



LinkedIn is een netwerk-tool en geen verkoop-tool

Waarom sommige verkopers denken dat LinkedIn niet voor hen werkt

1. Ik heb een Profile gemaakt, nu zullen potentiële klanten mijn deur platlopen

- Hoewel het aanmaken van een Profile helpt om gevonden te worden door mensen die naar jouw expertise, producten of diensten op zoek zijn (zowel via LinkedIn zelf als via Google en andere zoekmachines), is dat niet waar de kracht van LinkedIn zit.
- LinkedIn is een superkrachtige tool voor verkopers die pro-actief zelf op zoek gaan naar prospects (en de connecties met hen) en niet wachten tot iemand hen contacteert.

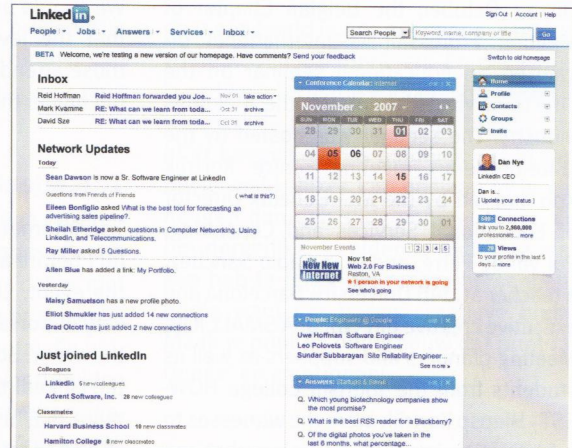
2. Ik heb een aantal potentiële klanten een uitnodiging gestuurd en ofwel accepteren ze die niet ofwel antwoorden ze daarna niet op mijn vraag om mijn product of dienst te kopen

- LinkedIn is een NETWERK tool en geen VERKOOP tool. Het helpt om relaties met mensen op te bouwen. Als je het gebruikt zoals een 'cold call' dan zal de reactie van de meeste mensen ook zijn zoals bij een 'cold call': geen reactie of afwijzing. Dat is niet alleen echt effectief en efficiënt, maar brengt het nog extra gevaren met zich mee: op LinkedIn zijn er een aantal tools waarmee mensen kunnen aangeven dat je een 'spammer' bent. Als je te veel van deze 'flags' krijgt, dan worden je mogelijkheden met betrekking tot het gebruik van LinkedIn heel hard beperkt.
- Denk er steeds aan dat het gaat om het opbouwen van relaties. De gouden regel van Bob Burg blijft gelden: "All things being equal people do business with and refer business to people they know, like and trust." LinkedIn biedt je de mogelijkheid om deze 3 factoren te stimuleren als je dit tenminste op een goede manier doet. Door een aantrekkelijk Profile aan te maken, anderen verder te helpen en niet meteen je product of dienst 'door iemands strot te willen rammen' kom je al een heel eind, net zoals in het echte leven.

Zoals je in een vorig artikel hebt kunnen lezen, is LinkedIn een ongelooflijk krachtige tool die ons kan ondersteunen bij het in contact komen met potentiële klanten. Maar veel verkopers vertellen dat LinkedIn niet werkt voor hen. In dit artikel zetten we even de belangrijkste redenen of misvattingen op een rijtje.

3. Ik gebruik de 'get introduced to' functie om me te laten doorverwijzen door mijn potentiële klanten

- Hoewel dit resultaten kan opleveren, is dit niet altijd de beste optie. Je eigen netwerk stuurt het niet altijd door en de eindontvanger reageert niet altijd. Er kunnen verschillende redenen zijn, maar degenen waar mensen niet zo vaak aan denken, zijn dat je contact je boodschap misschien niet doorstuurt omdat hij de prospect misschien niet goed kent, jou misschien niet goed genoeg kent of de boodschap te opdringerig vindt.
- Gebruik daarom LinkedIn als een research database om de relaties tussen mensen te ontdekken en ga daarna buiten LinkedIn verder. Bel je contact op en leg hem de situatie uit. Als hij positief reageert, vraag hem dan om een email te schrijven waar hij jou en de prospect aan elkaar voorstelt. Op die manier krijg je prospect een bericht van iemand die hij al kent en vertrouwt en kom je bij wijze van spreken via de rode loper binnen. Als je via LinkedIn werkt, ben jij degene die het initiatief neemt, wat veel minder krachtig is.



LinkedIn is een superkrachtige tool voor verkopers die pro-actief op zoek gaan naar prospects (en de connecties met hen).

Auteur

Jan Vermeiren is de oprichter van Networking Coach. Na de best seller 'Let's Connect!' is 'Hoe LinkedIn nu ECHT gebruiken' zijn tweede boek waarin hij de dynamieken van netwerken blootlegt. Samen met zijn team van Networking Coach geeft Jan presentaties en opleidingen op het vlak van netwerken en referrals. Klanten zijn zowel grote organisaties zoals Deloitte, IBM, ING, Mobistar, Nike, SAP, Sun en Vlerick Leuven Gent Management School als kleine bedrijven en freelancers.

Vraag je gratis light versie van 'Hoe LinkedIn nu ECHT gebruiken' aan via www.hoe-linkedin-nu-echt-gebruiken.com