

АЛЕКСЕЙ БАБУШКИН

КАК ОРГАНИЗОВАТЬ НЕТВОРКИНГ

**И ПОВЫСИТЬ ЦЕННОСТЬ
МЕРОПРИЯТИЯ**



Алексей Бабушкин
Как организовать
нетворкинг. И повысить
ценность мероприятия

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=39287747
ISBN 9785449371669

Аннотация

Практическое пособие для организаторов и ведущих мероприятий. В книге показано, как повысить ценность ивента для участников с помощью качественной организации нетворкинга. Автор собрал личный многолетний опыт и успешные кейсы организации нетворкинга на различных мероприятиях: от маленьких семинаров до крупных международных форумов, конференций и фестивалей. В книге приведены чек-листы, шаблоны и скрипты, которые можно использовать для подготовки нетворкинга.

Содержание

Об авторе	5
Зачем нужен нетворкинг на мероприятиях	6
Часть 1. До мероприятия	11
1. Создайте группы в соцсетях	12
2. Размещайте посты про нетворкинг	15
3. Устройте переключку	17
4. Проведите голосование участников	18
5. Дайте работающие советы по нетворкингу	19
6. Придумайте хештег мероприятия	21
Конец ознакомительного фрагмента.	23

Как организовать нетворкинг И повысить ценность мероприятия

Алексей Бабушкин

Корректор Илья Попенов

Дизайнер обложки Иван Смагин

© Алексей Бабушкин, 2018

© Иван Смагин, дизайн обложки, 2018

ISBN 978-5-4493-7166-9

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Об авторе

Алексей Бабушкин – ведущий российский эксперт по нетворкингу, бизнес-тренер, востребованный спикер на различных конференциях и форумах. Организатор нетворкинг-активностей на деловых мероприятиях, консультант по организации нетворкинга. Разработчик игр по нетворкингу.

Автор книг и популярных статей по деловым коммуникациям для печатных и интернет-изданий. Главный редактор первого в России журнала про полезные связи «Нетворкинг по-русски».

В прошлом – офицер ФСБ. В настоящее время – совладелец нескольких успешных бизнесов. Номинант премии «Человек года» по версии журнала «Деловой квартал».

Личный сайт

alexbabushkin.ru

Зачем нужен нетворкинг на мероприятиях

Если вы держите в руках эту книгу, значит, ваша работа связана с организацией мероприятий. Даже если скажете, что уже съели собаку на различных ивентах, уверен, вам всегда хочется знать, как сделать мероприятие еще лучше, как оставаться в тренде и давать дополнительную ценность своим посетителям.

Такой способ есть. Это организация нетворкинга – создание условий для поиска участниками мероприятия новых полезных знакомств, установления деловых связей и развития взаимоотношений.

Думаю, стоит дать и определение самого нетворкинга.

Нетворкинг – это целенаправленная деятельность по поиску, установлению и развитию взаимовыгодных отношений. Другими словами, создание сети полезных связей.

В этой книге вы узнаете различные способы организации нетворкинга, тонкости и особенности использования различных активностей и нетворкинг-инструментов, в зависимости от характера, вида и темы мероприятия. Познакомьтесь с уже реализованными кейсами и успешными моделями организации нетворкинга.

Как ни крути, люди ходят на конференции, чтобы знакомиться!

Звучит парадоксально, но это так. В эпоху информационного общества каждый имеет доступ к всевозможным ресурсам, чтобы черпать знания: электронные и бумажные книги, видеоролики на YouTube, подкасты, статьи в прессе и на сайтах в интернете. Более того, в числе этих источников можно найти материалы, авторами которых являются люди, которые приглашены на конференцию в качестве спикеров. Тогда зачем идти на конференцию или семинар? Чтобы завести новые полезные знакомства!

Безусловно, контент важен. Спикеры и темы докладов определяют концепцию мероприятия. Причем это служит своеобразным маяком для участников, дающим понять, с кем они могут познакомиться и что обсудить. Общая тема конференции является фильтром, формирующим круг единомышленников. Сильные и известные спикеры привлекают большой поток посетителей, что расширяет возможности нетворкинга.

Вспомните, когда вы сами посещали мероприятия. Если удавалось узнать тенденции в своей отрасли, получить срез новостей или перенять работающие приемы, то вы уходили с конференции или семинара с исписанным блокнотом и жаждали наступления нового дня, чтобы начать внедрять полученные знания. Это было очень полезно. Но бывало ли,

что сделанные пометки так и не дождались своей реализации, а возбуждение от услышанного доклада постепенно угасало? Если вы не внедрили предложенные идеи, не развили пришедшие инсайты, то ценность прошедшего мероприятия падает с каждым днем. Со временем воспоминание о мероприятии займет в памяти лишь справочное место – да, я там был.

