



Personal Branding

Ontwikkel uw online persoonlijkheid

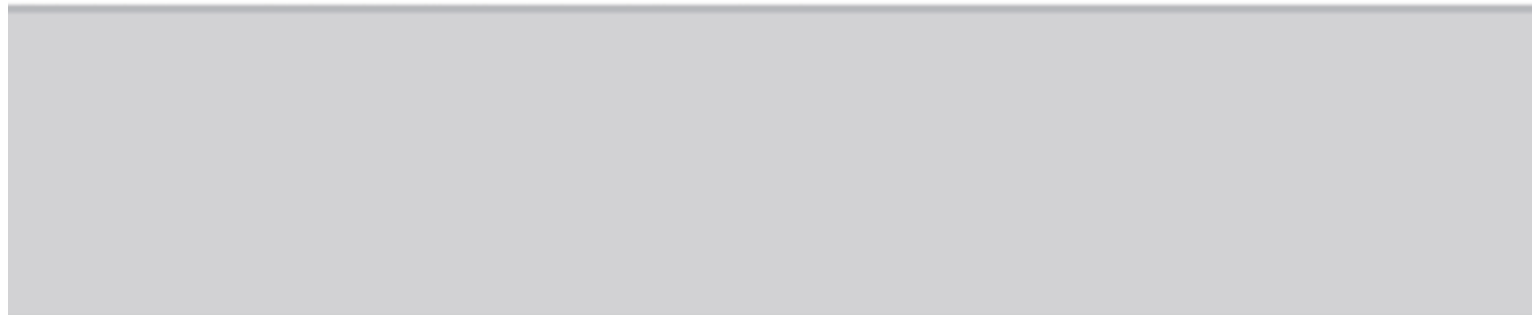
Alex van Ginneken



Van dezelfde auteur:

- Internet marketing, Word online marktleider in uw branche
- E-mail marketing, Opzetten van succesvolle e-mail campagnes
- Zoekmachine Marketing, Meer bezoekers, meer klanten
- Affiliate marketing, Verkoop maximaliseren door partners
- Opzetten van een Webwinkel, De weg naar ultieme online aankoopervaring
- Eye tracking & Usability, Bereiken van ultieme bezoekerservaring
- Live Chat, Bereik optimale service en meer verkoop
- Online Franchisen, Versneld uitbreiden van uw online vestigingen
- Aanvragen van offertes, Bespaar geld en ergernis met een duidelijke offerte aanvraag
- Webteksten, Van bezoekers naar klanten
- CRM in uw Internet Marketing Strategie, Automatisch klantrelaties opbouwen
- Lanceren van Websites, Maximale aandacht door inzet van media
- Personal Branding, Ontwikkel uw online persoonlijkheid
- Google Adwords & Online Advertiseren, Slim en betaalbaar uw doelgroep bereiken
- Beginnen met Google Analytics, Analyseer uw website, zie de mogelijkheden, bepaal uw succes
- Onmisbare Marketingbronnen, Websites, boeken, PODcasts en radio/tv-programma's
- Blauwdruk Internet Marketing Plan, Ontwikkel uw eigen internet marketing plan





“Live Your Brand”

Jort Kelder

Omslagontwerp: Caspar Hardholt, mediaCT, Groningen

Redactie: Edwin Dijkstra, mediaCT, Groningen

Vormgeving & Productie: SU@KS media & design, Leeuwarden

2009 tweede uitgave

GEGEVENS:

Ginneken van, Alex

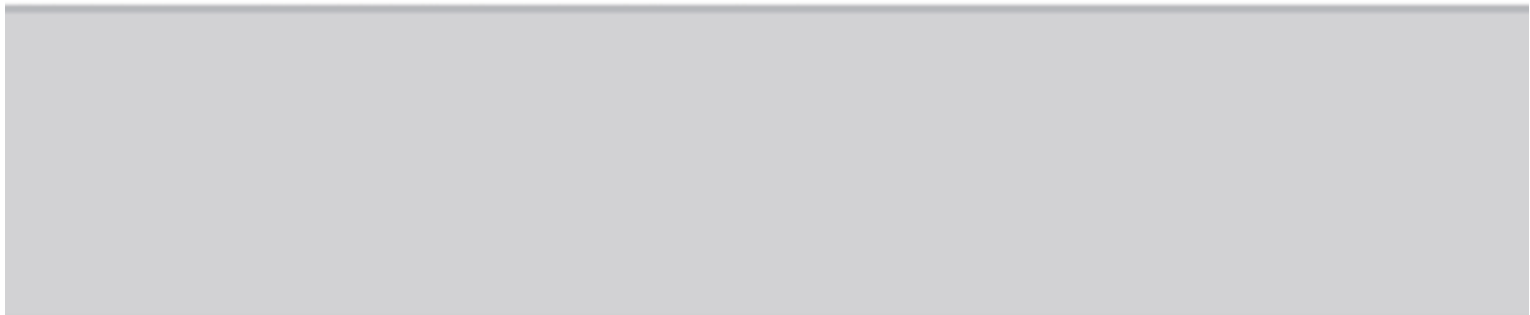
Personal Branding, Ontwikkel uw online persoonlijkheid

www.deblauwedoos.nl

© **2009 De Blauwe Doos, Alex van Ginneken**

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, verkocht, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, het zij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of enige andere manier, zonder voorafgaande toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van kopieën uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16B Auteurswet 1912 j het Besluit van 20 juni 1974, St. b. 351, zoals gewijzigd bij Besluit van 23 augustus 1985, St. b. 471 en artikel 17 Auteurswet 1912, dient met de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de Stichting Reprorecht. Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, syllabi, readers en andere compilatie- of andere werken (artikel 16 Auteurswet 1912), in welke vorm dan ook, dient men zich tot de uitgever te wenden. Ondanks alle aan de samenstelling van dit boek bestede zorg kan noch de redactie, noch de auteur, noch de uitgever aansprakelijkheid aanvaarden voor schade die het gevolg is van enige fout in deze uitgave.



