

IT-bransjens beste nettverksbyggere

Nettverksregel nummer én: Gi, så skal du få. Vi har snakket med noen av Norges beste nettverksbyggere om hemmeligheten bak et godt faglig nettverk.

Av Paal Leveraas

■ For de flittigste og beste nettverksbyggerne er nettverket en nødvendighet for å kunne gjøre jobben sin. «Alle» kjenner hodejegerne og veteranene Per-Andre Marum og Gunnar Krogh-Tonning. På kvinnesiden seiler imidlertid 26 år unge Kristin Omreng opp som en av de beste nettverksbyggerne i landet.

Omreng er researcher i Hartmark. Hun leter etter leder-

emner i avdelingen for *executive research*. Det er åpenbart gøy. Hun snakker varmt om jobben sin. Den er å skape interesse for jobbene Hartmark rekrutterer til. Det gjør hun ved å ringe rundt til personer i bransjen.

– Jeg har alltid vært veldig aktiv når det gjelder å utvide nettverket mitt, sier hun. – Å være edderkoppmenneske er kjernegøy. Jeg har en takknemlig jobb. De færreste blir sure av å bli ringt opp fra oss.

Omreng bruker ofte de hun snakker med som springbrett for å komme i kontakt med hans eller hennes kontakter igjen.

– Jeg sier ting som at «Jeg har hørt at du har et stort nettverk. Vet du hvem som er flinke på ...?». Folk vil gjerne hjelpe, men noen ganger når jeg ringer folk, spør de om hvorfor de skal hjelpe meg? Da svarer jeg «fordi neste gang hjelper jeg deg».

Omreng startet nettverksbyggingen tidlig.

– Det startet allerede i studietiden, da jeg ble leder for studentorganisasjonen AIESEC, først i Norge, senere i Vest-Europa og Nord-Amerika. Det falt naturlig for meg å stadig utvide nettverket, og i starten var jeg ikke spesielt bevisst på det. Nå er jeg

mer systematisk og målbevisst.

– Hvilket råd vil du gi til mennesker som skal bygge opp et nettverk?

– I Norge ser mange på nettverksbygging som noe negativt, men det handler mest om å være glad i folk. Det viktigste er et åpent sinn. Det at du har tatt en utdannelse betyr ikke at du er utlært. Mange holder seg kun til det de kan eller har hørt er «kult».

Den nye verdikommisjonen

Det finnes en rekke formelle og uformelle nettverk som det kan være nyttig å være medlem av. Et av dem har humor og en lattermild mann fra Drøbak som sin fellesnevner.

– De som lykkes vet at det starter med å gi.

Bjørn Semundseth,
First Tuesday-motor

i Oslo eller omegn. Et trettitalls kvinner og menn får via e-post beskjed om hvor møtestedet er. Det strengt uhemmelige nettverket har som mål å jobbe videre med de samme tingene som den første verdikommisjonen:

– Altså ingenting, sier Semundseth.

Han er initiativtaker og primus motor bak DNVK, som stadig tar opp nye medlemmer i nettverket. Opptakskravene er overkommelige for de fleste.

– Enten må den inviterte kjenne noen som jobber i IT-bransjen, eller hun må kjenne noen som kjenner noen som jobber i IT-bransjen, eller hun må kjenne noen som har tatt trikk eller buss sammen med noen som jobber i IT-bransjen, sier Semundseth.

Med unntak av at medlemmene i DNVK har en eller annen perifer tilknytning til IT-bransjen, er kommisjonens slagord om å sette ting i system det som sterkest minner om nettopp IT-bransjen.

– Slagordet er: «Vi setter øl i system», humrer Rune Semundseth.

Rune og broren Bjørn Semundseth kan du trygt kalle «Brødrene Nettverk». Rune er den yngste. Bjørn forsvarer storebrorrollen med en langt mer seriøs nettverksprofil, men

selv han greier ikke å skjule glimtet i øyet. For humor er ikke en viktig komponent i nettverksbygging.

First Tuesday

Bjørn Semundseth er mest kjent som primus motor bak *First Tuesday*, nettverket som gikk sin dot-com-seiersgang over hele verden mot slutten av 90-tallet. First Tuesday var en møteplass hvor penger fant idéer og vice versa, og de første møtene det første året var det hele preget av sponsede fester, høy sigarføring og fri drikke. Det var organisert som lokale First Tuesday-klubber i ulike byer, og de forsøkte å legge møtene til første tirsdag i måneden. Da dot-com-ballogen sprakk sluknet sigarene også. Men i Oslo har Bjørn Semundseth og en liten gruppe entusiaster greid å holde det i live og i god form.

– First Tuesday som nettverk er jo først og fremst en møteplass, sier han.

