

BNI®

SUCCESMET

- 
- **Wanneer ben je een goede zakenman/vrouw?**
Doe je voordeel met de kennis van Nick Hewer
 - **De weg naar meer en betere aanbevelingen**
 - **Ga voor groen met de Powerteamactie 2010**

OOK IN DIT NUMMER ■ DE BESTE VERKOOPTIPS



Sowing the seeds of success

Time to look back at past achievements, and forward to exciting new opportunities...



Whatever the doom and gloom in the press and media, you probably won't be surprised to know that BNI members enjoyed a record year in 2009, with more business passed than ever before. In BNI Netherlands, business levels rose by 46%. In particular, the increased focus on building Power Teams meant that members became far more effective at generating referrals.

BNI is always keen to keep fresh and current, and so 2009 saw *SuccessNet* take on a whole new look and format. The magazine aims to be a truly valuable addition to every BNI member's toolkit, with a constant supply of new ideas and initiatives to help improve your networking skills and grow your chapter.

In addition, the BNI YouTweet Challenge not only tested and celebrated the creativity of chapters all over Europe but also helped them raise their profiles and grow their membership. The 25 top entries (definitely worth a good look!) can be viewed on the BNI Europe webpage. The judges are reviewing the entries and will shortly tweet the results as well as posting them on www.bni.eu/bnioutweet.

We're confident that 2010 will see the continued benefits of Power Teams as they develop and refine good practice. Furthermore, in line with BNI's mission to help members get more from their membership, our online platform BNI Connect will be available shortly, making it even easier to tap into the power of our 125,000-strong global network. And since not everyone is an avid technophile, we'll make sure that more training is available to enable all members to get the best value from their online networking as well as their more traditional face-to-face meetings.

Happy networking!

Charlie Lawson and Tim Cook - National Directors, BNI Netherlands

DESIGN, LAYOUT AND ARTWORK



Adam Selwyn
Fortune Chapter (Mill Hill / Golders Green)
 139a The Broadway, London NW7 4RN
 0845 900 8088
appointments@thecreativeclinic.com
www.thecreativeclinic.com

COPYWRITING AND EDITORIAL



Julia Hayes
Wakefield Wealthbuilders Chapter
 Ryedale, 13 Top Road, Huddersfield HD8 8PE
 01484 861071
succesnet@jmhcopy.co.uk
www.jmhcopy.co.uk

PRINT AND FULFILLMENT



Tony Batkin
Enterprise Chapter (Rickmansworth)
 Station Road, Kings Langley, Herts WD4 8LF
 07970 234525
tbatkin@alpine-press.co.uk
www.alpine-press.co.uk



04 **lead interview**

In an exclusive interview for *SuccessNet*, Nick Hewer talks about qualities, challenges and dreadful canapés

06 | CHAPTER 07 | AND VERSE 08 | 09 |

WHAT'S NEW AND HAPPENING
THROUGHOUT THE NETHERLANDS

10 The **greatest** **referral** I ever had...



12 Training

DISCOVER HOW YOU COULD
BE TALKING YOURSELF OUT
OF NEW BUSINESS...



13 national office news

14 GET IN TOUCH

Read views and ideas
from your fellow
BNI members

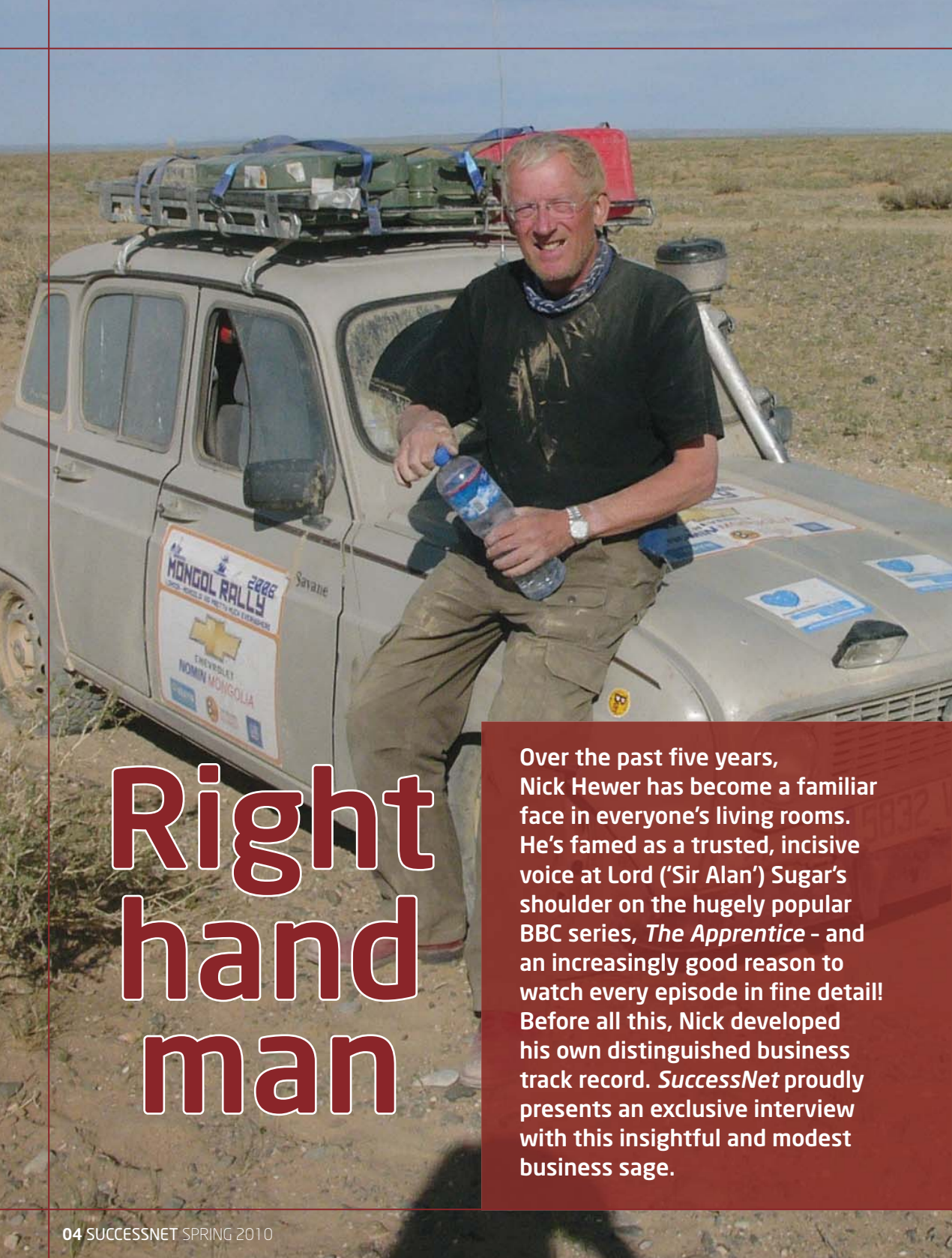


16 WORD OF MOUTH

Practical business tips from a BNI member

20 stat attack





Right hand man

Over the past five years, Nick Hower has become a familiar face in everyone's living rooms. He's famed as a trusted, incisive voice at Lord ('Sir Alan') Sugar's shoulder on the hugely popular BBC series, *The Apprentice* - and an increasingly good reason to watch every episode in fine detail! Before all this, Nick developed his own distinguished business track record. *SuccessNet* proudly presents an exclusive interview with this insightful and modest business sage.

