

# DE ENE KAARS STEEKT DE ANDERE AAN

*“Een kaars steekt een andere kaars aan zonder zelf te doven”, gaf zij als antwoord op de vraag of ze bang is voor haar concurrenten. Je kunt elkaar alleen maar versterken en niet afzwakken als je kennis deelt. Dit is één van de basiselementen binnen de ‘Social Selling’-filosofie.*

Tekst: *Carola Rodrigues*

**A**ls wij nu eens uitgaan van het principe dat er geen concurrentie bestaat, dat kennis geen schaars goed meer is, dat mensen (lees: dus ook klanten) anno 2018 zelf kiezen met wie ze zaken willen doen. Dat het enige waarmee de ene organisatie zich van de andere kan onderscheiden het meest kostbare bezit is van elk bedrijf, namelijk de medewerker. Het is niet de cash, het zijn niet de ‘lean’-processen, de directie maakt niet alleen het verschil. Nee, dat zijn de mensen! Ik vraag mij af; hoe zou er dan zaken worden gedaan met elkaar?

Vraag aan een willekeurig directielid ‘Wat is nu écht jullie onderscheidend vermogen?’ en ik denk dat je op één hand kunt tellen wie jou hier een overtuigend en integer antwoord op kan geven. Vraag aan een professional in het bedrijfsleven, maakt niet zoveel uit binnen welke branche, ‘Goh, waarom doe jij eigenlijk wat je doet in je leven, c.q. in je werk?’ en op minder dan één hand kun jij de mensen tellen die jou hier een gefundeerd antwoord op kunnen geven.

Toen ik afgelopen december aan een groep van twintig deelnemers tijdens de masterclass ‘Social Selling’ bij een ‘corporate’ deze vraag stelde, werd het eerst stil en daarna was het antwoord negentien keer ‘omdat ik graag mijn klanten help’. Ik kan je wel vertellen, niemand is in het leven geroepen om alleen de klant te willen helpen. Door de klant te helpen, help je jezelf. Maar waar gaat het werkelijk om? Wat maakt dat



## ‘MAAK ‘JOUW IK’ BELANGRIJK VOOR JEZELF’

jij (bijna) elke ochtend vrolijk opstaat en vol goede moed de dag begint? Waar doe je het voor? Waar krijg je energie van? Waar ben je goed in? Wat is je talent? Wat zijn je belemmeringen? Wat houdt je tegen? Waar droom je van? Wat laat je liggen in je leven? Zowel zakelijk als privé. Doe er iets aan! Neem verantwoordelijkheid. Neem het heft in handen. Maak ‘jouw ik’ belangrijk voor jezelf.

### MOED TONEN

Aan alle bazen van deze professionals zou ik willen vragen om moed te tonen en dat is niet niets. Dat realiseer ik mij. En alleen als je echt denkt dat jouw organisatie er nu aan toe is zou ik in beweging komen.

Als deze organisaties hun mensen op nummer één zouden plaatsen, tijd en geld vrijmaken voor de ontwikkeling van krachtige ‘personal brands’, nadenken over waarom deze organisaties (en hun mensen) doen wat ze doen. En tot in detailniveau zouden nadenken over de hoofdpijn en angsten van hun (potentiële) klanten en zich niet laten afleiden door stappen die de concurrentie zet, dan ook nog hun content en middelen hierop af zouden stemmen, dan stroomt de energie door zo’n organisatie. Met als resultaat dat zij alleen nog maar loyale klanten die deze samenwerking zelf hebben uitgekozen aantrekken. Dan floreren deze bedrijven.

Iedere medewerker is dan een ambassadeur, een klant is een fan en de salesprofessionals van het bedrijf kunnen stoppen met verkoopachtig verkopen. Ik moet dan op zoek naar ander werk, maar dat heb ik er wel voor over.

*‘Die ene deelnemer zei trouwens ‘Ik doe wat ik doe voor mijn kinderen, omdat ik hen een mooie toekomst wil bieden. Omdat ik zelf iedere dag wil leren en ik wens te groeien in mijn persoonlijke ontwikkeling. Ik werk bij een leuk bedrijf, ik adviseer interessante klanten en krijg er ook nog aardig voor betaald.’* 🐦

Carola Rodrigues is ‘Social Selling’-deskundige. Zij heeft ‘Social Selling’ in Nederland op de kaart gezet en is in 2016 genomineerd voor de titel Zakenwonder Viva 400. Informatie: [www.carolarodrigues.nl](http://www.carolarodrigues.nl) [info@speakersacademy.nl](mailto:info@speakersacademy.nl)