



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!

Twitteren en netwerken

Veel verkopers geven aan geen tijd te hebben om zich bezig te houden met Twitter en andere netwerksites. "Ik ben de hele dag bezig met verkopen, wanneer moet ik dan iets schrijven en waarover moet ik het dan hebben?" Aldus een verkoper die fel gekant is tegen Twitter. Velen denken nog dat je op Twitter alleen vermeldt dat je koffie drinkt op een terras of hier andere inhoudsloze conversaties voert met mensen die blijkbaar tijd over hebben.

Stamkroeg

Stelt u zich het gesprek bij de koffieautomaat voor. U praat met collega's, luistert naar hen en wisselt met hen kennis uit. Kennis is macht, maar kennissen maken u machtiger en op Twitter stikt het van de kennissen. Twitter is een: koffietafel; stamkroeg; babbelfox; communicatieleerschool; laboratorium; bibliotheek; netwerk; beeldvormer en een leadgenerator voor anderen en voor uzelf. U hebt contact met andere experts of gewoon met leuke en interessante mensen. U komt via Twitter in contact met anderen waar u anders nooit of mogelijk later in uw leven mee in contact zou komen. Deel uw kennis en kennissen op Twitter. Hiermee vergroot u uw netwerk, uw reputatie als expert en ontvangt u antwoorden op uw vragen.

Wat is Twitteren?

Twitter geeft aan waar u bent, wat u doet en wat u denkt. Via Twitter laat u iedereen in 140 tekens weten wat u waar doet. U kunt dus volgen wat anderen beleven of willen weten. Met Twitter stuurt u vanaf uw computer of mobiel een tweet: een openbaar bericht van 140 tekens. Dit bericht verschijnt direct op het internet. Twitter is een soort microblog. Bij

Twitter draait het om het onderwerp 'waar ben je nu mee bezig'. Tweets kunnen ook opinies, berichten en gesprekken bevatten. Twitter wordt zowel privé als zakelijk toegepast. Het is aan te raden om privé en zakelijk twitteren te combineren in de respectievelijke verhouding van 30 en 70 procent.

Volgen en gevolgd worden

U bepaalt zelf wie u gaat volgen of blijft volgen. Maar uw volgers bepalen of ze u blijven volgen. Zorg daarom voor aangename, onderhoudende en waardevolle tweets. Besluit een twitteraar om vrijwel uitsluitend over koffiedrinken in het grand café te twitteren, dan zullen volgers snel afhaken.

Voorbeelden

Waar kan een binnenhuisarchitectenbureau over twitteren? Zij kunnen dagelijks een tweet sturen met een interieurtip of over kleurgebruik. De verkoper van een groot schildersbedrijf kan kennis weggeven door met verftips te komen, eventueel ondersteund met een korte demofilm op YouTube van 50 seconden. Wellicht denkt u: "Maar dan hoeven mensen de winterschilder niet meer in te huren, omdat ze het zelf gaan doen?!" Misschien is dat zo. Stel dat u de tweets van een winterschilder trouw hebt bekeken en de instructiefilm op YouTube nauwgezet opvolgde. Toch valt de hele verflklus vies tegen of er komt iets tussendoor wat heel veel tijd vreet, waardoor de schilderklus stagneert. Wie gaat u dan bellen? Dat kan een echtscheiding schelen.

In de volgende editie meer over netwerken via Twitter.

Jan-Willem Seip is Oefenmeester in klantcontact. Hij schrijft en spreekt hier ook veel over. In de weekenden laat hij de mensen dansen als DJseipie.

LinkedIn:

<http://nl.linkedin.com/in/janwillemseip>

Twitter:

www.twitter.com/janwillemseip