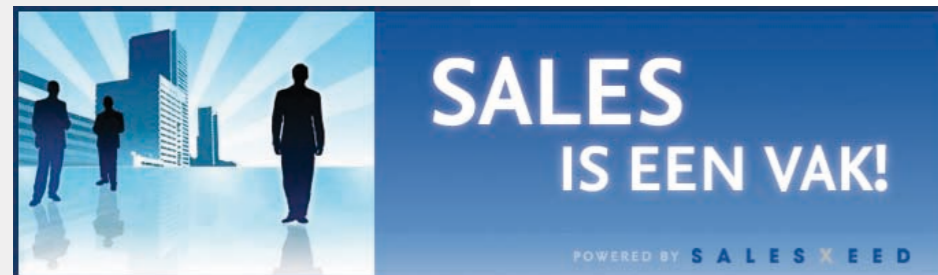


Ongetwijfeld bent u bekend met het begrip weblog. Vandaag de dag zijn er wereldwijd ruim 200 miljoen weblogs, waarvan 1 miljoen in Nederland. Dus zou je denken dat er ook op salesgebied toch wel een hele lijst zou moeten zijn. Niet dus. Ons kikkerlandje telt nog geen handvol weblogs over sales.



De eerste Nederlandse weblog over sales is www.salesiseenvak.nl van Rikkert Walbeek, oprichter van SalesXeed, u bekend van zijn maandelijkse column in SalesExpert. Afgelopen maand vierde deze weblog z'n tweede verjaardag. Een mooie aanleiding om de initiator eens aan de tand te voelen.

Salesiseenvak.nl is gestart in februari 2006. Nu, na twee jaar, zijn er ruim 250 artikelen (in weblog termen: posts) gepubliceerd. Dat komt neer op twee tot drie berichten per week. Voor een weblog een redelijk 'normale' frequentie.

Een blik op de site vertelt dat de artikelen zijn ingedeeld in een aantal categorieën. Deze categorieën hebben allemaal betrekking op sales. Zo zijn er onder andere artikelen over salesmanagement, recruitment, interim sales, netwerken, boeken en anekdotes.

RIKKERT, WAT DRIJFT JE OM WEKELIJKS ARTIKELLEN OVER SALES TE SCHRIJVEN?

Een weblog bijhouden doe je vooral voor je plezier. Ik praat en schrijf graag over sales. Mijn weblog heeft een informatief karakter. De opzet is om informatie, kennis en ervaring op het gebied van sales te delen. Bijna dagelijks schieten er zaken door mijn hoofd waar ik iets over wil zeggen of schrijven. Salesiseenvak.nl is daarvoor een prima

medium. Ik probeer aan de hand van informatieve artikelen, anekdotes en praktijk cases een beeld te geven van sales en wat verkopers bezighoudt. Soms heel inhoudelijk en soms met een knipoog.

HOE KOM JE AAN JE ONDERWERPEN?

Ik schrijf met name over 'day-to-day' business. Dus over zaken die ik dagelijks tegenkom in de sales. En zo nu en dan bespreek ik een boek of artikelen die ik heb gelezen.

Mijn dagelijkse praktijk brengt me steeds met zaken in aanraking die een aanleiding kunnen zijn er iets over te schrijven. Denk aan een coldcall die ik ontvang of een accountmanager die mij iets probeert te verkopen. Maar ook veel anekdotes en situaties vanuit mijn dagelijkse ervaringen.

WAAROM HEB JE HET NIEUWE ITEM 'SALES IN THE SPOTLIGHT' 'GELANCEERD'?

'Sales in the Spotlight' is een rubriek die maandelijks iemand uit het salesvak aan het woord laat, aan de hand van tien standaardvragen. Dat heb ik toegevoegd om ook eens een ander geluid dan het mijne te laten horen. Daarnaast biedt het de lezers een andere invalshoek. Andere verhalen, inzichten en ervaringen.

Dit nieuwe item levert overigens erg veel leuke reacties op. Ik krijg zelfs spontane aanvragen van mensen 'of ze ook eens mogen'.

WAT LEVERT ZO'N WEBLOG NU EIGENLIJK OP?

Tja, de vraag wat het oplevert krijg ik meer dan regelmatig. Het antwoord is simpel, namelijk niets. Althans, niets in geldelijke zin. Daarom kun je een weblog ook alleen maar blijven onderhouden als je schrijft over dat wat je 'echt' leuk vindt en bezighoudt.

Wel levert het veel leuke reacties en complimenten op. En zo af en toe wat media-aandacht, maar dat is zeer beperkt. Natuurlijk breng ik mijn eigen organisatie SalesXeed onder de aandacht. Maar dat probeer ik niet al te veel op de voorgrond te plaatsen. De artikelen verwijzen slechts zelden naar de activiteiten van mijn eigen club. Naar mijn mening moet je met je weblog voorkomen dat het een reclame medium wordt. De inhoud blijft de basis. Maar uiteraard 'link' ik zo nu en dan naar onze eigen activiteiten.

