

## Poslovno mreženje in zaupanje

Sodobni svet je svet naraščajočih možnosti. S povečevanjem števila izbir, katerim smo ljudje vsakodnevno izpostavljeni, se zmanjšuje predvidljivost naših izbir. Pri izbiri se moramo zato mnogokrat zateči k zaupanju. Brez zaupanja bi bili lahko velikokrat povsem ohromljeni in predvsem bi sprejemali manj odločitev ter bili zato lahko manj uspešni.

Zaupanje je prisotno na vseh področjih našega življenja in nobeno področje ne more delovati normalno, če ni zaupanja. Zaupanje je del človekovega življenja že od rojstva, ko otrok staršem zaupa, da ga bodo nahranili, varovali in ljubili. Že tukaj je pomembno, da starši to otroško zaupanje potrjujejo, saj je zelo težko izgubljeno zaupanje zopet pridobiti.

Enako je tudi z zaupanjem v poslovnem svetu. V poslovnem svetu moramo za doseganje svojih ciljev sodelovati z drugimi ljudmi. Ni dovolj, da druge ljudi samo poznamo, ampak mora obstajati tudi medsebojno zaupanje, ki je pogoj za uspešno in dolgoročno sodelovanje. Zaupati pomeni, da nihče ne bo izkoriščal drugega ali gojiljal v medsebojnem odnosu. Samo na takšen način je mogoče pričakovati vzajemne koristi od medsebojnega sodelovanja. Zaupanje pa je še toliko bolj kritično v poslovnem mreženju. Pomembno za poslovno mreženje je, da znamo vzpostavljati

nove kontakte in jih razvijati do te mere, da se ustvari medsebojno zaupanje. Uspešno poslovno mreženje brez zaupanja ne more obstajati, saj ne moremo pričakovati, da nam bodo drugi pomagali do novih poslov, če nam ne bodo predhodno dovolj zaupali. Razumeti torej moramo, da zaupanje ne pomeni kaj si mi mislimo o sebi, ampak kaj drugi mislijo o nas. Sami smo lahko prepričani, da smo zaupanja vredni, vendar to ne pomeni nič, če tudi naši mrežni partnerji tega ne prepoznajo.

V poslovnem mreženju moramo zato vse svoje aktivnosti usmerjati v to, da naši partnerji spoznajo kaj delamo in da nam toliko zaupajo, da so to pripravljeni sporočiti naprej v svoji mreži – torej nas priporočati pri ljudeh s katerimi se srečujejo.

Veliko število dejavnikov, ki gradi zaupanje, na drugi strani pomeni, da obstaja tudi veliko možnosti, da do zaupanja ne bo prišlo. Zaupanje je zato še toliko bolj dragocen kapital, ki se ga težko pridobi, vendar lahko

### Brigita Hribar Pirc

je strokovnjakinja s področja poslovnega mreženja in napotitvenega trženja.

Osebno svetovanje:

040 191651,

brigita@bni-adria.com



zelo hitro izgubi. Predvsem pomembno je, da se zavedamo, da je izgubljeno zaupanje zelo težko povrniti. V nekaterih primerih celo nemogoče in zato je zavedanje o pomembnosti zaupanja ključno za naš uspeh.

Verjetno se sprašujete kaj lahko sami naredimo, da se zaupanje v nas v poslovnem mreženju poveča. Pomembni dejavniki, ki gradijo zaupanje so:

- sloves: vsa pozitivna pričevanja, ki jih drugi lahko podajo o vas
- učinkovitost: vse reference – pretekli posli, ki ste jih uspešno izvedli
- videz: vse kar pokažemo navzven – oblačila, urejenost
- komunikacija: vsa naša besedna in nebesedna sporočila – pisno ali ustno
- obljube: verjetno najbolj pomembno – vse kar rečemo mora držati

Zgornje je temelj, ki bi ga moral postaviti vsak podjetnik/poslovnež. Kot hiše ne moremo zgraditi brez trdnega temelja, tudi svojega uspešnega podjetja ne moremo zgraditi brez trdnega zaupanja v nas in naš posel.

Nekateri pristopijo k poslovnemu mreženju z odnosom, da je vse, kar morajo storiti, to, da spoznajo ljudi, in posli bodo začeli prihajati. Česar se ne zavedajo, je, da posli pridejo šele in samo takrat, kadar obstaja zaupanje med posameznimi akterji. Ko zaupanje izgine, usahnejo tudi posli.

Torej ko poslovno mrežite sta vaša integriteta in sloves ves čas na preizkušnji in zato ves čas delujte temu primerno.

*Ni dovolj, da druge ljudi samo poznamo, ampak mora obstajati tudi medsebojno zaupanje, ki je pogoj za uspešno in dolgoročno sodelovanje*

