

Spotkania 1 na 1 z kandydatami

Spotkanie z kandydatem do BNi może przebiegać na różne sposoby. To tutaj poznajemy kandydata i pokazujemy wartość. Wśród błędów, których trzeba unikać, są spotkania, podczas których cały czas mówimy o BNi (nic nie wiemy o firmie kandydata), kandydat cały czas mówi o firmie, ale nic nie mówimy o możliwościach w BNi (chyba że od razu planujemy więcej niż jedno spotkanie), czy spotkania typu „co myślisz” – bez pomysłu, planu oraz agendy.



Etap 1 - Arkusz rekrutacyjny, badanie potrzeb

Jeżeli chcesz dobrze poznać kandydata, a następnie przedstawić mu rozwiązania i korzyści płynące z działania w BNi, warto rozważyć wykorzystanie arkusza rekrutacyjnego podczas rozmowy. Jest to jeden z możliwych wariantów, prawdopodobnie najbardziej kompleksowy. Może wydawać się „strzelaniem z armaty do muchy”, ale naprawdę zawiera komplet informacji i ułatwia działanie.

Ogólne założenia:

- Podczas spotkania nadaj ramę - wytłumacz, jaki masz pomysł na spotkanie, po co się spotykacie, co kolejno będzie się będzie działo.
- Zapytaj rozmówcę czy dla niego taka formuła jest ok.
- Wytłumacz „dlaczego” chcesz użyć arkusza, np. „Chcę naprawdę dobrze poznać Ciebie i Twoją firmę, czy będzie dla Ciebie ok, jak użyję arkusza, z którego korzystamy w BNi do poznania i weryfikacji kandydatów?”
- Uzupełnij arkusz o informacje, które posiadasz przed spotkaniem. Pokaże to Twoje przygotowanie. Niezręczny może być moment na samym początku spotkania, w którym pytasz o NIP czy nazwę firmy - miej te dane uzupełnione wcześniej.
- Po odpowiedzi nie bój się komplementować rozmówcy, jeżeli czujesz że warto.
- Rozmowa powinna być dialogiem nie monologiem, ale zadbaj o to, byś przez 80-90% czasu słuchał, przez 10%-20% zadawał pytania i podsumowywał dane aspekty.
- Ważne! Unikaj sytuacji, w której po prostu wyciągasz arkusz i zaczynasz na nim notować, nie mówiąc rozmówcy po co i dlaczego. Zadbaj o odpowiednie wytłumaczenie.



Co oznaczają poszczególne pytania, dlaczego je zadajemy? Jeżeli dobrze wytłumaczysz te zagadnienia ktoś chętnie odpowie na Twoje pytania, jeżeli nie będzie rozumiał „dlaczego” pytasz, może się zablokować i unikać głębokiej, szczerzej rozmowy.

W tym dokumencie nie omawiamy wszystkich punktów, niektóre są oczywiste, podajemy kilka przykładów.

Poniżej pytania, krótki opis dlaczego je zadajemy, pytania uzupełniające oraz proponowany sposób „wprowadzenia” danego pytania.

Arkusz został przygotowany na potrzeby BNi+, ale można stosować go (w odpowiednim branding) również w BNi. Odpowiedzi na niektóre zagadnienia będą wtedy krótsze, czasami nie warto dopytywać dokładnie - mniejsze firmy mogą na przykład nie mieć predykcji EBITDA, a właściciel może nie mieć zorganizowanego blokowo kalendarza i może zajmować się wszystkim. Podczas rozmowy zadbaj, by ktoś czuł się komfortowo.