You built up an impressive PR business of your own – the kind of business to which many BNI members aspire. What do you think is the most important quality in building a successful business?

This question is often posed in relation to Lord Sugar's ability to build diverse and successful businesses. I can tell you that apart from his naturally quick mind, Lord Sugar's great strengths are tremendous focus and a deep understanding of business. But focus is the key thing: nothing will distract him. He will drill down into the key points, examine them and exploit them to the full. Focus makes great businesspeople.

How important has networking been in building your business and career?

Strangely (particularly as I was in the marketing and PR field), I was bad at networking – but very good at retaining relationships, which of course is potentially detrimental in maintaining a profitable business. A longstanding business relationship often makes it harder to raise fees in line with inflation or increased workload. So I'm very pleased to have acted for companies such as Securicor for more than 30 years, Alan Sugar and Amstrad for over 25 years and a number of other companies besides, all of which raised their fees as circumstances demanded. But networking was not my greatest strength by any means. My company handled PR for The Marketing Society, whose members surely comprised the most fertile new business ground that one can imagine! Yet, whether because of lack of confidence or natural inhibition, I didn't plough that particular furrow as often as I could have done.

Do you think that *Givers Gain* works in very large organisations like Sir Alan's?

I think *Givers Gain* is most appropriate in small, entrepreneurial companies – but I could be wrong. I can imagine that *Givers Gain* in a huge company might be construed as scratching one another's backs; decisions might be perceived as dependent on reasons other than price and past performance. However, the great benefit of *Givers Gain* in any size of company means that BNI members will always be top of mind as business partners with a chance of quoting or inclusion in a tender process. To be included is the first huge hurdle in any business relationship.

In your work with *The Apprentice* candidates you see many different approaches, styles and methods of doing business. Can you tell us about an example of impressive entrepreneurial skill that you've witnessed on the show?

The opportunities for brilliance on *The Apprentice* are limited by the terrible pressures under which the candidates are working. It's very, very tough in there. But in last year's series, eventual winner Yasmina shed an entrepreneurial ray of light in the city catering task. She was determined to make a huge margin by serving terrible, cut-price canapés to a city law firm. She made a 300% margin which won her the task. She didn't care that there would never be any repeat business, because that wasn't her objective.

In 2008 you drove your 20 year-old Renault 4L in the Mongol Rally, to raise funds for the charity *Hope and Homes for Children*. Why choose a project like this in preference to a sleek, comfy car and less perilous terrain?

The Mongol Rally appealed to me because it's perhaps the ultimate driving challenge, not only in terms of distance (in my case, 9,500 miles over 50 days) but also because the car must be less than 1000cc and at least 10 years old. I made it more difficult for myself, mainly by going alone and being 64 years old at the time. Those factors combined to create a particularly tough challenge – one which I enjoyed enormously but which also came perilously close to finishing early on several occasions! *Hope and Homes for Children* was one of the Rally's nominated charities and I've now become a patron, supporting their extraordinary work in Rwanda, Ukraine, Romania and Sierra Leone. As one would expect in these tough economic times, all charities are hurting, none more than the small ones like *Hope and Homes for Children*: I hope to do more fundraising for them.

And finally... The economic climate continues to challenge both wit and wisdom. What should small business owners prioritise in order to survive and thrive?

Small business owners should concentrate absolutely on survival, because anybody who gets through this will be stronger for it at the end. Cash management is crucial, but never to the detriment of one's suppliers because they too may be small businesses who need to survive. We should all play it straight. Focus, again, is absolutely key. And there's one other thing. We often run our small businesses as if our take-home pay is sacrosanct, and it's not. If your small business is in terrible trouble, see what cuts you can make in your pay, your car, allowances and expenses. If the business shrinks, you should shrink too. It's more important to survive than have an expensive holiday every year.

Learn more about Nick's charity, Hope and Homes for Children at www.hopeandhomes.org

Zeven jaar BNI Merquess in Nederland

Wanneer Arno Duijvesteijn een half jaar als zelfstandig ondernemer in de weer is, valt er een uitnodiging voor een bijeenkomst van een nieuwe netwerkclub in Nederland bij hem op deurmat. De nieuwsgierigheid van de Westlander is gewekt. Tijdens die eerste kennismaking met BNI Nederland op 22 januari 2003, gaat er een wereld voor Arno Duijvesteijn open. Vanaf dat moment is hij ervan overtuigd dat BNI de ideale partner en begeleider is in het uitbreiden van zijn netwerk. En niet alleen voor hem.

Arno Duijvesteijn over zijn eerste kennismaking met BNI: "Het gevoel was direct goed. Dus hoefde ik niet lang na te denken om beide partijen een kans te geven elkaar beter te leren kennen." Als op 2 juli, amper een half jaar na de eerste bijeenkomst, BNI Merquess wordt gelanceerd, zijn honderd, net als Arno Duijvesteijn toentertijd, geïnteresseerde gasten aanwezig.

Dankzij de ondersteuning van een aantal professionals worden de leden van BNI Merquess getraind en gecoacht in het netwerken. "Ik heb dankzij BNI geleerd hoe je in zestig seconden je bedrijf kan presenteren en tegelijkertijd kan aangeven naar welke ondernemingen en instellingen je op zoek bent. Efficiëntie is hier het sleutelwoord. In het begin is dat best wel lastig. Dan wil je te veel tegelijk zeggen. Je beseft niet dat je chaotisch overkomt. Maar ook het geven van uitgebreide presentaties over je bedrijf – hoe houd ik de aandacht van de andere BNI'ers er bij - en op welke wijze je referrals voor je collega BNI'ers kunt generen, komen tijdens de trainingen uitgebreid aan bod", is de ervaring van Arno Duijvesteijn, die met zijn Gezond Groep inmiddels zes jaar lid is van BNI. "Je blijft niet zo lang lid van een netwerkclub, waarin je geen vertrouwen hebt", vult hij aan. "Al snel na de oprichting van BNI Merquess vlogen de eerste referrals over de tafel. En als er resultaten worden geboekt, ontstaan er vanzelf nieuwe kansen, relaties en zelfs vriendschappen. Ook dat is het unieke van BNI. Niet alleen zakelijk, ook op sociaal gebied dé netwerkclub bij uitstek."

Wie is Arno Duijvesteijn en waar staat de GezondGroep voor?