OOK WEL EENS MINDER LEUKE REACTIES?

Minder leuk is een groot woord. Soms krijg ik kritiek op mijn mening. Niet iedereen is het altijd met me eens. Maar dat mag, moet misschien zelfs wel. Soms ontstaan er in de reacties hele zinvolle discussies.

Soms leiden die zelfs weer tot een nieuw artikel.

Het staat iedereen vrij om op berichten te reageren. Alle reacties worden echter wel eerst bekeken alvorens ze worden geplaatst. Dat is overigens normaal op een weblog. Ik filter alleen de spam en de 'onbehoorlijke' reacties weg. Nooit worden reacties 'aangepast'.

WAAROM BEN JE EIGENLIJK GAAN BLOGGEN?

Zoals ik op mijn weblog vertel, ben ik van mening dat verkopen een vak is en die mening deel ik graag op zoveel mogelijk vlakken. Een weblog is een mooi medium om in je eigen stijl je mening te verkondigen. Er is wel heel veel informatie verkrijgbaar op het internet over sales, maar veelal is die informatie heel theoretisch. Ik probeer sales juist meer vanuit de praktijk te belichten.

Daarnaast hoop ik met mijn artikelen mensen af en toe te prikkelen, maar ook af en toe een glimlach op hun gezicht te doen verschijnen.

VANWAAR EIGENLIJK DE TITEL, SALES IS EEN VAK?

Naar mijn mening is sales een echt vak en dat wordt, zeker door de 'buitenwereld', niet

altijd zo ervaren. Mijn weblog is een manier om mensen daar meer bewust van te maken. Naast verkopers bezoeken ook veel studenten, ondernemers en andere niet-verkopers mijn blog. Ik hoop hen met mijn artikelen meer inzicht in het salesvak te kunnen geven. Maar uiteraard is de doelgroep natuurlijk mensen die (indirect) met sales bezig zijn.

WORDT DIE DOELGROEP OOK BEREIKT?

Slechts ten dele. Dagelijks bezoeken gemiddeld 500 mensen de site. Dat lijkt veel, maar is voor weblog begrippen nog wat weinig. Sales is nu niet bij uitstek een groep die veel op weblogs kijkt. Ik verbaas me wel eens hoeveel salesmensen ik nog spreek die geen idee hebben wat een weblog is, laat staan dat ze weten wat web 2.0 is. Op zich is dat zorgwekkend. Het internet, en web 2.0 in het bijzonder, veranderen de manier van zakendoen. Communiceren met je markt en je klanten loopt tegenwoordig via meer wegen dan voor het internettijdperk.

MOET IEDEREEN DAN MAAR GAAN 'BLOGGEN'?

Dat is nu ook weer overdreven. Hoewel er best een aantal goede salesblogs bij zouden mogen komen. Het gaat er ook niet om dat iedere sales nu moet gaan bloggen. Maar het lijkt me wel zinvol als men weet wat er gaande is. Als je klanten bloggen is het toch

wel handig als je dat weet. Daarnaast is een weblog slechts een onderdeel van web 2.0. Een weblog kan een mooi medium zijn, mits je schrijft over hetgeen je boeit. Er zijn al zo veel weblogs een vroege dood gestorven. Veelal omdat de schrijver niet over zijn of haar passie schreef of dacht er 'even snel' geld mee te kunnen verdienen.

HOE LANG BEN JE VAN PLAN DOOR TE GAAN?

Dat is moeilijk te zeggen. Zolang ik het leuk vind en er plezier in blijf houden. Vooralsnog heb ik voldoende stof om wekelijks artikelen te schrijven. Maar hoe lang dat zo blijft?

Auteur: Redactie

Een weblog (ook wel blog) is een website waarop door de auteur (ook wel de blogger) met regelmaat nieuwe bijdragen (ook wel posts) worden geplaatst. Deze posts verschijnen op het weblog in omgekeerde chronologische volgorde. De laatste post staat steeds bovenaan. Een soort 'dagboek' op internet.

Er zijn persoonlijke blogs, corporate blogs, informatieve blogs, nieuwsblogs en ga zo maar door.

Web 2.0, is de nieuwe vorm van het internet. In het begin was het internet een verzameling digitale folders. Dat is de fase web 1.0. Momenteel zitten we in de fase dat content steeds belangrijker wordt, dat veel websites gebruikersinteractie ondersteunen en dat online data en diensten open worden gesteld. Dat is kortweg web 2.0

