

Duo: M18 Executive Search en Epic Films in de ring rond netwerken

‘De return zit soms louter in de ontspanning’

Sociaal contact geeft een sociaal wezen zoals de mens eerder energie dan dat het hem energie kost. Al zeker ondernemers kennen de waarde van even van gedachten wisselen onder en advies vragen aan collega-ondernemers. Maar waarom kostbare tijd spenderen aan een fysiek netwerkevent, als je ook digitaal indruk kan maken? Dat antwoord zoeken we bij doorwinterde netwerkers Vivian Sajet (M18 Executive Search) en Reinhout Nechelput (Epic Films).

DOOR JAN VAN DE POEL
FOTOGRAFIE KOEN FASSEUR

Voor Vivian Sajet en Reinhout Nechelput hoort netwerken bij hun business. Dat spreekt al uit het feit dat beiden opereren vanuit een coworkinghub en ook heel actief zijn op netwerkevents én LinkedIn. In het geval van Reinhout Nechelput binnen zijn boutique content agency Epic Films zelfs met een eigen aanbod voor ondernemers rond strategische content, zoals een LinkedIn

Summer School voor ondernemers en kmo-zaakvoerders. ‘Voor middelgrote tot grote bedrijven zoeken we voornamelijk leidinggevendenden in een commerciële rol. Daarvoor trachten we de juiste persoon, die zowel qua capaciteiten als persoon goed matcht met onze klant, op het spoor te komen’, legt Vivian Sajet van M18 dan weer uit. ‘Hierbij is ons netwerk van cruciaal belang.’

Wat geniet jullie voorkeur: digitaal of fysieke events?

Reinhout: ‘Netwerken is voor mij een samengaan van digitale tools en ontmoetingen. Er gaat niets boven een fysieke afspraak. In businessdating voel je bij een nieuw contact soms al binnen de minuut dat je ooit zaken met elkaar gaat doen door een onderlinge klik. Vanachter een scherm is dat ondenkbaar. Al stond ik er tijdens de pandemie van te kijken wat ik zo verkocht, maar toen kon het niet anders. Sindsdien horen videocalls bij het normaal. Maar een hele dag door videobellen, zuigt je leeg. Dan verlies ik liever een uurtje aan de verplaatsing voor een fysiek gesprek. Die geeft je geest meteen ruimte om dat te verwerken. Op een beursbezoek bereid ik me wel digitaal voor. Ik stipel mijn strategie uit op basis van mijn ideale klanten, ga na welke interessante bezoekers er zijn en tracht te zorgen dat

‘Consistentie in je netwerkgagenda kan nieuwe balletjes aan het rollen brengen.’

REINHOUT NECHELPUT, EPIC FILMS

‘Netwerken draait vooral om fijne gesprekken, die jou weer energie geven om ideeën uit te werken.’

VIVIAN SAJECT, M18 EXECUTIVE SEARCH

ik hen kan spreken, bijvoorbeeld door op LinkedIn al een connectieverzoek te sturen. Ook AI is daarbij een handig hulpmiddel. Ik voed ChatGPT met de lijst van standhouders en mijn sales- en marketingplan, waarna ik een AI-agent aan het werk zet. Binnen het uur weet ik dan welke bedrijven ik moet gezien hebben.’

Vivian: ‘Binnen de drie maanden willen we de juiste persoon op de juiste plaats krijgen. Dat komt neer op veel communiceren met mensen, om uit te maken of het al dan niet kan werken. Executive search is nog steeds vooral een people business, dus er gaat niets boven een fysieke afspraak. Bij dat eerste contact vertelt niet alleen je hoofd, maar ook je instinct al of je connectie maakt. Slim netwerken loopt deels via digitale weg, want dat biedt je een breder perspectief. Onder andere LinkedIn, ChatGPT en Claude zijn geweldige tools om te prospecteren. Maar zodra de connectie er is, volgt die fysieke afspraak best snel om dat contact te converseren.’

Waar schuilt de meerwaarde van fysiek netwerken?