Samenvatting

Personal Branding is het presenteren van uzelf als merk. In het eerste hoofdstuk leg ik waarom Personal Branding steeds belangrijker wordt.

U leest in dit boek hoe u via internet uzelf kunt 'branden' via sociale netwerken, weblogs en e-mail marketing. Daarna leg ik uit hoe u omgaat met de traditionele media: Tv, radio en krant.

Ook de manier waarop u communiceert is onderdeel van uw Personal Branding. Ik laat u zien hoe u communicatie via e-mail en telefoon inzet om uw Personal Brand vorm te geven.

Hierna leest u hoe internet wordt ingezet om onderzoek te doen naar personen. Dit kan zijn om een persoon achter een bedrijf te 'inspecteren', of om personeel te werven.

Tot slot laat ik u zien hoe u via adverteren op uw eigen naam, sponsoring en meedoen met sportieve evenementen u uw Personal Brand positief ontwikkelt.

Inhoudsopgave

1.	Inleiding.....	11
2.	Waarom Personal Branding?	12
3.	Inzet sociale netwerken.....	13
	Hyves.....	13
	Facebook	14
	MySpace.com.....	15
	LinkedIn.....	15
	Twitter	17
	Overig	23
4.	Weblogs.....	24
	Persoonlijke weblog	24
	Externe weblogs	26
5.	E-mail Marketing	27
6.	TV, radio en krant.....	28
	TV en radio	28
	Krant	28
7.	Communiceren.....	29
	MSN	29
	SMS	30
	E-mail	30
	Mobiele telefoon	35
	Vaste telefoon	38
	Fax.....	39
	Poken.....	40
8.	Behandelen van vragen via audio of video	42
9.	Managen van uw Brand	43
10.	Uit de zoekmachines.....	44
11.	Op andere computers surfen	46
12.	Werving en selectie.....	48
13.	Online onderzoek naar personen	49
	Om uit te zoeken wat uw IP adres is surft u naar: www.watismijnip.nl	51
14.	Adverteren op uw eigen naam	53
15.	Domeinnamen	54

16. Sportieve evenementen 56
17. Sponsoring 57
18. Meer over Personal Branding 59

1. Inleiding

Personal Branding is het creëren van een merk van uzelf. Waarom dit belangrijk is? Wilt u ergens solliciteren? Ga er maar vanuit dat het bedrijf u eerst 'Googled'. Heeft u een eenmanszaak? Reken er maar op dat potentiële klanten eerst opzoeken wie de persoon achter het bedrijf is.

Andersom werkt het ook. Stel u werkt als consultant voor een bedrijf en u geeft uw kaartje aan iemand op een netwerkborrel. Als u indruk heeft gemaakt op de betreffende persoon, zal deze ongetwijfeld u opzoeken op internet. Verschijnen er publicaties van u, heeft u een imposant netwerk en bent u actief op relevante weblogs? Dan is de kans groot dat de persoon van het kaartje zaken met u wil doen.

Het is van levensbelang om structuur aan te brengen in uw communicatie. Niet alleen qua boodschap, maar ook de kanalen die u inzet. Het ontwikkelen van een 'brand' begint met structureel en consequent communiceren. Hoe u uw product, bedrijf of uzelf presenteert, zal effect hebben op hoe het publiek u ziet.

In dit boek leest u over het ontwikkelen van uw Personal Brand. In het verlengde hiervan ligt het ontwikkelen van de Company Brand. Deze beide onderwerpen komen integraal aan bod in dit boek.

2. Waarom Personal Branding?

Personal Branding wordt steeds belangrijker. Uw online reputatie bepaalt vaak of men wel niet of zaken met u wil doen. Als u bijvoorbeeld niet of slecht vindbaar bent op internet, bijvoorbeeld via zoekmachines, dan wordt al snel aangenomen dat u niet zo belangrijk bent. Als er negatieve berichten over u in zoekresultaten verschijnen, dan wil men ook geen zaken meer met u doen. Maar als men op u ‘googled’ en in de resultaten staan professionele publicaties van u op vooraanstaande websites, dan respecteert men u wél.

“If you aren't managing your own professional image, others are”

Het werken aan uw Personal Brand wordt steeds belangrijker. Publiceren van artikelen en aanwezig zijn op de juiste plekken op internet kan uw business enorm helpen.

Mensen kunnen in een hele korte tijd heel veel van u ontdekken. Op internet vindt men zonder moeite uw privé gegevens, zakelijke gegevens en uw relaties. Dit lukt vaak al via Google, maar de volgende websites worden vaak gebruikt om deze informatie te vinden:

- LinkedIn, Myspace, Hyves
- (vakinhoudelijke) weblog's en forums
- KvK.nl, RDW.nl, detelefoongids, wieowie.nl

Over het algemeen zijn ondernemers niet blij dat zoveel gegevens publiekelijk toegankelijk zijn. Feit blijft dat je er niet omheen kunt. In dit boek leest u hoe u in controle blijft over uw online identiteit.

3. Inzet sociale netwerken

Hyves

Hyves is een sociaal netwerk van Nederlandse bodem. Momenteel zijn er rond de 7 miljoen gebruikers waarvan meer dan 5 miljoen Nederlanders. Hyves is in de basis gratis en als een gebruiker meer wil kan hij of zij het 'gold membership' afsluiten. Dit membership is in juni 2006 als extra toegevoegd aan het netwerk. Het stelt gebruikers in staat om meer controle te krijgen over de inrichting van het persoonlijk profiel en de statistieken.

