

Що таке дипворкінг і навіщо підприємцю глибокі зв'язки

Метаморфози нетворкінгу: від тренду № 1 до причини відчуття бруду · Чому нетворкінгу недостатньо · Основні принципи дипворкінгу · Дипворкінг як інвестиція · Уточнювальні запитання про дипворкінг · Що відбувається з культурою глибоких зв'язків · Знайдіть своє «навіщо» · Дипворкінг і щастя — де зв'язок?

МЕТАМОРФОЗИ НЕТВОРКІНГУ: ВІД ТРЕНДУ № 1 ДО ПРИЧИНИ ВІДЧУТТЯ БРУДУ

Можливо, ви також пам'ятаєте часи, коли нетворкінг вийшов на наш ринок. Якщо в США цей термін з'явився десь у 1970-х і до 1990-х набув статусу загальноживаного слова, то в українському бізнесі ще десять-п'ятнадцять років тому він звучав неймовірно свіжо. Це слово зачаровувало перспективністю й успішністю.

Коли розмови про нетворкінг (від *англ.* *net* — мережа, *work* — працювати) тільки поширювалися в нашому бізнес-середовищі, вони звучали максимально прогресивно. Мовляв, мережа зв'язків відкриває нові рівні можливостей. Автори ж видань про важливість бізнес-знайомств починали оповідь з історії, як хлопець із робітничої сім'ї завдяки зв'язкам став частиною американської еліти. Чи говорили вони правду? Гадаю, так. Нетворкінг і побудова кола ділового спілкування — це і чудовий інструмент, і просто корисна звичка в бізнес-практиці. «Нетворкінг можна вважати

інвестицією, яка окупитьесь в майбутньому» — слова не когось, а Ріда Гоффмана. Він став мільярдером, інвестувавши у Friendster, SocialNet і LinkedIn — компанії, які зробили нетворкінг по-справжньому масовим.

Наукова спільнота не оминула своєю увагою такого феномену. Німецькі вчені Ганс-Георг Вольф і Клаус Мозер з Університету Ерлангена-Нюрнберга цілих три роки вивчали зв'язок нетворкінгу та кар'єрних успіхів працівників німецьких компаній. Висновок цілком закономірний: що більших зусиль люди докладали до налагодження контактів, то вищою була їхня зарплата й рівень задоволення кар'єрою.

Проте цим висновком обмежилися ті, хто прочитав лише першу сторінку дослідження. Далі ж його автори пояснюють: надмірне фокусування людини тільки на зав'язуванні нових знайомств може призвести до налагодження взаємин із мінімальною довірою. А довіра — це саме та умова, яка потрібна для отримання вигід від нетворкінгу. Тож очевидно, що перевагу діловим контактам надає їхня глибина, а не кількість.

Зараз ми є свідками того, як тренд на нетворкінг поволі втрачає актуальність, а представники ділової сфери встигли сформулювати про нього власну думку. Зокрема, й негативну. Це зрозуміло: будь-яке суперпопулярне свого часу явище згодом наражається на критику. Однак у робочому документі Гарвардської школи бізнесу 2014 року я знайшов справді приголомшливе дослідження про те, як молоде покоління сприймає нетворкінг.

З'ясувалося, що процес знайомства за канонами класичного нетворкінгу змушує людей почуватися брудними. Як це визначили вчені? Вони дали студентам і молодим фахівцям сценарії, за якими ті мусили налагодити контакт із незнайомцями на коктейльній вечірці. А ще попросили оцінити

ставлення до предметів гігієни до і після самопрезентації. Дослідження показало, що учасники експерименту сприймали мило та зубну пасту на 19 відсотків позитивніше після вечора нових знайомств заради кар'єри.

Далі дослідження пояснює, чому результат виявився таким неприємним для респондентів. Річ у тім, як саме кожна людина оцінює власні вчинки з погляду моралі. Саме вчинки дають нам інформацію про те, хороший у нас характер чи поганий. Для кожного така оцінка буде суб'єктивною. Наприклад, коли хтось жертвує гроші на доброчинність, то найчастіше оцінює себе після цього як щедрого й уважного — гарна риса характеру. А коли людина переїдає, то оцінює саму себе як слабовольну — погана риса.

Так і з нетворкінгом: коли студенти чи молоді фахівці, не маючи особливої мотивації та бажання заводити знайомства, робили це, то оцінювали себе гірше. Цікаво, що старші фахівці з більшим досвідом показували менш гнітючий результат: вони не оцінювали себе після знайомств так погано. То чому ж в одних людей нетворкінг викликає моральні страждання та відчуття бруду, а для інших є чимось нормальним? Причина полягає в симетрії. Так, коли двоє незнайомців усвідомлюють двосторонню рівність, ділове знайомство буде для них радше позитивним досвідом. Якщо ж один із них відчуває, що знайомство потрібне йому більше і що він не може запропонувати нічого корисного у відповідь, знайомство перетворюється для нього на тортурі. Вчені пов'язують це з тим, що людині загалом неприємно почуватися егоїстичною.

