

# SOCIAL BUSINESS - ZAKELIJK TINDEREN VOOR GEVORDERDEN



## CONTACT

De presentatie vindt u terug op: <https://jochemkoole.nl/pleit2016/>

Hier kunt u ook feedback achterlaten of een vraag stellen.

Direct contact mag natuurlijk ook.

Mail naar [jochem@jochemkoole.nl](mailto:jochem@jochemkoole.nl) of bel met +31647394845.

## OVER DE SPREKER

Jochem Koole is onafhankelijk social business strateeg en werkt met name voor kennisintensieve B2B organisaties, zoals adviesbureaus en advocatenkantoren. Hij helpt hen om met behulp van online technologie de relatie met bestaande en potentiële klanten te versterken.

## SAMENVATTING

Tijdens deze sessie krijgt u antwoord op twee vragen. Waarom zouden mensen binnen mijn organisatie online technologie inzetten voor het opbouwen en versterken van zakelijke relaties? En hoe kunnen zij dit op een manier doen dat het daadwerkelijk resultaat oplevert en zonder dat het hen teveel tijd kost?

## INHOUD

Als zakelijke dienstverlener zit u bovenal in de relatie business. Bestaande en potentiële klanten kiezen voor uw organisatie vanwege het merk dat op uw kantoor en op uw website staat. Uiteraard kiezen zij ook voor u vanwege het werk dat u en uw collega's uitvoeren. Helaas onderscheidt u – als zakelijke dienstverlener – zich daarmee niet ten opzichte van uw concurrenten. Waar u zich wel mee kunt onderscheiden is de manier waarop u en uw mensen het werk uitvoeren en de relatie die zij met uw (potentiële) klanten opbouwen.

Online technologie speelt een steeds belangrijkere rol in de uitvoering van uw werk. Ga de concurrentie hiermee niet aan, maar doe in plaats daarvan hetgeen een computer of algoritme (nog) niet kan: mens zijn. Laat het eentjes- en nulletjes-werk aan technologie over en gebruik technologie bij het opbouwen en versterken van relaties. Net zoals u dat vroeger deed en nog steeds doet met behulp van uw telefoon en face to face meetings.

Sterkere relaties zorgen er namelijk voor dat potentiële klanten u opdrachten gunnen en bestaande klanten bij uw organisatie blijven. Daar is niets magisch aan. Het is een proces in 4 fases. Men moet zich eerst bewust worden van een eigen uitdaging om vervolgens één of meerdere aanbieders te overwegen en uiteindelijk een beslissing te nemen. Daarna begint het "client engagement", kan de uitdaging worden opgelost en kan u geld gaan verdienen, i.e. groei realiseren.

Helaas wordt het geld meestal verdiend door uren te schrijven. Dit betekent automatisch dat er weinig tijd beschikbaar is voor het opbouwen en versterken van relaties. Waarschijnlijk slechts 1%.

Toch zijn sterke relaties essentieel voor de groei van uw organisatie. Daarom is het zaak om het proces van opdrachten genereren zo effectief en efficiënt mogelijk te maken. Systemen om relaties in vast te leggen zijn hierbij onontbeerlijk. Wellicht werkt u binnen uw organisatie met een CRM-systeem, een systeem om de relatie met uw (potentiële) cliënten te managen en alle contactmomenten in vast te leggen. Misschien doet u dat niet, maar gebruikt u wel lead identification software binnen uw website, beschikt u over een e-mailapplicatie om periodiek nieuwsbrieven te versturen of slaat u zaken op in Excel.

Wat u ook gebruikt, de systemen zijn slechts middelen. Het proces om groei te realiseren is leidend. Tijdens de 4 fases in dit proces kunnen u en uw collega's relaties met bestaande en potentiële klanten opbouwen. De mogelijkheden zijn eindeloos, maar de tijd die u beschikbaar heeft, is dat niet. Bepaal daarom een haalbare doelstelling en begin (pilot) projecten samen met collega's die de mogelijkheden snappen en daadwerkelijk bereid zijn om aan de slag te gaan. Inventariseer welke content er al beschikbaar is om relaties te versterken. Kijk ook wat er nog ontbreekt. Bepaal vervolgens pas welke middelen u in gaat zetten.

Succes bereikt u niet in één keer, maar door kleine stapjes te zetten. Meet de voortgang van uw project zo nauwkeurig mogelijk. Deel de geboekte resultaten en vergeet ze ook niet te vieren. Alleen op die manier bereikt u uiteindelijk een afdelingsoverstijgende samenwerking tussen marketing, sales, IT, HR, security / privacy en KM.

## KERNWOORDEN

Sterkere zakelijke relaties (m.b.v.) online technologie.