

## TEMA FÖRETAG

## FAKTA

- BNI står för Business Network International och startades i Kalifornien 1985, av Ivan Misner.
- BNI bygger på "Givers gain". Den som ger många referenser och delar med sig av sitt nätverk, tjänar på det i längden.
- Många mingel och nätverk är mest sociala, men BNI fokuserar på fler affärer.
- I dag finns det 6 300 BNI-team i världen, med 140 000 medlemmar.
- Det finns cirka 110 BNI-team, på 125 platser i Sverige.

FOTO: YLVA BJELLE



Ivan Misner illustrerar "The butterfly effect". – Man vet aldrig vart en referens kan leda. När du fått en god affär, härled alltid om någon hjälpt dig på vägen och ring och tacka.

# Hos BNI blir medlemmarna varandras säljkår

**REPORTAGE.** BNI är ett växande affärsnätverk, både i Sverige och internationellt. Förra året förmedlades affärer för närmare en miljard kronor genom de BNI-team som finns på 125 platser i Sverige.

Nyligen var BNI:s amerikanska grundare Ivan Misner på Sverigebesök. Han har doktorerat inom området "affärer genom nätverk" och brinner för sin mission: Givers gain; Den som delar med sig av sina kontakter tjänar på det i längden.

Han är välklädd, doktor Ivan Misner. Skorna blänker, liksom den matchande slipskedjan.

– Somliga säger att BNI är väldigt amerikanskt. Det stäm-

mer inte. Den vanligaste frågan i Amerika är: What's in it for me? En god nätverkare frågar i stället: Hur kan jag hjälpa dig?

## Träffas till frukost eller lunch

BNI står för Business Network International och startades i Kalifornien 1985 av Ivan Misner. I dag finns det 6 300 BNI-team runt om i världen med 140 000 medlemmar. Teamen träffas över en frukost eller lunch varje vecka och mötesagendan följer en strukturerad mall.

Ivan Misner föredrar att tala om en referensprocess, snarare än en säljprocess.

– Först måste du vara synlig, så att världen får kännedom om

dina tjänster. Därefter gäller det att skapa förtroende. Ingen anlitar någon, som man inte litar på. Den som försöker hoppa över dessa två steg, och hoppas på en affär direkt har missförstått. Om du hoppar över de två första stegen blir du bara ett irritationsmoment.

– We are farmers, not hunters. Odla dina affärskontakter i stället för att jaga affärer. På så sätt kan du göra affärer, även när du är på semester och borta från kontoret, säger Ivan Misner.

I ett BNI-team blir medlemmarna varandras säljkår. När man lär känna och får förtroende för varandra blir det naturligt att rekommendera sina BNI-

kollegor. Endast en person från varje yrke får vara medlem i ett team. Det innebär att det aldrig blir någon konflikt om vem som ska få en referens. Varje given referens bokförs. Även de fakturor som skickas till följd av en referens summeras. Förra året förmedlades affärer för närmare en miljard kronor genom just sådana referenser i Sverige. Det finns 6 300 BNI-team runt om i världen. Under 2012 förmedlade de affärer till ett värde av 20 miljarder kronor.

## Flera olika teorier

Ivan Misner berättar om en av sina 17 böcker där 12 000 företagare fått svara på olika

frågor. Av dem svarade 91,4 procent att nätverkande spelat en roll i deras framgång. – När var 91,4 procent överens om något senast, undrar han retoriskt och fortsätter med att ifrågasätta varför det inte undervisas i nätverkande på universitetet?

Teorier om ledarskap och marknadsföring finns det gott om. Men försäljning verkar vara tabubelagt.

## Så fördubblas din kundkrets

– Många professorer har aldrig haft ett riktigt jobb, hävdar Misner. De undervisar om affärer, men har själva aldrig drivit en affärsverksamhet.

En av hans böcker handlar om skillnader mellan manligt och kvinnligt sätt att nätverka. Många kvinnor tycker att män skryter, när de snabbt berättar om sin verksamhet.

Många män får intrycket att kvinnor inte tar seriöst på sitt företagande, när de i andraandetaget anger att de gör det för att få mer tid för sina barn. Hans råd är att kvinnor ska prata siffror och män ska fråga och lyssna mer.

– Ändra inte på dig själv. Ändra på din presentation så att du blir hörd. Då kan du fördubbla din kundkrets.

YLVA BJELLE

red@kristdemokraten.com

## Välkomnar alla yrkeskategorier

**REPORTAGE.** Nog finns det en hel del likheter mellan företagare och politiker. Relationsmarknadsföring bygger på förtroende och politiker strävar efter väljarnas förtroende. BNI:s valspråk är nätverk för affärer.

Politiker skulle kunna anamma det genom att tänka nätverk för röster, men BNI är helt opolitiskt och arbetar framför allt långsiktigt.

– Längre än till nästa val, säger Gunnar Selheden, ansvarig för BNI i Norden och mannen som tog BNI till Sverige 1999.

BNI bedriver ingen lobbying på samma sätt som exempelvis organisationen Företagarna eller Handelskammaren. BNI välkomnar alla besökare. I de flesta BNI-team finns både

hantverkare i snickarbyxor och advokater i kostym.

– Det är det som ger dynamik, poängterar Gunnar Selheden. Oavsett kön, ras, religion, slips eller blåställ kan alla bidra med rekommendationer och kontakter.

På samma sätt som det inte blir några affärer utan förtroende, blir det heller inga röster utan förtroende. Så visst kan politiker ha nytta av BNI:s tank kring nätverkande.

YLVA BJELLE

red@kristdemokraten.com

## Powerteam med nära samarbete



På bilden syns Powerteamet Möten & Konferenser hos teamet BNI och IKEA Barkarby. I det ingår Christa Maniscalco, Avixa Event & Konferensteknik, Sophia Sundberg, föreläsare från Ypsilon AB, Eva Söderberg, Lastberget Konferens & Upplevelse och Ylva Bjelle, moderator från Bjelle Media.

**REPORTAGE.** Kristdemokraterna betonar gärna vikten av små och nära gemenskaper i ett samhälle. BNI talar om små och stora team.

I ett BNI-team ingår mellan 25-50 företagare. Inom ett team bildas ofta mindre så kallade powerteam, där med-

lemmarna har ett extra nära samarbete. Exempelvis kan en journalist, en fotograf, en grafiker och en tryckare hitta många gemensamma kunder och finna styrka i att erbjuda alla pusselbitar.

YLVA BJELLE

red@kristdemokraten.com