

NUT EN NOODZAAK VAN NETWERKEN

ONDERNEMER HARRO WILLEMSEN VAN PRESENT PRESENTS IN ROTTERDAM PRAATTE AFGELOPEN MAAND IN DE HAAGSE HOGESCHOOL STUDENTEN VAN DE MINOR ONDERNEMEN EN INNOVEREN BIJ OVER NUT EN NOODZAAK VAN NETWERKEN.



Thema middag voor student/ondernemers van De Haagse Hogeschool

Als je als ondernemer een solide netwerk hebt van 250 mensen, dan kan je daarmee 5 miljoen potentiële klanten bereiken. Harro Willemsen rekende het zijn gehoor met een simpel rekensommetje voor. Via bekenden en bekenden van bekenden kan je vrijwel geheel Nederland en mensen ver daarbuiten bereiken. "Ik ken premier Balkenende in twee stappen." Willemsen kent namelijk iemand, die mediatrainingen geeft aan politici en via haar zou hij, indien noodzakelijk, bij de premier terecht kunnen komen.

Netwerken is een vaardigheid, zo hield

Willemsen de studenten voor. Wat doe je als je een ruimte met vreemden betreedt? Een goede truc is volgens de netwerkdeskundige om bijvoorbeeld naar de voorzitter te gaan, van de club die de bijeenkomst heeft georganiseerd. Bedank hem of haar voor de uitnodiging en vraag een introductie bij mensen, die mogelijk raakvlakken hebben.

Introductie

Vervolgens sta je dan bij iemand, die je over jezelf moet vertellen. Daar is de 'elevator pitch' voor. Deze uitdrukking staat voor een introductie, die niet langer duurt dan een gemiddeld verblijf in een lift, en die goed blijft 'hangen'. De techniek is ontwikkeld door vertegenwoordigers, die zich bij de lift van een gebouw opstelden, wachtten tot de directeur van een bepaald bedrijf zich aandeede en vervolgens met hem in de lift stapten. Eenmaal boven moest het product verkocht zijn, of in ieder geval een vervolgspraak gepland.

Als de elevator pitch in orde is, volgt het gesprek. "Stel leuke, goede en open vragen. Wees écht geïnteresseerd." Willemsen adviseert om niet te direct op het doel af te gaan. "Je hebt halers en brengers. Er zijn enkele halers, die daar succesvol in zijn, maar meestal werkt het niet." Zelf profileert Willemsen zich als een bringer. Tijdens bijeenkomsten koppelt hij vooral bekenden aan de mensen die hij ontmoet. "Als je dat voor iemand doet, wil hij of zij iets terug doen. Het is een investering in tijd, maar voor mij heeft dit uitermate succesvol gewerkt", aldus de netwerkgoeroe.

DE HAAGSE
HOGESCHOOL

De Minor Ondernemen en Innoveren van De Haagse Hoge School is een project waarbinnen studenten kunnen werken aan een eigen ondernemersidee. Het idee wordt eerst op haalbaarheid getest. Zit er toekomst in, dan kan de student onder begeleiding van docenten gaan ondernemen. De studenten van de Minor volgen zes maanden geen andere vakken.

Met regelmaat worden er in het kader van de Minor netwerkbijeenkomsten georganiseerd, met mensen uit de praktijk, die met de studenten ervaringen uitwisselen. De bijeenkomst met Harro Willemsen was zo'n netwerkbijeenkomst.



Binnen de Minor Ondernemen en Innoveren worden de studenten gekoppeld aan een coach, over het algemeen een gevorderd ondernemer. Edwin van Heide van Small Business en Retail Management in Den Haag (ook Speurdersstore en Ontbijtservice) coacht hier Marieta Baaijens. Zij is student en tevens manager van een dansteam van de Sportacademie. Het dansteam is opgericht om de Sportacademie te promoten. Maar nu het er is, kan het ook tijdens feesten en partijen optreden. Dat vraagt om een ondernemersplan.