



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!

Twitterend netwerken

Mensen houden ervan om zaken te doen met mensen die zij kennen. En als je elkaar kent, dan praat je op gezette tijden met elkaar en wissel je ideeën uit. Zakelijke onderwerpen of over de dingen van alledag. Op het internet doen mensen dat via Twitter.

Twitter is een manier om korte updates van jezelf te zenden aan mensen die daar in geïnteresseerd zijn. Nu lijkt Twitter op een eenrichting-uitzendstation en dat is niet de bedoeling van Twitter! Nee, Twitter is een tweeweg-communicatie-instrument. Hetzelfde geldt voor twitteraars die alleen maar volgers willen hebben en zelf nauwelijks iemand (willen) volgen. Dit type twitteraars komt over als 'spammers'. Ze zijn alleen geïnteresseerd in het zenden van informatie aan een zo groot mogelijk publiek. Dat gaat niet werken, de BN'ers uitgezonderd. Wat u op Twitter zult vinden, zijn experts. Ieder op zijn of haar eigen vakgebied. Dat is Twitter's sterke punt. Maak daar gebruik van.

Voor elkaar

Wat zo bijzonder op Twitter is dat iedereen bereid lijkt om wat voor elkaar te doen. Ook voor mensen die je helemaal niet kent. Voorbeeld: Jan reageert op de hulpvraag van Petra. Deze hulpvraag werd geretweet (RT) door Annet. Jan bedankt zowel Petra als Annet voor de hulp en vaak ga je elkaar dan ook weer over en weer volgen. Je netwerk breidt zich uit. En op de een of andere manier tref je zo steeds weer de juiste mensen die voor u ook iets kunnen betekenen! Twitter is een heel bijzonder medium. Denk aan de kennisoverdracht die plaatsvindt, de doorverwijzingen, de interessante en lezenswaardige links en tips. Twitter is een verrijking voor zowel zakelijk als privé.

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

Geen verkoopmachine

Als u twittert als 'Personal Brand' (u als mens), twitter dan wat u denkt en doet, maar beperk de zakelijke aanbiedingen. Twitter is geen verkoopmachine om aanbieder na aanbieder eruit te doen en dan te denken dat mensen bestellen. Twitter is wel ideaal om een (persoonlijk) merk en een community te bouwen.

Resultaten

Vaak wordt me de vraag gesteld wat Twitter nou oplevert. Dat is een makkelijk antwoord. Twitter levert connecties op. En die connecties hebben weer connecties die weer... begint het te dagen? Op deze manier staat u voor een openstaande deur die leidt naar een wereld vol met mensen die juist uw interesses delen of die u deel laten uitmaken van hun interesses. Met één tweet beslaat u niet enkel uw eigen netwerk, maar meer mensen. Als hier mensen tussen zitten die uw tweet van belang vinden kunnen zij deze – met een simpele 'RT' ervoor – doorsturen (Retweet). En zo wordt het kringetje in de vijver groter en groter. Maar dat is niet de enige manier om mensen te benaderen. Door gebruik van hashtags kunt u iedereen bereiken, die niet in uw netwerk zit maar wel geïnteresseerd is in het onderwerp van de hashtag.

Conclusie

Op Twitter praat u met velen (tegelijkertijd) en deelt u uw kennis. U kunt op Twitter ook antwoorden krijgen op uw vragen en contacten opdoen met mensen die u anders nooit of pas veel later in uw leven zou ontmoeten.