

Poszukiwanie kandydatów

Prospecting

Prospecting to inaczej poszukiwanie klientów. Rozumiemy przez to szereg czynności i metod, które mają na celu przygotowanie listy osób, które naszym zdaniem mogą być zainteresowane naszym produktem lub usługą. Jest to proces wstępnej kwalifikacji i wyszukiwania potencjalnych klientów.

W ramach działań organizacji edukujemy Członków, aby dokładnie precyzowali swoje potrzeby, mówili, kogo szukają. To samo dotyczy prospectingu. Bardzo łatwo jest popaść w pułapkę, którą świetnie oddaje zdanie: „każdy przedsiębiorca może być naszym klientem”.

Rzeczywiście - właściciele firm z praktycznie każdej branży, praktycznie każdej skali mogą być Członkami BNI. Jednak dopiero sprecyzowanie, kogo konkretnie szukamy i zrozumienie, dlaczego to właśnie taka osoba jest naszym potencjalnym klientem, pozwala nam działać z pełną skutecznością.

Aby rozpocząć prospecting, skorzystaj z „Arkusza Prospectingu” dostępnego poniżej. Warto przygotować jeden dla każdej z Grup, aczkolwiek wiele elementów w nich występujących może być spójnych.

Planując arkusz prospectingu, zwracamy uwagę na rzeczy, które umownie nazywamy miękkimi - nastawienie, podejście, cechy osobowości - oraz twardymi - skalę firmy, pozycję w firmie, pozycję firmy na rynku, branżę, zatrudnienie itp.

Arkusz prospectingu może wypełnić:

- Dyrektor ds. Rozwoju,
- Dyrektor ds. Rozwoju wraz z Dyrektorem Grupy,
- Dyrektor ds. Rozwoju wraz z Zarządem i/lub liderami z Grupy,
- Dyrektor ds. Rozwoju warsztatowo z całą Grupą.

Wszelkie arkusze są pisane „językiem korzyści” - tak, by większość z nich móc pokazać kandydatom lub źródłom kontaktów. Skupienie na osobach, dla których mamy wartość, sprawia, że szybko podejmują decyzję.

BNI

ARKUSZ PROSPECTINGU - KOGO SZUKAMY - BRANŻE

Arkusz służy wyłonieniu kandydatów - właścicieli firm, dla których możemy wygenerować wartość. Na kolejnym etapie zastanowimy się, jak do nich dotrzeć.

Grupa: _____ Wypełniający: _____

Kogo szukamy:
Właściciel firmy: tylko właściciele / właściciele oraz kluczowi pracownicy
Skala firmy (przychody): dowolna / powyżej 1 mln / powyżej 5 mln
Inne kryteria:

Branża, typ firmy	Wartość dla kandydata (faktograf zapraszamy)	Przykłady firm

ARKUSZ PROSPECTINGU - KOGO SZUKAMY - BRANŻE

Arkusz służy wyłonieniu kandydatów - właścicieli firm, dla których możemy wygenerować wartość. Na kolejnym etapie zastanowimy się, jak do nich dotrzeć.

Grupa: Wypełniający:

Kogo szukamy:

Właściciel firmy: tylko właściciele / właściciele oraz kluczowi pracownicy

Skala firmy (przychody): dowolna / powyżej 1mln / powyżej 5 mln

Inne kryteria:

Branża, typ firmy	Wartość dla kandydata (dlaczego zapraszamy)	Przykłady firm

ARKUSZ KOGO SZUKAMY - CECHY OSOBY

Kandydat powinien być / posiadać cechy:

- ✓ **Przedsiębiorczy**
stworzył, prowadzi i rozwija swoją firmę, szuka możliwości, rozwiązań
- ✓ **Aktywny**
pełni aktywną rolę w firmie lub planuje taką objąć, pracuje nad istotnymi zagadnieniami w firmie
- ✓ **Gracz zespołowy**
rozumie, jak ważne jest działanie wspólnie; jest wspierający
- ✓ **Pozytywnie nastawiony**
szuka rozwiązań, szans, możliwości, skupia się na pozytywach
- ✓ **Posiada cechy lidarskie**
takie jak: empatia, dobre zdolności komunikacyjne, umiejętność wspierania innych
- ✓ **Nastawiony na partnerstwo i współpracę**
szuka sojuszy, współdziałania, partnerów, współpracowników, synergii
- ✓ **Napędzany rezultatami**
rozumie, że biznes to działania i ich efekty
- ✓ **Wizjoner, osoba ambitna**
ma wyznaczone cele na przyszłość, rozwój jest dla niego ważny, szuka nowych możliwości
- ✓ **Systematyczny**
jest nastawiony na działania długoterminowe - „woli maraton niż sprint”
- ✓ **Rozumiejący znaczenie mocnych społeczności**
otacza się wartościowymi osobami, angażuje się w pomoc innym

