

Sit die werk in netwerk

Publikasie: USB Agenda

Datum: Oktober 2014

Sakeghoeroes meen dat om te netwerk 'n absolute noodsaaklikheid vir loopbaanblootstelling en sukses geword het. Maar hoe moet 'n mens te werke gaan om te netwerk? Hoe kan netwerke gebruik word vir die beste uitkomst? **Cherice Smith** vind meer uit oor die waarde van goeie netwerkvaardighede.

“Die eerste stap na sukses is om 'n netwerk te bou.”

Richard Branson het 'n tydjie terug hierdie wyse woorde in 'n artikel op www.entrepreneur.com* geskryf en as 'n sakemagnaat en stigter van die Virgin Group, behoort hy te weet waarvan hy praat.

Al het die maniere van netwerk verander van Branson se vroeë netwerkdae in die 1970's vir Virgin Music, bly om te kan netwerk 'n vaardigheid wat jou help om onder meer jou persoonlike handelsmerk te ontwikkel en om sakeprobleme op te los.

Helen Nicholson, uitvoerende hoof van The Networking Company, sê dit is belangrik dat jy as 'n beroepsmens 'n handelsmerk bou sodat mense jou as dié persoon sien na wie toe hulle kan gaan oor 'n spesifieke kwessie of gebied.

“Die manier om 'n kragtige persoonlike handelsmerk te bou, is deur jou netwerk. Jou netwerke laat jou toe om jou geloofwaardigheid en sigbaarheid binne jou teikenmark te versterk. Dit gaan nie oor wat jy ken nie, maar liever wie jy ken. Ek wil dit selfs verder vat en sê: Dit is wie hulle ken en wie van jou weet. As niemand weet hoe goed jy op 'n spesifieke gebied is nie, dan is jy in werklikheid onsigbaar.”

Om goed te netwerk gaan oor om wedersydse voordelige sakeverhoudings te bou, sê Nicholson.

“Albei partye vind baat by kragtige netwerke en dit word gebou op 'n platform van outentisiteit. Om goed te netwerk gaan nie oor die ekstrovert wat met almal in 'n vertrek praat en soentjies in die lug blaas, terwyl hulle oor mense se skouers loer om te sien wie in die vertrek is meer interessant nie. Diegene wat die beste netwerk is dikwels introverte wat nuuskierig is en werklik in ander mense geïnteresseerd is.

“As 'n netwerk bestaan uit mense van dieselfde ras en geslag en mense wat in dieselfde bedryf as jy is, is dit nie 'n kragtige netwerk nie. Hoe meer toegang jy tot diversiteit het, hoe beter sal jy jou loopbaan en die probleme wat jy ondervind kan bestuur,” sê Nicholson.

Dit is ook belangrik om te verstaan dat netwerke gebou word op die beginsels van wederkerigheid, sê Nicholson.

“Jy moet ruimhartig gee, dikwels baie keer voordat jy 'n opbrengs op jou belegging sien. Netwerke neem ook tyd om te bou. Dit gaan oor om te kweek liever as om te jag. Jy moet in plaas van om onmiddellike resultate te verwag eerder verhoudings ontwikkel en na hierdie verhoudings kyk.”

LinkedIn is die belangrikste professionele aanlyn-netwerkhulpbronne vir beroepsmense.

Nicholson sê mense moet versigtig wees vir 'n alles-of-niks-benadering tot die verskeie metodes van netwerk.

“Ek ontmoet baie ouer sakemense wat slegs die etes en gesig-tot-gesig-afsprake doen, terwyl die jonger Generasie X en Y slegs op hul sosiale netwerke fokus. Die invloedryke leier van die toekoms sal gemaklik wees in beide die gesig-tot-gesig-wêreld en op sosiale netwerke. LinkedIn is ’n baie belangrike hulpbron om jou persoonlike handelsmerk te ontwikkel en om dié persoon te word na wie toe mense in jou netwerke gaan. Facebook is steeds meer vir persoonlike gebruik en Twitter is belangrik vir nuus en kommentaar. Die grootste kwessie is dat mense moet leer hoe om hierdie netwerke doeltreffend te gebruik, so ons hou nou werkwinkels om mense te leer hoe om dit te doen.”