А теперь припомните свои ощущения, когда удалось лично пообщаться со спикером или случилось познакомиться с кем-то из других участников. Если такое знакомство еще и переросло в успешный проект или приятельские отношения, то вы всегда вспомните, где встретились с этим человеком. Вы назовете и место, и название конференции, и даже восстановите в памяти, какие пирожные подавали на кофе-брейке. Потому что каждая встреча, каждый контакт с новым человеком – это эмоциональный мостик для вашего развития.

Вот почему нетворкинг так важен. Возможность живого общения, расширения круга друзей и знакомых ценилась во все времена, и деловые мероприятия сейчас дают широкие возможности для установления новых контактов. И если вы как организатор сможете создать участникам условия для качественного нетворкинга, то значительно повысите ценность своего ивента.

Реализованная возможность найти инвесторов, клиентов, коллег по отрасли для обмена опытом, единомышленников

по хобби и интересам побудит участника не только помнить о вашем ивенте, но и при каждом удобном случае упоминать его в разговоре в своем окружении и рекомендовать ваши мероприятия для посещения. Если два человека, полезных друг другу, встретятся на мероприятии, – они точно не забудут, как и где познакомились. В этом случае их лояльность к площадке и организатору возрастет, ведь каждый из них свяжет факт своего полезного знакомства именно с данным событием. Это только добавит новых посетителей для следующих организуемых вами мероприятий.

Учитывая, что известные эксперты являются спикерами на различных конференциях, то и контент разных мероприятий бывает схожим. Каждый организатор хочет усилить свою деловую программу востребованными докладчиками с интересными и полезными презентациями. Но, посещая множественные конференции и форумы, я заметил, что в памяти четче остаются те, на которых, кроме непосредственно программы, была возможность для нетворкинга и где мне удалось познакомиться с новыми людьми. И чем больше таких знакомств было, тем мероприятие казалось качественнее. Такие же отзывы я слышал и от других людей.

Некоторые организаторы ошибочно полагают, что участники перезнакомятся сами собой: перерывы и кофе-брейки сделают свое дело, и все будут довольны. Но практика показывает, что этого недостаточно. К сожалению, активные люди, способные легко начать разговор и предложить обмен

няться визитками, встречаются нечасто. Остальным стоит помочь, чтобы дать им дополнительную ценность от посещения вашего мероприятия.

Есть десятки различных способов организовать качественный нетворкинг и сотни моментов, которые важно учесть при его проведении. Именно об этом вы прочитаете в этой книге. Реализуя различные варианты нетворкинга, пробуя разные форматы, вы всегда будете на несколько шагов впереди своих конкурентов. О ваших мероприятиях будут говорить как о месте, где легко можно найти нужного человека. Ваши мероприятия будут посещать, зная, что вы всегда даете участникам дополнительную ценность – ценность нетворкинга и живого общения!

Часть 1. До мероприятия

Эффективный нетворкинг участников возможен уже до начала мероприятия. Задача организатора своевременно включиться в этот процесс. Если предпринять грамотные действия, то посетители настроятся на волну коммуникации, откроются новым знакомствам и общению, смогут заранее установить новые контакты, а затем укрепить и развить их во время мероприятия. Начните готовить почву для нетворкинга заранее.

1. Создайте группы в соцсетях

Сейчас мир уже немыслим без интернета, потому организаторы мероприятий должны следовать в ногу со временем. Организуя событие, заведите страничку или группу ивента в соцсетях. Платформу можно выбрать на свое усмотрение, исходя из формата, темы ивента и целевой аудитории. Группа и страница мероприятия в соцсетях – не только способ продвижения, но и инструмент нетворкинга для участников.

Заблаговременный нетворкинг

Вступив в группу и присоединившись к предстоящему событию в соцсетях, пользователь уже может знакомиться с другими участниками. Просматривать их профили, искать точки общих интересов, знакомиться, добавлять в друзья, общаться и договариваться о встрече. Разговор может начаться с фразы:

– Видел вас в группе конференции «Маркетинг XXI век», тоже собираюсь там быть. Вы занимаетесь продвижением мини-пекарен, а мы как раз запускаем кондитерскую и ищем подрядчика по изучению рынка и разработке стратегии. Было бы интересно с вами пообщаться и договориться о возможном партнерстве.