Als deskundige op het gebied van kweken en telen weet Arno Duijvesteijn als geen ander wat er zich afspeelt in de wereld van groeten, fruit, bloemen en potplanten. Dus ook de minder fraaie kanten van de sector, zoals de almaar toenemende groei van het gebruik van kunstmest, louter om de groei van de producten te bevorderen. Ook wordt er volgens de directeur van de Gezond Groep enorm veel gebruik gemaakt van chemische bestrijdingsmiddelen om ziekten tijdens de productie van de gewassen aan te pakken. "Deze methode is niet meer dan symptoombestrijding", zegt Duijvesteijn, terwijl hij zijn stem verheft. "Ik ben ervan overtuigd dat het anders kan. Het Grond Gezond Systeem heeft dit inmiddels op grote schaal bewezen."



De bedrijven onder de GezondGroep

- AdNa
- WaterGezond
- LuchtGezond
- GrondGezond
- MensGezond

AdNa

AdNa maakt niet alleen inzichtelijk hoe het bodemleven per bedrijf en teelt zich gedraagt, maar ook hoe het bestuurd kan worden. Met het door AdNa ontwikkelde Monitoring Informatie Systeem (MIS) kunnen de activiteiten van de bodem en de effecten van de groei van de planten in beeld worden gebracht. Veel minder gebruik van kunstmest en chemische bestrijdingsmiddelen is het logische gevolg.

GrondGezond

Dankzij een groep van specialisten ondersteunt de GrondGezond in samenwerking met AdNa bedrijven en consumenten respectievelijk op het gebied van telen van gezonde producten en het omgaan met hun gezondheid. De consumentenmarkt is constant op zoek naar producten, die op een verantwoorde wijze zijn gekweekt en geteeld. Een vragende markt, vraagt om innovatieve ondernemers in de land- en tuinbouw.

WaterGezond

Dat de aarde en de mens voor 75% en een groot aantal planten zelfs uit 95% water bestaat, dat is een bekend gegeven. Toch realiseren we ons dat niet. Gezond water is voor mens, dier en plant van levensbelang. De kwaliteit, smaak en de energie van water kan door de zogenoemde 'grandertechniek' worden verhoogd. Met merkbare goede resultaten op mens en gewas. De GezondGroep past zowel in de onderneming als privé deze techniek toe.

LuchtGezond (samenwerking met BNI -lid)

Van menig gebouw kunnen vanwege de aanleg van allerlei ingenieuze en moderne luchtafvoer- en circulatiesystemen de ramen niet meer worden geopend. Even een frisse wind door het huis laten waaien is er niet meer bij. Metingen hebben inmiddels aangetoond dat de luchtkwaliteit in

deze gebouwen tot gezondheidsklachten leiden. Ook op scholen, waar de generatie van morgen heel wat uurtjes doorbrengt, is almaar meer sprake van een ongezonde leefsituatie.

Dankzij de toepassing van de producten van EcoQuest worden de aanwezige stofdeeltjes als rook en vluchtige organische stoffen in de lucht aanzienlijk gereduceerd. Door gebruik te maken van een gecombineerde technologie worden tevens op moleculair niveau geuren, bacteriën, virussen en – oppervlakkige – organische stoffen verwijderd.

MensGezond

In de vorige eeuw is het aantal mensen dat zijn eigen voedsel verbouwt sterk afgenomen. De consument is dus afhankelijk wat er in de winkels wordt aangeboden. De invloed van reclame en welvaart heeft er toe geleid dat meer op smaak en minder op kwaliteit wordt gelet. Dat hierdoor de essentiële stoffen uit het basismateriaal zijn verdwenen, neemt de – onwetende – consument op de koop toe.

Toch is het van eminent belang dat het lichaam van de juiste voeding wordt voorzien. Met de producten van Sunrider krijgt het lichaam waar het recht op heeft.

Arno is via BNI in contact gekomen met Sunrider.

Sunrider heeft 12 maart '09 een prachtig nieuw kantoor in Londen geopend en Arno is daarbij aanwezig geweest.

De GezondGroep komt graag in contact met mensen, die niet alleen geïnteresseerd zijn in onze producten, maar ook hun blik op de toekomst willen richten.

e-mail: info@gezondgroep.nl
of bel Arno persoonlijk op: 06-55738244

Samenwerking is dan ook ons handelsmerk.

Wie weet schrijft u straks dé droomreferral voor de GezondGroep uit.

Want een gezonde wereld begint bij jezelf.

De "Oh ja... Map"



In september maakte ik als bezoeker voor het eerst kennis met BNI. Mijn eerste 60 seconden presentatie leverde direct drie afspraken op. U begrijpt mijn interesse was gewekt. Een week later werd ik uitgenodigd voor de lancering van chapter "Aquila" te Deventer. Ruim honderdvijftig ondernemers die elkaar treffen om zeven uur 's ochtends, tientallen visitekaartjes die uitgewisseld worden, mensen die toezeggen elkaar te gaan bellen, weer twee afspraken gemaakt. Ik wist het zeker, ik ga lid worden van BNI. In september meldde ik mij aan als één van de eerste aspirant leden voor chapter "Het Edelhart" te Epe. De groei van ons chapter ging voorspoedig. Medio november werd dan ook duidelijk dat we officieel van start zouden gaan. Ook wij

mochten ons presenteren voor een kleine tweehonderd ondernemers. De laatste drie weken werd er driftig gesleuteld aan de 60 seconden presentaties.

Mijn 60 seconden presentatie tijdens onze lancering gebruikte ik om iets te vertellen over het alternatief voor de "Oh ja... map". Net als u wist ik tot voor kort ook niet wat de "Oh ja... map" is, maar één van mijn prospects wees mij op dit fenomeen.

Tijdens mijn bezoek vroeg hij mij namelijk of ik zijn "Oh ja... Map" kon vervangen. Enigszins verbaasd vroeg ik wat hij bedoelde. Hij pakte zijn map met visitekaartjes, begon te bladeren en riep: "Oh ja..." die moet ik eens bellen, "Oh ja..." die zou ik nog informatie mailen". Voor velen van ons een herkenbare situatie.

We krijgen wat visitekaartjes, bij klantafspraken, op beurzen, tijdens de BNI netwerkbijeenkomsten, etc. In laatstgenoemde situaties wordt vaak op de achterkant een korte notitie gemaakt welke actie moet worden ondernomen en het kaartje verdwijnt in de binnenzak. De volgende dag op kantoor belandt deze vervolgens op het bureau. In het meest gunstige geval wordt er binnen een week actie ondernomen. Veel kaartjes is een ander lot beschoren, ze verdwijnen langzaam maar zeker op de achtergrond. Jammer, want u had een leuk contact.



De kunst is om de gegevens zo snel mogelijk digitaal vast te leggen en hier acties aan te koppelen. Het is tijdrovend om dit te doen, dus gebeurt het vaak niet. Ons CRM systeem kent een centrale database met ruim 2 miljoen bedrijven en meer dan 3.6 miljoen contactpersonen. Binnen enkele seconden zijn dan ook de gegevens van uw nieuwe relatie gevonden, gedownload en kunt u de juiste acties hieraan koppelen. Deze acties stellen u in staat om op het afgesproken moment uw toezeggingen aan de prospect na te komen. Dat dit de kans op een succesvolle relatie vergroot lijkt mij duidelijk.