– Det er noen som er gode til å bruke en slik møteplass, andre fikser det ikke like lett. Jeg tror det kanskje ikke er helt intuitivt for nordmenn hvordan man kan og bør forholde seg i en slik sammenheng. Det å ta kontakt med folk man ikke kjenner sitter langt inne, men det er jo det man må gjøre.

Et av First Tuesdays mål var nettopp å lære nordmenn å *mingle*, men Semundseth er ikke helt fornøyd med måloppfyllelsen.

– Jeg vil si at vi ligger på tre-fire på en skala fra null til ti. Noen er bedre enn andre, og bruker det helt bevisst. Det som kjennetegner de som bygger relasjoner er at de gir mye. Dette har mange misforstått. Mange håpefulle har vært på First Tuesday med drømmer om venture-kapital i blikket. Når de kommer hjem, sender de meg sinte mail om at de hang rundt hele kvelden og ingen tok kontakt med dem. De som lykkes vet at det starter med å gi.

Semundseth er spesielt imponert av amerikanernes *mingle-talenter*.

– Jeg har vært på mange konferanser i USA der jeg så hvor mye mer målbevisste mange er på å ta kontakt. De går som biene fra blomst til blomst for å sjekke om det er noe som kan være verdt å ta med



BRØDRENE NETTVERK: Brødrene Bjørn og Rune Semundseth er ivrige nettverksbyggere. Bjørn står bak First Tuesday, mens Rune er primus motor for «Den nye verdikommisjonen».

seg tilbake til kuben. Her i Norge, og også i de andre nordiske landene, har vi fått det inn med oppdragelsen at vi ikke skal gå bort og snakke med andre sånn uten videre. Fremmedfolk. Faktum er at de du tar kontakt med på en møteplass også er der for å møte andre, og du gir ved å ta kontakt. Folk blir glade for det.

Kannibalforeningen

First Tuesday, LinkedIn og DNVK er eksempler på åpne, inkluderende nettverk. En annen type nettverk er de mer formaliserte organene, som Den Norske Dataforening, Abelia og IKT-Norge. En tredje variant er de mer eksklusive «by invitation only» nettverkene. Her mingler toppene. Konsulentbransjeveteranen Sophus Lie-Nielsen har gjennom mange år vært en edderkopp i slike nettverk.

– Jeg har vært med på mange sosiale og faglige fellesskapsøvelser, sier Lie-Nielsen. – Jeg har alltid lagt vekt på nettverk.

Gjennom 10-15 år var han primus motor i Konsulentforeningen, som samlet ledere i de store konsulentvirksomhetene.

– Etterhvert ble Konsulentforeningen til Kannibalforeningen, ler han.

– Medlemmene begynte å spise hverandre, og vi gikk fra 15 til 7 medlemmer av ren kannibalisme. Nettverket gikk etter hvert i oppløsning også.

I dag handler det i stedet om IT Lederforum (ITLF). Det er et nettverk som har eksistert i rundt 15 år. Det er uformelt, og består av en blanding av ledere i databedrifter og IT-ledere i større private virksomheter. Det er et eksklusivt forum, hvor du må inviteres inn for å bli medlem.

– Det skal ikke være mer enn 50-60 medlemmer, da blir det for u håndterlig, sier Lie-Nielsen.

ITLF møtes fire ganger i året til temamøte etterfulgt av en middag. ITLF er et nettverk som er nyttig for å komme i kontakt med beslutningstagerne i bransjen. Men selv om du ikke blir invitert inn i ITLF, er det ikke

nødvendigvis umulig å komme i kontakt med toppene.

– Hvis du skal ha noe gjort, skal du gå så høyt i hierarkiet som du kan, sier Per Olav Apalnes i Ergogroup.

– Og det er ikke farlig. Topper er hyggeligere enn man forestiller seg, de er bare litt vanskeligere å få tak i.

Norges største nettverk

Apalnes er en av mange nordmenn som bruker Norges største IT-bransjenettverk for å komme i kontakt med folk. Dette

nettverket bor på et rack med servere i San Francisco og teller nesten 40 000 norske medlemmer.

Norges største profesjonelle

nettverk er nemlig et virtuelt nettverk, som i utgangspunktet kun eksisterer på nett. På en haug med servere som står der og kverner finner man nettjenesten LinkedIn

– En tommelfingerregel er at 70-80 prosent av jobber ikke utlyses, men rekrutteres i nettverket.

Per-André Marum, hodejeger



MÅLBEVISST: Kristin Omreng er systematisk og målbevisst når hun utvider sitt nettverk.

med sine 5,5 millioner medlemmer.

Nesten 40 000 nordmenn har altså valgt å utlevere seg selv med navn og strukturert informasjon om arbeidserfaring, kompetanse og utdanning. Det er faktisk ikke så rent lite overraskende og imponerende. Og LinkedIn-nettet brukes flittig.

