

De opmars van LinkedIn, Xing, Ecademy en alle andere

“Online netwerksite is geen concurrent van klassieke offline businessclub”

De opmars van het internet heeft de wereld van het zakendoen grondig veranderd. De informatiesnelweg is een marktplein waar alles te koop is, al dan niet betalend. Door gebruik te maken van het internet kan een slimme ondernemer gratis advies en kennis vergaren én tegelijkertijd zijn verkoopcijfers verhogen. In België zijn al heel wat zakenlui overtuigd van het nut van het zogenaamde ‘online netwerken’.

Onderzoek heeft uitgewezen dat de meeste vacatures door mond-tot-mondreclame ingevuld worden. Soms verwijst een kennis of een vriend naar iemand door. Maar meestal vindt men een nieuwe job via een oppervlakkige relatie. De referentiepersoon is hierbij van groot belang. Netwerken is dus eigenlijk niets meer dan communiceren met mensen en ook vragen durven stellen: zichzelf sociaal op de kaart zetten. Toch wordt aan ‘netwerken’ soms een negatieve betekenis gegeven. Het zou iets zijn voor ‘snelle jongens’ en er zou een geurtje aan hangen. Ten onrechte, zo blijkt uit de onderstaande reacties van enkele erg actieve netwerksters.



In België zijn al heel wat zakenlui overtuigd van het nut van het zogenaamde ‘online netwerken’.

Businessnetwerk

In 2002 richtte Tamara Mariën, samen met vijf anderen, waaronder haar man Jan De Vos, de businessnetwerkclub ‘Managers for Managers’ (M4M) op. “Wat wij tegen elke prijs proberen te vermijden, is dat zakenmensen het netwerk ‘stalken’ om opdrachten te versieren. Onze club richt zich tot managers en besluitnemers van bedrijven. Het is de bedoeling elkaar te leren kennen en te zien of het klikt. Door in contact te treden, stap men ook binnen in het netwerk van de ander. Als dat positief verloopt, kan daar ‘business’ uit voortvloeien. Maar knowhow uitwisselen is minstens even belangrijk. Het sociale aspect dat aan het netwerken verbonden is, zien wij als een extra-tje.” Managers for Managers nodigt regelmatig gastsprekers uit en hanteert een ‘greet and meet’-formule om netwerkers rond de tafel te brengen. Per businessmeeting kan een manager makkelijk drie tot vijf nieuwe mensen ontmoeten. Na vijf jaar netwerken telt de club 3.900 leden.

Fichebak

Contacten leggen hoorde ook vroeger al bij het zakendoen. De fichebak met de visitekaartjes is daarbij echter op de achtergrond geraakt. De ondernemer die met zijn tijd meewil, gaat het internet op. Hij registreert, archiveert en volgt zijn contacten op via online websites. An De Jonghe (32) is headhunter en oprichtster van TRENDQ, een consultancybedrijf dat ondernemers de kunst van het netwerken leert. ‘Social networking’ is volgens haar de



“Een online netwerksite is geen concurrentie voor een offline businessclub. Het ene kan wel het andere aanvullen.”

toekomst. "Aan mensen die beweren dat zij niet hoeven te netwerken via het net, antwoord ik altijd hetzelfde: 'Wanneer ik u tien jaar geleden had gezegd dat de mobiele telefoon wereldwijd de overhand zou nemen en iedereen ermee zou communiceren, zonder grenzen of beperkingen, dan had u mij ook niet geloofd.' Binnen drie jaar zal ieder zich respecterend bedrijf het belang van 'online social networking' inzien. Waarom? Omdat het niet langer meer om win-win gaat bij deze moderne manier van zakendoen, maar om 'win' tout court.



An De Jonghe: "Binnen drie jaar zal ieder zich respecterend bedrijf het belang van 'online social networking' inzien."

Het is namelijk ook het ideale kanaal om uw doelgroep te bereiken, om een product te lanceren of om te rekruteren. Bovendien bespaart men kosten, want het is gratis. Het is een investering in tijd die opbrengt."

"Door zelf uitgever te worden op het net of door nieuwe sociale media, zoals 'online social networks', aan te wenden, kunnen bedrijven met klanten communiceren. Wie dat inzien, heeft een voorsprong op de anderen."