Maakt u gebruik van Hyves, wat ik sterk aan raad, dan krijgt u te maken met de zogenaamde 'krabbels'. Dit zijn openbare persoonlijke berichten. Dit is een bericht van bijvoorbeeld één van uw vrienden uit uw netwerk die een bericht achterlaat op uw profiel.

Dit betekent dat iedereen deze berichten kan lezen en ook uw reactie bij de vriend op zijn profiel. Houd dus regelmatig uw profiel in de gaten en reageer op de krabbels. Overigens is het ook mogelijk om krabbels af te schermen of zelfs uit te zetten.

Het achterlaten van krabbels op andermans profiel brengt ook weer bezoekers naar uw profiel, wat interessant kan zijn als u zelf advertenties heeft geplaatst die weer doorlinken naar uw website.

Enkele tips:

- Claim uw eigen naam, bijvoorbeeld: <http://alexvanginneken.hyves.nl>. U kunt overigens altijd uw naam wijzigen.
- Claim uw bedrijfsnaam of productnaam, bijvoorbeeld: <http://paintcube.hyves.nl>.
- Bedenk goed wat u op uw profiel plaatst. Als daar allemaal foto's op staan waar uzelf dronken op staat, geeft dat geen professioneel beeld.
- Bedenk goed bij welke Hyves u zichzelf aanmeldt, onthoud dat men een beeld van u vormt op uw Hyves.
- Als u een interview hebt gehouden of een ander media moment hebt gehad kunt u uw Hyves leden een bericht sturen, zo houdt u uw vrienden (netwerk) op de hoogte van uw activiteiten.
- Plaats op uw profiel links naar uw website of webwinkel.

- Gebruik de WWW (Wie, Wat en Waar) en plaats regelmatig een update.
- Heeft u een Weblog? U kunt via RRS uw weblogartikelen automatisch laten plaatsen op uw Hyves.

Kortom: maak uw profiel interessant en boeiend maar blijf wel uzelf. Zeker als u op persoonlijke titel verkoopt maakt een goed profiel met veel vrienden u 'socialproof'. Steeds meer mensen doen een online 'social' check voordat ze met iemand in zaken gaan.

Facebook

Het opbouwen en onderhouden van een netwerk kan helaas nog steeds niet alleen op één website. Hyves is eigenlijk alleen populair in Nederland. Als u internationaal zaken doet, of wilt doen, raad ik u aan om u te verdiepen in internationale sociale netwerksites. Facebook is hier een voorbeeld van.

Als u veel reist en mensen in het buitenland ontmoet, dan is Facebook zeker een aanrader. Ook kunt u zich verbinden met uw profiel aan groepen en andere netwerken.

Met de presentatie van uzelf op Facebook dient u dezelfde punten te overwegen als op uw Hyves profiel. Op Facebook heeft elke gebruiker een 'Wall', hierop zijn de 'krabbels' te lezen, maar ook updates rondom uw profiel.

Applicaties

Facebook loopt qua mogelijkheden voorop ten opzichte van Hyves. Zo heeft Facebook de mogelijkheid om applicaties toe te voegen aan een profiel. De applicaties worden ontwikkeld door externe ontwikkelaars, het platform is hiervoor opengesteld. Hyves heeft momenteel alleen nog de mogelijkheid om gadgets (widgets) toe te voegen, alleen dit is redelijk beperkt.

Voor Facebook kan in feite iedereen een applicatie ontwikkelen. Er zijn duizenden applicaties beschikbaar. Dit gaat van simpele polls tot applicaties om te laten zien waar ter wereld u bent geweest.

De laatste tijd krijgt Facebook er steeds meer Nederlandse gebruikers bij. Facebook heeft hierop gereageerd en nu is de website ook volledig vertaald naar het Nederlands.

MySpace.com

Kijk ook eens op MySpace.com. Dit is vergelijkbaar met Facebook. Als iemand geen Facebook account heeft, dan heeft die persoon waarschijnlijk een MySpace account. Het heeft meer dan 250 miljoen gebruikers wereldwijd en is vooral gericht op muziek en bands.

LinkedIn

LinkedIn is een sociaal netwerk opgericht rond 2003 en richt zich op professionals. In 2008 waren er wereldwijd meer dan 25 miljoen geregistreerde gebruikers. LinkedIn groeit de laatste jaren erg hard, zowel Amerika als in Europa. In 2007 was het de snelst groeiende sociale netwerk site in Amerika met meer dan 180% groei. De gemiddelde LinkedIn-gebruiker is 41, heeft 15 jaar werkervaring en verdient meer dan 100.000 euro per jaar.¹



Het belangrijkste doel van de site is om geregistreerde gebruikers van elkaar te laten profiteren via de (zakelijke) relaties. De lijst van 'vrienden' (connections) kan als volgt worden gebruikt:

- Een netwerk is opgebouwd uit uw directe contacten, de connections van uw contacten en de connections daar weer van. Al deze personen kunnen aan elkaar geïntroduceerd worden via vertrouwde gemeenschappelijke contactpersonen.
- Het netwerk kan gebruikt worden voor het vinden van een baan, andere personen of business-kansen, via aanbevelingen vanuit uw netwerk.
- Werkgevers kunnen vacatures plaatsen en mogelijke kandidaten zoeken.

¹ Bron: Wikipedia.org

- Werkzoekenden kunnen het profiel van managers raadplegen en ontdekken welke van hun bestaande connections hen kan introduceren.
- LinkedIn gebruikers kunnen elkaar vragen stellen die andere professionals kunnen beantwoorden. LinkedIn Answers lijkt op Google Answers en Yahoo Answers, maar is in tegenstelling tot deze diensten gratis. De vragen zijn bovendien meer zakelijk georiënteerd.

