

# KUNSTEN AT NETVÆRKE

Hvad kan jeg få ud af mit netværk? Og hvad kan mit netværk få ud af mig? – Det er to spørgsmål, der hænger tæt sammen. Det handler om 'give and take' og om at benytte frem for at udnytte, når man taler netværk – ellers mister det sin værdi



Louise Aalbæk, graduate i PeopleGroup  
& næstformand i UngKom

Netværk kan bruges til næsten alt: til at finde nye leverandører, til sparring og søgning efter specifik viden eller et nyt job. Det handler imidlertid om at søge informationen på den rigtige måde. Før man giver sig i kast med strategisk networking, bør man derfor overveje sin fremgangsmåde – i hvert fald hvis man spørger Charlotte Junge, der til daglig rådgiver om netværk i sin egen konsulentvirksomhed 'JUNGE – fra tanke til løsning'.

## Netværksnøglen

For at få mest muligt ud af sit netværk foreslår Charlotte Junge, at man efterlever nogle netværksregler. Blandt andet skal man eksplicitere sine mål med netværket som helhed og med den enkelte henvendelse. - Man skal kommunikere sine mål og delmål meget klart. Hvis man ringer som jobsøgende, skal man ikke lægge skjul på det. Og så skal man gøre målet med samtalen klart ved at forklare, hvad vedkommende skal hjælpe med. Uanset om det er information om branchen, kontakter eller sparring, man søger, skal det fremgå tydeligt i begyndelsen af samtalen.

Netværksmennesket skal udvise situationsfornemmelse og efterleve det, Charlotte Junge kalder 'relevanskriteriet'. - Nogle begår den fejl, at de sender en mail bredt ud og beder folk om at videresende fx deres CV. Det er ikke networking – det er netværkssпам. Man kan bede netværket om viden, informationer og kontakter – men ikke om job eller nye kunder.

## Efterlev relevanskriteriet

Relevanskriteriet handler om, at man skal gå til sit netværk, når det er relevant – og kun, når det er relevant. Det koster tid at pleje netværket, og hvis man arrangerer pligtmoder, risikerer man at blive opfattet som en tidsrøver. Der er med andre ord forskel på venner og netværk, og netværket bør man udelukkende gå til, når man har et formål.

I de perioder, hvor man ikke har brug for hjælp, skal man overveje, hvordan man kan tilbyde sit netværk noget. Det er vigtigt, at man ikke kun går til sit netværk, når man selv har brug for hjælp. Det handler om 'give and take'. 'Eksempelvis en gang om



- Det er godt at være kendt i netværket som den, der giver information og hjælper andre, siger Charlotte Junge.

ugen bør man tænke: hvad har jeg læst, hørt eller oplevet i denne uge, og hvem kan det være interessant for?

Ved at videresende en artikel eller give en relevant nyhed videre til en eller flere i sit netværk kan man sikre sig, at man bliver husket i netværket, og at man i stedet for at dræne sine kontakter opbygger goodwill, som kan gavne en senere. - Det er godt at være kendt i netværket som den, der giver information og hjælper andre.

## CHARLOTTE JUNGES TI NETVÆRKSREGLER LYDER:

1. Kommuniker klart og ærligt
2. Lyt og spørg ind
3. Udvis situationsfornemmelse
4. Efterlev relevanskriteriet
5. Tilpas din kontaktform
6. Vær klar over eventuelle kutymmer
7. Husk at give
8. Vær god til at tage imod
9. Husk dit netværk
10. Plej dit netværk

Det husker folk, når netværket skal bruges den anden vej rundt.

Relevanskriteriet betyder også, at der kan gå lang tid mellem henvendelser. Charlotte Junge mener, at der udmærket kan gå flere år, hvis man udelukkende bruger hinanden, når der er behov for det. Men man skal sørge for at aftale, at det er i orden at tage kontakt, selv efter en længere periode. Og så behøver man ikke at undskylde sig, hvis blot man udtrykker klart, hvorfor man henvender sig.

## Skab en netværksidentitet

- Networking bør blive en del af vores arbejdslivsstil, og vi skal acceptere, at vi ikke kan eller bør klare det hele selv, men at vi har brug for andre for at skabe de bedste resultater.

Charlotte Junge rådgiver folk og virksomheder i at lægge en netværksstrategi, hvor man gør op med sig selv, hvordan ens netværksidentitet skal være. Det betyder også, at løsningen ikke nødvendigvis er at engagere sig på alle mulige netværksportaler. Noget af det væsentligste er, at man tager sig den fornødne tid, er klar i sin profil og plejer netværket

ved at svare på alle henvendelser.

- Der findes masser af portaler, som Facebook og LinkedIn, der kan understøtte den strategiske networking, men man skal også finde nogle platforme, som understøtter ens branche eller fag. Man kan med fordel også benytte sig af communities, hvor folk er gode til at dele viden. Men det er vigtigt, at man er kritisk og ikke involverer sig i alt. Og vigtigt er det, at man husker at opdatere sine profiler.

## Job via netværket

Charlotte vurderer, at det synlige jobmarked kun står for 30 % af alle ansættelser. Resten af ansættelserne sker, uden jobbet har været slået op, fordi kandidaterne er fundet via andre kanaler såsom netværk.

Det skyldes blandt andet, at netværket kan gøre det lettere at finde den rigtige kandidat, når en virksomhed ikke ønsker at slå jobbet op. Hvis en virksomhed fyrrer medarbejdere som følge af finanskrisen, kan det være uhensigtsmæssigt på samme tid at kommunikere åbenlyst om, at virksomheden søger arbejdskraft – også

selv om det er andre stillinger, der skal besættes.

Ifølge Charlotte Junge kan og skal netværket ikke bringe den jobsøgende forrest i køen: - Netværk må ikke fremstå som nepotisme. Den primære styrke ved netværk er, at det kan åbne døre til nogle interessante mennesker og jobmuligheder – netværket kan ikke give dig jobbet.

Som jobsøgende skal man derfor bruge sit netværk til at søge viden om og kontakter i de områder, man gerne vil arbejde inden for. Man kan også få viden om, hvilke kompetencer der lægges vægt på i ansættelsesprocessen, enten inden for et bestemt område eller i en bestemt virksomhed, hvis man kender en, der arbejder der. På den måde henvender man sig for at opnå viden og derigennem finde de usynlige jobmuligheder. ■



Se oversigt over DKF ERFAs Netværk  
[www.kommunikationsforening.dk](http://www.kommunikationsforening.dk)