

FYSIEK NETWERKEN BLIJFT EEN MUST

“Hoe meer we in een wereld leven waarin we digitaal met elkaar communiceren, hoe meer nood we hebben aan face-to-face ontmoetingen”, zo zegt netwerkexpert Dirk Haesevoets. Anno 2014 is de essentie van netwerken niet veranderd, maar wel de manier waarop we het doen.

Na jaren actief geweest te zijn binnen Uitgeversbedrijf TIJD, waar hij als PR-verantwoordelijke op termijn ook zijn bedrijf vertegenwoordigde op tal van events, besloot Dirk Haesevoets het over een andere boeg te gooien. Hij richtte The House of Trust op: een bureau dat bedrijven ondersteunt in hun financiële communicatie, maar ook – en vooral – netwerkmomenten organiseert voor tal van bedrijven en organisaties. Dé geknipte persoon dus voor een gesprek over netwerken anno 2014.

GEVEN

“De essentie van netwerken is niet veranderd”, zo begint hij meteen. “Het belangrijkste woord dat je in gedachten moet houden als je netwerkt, is nog steeds ‘geven’. Probeer in eerste instantie de ander te helpen, door hem in contact te brengen met de juiste persoon of aan nuttige informatie te helpen. Maar verwacht er niet onmiddellijk iets voor terug. Dat komt te glad, te commercieel en weinig respectvol over. Op langere termijn mag je wél regelmatig resultaat verwachten. Heb je iemand ooit goed geholpen, dan zal die dat ongetwijfeld niet snel vergeten en je later weten te vinden als er zich een opportuniteit voordoet om samen te werken.”

Volgens Haesevoets is de manier waarop we contacten leggen, anderszins wel veranderd. “Ondertussen heeft zowat iedereen een profiel op LinkedIn. Een prima idee, omdat je er makkelijk je contacten beheert,

ziet waar je relaties op dit moment mee bezig zijn én je er ook kan ontdekken welke relaties je eventueel deelt met personen waarmee je in contact wil komen. Tegelijk blijkt dat hoe meer we met elkaar communiceren in een virtuele wereld, hoe meer we opnieuw nood hebben aan momenten waarop we elkaar in de ogen kunnen kijken.”

KLEIN MAAR FIJN

En dat fysieke netwerken, zoals Haesevoets het zelf noemt, gebeurt vandaag niet langer uitsluitend op grote massa-events met 200 deelnemers, maar steeds meer kleinschalig. “Een lunch of diner met 10 tot 20 gasten is ideaal”, zo zegt hij. “Zo hebben alle aanwezigen de kans op een kwalitatief gesprek met elkaar.” Hij raadt wel aan om de gasten daarbij te stimuleren om met elkaar te praten, bijvoorbeeld door het aperitief of dessert niet aan tafel te serveren, maar in een apart kamertje of aan een andere tafel. “Zo verplicht je de deelnemers om recht te staan en krijgen ze ook de kans om een gesprek aan te knopen met genodigden die niet naast hen aan tafel zitten.”

Om effectief te netwerken, blijkt een goede voorbereiding cruciaal. “Netwerken is wel degelijk precisiewerk”, zegt Haesevoets. “Ga na wie komt en zoek al wat informatie op over die mensen, bijvoorbeeld op LinkedIn. En ook nazorg is belangrijk. Een tweetal dagen na het event stuur je een kort mailtje of een per-



Blijven investeren in uw netwerk loont.

soonlijke boodschap via LinkedIn, waarin je je nieuwe contact bedankt voor het aangename gesprek.” Dat je verder naar een netwerkmoment best voldoende visitekaartjes meebrengt, een pen en een notablokje, dat spreekt voor zich.

OOK IN TIJDEN VAN CRISIS

Ook in economisch moeilijker tijden is het van belang om te investeren in je netwerk. “Maar nog beter is het om altijd te netwerken, ook in economisch betere tijden”, vertelt Haesevoets. “Mensen hebben anders al snel door dat je komt netwerken omdat het met het bedrijf iets minder goed gaat, en dat wil je te allen prijze vermijden.” Verder raadt hij ook aan om goed na te denken over de plaats waar je gaat staan op de grotere events. “Je kan niet iedereen spreken die je wil zien. Daarom is het ideaal om discreet een plaatsje in te nemen in de buurt van de ingang of aan de uitgang na afloop. Je ziet wie er binnenkomt of op het punt staat te vertrekken. Heb je iemand tijdens het event niet te pakken gekregen, dan kan je hem bij het buitenstappen nog even aanspreken.” 



Dit artikel is een bijdrage van Commanity, de Vlaamse community die managers uit technologiebedrijven inspireert over de strategische aspecten van industriële marketing en business development (www.commanity.be).

EXECUTIVE SUMMARY

Ook in economisch moeilijker tijden blijft u beter investeren in uw netwerk. Ondanks het toenemende belang van digitale communicatie blijft fysiek netwerken een absolute must. De twee moeten elkaar vooral versterken. Wie succesvol wil zijn, moet zich goed voorbereiden, de juiste netwerken selecteren en bereid zijn om anderen te helpen zonder meteen iets terug te krijgen.

we.listen@cxonet.be