Testimonials

Door gebruik te maken van LinkedIn werkt u ook aan uw Personal Branding. U staat immers open voor contact en geeft inzicht in uw netwerk. Uw profiel krijgt nog meer waarde als mensen een testimonial over u schrijven (op LinkedIn wordt dit een endorsement of recommendation genoemd). Hoe meer mensen positief over uw schrijven op uw profiel, hoe beter dit is voor uw online identiteit. Andersom werkt het ook als u zich positief uitlaat op andere profielen.

LinkedIn kan een enorme bijdrage aan uw Personal Brand. Houdt daarom altijd uw profiel actueel en geef aan waar u mee bezig bent.

Sluit u aan

Sluit u aan bij 'Groups and Associations' die bij u, uw bedrijf of vakgebied passen. Ze zijn te vergelijken met een Hyve. Het zijn in feite verzamelingen van mensen die 'iets' gemeenschappelijks hebben. Zo ben ik zelf lid van een aantal Marketing gerelateerde groepen. Soms worden er ook groepen opgericht van bedrijven waar collega's en oud-collega's elkaar weer kunnen vinden.

Nog niet bekend op LinkedIn? Kijk op www.linkedin.com en meldt u vandaag nog aan!

Tip!

Exporteer alle e-mailadressen uit uw e-mailpakket en importeer deze in LinkedIn. U ziet direct welke mensen uit uw netwerk lid zijn van LinkedIn. Vanuit dit overzicht kunt u uitnodigingen ('invitation to connect') sturen naar (na selectie) de mensen waar u al contact mee heeft.

Twitter

Twitter is een microblogging service, waarbij u andere mensen volgt en men ook u kan volgen. Eigenlijk een sociaal netwerk dus. Edwin Dijkstra van mediaCT postte op het mediaCT weblog een artikel over Twitter genaamd “Twitter: leuke tool of serieus communicatie-, en saleskanaal”.

Sinds enkele weken heb ik een Twitter account. Elk weblog dat ik volg had inmiddels al iets gepost over Twitter en ik vond dat ik in ieder geval moest weten wat Twitter was. Nu ik enigszins bekend ben met Twitter, vraag ik mij af ‘in hoeverre kan en gaat Twitter zich ontwikkelen als serieus communicatie-, en saleskanaal?’.



Wat is Twitter?

Twitter is een zogenoemd ‘social networking’ en ‘micro-blogging’ service. Via berichten van maximaal 140 tekens plaats je ‘Tweets’, oftewel korte berichten. Deze berichten worden getoond aan alle ‘Followers’, mensen die geïnteresseerd zijn in jouw berichtgeving. Dit is Twitter in een notendop. De toepassing van Twitter gaat veel verder, met koppelingen met sociale netwerken, offline tools en integraties in content management systemen. INQ kondigt zelfs een Twitter telefoon aan. De basis van Twitter blijft echter hetzelfde. Twitter is een platform om te communiceren via korte berichten.

Waarom wordt er zoveel gesproken over Twitter?

Twitter is hot news. Iedereen kent het, heeft er iets over gehoord of heeft het Twitter vogeltje wel eens zien langskomen. De grootste reden dat Twitter bij iedereen min of meer bekend is, komt door de grote aandacht dat Twitter krijgt via de media. Twitter wordt gehyped.

Waarom gebruiken mensen Twitter?

Een interessante vraag. Blijkbaar ben ik niet de enige die zich dit afvraagt. Volgens Google zijn er 1700 websites met de tekst "Why do people use Twitter". We hebben toch al LinkedIn, Hyves, MSN, e-mail, weblogs, SMS etc. Hier ligt eigenlijk ook het antwoord. De mens is een sociaal wezen en Twitter biedt een nieuwe, makkelijke manier om te communiceren.

Minder filosofisch en meer praktische redenen waarom mensen Twitter gebruiken zijn:

- Via Twitter legt men snel contact met interessante personen. Het is dus een netwerktool, zowel voor zakelijk of persoonlijk gewin.
- Twitter biedt inzicht in de bezigheden en meningen van andere personen en bedrijven.
- Twitter is een uitlaatklep naar de buitenwereld.
- Als je veel followers hebt, is Twitter een snelle manier om antwoord te krijgen op vragen.

Hoe kunt u als bedrijf profiteren van Twitter?

In het artikel 'Hoe kunnen bedrijven profiteren van Twitter', op Frankwatching schrijft Bart Schutz dat de huidige gebruikersgroep vooralsnog lijkt te bestaan uit mensen die actief zijn op e-marketing blogs. Als dit niet de doelgroep is van je bedrijf, is de vraag 'in hoeverre is Twitter interessant voor mij'. Menno Braakman schreef op Marketing Facts het artikel 'Corporate Twitter Marketing: Hot or Not'. In dit artikel legt Braakman uit hoe Twitter door bedrijven kan worden ingezet. Uit het artikel blijkt dat Twitter niet persé interessant hoeft te zijn voor een bedrijf. Dit hangt af van de doelgroep, doelstellingen en strategie van het bedrijf.

Afgezien van de vraag of de doelgroep bereikt wordt via Twitter, is het relevant om te kijken naar de mogelijke toepassing van Twitter. Twitter biedt:

- **Interactie met potentiële klanten.** Via Twitter beantwoord je vragen, communiceer je acties etc.
- **Interactie met klanten.** Twitter is een medium om transparant met je klanten te communiceren.
- **Een Public Relations tool.** Ongeacht de vraag of Twitter interessant wordt bevonden om in te zetten voor een bedrijf, het bereik wordt vergroot. Wanneer er positief over het bedrijf wordt gesproken op Twitter, is dit positieve exposure.

