**Tisková zpráva – Lenka Schánová o networkingu - 30.5.2014**

*„Před nedávnem jsem se poznala s atraktivní a příjemnou dámou Lenkou Schánovou. Obě se zabýváme seznamováním - já při hledání životního partnera a Lenka pro příjemné a užitečné kontakty. Kromě toho máme ještě společné to, že se naši práci snažíme dělat jinak a lépe. A proto jsem se ji na několik otázek zeptala za vás“*, říkáVeronika Vinterová, majitelka seznamovací a rozvojové agentury Náhoda.

Jak funguje networking?

Business networking je způsob získávání nových kontaktů a jejich následná aplikace při vytváření obchodních příležitostí. Jeho náplní je seznamování lidí, kteří si mohou být vzájemně nápomocni, udržování dlouhodobých kontaktů a budování vlastní obchodní sítě. Networking je ověřená platforma, která pomáhá ke sdílení informací a zefektivnění podnikání. Slouží také pro objevení netradičních možností pro další osobní a obchodní rozvoj.
Networking je spíše běh na dlouhou trať než sprint. A navíc je to jako hrát šachy. Musíte přemýšlet několik kroků dopředu. Začít navazovat kontakty až ve chvíli, kdy od daného člověka něco potřebujete, je příliš pozdě. Jeho ochota vám pomoci, když vás vůbec nezná, je téměř nulová. Proto je velice důležité si vytvářet kontakty dříve, než je budete potřebovat.
Kvantita versus kvalita. Včera mi jeden klient na networkingovém workshopu při dotazu k čemu slouží networking řekl, že networking slouží k získávání kontaktů. Jako mnoho lidí si myslel, že díky networkingu získá spoustu kontaktů, které pak bude moci využít ke svému benefitu. Takto networking bohužel nefunguje. Kvantita neznamená kvalitu. Mít v databázi tisíce kontaktů, které si vás ale určitě nepamatují a určitě vám tím pádem nepomohou, když je požádáte např. o radu, není efektivní. Mnohem důležitější je mít v databázi stovky kontaktů, o kterých ale víte, že kdykoliv jim zavoláte a požádáte o radu, tak vám ji rádi poskytnou nebo vás propojí s kompetentní osobou.
Networking funguje hlavně na bázi "givers gain" filozofie, tedy dej a bude ti dáno. Vaše ochota pomoci ostatním k úspěchu se vám častokrát vrátí. Nemusí se vám vrátit od té samé osoby, ale od někoho dalšího ano. Ti, kteří networkují pouze s cílem, aby se z daných lidí stali jejich zákazníci, nejsou příliš efektivní. Takoví lidé nevidí potenciál v tom, že tito lidé jim mohou otevřít dveře k dalším kontaktům. Vidí potenciál pouze v jednom konkrétním zákazníkovi.
A jaký styl networkingu je nejideálnější? Jednoznačně ten přirozený. Každý jsme zcela jiný, a proto je důležité, abychom tomu přizpůsobili i svůj styl navazování kontaktů. Pokud postrádáte smysl pro humor, určitě nevtipkujte při seznamování. Nebo pokud jste introverti, nesnažte předstírat, jak skvělým extrovertem jste. Mnohdy jsou právě introverti těmi nejlepšími networkery.

**Jaký vnímáte rozdíl mezi seznamováním při hledání životního partnera a tím, co děláte Vy?**

Mám vlastně také seznamku, tedy konkrétně business seznamku. Nevyhledávám životní partnery, ale vhodné obchodní partnery nebo klienty. Takové seznámení je pro většinu lidí mnohem jednodušší, než když se seznamují soukromě. Nemají takový ostych pobavit se mezi sebou, říct si, čím se zabývají, jak se jim ve firmě daří nebo jak si mohou vzájemně pomoci. Je to neutrální konverzace, ve které vlastně o nic nejde.

Mnohdy doporučuji lidem, kteří hledají životního partnera, aby navštívili networkingové akce. Je pro ně totiž mnohem jednodušší se seznámit obchodně a více toho člověka poznat po obchodní stránce. Nikdy nevíte, kdy může přeskočit jiskra. Stalo se mi několikrát, že se lidé, kteří se seznámili na mých networkingových akcích, do sebe nakonec zamilovali.

