŻY PRZEMYSŁOWEJ

PTAK WARSAW EXPO
MIĘDZYNARODOWE CENTRUM TARGOWO - KONGRESOWE

AGNIESZKA CIEŚLIK
PROJECT DIRECTOR

TEL. +48 518 739 275
MAIL a.cieslik@warsawexpo.eu

WWW.INDUSTRYWEEK.PL