

# Bloomberg Businessweek

20 Ocak 2019 ● businessweek.com.tr

Türkiye

## TRUMP'IN ÇANINI BAĞIŞLADIĞI ÇİNLİ TELEKOM ŞİRKETİ

ZTE az kalsın ticaret savaşına kurban gidiyordu.  
Her küresel teknoloji şirketinin ders çıkarması  
gereken bir hikaye 32

# Yeni Yıl Hedeflerinizi Networking Vizyonuyla Güçlendirin

● İş dünyası, gerçek bir sosyal sermaye erimesiyle karşı karşıya kaldığı bir dönemden geçiyor

● Ertuğrul Belen\*

Yıllık kilit performans göstergelerinin (KPG) kurum çapında incelendiği ve yenilendiği bir dönemdeyiz. Bu yazıya konu olan networking araştırmaları dikkate alındığında, 2019'un sonunda kariyer performanslarını değerlendirecek profesyonellerin sadece yüzde 5'inin networking kriterlerini de dikkate alacağını tahmin ediyoruz.

Business Networking Akademisi (BNA) tarafından 420 profesyonelle gerçekleştirilen bir araştırmada, katılımcıların yüzde 95'inin kişisel profesyonel hedeflerini sadece şu başlıklar altında tasarladığı gözlemlendi:

- Maaş ve varsa prim miktarındaki artış,
- Üst bir pozisyona terfi olmak,
- Tamamlanan proje sayısı (özellikle muhasebe, mali işler, bilişim teknolojisi gibi ortak hizmet merkezlerinde çalışanlar)
- Kazanılan ve korunan müşteri sayısı, ciro miktarı ve kârlılık oranı (özellikle iş geliştirme ve satış pozisyonlarında çalışanlar)

Liste bu şekilde uzayıp gidiyor.

Oysa, sadece BNA araştırmasında değil, iş dünyasına yönelik birçok güncel araştırmada işbirliklerinin yüzde 80'inden fazlasının networking'in gücüyle gerçekleştiği gözlemleniyor. Networking yapmak, yani güven odaklı ilişkileri işbirliğine dönüştürmek kadar, bunları sürdürülebilir kılmamanın önemi de her geçen gün artıyor. Üstelik bunu kurumun hem içinde hem de dışında başarabilmek fark yaratıyor.

Çünkü teknoloji, iş yapma modellerini hızla değiştiriyor. Bu müthiş değişime ayak uydurma ihtiyacı da bir o kadar artıyor. Aynı zamanda global çapta ekonomik krizler arasındaki zaman

aralıkları da hızla azalıyor. İşte! Böyle bir dünyada çevik şirketler ve çevik takımlar fark yaratıyor. Ancak çalışmalarımızda gerçek çevikliğin sadece yönetimin stratejisiyle değil, kurum içi ilişkiler üzerinden gerçekleşince başarıya ulaştığını gözlemliyorum.

Peki networking alanında başarılı olmak için nelere dikkat etmek gerekiyor?

## Networking Hedeflerinizi Oluşturun

Networking hedeflerini oluştururken sırasıyla üç adımı takip etmenizi öneriyorum:

### 1. Adım: Tanımlayın

Kişiler arasında bağlar kurulmamış ya da kurulan bağlar güncel tutulmamışsa, ihtiyaç halinde network kurmak oldukça sancılı bir hale dönüşür: "Yıllardır bu kişiyi aramıyorum. Tam da onun konusu! Arasam beni hatırlar mı? Nasıl ricada bulunabilirim? Yalnızca bir şansım var! Bu hakkımı şimdi telefonla arayarak mı kullanmalıyım?" kaygılarını yaşayanlarla sık sık karşılaşıyorum.

Halbuki LinkedIn'de gördüğünüz bir terfi haberi ya da yeni yıl tebriki için iki dakika dahi olsa zamanınızı ayırıp içtenlikle aradığınız birini daha sonra ihtiyaç halinde rahatlıkla arayabilirsiniz. Özetle, networking kavramını bilinçsizce sıfırdan yeni insanlarla tanışmak ve kartvizit saçmaktan ziyade, "mevcut ve yeni ilişkileri güncel tutma yaklaşımı" olarak tanımlamak her zaman daha değerli sonuçlar veriyor.

### 2. Adım: Önceliklendirin

Peki, tanıştığınız herkesle gerçekten güncel kalabilir misiniz?

Business Networking Akademisi'nde 202 üst düzey yöneticiyle gerçekleştirdiğimiz bir başka araştırmada, networking ve işbirliği stratejilerini bilinçli belirlemediklerinde, aslında görüşmek istedikleri çevrenin sadece yüzde 23'ü ile temasta olduklarını gözlemledik. Yani, farkında olmadan başkalarının önceliği olmuşlardı.

Üstelik, araştırmaya katılan yöneticiler telefon rehberlerini incelediklerinde kayıtlı isimlerin yüzde 33'ünü hiç hatırlamadıklarını fark etti. Yıllar içinde alınan kartvizitler incelendiğindeyse bu oran yüzde 56 seviyelerine kadar yükseliyordu.