Enkele voorbeelden:

- **Dell** kondigt nieuwe producten aan en communiceert acties. Volgens de post 'How van we use Twitter for business' op The Next Web, zoekt Dell zelfs actief naar vragen en klachten over haar producten op Twitter om hier op te reageren. Dell heeft een aantal Twitter accounts, enkele zijn:
<http://twitter.com/DellOutlet>, <http://twitter.com/StudioDell>,
<http://twitter.com/DellSmallBiz>
- Het Nederlandse **MyCom** zet Twitter in om onder andere acties te communiceren en de nieuwe folder aan te kondigen:
<http://twitter.com/mycom>
- **Smashing Magazine** is een weblog voor webdesigners. Via Twitter vraagt Smashing Magazine de followers regelmatig om input en kondigt nieuwe artikelen aan. <http://twitter.com/smashingmag>
- Ik gebruik **ProtoShare** om interactieve storyboards van websites te maken. Dit bedrijf zet Twitter in als communicatiekanaal. Klanten doen feature requests, geven complimenten en communiceren bugs in de software. ProtoShare geeft netjes antwoord en biedt zo een transparante communicatie. <http://twitter.com/protoshare>
- **President Obama** gebruikt Twitter. "Brief reports from the president-elect on what he's doing and thinking." <http://twitter.com/BarackObama>

Conclusie

Twitter is een medium met potentie om mainstream groot te worden. Het antwoord op de vraag 'Is Twitter een professioneel communicatie-, en saleskanaal' moet nog blijken. Op dit moment is Twitter nog niet mainstream genoeg om dit te beoordelen. Natuurlijk zijn er wel een aantal cases te noemen van succesvolle inzet van Twitter. De cases die ik tot nu toe zie, gelden voornamelijk voor bedrijven of individuen die actief zijn in de marketing of internetwereld. Wél is Twitter een medium om in de gaten te houden. De kans is aanwezig dat Twitter écht groot gaat worden.

Volg mij op Twitter: <http://twitter.com/edwindijkstra>

MediaCT op Twitter: <http://twitter.com/mediact>

Zelf gebruik ik ook Twitter (www.twitter.com/avanginneken). Een anekdote:

ANP binnen 8 minuten aan de lijn

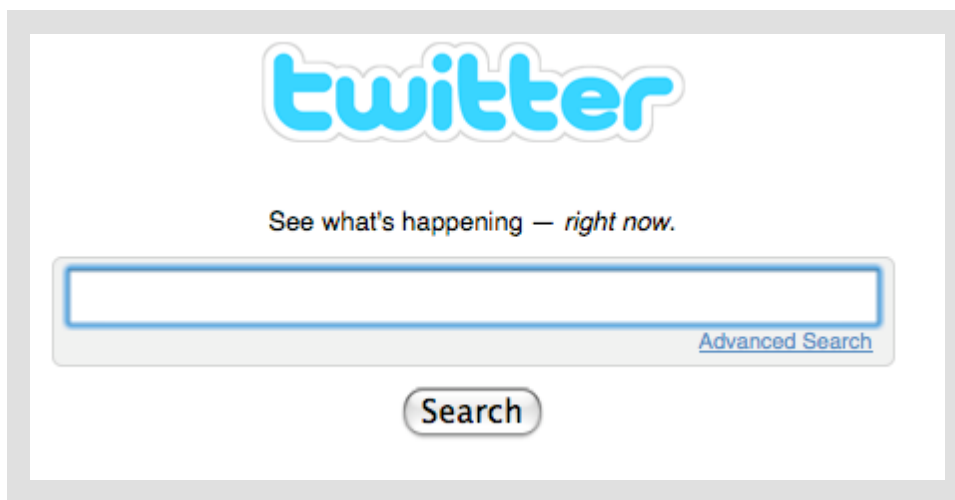
Begin februari reed ik naar Groningen en werd plotsling ingehaald door twee motoragenten met sirene en zwaailichten. Een kilometer verderop zag ik waarom ze zo'n haast hadden. Er stond een busje van justitie in rook met daarbij een auto en een paar agenten.

Dit is nieuws dacht ik! En een mooi moment om TwitterFon te gebruiken, een gedownload applicatie voor de iPhone waarmee ik kan Twitteren. Dus ik Twitter: 'Gevangene ontsnapt? Busje justitie in rook... Agentjes aanwezig!'

Acht minuten later werd ik gebeld door het ANP uit Leeuwarden. 'Kun je ons wat meer vertellen?'. Dit is de kracht van Twitter, mensen volgen je en als ze iets zien wat ze interesseert reageren ze.

Twitter Search

Als u op zoek bent naar specifieke oplossingen of u heeft een specifiek probleem waar u op dat moment een oplossing voor zoekt dan kan Twitter Search u enorm helpen. U surft naar: <http://search.twitter.com> en typt daarin waar u een oplossing voor zoekt. Bijvoorbeeld: stel u moet binnenkort een bedrijfsuitje organiseren maar u heeft geen idee wat u moet organiseren. Ga naar deze Twitter pagina en bekijk wat mensen de afgelopen tijd gedaan hebben waarin de tekst 'bedrijfsuitje' in voorkomt. De resultaten worden automatisch gesorteerd met de laatste 'post' bovenaan.



<http://search.twitter.com>

Twitter Search kunt u ook gebruiken om te ontdekken welke mensen zich met een bepaald onderwerp bezig houden. Denk bijvoorbeeld aan een bepaald software pakket of andere bezigheden. U ontdekt al snel wie zich ermee bezig houdt en u kunt deze persoon eventueel ook direct bereiken en een vraag stellen. Ook ontdekt u al snel wat mensen ergens van vinden of welke problemen ze tegen komen. Kortom: een interessante plek om mensen, informatie en gelijkgestemden te vinden.

