

lefoongesprekken en afspraken omhoogschiet. U kunt uitgaan van een conversie van ongeveer de helft. Met het benaderen van 5 contacten per dag hebt u 50 telefoongesprekken en 10 nieuwe afspraken per maand. Het kost u een uur per dag, maar u ziet hoeveel het oplevert.”

Hou de aandacht vast

Wellicht ziet u op tegen het dagelijkse uurtje LinkedIn-werk. Maar op termijn lukt het vaak om het netwerk te mobiliseren; op dat moment bespaart het netwerk tijd. Het gaat er namelijk niet alleen om zoveel mogelijk nieuwe contacten te verwerven. Eerder opgedane contacten blijven in het netwerk en u kunt ervoor zorgen dat ze u blijven volgen door dagelijks waardevolle content te delen. Van Beek: “Dat is enorm belangrijk. Stel, u bent specialist in het bouwen van webshops met open source-software. Een van uw contacten spreekt iemand op een beurs die wil beginnen met het opzetten van een webshop, dan bestaat de kans dat hij u aanbeveelt. Zo worden de LinkedIn-contacten verkopers van uw product. Het is een sneeuwbal die u over de berg moet rollen. In het begin is het hard werken, maar als u de top hebt bereikt, rolt hij door en wordt hij steeds groter. U moet er wel continu aan blijven werken.”

De juiste boodschap bij het medium

Perry van Beek gebruikt ook andere social media-kanalen. Op Twitter heeft hij bijna 32.000 volgers. “Ik ben niet enthousiast over Twitter voor business-to-business-toepassingen. Het is

vooral geschikt om informatie te vinden. De informatie die sommige mensen delen zijn keiharde leads.” Van Beek doelt hiermee op de vragen en klachten die Twitter-gebruikers delen op hun pagina. Bedrijven die hier actief

naar zoeken, kunnen er eenvoudig op inspelen.

Ook Facebook is met name geschikt in een b-to-c-omgeving. Het is bovendien een bewerkelijk medium. Toch biedt het mogelijkheden, vindt Van Beek. “Je

kunt daar mooie communities opbouwen. Een Facebook-groep werkt beter dan een groep op LinkedIn. In een Facebook-groep met een paar honderd deelnemers is vaak meer interactie dan in de LinkedIn-groep die ik zelf heb met bijna 16.000 leden. LinkedIn had een mooi systeem voor groepen, maar ze hebben het verkwanseld. Als je op Facebook lid wordt van een groep, dan krijg je automatisch notificaties van de activiteiten in die groep. Daardoor word je vanzelf kieskeurig en volg je alleen de groepen die belangrijk voor je zijn. Bij LinkedIn krijg je standaard geen notificaties. Daardoor worden mensen lid van veel groepen waar ze vervolgens niets meer van horen. Tegengwoordig krijgt u weer de updates van uw groepen in uw tijdlijn – aldus LinkedIn – maar in werkelijkheid ziet u daar niets van.”

Leeftijd speelt geen rol

Een veelgehoorde klacht over online media: hier ben ik te oud voor. Van Beek is het hier niet mee eens; LinkedIn is toegankelijk voor iedereen. “Ik ben bijvoorbeeld zelf 48 jaar. Mensen leren ook met een navigatiesysteem omgaan in hun auto. Misschien moet u er iets harder voor werken als u wat ouder bent. Mijn zoon van 14 zit op Snapchat, en ik moet aan hem vragen hoe dat werkt. Door vragen te stellen kunt u alles leren. Zelf ben ik makkelijk te benaderen, dus als u vragen heeft, stel ze maar gewoon; bijvoorbeeld via Twitter. Veel mensen hebben een bepaalde expertise en die zijn via social media allemaal te bereiken.” ■

Tips & Tricks op LinkedIn

- ❖ De basis van succes op LinkedIn is een professioneel profiel. Mensen moeten de juiste indruk van u krijgen. Van Beek: “Sommige bedrijven krijgen het gewoon niet voor elkaar, en die komen bij mij terecht. Wij generen dan de leads voor ze en zodra iemand reageert, pakken zij het weer over.”
- ❖ LinkedIn promoot content die goed wordt opgepakt. Het gaat er om hoe vaak en hoe snel een bericht wordt bekeken en hoeveel likes het krijgt. Van Beek: “Zorg binnen het eerste uur voor minimaal 10 likes. Dat is eenvoudig: maak een WhatsApp-groep van alle mensen in het bedrijf voor wie uw bijdragen relevant zijn. Stuur ze het bericht dat u op LinkedIn hebt geplaatst. Het is voor hen letterlijk een kwestie van een druk op de knop om een bericht leuk te vinden.”
- ❖ U bent vast nieuwsgierig wie er in u geïnteresseerd is. De functie *Wie heeft mijn profiel bekeken* is dan ook de populairste binnen LinkedIn. Het systeem werkt echter ook omgekeerd – anderen zien of u hun profielpagina heeft bezocht. Van Beek: “Als iemand elke dag op mijn profiel kijkt, denk ik: wat een engerd. Dan blokkeer ik hem. Beter is het om een link op te slaan naar de activiteiten van een contact, bijvoorbeeld onder favorieten in de browser. Op die manier houdt u het contact in de gaten, zonder dat u hem ermee lastig valt. U ziet dus of het contact iets heeft gedeeld of geliked, en of er iets is waar u op kunt reageren. Ik noem dat *shadowing without stalking*.”
- ❖ Berichten bevatten vaak links naar artikelen op andere websites. LinkedIn wil graag dat iedereen zoveel mogelijk tijd op het netwerk doorbrengt en daarom komen dergelijke berichten lager in de rangorde op de tijdlijnen van uw contacten. Van Beek kent een truc waarmee u de link (voorlopig) toch probleemloos kunt plaatsen. “Deel een foto met wat tekst, benoem in het bericht een aantal contacten en gebruik een of meerdere hash-tags. Voor LinkedIn is dit een interessant bericht. Zodra u het bericht hebt geplaatst, klikt u onmiddellijk op ‘bewerken’ en plaatst u alsnog de link. Het is niet duidelijk hoe lang dit nog werkt. LinkedIn past binnenkort ongetwijfeld zijn algoritmes aan om dit te voorkomen.”
- ❖ De meeste mensen werken met de gratis versie van LinkedIn. Voor wie meer functionaliteit wil, bijvoorbeeld om te zien wie uw profiel heeft bekeken, zijn er verschillende betaalde versies – gratis uit te proberen – zoals Sales Navigator. Perry van Beek: “Dat is de investering waard, mits u de stap neemt om uw profiel helemaal in orde te maken. Sommige mensen schaffen Sales Navigator aan, maar weten nauwelijks waar ze aan beginnen. Na een paar maanden zien ze het als weggegooid geld. Het is alsof u met een Ferrari in de eerste versnelling op de snelweg rijdt.”