

Inhoud

Voorwoord 7

Inleiding 11

- 1** Ga weg met je goeroe 15
- 2** Bumpers en gummetjes 27
- 3** Vertrouwen is alles 39
- 4** Voel de angst en doe het toch 49
- 5** Turftuig en vinkvee 59
- 6** De wonderpil voor online succes 69
- 7** Reclame doet me niks, ik koop alleen van bekende merken 83
- 8** Dit is je gouden ticket 95
- 9** Het bruisbaleffect 111

- 10** Van quick fix naar klantbetekenaar 123
- 11** Nu moet je eens even goed luisteren! 133
- 12** Vertragen is het nieuwe versnellen 141
- 13** De ultieme voorbereiding van je sale 149
- 14** Cialdini: hulp uit onbewuste hoek 157
- 15** Sales voor supertalenten 173
- 16** Verkopen is kinderspel 183

Bijlagen

Nawoord 193

Kernwaarden 194

51 ideeën voor LinkedIn-content 196

Dankwoord 198

Register 199

Inleiding

Wat fijn dat je er bent en welkom in ons bescheiden boekje. Bescheiden ja, want overdrijven doen we online en offline al genoeg. Ga een salesgesprek in en alles is superfantastisch. Open LinkedIn en iemand heeft vast weer dikke, vette promotie gemaakt. Bezoek een netwerkbijeenkomst en je gesprekspartner gaat als een speer. Het lijkt wel alsof iedereen anno nu al belachelijk succesvol is. Of denkt dat je dat vooral zou moeten worden.

We halen je even uit de droom: niemand is on top of the world, niemand scoort continu klanten met het gemak waarmee Michael Jordan punten scoorde en lang niet iedere post op social media is een viraal succes. Belachelijk succesvol bestaat niet. En dat is maar goed ook.

Hebben we je dan met een clickbait naar dit boek gelokt? Misschien. Maar wacht even voor je het teleurgesteld weer dichtslaat. Je hoeft namelijk niet belachelijk succesvol te zijn om lekker in je baan te zitten, om vooruitgang te boeken met je business, om je zichtbaarheid online te vergroten, om met zelfvertrouwen dat podium op te gaan, om een deal te sealen of met je baas te onderhandelen over een beter salaris.

Dit boek helpt je om salessucces te verbeteren en je zichtbaarheid te vergroten. Je mag het lezen zoals je wilt: van achter naar voor, af en toe een stukje of gewoon vanaf het begin. Er is geen perfecte volgorde. Wij geloven in een goede basis, dus wij beginnen

graag van voor af aan. Met een sterk fundament ben je namelijk verzekerd van een afronding die staat als een huis. Old school dus, maar wel met behulp van skills die in deze tijd werken.

Wil je offline en online (nog) succesvol(ler) worden in wat je doet, dan zit je bij ons goed. We delen onze best practices en grootste fuck-ups met je en we zetten je aan het werk. Want succesvol zijn, dat kan nou eenmaal alleen als je denkt, doet en genadeloos op je bek (durft) te gaan. Als je naar binnen durft te keren, jezelf leert kennen, echte connecties durft aan te gaan en dan de weg vrijmaakt voor een sterke relatie en onderhandeling. Als je jezelf niet op een voetstuk plaatst en de ander al helemaal niet. Als je de juiste keuzes maakt, ongenadig eerlijk naar jezelf bent en nieuwe dingen uitprobeert.

**De offline en online
wereld vloeien steeds
meer samen.**

We bundelen in dit boek onze krachten, omdat we er stellig van overtuigd zijn dat de offline en online wereld steeds meer samenvloeien en dat een menselijke aanpak voor beide cruciaal is. Zeker in een tijd waarin het leven steeds digitaler wordt. Het is dus handig om geen kant te kiezen, maar om het één te doen en het ander niet te laten. Om je skillset uit te breiden, zodat jij voor dat spannende gesprek offline én online op LinkedIn beslagen ten ijs kunt komen.