Firma powinna:

- ✓ Być stabilna, dobrze prosperująca.
- ✓ Istnieć minimum dwa lata na rynku.
- ✓ Mieć dobre opinie na lokalnym rynku.
- ✓ Być w dobrej kondycji finansowej.
- ✓ Mieć wizję i plan na przyszłość.



Im więcej cech / charakterystyk / umiejętności z powyższych ma kandydat, tym większa szansa, że będzie w stanie bardzo skutecznie wykorzystać BNI u siebie w firmie. Decyzja o ubieganiu się o Członkostwo w przypadku takich osób jest zazwyczaj znacznie szybsza, a rezultaty przez nie generowane - ponadprzeciętne.

KOGO SZUKAMY - KONKRETNA LISTA

Poniżej lista firm, które mogą odnieść korzyść ze współpracy z nami.

Branża, typ firmy	Nazwa firmy, osoba	Dlaczego szukamy? Wartość dla kandydata	Notatki

Branże, specjalizacje oraz typy firm

Branża oraz typ firmy są częstym tematem poruszonym przez potencjalnych Członków BNI. Często słyszymy pytania: czy moja firma może osiągać korzyści z BNI. Czy są w BNI firmy jak moja? Tego typu pytania mogą się pojawiać. Planując świadomie - od momentu doboru kandydatów, jesteśmy w stanie wygenerować wartość dla firm z różnorodnych branż.



Zanim przejdziemy do branży, podzielimy firmy na **kilka kategorii**:

- firmy z popularnym produktem - np. księgowość (poprzez budowanie wizerunku eksperta oraz rzetelnego partnera tego typu firmy dzięki BNI mogą docierać do szerokiej rzeszy potencjalnych klientów oraz do masowych źródeł kontaktów);
- firmy z produktem trafiającym do wąskiego grona odbiorców (tego typu firmy poprzez bardzo precyzyjne zapotrzebowanie i budowanie wizerunku eksperta mogą docierać z polecenia do bardzo konkretnych osób i firm, a skuteczność działania przez rekomendacje będzie rekomendować mniejszą liczbę potencjalnych poleceń);
- firmy, które nie szukają sprzedaży (mają na nią skuteczny sposób), w ich przypadku produkt nie jest tak istotny, a w BNI znajdują inne wartości - rozwój, nowe pomysły, partnerów biznesowych.

Dla każdego z tych typów firm jesteśmy w stanie w skuteczny i powtarzalny sposób generować wartość. Argumenty typu: „moja branża jest specyficzna”, nie mają znaczenia, ponieważ również w specyficznych branżach jesteśmy w stanie generować wartość. Drugim argumentem, który łatwo zbić, jest ten brzmiący: „nie ma tutaj moich klientów” - to może być fakt, ale bez znaczenia, ponieważ klientów należy szukać poza Grupą.

Branże, specjalizacje, typy firm

Warto dokonać mocnej analizy dotyczącej branży i typów firm, które chcemy pozyskać - takie, które w idealny sposób uzupełnią Grupę, a ich poszukiwanie jest wynikiem potrzeby i możliwości wniesienia dla nich wartości. Dobrym uzupełnieniem tego procesu i dużym ułatwieniem jest sięgnięcie do listy typowych branż. Mogą Cię one zainspirować i naprowadzić na to, co aktualnie jest potrzebne i na kim warto się skupić.

Poniżej lista przykładowych branż, którą warto przejrzeć, pracując nad prospectingiem. Przedstawiciele większości z tych branż już funkcjonują lub z powodzeniem mogliby funkcjonować w Grupach BNI.