Dit is dikwels ’n belangrike rede waarom beroepsmense ’n MBA kies omdat dit ’n integrale deel van hierdie program is, sê dr Marlize Terblanche-Smit, hoof van die Universiteit van Stellenbosch Bestuurskool se MBA-program.

“’n Goeie netwerk neem tyd om te vestig en dit moet gekweek word. Dit is ook belangrik om duidelike netwerkdoelwitte te hê. Dít kan nuwe geleenthede, bedryfskennis of werkgeleenthede insluit. Tydens die MBA ontwikkel en verbreed studente hul netwerke en verhoudings. Sagte vaardighede soos kommunikasievaardighede, aanpasbaarheid, buigbaarheid en selfbewustheid, wat netwerkvaardighede verbeter, word op die program geleer.”

Dr Terblanche-Smit sê om te kan netwerk is die sleutel tot loopbaansukses, aangesien werkgewers toenemend na sosiale netwerke as verwysings vir werwing kyk.

“Ons stel ons MBA-studente bloot aan kragtige netwerkkontakte via korporatiewe sprekers en ons moedig studente aan om te netwerk en om besprekings met alumni te hê via die USB-Alumnivereniging. Die belangrikheid van die Alumnivereniging en sy internasionale omvang bly steeds ’n kern netwerkgeleentheid,” sê dr Terblanche-Smit.

Edith Kennedy, bestuurder: Belangegroepverhoudings by die USB, sê gegraduateerdes kan oor die wêreld heen deur die USB-Alumnivereniging gebruik maak van ’n verskeidenheid mense van verskillende vakgebiede wat almal op senior- en bestuursvlakke van hul organisasies is.

“Elke streek van die USB-Alumnivereniging se komitee bied ook aktiwiteite aan waar alumni kan netwerk en voortgesette leer ontvang.

“Die Wes-Kaapse Komitee hou byvoorbeeld ’n maandelikse *Coffee Shoptalk* oor onderwerpe soos tegnologie en volhoubaarheid, terwyl die Namibiese Komitee ontbytaanbiedings oor finansies en die bankwese hou.”

Maar om te netwerk gaan nie net oor om te ontvang nie. Dit gaan ook oor om terug te gee.

Kennedy sê sommige van die USB-Alumnivereniging se streke is betrokke by gemeenskapsprojekte in hul omgewings en help nie-winsgerigte organisasies met strategie of sakeblootstelling, terwyl ander mentors word vir die bestuurskool se studente en deelnemers aan die USB se Kleinsakeakademie.

Soos Branson dit stel: “As jy eers ’n suksesvolle sakeleier is, is dit tyd om self onontdekte talent te soek en te ondersteun.

“Dit is vir my lekker om te sien hoe talentvolle mense hul drome bewaarheid en op professionele en persoonlike vlak groei. Soos ek al geleer het deur bloot te bespreek hoe dinge werk, kry jy in die proses nuwe insigte en jy ontdek nuwe benaderings tot sake. Alles in ag genome beteken dit om aan te hou netwerk dat jy aanhou groei.”

* Bron: Branson R. 2012. *Richard Branson on how to network. Hint: Early and Often.* www.entrepreneur.com.

V&A met Jim Siro, USB MBA-alumnus en besturende vennoot en stigter van Momura Consult in Kenia

Waarom netwerk jy?

Om mense te ontmoet, sienings te deel en sodat mense van my werk kan weet.

Hoe help om te netwerk jou?

Dit het my gehelp om besigheid te genereer, om my kontakte te vermeerder en om beter kennis van verskillende bedrywe en ondernemings te kry – wat my onderneming help.

Gebruik jy die USB-Alumnivereniging vir netwerkdoeleindes?

Ja. Dit help my om verskillende bedrywe en korporatiewe funksies te verstaan, asook inligting oor watter tendense daar tans is. Ek genereer ook via die alumni navrae oor konsultasie. Die USB-Alumnivereniging skep 'n platform vir formele én informele bespreking en dit help met die uitruil van idees en maniere om sake te verbeter.

Waarom beveel jy aan dat mense netwerk?

Dit is een van die maklikste maniere om kontakte te kry en om menings te deel. Die vlak van vertrou is baie hoër as deur ander kanale. Baie besigheid kan via netwerke gegeneer word en dit is lekker om 'n potensiële kliënt aan my vennote te verwys.