

En efter en reser sig deltagarna på frukostmötet upp och ger varandra referenser till nya affärsmöjligheter.

Varje fredag morgon träffas de 39 medlemmarna i Solnadals värds-hus i Solna och förmedlar affärs-kontakter till varandra.

DI besöker BNI, ett affärsnätverk som växer snabbt i Sverige.

AV OLA HELLBLOM (TEXT) OCH JACK MIKRUT (FOTO)  
ola.hellblom@di.se, 08-57365128



# Här görs affärer

■ Lars Rambe är advokat och bosatt i Strängnäs. Han är ordförande i Hagas BNI-team, som är ett av affärsnätverkets 100 team i Sverige och ett av 20 i Stockholmsområdet. Snabbt och effektivt leder Lars Rambe dagens möte. Medlemmarna får ordet för att under kort tid berätta om sig själva. Sedan talar de om vad de söker, en affärskontakt som de behöver för egen del eller för någon annan.

”Jag söker någon som kan göra en skyltning till en av mina klienter”, säger Per Norgren, som driver eget kapitalförvaltnings-företag.

## Skala från 1 till 5

Därefter får de som har referenser på detta tema lämna lappar till Per Norgren där det står kontaktuppgifter och hur ”het” de bedömer att referensen är på en skala från 1 till 5. 5 betyder att affären är klar och 1 att det bara är en intresseförfrågan.

Emellanåt avbryts dessa sessioner med att

någon deltagare presenterar sin egen verksamhet på tio minuter eller att gäster och ersättare berättar om varför de är där. För att mötena inte ska bli för lika kan de tre i styrelsen, som byts ut varje halvår, lägga in alternativa inslag.

## Alla ska ge och ta

”Vi räknar med att få in 2 800 referenser i vårt team i år”, säger Lars Rambe.

Denna morgon, när DI är på plats, lämnas 30 referenser och tio gäster presenteras.

Lars Rambe själv är här varje fredagsmorgon.

”Det är väl investerad tid. Jag har blivit den här gruppens jurist och jag får referenser till andra kunder utanför det här nätverket”, säger Lars Rambe, som denna morgon dessutom passar på att sälja sin färska debutbok, ”Spåren på bryggan”, till deltagarna.

BNI, eller Business Network International, är ett strukturerat affärsnätverk som bygger på att alla ska ge och ta. Det förutsät-

ter att medlemmarna känner varandra och har förtroende för varandra.

”BNI:s affärsidé grundar sig på den gamla sanningen att folk helst gör affärer med dem man känner och har förtroende för. Personliga rekommendationer är därför det mest tids- och kostnadseffektiva sättet att få nya kunder”, säger Jan Rydenäs, kontorschef för Östgöta Enskilda bankkontor i Danderyd utanför Stockholm.

De flesta företag i Hagas BNI-team är kunder hos Danske bank, som äger Östgöta Enskilda. Banken ger dem i gengäld förmånliga villkor. Medlemmarna är allt från en massör och en fotograf till ett tryckeri och ett rekryteringsföretag.

## Årets nätverkare

”Jag är vip-kund hos Danske Bank, även om mitt företag inte städar hos dem än”, säger Jennifer Romero, som driver företaget Calles Miljövärd.

Hon blev utnämnd till Årets nätverkare



Jennifer Romero

2006, genom att hon förmedlade flest kvalitetsreferenser. Alltså de flesta referenser som ledde till affärer. Nu fungerar hon som mentorkoordinator och hjälper nya medlemmar att komma in i BNI.

”Jag var ersättare i ett annat Stockholms-team förut, men det här fungerar mycket bättre. Jag får en massa uppdrag genom BNI. Det här är ingen social verksamhet. Vi är här för att göra affärer och man vill ge när man får”, säger Jennifer Romero.

Hon hävdar att erfarenheterna från BNI har gjort henne till en skickligare minglare och att hon hela tiden snappar upp affärskontakter.