Het mooie? Dat hoeft je niet alleen te doen. In dit boek doen we het samen. Deal? Deal! We weten nu al dat het een belachelijk groot succes gaat worden.

Marjolein en Richard

**Het pad van een
ander lopen heeft
nog nooit iemand
op nieuwe plekken
gebracht.**

Hoofdstuk 1

Ga weg met je goeroe

Aanleiding

In een maakbare wereld vol offline en online mogelijkheden ligt een knallende business voor iedereen binnen handbereik. Mits je de juiste regels volgt van businesscoach A, de salesscripts van trainer B en de funnel van goeroe C. Als je precies doet hoe het moet, lijkt succes gegarandeerd. En lukt het niet, dan moet dat wel aan jou liggen.

Toch? Ja, niet dus. Als je door je feed op LinkedIn scrollt of op een netwerkborrel om je heen kijkt, dan zou je inderdaad kunnen denken dat succes in sales te danken is aan het uitvoeren van het juiste stappenplan. Dat iedereen vooral hetzelfde moet doen om tot dat succes te komen. Volg de goeroe en alles komt goed.

Dankzij LinkedIn is zakendoen zichtbaarder dan ooit. Het is een middel om je aanpak, je ervaringen en je resultaten te delen. Een platform waarop de goeroe gedijt: zichtbaar voor iedereen. Maar is je podium pakken en zichtbaar zijn hetzelfde als een wedstrijdje ver plassen? Is een goeroe klakkeloos napraten hetzelfde als je business authentiek laten groeien? In een wereld waarin veel behoefte is aan een sterke profilering, een goede klantrelatie en authenticiteit is het tijd om het juist anders te doen. Ga weg met je goeroe, omarm je eigen regels.

Ken uzelf

Richard loopt rondjes door de vergader-ruimte en zwaait met zijn handen. ‘Ik weet gewoon niet waar ik moet beginnen over dit onderwerp. Jij ziet toch ook, op LinkedIn, dat iedereen elkaar loopt na te praten? Dat we zonder na te denken klakkeloos overnemen wat zelfbenoemde goeroes ons vertellen? Dat we nauwelijks nog zelf nadenken en slaafs het stappenplan naar succes adopteren dat iemand op een regenachtige zondagmiddag in elkaar heeft geklust?’

Marjolein leunt glimlachend achterover. ‘Moeten we dit bespreken? In ons boek? Zullen we niet direct doorpakken naar goede sales- en LinkedIn-tips? Dat is volgens mij waarom mensen dit boek willen lezen.’

Richard: ‘Ja, dat weet ik. En daar gaan we het uitgebreid over hebben, maar juist daarom wil ik beginnen bij het begin. Bij de kern. Het heeft namelijk niet zo veel zin om tips te kopiëren van een ander als je geen idee hebt wie je zelf bent. Dat laatste is wat mij betreft het fundament voor alles wat met sales te maken heeft. Als jij een gesprek ingaat en dat fundament staat niet, dan verval je in trucs. Dan doe je wat die goeroes prediken en dan wordt het niks. De oude Grieken zeiden dat al heel mooi: ‘Ken uzelf’¹, dat is het begin van alles. En dat is in die 2000 jaar niet veranderd!’

1. Het Oudgriekse aforisme ‘Ken uzelf’ was een inscriptie in de Tempel van Apollo in Delphi. Het is toegeschreven aan verschillende Griekse wijsgeren, maar wie de werkelijke auteur was, blijft onzeker. [Wikipedia]

Het heeft geen zin om een ander te kopiëren als je geen idee hebt wie je zelf bent.

**Wees niet bang om
fouten te maken:
je wint of je leert!**

Hoofdstuk 6

De wonderpil voor online succes

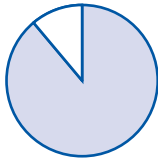
Aanleiding

In onze hyperverbonden, online wereld – volwassenen spenderen hier gemiddeld 5,5 uur per dag online¹ – zijn kopers beter geïnformeerd en veeleisender dan ooit. Ze gaan zelf op zoek naar informatie, checken wat een verkoper hen vertelt en vertrouwen meer dan ooit op het oordeel van bekenden en experts. Om als verkoper te navigeren in dit nieuwe landschap van social media, is het van belang dat je social selling kent en leert toepassen, zeker als je jezelf online presenteert.

