

Maak een Just a Story © om aan jouw persoonlijk en zakelijk netwerk te vertellen

Een Just a Story © vertel je aan mensen uit jouw netwerk, zodat zij makkelijk kunnen herkennen wie jouw klanten zijn. Het is dus geen verhaal waarin je vertelt wat jij te bieden hebt.

De meest gestelde (zakelijke) vraag is: “En, wat doe jij?”

Veel mensen hebben hier moeite mee:

- Ze hebben er nooit echt goed over nagedacht.
- Ze beseffen niet dat de kracht van hun netwerk in de tweede graad ligt en dat hun netwerk dus moet kunnen vertellen wat zij doen.
- Ze focussen te weinig op een bepaalde dienst waardoor ze vaag blijven in hun antwoord. (“ik werk als interim manager binnen de overheid”).

Het is goed je verhaal aan te passen aan degene aan wie je het vertelt. Bijvoorbeeld aan een familielid, ex-collega, stagiair of een persoon op een netwerkbijeenkomst. Maar hoe weet je nu wat wel en wat niet effectief is?

Tips voor jouw Just a Story ©

- Spreek met passie en enthousiasme. Mensen waarderen dit enorm.
- Voorkom het gebruik van vakjargon (“Ik ben op zoek naar Qualified Prospect...”).
- Uitleggen wie jouw klanten zijn en welke diensten je aanbiedt, helpt de persoon een beter beeld te krijgen wie een interessante partij/persoon voor jou is.
- Vertel wat jouw doel of droom is. Dit helpt mensen om in een helpers-modus te komen. Zeker als het inspirerend op hen overkomt.
- Vertaal jouw dienst naar het dagelijkse leven van de persoon waar je mee spreekt (vraag daarom altijd eerst wat de ander doet!).
- Je vertelt al een verhaal als je uitlegt hoe je een probleem voor een organisatie hebt opgelost. Vertel niet zozeer wat je hebt gedaan, maar wat de situatie voor- en achteraf was. Een geïnteresseerde vraagt vanzelf door.
- Maak een duidelijke vergelijking en geef aan waarin jij je onderscheidt. Voorbeeld: Just Connecting kun je vergelijken met andere trainingsbureaus voor verbeterde acquisitie-/netwerkvaardigheden. Alleen richt Just Connecting zich 100% op zzp'ers, freelancers en interim managers in de zakelijke dienstverlening.
- Lever bewijs (ABC!) met getallen waardoor er feiten ontstaan die makkelijker doorverteld kunnen worden. Voorbeeld: ik heb 21 personen bemiddeld in 2008. In plaats van: ik bemiddel interim managers.
- Geef voorbeelden als iemand zegt dat hij het snapt, terwijl je in zijn ogen ziet dat dat niet zo is.

- Soms maken mensen bij voorbaat al een vergissing wat jouw bedrijf doet. Voorbeeld: Just Connecting kan ook een bemiddelingsbureau zijn. Meld daarom zelf welke vergissingen mensen maken. Zeg dan in je voorbeeld: “Veel mensen denken dat Just Connecting een bemiddelingsbureau is voor zzp’ers, freelancers en interim managers. Dat klopt niet. Just Connecting traint hen juist om zichzelf beter te bemiddelen.”
- Spreek over voordelen van de klant en niet over karakteristieken.
- Luister naar wat anderen over jou zeggen en leer hiervan.
- Leg je functie uit als het niet voor de hand ligt wat het precies betekent.
- Geef aan welke kennis en middelen je wilt delen, zodat anderen je als geveer leren kennen.
- Vertel waar je in het verleden voor of bij hebt gewerkt. Dit geeft de luisteraar de kans om overeenkomsten te ontdekken.

