

WARME ACQUISITIE: REFERRALS

Nieuwe relaties bouwen met hulp
van uw netwerk



De meeste acquisitie concentreert zich op het werven van nieuwe zaken. Eerder is al aangegeven hoe belangrijk het is om de mindset aan te passen: eerst relaties, dan zaken, want zonder relatie komt er geen zaak.

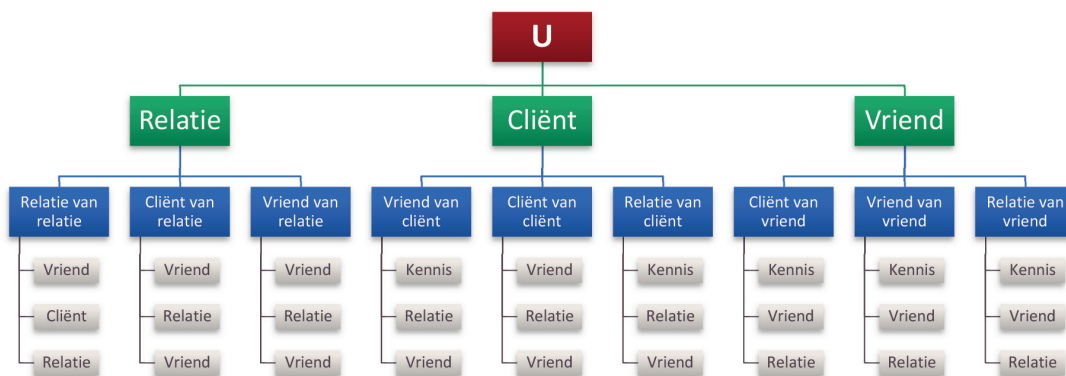
Daarom hier extra aandacht voor het werven van nieuwe relaties door de inschakeling van uw netwerk: zakelijk en waar mogelijk ook privé. Immers, de introductie of aanbeveling door een bekende is veel waardevoller (want onafhankelijker en onpartijdiger en dus betrouwbaarder) dan de profilering die u zelf doet. Dit wordt in het

Engels ook wel *referral marketing* genoemd, maar in goed Nederlands is het vooral bekend als *mond-tot-mondreclame (MtM)*.

Uw netwerk

Bijna iedereen is zich er bewust van dat we meer en meer in een netwerkmaatschappij leven. In het zakelijke verkeer was dat bewustzijn er al eerder: mensen kennen mensen. Mensen doen zaken met mensen die ze *know, like en trust* (lees: hun netwerk).

We vergeten vaak hoe groot ons nabije netwerk is en al helemaal het netwerk daarachter (de relaties van uw relaties). Een eenvoudig nabij netwerk van drie mensen die u kent, die ieder drie mensen kennen, die ieder drie mensen kennen, levert uiteindelijk een bereik op van 39 mensen (zie figuur 25)! U kunt zelf wel nagaan hoe groot dat getal wordt als u twintig tot vijftig mensen in uw nabije netwerk hebt.



Figuur 25 Uw netwerk in drie niveaus

De meest efficiënte manier om al die mensen achter uw nabije netwerk te bereiken is via mond-tot-mondreclame.