Arkusz aplikacyjny do Grupy BNI

Imię i nazwisko kandydata	Nazwa firmy	Branża
Uzupełnij wcześniej	Uzupełnij wcześniej, ale zapytaj czy prowadzi jakieś inne firmy, możesz również wcześniej sprawdzić w bazach typu rejestr.io itp.	Uzupełnij wcześniej
NIP	Prowadzący spotkanie	Profil na LinkedIn
Uzupełnij wcześniej lub później	Twoje nazwisko	Uzupełnij wcześniej

1.	Dominująca działalność, specjalizacja, najpopularniejsze produkty	Zapytaj o główny produkt, usługę, na czym aktualnie generowany jest największy przychód i największa część zysku. Zapytaj o cały obszar, ale też o konkretne produkty i usługi.
2.	Siedziba firmy / strona www	- Uzupełnij wcześniej stronę www, miej ją również otwartą na spotkaniu. - Uzupełnij wcześniej siedzibę wg. ogólnodostępnych danych, zapytaj czy wszystko się zgadza. Zapytaj również o inne biura, oddziały itp.
3.	Jak długo działa firma?	Zapytaj o rok założenia, ale też o początki – skąd taki pomysł na biznes, jak firma wyglądała kiedy startowała. To ważna część dla kandydata – oddaj szacunek, dopytuj z zainteresowaniem, ale nie przeciągaj tego etapu – o historii firmy można rozmawiać godzinami, ale wystarczy kilka minut.
4.	Liczba zatrudnionych pracowników	Zapytaj również o formę zatrudnienia. Ile osób na full time, ilu współpracowników, freelancerów. Jak rozkłada się zatrudnienie – ile osób w centrali, oddziałach, ile osób w biurze, na produkcji itp. Postaraj się zrozumieć biznes.
5.	Liczba klientów (rząd wartości)	- Kilkunastu, kilkudziesięciu, kilkuset klientów? - Jak rozkłada się portfel klientów? Czy większość przychodu generuje 5 kluczowych klientów a pozostałych 100 np. 10%? Czy masz setki drobnych klientów? Pośredników? Dystrybutorów?
6.	Wspólnicy, udziały w firmie (%)	- Czy masz wspólników? - Ile mają udziałów? Czy działają operacyjnie w firmie? - Kto zajmuje się jakim obszarem? Czy wszyscy zostają, a może któryś ze wspólników planuje wyjść z firmy itp.?

7.	Przychody za ostatni zamknięty rok	- Możesz wcześniej uzupełnić tę część wg. raportów typu rejestr.io - Obarczone są niestety pewną bezwładnością – dane pojawiają się po czasie. - Nawet jeżeli masz dane za wcześniejszy rok i o tym powiesz – pokazanie, że wcześniej to sprawdziłeś, podkreśla Twoje przygotowanie.
8.	EBITDA za ostatni zamknięty rok	Zysk operacyjny. Możesz również zapytać skąd taka kwota. Jeżeli jest niska w stosunku do przychodów, możesz np. zapytać czy biznes jest nisko marżowy, czy w tym roku postawili na np. reinwestowanie środków.
9.	Plan przychodów na obecny rok	Prognoza, szacunek. Jeżeli ktoś nie jest w stanie określić dokładnie – widełki.
10.	Plan EBITDA na obecny rok	Prognoza, szacunek. Jeżeli ktoś nie jest w stanie określić dokładnie – widełki.
11.	Najpopularniejsze produkty, usługi, z których jesteś najbardziej dumny - TOP 3	„Z czego jesteś dumny?” - Które produkty chcesz rozwijać, który produkt mocno wpłynął na rozwój Twojej firmy, które z Twoich produktów lub usług mają szczególne znaczenie i wartość dla klientów, które dla firmy itp.
12.	Przykładowi klienci - TOP 3	Klienci, którymi chcesz się pochwalić. Możesz użyć różnych kluczy – powiedzieć o największych markach, które obsługujesz, znanych brandach, możesz powiedzieć o tych firmach, które generują największy przychód czy największą marżę albo o tych, z którymi najlepiej Ci się współpracuje. Najlepiej zapytaj o wszystko.
13.	Typ klientów, z którymi współpracujesz, co ich charakteryzuje?	W jakich branżach działają, czy są to duże czy małe firmy, kto decyduje o zakupie Twojego produktu lub usługi – właściciel, zakupowiec, dyrektor marketingu, kierownik sekretariatu? Gdzie można znaleźć Twoich klientów, co robią, czego szukają, dlaczego Cię wybierają itp.?
14.	Jakich klientów nie chcę obsługiwać?	- Współpraca, z którymi firmami jest dla Ciebie „kulą u nogi”. - Dla kogo Twój produkt nie jest dobry? Jakie produkty lub usługi wycofujesz.
15.	Cele biznesowe 3+1?	- Twoje cele: - Sprzedaż i zwiększanie przychodów: klienci, kwota, nowe rynki, nowe lekki sprzedażowe, nowe produkty itp. - Know how, optymalizacje, rozwój biznesu: jakie zmiany planujesz poczynić w firmie, jakie kierunki rozwojowe przyjmujesz, gdzie widzisz szansę dla biznesu. W jakich obszarach potrzebujesz usystematyzować biznes itp. - Nowe biznesy, wspólnicy, kluczowi partnerzy: jakich nowych inicjatyw szukasz, jakie trendy obserwujesz, szukasz wspólnika, inwestora, może sam chcesz zainwestować? +1 dotyczy społeczności – opisane w kolumnie poniżej

