

WEEK 1

Willekeurig netwerken op grote evenementen

Netwerken kan je leren



Niet simpel om in een grote zaal vol vreemden uw moed bijeen te rapen en mensen aan te spreken. Zelfs ervaren netwerkers hebben drempelvrees. De beste aanpak: eens diep ademhalen en op uw buur afstappen. Om u te helpen, maakten we een kleine handleiding met tips, die we zelf hebben uitgetest voor u.

Ik heb het hoofd vol met raadgevingen van coach Jan Vermeiren (31) en ik trek vanavond naar een netwerkvond van M4M (Managers for managers) – een club opgericht in 2002 door Jan De Vos (43), managing director van Unit-Trade Europe. Ik ben wat nerveus. Maar mijn taak kan toch zo netelig niet zijn? Ik moet alleen maar een paar tips in de praktijk brengen, waarvan de allerbelangrijkste luidt dat je op dit type recepties nooit schrik mag hebben om vreemden aan te spreken. Gewoon in het hoofd houden dat alle deelnemers per slot van rekening hetzelfde doel voor ogen hebben: hun netwerk uitbreiden en boeiende contacten aanknopen.

Vraag de gastenlijst

Ik probeer te vergeten hoeveel contacten ik vanavond weer wou leggen. Het is beter om niet te ambitieus te zijn, dat verhoogt de stress alleen. „Het doel is je amuseren”, vertelden ‘oude rotten’ mij al meermaals. „Hoe bescheidener je verwachtingen, hoe geruster je de zaal binnenwandelt.”

Toch is het zinvol om op voorhand al eens de gastenlijst in te kijken. „Ik bekijk de lijst van de deelnemers regelmatig, om een idee te hebben van de deelnemers die voor mij interessant zouden kunnen zijn, als klant of als leverancier”, legt Jan Vermeiren uit. „Dat wil niet zeggen dat ik anderen elimineer. Je weet immers nooit.” Geert Conard, één van België’s grootste netwerkers (zie ‘95 procent van mijn

business komt door mijn netwerk’ op blz. 78), valt hem bij: „De vader van de persoon die u aanvankelijk niet interesseert, kan directeur zijn van een grote bank.” Het enige probleem: de organisator van deze netwerkvond wil de ledenlijst pas op de avond zelf verdelen. Volgens Jan Vermeiren had ik toch info kunnen lospeuteren door een mail te sturen met de boodschap: „Kunt u mij de namen van aanwezige bedrijven mailen? U hoeft verder geen vertrouwelijke gegevens door te geven, maar zou kan ik uitzoeken welke netwerkvond ik bij zal wonen. Ik heb een vrij volle agenda, en er zijn meerdere evenementen die dag. Daarom zou ik graag op voorhand willen bekijken of het mijn tijd waard is.”

Spreek met de organisator

Ik kom de zaal binnen en weet meteen twee tips in de praktijk te brengen. Ik prik mijn naambadge op mijn rechterborst, omdat dat makkelijker leest, en begin een gesprek met de organisator. Het is helemaal niet moeilijk om organisator Jan De Vos snel te pakken te krijgen. Hij begroet me met mijn voornaam en doet me het netwerken bij M4M uit de doeken. Misschien is het omdat ik journalist ben en geen klassieke deelnemer, maar ik geloof dat iedereen – mits de nodige durf – rustig naar de organisator kan vragen. Het loont gegarandeerd. Hij kent als sleutelfiguur de bezigheden van zowat iedereen op zijn activiteit en stelt me graag voor aan enkele van zijn contacten.

„Mag ik u voorstellen aan Peter?“, troont Jan De Vos me mee naar één van de netwerkers. „Peter, dit is Hans, journalist van magazine Bizz. Hij maakt een reportage over netwerken.“ Meer heeft Peter H. Claes, managing director van IgoPost, niet nodig om over zijn ervaringen te vertellen. Het feit dat een gemeenschappelijke kennis ons aan elkaar voorstelt, wekt meteen wederzijds vertrouwen en openheid op.

Begin uw gesprek met een cliché

Aan het gebruik van voornamen moet ik wennen. Iets te familiair naar mijn smaak. Maar ik kan niet ontkennen dat ik me de dag nadien wel astrologe Magda herinner – die zich enkel met haar voornaam voorstelde –, en niet de voornaam van die ene advocate die veel te snel – zoals we allemaal meestal wel doen – haar volledige identiteit onthulde.

Hoe overwin ik mijn drempelvrees nu? De makkelijkste ‘prooiën’ zijn de mensen die alleen staan en rustig hun brochure of het tapijt bestuderen. De druk lachende groepjes laat ik links liggen. Ik kreeg de raad ingeprent om de openingszin „Bent u hier ook alleen?“ te vermijden. Veel beter zijn de vragen: „Waarom bent u naar hier gekomen?“, „Wat verwacht u van de spreker?“ of „Wat doet uw bedrijf juist?“. In deze fase van de conversatie hoef ik clichés ook helemaal niet te schuwen. Ze vormen zelfs een goede opening. Het meest typische onderwerp gaat dan ook geregeld over de tongen: „Ja, de files waren weer enorm.“ Niet erg. Iedereen is blij dat er een gesprek is kunnen beginnen.