Vivian: ‘Je klanten en leveranciers zijn uiteindelijk partners waarmee je liefst goed samenwerkt. Daarvoor moet je wel een goede connectie hebben en

dat volgt uit netwerken. Tijdens corona leverden bijvoorbeeld de Virtuele Vrijdagen van de Kamer fijne gesprekken op. Maar ook op de werkvloer is het toch fijner om, tussen het remote werken door, bij collega’s te vertoeven. Uit fysiek netwerken hoeft zelfs geen business voort te komen. Het gaat er vooral om dat je een leuke tijd hebt met fijne gesprekken, die jou weer energie geven om ideeën uit te werken. Tegelijk is zo misschien een zaadje geplant dat later tot een samenwerking leidt.’

Reinhout: ‘De return zit soms louter in de ontspanning. Het Tuinfeest is daarvan een mooi voorbeeld. Dat is een kwalitatief event waar je naartoe gaat voor de leuke setting, waar je met boeiende mensen de eerste helft van het jaar kan overschouwen en eens van gedachten kan wisselen. Al het digitale, niet in het minst onze smartphone, zuigt veel energie weg, terwijl connecties met andere mensen net veel energie geven. Uiteindelijk is verbinding een basisbehoefte waarnaar iedere mens zoekt. Door de jaren heen heeft dat besef geleid tot een aantal vaste afspraken in mijn agenda. Niet alleen kunnen relaties zo verder groeien. Consistentie in je netwerkagenda kan weer nieuwe balletjes aan het rollen brengen.’

Is LinkedIn nog steeds hét platform to go voor digitaal netwerken?

Vivian: ‘Tot Google vanaf 2000 in opmars kwam, was je in executive search vooral aan het bellen naar mogelijke kandidaten. In 2007 kwam dan LinkedIn op en intussen telt dat al 1,2 miljard subscribers. Uiteraard zijn dat niet allemaal bruikbare kandidaten, al is nagenoeg iedereen er wel te vinden. LinkedIn laat je toe om te identificeren welke profielen wat doen en dus interessant zijn voor een vacante rol, wie op de markt is en al een eerste keer naar iemand uit te reiken. Je database en netwerk zijn daarbij eveneens belangrijk, maar een digitale fichebak als LinkedIn is daarvoor een heel dankbaar platform. Daarnaast heb je wel specifieke communities op Facebook of het Duitstalige platform Xing. Maar aan goede alternatieven ontbreekt het toch, waardoor LinkedIn prijsgevijs misbruik kan maken van zijn positie.’

Reinhout: ‘Posts voor LinkedIn maken, de feed volgen en berichten beantwoorden vergt tijd. Maar met Voicenotes kan ik ideeën die ’s middags al wandelend in me opborrelen, opnemen en met AI ook eenvoudig omzetten in ruwe posts. Wat geniaal is aan LinkedIn, is dat je posts kunt targeten op specifieke doelgroepen

met voor hen relevante content. Daar profiteren ze van om het vrij duur te maken, als je niet goed segmenteert. Alles start dus met de vraag wie je klanten zijn en wat je wil bereiken. Met generieke content die je met een beperkt advertentiebudget pusht, red je het niet. Daarnaast geloof ik in het concept van netwerkkapp Venyu. Als het gaat over AI, dan is de AI-chatbot Claude heel goed. Hubspot is dan weer een uitstekende CRM-tool.'

Hoe doe je beide netwerkvormen het best rijmen met elkaar?

Reinhout: 'Digitaal en in videocalls blijf ik zo veel mogelijk in lijn van m'n manier van fysiek netwerken, bijvoorbeeld door spreektaal te integreren. Volgers krijgen zo het gevoel je al beter te kennen. En je springt er meer uit dan met posts generereerd door Claude. Dat trek ik door in gesprekken, door niet de voor de hand liggende vragen te stellen en te peilen naar de mens achter m'n gesprekspartner. Op LinkedIn draait het alsmear meer rond personal branding. Al zeker met het nieuwe algoritme, waarbij je je best toespitst op slechts een drietal topics. In feite moet je ervoor zorgen dat jouw volgers zoveel mogelijk tijd doorbrengen op het platform. Dan pusht het algoritme jouw content, omdat LinkedIn zijn advertenties dan beter kan slijten. Met posts met content die dicht bij jou blijft en emoties losweekt, creëer je waarde voor anderen en vice versa. In die zin beschouw ik m'n LinkedIn-feed als mijn Sportpaleisje waar ik niet iedereen meer toelaat. Enkele honderden connecties waarmee ik geen interactie heb gehad, heb ik daarom zelfs verwijderd. Dit komt de kwaliteit van mijn feed ten goede. Want het algoritme wordt beter gevoed en alle ruis is verdwenen.'

