

# NETWORKER

zamieniamy kontakty na kontrakty

Na początku czerwca w Warszawie odbyły się trzydniowe warsztaty dla Dyrektorów Asystujących BNI Polska. Mimo wielkiego upału zebrała się ponad 30-osobowa grupa osób głodnych wiedzy. Warsztaty poprowadziła Laura Hurren (Executive Director BNI UK). Uczestnicy dowiedzieli się wszystkiego o rozwoju i tworzeniu nowych grup.

Sylwia Warszawska i Artur Sójka o ważnym szkoleniu

## Wiedza i inspiracje Laury Hurren



**L**aura Hurren kieruje się mottem „żyje się tylko raz, więc to co robisz, rób dobrze”. Dyrektorzy Asystujący i Regionalni BNI Polska na czerwcowym szkoleniu w Warszawie mogli więc być spokojni o jego poziom.

mówili o konkretach, m.in. w jaki sposób i jakich przedsiębiorców zapraszać, jak prowadzić spotkanie informacyjne, by było interesujące i jednocześnie przekazywało jak najwięcej wiedzy o BNI. Odpowiadali też na liczne pytania.

Na warsztatach poruszone były między innymi takie tematy jak:

- ▶ znalezienie odpowiedniego miejsca na spotkanie
- ▶ gdzie szukać potencjalnych członków
- ▶ jak prowadzić spotkania informacyjne i rejestracje
- ▶ wybór nowych członków z właściwą postawą
- ▶ szkolenia członków, aby zwiększyć Zespół Założycielski

Ostatnim punktem szkolenia, było rozdanie certyfikatów, które uprawniają (po podpisaniu stosownej umowy z BNI Polska Sp. z o.o.) do tworzenia nowych i prowadzenia istniejących grup BNI według procedur i standardów przekazanych podczas szkolenia.

Laura była jednym z założycieli BNI w Wielkiej Brytanii, obecnie jest dyrektorem zarządzającym grupami w Londynie i Birmingham oraz Co-National Director we Włoszech. Na szkoleniu w Polsce skupiła się na tym jak stworzyć nową, 20-osobową grupę BNI w 15 tygodni, a w następnych miesiącach rozszerzyć ją do 45 osób.

Odbywające się co pół roku szkolenia Dyrektorów BNI są doskonałą okazją nie tylko do zdobycia wiedzy, ale także podzielenia się swoimi doświadczeniami i do integracji w grupie. Tym bardziej, że gościmy zwykle kogoś z zagranicy – ostatnio dyrektora BNI z Czech. Prowadzącym jest zazwyczaj gość z Wielkiej Brytanii, Szwecji lub Stanów Zjednoczonych.

Sylwia Warszawska

Laura Hurren i Grzegorz Turniak, Prezes BNI Polska, na szkoleniu

Artur Sójka

## Czy w polskich realiach łatwo budować struktury BNI?

Jakie są bariery rozwoju? Jakie są korzyści z przynależności do BNI? O tych problemach pisze Grzegorz Turniak, Prezes BNI Polska:

**P**rawdę powiedziawszy nie ma wielkich różnic. Ludzie biznesu mówią na całym świecie jednym językiem – językiem rekomendacji. Wyniki badań pokazują, że **poziom zaufania w polskim społeczeństwie jest dwukrotnie niższy niż w innych krajach zachodnich**. Polacy mają też mniejsze doświadczenie w działaniach w izbach gospodarczych, klubach biznesu, stowarzyszeniach profesjonalistów. Tym niemniej poziom aspiracji i chęć uczenia się są ogromne. W BNI mamy mało osób powyżej 40-50 roku życia. Po-

kolenie tkwiące mentalnie w poprzednim systemie mniej chętnie i wolniej angażuje się w nowe inicjatywy. Procentowy udział członków z tej kategorii wiekowej to w Polsce około 10 proc., a na Zachodzie ponad 40 proc. Do BNI garną się u nas młodzi wiekiem i stażem w biznesie. Budowa społeczności rekomendacji biznesowych w każdym kraju zaczyna się od znalezienia liderów zainteresowanych takim narzędziem pozyskiwania klientów i miejscem rozwoju zawodowego i osobistego. To wszędzie największa bariera. Inną jest nauczanie się i wdrożenie know-how BNI.