Lista przykładowych branży i typów firm które mogą odnosić korzyść z działania w BNI

Agencja eventowa	Deweloper biurowy	Pośrednictwo finansowe
Agencja fotograficzna	Doradztwo kredytowe	Pozycjonowanie
Agencja HR	Doradztwo energetyczne	Produkcja dobór i montaż systemów audiowizualnych
Agencja interaktywna	Doradca podatkowy	Produkcja i montaż - bramy
Agencja lotnicza	Doradztwo procesowe, procedury i organizacja wewnętrzna firmy	Produkcja i montaż drzwi
Agencja nieruchomości	Doradztwo transakcyjne	Produkcja i montaż ogrodzeń
Agencja PR	Dostawca internetu	Produkcja i montaż oświetlenia
Agencja pracy tymczasowej	Dotacje unijne	Produkcja i montaż stolarki okiennej
Agencja reklamowa - różne specjalizacje	Drukarnia cyfrowa	Produkcja i montaż wykładzin obiektowych
Agencja HR	Drukarnia offsetowa	Produkcja i sprzedaż - gadżety reklamowe
Architektura kubatury	Drukarnia wielkoformatowa	Produkcja i sprzedaż - upominki
Architektura i projektowanie wnętrz	Dystrybucja - materiały biurowe	Produkcja i sprzedaż podpałki
Architektura i projektowanie ogrodów	Dystrybucja - środki czystości	Produkcja i układanie kostki brukowej
Armatura sanitarna	Dystrybucja - środki spożywcze	Produkcja kosmetyków
Artificial Intelligence (AI)	Dystrybucja materiałów do produkcji mebli	Produkcja materiałów budowlanych
Audyty finansowe	Dystrybucja win i alkoholi	Produkcja mebli - stolarstwo
Automatyka budynkowa	Dystrybucja - chemia profesjonalna	Produkcja mebli biurowych
Badania, marketing, kampanie sprzedażowe	Energia i gaz	Produkcja mebli hotelowych
PPOŻ - bezpieczeństwo przeciwpożarowe	Fajerwerki i pokazy pirotechniczne	Produkcja mebli kuchennych
BHP - bezpieczeństwo i higiena pracy	Oprogramowanie specjalistyczne - różne branże np. dla branży transportowej, hoteli, restauracji, itp.	Produkcja reklamy świetlnej
Biuro nieruchomości - różne specjalizacje	Optymalizacja kosztów energii	Produkcja szyldów i banerów
Biuro podróży	Optymalizacja kosztów gazu	Produkcja wideo
Biuro rachunkowe	Optymalizacja kosztów przedsiębiorstwa	Produkty inwestycyjne
Branding	Organizacja koncertów, agencja koncertowa	Projektowanie graficzne
Budownictwo - Generalny wykonawca	Outsourcing pracowników	Projektowanie i produkcja sterowników
Budownictwo - projektowanie konstrukcji budowlanych	Pielęgnacja ogrodów	Projektowanie i sprzedaż oświetlania
Deweloper mieszkaniowy	Pośrednictwo kredytowe	Prywatna opieka medyczna

Rekrutacja pracowników - agencja pracy tymczasowej	Development, produkcja oprogramowania	zaprawy techniczne
Restauracja	Izolacje budowlane	Szkolenia BHP
RODO, mediacje	Kancelaria prawna	Szkolenia i obsługa BHP
Rozwiązania oszczędnościowo - ochronne, ubezpieczenia	Klimatyzacja / wentylacja	Szkolenia IT
Serwis samochodowy	Kompleksowe usługi porządkowe	Szkoła językowa
Software house	Konstrukcje stalowe	Termomodernizacja
Spacery wirtualne	Konsulting	Tłumaczenia
Spedycja	Lean management	Transport międzynarodowy
Faktoring	Leasing samochodów	Transport specjalistyczny - chłodnie
Finansowanie pozabankowe	Leasing sprzętu	Transport towarów
Firma kurierska	Marketing internetowy - SEO, SEM, SMM	Transport ludzi
Fotograf biznesowy	Monitoring	Turystyka
Fotograf ślubny	Montaż systemów ogrzewania	Ubezpieczenia
Fotografia profesjonalna	Montaż alarmów	Wdrożenia CRM
Fotowoltaika	Myjnia / auto detailing	Wdrożenia E-commerce B2B
Gabinet kosmetyczny / day spa	Obsługa IT firm	Wdrożenia E-commerce B2C
Gabinet medycyny pracy	Obsługa prawna	Wdrożenia ERP
Gabinet okulistyczny	Ochrona	Wideofilmowanie
Gabinet rehabilitacji	Odzież sportowa i reklamowa	Wirtualne spacery
Gabinet stomatologiczny	Ogrzewanie budynków wielokubaturowych	Windykacja
Geodezja - usługi	Oprogramowanie - inne	Wydawnictwo
Geologia/geotechnika	Oprogramowanie dedykowane	Wykończenie wnętrz
Google Ads, Facebook Ads, Analityka internetowa	Oprogramowanie komputerowe- aplikacje mobilne i webowe	Wykończenie wnętrz - łazienki
Headhunting	Sprzątanie obiektów	Wykończenie wnętrz - podłogi
Hosting	Sprzedaż - chemia profesjonalna	Wynajem krótkoterminowy
Hotel	Sprzedaż - ekrany LED	Wynajem nieruchomości dla pracowników
Hurtownia artykułów biurowych	Sprzedaż elektronarzędzi	Wynajem powierzchni biurowych
Hurtownia budowlana	Sprzedaż energii i gazu	Wynajem powierzchni magazynowych
Hurtownia elektryczna	Sprzedaż metali szlachetnych	Wypożyczenie gastronomii
Instalacje elektryczne	Sprzedaż narzędzi i maszyn dla przemysłu	Wypożyczalnia samochodów
Instalacje sanitarne	Sprzedaż samochodów nowych	Wystąpienia publiczne: szkolenia, usługi konferansjerskie i lektorskie
Inwentaryzacje majątku ruchomego	Sprzedaż samochodów używanych	Wzornictwo przemysłowe/ projektowanie produktów
Inwentaryzacje w sieciach handlowych	Sprzęt i oprogramowanie dla geodezji	Zarządzanie nieruchomościami
IT	Stal, dystanse do żelbetu,	Termomodernizacja
IT - sprzedaż sprzętu i doradztwo		Klimatyzacja / wentylacja
IT- Custom Software		Instalacje elektryczne

