

Marketing **MAX.**

HAAL HET **MAXIMALE** UIT JE **MARKETINGMIX**

Inhoudsopgave

LinkedIn beter benutten	01
Een bekend gezicht helpt	02
Uitgesteld kijken	02
Dell zingt toontje hoger	02
Social media monitor	03
Optimale landing page	03
Over de crisis	03
Wit is het nieuwe zwart	03
Thema: vaardigheden	04/05
Accountability	06
Helpdesk	06
Trends en ontwikkelingen	07
Max en Ria	08

SNEL TOEGANG TOT ALLE WEBINFO?

Surf naar www.marketingmax.nl en kies via het themamenu de artikelen die gerelateerd zijn aan het onderwerp van jouw keuze. Heb je technische problemen met de site? Bel dan naar 0570-673358.

PASSWORD KWIJT?

Bel onze helpdesk op 0570-673358.

MIS JE ONDERWERPEN?

Mis je onderwerpen in MarketingMax, surf dan naar: www.marketingmax.nl en klik op 'Ik mis in Max'. Wij streven ernaar je opmerking zo spoedig mogelijk in behandeling te nemen.

Van de redactie

Zonder vaardigheden ben je tegenwoordig nergens; kennis is belangrijk maar niet toereikend. Eens in de zoveel tijd belichten we daarom vaardigheden waarmee je als marketeer net dat verschil kunt maken. Zowel praktisch, als in het schrijven van een goed marketingplan, als hoe je jezelf kunt ontwikkelen door eindelijk eens die elevator Pitch te maken. Check vooral ook op onze site naar nieuwe content.

LinkedIn beter benutten

Denk jij ook wel eens bij jezelf: leuk hoor al die sociale netwerken, maar wat heb ik er uiteindelijk aan? Dat je het als marketingtool kunt inzetten, hebben we in Max al vaker betoogd. Maar het gaat verder dan dat.

De belangrijkste reden waarom veel mensen zeggen dat ze geen resultaten halen uit hun LinkedIn lidmaatschap of uit (online) netwerken in het algemeen, is dat ze geen goede doelen stellen. Als je geen doelen hebt, dan wordt het heel moeilijk om keuzes te maken. Dan kan je lid zijn van honderden organisaties en websites en geen resultaat zien.

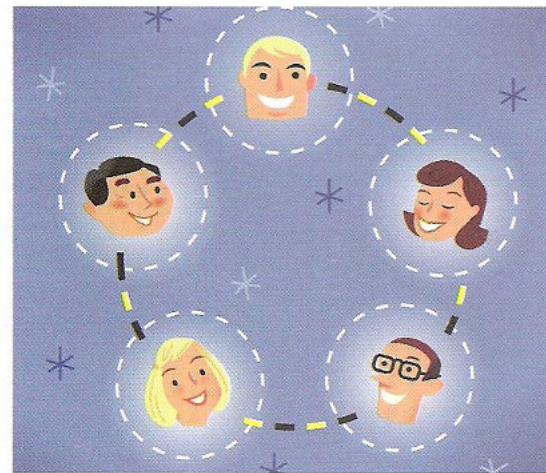
Gemakkelijker

Als je echter wel duidelijke doelen hebt, dan wordt alles veel gemakkelijker. Voor verkopers begint dat met het definiëren van hun doelgroep. Gemakkelijk gezegd, maar wat we in de praktijk zien, is dat weinig bedrijven en verkopers dit doen. Ze beschouwen iedereen als potentiële doelgroep. De voornaamste reden is dat ze denken dat ze een deal mislopen. Ze zijn bang om een stukje commissie te missen als ze iemand die geld wil besteden aan hun product of dienst niet zouden ontmoeten.

Het nadeel van dit "wij doen alles voor iedereen" is enerzijds dat je product of dienst "dertien-in-een-dozijnerig" wordt en er ook weinig spontane doorverwijzingen komen omdat mensen niet goed weten waarvoor je staat. Anderzijds is het gevolg hiervan dat we vaak als een kip zonder kop rondrennen van afspraak naar netwerkbijeenkomst met veel tijdverlies aan nutteloze gesprekken en lage commissies, omdat we kortingen geven om toch maar de deal binnen te halen.

LinkedIn

Als we dit vertalen naar LinkedIn dan zien we enerzijds vage en weinig aantrekkelijke profielen en anderzijds



mensen die maar in het 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 de keerzijde dat veel mensen daarom zeggen dat ze niet echt iets uit LinkedIn halen.

Jan Vermeiren is de oprichter van Networking Coach. Na de bestseller "Let's Connect!" is "Hoe LinkedIn nu ECHT gebruiken" zijn tweede boek waarin hij de dynamieken van netwerken blootlegt met o.a. strategieën voor verkopers om snel resultaat te halen m.b.v. LinkedIn. Voor marketingmax.nl schreef Jan enkele artikelen. Vraag je gratis light versie van "Hoe LinkedIn nu ECHT gebruiken" aan via www.hoe-linkedin-nu-echt-gebruiken.com

Op de themapagina's vind je meer tips en vaardigheden over LinkedIn, pitch en andere vaardigheden.

Lees verder op www.marketingmax.nl voor o.a.:

- ▶ Wat is de grootste toegevoegde waarde van LinkedIn? [artikel]
- ▶ 7 manieren om potentiële klanten te vinden via LinkedIn [artikel]