Przeszedłem wiele szkoleń, przeczytałem kilkadziesiąt książek i przesłuchałem dziesiątki CD na ten temat. **W pełni zrozumiałem mechanizmy tworzenia**

**grup przedsiębiorców po około 10 tys. godzin intensywnego i praktycznego zajmowania się tematem.** Jak zwykle diabeł tkwi w szczegółach. Nasza organizacja oparta jest na wiedzy, więc potrzebowaliśmy kilku pełnych cykli funkcjonowania grup, by w pełni zdobyć niezbędne informacje i praktykę.

Kolejną barierą było sprawienie, żeby członkowie czuli się właścicielami grup, wzięli na siebie odpo-

*Budowa społeczności rekomendacji biznesowych w każdym kraju zaczyna się od znalezienia liderów*

wiedzialność za ich funkcjonowanie i rozwój. Aby grupy mogły funkcjonować, potrzebni są skuteczni



i doświadczeni dyrektorzy asystujący z dwuletnim doświadczeniem członkowskim. Pierwsze dwa lata to było wielkie wyzwanie, gdyż takich osób nie było. Na szczęście to za nami. Mamy ponad 320 członków, wielu z nich jest już dwa, trzy czy cztery lata w strukturach, więc mamy z czego wybierać. Niektórzy, zadowole-

c.d. na s. 2

dokończenie artykułu ze s. 1

ni z udziału w spotkaniach BNI, sami się zgłaszają, by pełnić różne role i móc się rozwijać.

### Jakie korzyści daje członkostwo w BNI?

Dzięki członkostwu w BNI jesteś w sytuacji, jakby kilkudziesięciu handlowców pracowało dla ciebie. Każdy, kto należy do BNI, ma przy sobie wizytówki osób z grupy i kiedy rozmawia z klientem czy znajomym, stara się dostrzec, jakie potrzeby może zaspokoić inny członek grupy. Następnie pomaga stronom nawiązać kontakt. Korzyściami są: zwiększona widoczność na rynku – bezpłatny PR przez 20-40 członków grupy, wzrost sprzedaży dzięki rekomendacjom, pozyskanie kontaktów do ponad 300 firm rocznie, narzędzia efektywnego budowania sieci kontaktów, czyli CD, podręczniki, artykuły, blog, podcast, a także możliwość uczestniczenia w cotygodniowych spotkaniach przez cały rok, bezpłatny udział w niektórych konferencjach i targach, regularny coaching, szkolenia, warsztaty i wykłady z networkingu, sztuki prezentacji, rekomendacji, praktyczna szkoła przywództwa dzięki pełnieniu różnych ról w grupie i wiele innych.

Networkingu słyszałem już dawno od mojej koleżanki, z którą odbyliśmy praktyki studenckie. Opowiadała mi o wykładzie Grzegorza Turniaka. Wtedy pomyślałem, że to fajny pomysł, ale nie zrobiłem nic w kierunku zapoznania się ze szczegółami. Na pierwsze spotkanie BNI zaprosiła mnie koleżna znajoma, **Monika Kasprzyk**, dyrektor BNI w Poznaniu. Przystąpiłem na spotkanie w grudniu 2009 roku. W chwili, w której przedstawiano ideę BNI, przez umysł przebiegła mi myśl, że wszyscy moi klienci to klienci z polecenia innych klientów lub współpracowników... Decyzję podjąłem od razu, wiedząc, że jeśli jej nie podejmę teraz, to później będę szukał wymówek: że spotkania zbyt wcześnie rano, że koszty nieplanowane...

Dzisiaj działam w BNI od 6 miesięcy. Nawiązałem kontakt z kilkoma firmami, dla których pracuję jako trener, wspierając rozwój kompetencji sprzedażowych pracowników ich firm. Równie ważne są dla mnie inne

Sierpień jest typowym miesiącem wakacyjnym ale nie dla naszego Prezesa. GT zrealizował cały cykl wykładów „Polowanie na Słonia” w Gdańsku, Olsztynie, Łodzi, Katowicach, Krakowie i Warszawie.

