

Zes manieren om je netwerktijd beter te besteden

Het is tijd om de balans op te maken. Wat heeft het aflopen van netwerkevents in die vele jaren daadwerkelijk opgeleverd? Hoeveel netwerkbijeenkomsten heb jij bezocht in je leven? Bij mij staat de teller al boven de 300. Zeker in de eerste jaren dat ik zelfstandig ging werken, liep ik wekelijks rond op een netwerkevent met een bitterbal in mijn hand. Ja, het was soms gezellig en ik kwam weleens goede contacten tegen, maar meestal was het doorbijten als ik de zoveelste ingestudeerde elevatorpitch van een websitebouwer, boekhouder, designer of adviseur moest absorberen. Dan sloeg de netwerk-moeheid toe en vroeg je jezelf af: is er geen betere manier om mijn tijd te besteden?

Waarom netwerkevents onvoldoende werken

Een netwerkevent is specifiek bedoeld om te netwerken. Er zijn een of twee sprekers, de sponsor mag een woordje doen en er zijn hapjes en drankjes. Meestal worden deze events opgezet door verenigingen, die netwerken tot doel hebben. Zij organiseren iedere week een gezamenlijk ontbijt, een vrijdagmiddagborrel in het nieuwe hippe café of maandelijks een bijeenkomst op de locatie van een sponsor.

Iedereen die afkomt op dit soort netwerkbijeenkomsten heeft eigenlijk hetzelfde doel: het verkopen van of reclame maken voor hun eigen handel. Kopers lopen er zelden rond. Dus de enige mogelijkheid die je hebt om zinvolle contacten op te doen, is te vragen of je gesprekspartners nog mensen kennen in hun eigen netwerk die zinvol voor je kunnen zijn. De meeste professionals zijn echter zuinig op hun eigen netwerk. Ze zullen je niet snel op basis van een prettig gesprek zomaar introduceren bij een goed contact uit hun netwerk. Daarbij hebben ze meer te verliezen dan te winnen. En vergeet niet: ze kwamen hier vooral om zelf contacten op te doen.

Basisregels netwerken

Als commercieel trainer heb ik mij altijd, als ik een netwerkbijeenkomst bezocht, aan een aantal regels gehouden.

- Netwerken is voor lange termijn, dus verwacht geen direct resultaat.
- Richt je vooral op het verbinden van anderen, zodat jij een sterkere netwerkschakel wordt.
- Weet wie of wat je zoekt en wat je komt brengen.
- Richt je in eerste instantie op de relatie, dus 'LSD' lekker door als de ander gepassioneerd over zijn bedrijf vertelt.

Als ik me strak aan deze regels hield, kwam ik altijd thuis met een paar visitekaartjes, die ik keurig opvolgde. Ik stuurde informatie, ideeën, tips en leads naar contacten die ik oprecht wilde helpen. Ik vroeg zelf naar potentiële introducties

en daardoor veel contacten een keer apart kunnen uitnodigen voor een koffiegesprek. Ik heb in de loop van jaren op deze manier een breed netwerk opgebouwd en een aantal opdrachten binnengehaald. Dat heeft echter wel een investering van enkele duizenden uren gekost. De vraag is dan gerechtvaardigd: had ik mijn tijd niet beter kunnen besteden? Is al dat netwerken wel de moeite waard geweest?

Te weinig commercieel resultaat

Het is tijd om de knuppel in het hoenderhok te gooien: het bezoeken van netwerkevents levert meestal te weinig commercieel resultaat op. Het is niet zo, dat netwerkevents bezoeken helemaal niets oplevert. Als je rondvraagt zul je best succesverhalen horen. Dat zijn de lucky hits, de eendagsvliegen, de weinige krenten in een grote kom netwerkpap. Netwerkbijeenkomsten bezoeken kan best gezellig zijn, af en toe zijn er goede sprekers en soms kun je een gerichte vraag stellen over een onderwerp waar je weinig van weet. Maar als tool voor business development levert het te weinig rendement op. Al die uren kun je beter besteden aan activiteiten die meer opleveren.

Meer commercieel rendement

Ik wil je zes suggesties doen hoe je als salespersoon, zelfstandig ondernemer of inhoudelijk professional je de tijd beter op een andere manier kunt besteden dan met het bezoeken van netwerkevents.

