

# Online

Het moderne zakenleven speelt zich af achter de schermen, beeldschermen wel te verstaan. Online netwerken is een must om leads te scoren. Het credo op netwerken als LinkedIn is 'gezien worden'. Daar zijn trucjes voor die onderstaande ondernemers prima beheersen.

## Credo: gezien worden

### Klant is nu online te vinden

#### Jan Mulder,

eigenaar Hug Your Customer

**Product/dienst:** begeleiding en advies op het vlak van (online) marketing, sales & communicatie

**Wat:** Gebruikt online netwerk LinkedIn voor personal branding en lead generatie

**Resultaat:** 80 procent van de omzet komt binnen via online netwerken

Sinds Jan Mulder, eigenaar van Hug Your Customer, aan het online netwerken is geslagen, hoeft hij niet langer aan koud bellen te doen. "Ik gebruik LinkedIn voor personal branding, lead generatie en communicatie. Ik schat dat ik op deze manier 80 procent van mijn omzet binnenhaal. En het enige wat dat me kost is wat tijd en energie."

In 2004 werd Mulder voor het eerst actief op LinkedIn. "Ik vond het in eerste instantie vooral een handige manier om mijn netwerk te organiseren. Maar ik zag ook gelijk de zakelijke mogelijkheden: je kunt er bannen vinden en aanbieden en je hebt gratis toegang tot een database met inmiddels 1 miljoen Nederlanders en ruim 39 miljoen internationale contacten." Mulder ging dan ook serieus aan de slag met LinkedIn, wat

ertoe heeft geleid dat hij nu meer dan 30 duizend eerstelijns connecties in binnen- en buitenland en een flinke omzetstijging bij zijn bedrijf heeft bewerkstelligd.

Hij maakt er dan ook dagelijks tijd voor vrij. Gemiddeld zo'n 2 uur. "Dit schrikt veel ondernemers af", aldus Mulder, "Maar je doet dezelfde activiteiten die je altijd al

### 'Het is geven en nemen, net als netwerken in real life'

doet, communicatie, marketing en verkoop. LinkedIn is daar gewoon een extra tool voor." Bovendien zorgt een flinke tijdsinvestering, met name in het begin, ervoor dat je netwerk op een gegeven moment bijna als vanzelf groeit. "In begin heb ik heel bewust veel mensen uitgenodigd om met me te linken, maar in de loop van de tijd merk je dat steeds meer mensen jou benaderen."



FOTO DIJKSTRA

Jan Mulder: "Ik heb een gedegen profiel en goede recommendations."

# netwerken

## Goed vindbaar

Om zijn netwerk vervolgens zakelijk voor hem te laten werken, heeft Mulder er niet alleen voor gezorgd dat het groot is, maar ook dat zijn zichtbaarheid en betrouwbaarheid op orde zijn. "Dat wil zeggen dat ik online goed vindbaar ben en dat ik een gedegen profiel en goede recommendations [aanbevelingen/ referenties] heb." Verder plaatst Mulder veel berichten en stelt hij veel vragen via zijn netwerk. Ook helpt hij anderen in zijn netwerk door vragen te beantwoorden en door te sturen en door men-

sen die iets aan elkaar zouden kunnen hebben met elkaar te verbinden.

"Door al die activiteiten gaan mensen weer over me praten en me benaderen. Zo zijn er per maand ongeveer 1000 mensen die met me willen linken. Ik ben zelfs door mensen uit Rio de Janeiro benaderd." Al die mensen stuurt Mulder vervolgens weer een gepersonaliseerd berichtje terug. Mensen zijn daardoor vaak aangenaam verrast, waardoor er gesprekken en ontmoetingen ontstaan, wat weer leidt tot zakendoen." Wat Mulder betreft is online netwerken

heel eenvoudig: "Het is geven en nemen, net als netwerken in real life. En of het tot business leidt, hangt nog altijd van je talent af om tijdens echte ontmoetingen iemand over te halen." Bij Mulder heeft het er in elk geval toe geleid dat hij door een beetje tijdsinvestering nog nooit reclame voor zichzelf of zijn bedrijf heeft moeten maken en er 80 procent van zijn omzet mee binnenhaalt. Hoe hij aan de overige 20 procent komt? Mulder, lachend: "Door te netwerken op het hockeyveld van mijn kinderen." ►