Grzegorz na podstawie swojego doświadczenia w międzynarodowych korporacjach (Neumann, SAP, job-pilot.pl) i publikacji o tym samym tytule S. Kaplana zaprezentował główne czynniki, które muszą być wcielone w życie przy polowaniu na Słonia – czyli klienta, z którym podpisujesz gigantyczny kontrakt i dzięki któremu znajdziesz się w czołówce. **Słuchaczami opiekowali się członkowie i sympatycy BNI Polska.**

Dzięki dużej skali promocji wykładów przez ogólnopolskie media i partnerów, takich jak MT Biznes, Bizon Media czy Marketingowiec.pl na wykład w ciągu miesiąca zarejestrowało się 1000 osób.

Na spotkaniach można było się dowiedzieć:

- ▶ jak wykonać listę potencjalnych Słoni?
- ▶ o czym należy pamiętać negocjując ze Słoniem?
- ▶ jak unikać podstawowych błędów w kontaktach?
- ▶ jak znaleźć sojuszników, którzy pomogą podpisać i utrzymać kontrakt ze Słoniem?

## Łatwiejsze życie

aspekty działalności w BNI. Poznałem tutaj wiele otwartych, wartościowych osób, z którymi dobrze się czuję. Doskonałą swoje umiejętności sprzedażowe i autoprezentacyjne.

Dla mnie jako trenera w biznesie to bardzo ważne, aby doskonalić swoje umiejętności w praktyce. Czuję się członkiem ważnej społeczności, w której łączy nas optymistyczne podejście do życia i to, że mamy wspólne cele.

Skuteczność BNI najdobitniej potwierdza kontakt z Panem Cezarym Augustynowiczem z niemieckiej firmy Lenkzes oraz More 7 z BNI w Dusseldorfie. Pierwsza firma oferuje specjalistyczne narzędzia mocujące do wtryskarek i frezarek, druga rozwiązania informatyczne dla firm. Pan Cezary szukał firmy szkoleniowej dla swojego zespołu handlowców w Poznaniu. Pierwsze, co

# Tourné Grzegorza



I to wszystko w polskich realiach biznesowych, które GT zna doskonale.

Cykl wykładów „Polowanie na Słonia” zawdzięczamy pomysłowi i realizacji Ryszarda Chmury, właściciela agencji marketingu zintegrowanego [www.promoagency.pl](http://www.promoagency.pl). Agencja pomaga klientom zwiększyć sprzedaż, zaistnieć w Internecie lub wyróżnić swoją ofertę wśród konkurencji. Specjalizuje się w planowaniu działań marketingowych. Jej klientami są zarówno nowe firmy, duże spółki jak i międzynarodowe korporacje. W Agencji są 4 główne działy: Design – projektowanie i kreacja, Interactive – kreacja i nowe technologie



w Internecie, Marketing – planowanie skutecznych działań, Events – organizacja i obsługa eventów. Ryszard Chmura jest również wiceprezesem grupy BNI Kings z Krakowa (tel. 512 355 415).

Więcej informacji na stronie [www.polowanienaslonia.pl](http://www.polowanienaslonia.pl)



**Maciej Sasin** – trener, coach, konsultant ds. szkoleń. Socjolog, filozof, absolwent studiów podyplomowych psychologia w zarządzaniu. Praktyk NLP, ukończył kurs analizy transakcyjnej, przygotowujący do testu 101. Wykładowca i trener zagadnień z zakresu psychologii w biznesie oraz w rozwoju osobistym. Autor wielu programów szkoleniowych. Przeprowadził 350 dni szkoleniowych dla 1500 uczestników. Specjalizuje się w zagadnieniach związanych z komunikacją interpersonalną, sprzedażą, obsługą klienta i rozwojem kompetencji kierowniczych. Prywatnie jest miłośnikiem malarstwa, jazzu nowoczesnego i dobrej książki.

Życie z BNI jest łatwiejsze :)

Maciej Sasin  
BNI Prestige Poznań  
Akademia Rozwoju Kompetencji  
[www.ark-doradztwo.pl](http://www.ark-doradztwo.pl)

Opinie uczestników zebrane po wykładach

Bardzo dziękuję za wykład, a także za stworzenie okoliczności do robienia interesów. Do tej pory odnosiłem się z dystansem do networkingu, gdyż moi pracownicy wynosili z takich spotkań wiele kontaktów, które jednak w żaden sposób nie przekładały się na realne zlecenia. Dlatego postanowiłem wybrać się sam na taki event i cóż... zdobyłem dwa nowe zlecenia :-)

Rozważam przystąpienie do BNI w Krakowie, o ile jest tam jeszcze miejsce dla prawników.