Создавая возможность для заблаговременного нетворкинга, вы как организатор укрепляете в посетителях намерение посетить ваш ивент и добавляете ценность своему мероприятию.

Решающий фактор

Одним из решающих аргументов купить билет на конференцию или форум может стать возможность пересечься на мероприятии с нужным человеком. Когда видишь в соцсетях среди участников группы потенциального партнера, желанного клиента или нужного специалиста, намерение посетить мероприятие возрастает. Ведь теперь можно не только усвоить полезный контент, но и лично пообщаться с ценным человеком.

Развиртуализация

У многих в друзьях на Фейсбуке или Вконтакте сотни или даже тысячи человек. Причем с некоторыми никогда не было личного контакта. Если кто-то «зафрендился» в сети и даже активно переписывался друг с другом, очного знакомства могло и не быть. Личная встреча и живое общение значительно укрепляет отношения между людьми. Поэтому развиртуализация социальных контактов – важный шаг в развитии нетворкинга. Когда видишь кого-то из своих друзей в группе мероприятия в числе возможных посетителей, ин-

терес к посещению такого ивента возрастает. Ведь теперь можно увидеть своего интернет-знакомо­го вживую и подружиться по-настоящему.

Приглашая на страницу ивента потенциальных посетителей мероприятия, не забывайте о тех, кто уже приобрел билет, но еще не является частью вашего сообщества. Это сформированный костяк вашего комьюнити. Предложите им также добавиться в соцсети к числу возможных участников. Так вы расширите горизонты нетворкинга для всех участников.

Чат в Telegram, WhatsApp

В качестве альтернативы соцсетям можно использовать мессенджеры. По аналогии с группой можно создать чат в Телеграм или WhatsApp, куда добавить участников мероприятия. По мере новых регистраций добавлять участников к уже сформированному комьюнити.

Каждому участнику предложить написать о себе: чем он может быть полезен другим людям и кого хочет найти. Для примера, чтобы положить начало, первый пост может написать кто-то из организаторов или модераторов чата.

2. Размещайте посты про нетворкинг

Различные публикации в группе мероприятия повышают вовлеченность, активность и лояльность участников, информируют их о программе предстоящего ивента, а сомневающимся – подталкивают к приобретению билета.

В качестве постов можно использовать:

- программу и расписание мероприятия;
- представление спикеров;
- описание площадки;
- мотивирующие цитаты по теме мероприятия;
- информацию от партнеров;
- полезный контент;
- конкурсы;
- тесты;
- опросы и др.

Что такое нетворкинг

Несмотря на большой выбор вариантов контента, не забывайте публиковать посты по теме нетворкинга. Для начала расскажите своим участникам, что такое нетворкинг. Для некоторых из них смысл понятен, а вот термин может оказаться незнакомым. Разъясните, как нетворкинг будет орга-

низован на вашем мероприятии, как участники смогут найти нужные им связи. В каких активностях они могут принять участие, чтобы завести новые знакомства. Расскажите, что необходимо сделать, чтобы достичь максимального результата. Публикуйте советы и лайфхаки, которые облегчат поиск полезных контактов. Делитесь рекомендациями о том, как начать общение с незнакомыми людьми, как запоминать имена собеседников, чем привлечь внимание и запомниться после окончания разговора.

3. Устройте перекличку

Вовлекайте участников в общение между собой. Устройте своеобразную перекличку. Предложите участникам представиться, рассказать о себе, написать, с кем бы он хотел познакомиться (что ищет) и чем может быть полезен другим (что предлагает).

Так участники смогут ближе узнать друг друга, найти единомышленников и партнеров, а вы узнаете, кто собирается на ваше мероприятие.

Чтобы страница не превратилась в спам-ленту, создайте отдельный пост для переклички или раздел в обсуждениях. Заранее сообщите требования, которые должны соблюдать участники (например, только один пост, наличие фото, ограничение объема текста, отсутствие ссылок на сайты компаний или какие-то другие – правила устанавливаете вы сами). Можно сделать этот пост бессрчным или с дедлайном для самопрезентаций. При необходимости замените пост обсуждением, создав отдельную тему. Также подойдет фотоальбом, специально созданный для знакомства участников, куда каждый желающий сможет добавить свой снимок с информацией о себе в описании.

4. Проведите голосование участников

Чтобы заочно познакомить посетителей конференции или форума, предложите им поучаствовать в необычном голосовании.