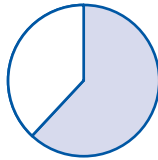
Social selling is niet zomaar een modewoord – het is de meest gebruikte strategie voor online succes. LinkedIn is een platform waar je social selling optimaal kunt toepassen. Je kunt er je netwerk uitbreiden, kennis verzamelen, kennis delen en authentieke relaties opbouwen met potentiële klanten. Social selling is niet voor ongeduldige types, maar voor mensen met een lange

1. Onderzoek van Meltwater en We Are Social, gebaseerd op cijfers van GWI.com in 2022 onder internetgebruikers van 16-64 jaar.

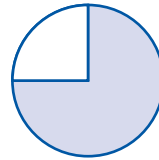
adem. Marjolein gebruikt het graag, omdat ze het zelf niet als sales ervaart, maar als een manier om zichzelf te positioneren als betrouwbare adviseur. Dat maakt social selling ook erg geschikt voor mensen die van nature geen fan zijn van keiharde sales. Hoe je social selling effectief toepast en er de vruchten van plukt, lees je in dit hoofdstuk.



89% van de B2B-marketeers gebruikt LinkedIn voor het genereren van leads.



62% van de B2B-marketeers geeft aan dat LinkedIn minstens 2x zo veel leads genereert als elk ander socialmediaplatform.



75% van de B2B-kopers gebruikt social media voor het nemen van hun aankoopbeslissing, waarvan 50% vertrouwt op LinkedIn.

Bron: LinkedIn

Social selling is verkopen anno nu

Marjolein: ‘Social selling, ja, dat is naast personal branding echt mijn lievelingsonderwerp. Als we het dan toch over sales moeten hebben, dan is dit voor mij dé manier. Iets anders doe ik niet.’

Richard: ‘Wist je dat jij degene bent die social selling bij mij heeft geïntroduceerd? Ik heb social selling lang gezien als ‘opwarmertje’ voor sales en er vrij weinig aandacht aan besteed. Arrogant als ik was, dacht ik ‘ik pak die klant wel in als de tijd rijp is’ en zo gaat dat ook vaak, maar dankzij jou heb ik de voordelen van online

Hoofdstuk 8

Dit is je gouden ticket

Aanleiding

Heb jij jezelf wel eens gegoogeld? Dan zie je dat jouw LinkedIn-profiel vaak bovenaan in de zoekresultaten van Google staat. Daarmee is jouw persoonlijke account je zakelijke visitekaartje en een belangrijke informatiebron voor potentiële opdrachtgevers, werkgevers of nieuwe werknemers. Als je wilt opvallen en laten zien wie je bent, dan is het ontzettend belangrijk om jezelf te onderscheiden.

Bestaat er zoiets als hét ultieme profiel? Eén uniform LinkedIn-profiel dat laat zien dat je belachelijk succesvol bent? Niet echt. Jij bent immers het fundament van je eigen profiel en jij bent uniek en onvervangbaar. Er is veel onderzoek gedaan naar de beste invulling van je profiel, dus we kunnen je wel cruciale tips, suggesties en best practices aandragen hoe je de aantrekkelijkheid van je LinkedIn-profiel kunt vergroten. Niet onbelangrijk, want een goed profiel is je gouden ticket! In dit hoofdstuk deelt Marjolein daarom haar 20 onmisbare must-haves voor een onderscheidend LinkedIn-profiel.

Richard: ‘Laten we daar later over doorpraten. Eerst een goed profiel, hoe maak je dat? Als je hebt bedacht wie je bent en wat je wilt uitstralen, hoe komt dat dan terug in een sterk profiel?’

Marjolein: ‘Ik kan over ieder onderdeel van je profiel wel wat zeggen. Doen?’

Richard: ‘Kom maar door! Kijk ik meteen even mee op mijn eigen account of ik een beetje goed zit.’

