

# ‘Met kaartjes strooien is zo passé’

- Het aantal netwerkorganisaties en daarbij passende activiteiten is flink gegroeid.
- Zuidoost-Brabant telt er al 30.
- Sociale media dragen bij aan de expansie.
- Maar ondernemers moeten niet zomaar alles afstruinen.

door **Forra de Jong**  
e-mail: [f.dejong@ed.nl](mailto:f.dejong@ed.nl)

**EINDHOVEN** – Ze ziet ze vaak, de ‘kaartjesuitdelers’. Gefocust lopen ze door een ruimte, loerend naar de opgespelde naamkaartjes, om snel een commerciële slag te slaan. Netwerkdeskundige en social media coach Anne Raaymakers uit Helmond zucht eens diep en legt uit: „Die ondernemers weten niet hoe je een relatie opbouwt. Met kaartjes strooien en opdrachten scoren is zo passé. En dat terwijl er veel uit netwerken te halen is! Vooral nu je contacten steeds beter online en persoonlijk kunt onderhouden.”

Netwerkmogelijkheden zijn er immers genoeg. Het afgelopen jaar zijn de trainingsbureaus, organisaties en bijeenkomsten met dat thema in rap tempo opgericht. Alleen de regio Eindhoven telt al meer dan dertig netwerkclubs. Elke branche (zoals transport, vastgoed, hightech) en doelgroep (vrouwen, jongeren, expats) richt een eigen netwerk op, met de daarbij behorende activiteiten. En de bijpassende LinkedIn, Twitter, Facebook en intranet accounts. Raaymakers geeft vanuit haar be-



Netwerkdeskundige Anne Raaymakers.

foto Jurriaan Balke

drijf Innertalent tips aan ondernemers hoe met die wirwar aan contactopties om te gaan. „Door de opkomst van sociale media maken mensen sneller kennis. Dat is handig maar voor zakendoen is het kennelijk niet genoeg. Ik vermoed dat er daarom zoveel meer wordt georganiseerd op netwerkgebied. Via de netwerken kan iedereen ook snel op de hoogte worden gebracht en worden uitgenodigd.

Daarnaast heeft de crisis assertiviteit aangewakkerd; Ondernemers moeten klanten binnenhalen.” Bjørn Seerden, secretaris van Startend MKB (regio Eindhoven - Helmond, 50 leden) beaamt dat netwerken noodzaak is geworden. Sociale media dwingen om snel contacten te leggen. „Dit biedt mogelijkheden om een solide netwerk op te bouwen, waar voornamelijk zelfstandigen baat bij hebben.”

Startend MKB helpt beginnende ondernemers met de netwerkvaardigheden. Seerden: „Wij adviseren jezelf te blijven, interesse te tonen en een paar goede evenementen uit te kiezen.” Maar welke bijeenkomsten zijn dan een bezoekje waard? „Het is slim om voor kennis in je branche te borrelen. En om relaties op te bouwen, breder gedragen evenementen te bezoeken. Ga bijvoor-

beeld eens naar een themadag voor Brabantse ondernemers”, zegt Seerden. Thijs Dorssers van ondernemersplatform Brabant Onderneemt (180 aangesloten bedrijven, 500 ondernemers) organiseert dergelijke bijeenkomsten. Dorssers: „Wij houden van activiteiten zonder saai pakken op dure diners. Zo kunnen langdurige relaties worden opgebouwd.” Hij hamert er op dat de uitwisseling van kennis een van de belangrijkste aspecten is van je relatiebeheer. „Zo kan synergie ontstaan. Zodra iemand weet wat je doet, word je vanzelf ingeschakeld.” Adviseur Raaymakers benadrukt dat de kern van netwerken ‘vertrouwen scheppen’ is. „Daarom is het zaak om selectief te borrelen. Ga liever regelmatig naar dezelfde activiteiten dan dat je alles roekeloos afstruint. Kwaliteit gaat ook boven kwantiteit qua hoeveelheid gesprekken. Een kaartje onthoudt niemand. Een boeiende conversatie wel.” De coach adviseert ook om eens ‘spontaan’ contact te leggen. Een flexwerkplek zoals Seets2Meet op Stijp-S is daar ideaal voor.

Als de ondernemer dan eindelijk door heeft bij welke clubs een lidmaatschap handig is, welke activiteiten wat opleveren en hoe relaties online worden bijgehouden, rest nog wel de vraag: Wat is de grootste ‘netwerkzonde’? Raaymakers: „Dat is direct iets willen slijten. Begin nooit over een deal; maar raad liever kennissen aan. Gegarandeerd doen je relaties dat voor jou terug.”