

Tien ideeën om de beste kennis op te doen

Ah, de goede oude tijd. De achterbak van een gemiddelde salesprofessional zat tot de nok toe gevuld met folder- en demonstratiemateriaal. De laatste dinsdag van de maand was offertedag en inkoop en verkoop vochten hun robbertjes voor enkele procenten meer of minder korting. Klanten waren grotendeels afhankelijk van de salesforce van leveranciers om hun informatie te vergaren. Jij bracht als buitendienst nieuws en kennis mee bij ieder bezoek. Een vergeelde, vervlogen tijd.

De meeste kennis is tegenwoordig transparant geworden. Voordat een klant contact opneemt, ben jij al volledig gekwalificeerd. Uit recent CEB/Gartner onderzoek blijkt dat contact met potentiële leveranciers nog maar 17% van de totale tijd uitmaakt, die klanten besteden aan het vergaren van hun kennis bij grote aankopen. De rest bestaat uit onafhankelijk online- en offlineonderzoek, interne kennisvergaring of contact met peergroups en experts. Jouw kennis is geen onderscheidend vermogen meer. Sterker nog, in veel gevallen zijn je contactpersonen bij klanten en prospects beter op de hoogte dan jij bent.

Kennis is een hygiënefactor

Op zijn minst moet je kunnen meepraten met wat er gebeurt in je eigen vak- en marktgebied, de businessomgeving van je klanten en de wereld in brede zin. Dat is een voorwaarde, een hygiënefactor. Als je in de interactie van onvoldoende niveau bent voor je zakelijke gesprekspartners, dan kom je alleen informatie ophalen. Dat is killing voor het vertrouwen en de professionaliteit die je wilt uitstralen. Wil je aan de volwassenentafel meepraten, dan moet je kennis up-to-date zijn.

Hoeveel tijd besteed je nu aan het opdoen van relevante kennis? De meeste salesprofessionals komen niet verder dan een haastige blik op nu.nl iedere ochtend. Misschien maandelijkse door die stapel vakliteratuur swipen en vluchtig door de content scrollen die op je eigen tijdstip langskomt. Dit is stomweg onvoldoende. Van horen zeggen en driftig meeknikken als je iets hoort, daar neemt een serieuze klant tegenwoordig geen genoegen mee. Investeren in het vergaren van alle relevante kennis is een doorgaand proces. Daar moet je tijd voor reserveren en slim organiseren voor jezelf. Ik ga je hierbij op weg helpen.

Waar zit de kennis?

De belangrijkste reden dat je veel tijd kwijt bent om je kennis bij te spijkeren, is de manier waarop je zoekt en vindt. De gemiddelde salesprofessional bladert, surft en scrollt tijdens verveelmomenten doelloos op allerlei websites, fora en socialmediaplatforms.

Dat is leuk om een uitgelopen afspraak in de wachtkamer door te komen, maar voor je kennisontwikkeling heb je er weinig aan. Wil je serieus aan de bak, volg dan een aantal principes:

- ◆ **Niet halen.** Laat kennis zoveel mogelijk naar jou toekomen, in plaats van het zelf op te moeten halen. Als je iedere keer op 25 verschillende sites checkt of er nieuwe relevant content is geplaatst ben je verkeerd bezig. Je wilt processen inrichten die geautomatiseerd nieuwe content signaleren of meteen ophalen. Idealiter komen je kennisbronnen dan op enkele plaatsen samen.
- ◆ **Gebruik de juiste technologie.** Er zijn ontelbare devices, apps en suites om informatie te verzamelen en te groeperen. Welke zijn de beste en meest praktische? Ik gebruik drie vuistregels hiervoor:
 - **Gebruik de marktleider.** Hierdoor is er een grote groep gebruikers, goede ondersteuning en zijn er minder bugs en belemmeringen. Wees dus geen early adapter met technologie die nog in ontwikkeling is. Dan ben je meer aan het prutsen, dan aan het gebruiken.
 - **Veel koppelingen en standaarden.** Als je vanaf enkele centrale plekken informatie absorbeert, wil je dat alle bestandsoorten te openen of te lezen zijn. Je wilt niet tegen obscure of verouderde formats aanlopen.
 - **Easy peasy.** Simpel, duidelijk en hufterproof. Je wilt niet een half uur door allerlei menu's moeten scrollen om iets te kunnen openen of instellen.
- ◆ **Integraal onderdeel.** Het opdoen van kennis moet een integraal onderdeel van je werkweek zijn. Bouw vaste momenten in om te lezen en leren. Of dat nu 's morgens bij het opstarten van je dag is, iedere dinsdagmiddag of 's avonds met een iPad op de bank. Leren is een lifestyle.
- ◆ **Goede archivering.** Alles wat de moeite waard is om te onthouden wil je slim en duidelijk archiveren op een centrale plaats. Of je nu speciale mapjes aanmaakt, favorieten instelt of linkjes stuurt naar je eigen e-mailadres. Doe het op een manier die aansluit bij jouw werkwijze. De echte cracks voegen meteen tags toe aan hun documenten, zodat ze goed doorzoekbaar zijn.
- ◆ **Onderhoud je systeem.** Voeg voortdurend relevante bronnen toe en verwijder niet-relevante. Voer periodiek groot onderhoud uit en check of je processen zelf nog beter of slimmer kunnen.

Tien ideeën voor de praktijk

Principes zijn leuk, maar hoe werken ze in de praktijk? Ik heb tien ideeën op een rij gezet, hoe je kennisbronnen kunt vinden, organiseren en optimaliseren. Je kunt ze als inspiratie gebruiken en zelf projecteren op je persoonlijke situatie.