16.	Cele + 1 społeczność, networking, inne	Jakie inne rzeczy – nieopisane wyżej są dla Ciebie ważne, co planujesz, jakie masz cele? Może są to cele prywatne? Może chcesz założyć fundację, żeby pomagać innym albo wyprowadzić się do Tajlandii? Co zaprząta Twoją głowę?
17.	Zarys strategii oraz najważniejszych zaplanowanych działań	Jaki masz plan na realizację swoich celów w firmie. Na czym się aktualnie skupiasz? Jakie są najważniejsze działania w firmie? Jakimi rzeczami Ty jako właściciel będziesz się zajmował?
18.	Czego poszukuję biznesowo (1-2 najważniejsze dla mnie rzeczy)	- Pierwsza rzecz, która przyszła Ci do głowy. - Tzw. „jedna rzecz” – jeżeli będziesz to miał, to wszystko inne stanie się nieistotne albo prostsze. Np. inwestor, oddział w Stanach Zjednoczonych, zatrudnienie Dyrektora ds. Eksportu, uwolnienie się operacyjnie z bieżących działań firmy itp.
19.	Czy byłeś na spotkaniu BNI+, kiedy?	- Skąd się u nas wzięłeś. Czy byłeś wcześniej na spotkaniu? - Jakie przemyślenia po tych spotkaniach?
20.	Źródło kontaktu i stopień powiązania z nim	- Kto zaprosił Cię na spotkanie? - Skąd się znacie? - Współpracujecie biznesowo?
21.	Kogo z BNI+ znasz, z kim współpracujesz?	Z kim jeszcze z BNI, BNI+ się znasz, z kim współpracujesz? Znasz się z tymi osobami prywatnie, biznesowo?
22.	Czego dowiedziałeś się o BNI+ i co zwróciło Twoją uwagę?	- Jakie są Twoje przemyślenia po spotkaniu. Jakie elementy zwróciły Twoją uwagę? - Z którymi osobami rozmawiałeś? Widzisz jakieś szanse i możliwości dla siebie?
23.	Twoje obecne doświadczenie z organizacjami biznesowymi, branżowymi, stowarzyszeniami	- Czy jesteś lub byłeś w innych organizacjach? - Jakie są Twoje doświadczenia?
24.	Dlaczego rozważasz Członkostwo w BNI+?	- Czy i jeżeli tak, to dlaczego rozważasz staranie się o przyjęcie do BNI / BNI+? - Czy widzisz, że jest to dobre uzupełnienie strategii Twojej firmy? Jakie możliwości rozwoju Twojego biznesu widzisz w BNI?
25.	Do której Grupy BNI+ kandydujesz?	To zazwyczaj Grupa, którą odwiedzałeś, w wyjątkowych przypadkach – na przykład brak wolnej branży może być inaczej.
26.	W którym mieście mieszkasz, gdzie jesteś najczęściej?	Jeżeli to więcej niż jedno miasto, jak procentowo rozkłada się Twoja obecność w tych miastach? Czy są jakieś określone dni tygodnia lub pory miesiąca, w których przebywasz w jednym lub drugim mieście?
27.	Funkcja w firmie (formalna)?	Co widnieje na Twojej wizytówce i w stopce e-mailowej?