An De Jonghe is doordrongen van het fenomeen nadat ze massaal research verrichtte naar 'online social networks' en haar bevindingen bundelde in het boek: 'Social networks around the world: how is Web 2.0 changing your life?' Ze lijstte zo'n 1.000 sociale netwerken die op het internet voorhanden zijn op per continent, per land en vervolgens per categorie. "Via online netwerksites kan men werkelijk alles vinden," zegt An De Jonghe. "Dat gaat van daten, over telefoneren, vrienden maken, tot zakelijke deals sluiten of beeldmateriaal tonen. Iedereen kan het, waar men zich ook bevindt. Je kan het zelfs thuis aan de keukentafel, wat bovendien het pragmatische aspect van deze tool aantoont. Het invullen van een profiel is natuurlijk omslachtig en tijdrovend. Ik schat dan ook dat er een aantal van deze netwerken zal afvallen omdat ze te weinig leden tellen. Maar de belangrijkste zullen overleven."

Enkele online netwerksites

• LinkedIn

LinkedIn is een profielenetwerk waar carrièrejagers en headhunters elkaar treffen. Belangrijk hier is het profiel te updaten en de rubriek 'questions & answers' op te volgen. Op die manier kan men tonen dat men een expert is of over een bepaalde vaardigheid beschikt.
Site: www.linkedin.com.



• Xing

Xing is een business gerelateerd netwerk. Het is populair bij zakenlui omdat men er met anderen kan praten in de taal van zijn keuze. De businessnetwerkclub M4M gebruikt Xing om haar netwerk online uit te bouwen.
Site: www.xing.com.



• Facebook

Facebook is een sociaal netwerk dat sinds kort ook door ondernemers bezocht wordt om zaken te doen. Het is persoonlijker dan LinkedIn of Ecademy.
Site: www.facebook.com



• Plaxo

Op Plaxo kan men zijn persoonlijke gegevens uitwisselen met businesscontacten, vrienden en familie. Plaxo Pulse volgt de gewijzigde gegevens op de voet.
Site: www.plaxo.com



• Ecademy

Ecademy is een sociaal netwerk voor ondernemers, freelancers en consultants.
www.ecademy.com



Marketinginstrument

De Nederlandse Laura Babeliowsky, adviseur voor zelfstandige ondernemers, sluit zich bij de visie van An De Jonghe aan. "Soms lijkt het alsof de tijd heeft stilgestaan. Dan vragen klanten me waar ze adreslijsten kunnen kopen om koude acquisitie te doen. Of waar ze kunnen adverteren. Ze beseffen niet dat in korte tijd de marketingregels enorm veranderd zijn. Vroeger kon je niet anders dan op een opdringerige manier, via direct mail bijvoorbeeld, je diensten of producten aan de man brengen. Internet heeft dit veranderd. Mensen informeren zich online alvorens een koopbeslissing te nemen. Ze zijn niet meer afhankelijk van advertenties. De informatie die ze op het net kunnen krijgen is eerlijk en open. Daar moet een ondernemer op inspelen. Door zelf uitgever te worden op het net of door nieuwe sociale media, zoals 'online social networks', aan te wenden, kunnen bedrijven met klanten communiceren. De bedrijven die dat inzien, hebben een voorsprong op de anderen."

"Zonder het online en actief netwerken, had ik waarschijnlijk als bedrijf niet overleefd."

Opportunities

Erwin De Laat van Flemish Net Services is een zelfstandige ondernemer die actief netwerk. "Ik startte in 2002 als nieuw en onervaren ondernemer een zaakje, maar ik raakte niet echt gelanceerd," zegt Erwin De Laat. "Tot

een tweetal jaren geleden. Toen ging ik me actief bezighouden met netwerken. Ik startte op de website van Ecademy, maar probeerde er ook nog andere uit. Ik kon me het best in de aanpak van Ecademy vinden: ik koppel er het aangename aan het nuttige. Nu kan ik met gepaste trots zeggen dat 80% van mijn werk Ecademy-gerelateerd is. Zonder het online en actief netwerken, had ik het waarschijnlijk als bedrijf niet overleefd. Meer nog: onlangs stampte ik met andere netwerkers een tweede bedrijf uit de grond. Netwerken biedt voor mij dus niet alleen omzetverhoging, maar op termijn haal ik er ook opportuniteiten uit.”