Uiteraard kunt u ook doelgroepselecties maken binnen dit bestand op branche, postcode, bedrijfsgrootte.

Ook geïnteresseerd in de mogelijkheden hiervan? Ik hoor het graag.

Nanno Busker chapter "Het Edelhart"

DOPSIS Groep: busker@dopsisgroep.nl

Eltink Projectmeubilering

Netwerken om aan nieuwe klanten te komen, tijdens onze sales vergaderingen regelmatig besproken maar hoe vind je een organisatie die er echt serieus mee omgaat? Een borrel is gezellig, maar levert dit nu echt snel nieuwe relaties op? Via mijn collega kwam ik in contact met BNI, en werd al snel door Andreas Floor uitgenodigd voor de ... in Eindhoven.

Ik was meteen al enthousiast en binnen een week was ik dan ook lid van BNI Holst. Mijn collega's volgden op verschillende locaties verspreid door het land. Immers, de positieve energie om elkaar te helpen business te genereren inspireert enorm.

Inmiddels, 3 maanden later, heb ik het in mijn dagelijkse werkzaamheden geïntegreerd. Niet alleen woon ik de wekelijkse vroege ontbijtsessies bij, maar maak iedere week trouw minimaal 2 nieuwe afspraken met leden en gasten en zorg voor een goede follow up. En niet zonder resultaat. Inmiddels zijn er al orders geplaatst en een aantal van offertes lopen nog. Mijn netwerk is uitgebreid en, zowaar, ik leer ook de markt beter kennen. Door op deze manier te netwerken kom je met veel mensen in contact en horen ze dat je "in de markt" bent. Omdat je ze persoonlijk ontmoet, leren ze je niet alleen kennen, maar ook nog vertrouwen. Netwerken is en blijft daarom één van de krachtigste marketingstrategieën.

Belangrijk is en blijft je eigen input: hoeveel afspraken maak je om de ander zijn werkgebied de kunnen ondersteunen of te helpen, hoe presenteert je en wat doe je aan voorbereiding en follow up? In welke mate "geef" je ook? Breng je ook je klanten mee? En last but not at least: het is vroeg in de ochtend, maar de vooral ontspannen sfeer en inmiddels vertrouwdheid met elkaar maken het tot een leuke, inspirerende maar vooral een lucratieve manier om je netwerk uit te breiden.

Mirjam Driessen, Eltink Projectmeubilering

Lid van Holst Eindhoven, BNI Brabant

PAYNED is BNI proof. BNI is onze lifestyle.



Eind 2007 mochten we voor de eerste keer BNI ervaren. Wat toen nog overkwam als erg Amerikaans voelde bij een tweede bezoek al als een warme deken. Vervolgens hebben we besloten om ons aan te sluiten bij BNI

chapters in regio's waar we salesmedewerkers hebben. Zo zijn we inmiddels bij diverse chapters lid geworden of betrokken bij de oprichting van een chapter.

Wat ik duidelijk gemerkt heb is dat alleen lid worden niet genoeg is. Te vaak kom ik nog tegen dat er ondernemers zich aansluiten bij BNI en als je naar hun kantoor belt en zegt dat je BNI collega bent de kantoormedewerkers BNI niet (her)kennen. Zelf BNI proof zijn is al mooi maar zorg ook dat je bedrijf BNI proof is. Leg je collega's uit wat BNI is, waarom je bij BNI bent aangesloten bent, wat de meerwaarde het heeft en wat je resultaten zijn. Vertel eens iets over de werkwijze, de agenda, de 1 op 1 gesprekken of over dat het branchebeschermd is.

BNI gaat op deze wijze ook voor hun leven; neem collega's eens mee als gast. Je zult zien dat BNI nog meer gaat opleveren als je onderneming BNI proof is.

Het is meer dan een netwerkgroep maar zorg ook dat je het maximale eruit haalt voor jouw BNI chapter en dus ook voor jouw bedrijf.

Inmiddels hebben wij onszelf BNI proof verklaard en is BNI een lifestyle van ons bedrijf geworden. Mocht ik je kunnen helpen schroom dan niet om eens te bellen of te mailen.

Rolf Tempelman - Algemeen directeur
www.payned.nl

From: Visitor - Rose Osbourne

To: Nick Cunningham

Referral: Extension to one of the Martha Trust residential homes

Value: £300,000

Value those visitors

Visitors add value to chapter meetings in a host of different ways. For Nick Cunningham, a plumbing and heating engineer from Sandwich and Deal Chapter, a visitor brought business worth many thousands of pounds both for his own organisation and for others in the chapter – and resulted in a new member too.

“It’s important to treat every referral as if it were as hot as you could possibly wish

The visitor, Rose Osbourne, represented Martha Trust, a charity which is supported by the chapter and provides care and services for people with profound disabilities. Intrigued at the 60 second presentations, Rose asked whether any members would like to tender for work on a new extension to one of the Trust’s residential homes. Nick leapt at the chance and also brought in a friend, Andy Sutton, an electrician.

When the Trust’s construction contractor awarded both Nick and Andy the work, Andy was so impressed that he joined Nick’s chapter immediately! What’s more, the Sussex contractor was absolutely delighted.

Nick’s company has since fulfilled more than £300,000 worth of further contracts for them, including work at Dover Castle’s new Visitor Centre, a sixth form college and a nursing home extension. He has also been able to grow his business and take on more staff, one of whom has joined another chapter. In addition, that one visitor referral has generated more than £60,000 for Nick’s chapter colleagues.

“I’m thrilled at the way this referral developed,” says Nick. “I believe that apart from doing your best to invite and impress visitors, it’s also important to treat every referral as if it were as hot as you could possibly wish. That way, you act on it immediately and treat it with the respect it deserves.”

Nick Cunningham:
enquiries@nickcunningham-plumbing.co.uk

The greatest referral I ever had...

Love thy neighbour

There’s a lot to be said for nurturing an active BNI network beyond your own chapter.

Had Daniel Caplan, Chapter Director of Bentley Chapter (Stanmore) and MD of New i.d Interiors not kept in close touch with Steve Crawford of Enterprise Chapter (Watford), he’d have missed out on the biggest single referral of his life.

Steve (of utility broker Focus Group) introduced Daniel to an estate agent who had let 57 brand new Canary Wharf apartments to a global accommodation company. The apartments needed fully fitting out with everything from soft furnishings and beds to kitchen equipment, TVs and sound systems. For Daniel, this was an ideal referral that turned into a dream contract worth around £350,000.

“This was a fantastic referral and proof that *Givers Gain!*” says Daniel. “I’m delighted to work hard on behalf of my BNI colleagues: the benefits always come back to you in the end. I’d recommend meeting up with members beyond your own chapter, for example by getting to BNI training and other events; they’re great ways of building strong relationships with the bigger BNI community.”

