

VOORWOORD

Toen ik de vraag kreeg of ik een boek over social selling wilde schrijven, hoefde ik daar niet lang over na te denken. Het stond al een tijdje op mijn 'dingen die ik nog wel eens zou willen doen'-lijstje. Maar ja, waar ga je dan over schrijven en hoe vlieg je dat aan? Want het gaat uiteindelijk niet om dit boek, maar om wat jij ermee gaat doen. De enige manier om succesvol te zijn met social selling, is om het zelf te doen en in de praktijk te ervaren hoe het voor je werkt.

De informatie en inzichten die je in dit boek leest, zijn dan ook gebaseerd op mijn eigen ervaringen in de afgelopen jaren. Ik heb geprobeerd om het praktisch, simpel en toepasbaar te houden, zodat je tijdens of na het lezen van dit boek direct aan de slag kunt.

Verwacht geen 'magische formule' of 'gouden

stappenplan', want die bestaan niet. De markt waarin je opereert, is voor iedereen verschillend en de manier om succesvol te zijn met social selling is dat dus ook. Ik hoop dat ik je in elk geval voldoende ideeën en inzichten mee kan geven en wanneer je meer wilt weten, stuur je gewoon een berichtje via social media.

Djoea van Zanten

[linkedin.com/in/djoeavanzanten](https://www.linkedin.com/in/djoeavanzanten)

[facebook.com/djoeavanzanten](https://www.facebook.com/djoeavanzanten)

[instagram.com/djoeavanzanten](https://www.instagram.com/djoeavanzanten)

twitter.com/djoeavanzanten



1

WAAROM SOCIAL SELLING?

Kun je je de laatste keer herinneren dat je enorm blij was omdat je uit het niets werd gebeld door iemand die jou iets wilde verkopen? Ik niet. Sterker nog, ik denk niet dat ik ooit een dergelijke ervaring heb gehad. Logisch, want waarom zou je daar blij om zijn als je er nooit om hebt gevraagd? De meeste mensen vinden het behoorlijk vervelend om iets 'verkocht' te krijgen. Tegelijkertijd is dat precies wat we zelf doen wanneer we iets te verkopen hebben.

Lange tijd hadden we niet zoveel mogelijkheden om producten en diensten aan de man te brengen. Dat is inmiddels wel anders. We leven in een

andere wereld, waarin internet alles en iedereen met elkaar verbindt. En dat zet alles in een ander daglicht.

Digitale ontwikkelingen

Er zijn tal van digitale ontwikkelingen die ons leven hebben veranderd. We hoeven niet meer naar de bank voor geldzaken. We bellen steeds minder en appen steeds meer. We kijken televisieprogramma's wanneer we willen, niet wanneer ze worden uitgezonden. Onze telefoon is de afstandsbediening van ons leven geworden, waarmee we onze agenda, communicatie, geldzaken, documenten en zelfs relaties beheren. Kortom, in onze broekzak zit de toegang tot vrijwel alle informatie en zaken die we nodig hebben in ons leven. Bijna alles is beschikbaar op het moment dat wij ervoor kiezen. En die ontwikkeling heeft ervoor gezorgd dat we heel selectief zijn geworden met

betrekking tot een van de meest waardevolle dingen in ons leven: onze tijd.

Daarom worden we steeds selectiever over hoe we met onze tijd omgaan. Nu denk je misschien: wat heeft dat met mijn business te maken? Ik communiceer gewoon per telefoon en drink zo nu en dan een kop koffie met mensen. Wat hebben digitale

90% van de top salesprofessionals gebruikt social selling tools. (Bron: LinkedIn)

televisie, WhatsApp, een *on demand*-economie en alle andere digitale ontwikkelingen daarmee te maken?

Wellicht meer dan je denkt. Want jouw klanten hebben ook allemaal WhatsApp op hun telefoon, kijken ook digitale televisie en hebben ook *on demand*-toegang tot heel veel zaken. En hoe meer ze daar gebruik van maken, hoe minder tijd ze bereid zijn om vrij te maken voor minder rele-

vante zaken zoals jouw (sales)belletje, e-mailtje of bezoekje, want dat kost tijd die ze niet willen verliezen. Daar komt nog bij dat ze ‘je wel weten te vinden’ als ze je nodig hebben (*on demand*), want alle informatie van jou en jouw concurrenten is online te vinden.

Het goede nieuws is dat deze nieuwe ontwikkelingen ook heel veel nieuwe mogelijkheden bieden. We kunnen tegenwoordig heel slim en effectief contact maken, relaties opbouwen en tot zaken komen. Het vergt wellicht een andere aanpak dan je gewend bent, maar geloof me: het is de moeite waard om je hierin te verdiepen.

Welkom in de wereld van social selling.



2

JOUW VERHAAL

Voordat we verder ingaan op de details van social selling, wil ik even stilstaan bij jouw verhaal en waarom het zo ontzettend belangrijk is om dat te vertellen. Wij mensen kunnen niet zonder: we zijn wandelende verhalenmachines. Vroeger vertelden we elkaar verhalen rond het kampvuur; nu doen we dat via social-mediaplatforms. De vorm is anders, maar de kern is hetzelfde. Onze hersenen zijn er dol op en wij onthouden alles veel beter als we het verhaal eromheen hebben gehoord.

En in de hedendaagse wereld, die met alle online media bol staat van de verhalen, is het cruciaal om ook jouw verhaal te vertellen, zodat mensen

Dankzij sociale media kun je relaties opbouwen met potentiële klanten zonder je producten of diensten aan te prijzen. Als klanten je eenmaal zien als mensen komen ze vanzelf naar je toe als ze iets nodig hebben. Stop ook met koude acquisitie en kies voor een warme band met je klant.

Als een van de gezichten van Make Marketing Magic help Djoea van Zanten dagelijks bedrijven met hun online marketing- en salesvraagstukken. Hij helpt ondernemers om continu zichtbaar te zijn op de radar van hun klanten.

Weinig tijd, maar veel ambities? Informeer jezelf snel en grondig met de boeken in de *60-minutenserie*.



HAYSTACK