	Czym się zajmujesz jako właściciel / udziałowiec firmy?	Czym operacyjnie zajmujesz się w firmie? Jakież są Twoje najważniejsze zadania? Czy są rzeczy, które tylko Ty robisz w firmie? Co to jest?
28.	Co stanowi dla Ciebie największe wyzwanie biznesowe?	O czym myślisz, kiedy budzisz się w nocy? Co spędza Ci sen z powiek?
29.	Jakie są Twoje 3 najważniejsze priorytety?	Czemu nadałeś teraz pilność? Co masz w kalendarzu w najbliższych miesiącach?
30.	Jak wygląda Twój przykładowy tydzień pracy? Jak radzisz sobie z natłokiem pracy?	Dużo pracujesz? Ile godzin, w które dni? Czym się zajmujesz? Czy są to powtarzalne rzeczy, czy spontaniczne? Czy masz czas na myślenie koncepcyjne?
31.	Co Cię motywuje?	- Dlaczego robisz to co robisz? Co Cię Cieszy? - Dlaczego prowadzisz i rozwijasz tę firmę? - Co sprawia, że uśmiechasz się, gdy wstajesz rano?
32.	Rodzina? Sukcesja, relacje?	- Jak wygląda Twoje życie rodzinne? - Masz żonę, dzieci? W jakim wieku są Twoje dzieci? - Masz dla nich czas? Jak spędzacie wspólnie czas? - Czy Twoja rodzina jest zaangażowana w biznes?
33.	Pasje	- Co Cię cieszy? - Co robisz poza pracą? - Czy masz czas na pasje? Czy masz pasje, które „zaparkowałeś” – chciałbyś do tego wrócić lub zacząć to robić, ale jeszcze się to nie wydarzyło?
34.	Gdzie widzisz siebie za rok/dwa/trzy?	- Jak chcesz spędzać czas? Jak chcesz pracować? Co robić w firmie? - Jakie masz marzenia? - Jak chciałbyś, żeby wyglądało Twoje życie prywatne? Chcesz więcej czasu spędzać z rodziną i przyjaciółmi? Chcesz więcej podróżować? A może taki styl życia, jak prowadzisz aktualnie, jest dla Ciebie idealny?
35.	Jakimi zasadami kierujesz się w życiu?	- Co jest dla Ciebie ważne? - Jakie zasady, wartości Ci przyświecają? - Jakie są rzeczy, z których jesteś dumny w swoim postępowaniu? - Jakie rzeczy są dla Ciebie niedopuszczalne?
36.	Jakie jest twoje największe osiągnięcie prywatne?	- O czym opowiadasz przyjaciołom? Jakie wspomnienie sprawia, że się uśmiechasz na myśl o tym, co zrobiłeś? - O czym pierwszym pomyślałeś?
37.	Jakie jest twoje największe osiągnięcie zawodowe?	- Co uważasz za swój sukces biznesowy? - Co pierwsze przyszło Ci do głowy?
38.	Możliwość zaangażowania w rozwój i działania BNI+	Czy znajdziesz czas, aby rozwijać swoją firmę z wykorzystaniem BNI+?

