

Een virtueel kopje koffie

Netwerken creëert een gunfactor

Ruim de helft van alle ondernemers netwerkt online. De extra omzet (9%) die daarmee behaald wordt, doet vrijwel niet onder voor de omzet uit regulier netwerken (10%). Dat blijkt uit onderzoek van de KvK Midden-Nederland.

■ tekst Kim Loohuis ■ fotografie Marieke Duijsters

Gemiddeld netwerkt acht op de tien ondernemers, vooral om contacten op te doen, extra omzet te behalen en nieuwe kennis te verwerven. Ruim de helft van de ondernemers netwerkt online (51%). Zo ook Godfried Boogaard, eigenaar van adviesbureau Ikzie. Hij richtte twee jaar geleden een hoekje op het online netwerk LinkedIn in speciaal voor ondernemers uit de regio

Utrecht. "Locatie wordt in mijn ogen steeds belangrijker bij netwerken. Wegen slibben dicht, tijd wordt belangrijker. Die kan efficiënt worden gebruikt door contact te leggen met mensen in de buurt." Pieter Aart Schouten, vennoot van De Fietskoerier Utrecht, onderschrijft dit. "Het gebruik van sociale netwerken levert ons naamsbekendheid in de regio op."

Zien, ruiken, horen en voelen

De hoofdredenen voor netwerken zijn het opdoen van nieuwe contacten en het behalen van extra omzet. Bij regulier netwerken worden ook nieuwe ideeën opgedaan en staat gezelligheid hoog in het vaandel. Bij virtueel netwerken speelt naast het opdoen van nieuwe ideeën ook het bedrijfsimago een rol. Volgens Boogaard kunnen beide vormen van netwerken prima zonder elkaar, maar de combinatie verrijkt. Daarom organiseerde hij samen met de KvK begin deze zomer de bijeenkomst Social Business 030 voor de leden van het LinkedIn-netwerk Utrecht Netwerk. "Het is leuk achter een beeldscherm, maar mensen willen elkaar zien, ruiken, horen en voelen. Juist omdat we zo veel online doen, is de kracht van offline groter geworden. Het



Pieter Aart Schouten en Godfried Boogaard netwerken online.

menselijke aspect is heel belangrijk." Schouten wijst erop dat online netwerken een groter bereik biedt. "We verschijnen nu op het beeldscherm bij mensen die we normaal niet zo snel zouden spreken." De Fietskoerier is alleen actief op Twitter. "Dat is licht, gemakkelijk bij te houden en leuk om te doen. Het levert niet direct een commerciële relatie op, maar creëert een gunfactor en interesse. Het gaat zoveel sneller dan regulier netwerken." Tijdens de bijeenkomst Social Business 030 was Schouten een van de sprekers. Het leverde hem een aantal concrete afspraken op voor koeriersopdrachten. "En natuurlijk een heleboel nieuwe followers!" ■

Feiten & Cijfers

Ondernemers tot 45 jaar (89%) netwerken duidelijk meer dan ondernemers van 55 jaar of ouder (68%). LinkedIn wordt online het meest gebruikt (92%) om online te netwerken. Facebook (30%) en Twitter (28%) volgen op grote afstand. Ruim 50% van de ondernemers is lid van een regulier netwerk. Ondernemers die extra omzet halen uit netwerken, doen dat voor 10% uit regulier netwerken en voor 9% uit online netwerken. Gemiddeld besteden ondernemers 2,9 uur per week aan regulier netwerken en 2,5 uur aan online netwerken.