Kogo szukać?

Jeżeli brakuje Ci inspiracji, nie wiesz, kogo szukasz, przejrzyj **bazy gospodarcze, rankingi oraz organizacje branżowe**.

Szukając idealnych kandydatów, warto mieć szeroki obraz rynku, znacząco pomóc może korzystanie z wszelkiego rodzaju materiałów, które agregują informacje o przedsiębiorcach.



Poniżej lista inspiracji:

- ✓ **Ranking Diamentów „Forbesa”**
 ranking szybko rozwijających się firm, ogólnodostępny online oraz w wersji drukowanej;
- ✓ **Gazete biznesu „Pulsu Biznesu”**
 ranking szybko rozwijających się firm, dostępny w internecie dla subskrybentów Pulsu Biznesu;
- ✓ **Rankingi branżowe**
 dostępne w prasie biznesowej, prasie branżowej oraz w internecie np. ranking:
 - najlepszych / największych kancelarii prawnych;
 - największych eksporterów;
 - najszybciej rozwijających się firm w branży gamingu / ekologii / VR itd.;
- ✓ **Stowarzyszenia branżowe np.**
 stowarzyszenie / izba architektów, developerów, firm IT, producentów rolnych, księgowych, itp.;
- ✓ **Stowarzyszenia firm połączonych poprzez sposób działania np.**
 stowarzyszenie eksporterów, firm działających w modelu SAAS, firm usługowych itp.;
- ✓ **LinkedIn**
 oraz inne Social Media z contentem biznesowym.

Nieocenioną pomocą są również bazy danych nt. przedsiębiorstw. Pozwalają one między innymi wyszukiwać przedsiębiorstwa wg kryteriów, np. kod PKD, lokalizacja, data założenia, skala przychodów itp. Można również sprawdzić informacje o konkretnej firmie. Dokładniejszy wgląd w informacje o firmach możliwy jest w przypadku spółek. Warto zwrócić uwagę np. na Bisnode - lidera w tego typu rozwiązaniach oraz rejestr.io - oferującą bardzo dobry stosunek ceny do możliwości.

Codziennych inspiracji dostarczają rozmowy z przedsiębiorcami, przeglądanie prasy biznesowej i internetu. Warto czytać np. „Forbesa”, „Business Insidera”, „My Company”. Zawierają sporo informacji o stosunkowo niewielkich przedsiębiorstwach, wschodzących branżach czy właścicielach firm.

Tworząc swoją listę, pamiętaj, że jeżeli będzie jej towarzyszyć konkretna potencjalna wartość dla osób, które chcesz poznać, szansa na sukces w sprzedaży jest znacznie większa.

