

# “Probeer nooit, maar dan ook nooit, je producten te verkopen” (Conard)

Hij noemt het een meer internationaal en academischer platform. Maar of dat voor hem het belangrijkste netwerk blijft, is de vraag. “Online netwerken die goede mogelijkheden geven op het gebied van communicatie door integratie van Skype en instant messengers als MSN en Yahoo Messenger, spelen effectief netwerken het best in de kaart. Je kunt elkaar dan meteen zien of spreken”, zegt hij. Op een paard wedden, dat doet hij sowieso niet. Hij is aanwezig op veel meer netwerken. Je vindt hem op LinkedIn, OpenBC, Hyves en een aantal weblogs die thema's behandelen van online netwerken waaronder <http://onlinenetwerken.blogspot.com>. En wie zijn naam intikt in Google vindt hem op nog een handjevol meer plaatsen. Geen onbelangrijk aspect aan het online netwerken. Aanwezig zijn, vergroot de kans op gevonden worden. Wat automatisch de kans op nieuwe businesscontacten vergroot. Het is niet als in de echte wereld. Overal aanwezig zijn, vergroot het netwerk.

## **SUPERCONNECTORS**

Toen Bob Stumpel in Nederland OpenBC van de grond wilde krijgen, zocht hij contact met enkele supernetwerkers uit zijn eigen netwerk. ‘Superconnectors’, noemt hij ze. Het zijn zakenmensen met bijzonder grote netwerken. Mensen die zich ook zonder internet al meer dan bekwaam toonden in het in verbinding stellen van mensen die wat aan elkaar zouden kunnen hebben. Een gunst die als het even kan wordt terugbetaald. Vaak in andere introducties, soms in handel. Stumpel: “Zulke mensen heb ik benaderd en geprobeerd enthousiast te krijgen voor OpenBC. Gewoon oerdege-lijk en ouderwets omgekocht met lekker eten, goede wijn en andere gezelligheid. Zo heb ik ze actief gekregen en zijn ze mensen gaan uitnodigen. Het heeft wonderwel gewerkt. In hun kielzog kwamen honderden zo niet duizenden leden binnen.”

## **NOOIT GENOEG VRIENDEN**

De Vlaming Geert Conard (38) is zo'n superconnector. Zowel op OpenBC, LinkedIn als Ecademy. De laatste is een netwerk van Britse komaf dat ook een Belgische en een Nederlandse tak heeft. Op OpenBC heeft hij begin oktober 2.185 bevestigde contacten, op LinkedIn 3.342 en op Ecademy 2.660. Natuurlijk zit daar overlap in. Maar dat is niet erg. “Op meerdere fronten in contact staan met dezelfde mensen verdiept juist”, zegt Conard die vorig jaar een boek schreef over zijn online netwerk ervaringen. De titel: *A Girlfriend in every city*. En door zijn online netwerk is het ook te koop op Amazon.com. Maar dat terzijde. Conard heeft een IT-bedrijf in het Belgische plaatsje Diest. Het bedrijf, IT Consult Services, is gespecialiseerd in onsite pc support. Drie dagen in de week is hij salesmanager België voor de Nederlandse antivirussoft-

ware Norman. En dan steekt hij nog twintig uur per week in zijn online netwerk. Dat netwerk is inmiddels goed voor 95 procent van alle nieuwe klanten en business. “Toen ik net begon met die online netwerken zei een spreker dat echt succesvolle netwerkers nooit meer hoeven te verkopen. Klanten komen erom vragen. Ik vond dat toen nogal ongeloofwaardig. Maar nu zie ik dat het echt zo werkt. En dan te bedenken dat ik drie jaar geleden gewoon een bloedhekel had aan netwerken”, zegt hij. Conard houdt van kwantitatief netwerken. Dat wil zeggen: hij zal geen contacten negeren omdat hij op voorhand denkt er niets aan te hebben. Elk mogelijk contact kan vruchtbaar zijn, en dus gaat hij er op in. Zo heeft hij ook zijn grootste klant gekregen. Letterlijk gekregen zelfs. In Nederland ontmoette hij een dame die precies hetzelfde deed als hij: hosting en IT support. Normaal iemand waar je niets van hoeft te verwachten. “Maar toen vertelde ze dat ze eigenlijk van het support af wilde en dat ze een betrouwbare partij zocht om dat onder te brengen. Ze zei dat ze aan mij dacht omdat ze op Ecademy wat goede dingen over me gehoord en gelezen had. Een week later was het rond en weer een week later kwam ik mijzelf presenteren op het kantoor van die klant. Het is nu met afstand mijn grootste klant. Dat zegt genoeg. Je weet gewoon nooit op welke manier je iets aan mensen kunt hebben.”

De meeste omzet krijgt Conard uit referrals. Dat zijn contacten uit zijn netwerk die hun contacten als klant aanbren- gen. De kracht die in businessnetwerken zijn werk doet is mond-tot-mond reclame. Als Conard iets leuks doet voor mensen in zijn netwerk, dan komt dat terug. “Ik vind ook dat je je netwerk heel goed moet kennen. Ik steek daar heel veel energie in. Probeer zoveel mogelijk één op één afspraken te maken rondom netwerkmeetings om mensen echt goed te leren kennen. Pas dan kan ik ze goed verder helpen. Maar omgekeerd natuurlijk ook. Zij leren mij ook kennen.”

Conard deelt in zijn boek veel van zijn netwerkkunsten. Zo vertelt hij hoe hij systematisch nieuwe mensen aanspreekt met het aanbod hen te helpen, hoe hij systematisch nieuwe mensen uitzoekt die op de genodigdenlijsten staan van borrels en ze voorafgaand aan een borrel of meeting al e-mails stuurt om hen beter te leren kennen. Het grootste contrast nog, vormt zijn zakelijk succes met de gouden tip die hij iedereen op het hart wil drukken. “Probeer nooit, maar dan ook nooit, je producten te verkopen. Dat schrikt mensen af. Mensen moeten wel weten wat je doet. Natuurlijk, maar zorg er gewoon voor dat je een leuke tijd hebt samen en kijk of je de ander verder kunt helpen. Dat business doen, dat komt later wel. Het draait om twee dingen. Vertrouwen en reputatie. Dat moet je langzaam opbouwen en vervolgens moet je er heel voorzichtig mee omspringen.” z