## Tips Jan Mulder:

- Maak tijd en energie vrij voor actief online netwerken. Word lid van groepen, stel en beantwoord vragen, ga discussies aan en nodig mensen uit.
- Bepaal uw doelen. Bedenk waarvoor u het online netwerken wilt gebruiken, bijvoorbeeld voor salesleads of personal branding, en houd u er aan. Neem het ook op in uw profiel, dan weten anderen waarmee ze u kunnen helpen.
- Wees uzelf en wees eerlijk. Gebruik uw echte naam in uw profiel, wees duidelijk in de beschrijving van uzelf en uw onderneming. Want het online netwerken zal meestal resulteren in een face to face afspraak.
- Gebruik een recente kleurenfoto in uw profiel. Mensen vinden het prettig om een gezicht te hebben bij een naam.
- Laat anderen u helpen. De omvang van uw netwerk stelt u in staat aan veel mensen tegelijk een vraag te stellen. Probeer wel duidelijk en tegelijkertijd subtiel te zijn in het stellen van vragen. Verleid mensen op een dusdanige wijze dat ze gewaardeerd worden om hun kennis.
- Organiseer uw tijdsbesteding aan online netwerken. Net als offline netwerken kost het tijd om uw contacten te onderhouden en uw doelstellingen te realiseren. Wanneer u dit goed organiseert, zult u merken dat het u minder tijd kost. Pas bijvoorbeeld uw mailinstellingen aan op het online netwerk, zodat u niet dagelijks een berg e-mails ontvangt.
- Ga een gesprek aan. Stuur een persoonlijk berichtje terug waarin u bijvoorbeeld bedankt voor de uitnodiging om te linken. Vraag ook waarmee u de ander kunt helpen. Zo ontstaat er een dialoog en een nieuwe relatie.

## LinkedIn

LinkedIn is een online netwerk waar mensen een zakelijk profiel kunnen opstellen en anderen kunnen uitnodigen om met hun te linken, met als doel om een groot aantal 1e lijns connecties op te bouwen. Oorspronkelijk werd LinkedIn vooral gebruikt om banen aan te bieden en personeel te vinden. Tegenwoordig is het ook bedoeld als middel om te netwerken en om leads binnen te halen. Deelname is gratis.

Een weblog is het makkelijkst te omschrijven als een online dagboek waar de schrijver dagelijks of wekelijks korte artikelen plaats. Inhoudelijk gaat een weblog vaak over een specifiek onderwerp. Wie het goed gebruikt, kan een weblog inzetten als een tool voor lead generatie of personal branding. Het opstarten van een weblog is veelal gratis. Bijvoorbeeld via [web-log.nl](http://web-log.nl).

Andere handige en gratis online netwerk tools:

Twitter is ongekend populair sinds president Obama het inzetten om kiezers te winnen en veel beroemdheden er ook mee aan de slag zijn gegaan. Twitter kun je het beste omschrijven als micro blogging. De Twitteraar laat op een persoonlijke pagina per keer berichtjes achter van maximaal 140 woorden. De bedoeling is dat dit zoveel mogelijk lezers (volgers) oplevert. Een handige tool voor personal branding.

Online fora's, met name degene in de zakelijke hoek, kunnen ook de nodige zakelijke contacten opleveren. Door er zelf een vraag te stellen of te reageren op een vraag kun je er makkelijk contacten leggen. Daarnaast is het een manier om jezelf als expert te profileren.

# ‘Online tools bieden een alternatief voor de files’



FOTO DIJKSTRA

## ► Rikkert Walbeek,

eigenaar SalesXeed

**Product/dienst:** Sales Outsourcing, Interim Sales & Lead Generatie, Sales Recruitment, Sales Consultancy

**Wat:** Gebruikt zijn weblog ([www.salesiseenvak.nl](http://www.salesiseenvak.nl)) voor lead generatie en personal branding

**Resultaat:** 23% van de salesleads en 12 % van de omzet kwam afgelopen jaar binnen via het weblog

Het eerste weblog dat Rikkert Walbeek, eigenaar van SalesXeed, in 2005 startte, was niet zo'n succes. "Ik had na een half jaar nog nauwelijks lezers", lacht hij, "Maar het was op dat moment ook vooral pielen en uitproberen. Ik had kennissen met weblogs en het sprak me aan." Wel had Walbeek al snel een duidelijk doel met het weblog voor ogen. "Ik wilde kijken of ik het commercieel kon inzetten. Door er artikelen over sales op te zetten wilde ik dat bezoekers me als salesexpert zouden beschouwen, zouden denken: die weet veel van sales, die moet ik hebben. Ik zag het als een mooie tool voor lead generatie en personal branding."

