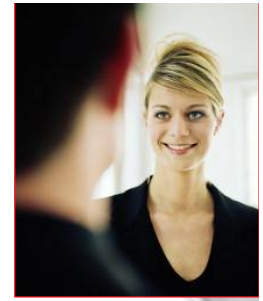


RegioNet Ihr Kader Netzwerk

Regio Nordschweiz
RegioNet vom 1. Juni 2005

Systematisch Netzwerken
Was bedeutet das?

Referentin: Barbara Honegger,
www.honeggerconsulting.com



honegger marketing consulting & training

Networking

„ Systematisches Networking –
Was bedeutet das?“

SKO – Banana City, Winterthur/1. Juni 2005



barbara honegger

eidg. dipl. verkaufsleiterin/eidg. dipl. betriebsausbilderin/
Beraterin/Coach in Wirtschaft, Verwaltung und Hochschulen (SWF, Fachhochschule Luzern)
hedingerstrasse 46
ch-8905 arni/switzerland
e-mail: honegger.barbara@swissonline.ch
homesite: honeggerconsulting.com
tel.: 0041/56/640 20 10
fax: 0041/56/640 20 11



0. Inhalt/Ablauf

1. Systematisches Netzwerken:
was bedeutet das?
2. Ihre Networking-Strategie
3. Werkzeuge/Hilfsmittel

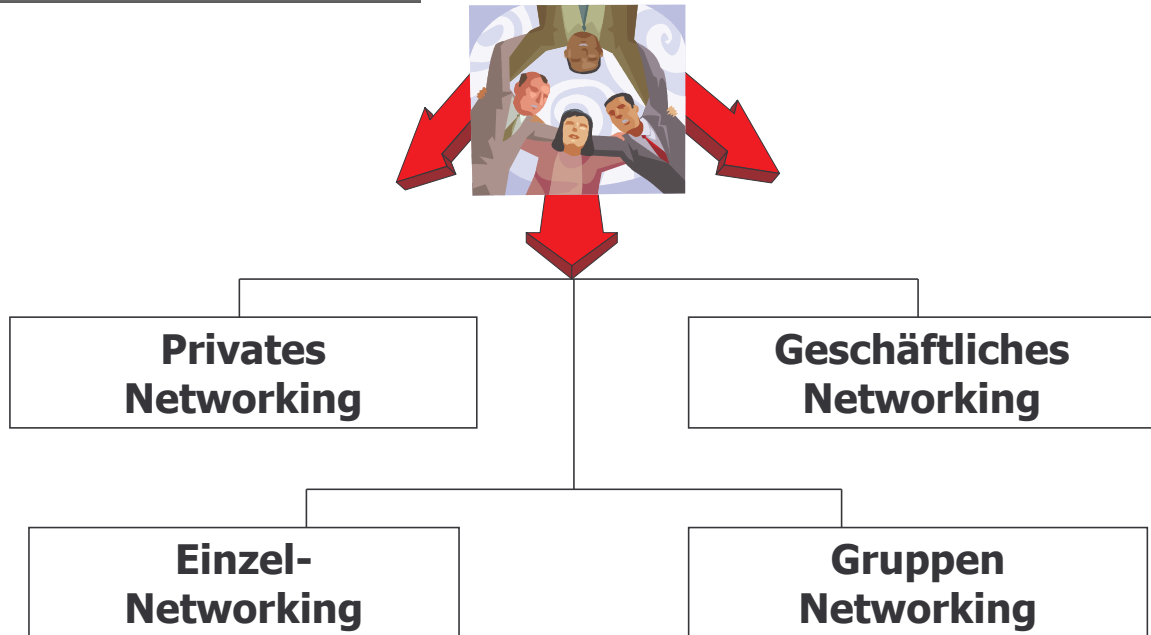


1. Systematisches Networking

*„Networking
ist eine systematische
Form des Beziehungsaufbaues und der
Beziehungspflege mit Freunden,
Bekannten, Inspirierern,
Geschäftspartnern und Förderer“*