Tweetdeck

U wilt zelf Twitter gebruiken? Ik raad u aan om Tweetdeck te installeren. Dit is een handige applicatie, waarmee u zelf Tweet en uw vrienden volgt. De applicatie is simpel opgebouwd en bestaat standaard uit de kolommen:

- All Friends (al uw vrienden die u volgt)
- Replies (openbare aan u gerichte antwoorden)
- Direct Messages (prive berichten via Twitter)

De applicatie beschikt over enkele handige functies waaronder ook een functie waarmee u links (URL's) korter kunt maken. TweetDeck downloadt u via: www.tweetdeck.com.

Te druk voor Twitter?

Er zijn veel mensen die te druk zijn om toe te komen aan diensten zoals Twitter. Gelukkig is voor deze mensen hulp:



TweetLater.com (productivity tools for busy Tweeples). Met deze dienst kunt u eenvoudig alle opkomende Tweets plannen door het opgeven van een publicatie datum en tijdstip.

Denk bijvoorbeeld aan de trainingen en seminars die u komende tijd gaat geven en heeft gegeven. Korte berichten waarvan u vooraf weet dat deze eraan komen en dus allemaal kunt inplannen. Daarnaast kunt u ook zaken automatiseren zoals bijvoorbeeld het volgen van mensen. Zodra iemand u volgt kunt u hem automatisch terug volgen. Als iemand u niet meer volgt kan deze dienst de andere persoon ook 'unfollowen'. Het versturen van een welkomst bericht zodra iemand u gaat volgen kunt u ook automatiseren met behulp van deze online dienst.

A screenshot of the "New Tweet" interface on the Tweet Later website. The page has a white background with blue text. At the top left, it says "New Tweet" in blue. Below that, a note states: "The scheduled time is in your local (GMT+01:00) Amsterdam, Berlin, Bern, Rome, Stockholm time zone. Please ensure that your tweets are within the Twitter spam guidelines and terms of service." The main content area is a form with several sections: 1. "Tweet:" with a large text input field and a "Shorten URLs" button below it. 2. "Save As Draft:" with a checkbox "Save this tweet text as a draft that can be reused later." 3. "Publish When:" with two options: "Publish right now (will be published within 60 seconds)" and "Publish [input field] hour(s) from now". 4. "Or publish at this exact time:" with a date and time input field showing "02/05/2009 01:00 pm" and a calendar icon. 5. "Recurrence:" with a link to "TweetLater Professional" and a note: "With TweetLater Professional, you can schedule recurring tweets, @replies, plus the 12 tweets per hour limit does not apply. It's more effective and productive." 6. "Account(s):" with a dropdown menu showing "avanginneken" and "_RSSFeed avanginneken". At the bottom, it says "Publish tweet on these accounts" with a plus icon.

Eenvoudig plannen van Tweets met TweetLater.com

Deze dienst heeft een gratis variant en een betaalde professional variant. In de betaalde variant kunt u nog veel meer zaken automatiseren en kunt u meerdere Twitter accounts beheren.

Overig

Sociale netwerken zijn 'booming' en er zijn veel meer sociale netwerken dan de eerder genoemde. Alleen hoeveel wilt u er beheren en hoe belangrijk zijn ze voor u? Aan Facebook, Hyves en LinkedIn heb ik persoonlijk wel genoeg. Andere lidmaatschappen zoals op het KvK netwerk (afgelopen jaar gestart), op Ning, NetLog.com en Xing heb ik wel, maar ben daar niet actief mee. Het is teveel om het allemaal te 'managen' en daarom is het beste om de netwerken te kiezen die bij u en uw business passen.

Blijf altijd wel openstaan voor nieuwe netwerken, neem de moeite om het te blijven volgen en maak overal een account aan. Als het netwerk dan populair wordt, krijgt u vanzelf berichten van mensen die vrienden met u willen worden.

4. Weblogs

Weblogs gericht op vakgebieden winnen ook aan populariteit. Zo zijn er ongetwijfeld weblogs die bloggen over onderwerpen die connectie hebben met uw business. Op zo'n weblog kunt u discussiëren met mensen die in hetzelfde werkveld actief zijn. Wanneer u dit actief doet en constructieve berichten plaatst, kan dit de interesse wekken van bijvoorbeeld potentiële partners of werkzoekenden. Zo ben ik zelf actief op weblogs op het gebied van marketing en ondernemen.

Persoonlijke weblog

Het bijhouden van een persoonlijke weblog is een erg effectieve manier om een sterke Personal Brand te ontwikkelen. De kunst is het neerzetten van een kwalitatieve weblog die zeker één of meerdere malen per week wordt bijgewerkt. Dit is vrij lastig want 'bloggen' kost gewoon veel tijd. In een persoonlijke weblog kunt u uw visie uiteenzetten over diverse onderwerpen binnen uw vakgebied. U kunt natuurlijk overal over schrijven maar dat doet weer afbreuk aan geloofwaardigheid.

Een persoonlijke weblog bestaat uit de volgende elementen:

- Wie bent u (CV)
- Waarom zouden we naar u moeten luisteren
- Agenda
- Kwalitatieve weblog artikelen

Het hebben van een persoonlijke weblog is lang niet voor iedereen belangrijk. Maar als u de rol heeft van adviseur, consultant of verkoper dan willen mensen toch graag met de 'guru' zaken doen.

Onderwerpen

Vaak weten de mensen niet wat ze moeten schrijven op hun weblog. Enkele suggesties die iedereen kan verzinnen en daarover kan schrijven:

- 10 tips voor het kiezen van ... (koffieautomaat, tweedehands meubels, een webdesigner)
- Verslag van een beurs of evenement dat u heeft gevolgd
- Nieuwe opmerkelijke zaken of ontwikkelingen in uw vakgebied
- Terugblik van 2008 (de bekende lijstjes: top 3 meeste verkochte uitvoeringen/kleuren, 10 meest innovatieve ideeën)
- Vooruitblik van trends in het komende jaar
- Meest gemaakte fouten met ...
- Een (zaken) reis die u gemaakt heeft

Uitbesteden

Als u niet zo'n schrijver bent, dan kunt u dit natuurlijk ook uitbesteden. Geef niet een opdracht zoals 'verzin maar wat', maar geef een concreet onderwerp mee waarover iets geschreven kan worden. Geef daarbij ook handreikingen of zet zelf de ruwe versie op. Ook als u zelf schrijft maar, taalkundig niet heel sterk bent kunt u het beste de tekst laten lezen door iemand die u kan helpen met schrijven.