Ildsjelen og nettverksentusiast John Patrick Skaar tok i høst initiativ til å lage en undergruppe på LinkedIn kalt LinkedIn Norway (LIN). Alle som er medlemmer av LinkedIn kan melde seg inn i LinkedIn Norway (<http://groups.yahoo.com/group/linkedinorway/>), som allerede har rundt 100 medlemmer. Tidlig i mai møttes 30 av dem i Nydalen i Oslo for å bli kjent med hverandre på en litt bedre måte enn bare gjennom LinkedIn.

– Det er egentlig ikke et nett spesielt for IT-bransjen, men norske LinkedIn-brukere kommer ofte derfra, så da blir det en konsentrasjon av IT-folk her, sier Skaar.

Vert for møtet i LIN var Per Olav Apalnes.

– Å møtes i levende live er viktig. Det er ikke nok å sende mail til folk om du skal skape et nettverk, sier Apalnes. – Iblant må man se hverandre ansikt til ansikt.

LinkedIn representerer en ny måte å drive

nettverksbygging på. Når du er registrert som bruker av tjenesten kan du teoretisk få kontakt med nesten hvem som helst innen ulike bransjer, selv om de sterkest representerte bransjene nok er informasjonsteknologi og media.

Selv har artikkelforfatteren nær 330 kontakter på tjenesten, noe som gjennom andre og tredje linje av kontakter (altså kontaktene til mine kontakter og kontaktene til mine kontakters kontakter) gir meg et nettverk på nesten trekvart million mennesker verden over.

Og skorter det, kan jeg gjennom betalingsdelen av tjenesten kontakte hvilken som helst av de fem og en halv millioner brukerne.

Vokser eksplisivt

LinkedIn, som ble lansert i mai 2003, er altså oppe i 5,5 millioner brukere. Flere enn tre millioner av disse kom i 2005, og mer enn én million har kommet de fire første månedene av 2006. Så nettet er stort, og vokser med eksplisiv fart.

Noen av de flittigste brukerne er rekrutteringsfolk. Hodejegeren Per-André Marum er en av de som bruker LinkedIn på denne måten. Med mer en 1 500 kontakter i sin førstelinje, har han tilgang til omtrent alt som kan krype og gå av kompetanse innenfor de bransjene

han konsentrerer hodejakten sin om.

– Jeg har min egen database som er mye større enn det, men av netjtjenester bruker jeg ikke andre hjelpemidler

enn LinkedIn, sier Marum.

Han understreker betydningen av nettverk og nettverksbygging i karrieresammenheng.

– Det er av vesentlig betydning. En tommelfingerregel er at 70-80 prosent av jobber ikke utlyses, men rekrutteres i nettverket. Tilstedeværelsen i nett som LinkedIn gir deg ikke jobb, men bidrar til at du kommer opp på radaren, sier Marum.

LinkedIn har konsentrert seg om å rekruttere nettopp headhuntere, investorer, toppledere og personalsjefer til nettverket sitt. Derfor har LinkedIn også fått et godt rykte for å være et sted med høy kvalitet på

medlemmene.

Inspirert av LinkedIn

Også andre er inspirert av LinkedIn. I midten av mars startet NKI Fjernundervisning en tjeneste der skolens 7 000 nettstudenter kan søke etter og etablere kontakt med læringspartnere.

– Dette er en ny tjeneste innen internasjonal fjernundervisning, og det er allerede 1 000 studenter som har oppgitt at de ønsker en læringspartner, forteller professor Morten Flate Paulsen ved skolen.

Studentene kan for eksempel søke etter læringspartnere som bor i nærheten, har felles faglig bakgrunn eller samme personlige interesser. NKI har studenter spredt over hele landet, så de fleste vil finne noen i sitt nærmiljø, dersom de ønsker å møtes ansikt til ansikt.

– Flere spørreundersøkelser viser at mange nettstudenter ønsker nærmere kontakt med andre studenter enn det de får i diskusjonsfora på nettet, sier Paulsen.

– Målet med tjenesten er at flest mulig skal legge inn gode personlige presentasjoner og gjøre dem tilgjengelig for alle sine medstudenter, slik at det utvikler seg et stort nettverk av nettstudenter som tilsammen har en betydelig læringskompetanse.

2 600 NKI-studenter har allerede lagt ut en personlig presentasjon med informasjon om tidligere utdanning, yrkeserfaring og personlige interesser. ●

– Hvis du skal ha noe gjort, skal du gå så høyt i hierarkiet som du kan. Det er ikke farlig.

Per Olav Apalnes, Ergogroup

– Her i Norge, og også i de andre nordiske landene, har vi fått det inn med oppdragelsen at vi ikke skal gå bort og snakke med andre sånn uten videre.

Bjørn Semundseth,
First Tuesday-motor



INITIATIV: John Patrick Skaar er initiativtaker til LinkedIn Norway (LIN).