- 1. Informeer in je netwerk.** Als je wilt meepraten met je klanten, collega's en peergroups, moet je weten waar ze hun kennis vandaan halen. Dus vraag het ze. "Welke blogs lees je het liefste?", "Op welke nieuwsbrieven ben je bewust geabonneerd?", "Welke personen die je volgt, dagen vaak je mening uit?" of "Welke recente boeken kun je me aanbevelen?"
- 2. Tijdlijn verbeteren.** Natuurlijk zit je al volle bak op LinkedIn. Contacten leggen, researchen en je netwerk uitbreiden: social selling is hot onder salesprofessionals. Maar als het gaat om het opdoen van kennis via LinkedIn komen de meesten niet verder dan het checken van de eigen tijdlijn. Om te voorkomen dat je door meters nutteloze content scrolt, wil je actief je tijdlijn verrijken en opschonen. Volg dus alle interessante personen en organisaties. Bij alle content die op je tijdlijn langs komt heb je allerlei opties (drie stippen rechtsboven). Je kunt onder andere content opslaan om later te lezen, deze persoon ontvolgen (als zijn of haar content niet interessant is) of je feed verbeteren door suggesties van LinkedIn te vragen.
- 3. Hashtags volgen.** Als er online nieuws, updates of content verschijnt over jouw vakgebied, dan wil je een kattenbelletje horen. Dan kan door relevante steekwoorden in te stellen bij diensten als Google Alert of Talkwater Alerts. Ook binnen LinkedIn kun je hashtags volgen, door die in het zoekvenster in te geven. Daarna zie je de optie 'volgen' vanzelf verschijnen. Updates met deze hashtag verschijnen dan vanzelf in je tijdlijn.
- 4. Podcasts en audioboeken luisteren.** Heb je een hekel aan lezen? Vrijwel alles en iedereen die ertoe doet, heeft tegenwoordig een eigen podcast of verschijnt als gast in de podcast van anderen. Zoek binnen Spotify, Apple Podcasts of Google Podcasts naar relevante kanalen of uitzendingen. Ideaal om je kennis bij te tanken tijdens autoritten en sportactiviteiten. Hetzelfde geldt voor audioboeken. Door iedere dag een hoofdstuk te luisteren pak je op een ontspannen manier extra boeken mee.

- 5. Video's.** Ben je meer visueel georiënteerd? De belangrijkste kennisdelers hebben tegenwoordig allemaal een YouTube-kanaal. Abonneer je hierop en nieuwe updates verschijnen in je tijdlijn of je kunt een herinnering instellen als content online komt. Van veel boeken, methodes en modellen zijn ook goede videosamenvattingen of uitlegvideo's beschikbaar.
- 6. Lees vanaf je device.** De hoeveelheid beschikbare e-books en whitepapers die je tegenwoordig kunt downloaden is overweldigend. Maar lees je alles en op het juiste moment? Download alles naar een centrale plek in de cloud, om het later op je gemak en met aandacht te lezen. Ik gebruik Adobe Acrobat Reader (zowel voor iOS als Android beschikbaar). Hierbij kun je aantekeningen maken, documenten scannen en vanaf allerlei locaties bestanden openen.
- 7. Gebruik een aggregator.** Als je vanaf een dashboard al je informatiestromen wilt organiseren en consumeren, gebruik dan een nieuws-aggregator (verzamelaar). Feedly is de meeste gebruikte en werkt prettig op desktop en devices. Maak je eigen bronnen aan, volg hashtags, feeds en nieuwsbrieven. Je kunt zelfs een AI-bot gebruiken, die je traint om informatie voor je te filteren.
- 8. Lees samenvattingen.** Van de betere zakelijke boeken zijn samenvattingen beschikbaar, waardoor je in 15-20 minuten alle kernideeën opdoet. Managementboek.nl brengt iedere maand vier 'summaries' uit, van recent verschenen boeken. Blinkist is een mooie app met korte samenvattingen van Engelse non-fictie boeken. Een alternatief hiervoor is StoryShots. Van bekende, minder recente boeken zijn online vaak samenvattingen te vinden.
- 9. Kiosk-apps.** Er bestaan nog steeds ontelbaar veel tijdschriften. Wil je online toegang tot de beste titels en artikelen, kies dan een digitale kiosk-app. Blendle is de bekendste hiervan met een brede selectie uit kranten en tijdschriften. Er is ook een redactie die een selectie voor je maakt. Zinio is meer internationaal georiënteerd en heeft duizenden titels in het assortiment.
- 10. Content eigen organisatie.** Het lijkt een open deur, maar je zal versteld staan hoe weinig mensen weten welke content, waar in de eigen organisatie beschikbaar is. Die rapporten, factsheets en whitepapers worden niet voor niks door je collega's gemaakt. Zorg dat je in de loop bent. Als ze het niet brengen naar je, moet je het halen.

Conclusie

Je klanten verwachten gesprekspartners op hoog niveau. Dat betekent hard werken om te weten wat er speelt, wat de beste ideeën zijn en vanuit welke context je klanten naar de wereld kijken. Organiseer op slimme wijze alle beschikbare kennisbronnen en lees, kijk en luister als een integraal onderdeel van je werk. De eerste stap naar thoughtleadership is weten wat de rest al weet. De volgende stap volgt hierna: kennis, ideeën en zichten ontwikkelen die je klanten verrassen en uitdagen.