Daniel Caplan: danny@new-id.co.uk

SuccessNet would love to hear about the greatest referrals you've ever received. They may be referrals with a particularly high value. Or perhaps the story of how they happened or what they led to is particularly interesting. Here are three terrific examples of BNI referrals at their best...

From: Steve Worrall

To: Lloyd Ansermoz

Referral: Cleaning services

Value: £330,000

Viking conquests

In just eight months, Viking Chapter (Widnes) has recorded over £927,000 of business exchanged – a remarkable achievement for a chapter that only launched in May 2009! Its rapid success is in no small part down to the efforts of its first Chapter Director, Lloyd Ansermoz, whose chapter colleagues are delighted that Lloyd himself has benefitted greatly from the chapter's excellent performance.

In a 60 second presentation, Lloyd specifically asked for referrals into companies based at the Daresbury Business Park. As so often happens when presentations are clear and precise, the request was answered – in style! Steve Worrall of EBL (builders) arranged for Lloyd to visit a potential client, a substantial company dealing in green technology and automation. In fact Lloyd's company, In Depth Managed Services, were already talking to a contact at the prospect's premises, but without success. What they really needed was to talk to a senior decision maker – and Steve's referral did the job perfectly, putting Lloyd in front of their National Buyer and Facilities Managers.

Prepare every second of your 60 seconds... Clarify what you want and what you don't want: it really does work

It was perfect timing: the prospect wanted cleaning services for their Daresbury Head Office, a Cambridge office and two sites in Yorkshire. In Depth tendered against the current incumbent and three other companies – and won the business. On Christmas Eve 2009, the In Depth teams set to work on the £330,000, three-year contract for office and window cleaning and washroom management.

"Prepare every second of your 60 seconds," recommends Lloyd. "Clarify what you want and what you don't want: it really does work. Thank you Steve and BNI for such fantastic support!"

Lloyd Ansermoz: lansermoz@indepth-cleaning.co.uk

From: Steve Crawford

To: Daniel Caplan

Referral: Fully fitting 57 apartments

Value: £350,000

How to get more (and better) referrals

There are lots of things we can all do to get more referrals - and better ones too. Ewan Sturman, BNI Executive Director for Cheshire and North Wales, shares a couple of sure-fire tips to get you thinking...

1. Business is great!

What's the first thing most of us say when we meet other businesspeople? "How's business?" You've probably already done it today, maybe several times! And what do most of us reply? "Business is great!" – or something along those lines.

As BNI members, we commit to display a positive and supportive attitude with BNI members. So we say business is great. Well, maybe you're having the best business year or month ever. And after all, many people do like to deal with winners. But hold on a moment: what might "Business is great!" mean to others?

I know what I think when someone tells me that business is great. Either:

- Well done, you're a BNI member and I am thrilled to bits for you. Or
- I wish I was as busy as you, you lucky [person]!

But what I am definitely NOT thinking is "Terrific. Now how can I find you more business?"

Of course, I'm not suggesting you plead for more-business-right-now-or-the-family-will-be-forced-to-eat-the-dog. But you DO need to be adding some very important guidance that will help sustain your success. Something like, "Business is great thanks, but an introduction to Joe Black at OneStar would really be good for me." Or "Business is great but we always welcome new clients. Do you know any solicitors or accountants I could talk to?" Saying ONLY that business is great could actually close down a valuable referral opportunity. Don't let that happen. Stay positive – and go the extra step that'll keep bringing you the referrals you really want.

2. How much?

Have you ever bought anything without knowing how much it cost? Probably only on rare occasions. However we often expect people to refer us to clients, friends and family without knowing the charges for our products or services. It's not WHAT you charge that stops you getting more referrals. It's that people don't KNOW what you charge.

A BNI member who's a software developer told me he wasn't getting many referrals. I suggested that it was because people thought he was expensive. When I asked how much it would cost to do a simple program for a car service reminder scheme he said, "About £500". I then asked five people at the meeting how much they'd expect to pay for such a program. The LOWEST guess was £10,000. The software developer had given the false impression that his services were very costly. Do you think it was easy for his chapter colleagues to find referrals for someone who they thought would cost 20 times his actual price? It's not what you charge that stops you getting referrals; it's that people form their own perceptions about what you charge – and it's up to you to make sure their perceptions match reality!

Ewan Sturman: ewan@profectworld.co.uk

These two ideas are just two of fifteen little gems that you can obtain on CD or as a download at www.ianandewan.co.uk

BNI is 25 jaar jong!

Het is alweer 25 jaar geleden dat Dr. Ivan Misner het eerste BNI chapter in Californië oprichtte.

Sindsdien heeft BNI zich over de hele wereld verspreid en kunnen wij contact leggen met medeleden in 43 landen. Als onderdeel van dit zilveren jubileum gaat Dr. Misner op tournee door Europa; er staan vier grote bijeenkomsten gepland in Dublin, Glasgow, Londen en Amsterdam. Deze bijzondere evenementen zullen worden opgeluisterd door topsprekers en Dr. Misner zal stilstaan bij het onderwerp van zijn nieuwste boek, *Network Like a Pro*. Daar kunnen we allemaal nog veel van opsteken! Natuurlijk bieden deze bijeenkomsten alle ruimte om te netwerken met andere BNI-ers uit alle windstreken.

Voor meer informatie: www.bni.eu/DrMisner



Ga voor groen Powerteamactie 2010

Zoals steeds meer chapters ontdekken, zijn er verbluffende resultaten te behalen dankzij grotere en krachtiger Powerteams.

Win €1.000 contant voor je chapter!

Aankondiging

De afgelopen jaren hebben wij gelukkig het lidmaatschapsgeld niet hoeven te verhogen.

Later dit jaar zullen we helaas een kleine verhoging moeten doorvoeren. In het volgende nummer van SuccessNet leest u daar meer over.

Het maakt niet uit welke kleur in de Traffic Lights je chapter nu heeft. Het versterken van je Powerteams is de effectiefste manier om groen te bereiken, dus doe dit jaar mee met de Powerteamactie! Behalve dat het aantal aanbevelingen en de omzetbarometer zullen stijgen, kun je €1.000 contant voor je chapter winnen. Het enige dat je hoeft te doen is tussen 29 maart en 28 mei 2010 6 nieuwe leden werven, verdeeld over je Powerteams. Zo simpel is het.

Je leest er meer over in de speciale flyer of op www.bni.eu/nederland/powerteamdrive



GET IN TOUCH

Here's your chance to share ideas, views and information with the BNI community across the UK and Ireland. Simply send a letter or email to the *SuccessNet* office and we'll publish a selection in every edition.

You can say what you think: constructive criticism is just as valuable as a well-founded compliment. Or perhaps you have a suggestion that's worked for you or your chapter – something that could work for other members too?

What's more, there's an iPod shuffle for the Star Letter, so let's get those emails and letters flowing.

