

Jak rozmawiać z wielkim graczem, gdy sam jesteś malutki

8



Adam Trojańczyk

CEO w Czarny Kod Software House. Pracował dla największych agencji interaktywnych w Polsce. Jest także współzałożycielem i CTO w Tap To Speak (wielokrotnie nagradzanej na całym świecie aplikacji).

Nieśmiałość nie pozwala na podjęcie kroków zmieniających bieg naszego biznesu. Postrzegamy siebie inaczej niż postrzegają nas inni i właśnie przez to niechętnie wychodzimy poza schemat. Tymczasem nawiązanie relacji to najprostsza rzecz, którą możemy zrobić, by tak się stało.

Na całym świecie odbywa się pięć milionów konferencji każdego roku. To pięć milionów okazji, by odkryć wielki świat i otworzyć się na drugą osobę. W Internecie znajdziemy całą masę artykułów świadczących o tym, że networking jest kluczem do rozkręcenia biznesu i kolejne „set” innych, że nie działa i jest stratą czasu. Tymczasem chciałbym przytoczyć dwa przykłady, że jednak warto.

Nigdy nie wiesz, co Cię czeka

Zawitaliśmy na obrzeża Wiednia. Przyjechaliśmy pociągiem, gdyż czas w podróży chcieliśmy wykorzystać na rozmowy o naszym projekcie. PKP przyjechało bez opóźnień. Następnego dnia mieliśmy udać się na Pioneers Festiwal.

Pioneersi to jedno z najbardziej wyjątkowych wydarzeń startupowych. W trakcie dwudniowej konferencji przewija się tam ponad 2500 uczestników z największych przedsiębiorstw na świecie, a także inwestorów, dziennikarzy, założycieli firm, którzy pracują nad najbardziej innowacyjnymi projektami. Wydarzenie odbywa się

w wyjątkowych wnętrzach Pałacu Hofburg w centrum Wiednia.

Podczas dwudniowego pobytu poznaliśmy łącznie 141 różnych osób, z którymi nawiązaliśmy mniej lub bardziej znaczące rozmowy. Cztery z tych osób nawiązały z nami później bezpośrednią relację biznesową, co przełożyło się na wspólny rozwój naszych interesów

Przejdźmy do konkretów

Zmęczony po całych dwóch dniach rozmów, wystąpień, prezentacji, networkingu itd. podszedłem do jednej z największych korporacji na świecie. Chciałem

zadać im pytanie o jedną z ich usług, z której chcieliśmy skorzystać. Rozmowa była bardzo płynna. Pani doświadczona w sprzedaży szybko starała się mnie wciągnąć w rozmowę. Pod koniec naszej konwersacji, raczej z grzeczności spytała czym się zajmuję. Opowiedziałem wtedy o naszym „Tap To Speak”, o tym że działamy w branży eventowej i jak wiele ciekawych, innowacyjnych rozwiązań mamy w swoim portfolio. Dałem jej swoją wizytówkę i zupełnie zapomniałem o całej sytuacji. Do czasu.

Dwa miesiące później

Odezwała się do mnie po pra-

wie 60 dniach od naszej rozmowy. Napisała, że byłam jedyną osobą, tego dnia, która nie chciała sprzedać swoich usług i dlatego zapadłem jej w pamięć. Moja wizytówka trafiła do jej szefowej, potem do kolejnego szefa. Przeleciała dwa różne kraje i w końcu wylądowała na biurku pani dyrektor w Irlandii, która za półtora miesiąca organizowała konferencję.

Poznałem realia korporacji jeszcze jako młody chłopak. Pracowałem w agencji, gdzie setki osób wspólnie tworzyło coś wielkiego. Zrozumiałem, że korporacja to zupełnie osobny (często dziwny) byt, który rządzi się swoimi prawami. Dostęp do „nieograniczonych” ilości pieniędzy sprawia, że żyje się tam zupełnie poza realiami, z jakimi musi borykać się młoda firma, czy startup.

Pomimo tego doświadczenia zderzenie z międzynarodową korporacją okazało się czymś innym, niż mi się wydawało.

Po pierwsze – startują z mocniejszej pozycji. Są więksi i wydają się, że mogą więcej.

Po drugie – osoba, z którą rozmawiałem kompletnie nie miała okazji mnie poznać, więc nie byłem dla niej partnerem i osobą, do której czuła zaufanie.

Po trzecie – tak duża firma nie może w żaden sposób popełnić błędów. Jedno potknięcie niesie za sobą lawinę innych potknięć, co dla takiego giganta jest nie do przyjęcia. Tak więc wybór kontrahentów jest ograniczony.

Po czwarte – proces decyzyjności jest tak długi jak skoki Kamila Stocha. Trwa całą wieczność.

Po piąte – (mimo powyższego) wszystko jest na wczoraj.

Po szóste – musisz przekonać 3 razy więcej osób niż Ci się wydaje.

Zacząłem się od niewinnego, zapoznawczego maila i opisu tego czego dotyczyć będzie wydarzenie.

Zbuduj relację

Nauczyłem się już wcześniej, że ludzie nie kupują produktów, a relację z drugim człowiekiem.

Dlatego nasze rozmowy zaczęłem od podejścia do tematu trochę na luzie, tak by nie sprzedawać od razu naszego rozwiązania, a tak by osoba, z którą rozmawiałem, miała okazję poznać mnie bliżej. Pisałem czym się zajmujemy, jaka jest moja rola w projekcie i jak miło, że się do nas odezwali. Wspomniałem o tym, że „Tap To Speak” użyte było na

musieli wykonać, by tych wszystkich ludzi przekonać do tego by nam zaufali. W małych firmach impuls z głowy do nóg idzie od razu. Albo coś jest dobre, albo nie. Albo robimy, albo przestajemy. U gigantów jest zupełnie inaczej.