Profileer u anders

In die file heb ik trouwens mijn ‘elevator pitch’ nog kunnen inoefenen, een beknopte voorstelling van mijn activiteiten als journalist – een beroep dat tot de verbeelding spreekt – en van het magazine Bizz – ‘het magazine met een neus voor uw zaken’. Het belangrijkste dat ik van coach Jan Vermeiren leerde: duidelijk zeggen wie ik niet ben, me onderscheiden van de andere spelers van mijn sector en me duidelijk profileren. „Mensen steken mensen nu eenmaal graag in vakjes, benadrukt de coach.

Hij positioneert zich steeds ‘anders dan de andere trainingsbureaus’, en zeg dat ook letterlijk. „Ik wil niet in het vakje van de consultants belanden, dus leg ik het accent op het aspect van de trainingbureau. Bovendien benadruk ik mijn specialisatie: netwerken. Dat onthouden de mensen.“

Uw badge als conversatiestarter

Het kan idioot klinken, maar de badge die u krijgt op een netwerkvond, kan een kostbaar mosterdzaadje zijn. U kunt er een conversatie met andere deelnemers mee beginnen. Zo oogst u optimaal:

Geef uw badge een persoonlijk tintje

- Naast uw naam, functie en bedrijf is meestal nog heel wat plaats op een badge. Waarom zou u die niet benutten? Op het ‘MBA in één dag’-seminarie in Amsterdam (zie Bizz nr. 65, blz. 96) schreven de deelnemers op hun badge wat hen uniek maakt, professioneel of privé. Conversatiestof gegarandeerd!
- U kunt uw badge ook een persoonlijk tintje geven door uw eigen businesskaartje op uw borst te prikken. Dat zal u al doen opvallen. Sommige deelnemers zullen die ‘vreemde’ badge dankbaar aangrijpen om een gesprek te beginnen.
- Een ander slimigheidje: draag uw badge ondersteboven. Er doet onder netwerkers een verhaal de ronde over een man die op evenementen zijn badge bewust ondersteboven draagt. Wanneer iemand hem er attent op maakt, bedankt hij de persoon in kwestie hartelijk, draait de badge recht en start een gesprek. Na het gesprek draait hij zijn badge weer netjes ondersteboven.



Ook voor organisatoren van netwerkvonden zijn er trucjes uit te halen met de naambadges van de deelnemers, om het onderlinge contact te bevorderen. Annick Annaert van bedrijftheater Acbeth legt uit.

Zoek uw kleur

„Ik deel kleurenbadges uit. Op voorhand vorm ik groepjes van acht personen. Aan de personen van zo’n groepje geef ik een badge met dezelfde kleur. De mensen in die groepjes delen iets, ze horen op een bepaalde manier samen. Hun opdracht: zoek het gemeenschappelijke kenmerk. Om dat te vinden, staan ze stil bij elkaars job, bedrijf, sector en kennissen en zo komen ze heel wat te weten over elkaar. Het maakt niet zoveel uit of de deelnemers uiteindelijk het gemeenschappelijke kenmerk vinden. Wat telt, is dat ze naar huis gaan met een vijftal blijvende contacten.“

De fout waaraan ik me niet mag bezondigen: Bizz te hard promoten om nieuwe lezers te werven. Ik doe er beter aan om mijn gesprekspartner te laten spreken. Via gerichte vragen kan ik te weten komen wat ik voor hem kan betekenen.

Rond het gesprek af na een tiental minuten

Zonder voortdurend op mijn horloge te kijken, probeer ik de gesprekken na vijf tot tien minuten af te ronden. Die timing verzekert dat ik veel nieuwe mensen zal leren kennen. Vroeger ben ik wel eens de hele avond bij dezelfde persoon blijven hangen. Leuk, maar minder vruchtbaar voor ons beiden. Er liepen ongetwijfeld nog interessante mensen rond. Neem geen afscheid van uw gesprekspartner met smoesjes als

„Excuseert u me. Ik moet even naar het toilet“. Bedank hen liever voor het boeiende gesprek en wens hen veel succes toe. De ideale afscheidszinnen van een ‘netwerkprofessional’: „We zijn hier om anderen te ontmoeten, laten we verder netwerken“, of „Kan je mij aan iemand voorstellen?“.

Nieuwe contacten mogen dan wel waardevol zijn, verlies ook bestaande contacten niet uit het oog, mensen die u op een vorige avond hebt ontmoet. Vraag even hoe hun business evolueert.

Maar dan breekt het zweet me uit. Wat als ik me hun naam niet meer herinner? Jan Vermeiren: „Wees gewoon eerlijk. Vraag aan uw gesprekspartner of hij uw geheugen kan opfrissen. Ik vind het het eerlijkst om nog eens naar zijn naam te vragen. Of begin het gesprek zonder naamvermeldingen. Weet dat de meeste mensen niet goed zijn in namen. Als u uw gesprekspartner al kunt

Vind uw contacten met een computertje in de hand

Hoe vindt u die interessante contacten op een netwerkevenement met honderden of zelfs duizend deelnemers? Het Zwitserse Chockfish heeft een eigen antwoord bedacht en het concept 'Spotme' gedoopt.

