

WEBSITE Nog heel wat misverstanden over grootste netwerk op internet voor zakenmensen

LinkedIn, 35 miljoen leden later

■ (tijd) - Met zowat 35 miljoen leden wereldwijd, onder wie 400.000 Belgen, is LinkedIn het grootste netwerk op internet voor zakenmensen. Alleen doen er nogal wat misverstanden de ronde over. 'Bovendien halen de meeste gebruikers er ook nog niet uit wat erin zit. Dat is jammer, zeker in tijden van crisis zoals vandaag', meent Jan Vermeiren, networking coach en auteur van het boek 'Hoe LinkedIn écht gebruiken'.

'Tijdens presentaties voor bedrijven organiseer ik af en toe een soort netwerkveiling. Een eerder ludiek iets', begint Jan Vermeiren. 'Iemand uit het publiek suggereert dan een probleem, soms iets banaals zoals bijvoorbeeld zijn veranda die lekt. Waarop de rest van het publiek iemand kan aandragen om het probleem op te lossen', vertelt hij. 'Telkens valt dan op dat men, in zo'n beperkte groep, altijd wel iemand kent die kan helpen. Mensen onderschatten de kracht van hun netwerk.'

Het voorbeeld van die veiling vat het concept van socialnetworksites, zoals LinkedIn, perfect samen: de kennissen van mijn relaties kunnen ook voor mij iets betekenen. Het leunt aan bij de bekende 'six degree' experiment van psycholoog Stanley Milgram. Die ontdekte dat twee willekeurige wereldburgers slechts zes sociale contacten van elkaar zijn verwijderd.

Een networksite als LinkedIn, die in 2008 het aantal wereldwijde leden van 18 tot 35 miljoen zag toenemen, werkt voort op dat thema. Wie toegang heeft tot het onlinevriendennetwerkje van een kennis of zakenrelatie krijgt de mogelijkheid binnen diens netwerkjes andere contacten te leggen. 'De echte kracht van je netwerk uit zich overigens pas in de tweede graad, in de kennissen van mijn kennissen dus. Al heb je uiteraard wel die eerste graad nodig om aan de tweede te geraken', stelt hij.

CONNECTIES

In het boek, dat vandaag verschijnt, focust Vermeiren zich op het optimale gebruik van LinkedIn. Het is met ruim tweehonderd pagina's vrij uitvoerig en soms nogal schools en met een opgestoken vinger. Maar het bevat heel wat praktische tips. Bovendien gaat het

”
De echte kracht van je netwerk uit zich pas in de tweede graad, in de kennissen van mijn kennissen.

veel minder over technische snufjes, maar eerder over het hoe en waarom van netwerken tussen mensen in het algemeen. 'Ik wilde bewust een stap terug doen. Mensen moeten eerst nadenken waar ze naartoe willen met zichzelf, hun carrière of zaak, en vervolgens pas LinkedIn schakelen.'

De auteur ruimt in zijn boek een aantal hardnekkige misverstanden rond LinkedIn uit de weg. Zo worden vooral typische profielen zoals headhunters of verkopers aangezien als typische gebruikers. 'Maar



Een goed uitgebouwd netwerk kan zeker in tijden van crisis erg belangrijk zijn. Niet alleen reële contacten, maar ook het internet kan daarbij helpen.

FOTO: HJ

hoevel veel mensen het beschouwen als een verkooptoepassing, is LinkedIn voor mij meer dan dat', argumenteert hij. 'Het is een platform waarop je relaties kunt beginnen en onderhouden én ze op een erg transparante manier in kaart kan brengen. Het gevolg daarvan is dan misschien dat je iets verkoopt, een nieuwe baan of medewerker vindt of iets anders. Vroeg of laat heeft iedereen wel eens expertise nodig of nieuwe contacten in of buiten een bepaald bedrijf.'

Bovendien is het zo dat relaties

vaak kansen bieden die vaak via andere kanalen niet aan de oppervlakte komen. Je moet bijvoorbeeld weten dat slechts 30 procent van de vacatures openbaar wordt gemaakt. De overige 70 procent wordt niet bekendgemaakt aan de buitenwereld', weet Vermeiren. 'Maar door op LinkedIn een proactieve houding aan te houden, kan je dus wel in aanmerking komen voor dergelijke opportuniteiten.'

Want bij relaties op LinkedIn is het zoals met uw vriendenkring: u moet ze onderhouden. 'Veel mensen

denken dat zodra ze een profiel hebben op LinkedIn, anderen hen sowieso zullen contacteren. Dat gebeurt dan dikwijls niet, en daarom denkt men al snel dat het hele systeem toch niet werkt'. Maar als je resultaten wil bereiken, moet je natuurlijk ook zelf actie ondernemen, benadrukt de auteur. 'Want jij bent diegene die iets moet doen en je netwerk moet onderhouden door onder meer zelf mensen te contacteren of te introduceren.'

Belangrijk is ook hoeveel mensen in een netwerk zitten. Sommige

mensen hebben duizenden connecties op LinkedIn, andere hooguit enkele tientallen. 'Als je even kijkt op je werk, ex-collega's en kennissen, dan zit je al snel aan een zestigtal mensen. Daar kom je toch al mee weg.' Sommige nemen enkel mensen in hun netwerk op die ze echt heel goed kennen, terwijl andere daar minder strikt in zijn. 'Ikzelf zit daar zowat tussenin. Je hoeft mensen niet goed te kennen, maar wel nog te weten wie ze zijn en waar ze voor staan', stelt hij. Overigens is, volgens Vermeiren,

niet enkel de grootte van het netwerk van belang, maar vooral de diversiteit. 'Want je doelen veranderen na verloop van tijd, en de 'kwaliteit' van mensen doet dat ook.'

Misschien nog wel het grootste misverstand is dat LinkedIn niet goed werkt omdat lang niet iedereen met zijn profiel erop staat. Ons land, met 400.000 leden, loopt bijvoorbeeld nogal achter op Nederland en de VS. Al groeit het aantal overal wel snel. 'In de VS hebben bijvoorbeeld alle Fortune 500-bedrijven een aanwezigheid op LinkedIn', weet hij. 'Het is nu al de grootste research databank voor mensen. Wat Google is voor informatie op internet, is LinkedIn voor mensen en relaties tussen hen.'

FACEBOOK

Als LinkedIn dan al weerwerk krijgt, dan komt dat van netwerken als Xing en Ecademy. Al volgen ze wel op enige afstand. Het meeste concurrentie krijgt LinkedIn misschien nog wel van Facebook, dat ook in zakelijke context wordt gebruikt. In vergelijking met het hippe Facebook heeft LinkedIn een eerder saai imago. Toch stelt Vermeiren vast dat veel managers het moeilijk hebben met Facebook op professioneel niveau. Dat komt dan onder meer door de vele speelse Facebook-toepassingen en het delen van foto's, wat bij LinkedIn al onmogelijk is.

Beide netwerken hebben overigens een duidelijk verschillende doelgroep. Terwijl de gemiddelde Facebook-gebruiker 21 jaar is, blijkt die gemiddelde leeftijd op LinkedIn op 40 te liggen. 'Het is een groep die er ook niet rouwig om is dat het tempo op die site wat lager ligt. Dus voorlopig blijft LinkedIn nog wel een tijdje hét zakelijk internetnetwerk bij uitstek. Aan ons om er gebruik van te maken.'

William VISTERIN

■ <http://hoe-linkedin-nu-echt-gebruiken.com>
<http://www.how-to-really-use-linkedin.com>