Pozdrawiam i dziękuję.

Aleksander Kuczek,  
Account Manager,  
KUCZEK-MARUTA, KANCELARIA RADCÓW PRAWNYCH,  
Tel +48 12 429 43 03,  
akuczek@kuczekmaruta.pl,  
www.kuczekmaruta.pl

\*\*\*

Witam i dziękuję za prezentację. Wykład był naprawdę pouczający. Generalnie oferta mojej firmy kierowana jest do małych firm z branży turystycznej takich jak agroturystyki, hotele, restauracje, ale chciałbym też uderzyć do Słoni czyli do miast, gmin, regionów, parków narodowych, ale widzę też parę możliwości wykorzystania portali społecznościowych w firmach typu delikatesy Piotr i Paweł itp. Na razie po pana wykładzie widzę, że muszę jeszcze popracować nad swoją ofertą, a ponadto znaleźć kogoś, kto zechce się w tych firmach nad nią pochylić. Także jeszcze raz dziękuję za wykład i za slajdy, w moim przypadku bardzo się przydadzą. Pozdrawiam,

Emil Krzemiński,  
emil@firstlife.pl

PS. Dziękuję również za przybliżenie zagadnień networkingu. Słyszałem wcześniej od znajomego o BNI, ale dzięki wykładowi poznałem, na czym polega networking i jak mogę z niego skorzystać.

Witam, wykład był świetny! Szczerze, to nie jest wiedza nowa dla mnie, ale przyznam, że czasami zapominam stosować to, co znam :) Przeorganizowałam tekst ofert do klientów. Zgodnie z sugestią z wykładu, aby napisać „Widzę, że jesteście państwem firmą...” itd. Bardzo trafne i wiem, jak działa na mnie :) Pozdrawiam gorąco z Koninek. Urwałam się z wakacji, aby wyskoczyć na Pana wykład, a teraz kontynuuję relaks.

Anna Kasprzyk,  
kasprzyk.anna@gmail.com

\*\*\*

Witam, po pierwsze gratuluję świetnego przedstawienia, otrzymałem dawkę wspaniałych wskazówek. Po wtóre – już w przyszłym tygodniu będę miał okazję skorzystać ze zdobytej wiedzy, tym bardziej dziękuję za slajdy, będę mógł się lepiej przygotować do rozmów. Jeszcze raz gratuluję i pozdrawiam,

Łukasz Blacha,  
NZZ AGH,  
lukasz.blacha@nzsagh.pl

\*\*\*

Panie Grzegorz, miałem przyjemność uczestniczyć w spotkaniu w Krakowie. Bardzo dziękuję za Pański wykład – uzyskałam na nim wiele cennych informacji, które na pewno będą pomocne (i już w pewnym sensie są) w pracy z dużymi klientami. Będąc pod wrażeniem pana wiedzy i sposobu jej przekazywania, polecam się z agencją kreatywną 1000ideas (www.1000i.pl), której jestem częścią oraz sklepem z designem – www.designersko.pl – który prowadzę :) Pozdrawiam serdecznie

Maciej Młynek  
creative & design director  
gsm: +48 509 156 274  
mail: maciek@1000i.pl

## Coach a mentor

**Grzegorz Turniak:** Mentor jest niedocenioną instytucją. To ktoś, kto już robi to, co ty chciałbyś robić. Jest źródłem wiedzy, informacji na temat powiązań, które można zdobyć tylko poprzez doświadczenie. Jak na razie mamy renesans coachingu. Coach to doświadczony profesjonalista w danej branży, osoba będąca ekspertem w zakresie krytycznego myślenia i rozwiązywania problemów, nierzadko osoba zarządzającą firmą. Szkoli młodsze osoby lub mniej doświadczone, jest przewodnikiem. Nie musi być konieczne specjalistą w danej dziedzinie, ważne, żeby był dobrym słuchaczem. Powinien posiadać umiejętność puentowania pytaniami, dzięki czemu pomoże osobie coachowanej osiągać jej cele. To funkcja analogiczna do trenera sportowego albo łagodniej – do roli mądrej babci, która uniemożliwi oszukiwanie samego siebie.