#Hoedan

Als je de stappen hierna doorloopt en doorvoert, heb je een super-professioneel LinkedIn-profiel en word je beter gevonden door potentiële klanten, werkgevers of samenwerkingspartners.

1. Je profielfoto

- Het eerste waar mensen naar kijken, is je profielfoto. Die moet dus top zijn. Zorg ervoor dat je een professionele, recente foto van jezelf kiest of laat er een maken in een outfit die je normaal ook draagt tijdens een zakelijke afspraak.
- Keep it clean. Zorg ervoor dat er geen andere mensen op je profielfoto staan – het moet geen zoekplaatje zijn wie jij bent.
- Smile! Een glimlach helpt om sympathiek gevonden te worden, zeker als je iemand nog nooit in het echt hebt ontmoet.
- Zet de zichtbaarheid van je profielfoto op ‘Openbaar’. Zo zien ook mensen buiten je netwerk wie je bent. Altijd handig als je iemand offline tegenkomt, die daarna ook graag online met je wil connecten.

HOUSE OF SOCIAL MEDIA
WIJ KENNEN HET GEHEIM VAN LINKEDIN

1

2 **ONTDEK DE SUPERKRACHT VAN LINKEDIN**
Boek een LinkedIn in-company training of een 1:1 sessie

3 **LinkedIn POWER**

4 **5** **6** **8**

OPKO Mercedes-Benz Canon Sanguni The Walt Disney Company

3 **Marjolein Bongers** (LinkedIn Expert) · 1ste
5 → LinkedIn Trainer & Keynote Spreker | Auteur LinkedIn Power |
7 Beïnvloedingspsychologe | Cialdini Certified Trainer | Oprichter House
of Social Media | Officieel Ambassadeur LinkedIn Benelux

6 **House of Social Media** ·
8 **Academie voor Gedragskennis®**

7 5-Hertogenbosch Area · Contactgegevens **8**
500+ connecties
Daniël E. Brouwer, Ruben Opstal en 108 andere gemeenschappelijke connecties

[Bericht](#) [Mijn website bezoeken](#) [Meer](#)

Profiel verbeterd met Premium

Info **13**
Welkom op mijn LinkedIn profiel! Ben je op zoek naar een inspirerende keynote spreker, LinkedIn strateeg of LinkedIn Trainer? Lees dan even verder ⇒
Hoe kunnen we LinkedIn inzetten om ons merk beter te profileren? Hoe zorg ik ervoor dat mijn medew ...meer weergeven

Services **9**

Wil je leren hoe je LinkedIn succesvol kunt inzetten? Met 14 jaar ervaring als LinkedIn expert én mijn kennis over gedrags- en beïnvloedingspsychologie kan ik jou en je team helpen om écht resultaat te boeken. ...meer weergeven

Marketingadvies • Leadgeneratie • Content-strategie • Marketing op sociale media • Spreken in het openbaar • Training

[Services aanvragen](#)

Alles weergeven →

Uitgelicht **14**

Link  Afbeelding 

#Hoedan

Volg in je klantcontact de 4 basisprincipes en werk ze in deze volgorde stapsgewijs af:

1. Authenticiteit: wees trouw aan jezelf!

Vind jij een dienst of product dat je zelf gebruikt echt fantastisch en heeft het je veel gebracht? Deel dan je eigen ervaringen met je omgeving. Deel nooit iets waar je niet achter staat, daarmee verspeel je je eigen geloofwaardigheid en het vertrouwen van de ander.

2. Vertrouwen: vertrouwen leidt tot vertrouwen

Ga uit van goed vertrouwen. Jij hebt het beste met de ander voor en de ander met jou. Een relatie aangaan vanuit wantrouwen, is gedoemd te mislukken. Misschien voelt dit voor jou tegennatuurlijk en heb je geleerd op je hoede te zijn? Dan vragen we nu nogal iets van je, maar het is wel belangrijk. Vertrouwen is alles: in jezelf, in je product of dienst en in de bereidheid van de ander. Zorg er dus voor dat je dat vertrouwen nooit beschaamt.