Het grootste gevaar is dat je nu veel te lang aan het woord bent. Daarom deel je het gesprek op in drie fasen waarin je wel of niet kunt opschakelen:

1. acht seconden antwoord
2. uitleg
3. voorbeeld

Het acht seconden antwoord is een snelle reactie op de vraag: “En, wat doe jij?” met twee redenen:

- Checken of de persoon wel echt geïnteresseerd is of gewoon beleefd wil zijn.
- De andere persoon uitnodigen om te vragen: “Vertel me eens wat meer”.

Bijvoorbeeld:

Persoon 1: “En, wat doe jij?”

Persoon 2: “Ik doe iets bijzonders. Ik maak zzp’ers, freelancers en interim managers succesvoller.”

Reactie persoon 1: “Oh, en wat doe je dan precies?”

Nu kun je twee dingen doen:

1. doorgaan naar fase twee,
2. eerst vragen wat die andere persoon doet. Dit geeft je de kans om de volgende fasen beter te kunnen koppelen aan zijn/haar situatie.

Een andere aanpak is dat je eerst een vraag stelt, bijvoorbeeld: “Ken je mensen die zzp’er, freelancer of interim manager zijn en die het lastig vinden om aan nieuwe opdrachten te komen?” Zo ja, dan kun je direct naar fase twee.

In fase twee leg je uit wat je doet, maar niet langer dan 15 tot 30 seconden. Vertel het op een interessante wijze. Dan gaat de andere persoon je vanzelf meer vragen stellen.

Fase drie is eigenlijk de Just a Story ©. Je geeft dan een uitgebreider voorbeeld zonder er meteen een sprookje van te maken. Geef duidelijk de situatie voor- en achteraf aan. Noem aansprekende namen (zonder jouw integriteit aan te tasten!). Maar wees vooral concreet (STARR).

De twee valkuilen bij het vertellen van jouw Just a Story ©

1. Puur verkopen

Je wilt deze persoon uitleggen hoe hij/zij jouw type klanten herkent. Het is geen verkoopgesprek!

2. Ga niet pushen

Gebruik de mijn-klanten-vorm. De je/jij/jou-vorm is te pusherig.

Gebruik: Onze klanten vinden het belangrijk om sneller, beter en makkelijker aan opdrachten te komen. Wij trainen hen daarin.

Fout voorbeeld: wat jij kunt leren in deze training is dat je sneller, beter en makkelijker aan opdrachten kunt komen.

Woorden die je kunt gebruiken (dit zijn sterke en positieve woorden)

- Ik zorg ervoor dat...
- Ik ben verantwoordelijk voor....
- Anders dan....
- Net zoals.....
- Het is een feit dat....
- (je eigen naam en de naam van jouw organisatie)

Woorden die je beter niet kunt gebruiken (woorden die twijfel opwekken)

- Proberen
- In principe
- Eigenlijk
- Best wel
- Eventjes
- Zou willen
- Misschien
- Probleem
- Een klein beetje
- Vage benamingen

- Heb je wel eens van ons gehoord? (Waarschijnlijk niet en als dat wel zo is bereik je er niets mee).
- Je/jij/jou

In de methodetraining Via je netwerk gebruik je deze opdracht om iemand uit je netwerk uit te leggen wat je doet en nodig hebt.

In de methodetraining Zelf Doen gebruik je deze opdracht om een opdrachtgever te overtuigen op de vraag: “Waarin onderscheid jij je?”

In de methodetraining Via Bemiddelingsbureaus gebruik je deze opdracht om een bemiddelingsbureau uit te leggen waarom jij van toegevoegde waarde bent voor hun opdrachtgevers.

OPDRACHT: Maak nu zelf een Just a Story © opgebouwd uit de drie fasen.

Een Just a Story © voor jouw vrienden, kennissen en familieleden:

Fase 1 Acht seconden antwoord

Fase 2 Uitleg

Fase 3 Voorbeeld

Een Just a Story © voor een netwerkbijeenkomst of seminar, etc.

Fase 1 Acht seconden antwoord

Fase 2 Uitleg

Fase 3 Voorbeeld