Segmentacja

W ramach Grupy kapitałowej posiadamy cztery marki, które się uzupełniają. Oferują podobne wartości, ale dopasowane są do różnej skali, a co za tym idzie różnych potrzeb przedsiębiorców. Rozwijając kolejny segment, skup się na firmach odpowiedniej wielkości. Pozostałych - prowadzących większe lub mniejsze firmy - przekieruj do odpowiedniego zespołu zajmującego się tym segmentem. Jeżeli w twoim mieście nie funkcjonuje dana marka - skontaktuj się z centralą.

Dopasowanie firmy do właściwej organizacji

Marka	Skala firm*	Kto może uczestniczyć	Uwagi
BNI klasyczny	do 5 mln	właściciel, współwłaściciel, w niektórych Grupach również kluczowy pracownik / pracownik firm	duża skala organizacji, dostępny w kilkudziesięciu miastach w Polsce
BNI Premium	1 - 5 mln	właściciel lub współwłaściciel	projekt w fazie wzrostu, dostępny w kilku miastach w Polsce
BNI+	10 - 100 mln	właściciel lub współwłaściciel	projekt w fazie wzrostu, dostępny w kilku miastach w Polsce
CC	100 - 999mln	właściciel, współwłaściciel lub znaczący udziałowiec będący operacyjnie w firmie	projekt skierowany do dużych miast, aktualnie w Warszawie i Krakowie
CC+	od miliarda	tylko właściciel lub większościowy udziałowiec firmy, którą założył	projekt ogólnopolski

Idealny kandydat

Trudno jednoznacznie powiedzieć, kim jest idealny kandydat, ale w dużym uproszczeniu będzie to osoba z właściwym nastawieniem i cechami osobowościowymi prowadząca odpowiedniej skali rzetelną, rozwijającą się firmę, optymistycznie nastawiona do koncepcji networkingu, współpracy i rekomendacji. Większość tych rzeczy można określić / sprawdzić, wykorzystując narzędzia z tego rozdziału, czasami warto również zaufać intuicji.



Czerwone flagi

Pewne sygnały mogą nam mówić, że osoba, o której myśleliśmy jako o idealnym kandydacie do BNI, nie będzie właściwym klientem. Nawet jeżeli zdecyduje się na zakup Członkostwa, może nie przejść rekrutacji do Grupy lub stworzyć w niej wiele problemów. Podczas prospectingu i dobierania kandydatów uważaj na:

- informacje o problemach finansowych firmy - zatory płatnicze, niespłacone zobowiązania, informacje o zaleganiu z płatnościami;
- firmy nowo założone lub działające w nowej branży od niedługo czasu;
- osoby, które mimo niewielkiej skali deklarują działanie w wielu branżach;
- firmy o słabej opinii wśród klientów i / lub pracowników.

Na tym etapie często nie jesteśmy w stanie stwierdzić, czy dana osoba będzie dobrym kandydatem, ale niektóre symptomy powinny wysłać do nas dość jasny komunikat. BNI nie jest dla każdego.

Porządek w procesie - aspekty administracyjne

Aby utrzymać kontrolę nad procesem sprzedaży - nie przegapić szans i dobrze wykorzystać możliwości - w organizacji dużą wagę przykładamy do aspektów administracyjnych. Pomaga nam w tym kilka typów narzędzi i powiązanych z nimi procesów.

CRM - Hubspot

Praca w Hubspot - jednym z największych i najlepszych CRM na świecie pozwala nam monitorować całą ścieżkę klienta od praktycznie samego początku. System daje możliwość przypisywania akcji i przypomnień dotyczących poszczególnych potencjalnych klientów, monitorowania otwarć e-maili, czy w końcu całkiem zaawansowaną analitykę dotyczącą całego procesu sprzedaży. Będzie to Twój codzienny towarzysz i jeden z najlepszych przyjaciół, który pomoże Ci w procesie sprzedaży. Koniecznie odbądź szkolenie z wykorzystania CRM, a w razie wątpliwości nt. poszczególnych aspektów kontaktuj się z zespołem wsparcia sprzedaży, który wdroży Cię w praktyczne korzystanie z Hubspot.



Odprawy zespołów, zespołów sprzedażowych

To tutaj poruszamy bieżące zagadnienia związane ze sprzedażą, kandydatami do Grupy, prospectingiem, touchpointami czy akcjami mającymi zwiększyć dynamikę. Uczestnicz we wszystkich spotkaniach swojego zespołu, w wyznaczonych przez przełożonego spotkaniach oraz w comiesięcznej aktualizacji całego zespołu BNI Polska. Bycie „na bieżąco” znacznie ułatwi Ci osiągnięcie celu.