**Coach jest wyłącznie doradcą, niczego nie sugeruje i nie wyjaśnia, a na pewno nie podsuwa gotowych rozwiązań.**

Z kolei mentor pomaga poruszać się w świecie biznesu. Mentor uczy, jak szybko orientować się, kto jest ważny, gdzie, z kim i w jaki sposób rozmawiać, by być skutecznym.

Coach jest wyłącznie doradcą, niczego nie sugeruje i nie wyjaśnia, a na pewno nie podsuwa gotowych rozwiązań. Mentor jest bardziej nauczycielem, mistrzem, który, w przeciwieństwie do coacha, zazwyczaj nie pobiera honorarium za swoją pomoc. Mentorzy sami zauważają tych, którzy z zaangażowaniem realizują swoje pasje.

(...) Coaching staje się coraz bardziej rozpowszechnioną metodą inwestowania w kapitał ludzki. Szkolenia często już nie wystarczają. Zajęcia szkoleniowe mają tę wadę, że można na nich coś usłyszeć,

przetrenować, jednak z reguły – po powrocie do biura – nie zmienia się swoich nieefektywnych nawyków. Jak dowodzą badania, tylko niewielki procent przeszkolonych osiąga założone cele. Natomiast coaching to pomoc „szyta na miarę”. To jest współpraca z konkretnym człowiekiem, z jego talentami, fizycznością i ograniczeniami.

Z kolei rola mentora jest bardziej miękka, nie ma choćby sztywnego harmonogramu spotkań. Duże korporacje czasami dedykują mentoring tak zwanym mniejszościom, czyli kobietom czy homoseksualistom. Część osób sama wyszukuje sobie mentorów i to jest rzecz trudna z dwóch powodów. Pierwszy powód jest taki, że nie ma ustrukturyzowanej wiedzy na temat mentoringu, a można przecież zrobić komuś krzywdę. Spotkałem się zaledwie z dwiema książkami, poruszającymi tę tematykę, nie licząc pojedynczych rozdziałów w zbliżonych tematycznie publikacjach. Mentorem może być szef, który jest profesjonalistą, który lubi dzielić się wiedzą. Taką osobą był mój ojciec, który od lat utrzymywał kontakty ze swoimi byłymi pracownikami. To wręcz niewiarygodne, że po 40–50 latach oni wciąż dzwoniли, wysyłali okolicznościowe kartki. Przypuszczam więc, że talent odziedziczyłem po ojcu i jest on skierowany bardziej w kierunku mentoringu niż do coachingu.

Tak jak mówiłem wcześniej, mentor mówi i dzieli się wiedzą, kontaktami. Natomiast coach, pytając i słuchając, precyzyjnie i odpowiedzialnie prowadzi daną osobę w kierunku założonych przez nią celów.

Z rozmowy Małgorzaty Bładowskiej „BUSINESS APPLICATIONS REVIEW” – portalu z informacjami o specyfice i zaletach poszczególnych rozwiązań systemowych, przykładami konkretnych wdrożeń, testami porównawczymi a także wywiadami eksperckimi.

## Członkowie BNI polecają

Każda grupa BNI powinna mieć dostęp do następujących pozycji o networkingu:

- ▶ Networking. Jak znaleźć pracę i odnieść sukces zawodowy dzięki tworzeniu sieci kontaktów. – M. Tullier
- ▶ Sprzedaż przez referencje – J.S. Black
- ▶ 10 założeń networkingu – L. James
- ▶ Biznes to sport kontaktowy – T. Richardson, A. Vidaurreta, T. Gorman
- ▶ Jak to powiedzieć – S. RoAne
- ▶ Nigdy nie jedź sam – K. Ferrazi

- ▶ Wiadro pełne galaretki – A. Bounds
- ▶ Jak wykorzystać networking w sprzedaży – M. Salmon
- ▶ Powiedz o mnie innym – B. Cates
- ▶ Czarna książeczka budowania kontaktów – J. Gitomer
- ▶ Profesjonalny networking – G. Turniak, R. Wendt
- ▶ W zasięgu jednego telefonu – D.Garr, Jeffrey W. Meshel
- ▶ Polowanie na słonia – Steve Kaplan

*Przyjemnej lektury!*

# Rzecznik patentowy

Rzecznik patentowy występuje jako zawodowy pełnomocnik w sprawach rozwiązań i oznaczeń innowacyjnych, na które można uzyskać wyłączność na określonym terytorium na pewien określony okres czasu. Rzecznikiem patentowym może zostać osoba posiadająca wykształcenie prawnicze lub z dziedziny nauk technicznych, inżynierskie, która ukończyła trzyletnią aplikację i zdała państwowy egzamin.