Email: successnet@jmhcopy.co.uk **Post:** SuccessNet, BNI House, Church Street, Rickmansworth, WD3 1BS

■ As a fairly new member of my chapter, I had already begun to learn about the tremendous importance of visitors in creating healthy chapters. Although I'd need a while to understand more about my fellow members' businesses before I could bring in lots of referrals, I was sure that I could bring in some visitors.

I set myself a target of posting out five visitor invitation letters on my company letterhead each week. Would my strategy work, I wondered?

In fact, it began to work immediately and I secured a visitor for the next meeting - great! What's more, one of the businesses I'd written to spotted my company logo and wanted me to quote on a piece of business for them. Had I not mailed the company for BNI, I'd certainly never have won that new business.

So, my message to you is this: BNI is all about marketing your business, so use BNI as a great excuse and send out as many invitation letters as you can! Every one of those letterhead invites may result in a visitor for your chapter and could also bring in business for you. You have nothing to lose and all to gain (and you never know, you might even earn yourself a BNI Gold Club badge!).

Tom Sebastiano

BNI Business Class (Teddington)

■ When our latest leadership team took office, they circulated a questionnaire to members asking for feedback on what they liked or disliked about the chapter and how we might improve things at both individual and chapter levels.

Members replied that they wanted more – and better quality – referrals. They also commented that some members did not always concentrate fully on the 60 second presentations. It seemed to the leadership team that these two factors were closely linked: if members weren't listening closely to learn more about their colleagues and what business they wanted, then referral quality and volume was bound to suffer.

We set up a brief 60 second quiz which now concludes the 60 second section at every meeting. It's very simple: the Chapter Director asks a couple of questions along the lines of: "Ben, please remind the group what companies Nicola wants to talk to this week", or "Mark, what was the offer that Earl particularly wanted us to keep in mind?"

There's no hiding place – anyone might be chosen! And guess what? This very quick, simple strategy has really made a positive change. Our referral rate and quality have improved and people are delivering much better presentations as they now try to be very clear and specific about what they do.

We recommend other chapters give it a go!

Kathryn Sagggers

Chariots BNI
(St Albans)

■ Mr Visitor came along to a chapter meeting one day to find out what BNI was all about. As soon as he arrived a member called Mr Important descended upon him in a quiet corner. Mr Important was a Terribly Important Businessman and began to tell the visitor what a Terribly Important Businessman's Company could sell to him. Mr Visitor politely said that he didn't actually need Mr Important's services just now. Mr Important was mighty miffed and left Mr Visitor on his own.

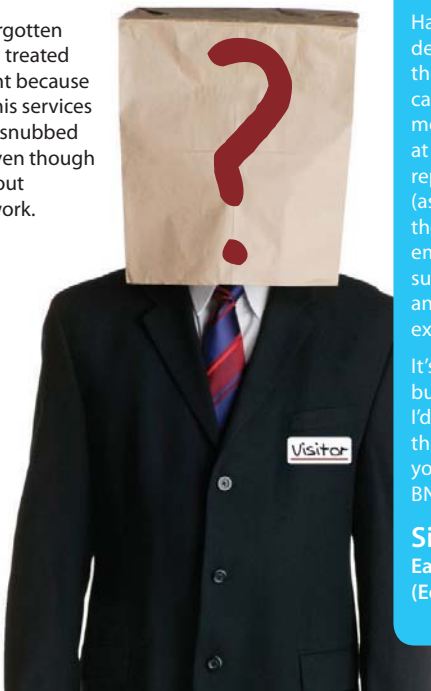
Later, during his 60 second presentation, Mr Important talked about his Important Company and described a number of Very Important Clients. He added that this week he wanted an introduction to his dream referral, Mr Big. None of the members knew Mr Big. However Mr Visitor did. Mr Visitor not only knew Mr Big but they were close friends who lived next door to each other and their children played together every day.

Mr Important had forgotten that *Givers Gain*. He'd treated Mr Visitor as irrelevant because he couldn't sell him his services there and then. He'd snubbed a valuable contact even though he knew nothing about Mr Visitor or his network.

Do you think that Mr Important got that introduction to his dream referral?

John Hart
Area Director,
Yorkshire North
and West

PS. This is a true story – though the names have been changed to save embarrassment!



STAR LETTER

■ I joined BNI when I launched my design and marketing business ALKALiNE over four years ago. There's not a doubt in my mind that joining was one of my best ever business decisions. Since then, I've benefitted enormously from the training and the week-by-week education, guidance and growth in confidence that BNI offers.



Had it not been for this personal and professional development I'm certain that I would not have been the focus of a recent case study and marketing campaign by IT giant Microsoft. A fellow chapter member had told me about an exhibition to be held at Edgbaston cricket ground. I went along and met representatives from Microsoft. Instead of trying to sell (as I would have done in my pre-BNI days) I talked with them to find out what they wanted to achieve with their email campaign software and how I might be able to support that. The approach obviously impressed them and ALKALiNE Design & Marketing now has national exposure via the Microsoft campaign.

It's a tremendously exciting step change for my business and BNI was instrumental in making it happen. I'd urge every member to use their BNI membership to the max: it can take you to places you never imagined you'd reach – so make the most of every BNI opportunity that you can!

Simon Washbrook
Eaton Chapter
(Edgbaston)