**V čem jsou Vaše akce výjimečné a jak vybíráte zvané hosty na Vaše večery?**

V čem jsou výjimečné?
Vytvořila jsem nový koncept networkingové akce zvané Business & Pleasure Networking, do kterého jsem zakomponovala čtyři důležité faktory:

1. Strach a ostych ze seznamování. Většina networkingových akcí jsou klasické koktejl party. To znamená, že člověk, který na danou akci jde, musí sám oslovovat lidi, pokud se chce seznámit. V případě, že člověk není příliš zběhlý v seznamování, má problémy. Jeho efektivita seznamování na takové akci je téměř nulová. Z tohoto důvodu mám své networkingové akce organizované. Každý má příležitost se seznámit v menších skupinách. Jak takový večer probíhá, můžete vidět na tomto videu.
2. Nedostatek času. Všichni máme nedostatek času. Jít na networkingovou akci, kde strávíte tři hodiny a seznámíte se s pěti lidmi, je neefektivní. Proto se na mé akci seznámí každý během dvou hodin téměř se všemi účastníky, tedy padesáti lidmi.
3. Stres v práci. Všichni máme dostatek stresu v práci, a tak jsem chtěla, aby se na mých akcích lidé nejenom seznámili, ale i pobavili. Proto je součástí networkingu i několik společných zábavných aktivit.
4. Nekvalitní kontakty. Dost často se stává, že pokud organizujete networkingové akce pravidelně, začnou vám tam primárně chodit různí nekompetentní poradci. Osobně takové lidi nazývám "vysavači kontaktů". Jsou to lidé, kteří chtějí pouze získat kontakty do své databáze. Nejde jim o žádnou spolupráci. Nikdy nemají potřebu ostatním pomáhat. Jde jim pouze o jejich business. Proto vždy kontroluji lidi, kteří chtějí na akci přijít.

A jak lidi vybírám? Na akci vybírám čestné hosty a účastníky. Čestný host je člověk, kterého velice respektuji pro to, co v životě již dokázal a čím může ostatní účastníky inspirovat. Mezi pozvanými hosty byl např. Miloš Petana, Petr Ludwig, Roman Šiser nebo Gabriel Berdar. Co se týče výběru účastníků, tak dbám na to, aby akce byla vždy diversifikovaná, tedy aby tam byl zajímavý mix lidí, nikoliv pouze lidé z jednoho oboru. Dbám na to, aby lidé byli příjemní, schopní v tom, co dělají a ochotní si vzájemně pomoci a vzájemně se inspirovat. Proto zvu na akci lidi, které buď znám osobně, nebo mi byli doporučeni lidmi, které osobně znám. V případě, že se mi registruje někdo, koho neznám osobně, kontroluji jeho profil na LinkedInu a poté mu zavolám a vysvětlím mu filosofii akce.

**Co je podle Vás při prvním dojmu a vlastním představení nejdůležitější?**

Podle mého názoru je při prvním dojmu a vlastním představení nejdůležitější přirozenost, zdravé sebevědomí a úsměv plný pozitivní energie. Přirozenost z toho důvodu, že si v současné době spousta lidí na něco hraje. Jejich přirozenost jde stranou a dojem je více než špatný. Pokud by zůstali sami sebou, mají mnohem větší šanci zaujmout. Dále je to zdravé sebevědomí. Nepřeceňovat se, ale ani se příliš nepodceňovat. Pokud člověk vyjmenuje všechny své nedostatky hned v první minutě, určitě také příliš nezaujme. A poslední bod je úsměv plný pozitivní energie. Úsměv a pozitivní energie dokážou otevřít nejedny dveře. Lidé se raději obklopují lidmi s dobrou náladou, než bručouny hýřícími negativní emoce.

Veronika Vinterová

koučka a majitelka seznamovací a rozvojové agentury Náhoda

**Informace pro média:**

Seznamovací a rozvojová agentura Náhoda vstoupila na trh v roce 2011 s jasnou myšlenkou. Je přesvědčena, že nalezení životního partnera nelze ani v dnešní době omezit na neosobní elektronické služby. Svým klientům poskytuje mimořádný servis osobních konzultací, které vedou k ujasnění jejich představ o budoucím vztahu. Nabízí odborné služby spojené s rozvojem osobnosti klienta z oblasti psychologie, koučování, fyzioterapie či změny image. Navíc se zaměřuje na individuální vyhledávání partnera z vlastní databáze či mimo ni a to vše se zárukou vysoké profesionality a absolutní diskrétnosti. Může pomoci i při následném vedení křehkého vztahu formou partnerského a manželského poradenství. Cílem Náhody je, aby každý klient odhalil své skutečné já, dobře se cítil a vyšel spolu s ní vstříc svému životnímu partnerovi.

<http://nahoda.com/stranka-business-networking-otazky-pro-lenku-schanovou-458>