İş dünyası gerçek bir sosyal sermaye erimesiyle karşı karşıya olduğu bir dönemden geçiyor. Bir araştırmamızda, 30 yıl önceki iş dünyasının network'ünü incelemek adına 400 fihristi (alfabetik sıraya göre isim, soyadı ve telefon numaralarının elle yazıldığı defter) inceledik.

Herkesin en azından birkaç telefon numarasını ezbere bildiği bu yıllarda, özellikle iş dünyasındaki kişilerin ortalama bağlantı sayısı ile ilgili bilgi sahibi olmak istiyorduk. Uluslararası birçok araştırmayla örtüşen bir sayıyla karşılaştık: Kişisel ve iş dünyası olarak ayırmaksızın toplamda 70 ile 150 arasında değişen bir çevreye sahiptirler.

Bugünse, cep telefonuna kayıtlı isimler, e-posta temasları, eğitimler, konferanslar ve etkinliklerde alınan kartvizitler, sosyal ağlardaki bağlantılar üst üste eklendiğinde bir profesyonelin ortalama 600 ile bin 200 arasında teması olduğunu gözlemliyoruz. Bu da bir kişinin çevresindeki kişi sayısının dört ile sekiz kat arttığı anlamına geliyor.

En iyi uygulamalarda bu kalabalığı yönetebilenlerin bağlantılarını gruplayarak yönettiğini ve önceliklendirmeyi doğru bir şekilde yaptıklarını gözlemledik. Bu yaklaşımı, Erickson International Türkiye lideri Dr. Zerrin Başer'den öğrendiğim 'Yaşam Çemberi' yöntemiyle özetleyebiliriz:



Bu grafikte, çevresini ana ve alt gruplara ayıranların en çok hangi başlıkları kullandıklarını okuyabilirsiniz. Kendi gruplarınıza göre çemberin dilimlerini adlandırdıktan sonra sıra puanlamaya geliyor. Çemberin merkezini 0, en dışını da 10 olarak puanlıyorsunuz. Yani istediğiniz bir network'e sahip olduğunuz grubu yüksek puanlıyorsunuz. En son noktada, kendinize güçlü bir soru sormanız gerekiyor: "İçinde bulunduğum dönemde bu gruplardan hangisiyle ilişkilerimi bir puan daha geliştirseydim, diğer grupları da olumlu etkilerdi?"

Örnekteki profesyonelin yıldızla işaretlediği bölümden kurum içi ilişkileri güçlendirmeyi önceliklendirdiğini anlayabilirsiniz. Çevrenizdeki bazı insanları önceliklendirmek, diğerlerini önemsemediğiniz anlamına gelmez. Önceliklendirmek, bir sonraki adımda çevreniz için oluşturacağınız faydayı ve değeri, zamanınızı etkili yöneterek gerçekleştirebilmenizi destekler.

### 3. Adım: Fayda Sunun ve Sürdürün

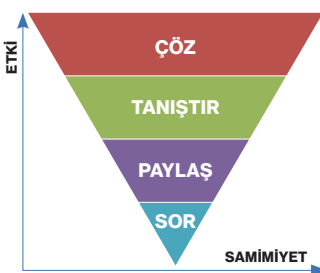
#### Networking'de Fayda Sunma Metodolojisi

Business Networking Akademisi'nin son 10 yılda 40 bin kişiyle gerçekleştirdiği çalışmalar doğrultusunda *3TA Fayda Sunma Metodolojisi* geliştirilmiştir. Network'ü güçlü olan ve yıllar içerisinde ilişkilerini sürdürmeyi başaran kişilerin ortak bir yaklaşımı tespit edilmiştir. Aşağıda, kişilerin ve kurumların sosyal sermayesini güncel tutması için dört aşamalı fayda sunma vizyonunu inceleyebilirsiniz:

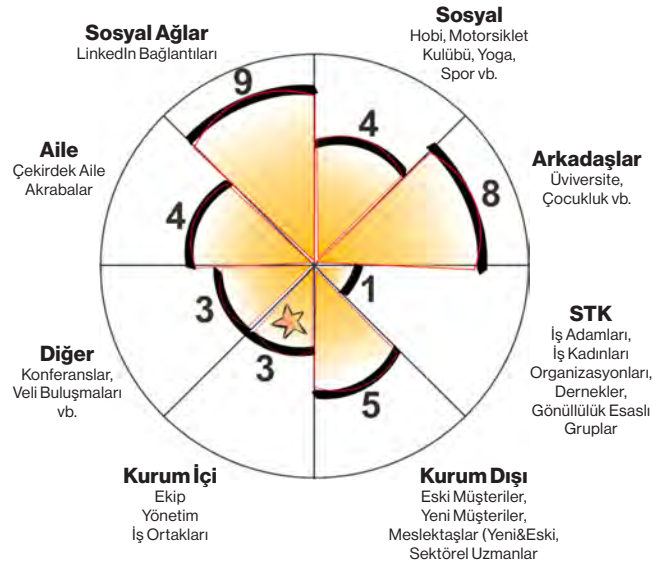
**1. Seviye (Sor):** Uygulaması en kolay olan ilk seviyede, network'ünüzde önceliklendirdiğiniz kişilerin başarı ve hedefleriyle ilgili gelişmeleri sormak; başarı ve hedeflerinin ne olduğunu öğrenmek için sohbet etmek, not almak ve hatırlamak gerekir. Ayrıca tanıştıktan sonra LinkedIn ve diğer referans kanallarından gelişmeleri takip etmek de önemlidir. BNA'daki son araştırmalar, önceliklendirilen ilişkileri güncel tutmak için en fazla altı ayda bir iletişime geçmenin kritik olduğunu göstermektedir.