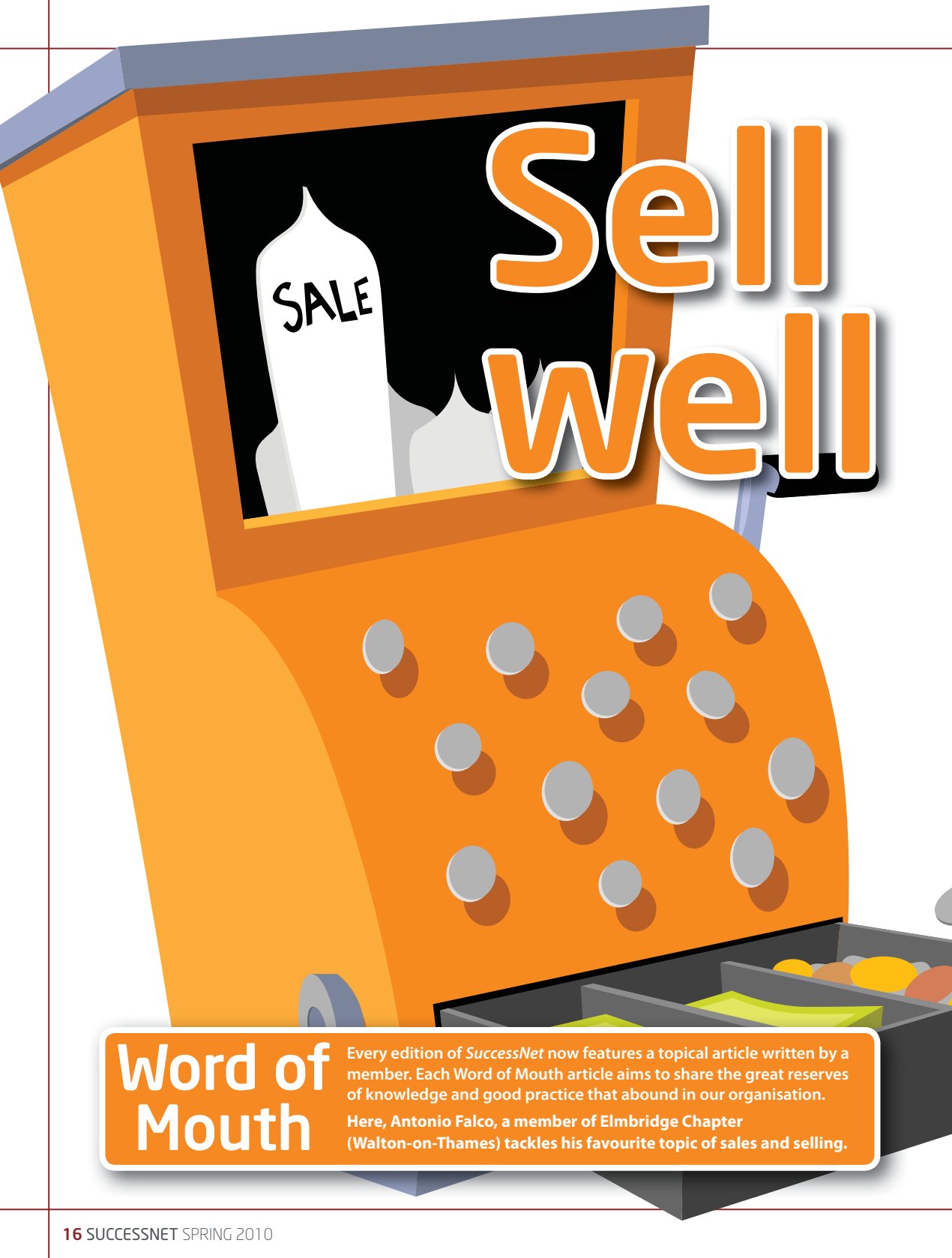


■ On Friday January 15th, Trevelyan Chapter welcomed a particularly familiar visitor to the weekly meeting. Former Chapter Director Sarah Raad left the chapter in 2009 to have her baby son Jake, hoping to return when her maternity leave ends.

When it came to her turn to speak in 'the most important part of the meeting' Sarah said, "I just want you to know that not being here doesn't mean you're not in my mind. I still keep seeking out referrals for people I know, like and trust." Sarah then produced 16 referrals gathered by her and her husband Dominic who run Tent Marketing in Gateshead.

Is this a record?

Michael Beaney
Trevelyan BNI (Newcastle)



Word of Mouth

Every edition of *SuccessNet* now features a topical article written by a member. Each Word of Mouth article aims to share the great reserves of knowledge and good practice that abound in our organisation.

Here, Antonio Falco, a member of Elmbridge Chapter (Walton-on-Thames) tackles his favourite topic of sales and selling.

Antonio Falco has been helping and advising businesses for some years and it's his belief that selling is the lifeblood of a business.

Cash may be king, but you've got to sell to produce that cash...

In recent times I've heard so-called 'advisors' (none of them BNI members, of course) talk about the 'accidental salesman'. This is complete phooey – and it's plain misleading too: sales should not happen accidentally. Accidental selling leads to accidentally going bust! To sell effectively you have to have some structure, some knowledge and some ability.

Sales is the art of exchanging your product or service for someone's money. It's up to you to find out enough about your prospective customer, their needs, wants and problems, so you can make that exchange happen. The premise might be simple, but the journey towards a sale can be complex, challenging, fun, heartbreaking and incredibly rewarding for both parties.

Selling is not about 'the gift of the gab' and is not just a job that you can 'wing' your way through. It's about listening and understanding what your customer needs.

In a climate where our business practice and ethics will often be scrutinised, be sure to build your business on honesty and integrity, with products and services that offer real solutions and value to people and businesses.

The panel on the right presents my top tips for better selling. Take a step in the right direction and see your sales surge!

Antonio Falco is a business and motivational speaker and business advisor.

For details of his Biz Clinic and other services see www.antoniofalco.com

Six steps to achieving greater sales:

1. Understand what you're selling

Make sure you understand clearly **WHAT** your product or service is and **WHO** you believe would like to buy it. (I know that you think you know the answer to both, but just check).

2. Compile a short, bullet-point plan

If it's War and Peace, no one will ever read it (least of all you), so be concise. Your plan should include the customers you want, their business size, location, industry sector and the name and role of the decision maker. It must also list your targets: what do you aim to achieve this year? And what will you do to make that happen?

3. Take action!

Planning is nothing without action. You could start with a short letter or email introducing your company, giving two or three key reasons why the reader needs to find out more.

4. Make the follow-up call

There are a number of rules when making the follow-up call (I've written a paper on this and you're welcome to email for a copy). Focus on **WHY** you are calling. If you want to make an appointment, ask for it clearly.

5. The appointment

Make sure you're smartly dressed, arrive 15 minutes early and compose yourself. Have ready a list of questions that will tell you whether your product can solve your prospect's problem. Make sure you find out if they have a budget and who makes the decision.

6. Follow up

Whether it's a BNI meeting, an appointment or a chance encounter, **ALWAYS** follow up. Build a database of your contacts and keep in touch with them regularly.

This is just a small step into the wonderful world of sales and there is a great deal more to explore. The key is to apply yourself and to practise: sell well and your business will grow.

Bni Chapter De Strandloper Viert Het Eerste Jaar Van Haar Bestaan

Door Henk Wesseling

Het was in oktober 2008, dat Nic Oosterveer aan de voorbereidingen begon van de oprichting van de Strandloper, het eerste chapter in de Duin- en Bollenstreek.

Vanaf Februari 2009 begonnen de vergaderingen op Vrijdagochtend in het fraaie van der Valk hotel Sassenheim, onder bezielende leiding van Nic Oosterveer van Maatleven Hillegom

Het is voorspoedig gegaan. De Strandloper heeft nu 33 enthousiaste leden. Wij kunnen terugkijken op 433 aanbevelingen, resulterend in een omzet van euro 305.000,--



Per 1 oktober 2009 was het voor Nic Oosterveer tijd het stokje over te dragen en dat ging niet ongemerkt.

Voor de vergadering van Vrijdag 25 september j.l. werd besloten, nu eens niet om 0700 uur in hotel Sassenheim te gaan ontbijten, maar te gaan dineren in het rustieke landgoed de Olmenhorst in Lissersbroek, waar twee van onze leden zijn gevestigd, Cees van der Reep van de Sfeerfactor, die unieke en smaakvolle meubels, aardewerk, lampen etc. maakt, en Michiel van Asten, die antieke meubelen restaureert.

Op het landgoed zijn nog een aantal heel bijzondere bedrijven gevestigd, zoals een kaasmaker, een kruidenwinkel en een ecologische supermarkt met alleen eigen producten. Verder omvat het uitgebreide appel- en perenboomgaarden, heel populair bij zelfplukkers.