Разместите пост и предложите участникам проголосовать, чтобы им проще было найти нужного человека. В качестве тем для голосования можно выбрать:

- географию (отметить свой город проживания: Москва, Санкт-Петербург, Сочи, Екатеринбург и т.д.);
- сферу деятельности (предприниматель, фрилансер, собственник, CEO, наемный сотрудник);
- интересы (музыка, вегетарианство, триатлон, чтение книг или другие);
- цель посещения (поиск клиентов, поставщиков, желание сменить работу, найти сотрудника и т.д.);

Одному голосованию – одна тема. Перечень вариантов не исчерпывающий и вы можете дополнить его, исходя из темы мероприятия и предполагаемого контингента участников.

Важно делать голосования открытыми, а не анонимными, чтобы каждый мог видеть ответы других участников и найти для себя человека с такими же ценностями, идеями, интересами.

5. Дайте работающие советы по нетворкингу

Заблаговременно дайте своим посетителям инструкции по эффективному нетворкингу. Составьте чек-лист с советами, как завести новые контакты, и разошлите его по e-mail или с помощью других инструментов рассылки всем зарегистрированным участникам. Или вместо чек-листа отправьте им небольшую статью с приемами установления полезных знакомств.

Ваш чек-лист для участников по установлению ими полезных знакомств может выглядеть так:

До начала мероприятия

- Присоединиться к мероприятию в соцсетях;
- Изучить список участников и спикеров мероприятия;
- Составить список людей, с которыми хотите познакомиться;
- Подготовить достаточное количество визиток;
- Скачать мобильное приложение, создать в нем свой подробный профиль;
- Составить личную мини-презентацию;
- Продумать список тем для беседы и вопросов для начала знакомства;
- Зарядить мобильный телефон.

Во время мероприятия

- Заранее прийти на мероприятие;
- Получить бейж, правильно расположить на одежде;
- Разместить визитку на Connecting Wall;
- Сфотографироваться в фотозоне;
- Занять место в зале и познакомиться с соседями по ряду;
- Опубликовать свое фото в соцсетях с хештегом мероприятия и предложением познакомиться;
- Не стоять на одном месте, заводить разговоры с разными людьми, обмениваться визитками;
- Делать пометки на полученной визитке о ее владельце и чем он вам может быть полезен;
- Отправиться на afterparty и продолжить знакомиться.

После мероприятия

- Провести анализ визиток и собрать дополнительную информацию о новом знакомом в интернете;
- Отправить приветственные письма всем, с кем познакомились;
- Оставить отзыв о мероприятии в соцсетях;
- Отметить себя в фотоотчете.

Теперь ваши участники вооружены инструкцией с четким порядком действий и будут увереннее чувствовать себя при установлении новых знакомств. А вы как заботливый организатор получите заслуженную благодарность.

6. Придумайте хештег мероприятия

Хештеги – это метки, которые позволяют находить посты по определенному слову.

Hashtag в переводе с английского: hash – символ «решетка», а Tag – тэг, метка. Хештеги выглядят как слово или фраза, которым предшествует символ #. Например, **#нетворкинг**. Хештеги дают возможность группировать посты (тексты или фото) таким образом, что при выборе какого-либо хештега выдаются все сообщения, которые его содержат.

Придумайте хештег для своего мероприятия, чтобы люди могли быстро найти все публикации других участников и увидеть, кто их опубликовал. Обнаружив в ленте фотографии или заметки с мероприятия, они будут уверены, что автор поста точно находится рядом, и смогут с ним связаться.

Вы можете выбрать любое слово или словосочетание для вашего хештега. Важно учесть, чтобы оно было написано без пробелов и дефисов. Регистр букв в хештегах не имеет значения (прописная и строчная буква равны), поэтому для удобства вы можете разделять словосочетания с помощью заглавных букв. Например, **#НетворкингКонференция**. Также для разделения можно использовать нижнее подчеркивание – **#Нетворкинг_форум**.

Дефисы и тире в хештегах не используются. Система распознает только тег, написанный до разделителя. То есть хе-

штег #Нетворкинг-вечеринка соцсеть воспримет только как первую половину #Нетворкинг.

Вы можете выбрать один или несколько хештегов для своего мероприятия, но не увлекайтесь. Как правило, многие люди используют какой-то один из предложенных хештегов в своих постах. Если проводите повторяющееся мероприятие, то можете сделать один общий хештег и один – непосредственно для данного мероприятия. Например, **#SGF**

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.