1. Systematisches Networking



2. Meine Networking-Strategie

Meine eigene Networking-Strategie

2.1 Ausgangslage

2.2 Zielsetzungen

2.3 Wahl der Networking-Bereiche

2.4 Planung der Kontakte

→ 2.5 Werkzeuge und Hilfsmittel

2.6 Kontrolle





3. Werkzeuge und Hilfsmittel

- Ihre Networking-Strategie
- Internet
- Eine gute Datenbank zur Verwaltung der Kontakte (z. B. Outlook oder Excel-Listen)
- Visitenkarten
- Visitenkarten-Scanner: wie organisieren
- Kommunikationshilfsmittel: E-Mail/Telefon/Fax/Briefe/weitere Kommunikations-Plattformen
- Zeit
- Budget



3. Werkzeuge und Hilfsmittel



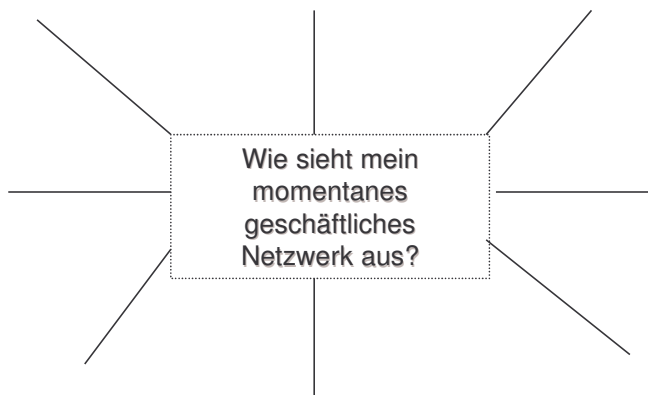
Aufgabe:

Wie sieht Ihr berufliches und Ihr privates Netzwerk aus?
Wie sollte es aussehen?



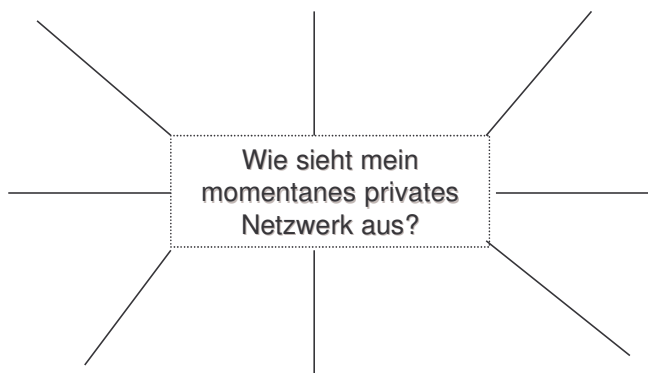
3. Werkzeuge und Hilfsmittel

Ausgangslage



3. Werkzeuge und Hilfsmittel

Ausgangslage





3. Werkzeuge und Hilfsmittel

Wahl der Networking-Bereiche



Networking-Bereiche	Welche	Wann	Begründungen
Happy Hours			
Kommissions-Aufgaben			
Politische Aktivitäten			
Supervisions-Meetings			
Intervisions-Meetings			
Eigene Firma			
Lieferanten-Treffen			
Kunden-Treffen			
Mitbewerber-Treffen			



3. Werkzeuge und Hilfsmittel

Wahl der Networking-Bereiche



Networking-Bereiche	Welche	Wann	Begründungen
Messen			
Kongresse/Tagungen			
Ehemaligen-Treffen			
Virtuelle Netzwerke			
Weiterbildungsveranstaltungen			
Projekt-Arbeiten			
Anlässe			
Organisationen von Netzwerken und Verbänden			



3. Werkzeuge und Hilfsmittel

Wahl der Networking-Bereiche



Networking-Bereiche	Welche	Wann	Begründungen
Nachbars-Treffen			
Freundes-Treffen			
Kollegen-, Bekannten-Treffen			
Urlaub			
Schulen			
Frühstücke			
Apéro's			
Lunches			
Dinners			



3. Werkzeuge und Hilfsmittel



Aufgabe:

- Wie planen Sie Ihre Kontakte?
- Wie gehen Sie vor, wenn Sie einen neuen Kontakt haben?
- Wie pflegen Sie bestehende Kontakte?



