

Persbericht

Deals worden juist tijdens de recessie afgesloten via het persoonlijke netwerk

Netwerken succesvol tijdens crisis

Bussum, 24 juni 2009 – Hoewel de moderne communicatiemethoden een steeds prominentere rol gaan spelen in het zakelijke milieu, blijft persoonlijk netwerken het meest effectief voor het aantrekken van klanten, juist tijdens de recessie. Dit blijkt uit onderzoek uitgevoerd in opdracht van AccuRaad Training & Advies.

Prijs minder belangrijk

Uit de resultaten blijkt: Netwerken levert de meeste contacten op. AccuRaad onderzocht op welke manier de meeste contacten gelegd worden en waar organisaties waarde aan hechten bij het kiezen van de juiste training. Maar liefst 37% van de ondervraagden geeft aan een positieve netwerkervaring te verkiezen boven prijs, kwaliteit en de juiste trainer. De trainer heeft met 27% een lagere toegevoegde waarde voor het aankopen van een training.

LinkedIN

Hoewel een website op nummer één staat van gebruikte middelen naar het zoeken van een bureau, komt slechts 28% daadwerkelijk in contact met trainingbureaus via dit medium. Het netwerk daarentegen wordt door 69% gebruikt voor het benaderen van zakelijke relaties en 65% komt via het netwerk ook daadwerkelijk met hen in contact. Natuurlijk dragen online communities als LinkedIN ook bij aan het onderhouden van netwerken, mits deze op een persoonlijke wijze gebruikt worden en niet als e-mail machine.

Uit het onderzoek blijkt namelijk dat moderne communicatie ruim baan moet maken voor de persoonlijke contacten tussen de zakenrelaties. Juist tijdens de economische crisis doen mensen meer zaken met mensen die een vertrouwd contact zijn. Dus in plaats van te investeren in een nieuwe campagne; ga eens uit eten met een klant.