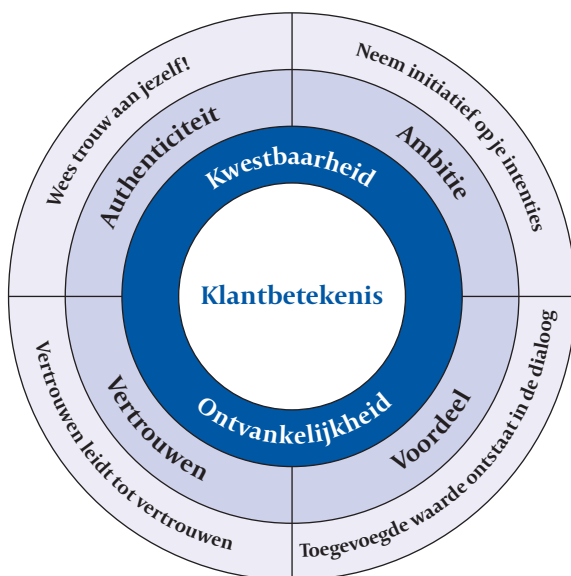
3. Voordeel: toegevoegde waarde ontstaat in de dialoog

Veel mensen die willen verkopen, zijn geneigd het hoogste woord te voeren. Ze gooien al hun pasklare argumenten in de strijd en strooien op de koop toe ook nog met korting. En dat terwijl ze vergeten te luisteren, niet doorvragen naar de wensen van de klant en vaak helemaal geen idee hebben of hun product of dienst wel de best mogelijke optie is. Door te praten én te luisteren en de

dialogo te voeren, ontdek je belangrijke info die je verder helpt bij het onderhandelen over en bekrachtigen van de sale.

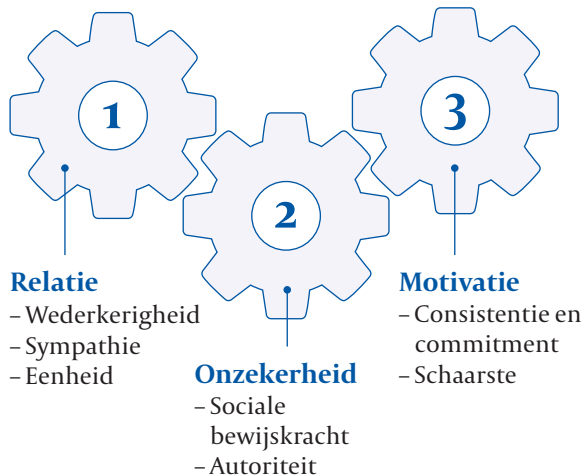
4. Ambitie: neem initiatief op je intenties!

Heb je gecheckt of de ander echt ontvankelijk is en jij van betekenis mag zijn, neem dan initiatief en actie op je intenties en vraag commitment. Hoe? Op een manier die bij jou past. Ben je voorzichtig? Vraag het dan voorzichtig. Heb je een iets grotere mond, wees dan ook nu brutaal.



Je kunt de principes van Cialdini ook indelen in verschillende fases. Dat zien we bijvoorbeeld in het *Core Motives Model* van Gregory Neidert¹, dat duidelijker maakt hoe en wanneer je deze principes effectief toepast. Dit model onderscheidt drie stadia en geeft aan welke principes in elk stadium het meest effectief zijn. Bijvoorbeeld: in de beginfase van het beïnvloedingsproces, ligt de nadruk op het opbouwen van de relatie en het vertrouwen. Dan komen principes als wederkerigheid, sympathie en eenheid van pas. Is de relatie eenmaal gelegd, dan kun je onzekerheid wegnemen met de principes sociaal bewijs en autoriteit. Tot slot breekt de motivatiefase aan waarin je de principes consistentie en schaarste kunt inzetten om de ander tot actie te bewegen.

Het Core Motives Model



1. Gregory Neidert is trainingsdirecteur bij het Cialdini Institute dat onder andere door Robert Cialdini zelf is opgericht.