

Het verschil tussen netwerken en hard selling

Netwerken heeft vaak een negatieve bijklank. Dit komt door het feit dat veel zogenaamde 'hard sellers' netwerken misbruiken om te verkopen. Het grote verschil tussen verkopen en netwerken is dat bij verkopen het doel van de interactie tussen twee mensen de verkoop van een product of dienst is. Bij netwerken kan deze verkoop het gevolg zijn van een respectvol en zorgvuldig opgebouwd contact, maar is dit dus duidelijk niet het doel.

De vergelijking hieronder maakt het verschil tussen verkopen en netwerken nog wat duidelijker. In de vergelijking vind je een aantal elementen terug van 'negatief netwerken' door hard sellers en 'echt netwerken'.

Hard sellers die netwerken...	Echte netwerkers...
<ul style="list-style-type: none"> • Denken op korte termijn 	<ul style="list-style-type: none"> • Denken op lange termijn
<ul style="list-style-type: none"> • Proberen een behoefte te ontdekken die door hun product of dienst kan bevredigd worden 	<ul style="list-style-type: none"> • Wisselen eender welke informatie uit die voor de gesprekspartner interessant kan zijn
<ul style="list-style-type: none"> • Geven enkel iets als het hun iets opbrengt 	<ul style="list-style-type: none"> • Geven zonder iets terug te verwachten (en op termijn brengt dit meestal nog meer op ook)
<ul style="list-style-type: none"> • Luisteren om een deal binnen te halen 	<ul style="list-style-type: none"> • Luisteren om te helpen
<ul style="list-style-type: none"> • Stellen vragen om beter hun product of dienst te kunnen positioneren 	<ul style="list-style-type: none"> • Stellen vragen om beter van dienst te kunnen zijn
<ul style="list-style-type: none"> • Vinden mensen enkel interessant als ze een potentiële klant zijn 	<ul style="list-style-type: none"> • Vinden iedereen interessant als contact. Je weet nooit wie zij op hun beurt kennen.
<ul style="list-style-type: none"> • Willen zoveel mogelijk business cards verzamelen en uitdelen 	<ul style="list-style-type: none"> • Vragen en geven business cards aan de mensen waarmee er écht contact is gelegd. Zij weten dat de kwaliteit belangrijker is dan de kwantiteit.
<ul style="list-style-type: none"> • Praten vaak enkel over hun product of dienst zonder naar anderen te luisteren 	<ul style="list-style-type: none"> • Laten anderen steeds meer aan het woord dan dat zij zelf praten
<ul style="list-style-type: none"> • Proberen hun eigen product of dienst onder de aandacht te brengen 	<ul style="list-style-type: none"> • Raden producten of diensten aan van anderen in hun netwerk (en enkel indien deze relevant zijn voor de gesprekspartner(s))
<ul style="list-style-type: none"> • Het doel is de verkoop. Mensen zijn een middel (soms zelfs als een noodzakelijk kwaad) om hun doel te bereiken 	<ul style="list-style-type: none"> • Het doel zijn contacten leggen en onderhouden. Eén van de mogelijke gevolgen is een verkoop.

Sta bij je volgende netwerkingactiviteit eens even stil bij dit verschil tussen verkopen en netwerken. Je zal verrast zijn !

Auteur: Jan Vermeiren, Networking Coach

Het bovenstaande artikel is een abstract uit het boek Let's Connect! (www.letsconnect.be)