

Sociaal medium verdringt borrel

► Netwerken via sociale media levert ondernemer omzet op ► Toch kun je altijd beter visitekaartjes verzamelen dan virtuele vrienden

Ondernemers in het midden- en kleinbedrijf netwerken steeds meer online. Voor zakelijke contacten struinen ze zelfs vaker sociale media als LinkedIn en Facebook af dan reguliere netwerkplekken als congressen en borrels. Dat blijkt uit onderzoek dat ondernemersplatform De Zaak en ING vandaag presenteren.

Een zakelijk netwerk opbouwen via sociale media gaat sneller dan via reguliere kanalen. Het is niet aan tijd gebonden en het bereik is groter. Bovendien is het betrekkelijk goedkoop. Het levert een deel van de ondernemers behalve kennis en naamsbekendheid ook echt extra omzet op. "Dat was natuurlijk de hamvraag", zegt onderzoeker Henk van den Brink van ING Economisch Bureau. Vooral kleine bedrijven en zelfstandige eenlingen blijken baat te hebben bij



► Online netwerken mét een borrel kan natuurlijk ook.

ontmoetingen via LinkedIn. Opzienbarend zijn de omzetstijgingen nog niet die aan online netwerken zijn toe te schrijven. "Maar mijn verwachting is dat het alleen maar gaat toenemen."

Voorlopig zijn het nog altijd de ouderwetse netwerken als seminars, businessclubs, recepties en bijeenkomsten van brancheverenigingen waar zaken worden

gedaan. Hier heb je nog het "oogcontact, de emotie, de gunfactor", zoals één van de respondenten aangeeft. Niet voor niets vindt twee derde van de netwerkende MKB'ers dat je nog altijd beter visitekaartjes kunt verzamelen dan virtuele vrienden.



NIELS RIGTER
NIELS.RIGTER@METRONIEUWS.NL

Netwerken loont



Het onderzoek van ING en De Zaak is gehouden onder 641 ondernemers in het midden- en kleinbedrijf (MKB).

- Vier op de vijf ondernemers netwerkt. Twee derde doet dat op de 'traditionele' manier, via branchevereniging, congres, workshop of borrel.
- Een iets groter deel (71 procent) is zakelijk actief op online netwerken, vooral op LinkedIn (91 procent), Facebook (40 procent), Twitter (34) en Hyves (30).
- De respondenten schatten de kosten voor netwerken via sociale media op ruim 100 euro per jaar. Netwerken via reguliere circuits kost meer: jaarlijks zo'n 900 euro.
- 60 procent van de traditionele netwerkers zegt er een hogere omzet aan over te houden van gemiddeld 12,5 procent.
- Van de online netwerkers denkt 20 procent er een hogere omzet door te halen. Zij berekenen dit gezamenlijk op 9 procent.

Traditioneel netwerken of doe je dat online?



Danny Mekic
INTERNETEXPERT

"Het belang van offline netwerken moet je nooit onderschatten. Veel sleutelfiguren uit bijvoorbeeld directies van beursgenoteerde bedrijven, gebruiken vaak geen LinkedIn. Wat in elk geval niet werkt is allerlei belangrijke mensen die je niet kent lukraak uitnodigingen sturen."



Bert Verdonk
NETWERKCOACH

"Sociale media zullen het traditionele netwerken nooit overnemen; de connectie is intensiever in het echt. Sociale media stellen je wel in staat snel veel contacten op te doen. Wanneer je die contacten voor 't eerst in levenden lijve ziet, weet je wat je aan elkaar hebt - een voorsprong."



Menno Lanting
NETWERKSTRATEEG

"Je kunt maar een paar borrels per week aflopen, dus het is niet gek dat sommige ondernemers 70 à 80 procent van hun contacten uit online netwerken halen. Vroeger moest je langs secretaresses en PR-afdelingen om een CEO te benaderen, nu is een afspraak zo gemaakt."