3. Werkzeuge und Hilfsmittel

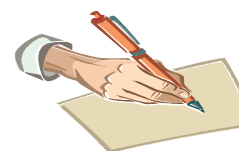
Planung der Kontakte – mit wem?



Grund	Networking-Partner	Bedeutung	Kontaktform	Frequenz
	Freunde	A		
	Familie	A		
	Arbeits-Kollegen	B		
	Bekannte/Kollegen	B		
	Nachbarn	C		
	Vereinsmitglieder	B		
	Neue Bekannte	B		
	Mitarbeiter von anderen Firmen	B		



Planung der Kontakte – mit wem?



Grund	Networking-Partner	Bedeutung	Kontaktform	Frequenz
	Ehemalige Schulkollegen	C		
	Ehem. Weiterbildungskoll.	B		
	Ehem. Geschäfts-Kollegen	C		
	Messe-Teilnehmer/Messe-Besucher	C		
	Kongress- und Tagungs-Redner und -besucher	C		
	Verbandsmitglieder	C		



3. Werkzeuge und Hilfsmittel



Planung der Kontakte – mit wem?

Grund	Networking-Partner	Bedeutung	Kontaktform	Frequenz
	Surfer/Chatroom-Besucher	C		
	Weiterbildungs-Kollegen/-Dozenten	C		
	Besucher von Anlässe/ Organisatoren von Anlässe	C		
	Kunden	A		
	Lieferanten	A		
	Mitbewerber	C		
	Int. und ext. Beeinflusser (Op. Lead.)	A		