## Uzyskanie praw wyłącznych – monopolu

Wyłączność na korzystanie z poszczególnych rozwiązań i oznaczeń zdobywa się poprzez zgłoszenie ich do odpowiedniego urzędu (w Polsce – Urząd Patentowy RP). Można dokonywać zgłoszeń w wielu krajach, istnieją także procedury uzyskiwania praw wyłącznych na terytorium całej Unii Europejskiej (znaki towarowe, wzory przemysłowe). Po przeprowadzonym postępowaniu uzyskać można tzw. prawo wyłączne (patent, prawo z rejestracji lub prawo ochronne – w zależności od

przedmiotu ochrony), potwierdzone specjalnym dokumentem. Daje to monopol na komercyjne korzystanie z rozwiązania lub oznaczenia w danym kraju.

## Na co można uzyskać prawa wyłączne?

Prawa wyłączne uzyskać można na określone rozwiązania i oznaczenia – do najważniejszych należą wynalazki, wzory użytkowe, wzory przemysłowe i znaki towarowe. **Wynalazki i wzory użytkowe** to nowe rozwiązania o charakterze technicznym – ich ochrona daje wyłączność na stosowanie danej technologii, urządzenia, wytwarzanie nowej substancji. **Wzory przemysłowe** to nowe, oryginalne postacie wytworów – prawo z rejestracji wzoru chroni wygląd zewnętrzny produktu. **Znaki towarowe** to oznaczenia usług i towarów. Mogą mieć postać słowa, słowa połączonego z grafiką, samej grafiki. Uzyskana ochrona daje wyłączność na korzystanie z takiego oznaczenia dla danych towarów, produktów albo dla danych usług.

## Korzyści

Korzyści z uzyskania ochrony dla wynalazku, wzoru użytkowego lub znaku towarowego są znaczne. Uzyskana wyłączność korzystania z nich daje pewną przewagę na rynku. Można zainwestować w rozwój danego rozwiązania, produktu, technologii, można promować swoją markę i mieć gwarancję, że z wypracowanej na rynku pozycji nie będą mogli w nieuprawniony sposób korzystać inni. Prawo wyłączne w postaci patentu, prawa ochronnego na wzór użytkowy czy znak towarowy oraz prawa z rejestracji wzoru przemysłowego jest też składnikiem majątku przedsiębiorstwa. Można odpłatnie udzielić licencji innym osobom czy spółkom na korzystanie z nich, można je też sprzedać. Posiadanie wyłączności na korzystanie z innowacyjnych rozwiązań, oryginalnych oznaczeń, logo, dodaje też prestiżu danej działalności.

## Rola rzecznika

Rzecznik patentowy może występować jako pełnomocnik, prowadzić sprawę i pomagać na wszystkich etapach postępowania w sprawach z zakresu własności przemysłowej. Do zadań rzecznika należy zarów-

no badanie rozwiązań lub oznaczeń, przygotowywanie i dokonywanie zgłoszeń, reprezentowanie zgłaszającego przed Urzędem Patentowym, jak i dokonywanie czynności mających na celu utrzymanie ochrony i egzekwowanie roszczeń od osób dokonujących naruszeń praw wyłącznych. Rzecznik może występować jako pełnomocnik zarówno w postępowaniu przed Urzędem Patentowym (postępowanie administracyjne), jak i przed sądami rozpatrującymi m.in. sprawy o naruszenia praw (w postępowaniu cywilnym).

Rzecznicy patentowi przygotowują także umowy z zakresu prawa własności przemysłowej (np. umowy z wynalazcami, projektantami, umowy licencyjne), opracowują strategię uzyskiwania praw wyłącznych i zarządzania nimi.