Vivian: 'In mijn vak maak je met bellen nog het verschil. Zodra je in je database of netwerk een geschikt profiel met de juiste competenties en ervaring voor een specifieke rol vindt, moet je de telefoon nemen. Dan kan je snel aanvoelen of een match mogelijk is. Pas daarna gaan we naar een uitgebreid fysiek interview, om een volledige indruk te krijgen van wat iemand belangrijk vindt.'

Is een netwerkevent binnen de eigen sector te verkiezen boven een sectoroverschrijvend event?



Vivian: 'Netwerken staat gelijk aan zaadjes planten. Dat gebeurt voortdurend en overall, dus ook in je familie, bij je vrienden en in andere sectoren. Als je wil leren van ondernemers uit jouw branche, dan moet je specifieke events opzoeken. Wij spitsen ons vooral toe op leidinggevend in middelgrote bedrijven die vaak internationaal actief zijn. Maar soms is het gewoon aangenaam om met iemand aan de praat te geraken, waaruit later een fijne businessrelatie kan ontstaan. Netwerken is voor mij eerder een zaak van verbinden op langere termijn.'

Reinhout: 'Vooral de content of spreker bepaalt of ik me wel of niet inschrijf voor een event. Daarnaast toets ik de activiteit via Claude aan mijn sales- en marketingplan. Op basis van de webpagina ga ik na of m'n ideale klanten daar kunnen opduiken. Al is het ook weleens fijn om gewoon kennis te maken met weer nieuwe mensen. Zo behoud je de spontaniteit in het netwerken, wat eveneens tot business kan leiden.'

Wat is jullie gouden netwerktip?

Vivian: '99% van de mensen op een netwerkevent is ook onwennig en kent er evenmin veel aanwezigen. Vaak zijn ze dankbaar als jij dan als eerste op hen toestapt. Zoek connectie als je met iemand praat door echt in gesprek te gaan. Houd het niet te kort zodat het oppervlakkig blijft, maar laat het evenmin lang uitlopen om het interessant te houden. Soms is het leuk om samen met je partner of een collega een event te bezoeken, gewoonweg omdat je er dan al zeker iemand kent. Blijf dan niet samen hangen bij hetzelfde groepje, want dan maak je niet optimaal gebruik van de gelegenheid. Het is handig om even te kunnen terugkeren naar mensen die je beter kent. Maar zie hen als een rustpunt tussen twee gesprekken door. Koppel na een gesprek ook altijd terug met een berichtje via LinkedIn of een korte mail, om de connectie te onderhouden.'

Reinhout: 'Stop met pitchen, maar start met luisteren. Want niet wat jij zegt is belangrijk, maar wel wat je hoort en hoe je daarop kan inspelen. Bereid je bezoek aan een netwerkevent voor, om je tijd zo nuttig mogelijk te gebruiken. En vergeet de opvolging niet; je netwerk onderhouden is minstens zo belangrijk als nieuwe contacten leggen. Want soms oogst je pas jaren na dat eerste contact, maar groeit daar uiteindelijk wel een lange samenwerking uit. Tracht daarom ook connectie te maken met de mens achter de ondernemer en zoek naar onderlinge raakpunten waaruit een band kan ontstaan. Dat kan een leuke driver zijn voor een verdere samenwerking. Besef dat mensen soms ook kunnen wegvallen uit je netwerk en dat het vooral belangrijk is om er een flow in te houden. Trek daarom voldoende tijd uit voor netwerken, zodat je niet in dezelfde vijver blijft vissen. Enkel wat je aandacht geeft, kan groeien.'

WWW.M18.EU
WWW.EPICFILMS.BE



Kom mee netwerken op ons Tuinfeest via deze QR-code