Weblogs en uw werknemers

De afgelopen jaren zijn er ontzettend veel weblogs op het internet bijgekomen. De meeste weblogs worden bijgehouden door particulieren (zo'n 750.000 Nederlanders zijn ooit een weblog gestart). In deze groep van particulieren zitten ook werknemers en deze werknemers kunnen ook over uw bedrijf schrijven! Uiteraard moet u ervoor zorgen dat werknemers positief over u en uw bedrijf schrijven.

Bij een sollicitatie kunt u altijd vragen of de sollicitant een weblog bijhoudt. Daarnaast kunt u altijd aangeven dat u negatieve uitlatingen over u en uw bedrijf op een weblog niet accepteert. Mocht hij of zij dit wel willen doen dan dient hij zijn ontevredenheid eerst bij u te uiten in plaats van op het internet. Daarnaast dienen uw werknemers ook voorzichtig te zijn met bedrijfsgevoelige informatie en dient u ook duidelijk te maken hoe uw werknemers online om dienen te gaan met het schrijven over de relaties van uw bedrijf.

Externe weblogs

U kunt ook aan uw Personal Brand werken op externe weblogs. Dit houdt in dat u artikelen schrijft voor een weblog in uw vakgebied. Een voorbeeld hiervan is het weblog MarketingFacts.nl, ooit opgezet door Marco Derksen. In het begin blogde hij zelf maar al vrij snel kwamen er andere webloggers bij. Kijk maar eens voor een compleet overzicht op: <http://www.marketingfacts.nl/pages/bloggers/>. Op het moment van schrijven zijn het er meer dan 170(!).

Een dergelijke weblog is voor veel marketeers een mooi podium om een bepaalde visie te delen en daar vervolgens een Personal Brand op te bouwen. Op een dergelijke weblog gaat dat veel sneller dan wanneer deze personen zelf een weblog op zouden zetten.

In elk vakgebied is er wel een weblog of forum te vinden. Is dit niet het geval, dan kunt u overwegen om er zelf één te starten. Daarbij kunt u dan ook andere webloggers aantrekken om te schrijven op dit weblog.

Of het nu een forum is of een weblog, het zijn prachtige plekken om uw Personal Brand te ontwikkelen. U heeft wel te maken met professionals op deze weblogs en forums. U dient dus open te staan voor kritiek. Natuurlijk dient u zelf ook te reageren in discussies die ontstaan op een post door u.

Het voordeel van het posten op externe weblogs is dat het dan minder erg is als u eens een tijdje geen posting doet. De website wordt toch actueel gehouden door andere bloggers.

Reageren

Het reageren op externe weblogs of forums is ook een manier om aan uw Personal Branding te werken. U kunt feedback geven op artikelen of mensen helpen die een vraag hebben. Als u dit vaak genoeg doet en u geeft steekhoudende reacties, kunt u ook de expertstatus ontwikkelen. Als u veel gaat reageren, probeer dan altijd positief en constructief te zijn en wordt geen zogenaamde 'azijnpisser'.

5. E-mail Marketing

In het boek 'E-mail Marketing' leest u hoe u een relatie kan opbouwen met e-mail. Al of niet geautomatiseerd. Het versturen van gepersonaliseerde e-mail is een krachtig middel om uw 'Personal Brand' te ontwikkelen.

Regelmatig krijg ik van bepaalde mensen e-mail die ik altijd zal openen en lezen. In die mails staat dan niet alleen een interessant verhaal maar soms staan er ook persoonlijke zaken in. Bijvoorbeeld dat ze net verhuisd zijn, op vakantie gaan, iets hebben meegemaakt. Door deze combinatie stijgt het respect en het vertrouwen dat ik in die persoon heb, soms zelfs zonder dat ik deze persoon ooit ontmoet heb. Het is een manier die bij u moet passen en u leuk moet vinden natuurlijk. Een aantal mensen die dat in Nederland doen zijn:

- Karel Geenen
- Joost van der Leij
- Aytac Delen

Er zijn natuurlijk nog veel mensen die dit doen, maar deze personen zijn er zeker succesvol mee.

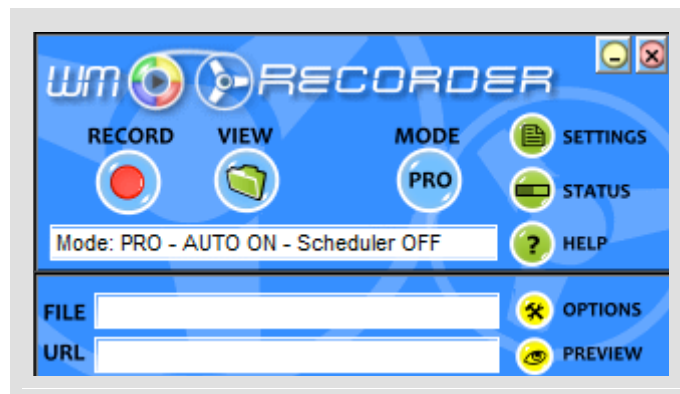
6. TV, radio en krant

Laat geen kans onbenut om in de media te komen. Als men u vraagt of u geïnterviewd mag worden voor een krant, radio of TV interview, zeg dan altijd ja! U moet er niet aan denken dat ze uw concurrent vragen! Als u niet weet hoe u met media om moet gaan, neem dan een mediatraining of vraag een professional om u te begeleiden.