**2. Seviye (Paylaş):** Network'ünüzdeki kişiye faydası olabilecek bir bilgiyi paylaşmak, sadece sormaktan daha etkili bir fayda sunma yöntemidir. Bu bilgi bir makale, kitap, haber, röportaj, rapor, broşür, gazete kupürü ve hatta öğrenilen bir bilgi olabilir. Önemli olan bilginin doğru ve güncel olması ve o kişinin özellikle kısa vadeli hedeflerini desteklemesidir. Paylaştığınız her neyse, karşı tarafta "Aradığım tam da buydu!" yani "Vay be!" etkisini oluşturabilmelidir.

**3. Seviye (Tanıştır):** Network'ünüzdeki kişilerle sohbet ederken, birinin başarısının diğerinin hedefiyle örtüştüğünü fark edebilirsiniz. İşte bu anlamlı bir tanıştırma sinyalidir. Tanıştırmalar, çok etkili bir fayda sunma yöntemidir. Ancak her tanıştırma aynı zamanda bir itibar riskidir. Özellikle yanlış tanıştırmalar, ilişkilere faydadan ziyade zarar verir. Taraflarda gereğinden fazla beklenti oluşturmak, tanıştırılan kişilerin birbirinin mesajına geri dönmemesi ya da bir tarafa maddi manevi zarar veren bir işbirliği olması yanlış tanıştırma örnekleri arasında sayılabilir. Tanıştırmalar dikkatli, özenli ve güncel olmalıdır. Tanıştırma doğru yapıldığında kişinin ve kurumun tanınırlığına büyük bir güç ve değer katar.



Business Networking Akademisi, 3TA™  
Fayda Sunma Metodolojisi



Business Networking Akademisi, Networking Önceliklendirme Çemberi

**4. Seviye (Çöz):** Fayda sunma sürecinde en yüksek etkisi olan adım birinin işini çözmek ve hedeflerini desteklemektir. Çözmek, torpil yapmak değildir. Birinin hizmetini satın almak, işe girmesini desteklemek, sağlıkla ilgili bir sorununa çözüm getirmek bu adımdaki bazı örnekler arasında sıralanabilir. Birinin işini çözmek kolay değildir. Çünkü, bir kişinin ya da kurumun network'ünde bulunan herkesle her zaman çalışmak mümkün değildir.

Özetle, ilk üç seviyedeki eylemlerinizi karşınızdaki kişilerin değer verdiği konularla ilişkinizi güncel tutma fırsatını sunar. Dördüncü seviye, yani birinin hedefine ulaşmasına, bir problemini çözmesine ya da bir engeli aşmasına destek olmak ilişkiyi derinden güçlendirir. Güven bağlarını oluşturur.

#### Networking Kilit Performans Göstergeleri (N-KPG)

Bu yazıdaki networking odaklı tespitler doğrultusunda, mevcut KPG'lerinizi şu sorulara verdiğiniz yanıtlarla yeni yılda güçlendirmenizi öneriyorum:

- Kimlerle ilişkilerimi güçlendireceğim?
- Kimlerle tanışmalıyım?
- İlişkileri başlatmak ve sürdürmek için kendimi hangi alanlarda geliştirmeliyim?
- *3TA Fayda Sunma Metodolojisi*'nden yola çıkarak kimleri, nasıl bir etki bırakarak desteklemeliyim?

**Sor:** İlişkilerimi çevreme fayda sağlayacak şekilde sürdürmem için kimlerin hedeflerini hoşsohbetle öğrenmem değerli olurdu?

**Paylaş:** Onlarla hangi fırsatları ya da bilgileri paylaşarak hedeflerini destekleyebilirim? Kendimi bu konularla ilgili nasıl güncel tutabilirim?

**Tanıştır:** Birbirini destekleyebilecek ve yeni işbirlikleri oluşturabilecek kimleri birbiriyle tanıştırmalıyım?

**Çöz:** Çevremde iş arayan kimler var? İş bulmalarını nasıl destekleyebilirim? Kimlere müşteri kazandırabilirim? Çevremi kişisel ve iş hedefleri doğrultusunda somut adımlar atmalarını nasıl sağlayabilirim? **B**