1. Vraag referrals aan klanten

De makkelijkste en meest effectieve manier om aan nieuwe leads te komen is via je bestaande klanten. Zonder al te veel terughoudendheid kunnen zij je introduceren bij relaties uit hun netwerk. Je klant heeft immers goede ervaringen met je product of dienst en heeft vertrouwen in jou als persoon. Je kunt er in algemene zin naar vragen: "Wie binnen uw netwerk zou u aanraden om eens te benaderen of contact mee op te nemen?" of concreet vragen: "U kent Jan de Vries van Uniek B.V. en ik wil graag eens met hem om de tafel. Kunt u mij daar eens introduceren?"

2. Ga dubbel daten met een klant of netwerkcontact

Ga met je klanten of goede netwerkcontacten uit eten of nodig hen bijvoorbeeld uit voor een seminar of sportwedstrijd. Als je dat doet, maak er dan een 'dubbeldate' van. Vraag of zij iemand willen meenemen die jij vast wel wilt ontmoeten en jij doet dan hetzelfde. In het ideale geval scoren jullie beiden een veelbelovend prospect, die jullie anders nooit hadden ontmoet. Op zijn minst houd je er een prettig netwerkcontact aan over.

3. Organiseer een eigen event

Zo moeilijk is het niet. Je boekt een zaaltje, afgesloten plek in een restaurant of gebruikt de faciliteiten van je eigen bedrijf. Je bedenkt een interessant zakelijk thema en nodigt een goede spreker uit. Je kunt het ook meer casual houden en een wijnproeverij, golfclinic of kookworkshop organiseren. Vervolgens stuur je een uitnodiging naar een aantal goede klanten en vraagt ze allemaal een introduc e mee te nemen. Uiteraard is zo'n event niet bedoeld om uitgebreid je eigen dienstverlening te gaan pitchen. Je faciliteert voor je klanten een prettig uitje en zorgt daarbij voor een ontspannen netwerkmogelijkheid voor alle aanwezigen. En dat allemaal door jou georganiseerd.

4. Benader je oude netwerk

Een netwerk waaraan je heel makkelijk positieve connecties kunt overhouden is je school-, studie- en oud-collega netwerk. Dat zijn collega's van bedrijven waar je eerder hebt gewerkt en je klasgenoten van je lagere, middelbare en hogere school. Het is tegenwoordig een fluitje van een cent om ze op te sporen via LinkedIn. Stuur ze een leuk berichtje, stel een keer een koffieafspraak voor en praat bij. In mijn ervaring zijn deze gesprekken niet alleen leuk maar ook erg nuttig. Ook hier geldt: als je alleen komt halen en niets brengen is er onvoldoende basis om gebruik te maken van elkaars netwerk.

5. Word zelf spreker

Vanaf het moment dat ik besloot zelf spreker te worden bij netwerkbijeenkomsten steeg mijn commercieel netwerkresultaat spectaculair. Bij ieder netwerkevent dat ik bezocht, maakte ik een praatje met de voorzitter of organisator en vroeg of ze nog leuke sprekers zochten. Ik had een aantal workshops en lezingen gemaakt, waarvan ik wist dat ze aanspraken voor een brede doelgroep. Het voordeel van een lezing geven, is dat je een uur spreektijd hebt richting alle aanwezigen. Maak er alleen geen commerciële show van. Je kundigheid blijkt vanzelf uit de kwaliteit van je verhaal. Aan het einde komen alle potentieel geïnteresseerden vanzelf naar je toe en de rest heeft een goede indruk van je. Oh ja, doe het niet gratis. Als het niets kost is het ook niets waard. Ik hanteer altijd een speciaal laagtarief voor netwerkevents maar kom niet voor een fles wijn of bos bloemen.

6. Ga netwerken op andere plekken

De beste netwerkgelegenheden zijn events, die niet worden georganiseerd met een zuiver netwerkdoel. Dat zijn seminars, sportevenementen, verenigingen, open dagen, jubilea, festivals, borrels van klanten of leveranciersdagen. Hier kom je veel potentiële zakelijke contacten tegen zonder dat er een nadruk ligt om te moeten



netwerken. Niemand is dan ook druk aan het pitchen of staat klaar met zijn visitekaartje in de hand. Wel is er tijd en ruimte om een leuk gesprek te voeren over elkaars business, vak of interesses. Vanuit zo'n ontspannen sfeer ontstaan vaak de beste contacten. Mocht je een zakelijke klik hebben, stel dan voor een kop koffie te drinken op een later tijdstip en verpruts niet het contactmoment door meteen zaken te willen doen.