39	Co mogę wnieść do Grupy BNI+? 1. Kontakty 2. Wiedza 3 Zasoby	• Jeżeli zostałbyś przyjęty do Grupy, jak możesz wesprzeć BNI i osoby zrzeszone w BNI?
40	Czy masz jakieś pytania?	• Co potrzebujesz jeszcze wiedzieć nt. działania z nami, Członków czy innych rzeczy?

Miejsce na notatki:

[illegible]

Notatki, wnioski, pytania, akcje, kolejne kroki, termin realizacji:

W tym miejscu zapisuj wszystkie rzeczy, które należy zrobić po spotkaniu.

Możesz zapisywać pomysły, które w dalszej części pomogą Ci pokazać komuś wartość z działania w BNI. Nie musisz wszystkich omawiać, nie musisz wszystkim się dzielić.

Możesz tutaj również zapisać najważniejsze rzeczy,
które podczas spotkania zaimponowały Ci w rozmówcy, na końcu spotkania możesz się do nich odnieść.

Warto również powiedzieć na końcu:

„Mam sporo notatek i pomysłów nt. tego, co moglibyśmy razem zrobić”.

W zależności od modelu wykorzystywania pomysłów, możesz omówić je od razu lub na kolejnym spotkaniu (gdy się przygotujesz).

Spotkanie z kandydatem - etap drugi - przedstawienie rozwiązań

Po wywiadzie znasz już kandydata na tyle, żeby precyzyjnie określić, jakie ma potrzeby lub problemy.

Gdy wiesz, czego szuka możesz opowiedzieć mu o rozwiązaniach w ramach BNI, które pomogą mu spełnić jego potrzeby.



W tej sekcji to my sporo mówimy, ale nie przesadź z informacjami. Pamiętaj o zachowaniu dialogu i skupieniu się na korzyściach dla kandydata. Co jakiś czas pytaj, czy miał podobnie, co myśli o danym zagadnieniu lub po prostu potwierdzaj - nie prowadź monologu.

Korzyści z BNI i rozwiązania, których oczekują Członkowie, mieszczą się w kilku kategoriach:

KATEGORIA 1

**Sprzedaż, klienci oraz źródła klientów.**

W ramach tej kategorii skupiamy na klientach. Warto skupić się na możliwościach „zewnętrznych”. Niezalecamy przychodzenia do BNi z nastawieniem, by sprzedawać swój produkt lub usługę Członkom. Znacznie częściej celem Członkostwa staje się dotarcie do kontaktów Członków Grupy, którzy są dla nas idealnymi klientami, a nasza oferta jest dla nich bardzo dobra. Generuje to znacznie większy potencjał. Przy założeniu że każdy zna około 100 osób, do których jestem w stanie dotrzeć, w 31 osobowej Grupie zamiast 30 potencjalnych kontaktów, partnerów czy klientów, mam ich 3000.

**Członek BNi może zwiększyć swoją sprzedaż i liczbę klientów poprzez:**

- polecenia od innych Członków;
- polecenia od Gości spotkań BNi;
- Członków, którzy zamawiają jego usługę lub produkt;
- Członków innych Grup;
- Członków z zagranicy;
- wykorzystanie BNi Connect;
- zlecenia pozyskane podczas eventów BNi (BNi Day, konferencje);
- uczestnictwo w zamkniętych Grupach BNi w Social Mediach;
- dokładny prospecting i wykorzystanie listy poszukiwanych kontaktów;
- uczestnictwo w Power Teamach.



Sposób działania BNi oferuje wsparcie w biznesie w różnych obszarach, ale mechanika działania Grupy (szczególnie w klasycznym BNi) w bardzo dużej mierze opiera się na zwiększaniu sprzedaży i pozyskiwaniu zleceń. Właśnie dlatego na cotygodniowych spotkaniach w wyznaczonych częściach Członkowie mówią o potrzebnych im klientach, pozyskanych dzięki BNi zleceniach, czy wartości, jaką ich produkt lub usługa generuje dla klientów. Sprawdzana jest też rzetelność realizowania rekomendacji.