Każdy rzecznik musi obowiązkowo posiadać ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej. Obowiązuje go także tajemnica zawodowa.

*Aleksandra Kacperska  
prawnik, rzecznik patentowy  
BNI Kings, Kraków*

## Pierwszy milion można zarobić na studiach

Coraz większa liczba młodych przedsiębiorców działających w Akademickich Inkubatorach Przedsiębiorczości zasilają szeregi BNI.

AIP ułatwiają młodym osobom start w biznesie poprzez innowacyjny na skalę europejską sposób na prowadzenie firmy na zasadzie pionu AIP (w programie preinkubacji), bez konieczności zakładania własnej działalności gospodarczej, co ogranicza koszty, biurokrację oraz ryzyko młodych przedsiębiorców i pozwala im skoncentrować się na rozwijaniu swojego bizne-

sowego przedsięwzięcia. W ramach prowadzonej do Fundacji Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości składki miesięcznej (ok 200 zł) młody przedsiębiorca ma zapewnioną niezbędną przestrzeń biurową, porady prawne, księgowość i szkolenia. AIP daje więc młodym przedsiębiorcom zaplecze, a BNI to, co decyduje o sukcesie w biznesie – sieć kontaktów.

W Polsce najsilniejszą reprezentację AIP ma w bydgoskiej grupie Eagles. Działają tam już trzy takie firmy. Agencja Wydawnicza – PR AS Media (wydawca gazety internetowej InfoBydgoszcz.pl) jest w BNI od początku swojego istnienia, czyli dwóch lat. – Zarabiamy na sprzedaży powierzchni reklamowych w portalu. 80% naszych klientów pochodzi z BNI. 20% zapewnia nam nasza renoma. Szczególnie cenimy

sobie klientów z polecenia. W ich przypadku nigdy nie ma problemów z płatnościami, no i są to klienci na lata – mówi **Joanna Kempka**, reprezentująca firmę w BNI Eagles. **Szymon Lach** z Akademii Przemawiania Golden Speech dołączył niedawno. – Przystąpiłem do BNI po to, by „połowić na słoniu” (pozyskanie klientów dających duże zlecenia – przyp. A.K.). Wierzy w zasadę Givers Gains. Skupia się na pomocy innym członkom grupy. Wie, że jego dobre intencje i działania z czasem zamienią się w intratne zlecenia. Za swój największy sukces uważa sytuację, kiedy nowy członek trafił do BNI z jego rekomendacji.

Od momentu rozpoczęcia funkcjonowania w 2004 r. Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości przygotowały do wyjścia na rynek ponad 3000 start-upów. Obecnie

z usług AIP korzysta ponad 1100 firm, które do końca października 2009 wygenerowały 24 000 000 zł przychodu. Wśród nich są projekty o wysokim potencjale technologicznym, takie jak Apeiron RD – właściciel kilku patentów chroniących unikalny katalizator służący do przyspieszania i przeprowadzania procesów chemicznych wykorzystywanych przy produkcji leków. Są również firmy, których model biznesowy oparty jest na wiedzy założyciela, np. SunShine Profits anglojęzyczny portal internetowy stworzony przez doktora jednej z warszawskich uczelni, który największe dochody czerpie z przygotowywanych dla inwestorów indywidualnych i instytucjonalnych analiz rynku metali szlachetnych.

*Artur Sójka & A.K.*



NETWORKER – kwartalnik członków i sympatyków BNI w Polsce  
Dostępny bezpłatnie poprzez struktury BNI

Wydawca: Grzegorz Turniak, turniak@bnipolska.pl  
Redaktor naczelny: Artur Kubanik, artur.kubanik@bnipolska.pl  
Skład: Pracownia Register (BNI Dragons), www.pracowniaregister.pl  
Druk: Drukarnia aARA (BNI Kings), www.ara.pl  
Redakcja zastrzega sobie prawo skracania materiałów

## KONTAKT DO BIURA BNI POLSKA:

**Grzegorz Turniak – Prezes:**

turniak@bnipolska.pl lub 0 501 152 220

**Sylwia Warszawska, Office Manager – sprawy członkowskie:**

sylwia@bnipolska.pl lub 022 398 15 22