Powiedziałeś A, to powiedz B

Zacząłem od sprawdzenia wszystkich ludzi na LinkedInie, ich ról w projekcie, czym się zajmują. Szukałem informacji, które mogą okazać się nie tyle pomocne,

Gdyby ktoś z Was miał
pytania do Adama,
to możecie śmiało pisać na:
adam@czarnykod.pl

setkach innych konferencji i że zawsze jestem do jej dyspozycji, gdyby miała jakiegokolwiek pytania. Nie byłem nachalny, wręcz przeciwnie, sam chciałem tą osobę bliżej poznać, by później móc jej jeszcze lepiej doradzić.

Zachowaj zimną krew

Wymieniliśmy ze sobą kilkanaście maili zanim zaczęły się poważne rozmowy o biznesie. Pewnego ranka zobaczyłem wiadomość skierowaną do 12 różnych osób z korporacji. Osób zamieszanych bezpośrednio w realizację wydarzenia. Każda z nich miała kompletnie inną rolę, a część z nich była nawet z zewnętrznych firm, które organizowały cały event. Przyznam się, że wtedy zmarłem.

Wiedziałem co mnie czeka. Wiedziałem, ile teraz pracy będziemy

co mogą w jakiś sposób stać się zagrożeniem – np. to, że nasze biznesy będą ze sobą konkurować.

Później, aby wyczuć kto tylko czyta maile, a kto będzie miał realne uczestnictwo w procesie decyzyjnym, wysłałem krótkiego maila z pytaniem, czy wszyscy wiedzą czym jest „Tap To Speak” i czy powinienem zrobić krótkie intro.

Twoja twarz

Wspomniałem o tym, że ludzie kupują relację. Naturalne więc wydaje się to, że musimy odejść od maili, w których każdy z nas jest tylko podpisem i spróbować się w jakiś sposób zobaczyć. Lot do Irlandii nie wchodził w grę, więc najprościej było spotkać się online. Wraz ze swoim współnikiem, Markiem, zdecydowaliśmy, że najlepszym podejściem będzie wspólna rozmowa na Zoomie, tak abyśmy

mogli lepiej się wszyscy poznać i aby przekonać ich, że jesteśmy ludźmi, do których można mieć zaufanie. Na demo zgłosiło się tylko 7 z 12 osób co zdecydowanie zmniejszyło barierę do przeskoczenia.

Zadbaj o tło

Przygotowując się do prezentacji zadbaj o oświetlenie i tło na jakim będziesz się znajdować. Domowa tapeta, kanapa czy fotele samochodowe mogą nie świadczyć dobrze o Tobie ani o stosunku do rozmówcy. Do demonstracji samego produktu przygotowaliśmy się kilka godzin. Wykorzystaliśmy atuty naszego biura, w którym jedna ze ścian jest cała przeszklona, a za nią ciągną się połacie zielonej łąki. Chociaż na co dzień nie zwracamy na nią uwagi, jestem pewien, że podczas rozmowy zrobiła wrażenie.

Zadbaj o czas

15 minut – to max co powinienesz zabrać z ich życia. Ludzie w korporacji nie lubią spotkań i sami są świadomi jak nieefektywnie wykorzystuje się na nich czas. Zadbaj o humorystyczne intro, zapytaj luźno co słyhać, a potem od razu przejdź do rzeczy mówiąc, że nie

chcesz zajmować im za dużo czasu.

Po prezentacji

Po prezentacji wysłaliśmy do wszystkich maila z zapytaniem jak było, a później jak przystało na startup – iterowaliśmy. Całość procesu powtarzaliśmy jeszcze dwa razy. Nasz pomysł tak zainteresował innych, że coraz więcej ludzi w firmie chciało nas poznać i dla coraz większej ilości ludzi musieliśmy robić prezentacje. Albo po prostu spodobało się im nasze okno w biurze.

Negocjacje

Kiedy już przekonasz wszystkich, że współpraca z Tobą jest bezpieczna; kiedy ich dział księgowy Cię prześwietli; kiedy ich prawnik podpisze z Tobą długie jak wieczność NDA; kiedy wreszcie myślisz, że to już koniec – wtedy dopiero przyjdzie czas na negocjacje.

Spróbuj w tym momencie nie dać ponieść się emocjom i nie zakotwiczać się przy kwotach jakie zostaną zaproponowane przez partnera. To bardzo ogranicza pole do manewru. My wykorzystaliśmy do tego metodę porównawczą. Spytaliśmy się podczas rozmowy,

czy znają Trello, a gdy przytaknęli, powiedzieliśmy, że dokładnie tak jak oni – mamy politykę nieugiętych cen, czyli nie możemy im zaoferować rabatu. Pamiętaj by być miłym, rozumieć problemy i dać argumenty.

Ze swojej strony zapewniałem, że zadbamy o wszystko, by przebiegło bez problemów. Będą dla nas bardzo ważni i gwarantujemy im support. Powiedziałem, że mogą dzwonić bezpośrednio do mnie, gdyby cokolwiek się działo.

Podsumowanie

Bądź sobą, uśmiechaj się, nie bądź nachalny. Jak zrobisz produkt, z którego sam będziesz chciał korzystać, rozmowa z innymi ludźmi czy firmami, będzie po prostu przyjemnością.



Fot. Pixabay