Elke deelnemer krijgt bij het binnenkomen een PDA. U consulteert via de database de aanwezigheidslijst, zoekt volgens uw criteria en bepaalt wie interessant zou kunnen zijn om te contacteren. De radarfunctie vertelt u welke personen binnen een cirkel van 30 meter rond u staan. En de spotfunctie waarschuwt u discreet wanneer een persoon die u wilt spreken,

zich op 10 meter afstand bevindt. Via messaging regelt u afspraken met de deelnemers. En na een gesprek wisselt u met een knop elektronische businesskaartjes uit.

Er is een groot nadeel aan het systeem, afgezien van de hoge prijs van 100 euro



per persoon: u zult zeker ook een tijdje klungelen met het toestelletje. Bovendien zullen ook de organisatoren regelmatig berichtjes, reclame of een vragenlijst sturen. Tijdverlies en zo mist u misschien wel dat ene onverwachte, interessante businesscontact.

★ www.spotme.com



Stel uzelf voor aan de andere deelnemers

De 'elevator pitch' is een beknopt introductieverhaal over uzelf. U kunt er uzelf heel snel mee voorstellen aan uw gesprekspartners. Om uw kortverhaal efficiënt te maken, geven wij u de items die er zeker in moeten komen en de valstrikken die u beter vermijdt.

Items die een must zijn:

- uw huidige functie en eventueel uw opleiding;
- uw sterktes en vaardigheden;
- uw passie en expertise (niet beperken tot alleen uw huidige job);
- de voordelen voor anderen om met u samen te werken;
- wat u uniek maakt.

Valkuilen die u moet vermijden:

- uw verhaal letterlijk uit hoofd opzeggen;
- ongevraagd uw verhaal doen;
- negatieve termen gebruiken;
- een vaag, algemeen verhaal vertellen, zonder voorbeelden.

Let's Connect!, Jan Vermeiren, 2006.

plaatsen in een activiteit of sector, dan zal die al flink onder de indruk zijn."

Maak uw beloftes waar

Een goed contact eindigt met het herhalen van de beloftes die u gemaakt hebt. En beloftes worden er ook vanavond gemaakt. „Ik stuur u een mailtje.” Of „Ik breng u zeker in contact met die of die persoon”. Of nog: „U mag van mij een informatiebrochure

over onze producten verwachten.” Maar worden ze ook waargemaakt?

Ik krijg de raad om mijn beloftes op de achterkant van elk visitekaartje te schrijven. Bij Jean Van Lievendael, key account manager van Sipwell, noteer ik mijn belofte om na te vragen wie binnen Roularta, de mediagroep achter Bizz, verantwoordelijk is voor de aankoop van flessenwater. Hij zal me op zijn beurt introduceren in zijn WTC-netwerk.

Adressen

Vlaamse Management Associatie : Dit netwerk wil het managementgericht denken en handelen bevorderen in de regio's Vlaanderen en Brussel. Er zijn 1250 leden aangesloten. Een speciale jongerenafdeling richt zich tot de -35-jarigen. Lidgeld: 145 euro per jaar. ★ www.vma-be.org

De Warande : Netwerk en exclusieve topontmoetingsplaats in Brussel. Opgericht in 1988 door het Vlaams bedrijfsleven en de Vlaamse regering. De club telt 1500 leden. Lidgeld: 800 euro per jaar. ★ www.dewarande.be

JCI : De wereldwijde Junior Chamber International heeft regionale afdelingen in Wallonië, Brussel en Vlaanderen. Specifiek voor internationaal gerichte -40-jarigen. ★ www.jci.be

Le Cercle de Val-Duchesse : Een exclusieve club, die zich op actieve dertigers richt en opgericht werd in september 2004. Ontmoetingsplaats: het kasteel Sainte-Anne in Oudergem. Le Cercle de Val-Duchesse heeft professionele doelstellingen, maar de activiteiten zijn ludiek. Lidgeld: 250 euro per jaar. ★ www.cerclevalduchesse.be

Le Cercle du Lac : Deze kring in Louvain-la-Neuve richt zich tot ondernemers en kaderleden en wil een rol spelen bij het netwerken en de ontwikkeling van ondernemingen. Er zijn 220 leden, o.a. Yves Delacollette (Deutsche Bank) en Luc de Brabandere (Boston Consulting Group). Lidgeld: 750 euro per jaar + BTW. ★ www.cercledulac.be

En nu de grootste valkuil van netwerken: mijn eigen agenda. „Onze agenda's zijn zo overboekt, dat we geen tijd nemen om onze beloftes waar te maken”, merkt Jan Vermeiren op. „Ik plan de dag erna tijd in mijn agenda voor de opvolging.”

© jan.vermeiren@networking-coach.com