Можливо, ці висновки видадуться вам очевидними. Та вони допомогли мені переконатися, чого не вистачає нетворкінгу і як дипворкінг дає змогу уникнути моральних труднощів. Утім, наукові дослідження — не єдине джерело моїх уявлень

про нетворкінг. Насамперед я орієнтуюся на вагоміший показник — особистий досвід.

ЧОМУ НЕТВОРКІНГУ НЕДОСТАТНЬО

Коли ви вперше почули слово «нетворкінг»? Я приблизно тоді, коли започаткував власний бізнес — років сімнадцять тому. Саме тоді нетворкінг став вірусним: спершу як бізнес-тренд, популярність якого вже незабаром вийшла за рамки ділової сфери.

Однак мати зв'язки й шукати однодумців — не такий уже й новий процес, чи не так? Люди завжди намагалися виконувати свої завдання з допомогою інших. Тому, попри популярність нового поняття, я відчув потребу в розширенні зв'язків абсолютно природно — з розвитком власного бізнесу.

Що це був за час? Донецьк, 2006–2007 роки. У мене бізнес із вагового обладнання, який я прагну розвивати: виходити на нові ринки, продавати нові продукти. Ентузіазму було багато більше, аніж знань і практики. Тож я замислився над тим, як знайти людей із досвідом і поставити їм запитання: «Як ви це зробили?». Але де шукати таких людей? На той час у моєму місті особливо не було великих об'єднань і ком'юніті підприємців. Про онлайн-заходи тоді теж ніхто не знав. Єдиний вихід полягав у тому, щоб читати доступну бізнес-літературу й ходити на місцеві заходи, як-от форуми та семінари. Саме там із високою ймовірністю мені могли зустрітися такі підприємці, як я. І таки зустрілися, десятки людей. Гадаєте, ті знайомства допомогли моєму бізнесу? Не те щоб дуже. Звісно, я багато знайомився, спілкувався, отримував інформацію від інших людей. Але здебільшого знайомства лишалися малозмістовними. Так, у мене є візитівка людини, її контакти, інформація про бізнес та експертизу. Час від часу

ми можемо перетнутися на заходах чи навіть привітати одне одного зі святами. Але чи звернуся я до цієї людини, коли мені щось знадобиться? Навряд чи.

Усе, що ми зі знайомими знали одне про одного, лежало в раціональній площині: рід діяльності, ринкова ніша, досвід у різних ділових питаннях. Такі контакти здавалися корисними: ось у мене людина, яка масштабувала власний бізнес, а ось людина, що відкрила склад у Києві. Водночас було безліч причин, через які я не звертався до них із цих питань, а наша співпраця не пододала рівня гіпотези.

Тепер я розумію, що ті перші спроби зав'язати ділові взаємини не вдалися з однієї простої причини — були надто поверховими. Щоби сподіватися на реальну допомогу знайомого бізнесмена, треба бути з ним спорідненим духом, темпераментом, цілями. Наразі ці абстрактні поняття легко можна вмістити в три слова: цінності, переконання, місія. Коли щось із названого збігається, люди відчувають схожість, яка, можливо, сприятиме допомозі.

Що бентежить у нетворкінгу особисто мене? Мабуть, надто багато умов із формулюванням «ви повинні». «Ви повинні знайомитися з десятьма людьми на день», «ви повинні заводити знайомства ще до того, як з'явиться потреба», «ви повинні вміти презентувати себе», «ви повинні знайомитися із професіоналами з різних сфер: від політики до шоубізнесу» і ще низка умовностей. Коли я читаю ці поради, назріває запитання: «А що, як мені не вдасться це виконати? Невже решта всіх старань нівелюється?». Такий підхід відштовхує своєю повчальністю й негнучкістю.

Натомість я максимально намагаюся прибрати з лексикону слова «повинен», «раджу», «рекомендую». Не тільки тому, що мені не до вподоби брати на себе відповідальність за чужий вибір (хоча це також). Основна причина полягає в тому,

що немає жодних правильних чи неправильних підходів: кожна зріла людина має власне бачення таких речей.

Так я потрохи усвідомив, що маю особистий досвід використання чогось геть іншого під час знайомств і налагодження взаємин — уже не нетворкінгу. І якщо певні ознаки нетворкінгу й збереглися, то фактично йдеться про зовсім інший підхід. Так виник дипворкінг — створення глибоких зв'язків.

ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ДИПВОРКІНГУ

Щоб вибудовувати зв'язки, на які справді можна покладатися в майбутньому, потрібна глибина. Саме вона — та особливість дипворкінгу, що робить його окремим поняттям. А втім, не заперечуватиму: дипворкінг з'явився як надбудова до нетворкінгу, коли другий перестав задовольняти мої потреби як підприємця. Тому якщо вам здається, що вони чимось подібні — так і є. Дипворкінг лише посилив цінності нетворкінгу, а також розвинув і доповнив деякі принципи. То що це за принципи?

Рівний з рівним

Пам'ятаєте висновок вищезгаданого дослідження про те, що комфортне ділове знайомство потребує симетричного спілкування двох осіб? Так, коли фахівці й підприємці відчувають, що змушені підлещуватися до когось впливовішого, це спричиняє опір власне ідеї формування ділової мережі контактів. Цей принцип дипворкінгу якраз усуває таку проблему.

У дипворкінгу ви від початку спілкуєтеся з іншою людиною як рівний з рівним — або, як ще кажуть, peer-to-peer. Так чи так, це допомагає вам полегшити комунікацію з перших

хвилин. Ви не відчуваєте, що хтось із вас двох надто перевершує іншого своїм впливом. І навіть якщо у вас справді різний досвід, вік і досягнення, це не визначає глибину ваших взаємин. У наступних розділах ви обов'язково дізнаєтеся, як з першого знайомства досягти такої рівності.

Давати — брати — давати

Цей принцип зумовлений попереднім. Щоб почуватися рівним із новим діловим приятелем, сподіваючись на допомогу від нього, важливо бути готовим надати її навзаєм. «Але ж це принцип класичного нетворкінгу», — можете заперечити ви. Не зовсім.

Коли ми вибудовуємо глибокі зв'язки, принцип «давати — брати — давати» варто сприймати в широкому сенсі. Йдеться не так про послугу між двома людьми, як про замкнену екосистему, де кожен жест допомоги компенсується в різні способи, іноді зовсім не прогнозовані.

Як це працює? За наявності глибоких зв'язків ви допомагаєте одній людині, а у відповідь отримуєте допомогу від абсолютно іншої. Схоже на магію. Проте зараз я переконуюся, що це звичайна життєва закономірність. Ви можете зустрітися з однією людиною і випадково отримати від неї інформацію, яку шукали тиждень тому й не знали, де її взяти. І так відбувається в усьому: від дрібниць до серйозних речей.

Секрет у тому, щоби бути відкритим і безкорисливим, коли йдеться про допомогу іншим. Звісно, ми зав'язуємо глибокі взаємини не просто так — надіємося рано чи пізно отримати від них користь. Однак це може статися несподівано, і до цього треба бути готовим. Але глибокий зв'язок між людьми не тотожний ринковим відносинам на кшталт: «Я допоміг тобі сьогодні й чекаю від тебе допомоги у відповідь; якщо ж ти не допоміг мені протягом тижня чи місяця,

то я викреслюю тебе зі списку друзів». Дуже важливо правильно розуміти принцип «давати — брати — давати» та поділяти його.

Щирість

Глибокі взаємини складно уявити без щирості. Така собі протилежність слогана «fake it till you make it» — удавайте, доки це не стане правдою. Для формування ж глибоких зв'язків не потрібно прагнути здаватися кращими, ніж ви є насправді.

Чому це окремих принцип дипворкінгу? Тому що він не зобов'язує вас неодмінно здаватися корисними іншим людям для того, щоб вони побачили у вас потенціал.

«Я навряд чи зможу допомогти в цьому питанні, бо мій досвід перетинається з твоїм. Але обов'язково дам знати, коли мені зустрінеться людина, яка буде для тебе корисною». Відповісти так набагато ліпше, аніж вигадувати собі додаткові регалії чи намагатися прикрасити ті, що є. Ще гірше — пообіцяти й не зробити. Глибокі взаємини зав'язуються не на один день. І гарна самопрезентація з децицею вигадки може спрацювати на першій зустрічі, але втратити своє значення на наступних.

Порядність

Цей принцип я схарактеризував би так: налагодження взаємин — це взаємообмін. Якщо ви посадили дерево й хочете, щоб воно дало плоди, мусите його поливати, удобрювати під ним ґрунт, захищати від шкідників. Якщо не виконувати цих умов, дерево, природно, відплатить тим самим: спочатку не дасть урожай, а зрештою зачахне і пропаде.

Хіба не те саме ми бачимо в інших сферах життя? Ми вкладаємо в бізнес свій час, ідеї та кошти — і бізнес зростає.