



Gerard Oltmans

Voorzitter van de
Branchevereniging voor
Klussenbedrijven, VLOK

Onbaatzuchtigheid

Regelmatig vraag ik aandacht voor het belang van netwerken en gratis publiciteit. Er zijn genoeg vakmensen die de kracht van persoonlijke contacten via lokale netwerken en gratis publiciteit onderschatten. Vriendelijkheid en respect in de omgang met mensen zijn de beste marketingtools, daar kan geen flyer tegenop. Vooral je goedgezinde netwerk gunt je de klus. Kijk in je omgeving welke netwerken er zijn en kies er een uit die bij je past. Van belang is ook dat je kijkt wat je voor anderen kunt doen. Koppel je relaties aan elkaar en wacht af.

Vrijwilligerswerk levert naamsbekendheid op. Maar doseer je inzet. Geef dit vooraf duidelijk aan, want anders ben je continu de klos met klussen. Maak duidelijk hoeveel uur je beschikbaar hebt voor een klus, dan kunnen anderen daar op rekenen.

Ondersteun lokale acties zoals bijvoorbeeld het gratis plaatsen van rookmelders. Opknappen van een speeltuin kan ook, maar doe dit zichtbaar onder de vlag van je bedrijf. Vrijwilligerswerk is prima, maar je wilt met zulke acties ook je bedrijf onder de aandacht brengen.

Werk ook aan je naamsbekendheid.

Organiseer een telefonisch spreekuur.

Kun je in de lokale krant in een rubriek lezersvragen beantwoorden? Doen. Kun je niet schrijven? Ga samenwerken met een journalist, hij schrijft en jij klust voor hem. Handel in natura...

Zorg voor naamsbekendheid op basis van kwaliteit en onbaatzuchtigheid. Het zijn ouderwetse begrippen, maar ze werken nog steeds.