De termen 'referral' en 'testimonial' zijn inmiddels redelijk bekend in het bedrijfsleven, maar het gebruik van het 'endorsement' is in opkomst. Deze drie begrippen worden overigens veelvuldig door elkaar gebruikt en dat is niet gek, want ze lijken ook op elkaar. Maar er zijn wel degelijk verschillen. De netwerk vakexperts Harro Willemsen en Sylvie van Tilburg vertellen hoe u zo een aanbeveling aan uw klanten kunt geven en ook hoe u deze opmaakt.

DRIE SOORTEN **VAN AANBEVELING**

In de volgende uitgaven zullen wij weergeven wat deze gebruikte termen betekenen en komen achtereenvolgens de 'referral', 'testimonial' en het 'endorsement' aan bod. We laten u zien wat de onderlinge verschillen zijn en hoe u zelf zo een aanbeveling kunt geven. Met uiteraard als doel het op professionele wijze verwerven en opbouwen van uw zakelijke relaties.

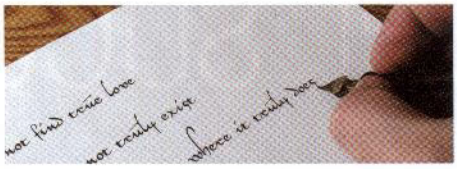
Wist u dat u - heel eenvoudig - zelf uw professionele relaties kunt opbouwen door het geven van een 'referral', een 'testimonial' of een 'endorsement'? In dit eerste artikel een kort overzicht van de drie begrippen in chronologische volgorde:

1 REFERRAL: EVEN BELLEN OF MAILEN EN NAAM DOORGEVEN

Een referral is een tip of aanbeveling, omdat iemand een kans tot zakendoen tussen twee partijen heeft waargenomen. Bijvoorbeeld als iemand een zakenrelatie heeft die een betrouwbare leverancier zoekt van een bepaald product of bepaalde dienst, en hem het advies geeft contact op te nemen met zo'n leverancier die hij kent vanuit zijn eigen netwerk. Een referral wordt meestal mondeling, telefonisch of per e-mail doorgegeven.

Bijvoorbeeld in de vorm van: "Ik was laatst bij een klant en hij vertelde mij dat ze bezig zijn met vernieuwen van hun administratiesysteem. Ik zal deze klant zo snel mogelijk even mailen en vertellen dat jullie hele goede oplossingen op dit gebied hebben. Ik stuur je een cc-tje. Als ik jou was zou ik even contact met hem opnemen en een afspraak maken. Je kan dan mijn naam noemen."

2 TESTIMONIAL: KORTE POSITIEVE EVALUATIE VAN KLANT



Een testimonial is een getuig-schrift van uw klant of zakenrelatie, na een goede ervaring of positieve indruk. De klant laat dus een positief verhaal achter over u als persoon, uw kennis van zaken, product, dienst of bedrijf. Een testimonial is een referentieverhaal, bedoeld om pospects te overtuigen, in verkoopgesprekken als referentieverhaal en ook op websites en in folders om uw verhaal te ondersteunen. Een bekende manier is om een soort tekstballonnetje toe te passen met de naam van de relatie erbij (soms ook het logo).

Bijvoorbeeld: "Wij hebben positieve ervaringen met de wijze waarop Janssen B.V. met ons heeft meegedacht en een op maat gemaakte oplossing voor onze machines heeft uitgedacht en geleverd. – Peter van der Meer, Agromachines B.V."

3 ENDORSEMENT: GARANTIE/STEUN MET GEDEELDE VALUES

Een endorsement is en telt zwaarder dan een testimonial. Een endorsement is in wezen een zakelijke vriendschapsverklaring gebaseerd op de ervaring of indruk die beide partijen met/van elkaar hebben. Dit is duidelijk zichtbaar gemaakt door een uitgebreid en doordacht referentieverhaal, het delen van elkaars values en het laten zien van elkaars logo. Men geeft aan welke positieve ervaringen men heeft met die andere partij en geeft daarbij ook een hartelijke

aanbeveling. Men staat dan ook echt garant voor elkaar. Een voorbeeld van een endorsement op de websites van twee samenwerkende bedrijven: "Tijdens ons gezamenlijke project heeft Frederique van Veldhoven haar expertise en doorzettingsvermogen laten zien. Zij is een meester in de creatieve communicatie en heeft een unieke kijk op marketing, gecombineerd met een fijn gevoel voor de politieke verhouding in het bedrijf van haar klanten. Wij kunnen Frederique daarom warm aanbevelen als strategische marketeer en interim-marketing manager."

Het is net als met gewone relaties in het leven. U kunt iemand aardig vinden en elkaar helpen (referral), u kunt uw positieve ervaringen op papier zetten, een soort liefdesbrief (testimonial), en als u het echt super met elkaar kunt vinden en erg goed bij elkaar past, wordt het net een huwelijk! (endorsement).

EEN WARME AANBEVELING GEVEN? MAAR AAN WIE?

Welke van de drie soorten aanbevelingen u wilt of kunt geven of wilt ontvangen hangt natuurlijk sterk af van de situatie. Feit blijft dat referrals, testimonials en endorsements uw commerciële propositie versterken. U stimuleert hiermee actief uw klantbinding en de mond-tot-mondreclame rond uzelf en uw bedrijfsactiviteiten, uw product of uw organisatie. De beste manier om een aanbeveling te krijgen van uw zakelijke relaties is door te beginnen ze te maken voor anderen. Zonder delen kunt u nu eenmaal niet vermenigvuldigen! De eerste stap is bepalen voor wie u een aanbeveling zou willen maken. Dit zullen voornamelijk partijen zijn waar u in het verleden nauw mee hebt samengewerkt en waarmee u dit naar de toekomst zou willen voortzetten. Dit zijn overigens niet alleen personen of bedrijven waarmee u samen een opdracht hebt gedaan. Denk vooral juist aan collega-bestuursleden van verenigingen, warme netwerkcontacten, en collega-ondernemers in dezelfde branche, die net weer een andere doelgroep hebben dan u, of andere partijen die u graag uw zakelijke steun wilt geven. Zo kunt u actief uw netwerk uitbreiden!

Dus hoe op een hele slimme manier uw klantrelaties opbouwen? Geef hen een referral, testimonial of endorsement cadeau! En hoe u dit precies doet, wat de valkuilen en tips hierbij zijn, komt de volgende keer aan bod. Wij zullen ons dan achtereenvolgens concentreren op het maken en verdienen van een referral, een testimonial en een endorsement. Graag tot de volgende keer waar wij tot in de finesses laten zien hoe u een referral geeft en verdient.

Harro en Sylvie hebben elkaar leren kennen via het netwerk van 'Rotterdam Community' en kwamen op het idee om in deze wilde wereld samen betrouwbare kennis over het netwerkvak te publiceren.

HarroWillemsen is commercieel trainer, marketeer, publicist en partner van Present Presents, een bureau voor opleiding, training en coaching op het gebied van management, verkoop en presenteren. Hij is een zeer actief netwerker en verbinder van mensen en ideeën.
www.presentpresents.com

Sylvie van Tilburg is een van Europa's netwerkpioniers. Zij is een belangrijke innovator in haar vakgebied human and business development, zij is in Nederland degene die training in netwerkvaardigheden als eerste op de agenda heeft gezet, met haar programma naar New York.
www.incompanytrainer.com