Nie jest ważne, czy potrzebujesz więcej klientów, czy lepszych klientów - wygodniejszych w obsłudze, większych lub bardziej marżowych - jeżeli wiesz, czego dokładnie chcesz, BNi ma narzędzia, które mogą w znacznym stopniu ułatwić Ci sprzedaż.

KATEGORIA 2

**Oszczędność czasu, know how, rozwój managerski, wymiana wiedzy**

Gdy firma się rozwija, naturalne jest, że właścicielowi może brakować czasu na pewne rzeczy, że może musieć pracować ciężiej lub więcej niż do tej pory. Istnieje wiele obszarów w firmie, które można usprawniać i optymalizować, korzystając z doświadczeń innych. Podobnie z problemami - możesz rozwiązać je szybciej lub sprawniej, jeżeli ktoś już dane zagadnienie przepracował i podzieli się z Tobą swoim doświadczeniem.

**Oszczędność czasu i pozyskanie know how dzięki BNI to np.:**

- samo spotkanie BNI - to możliwość bycia na bieżąco z około 30 osobami z biznesu, tylko dzięki poświęceniu kilku godzin tygodniowo;
- wiedza nt. networkingu i rekomendacji - szkolenia i warsztaty BNI;
- wiedza nt. networkingu i rekomendacji - szkolenia i materiały online - bniu.pl;
- wiedza managerska od Członków Grupy - jak inni rozwijają firmę;
- wiedza specjalistyczna od Członków Grupy - nt. ich branży czy obszarów ekspertyzy;
- wiedza praktyczna z BNI Talks oraz wywiadów z Członkami;
- wiedza z prezentacji dnia oraz prezentacji Członków;
- praktyczne, aktualne informacje nt. trendów obserwowanych przez osoby z różnych branż;
- możliwość pozyskania mentora biznesowego;
- możliwość zostania mentorem, co pozwala usystematyzować własną wiedzę;
- wiedza od Dyrektorów BNI, którzy mają kontakt z wieloma osobami;
- oszczędność czasu poprzez znalezienie rzetelnych podwykonawców;
- rozwój managerski poprzez ćwiczenie umiejętności liderskich w Grupie BNI;
- rozwój managerski poprzez ćwiczenie umiejętności wystąpień publicznych oraz komunikacji;
- wiele innych.



Sposób działania BNI oferuje wsparcie w biznesie w różnych obszarach, ale mechanika działania Grupy (szczególnie w klasycznym BNI) w bardzo dużej mierze opiera się na zwiększaniu sprzedaży i pozyskiwaniu zleceń. Właśnie dlatego na cotygodniowych spotkaniach w wyznaczonych częściach Członkowie mówią o potrzebnych im klientach, pozyskanych dzięki BNI zleceniach, czy wartości, jaką ich produkt lub usługa generuje dla klientów. Sprawdzana jest też rzetelność realizowania rekomendacji.

Nie jest ważne, czy potrzebujesz więcej klientów, czy lepszych klientów - wygodniejszych w obsłudze, większych lub bardziej marżowych - jeżeli wiesz, czego dokładnie chcesz, BNI ma narzędzia, które mogą w znacznym stopniu ułatwić Ci sprzedaż.

KATEGORIA 3

**Nowe inicjatywy biznesowe, znaczące i strategiczne zmiany w firmie**

Wchodząc w nowy biznes, podejmując ryzyko, chcemy mieć jak największą pewność, że nasza inwestycja - czasu, pieniędzy, energii - będzie możliwie bezpieczna.

Wielu przedsiębiorców jako podstawę powodzenia nowego przedsięwzięcia podaje to, że należy je zrobić z właściwymi ludźmi. Właśnie tutaj BNI (dzięki sposobowi zorganizowania, który uwzględnia ciągłość, budowanie znaczących relacji oraz transparentność) może w znacznym stopniu ułatwić czy przyspieszyć znalezienie wspólnika lub partnera biznesowego.