Erwin De Laat: “Netwerken biedt voor mij dus niet alleen omzetverhoging, maar op termijn haal ik er ook opportuniteiten uit.”

Verlegen

Volgens Geert Conard, IT Consultant en leader van Ecademy Belgium, is netwerken de ideale manier om met verlegenheid af te rekenen. Voor hij ermee begon, raakte hij die drempel niet over. “Netwerken gaat over relaties opbouwen. Internet helpt daarbij. Door achter het scherm een profiel op te stellen en via boodschappen contacten te leggen met andere netwerkers, blijft een netwerker in eerste instantie in zijn comfortzone zitten. Niemand merkt dat hij verlegen is en hij kan vrijuit over zijn kwaliteiten of vaardigheden spreken. Daarmee kan hij grenzen verleggen. Wanneer de netwerkers elkaar dan ontmoeten op de netwerkevents, zullen ze sneller toenadering tot elkaar zoeken. Een online netwerksite is dus geen concurrentie voor een offline businessclub. Het ene kan wel het andere aanvullen.” Geert Conard krijgt sinds zijn lidmaatschap van Ecademy 95% van zijn nieuwe business aangereikt door te netwerken. De website Ecademy.com is eigendom van Ecademy Ltd. Londen en draait op vijf fulltime krachten. Het bedrijf verwerft zijn inkomsten uit reclamebanners en gelden van lidmaatschappen. Conard runt Ecademy Belgium en organiseert samen met een team meetings en events voor de leden van Ecademy.

Erika Claessens

Tips & tricks

Wanneer u weet dat iemand in uw netwerk een probleem heeft, probeer dan een oplossing aan te bieden, bij voorkeur gratis.

- Netwerken betekent vertrouwen hebben in anderen, zodat zij ook vertrouwen krijgen in u.
- Netwerken is geen kost, maar een investering.
- Communiceer met uw netwerk en ontmoet uw contacten regelmatig in het echte leven.

“Bedrijven willen reputatie onder controle houden”

Porter Novelli is wereldwijd een van de leidende PR-agentschappen, actief in alle belangrijke markten. Vertrekkend van een totaalnadering ontwikkelt Porter Novelli samen met de klant strategisch communicatieadvies. Het doel is altijd een waardevolle communicatie met alle relevante partijen, met een duidelijke meerwaarde voor de klant.



Luc Missinne (Porter Novelli): “Wil je als bedrijf podcasten, bloggen, virtueel aanwezig zijn op Second Life of een discussieforum opstarten, dan kan je daarvoor bij ons terecht.”

Porter Novelli is in 1972 opgericht in Washington D.C. en maakt deel uit van de Omnicom Group Inc. (NYSE: OMC), een leidinggevende reclame-, marketing- en communicatiegroep. In België telt Porter Novelli zo'n 60 medewerkers.

“Bedrijven die op Porter Novelli een beroep doen, willen van ons leren hoe ze hun reputatie onder controle kunnen houden. Dat is dus niet veranderd,” constateert Luc Missinne, CEO van Porter Novelli. Wat wel snel verandert, is de mediahorizon. “Eigenlijk is die evolutie heel goed nieuws voor de communicatie. De communicatiemiddelen hebben nog nooit zoveel potentieel geboden. Maar als bedrijf moet je wel goed voorbereid zijn. Daarvoor heb je experts nodig.”

“De communicatiemiddelen hebben nog nooit zoveel potentieel geboden. Maar als bedrijf moet je wel goed voorbereid zijn. Daarvoor heb je experts nodig.”

Anticiperen

Precies omdat de mensen van Porter Novelli er zelf dagelijks inhoudelijk, praktisch en graag mee bezig zijn, zitten zij mee in de flow van de nieuwe en snel evoluerende media. “Wij volgen niet alleen, wij anticiperen ook,” aldus Luc Missinne. “Wil je als bedrijf podcasten, bloggen, virtueel aanwezig zijn op Second Life of een discussieforum opstarten, dan kan je daarvoor bij ons terecht. Wij hebben daar ervaring mee en maken de bedrijven daarin graag wegwijs.”

Er is zoveel te weten over ontelbaar verschillende onderwerpen, dat niemand nog alles kan vatten. “Een bedrijf moet dus vooral datgene doen waar het goed in is: de ‘core business’. En verder is het zaak om de juiste partners te kiezen,” sluit Luc Missinne uitnodigend af.