Na een heerlijke kop koffie, verzorgd door ons lid Mark de Mik van Fortune Hot Drinks, volgde een interessante rondleiding door Florian de Clercq, de eigenaar van de Olmenhorst, die eindigde in het Boshuis, temidden van de boomgaarden, voor onze wekelijkse vergadering.

Uiteraard werd de scheidende voorzitter in het zonnetje gezet, Nic Oosterveer kreeg een grote ingelijste foto van alle chapterleden, waarin de letters "NIC BEDANKT" was ingescand.

De scheidende teamleden werden eveneens onder luid applaus verblijd met flessen vol geestrijke vloeistoffen en natuurlijk hield de aanwezige directeur van de regio Den Haag, Fred van Zwieten, een van zijn bekende gloedvolle toespraken.

Vervolgens werd de nieuwe voorzitter, Harry Stamps, van A Fact, officieel geïnstalleerd en werden alle nieuwe teamleden voorgesteld. Harry gaf de nieuwe doelstellingen aan: op naar 40 leden, de referral rate omhoog naar 0.5 en tenminste 4 bezoekers per vergadering.

Na sluiting van de vergadering wachtte ons een rijkelijk Indisch buffet, verzorgd door ons lid Huub de Pagter, van Multicatering.

Wij hadden geluk, het was de hele dag prachtig weer en terwijl wijzelf buiten op het terras werden gestreeld door de ondergaande zon, werden onze tongen gestreeld door een werkelijk overheerlijke rijsttafel, gemasseerd met een goed glas wijn (of frisdrank natuurlijk)

Volgens de planning zou de sluiting om 20.15 uur zijn. Welnu, ikzelf vertrok om 22.45 uur en ik was bij lange na niet de laatste.

Chapter de Strandloper heeft besloten, dat wij vanaf nu elk half jaar de teamwisseling gaan vieren met een dergelijk bijzondere bijeenkomst, want een wijsgeer sprak ooit de woorden:

Zaken zijn zaken, dat is waar

Maar zonder plezier is zakendoen zwaar

Want wie de keel niet smeert

Is zijn handel niet weert

Ik weet niet wie dat heeft gezegd, maar hij was vast de uitvinder van het netwerken.

Emmer geluk: bestuur en ondernemers ontbijten samen in het gemeentehuis

02/12/2009 cees de bil Geef een reactie Ga naar commentaar

Het gebeurt niet vaak dat het bestuur van een gemeente en ruim zestig ondernemers samen een beschuitje eten. In Emmen gebeurde dat eind november wel. En het smaakte goed en naar meer.

Bestuurders en ondernemers komen elkaar regelmatig tegen. Ze beheren en bewerken dan ook dezelfde akker. De BNI-ondernemers karakteriseren zichzelf graag als 'farmers' en zaaiers, meer dan jagers. Netwerken en het opbouwen van duurzame relaties zien zij als een belangrijk onderdeel van hun bedrijfsactiviteiten. Toch voelen zij zich ook wel eens ingeperkt door de gebiedsmarkering en opgejaagd als waren zij het wild. De gemeente ziet zich als de parkbeheerder en schept de voorwaarden voor een goed milieu. In die zin is zij ook de grootste boer van het gebied en daarmee gelijkgesteld met de ondernemers. Samen het land bewerken, samen oogsten, dat is waarin bestuur en ondernemers verbinding hebben met elkaar.



Het startte met een mooie ontvangst door gemeentesecretaris Arjen Mewe, waarna de gasten als eerste het woord kregen. Aqil Radjab, bevlogen en geïnspireerd promotor van de BNI-filosofie gaf een heldere uiteenzetting over de netwerkattitude, samen leren en de basisgedachte dat ontvangen begint bij geven. De verbinding van ondernemers met elkaar en voor elkaar in het belang van iedereen. Handel, ja – want dat is de kurk waarop een onderneming drijft –, ambassadeurschap en samenwerkingskansen door elkaar te leren kennen, ervaren en vertrouwen op te bouwen zijn de beloning, de ROI (return on investment) van het netwerken en geven.

Na een rondleiding door het recent opgefriste, modern – uitnodigend en open ingerichte gemeentehuis stelden de bestuurders zich nader voor. Burgemeester Cees Bijl gaf een inkijk in het bestuur en de organisatie van de gemeente, de dualistische samenwerking

met de gemeenteraad en de speerpunten van het gemeentelijk beleid waarin het scheppen van aantrekkelijke voorwaarden voor ondernemen in en om Emmen een hoofdrol speelt.

Maatschappelijk rendement als ROI – een aantrekkelijke omgeving, leefbaarheid en werkgelegenheid – is voor de gemeente een belangrijke investeringsvoorwaarde.

De wethouders Jan Kuper, Ton Sleeking en Gezienes Evenhuis gaven op elk van deze punten een heldere toelichting aan de hand van de ideeën en plannen met betrekking tot gebiedsontwikkeling die ook voor ondernemers een aantrekkelijk uitgangspunt vormen. Aan bod kwamen onder meer : een goede infrastructuur en bereikbaarheid, de beschikbaarheid van prima onderwijsvoorzieningen en aansprekend werk om ook jongeren en talent te boeien en binden. In de ontwikkeling van het centrum staat het Atalantaproject centraal met de nieuwe combinatie van dierenpark en theater en de ontwikkeling van een aansprekende stadsvloer als blikvangers. De ontsluiting van de vaarroutes en het stimuleren van de recreatieve kracht van de verschillende kernen is een ander speerpunt .

Het was een interessante ontmoeting, waarbij gemeenschappelijke belangen centraal stonden.

Informatief, uitnodigend en verbindend. Passend in de BNI-filosofie: elkaar (leren) kennen als basis voor vertrouwen en samenwerking. Passend in de gemeente-filosofie: voorwaarden scheppen,

kansen creëren, mogelijk maken. De ochtend werd afgesloten met een gezamenlijke lunch en ook die smaakte naar meer. De opmaat voor een vervolg was het ook met het idee voor het opstarten van een klankbordgroep, om mee te denken met elkaar en creatieve samenwerking te stimuleren.

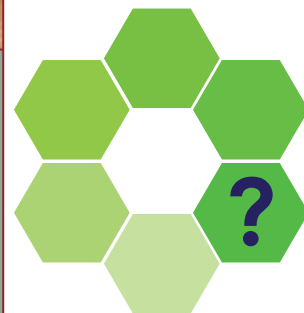
De slogans van Emmen en BNI vullen elkaar daarvoor alvast aan: **givers gain en maken samen meer mogelijk.**



46 chapters
in the UK and Ireland
have a charity member



67%
of the referrals
you receive



will come
from your
Power Team



In 2009,
23 chapters
each passed
at least
€1 million
worth of
completed
business

1,837 BNI
training sessions
were held in 2009



65,003
visitors came
along to BNI®
meetings
last year

There are 29
nations with a
GDP less than
the value of BNI
referrals in 2009!