”När min granne skulle sälja sitt hus rekommenderade jag den fastighetsmäklare som vi har i vårt team. Jag har hela tiden ögon

**Business Network International**

- **Business Network International, BNI**, startades av Ivan Misner i Kalifornien 1985.
- **BNI är ett strukturerat** affärsnätverk som bygger på att alla medlemmar ska ge och ta. Syftet är att göra affärer.
- **Vid årsskiftet** hade BNI drygt 92 000 medlemmar i 37 länder, uppdelade i över 4 600 team.
- **I Sverige** etablerades verksamheten 1999. I dag har den svenska verksamheten drygt 2 000 medlemmar fördelade på 100 team.
- **Företag som deltar** betalar 6 000 kronor om året i medlemsavgift, varav 5 procent går till moderorganisationen i USA.
- **Under 2006** genererade BNI:s medlemmar 4,9 miljoner referenser som ledde till affärer värda 17 miljarder kronor.
- **Det ska vara minst 20** medlemmar i ett team för att nå en kritisk massa och högst 50 medlemmar, annars blir mötena för personliga och stressiga. Det ska bara finnas ett företag från varje bransch i ett team.



**APTIT PÅ AFFÄRER.** Varje fredag morgon träffas medlemmarna i Hagas BNI-team för att förmedla affärer mellan varandra. Affärskontakter skrivs upp på referenskort och överlämnas till den som ska försöka omvandla kontakten till en färdig affär. Den som lämnar referensen anger också hur "het" den bedömer att kontakten är på en skala från 1 till 5.

# över en frukost

**”Det gäller att investera tid i att bygga upp relationer. Det ger trovärdighet och först därefter kan man göra affärer. Det handlar inte om vem du känner, utan hur väl du känner personerna.”**

IVAN MISNER, DOKTOR OCH BNI:S GRUNDARE

och öron öppna. Vi har en redovisningskonsult som medlem. Hon är ute hos många företag och ger mig många tips om att delta i upphandlingar. Det är ett ständigt utbyte av nya kontakter”, säger Jennifer Romero.

**Tipsar studenter**

BNI:s grundare, doktor Ivan Misner, åkte i veckan runt i Skandinavien på en föreläsningsturné. DI fångar honom på Stockholms universitet där han tipsar studenter om hur de kan bli effektiva nätverkare.

”BNI är en oamerikansk företeelse, eftersom den bygger på att hjälpa varandra till framgång. Annars präglas amerikansk företagskultur av att man ska slå ut sina konkurrenter. Vi har sett att BNI-modellen fungerar globalt, då den alltid etableras i en lokal kultur”, säger Ivan Misner.

Han har skrivit nio böcker om nätverkande och har konstruerat den mötesmodell som alla BNI-team följer.

”Nätverkande är jordbruk – inte jakt. Man

måste odla innan man kan skörda. Det gäller att investera tid i att bygga upp relationer. Det ger trovärdighet och först därefter kan man göra affärer. Det handlar inte om vem du känner, utan hur väl du känner personerna. Ger man en bra referens stärker det ditt rykte och omvänt”, säger Ivan Misner.

För att bli en effektiv nätverkare måste du kunna presentera dig väl på en minut så att folk kommer ihåg vem du är eller vad du säljer, enligt Ivan Misner. Du måste också tänka på att vidga kontaktnätet utanför de egna naturliga nätverken.

**Tacka ordentligt**

”Ju mer du diversifierar ditt nätverk desto framgångsrikare blir du. Leta alltså efter folk som inte ingår i ditt kluster och kom ihåg att du aldrig vet vem du pratar med eller vilka personer hon känner.”

Ett annat tips som Ivan Misner ger studenterna på Stockholms universitet är att oftare göra sådant som anses som självklart i

en relation, men som annars ofta glöms bort. Det gäller bland annat att tacka ordentligt och gärna kreativt för en affärskontakt.

**Enkelt och effektivt**

”Jag besökte en naprapat som på anslagstavlan hade ett stort tack och under det namn på dem som givit honom en kundreferens under den senaste månaden. När jag kom dit andra gången hade jag en referens med mig och fick mitt namn på tavlan, vilket gav en tillfredsställelse. Det är ett enkelt men effektivt sätt att skaffa nya kunder”, säger han.

Ivan Misner åker vidare till Oslo tillsammans med Gunnar Selheden, som är vd för BNI Norden. Han övervakar att de nya team som startas i Norge, Danmark och Finland organiseras på rätt sätt.

”Det får inte bli för sociala möten. Även om deltagarna känner varandra väl måste affärerna vara drivkraften. Annars läggs teamen ned efter ett tag”, säger Gunnar Selheden. □