



door Jan-Willem Seip

Nieuwe klanten en nieuwe opdrachten zijn vrijwel altijd welkom. Daarom leest u in elk nummer van *Sales Management* een inhoudelijk en praktisch toepasbaar artikel over de meest succesvolle en bewezen manier om aan nieuwe opdrachten te komen: netwerken!

Netwerken, de aanpak

Er zijn basisregels voor netwerken zoals wederkerigheid, je op de ander richten en de kwaliteit en kwantiteit van uw netwerk. Met een doordachte aanpak wordt netwerken anders en werpt het zijn vruchten af, zonder dat het een kunstje wordt. Netwerken is kijken, contact maken, vragen, luisteren, geïnteresseerd zijn, inleven en geven. Kortom, netwerken = geven.

Dit moet een grondhouding zijn en niet een aangeleerd kunstje, anders werkt het niet. Zoek in uw gesprek met anderen altijd naar een kans om de ander te helpen. Ga na op welke manier u in uw netwerk iets kunt betekenen voor de ander. Het helpt enorm om u eerst op de relatie te richten en daarna pas op zaken.

Wederkerigheid

Uw buurman – met wie u een sterke band hebt – kan goed bevriend zijn met een potentiële klant/werkgever. Zorg dat u top-of-mind van uw buurman zit. Dit doet u door hem te laten weten waarnaar u op zoek bent. Wees zo specifiek mogelijk als u een ander laat weten wat u zoekt. Niet: “Ik zoek klanten”. Wel: “Ik help teammanagers binnen de zorg om de werkdruk van hun personeel flink te verminderen. Kun je mij in contact brengen met teammanagers binnen de zorg?” En vraag dit niet alleen aan uw buurman, maar ook aan andere dierbare relaties. Dit zullen er tussen de tien en twintig zijn. Grote kans dat u binnen een maand aan tafel zit bij een paar prospects. Net als bij LinkedIn maakt u nu gebruik van de tweede schil: de relaties van uw eerste schil (in het voorbeeld de buurman). Maar dan ‘in real life’.

Tip. Deze ‘aanpak’ neigt ernaar dat u er alleen beter van wordt en niet uw buurman. Zorg ervoor dat u weet waar uw buurman tegenaan loopt door hem dit te vragen. Dit kan zowel privé als zakelijk zijn. Hij kan

bijvoorbeeld op zoek zijn naar een zeldzame uitgave van een tijdschrift uit 1978. U kunt hem helpen door mee te zoeken. Misschien hoort u tijdens een feestje dat de collega van uw zus zijn verzameling tijdschriften wegdoet en... de uitkomst laat zich raden: u verbindt. Dit principe heet wederkerigheid: de ene hand wast de andere. Dit heet ook wel netwerken. Netwerken zoals netwerken bedoeld is: nagaan op welke manier u in uw netwerk iets kunt betekenen voor de ander.

Toekomst

Volgend jaar moet u ook te eten hebben. Zet daarom nu daarvoor al uw netwerk in. Als u pas in actie komt op het moment dat u opdrachten nodig hebt, bent u te laat. Ook als u nu omkomt in het werk, blijft u bezig met (online) netwerken. Zeker omdat contacten die u nu opdoet, jaren later nog van pas kunnen komen. Realiseer u dat door nu te starten met effectief netwerken, u over circa een jaar de vruchten kunt plukken.

Strategische aanpak

Wat vindt u belangrijker? De hoeveelheid mensen die u kent of de kwaliteit van de relatie die u met anderen hebt? Bij netwerken draait het niet alleen om kwantiteit maar ook om kwaliteit. Hoe groter uw netwerk, hoe groter het bereik. Durf uw netwerk te laten groeien.

Toch is niet alleen de kwaliteit van uw netwerk van belang. De diversiteit speelt ook een belangrijke rol, want het maakt u sterker als uw netwerk bestaat uit verschillende typen mensen en beroepen. Zoek naar netwerkcontacten die in de politiek zitten (invloed), het onderwijs (educatie), het bedrijfsleven (invloed), de creatieve hoek (andersdenkenden) en vakmensen (lasser, timmerman, loodgieter, kapper, et cetera). Ofwel, zorg voor spreiding en diversiteit.

Jan-Willem Seip is een sales- en ondernemerscoach. Hij laat salesprofessionals beter acquireren en netwerken door hen écht contact te laten maken met een ander en daarbij een flinke dosis aanstekelijk enthousiasme over te brengen.