



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 verkopen

Twitteren en verkoper zijn, gaat dat samen? Ja, dat is zeker mogelijk. Zolang u maar niet gaat verkopen op Twitter. Wat voor gedrag op Twitter zorgt er wel voor dat u uiteindelijk gaat verkopen? Door te netwerken; dat gaat ook heel goed op Twitter.

### Het begint met ...

Het begint met te bepalen wat u wilt bereiken: een doel. Twitter mag geen doel op zich zijn, maar een middel om uw doel te halen. Dat kan zijn: nieuwe relaties aanboren. Bestaande relaties onderhouden. Meer exposure voor uw bedrijf. Uw kennis delen. Kennis opdoen ...

### Compleet profiel

Zorg voor een compleet profiel bij Twitter en ga daar actief mee aan de slag. Een profiel op Twitter is uw 'bio', ofwel in tekst staat weergegeven wie u bent, wat u doet, wat u zoekt. Op uw profiel kunt u ook uw avatar ('ava') kwijt; een duidelijke foto van uzelf of eventueel het logo van uw bedrijf. Het liefst van een mens, want Twitter is iets tussen mensen. Een voorbeeld van uw profiel in tekst is:

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](http://www.twitter.com/janwillemseip)

**Name:** Chantal Berendsen

**Location:** Amsterdam (The Netherlands)

**Web:** [uw website adres]

**Bio:** Accountmanager bij Auto Utrecht. Mensen laten genieten van de allermooiste auto's: Porsche, Lamborghini, Bentley, Maserati, Rolls Royce. hardloper, voetbal.

2,040 *Following* | 2,121 *Followers* | 168 *Listed*

### Eerste indruk

Geef dit profiel bewust een identiteit: naam, foto, bio en een link naar uw website, blog of LinkedInprofiel. Zorg bij het opstellen van uw profieltekst dat u woorden gebruikt waar anderen op zoeken als ze iemand als u of uw bedrijf zouden zoeken. U heeft 160 karakters de ruimte om een goede indruk op uw (aspirant-) volgers achter te laten. Kies niet voor 'protect my updates'. U bepaalt zelf wat u schrijft en dus deelt. Gebruik bij voorkeur een herkenbare twitternaam, die snel duidelijk maakt dat het om u of uw bedrijf gaat. En welk merk wilt u via Twitter vertegenwoordigen? Gaan de tweets vertellen wat u aan het doen bent of wat uw bedrijf aan het doen is? En de foto die u erbij zet moet een close-up zijn van uw gezicht. Niet een foto met uw kinderen, de hond, marmot en de zes parkieten erop.

### Interessante tweets

Als u op [www.twitter.com](http://www.twitter.com) ook een achtergrondkleur en eventueel een afbeelding heeft gekozen die past bij de huisstijl van uw website of uzelf, dan bent u klaar om uw eerste tweets te schrijven. U kunt hier helemaal uw eigen gang gaan. Sociale media experts geven u de tip: schrijf bruikbare tweets, interessante tweets en onderhoudende tweets. In maximaal 140 tekens per keer! U maakt via Twitter gebruik van sociale media: content gecreëerd door hun publiek. Bepaal voor uzelf wat u wilt communiceren en wat bij u en uw imago past. Als u namens een bedrijf twittert, hou het wel menselijk, maar niet te persoonlijk.

Volgende keer meer over netwerken en Twitter.