



# De belangrijkste factor in het succesvol zijn op LinkedIn

Als je geen doelen hebt, dan wordt het heel moeilijk om keuzes te maken. Dan kan je lid zijn van honderden organisaties en online communities en geen resultaat zien.

Als je echter wel duidelijke doelen hebt, dan wordt alles veel gemakkelijker.

Voor verkopers bv. begint dat met het definiëren van hun doelgroep. Gemakkelijk gezegd, maar wat we in de praktijk zien, is dat weinig bedrijven en hun verkopers dit doen. De voornaamste reden is dat ze bang zijn om inkomsten te missen.

Het nadeel van deze "wij doen alles voor iedereen" politiek is enerzijds dat je product of dienst "dertien-in-een-dozijnrig" wordt. Tevens komen er ook weinig spontane doorverwijzingen omdat mensen niet goed weten waarvoor je organisatie staat. Anderzijds is het gevolg van deze "wij doen alles voor iedereen" aanpak dat we vaak als kippen zonder kop rondrennen van de ene afspraak naar de andere netwerkbijeenkomst met veel tijdverlies tot gevolg wegens het hoge aantal nutteloze gesprekken.

Als we deze "wij doen alles voor iedereen" denkwijze vertalen naar LinkedIn dan zien we enerzijds vage en weinig aantrekkelijke profielen en anderzijds mensen die in de wilde weg invitaties versturen en ontvangen. Hoewel dat laatste niet per definitie verkeerd is (er bestaat ook zoiets als de "kracht van de zwakke verbindingen"), is het nadeel dat veel mensen zeggen dat ze niet echt iets uit LinkedIn halen.

Maar als de verkopers van jouw organisatie nu een goede doelgroep definiëren, wordt het leven veel gemakkelijker:

- Ze kunnen zelf proactief op zoek gaan via een zoekactie naar potentiële klanten die beantwoorden aan de parameters van hun doelgroep. Daarna kunnen ze aan hun gemeenschappelijke contacten om een introductie vragen.

**De belangrijkste reden waarom veel mensen en organisaties zeggen dat ze geen resultaten halen uit hun LinkedIn lidmaatschap is dat ze geen goede doelen stellen.**

- Ze kunnen zelf proactief in het netwerk van hun eigen contacten op LinkedIn gaan bladeren om te kijken of ze mensen vinden die in hun doelgroep zitten. En ook daarna aan hun contact om een introductie vragen.
- Ze kunnen gaan zoeken naar LinkedIn Groups die voor hen interessant zijn. Dit kunnen Groups zijn waar hun klanten en prospecten met elkaar interageren, maar ook Groups van verkopers om ideeën te delen. Ze kunnen de voor hen interessante Groups vinden via een zoekactie in de Groups Directory of door in de Profiles te kijken van mensen uit hun netwerk.
- Ze kunnen voor zichzelf "alarmingetjes" creëren via "Saved Searches". Dit zijn zoekopdrachten die je opslaat en die automatisch door LinkedIn worden uitgevoerd. Op deze manier worden ze automatisch op de hoogte gehouden van potentiële klanten die lid zijn geworden van LinkedIn of die door bv. een functie verandering plots aan hun doelgroep voldoen.

Zoals je ziet, wordt het leven op LinkedIn (en in het algemeen) veel gemakkelijker als je vanuit je doelen vertrekt.

De tips in dit artikel werden geschreven met een verkopersprofiel als voorbeeld. Ze kunnen echter ook toegepast worden als jij of iemand uit je team naar iets of iemand anders op zoek is. LinkedIn is immers ook een fantastische tool om nieuwe medewerkers, partners, leveranciers of interne/externe experts te vinden.

## Auteur

Jan Vermeiren is de oprichter van Networking Coach. Na "Let's Connect!" is "Hoe LinkedIn nu ECHT gebruiken" zijn tweede internationale best seller waarin hij de dynamieken van netwerken blootlegt met o.a. strategieën voor verkopers en recruiters om snel resultaat te halen m.b.v. LinkedIn.

Samen met zijn team van Networking Coach geeft Jan presentaties en opleidingen op het vlak van online en offline 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 en gratis updates van "Hoe LinkedIn nu ECHT gebruiken" aan via [www.hoe-linkedin-nu-echt-gebruiken.com](http://www.hoe-linkedin-nu-echt-gebruiken.com)

**U wilt reageren? [we.listen@cxonet.be](mailto:we.listen@cxonet.be)**