Daarnaast is Walbeek van mening dat online tools als weblogs, LinkedIn en Twitter steeds belangrijker worden in de sales. "Door alle files kun je tegenwoordig niet langer in een dag het hele land doorrijden voor meerdere afspraken. Online tools bieden een alternatief. En ook de klant is steeds meer online te vinden."

Na zijn eerste poging begon Walbeek in 2006 dan ook aan het echte werk met zijn weblog [www.salesiseenvak.nl](http://www.salesiseenvak.nl). Hiermee trekt hij inmiddels zo'n 1000 unieke lezers per dag. Ook kwam het afgelopen jaar 23 procent van de leads binnen via het weblog, wat in 12 procent van de jaaromzet resulteerde. "En dankzij mijn weblog weten journalisten en mensen die me willen uitnodigen als spreker me ook beter te vinden."

## Bekend

Walbeek heeft zijn weblog weten uit te bouwen door er over te vertellen aan iedereen die het wilde horen. "Mijn grote fout met mijn eerdere weblog was dat ik er met niemand over sprak, dan trek je echter ook geen lezers."

Om lezers te trekken en te behouden post Walbeek drie nieuwe artikelen per week op zijn weblog. "Die continuïteit is een voorwaarde, anders haken lezers snel af", aldus Walbeek die zo'n 3 uur per week kwijt is aan zijn weblog. Deze tijdsinvestering kost hem echter weinig moeite. "Ik vind het leuk om te doen. Wellicht is dat nog wel de belangrijkste voorwaarde voor een goed weblog. Anders houd je het niet vol."

Daarbij levert dit hem zakelijk gezien ook wat op. Door consequent artikelen over sales te posten, positioneert Walbeek zich niet alleen als sales expert. Ook eindigt hij hierdoor hoog in de zoekresultaten van Google, waardoor mensen sneller bij zijn weblog en corporate

**Rikkert Walbeek: "Ik vind het leuk om te doen. Wellicht is dat nog wel de belangrijkste voorwaarde voor een goed weblog."**

website uitkomen wat regelmatig tot face-to-face afspraken leidt. Het enige wat dit Walbeek gekost heeft is tijd. "Ik heb inmiddels zo'n 500 artikelen geschreven. Dat moet je natuurlijk opbouwen."

Dit heeft hem echter niet afgeschrokken. Eind vorig jaar is Walbeek zijn tweede weblog gestart, [www.sales20.nl](http://www.sales20.nl), waarin hij pleit voor gebruik van online tools in de sales. Zijn tip voor iedereen die daar nog altijd niet de voordelen van inziet: "Kijk er gewoon eens naar, want dat is waar je klanten zitten." ■

## Tips Rikkert Walbeek:

- Bedenk van tevoren waar u uw weblog voor in wilt zetten. Wilt u uzelf als expert neerzetten, wilt u sales leads? Maak een keuze en focus u daar op.
- Kies een onderwerp dat niet alleen relevant is voor uw bedrijf, maar dat ook dichtbij u staat, waar u graag over schrijft. Want u moet het wel volhouden. Verder is een weblog een vluchtig medium. De weblog artikelen moeten lekker leesbaar zijn, ofwel niet te lang en zwaar op de hand zijn.
- Wees voorzichtig met reclame uitingen op uw weblog. U wordt immers alleen gelezen als de lezer iets aan de content heeft. Bij te veel reclame haken ze af. Pas als u krediet opgebouwd hebt, kun je wat reclame-uitingen plaatsen.
- Zorg dat mensen u weten te vinden. Zet u over uw schroom heen en vertel iedereen die het wil horen over je weblog. Zet de URL in uw e-mails en op je visitekaartjes. Maak contact met andere bloggers, neem hun link op en vraag of ze hetzelfde voor jou doen. Combineer uw weblog ook met andere online tools als Twitter en LinkedIn.
- Bezint eer ge begint. Wie een succesvol weblog wil, moet het wel volhouden. Ofwel, u moet schrijven leuk vinden. Uiteraard kunt u ook een ghost writer inzetten. Wees daar wel eerlijk over.
- Zorg voor continuïteit. Ofwel maak tijd vrij voor uw weblog, zorg wekelijks voor nieuwe content, houd de reacties in de gaten. Anders haken uw lezers snel af.