Kolejnym zagadnieniem jest swego rodzaju kolektywna inteligencja - mając doświadczenia z różnych branż, z różnych rynków, można na nowe pomysły wpadać szybciej, a następnie realizować je znacznie sprawniej. BNI to inspirujące miejsce, w którym powstało wiele nowych spółek, a niektóre z nich osiągnęły globalny sukces.

**BNI umożliwia nowe biznesy oraz znaczące strategiczne zmiany w firmie np. dzięki:**

- poznaniu wspólnika poprzez BNI;
- znalezieniu inwestora dzięki BNI;
- znalezieniu inwestycji;
- pozyskiwaniu pracowników z polecenia;
- pozyskaniu nieruchomości spoza rynku;
- informacji o istotnym zbliżającym się wydarzeniu (zanim ta informacja trafi na rynek).

KATEGORIA „+1”

**Relacje, bezpieczeństwo, społeczność**

Wiele osób, prowadząc firmę, czuje się „samotnych w biznesie”. Nie wszyscy mają z kim porozmawiać o wyzwaniach czy planach rozwojowych. Wielu rzeczy nie rozumie pracownik czy małżonek. Mając wokół siebie Grupę podobnie myślących, nastawionych na pomoc innym przedsiębiorców, można czuć się bezpiecznie.

Wiedząc, że inni działają podobnie jak my, mierzą się z podobnymi zagadnieniami i trafiają na podobne wyzwania i sobie z nimi radzą, można poczuć się bezpiecznie.

Bardzo często skomplikowany problem, który trudno jest rozwiązać samemu, może okazać się bardzo prostym zagadnieniem, gdy będziemy go rozwiązywać w kilka osób.

W BNI można znaleźć nie tylko klienta czy współnika, ale też świetnych, wspierających w różnych obszarach znajomych czy nawet przyjaciół.

**BNI jest tak dobre w budowaniu społeczności i utrzymywaniu znaczących relacji, ponieważ:**

- mocno skupia się na zasadzie wzajemności i wartościach;
- widzimy się bardzo często;
- spotykamy się 1 na 1;
- nie konkurujemy ze sobą;
- osoby do Grup są dobierane tak, by miały podobne spojrzenie na określone zagadnienia;
- stosujemy transparentność w komunikacji;
- mamy sprawiedliwe, takie same dla wszystkich, zasady dotyczące zaangażowania;
- BNI ma bardzo duży zasięg.



Przedsiębiorcy potrzebują różnych rzeczy, wierzymy, że BNI dzięki rekomendacjom, przemyślane-mu modelowi działania i fantastycznym Członkom jest w stanie zaspokoić większość z tych potrzeb. To nie klub czy koleżeńskie spotkania, to inicjatywa, która w realny sposób, tak jak mówi jedno z jej haseł „zmienia sposób, w jaki świat robi biznes”. Nie w pojedynkę a wspólnie, nie konkurując, a współpracując, nie myśląc tylko o sobie, a myśląc o innych.

Działając w odpowiedni sposób w społeczności BNI, można w znaczącym stopniu ułatwić czy uprzyjemnić sobie swoje biznesowe życie.

Obszar mówiący o relacjach i wspierającej się społeczności nazwaliśmy „+1”, ponieważ jest bardzo istotny i często to właśnie z niego wynikają pozostałe.

Dzięki znaczącym, partnerskim relacjom chętnie polecamy się klientom, doradzamy sobie, czy myślimy o nowych spółkach.

Slajdy na spotkanie z kandydatem

Dobrym uzupełnieniem rozmowy może być prezentacja wyświetlana na komputerze.

Korzystamy z przygotowanej wcześniej prezentacji, która ma kilkadziesiąt slajdów, ale przed spotkaniem wybieramy kilka - kilkanaście, które dotyczą kandydata. Po raz kolejny podkreślamy - nie chcemy zarzucić kogoś informacjami, tylko zilustrować korzyści, które może osiągać.