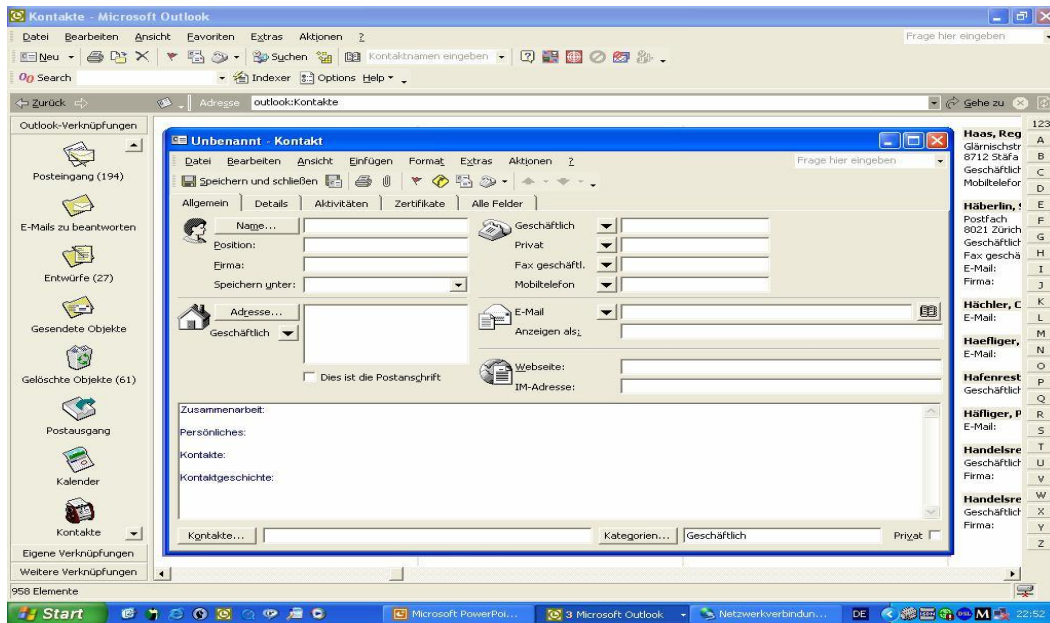
3. Werkzeuge und Hilfsmittel

Name	Vorname	Weitere Infos	Kontaktqualität	Kontaktfrequenz	Kontaktform	Kontaktplanung
Peter	Petrig	Zürichstr. 8000 ZH Tel.: ... E-Mail: ...	A	12 x /Jahr	Lunch (ideal immer Do und Fr)	Do, 16.6.2005 11.00 h – 14.00 h Rest. Sonne, Zürich
			B	6 x / Jahr		
			C	2 x / Jahr		
			Neuer Kontakt	Nach Bedarf		

A = sehr wichtig / B = wichtig / C = nicht so wichtig



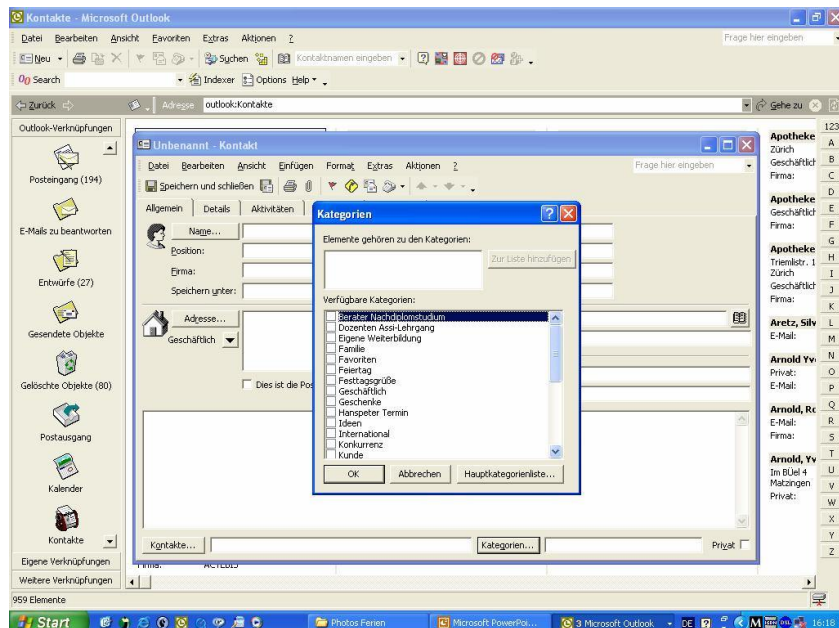
3. Werkzeuge und Hilfsmittel



© by Barbara Honegger, honegger marketing consulting & training, 8905 Arni



3. Werkzeuge und Hilfsmittel



© by Barbara Honegger, honegger marketing consulting & training, 8905 Arni



3. Werkzeuge und Hilfsmittel

Alte Kontakte:

- Was bringt mir dieser Kontakt?
- Sinnvoll, Kontakt weiter zu pflegen?
- Falls ja: wie?
- Falls nein: wie Info, falls betroffene Person weiter mit mir Kontakt pflegen möchte?



3. Werkzeuge und Hilfsmittel

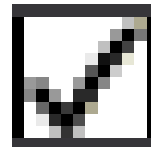
Neue Kontakte:

- Was bringt mir dieser Kontakt?
- Sinnvoll, Kontakt zu pflegen?
- Falls ja: wie?
- Falls nein: wie Info, falls betroffene Person mit mir Kontakt pflegen möchte?
- Welche Infos muss ich mir notieren?



3. Werkzeuge und Hilfsmittel

Kontrolle



Meine Ziele waren:	Erreicht: ja/nein?	Anpassung Net- working-Strategie



Viel Spass beim Networken!!!