TV en radio

Als u op TV bent geweest, zorg er dan voor dat u daarna een DVD krijgt met de uitzending. Plaats vervolgens de uitzending op YouTube, op uw weblog en uw sociale netwerkwebsites. Als een uitzending ook via de website van de uitzender te bekijken is dan kunt u ook daarnaar toe linken. Op deze manier hoeft u zelf niet het bestand te uploaden.

Zorg wel dat u altijd een kopie van de uitzending downloadt en op uw computer opslaat. Soms zijn internet uitzendingen na verloop van tijd niet meer beschikbaar. Er zijn speciale software programma's beschikbaar waarmee u elke video eenvoudig van internet downloadt en veilig opslaat. Zie onderstaand figuur.



WM Recorder, hiermee slaat u alle streaming video bestanden mee op

Dit alles geldt natuurlijk ook voor radiouitzendingen!

Krant

Staat u in de krant? Knip het artikel uit en scan hem in en plaats hem op uw website in de perspagina en op uw Hyves profiel.

7. Communiceren

Hoe u, uw werknemers en organisatie communiceren is van groot voor het ontwikkelen van uw Personal Brand. Het is zaak om elke vorm van communicatie te laten aansluiten. Er komen steeds meer communicatie kanalen bij die u moet managen. Denk maar eens aan fax, telefoon, MSN, krabbels, e-mail, Skype, Google Talk, voice-mail, SMS, interne berichten van sociale netwerken et cetera. Omdat niet alle vormen van communicatie op één punt uitkomen kost het veel tijd en worden sommige berichten nog wel eens gemist.

In dit onderdeel lopen we alle communicatie vormen langs en beschrijven hoe u ze kunt inzetten ter ondersteuning en ontwikkeling van uw Personal- en Company Brand.

MSN

Het kan zijn dat u in een jonge branche werkzaam bent, of producten verkoopt voor jongeren. In deze gevallen kan het interessant zijn om open te staan voor zakelijke contacten in uw MSN. Maar wees voorzichtig en selectief met het toevoegen van zakelijke accounts, het moet wel een interessant contact zijn en niet iemand die gratis consult of advies van u wilt.

Gebruik ook de statussen zoals 'busy' of 'afwezig'. Een handige truc is ook om de status op 'afwezig' te zetten met daarachter 'zo terug', dan vallen mensen u ook niet zo snel lastig maar kunnen ze wel tegen u MSN'en terwijl ze geen reactie terug verwachten.

Zet voor uw personeel ook beleid uit op het gebied van MSN gebruik. Leg vast dat dit niet voor privé doeleinden gebruikt mag worden en dat klanten niet zomaar aan de lijst mogen worden toegevoegd. Ook personeel mag niet misbruikt worden voor gratis consult.

Persoonlijk bericht

In MSN is het mogelijk om een persoonlijk bericht te typen dat andere gebruikers van MSN in de lijst allemaal kunnen lezen.

Zorg dat personeel hier altijd nette berichten heeft staan en op zijn minst teksten met een positieve lading. Bij enkele mensen in mijn lijst zag ik wel eens teksten staan als: brakjes,

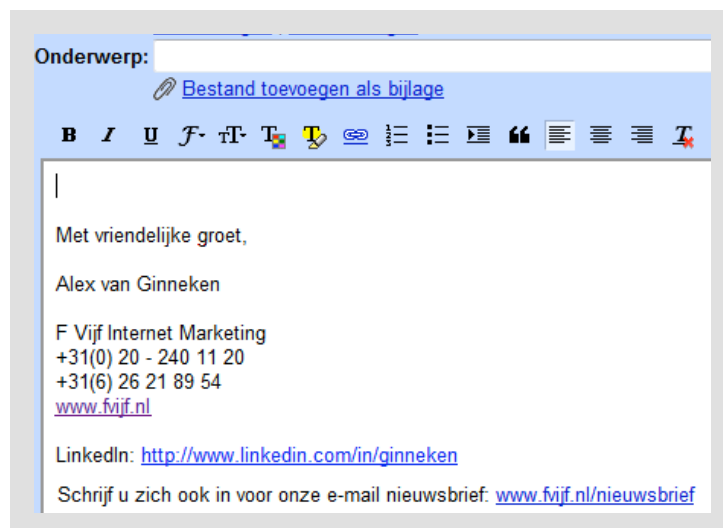
moe, eindelijk weekend, te druk et cetera. Dit is erg negatief, klanten en relaties van u kijken mee!

SMS

Het gebruik van SMS in de zakelijke communicatie is nog steeds ongebruikelijk en komt vaak onprofessioneel over, zeker als u de relatie nog niet goed kent en er geen regelmatig contact is. Het beste is om SMS alleen in 'noodgevallen' te gebruiken. Er zijn altijd mensen die 'demanding' kunnen zijn en herhaaldelijk blijven bellen. Niet altijd leuk maar is het is wel het beste om snel te reageren. Dit soort mensen heeft vaak behoefte aan duidelijkheid.

E-mail

Veel organisaties maken nog niet altijd gebruik van e-mail templates. Dit is eigenlijk heel opmerkelijk omdat het gebruik van e-mail al weer bijna verouderd is. In onderstaand figuur ziet u mijn eigen e-mail template.



E-mail template

Een e-mail template is een sjabloon dat elke keer wordt 'ingeladen' als er een nieuwe e-mail opgesteld wordt. Dit bespaart type werk en de kans op fouten.

LinkedIn

Onderaan mijn contactgegevens vermeld ik altijd mijn public LinkedIn profile. Mensen kunnen dan direct naar LinkedIn om mijn persoonlijke gegevens te bekijken. Eventueel kunnen ze mij dan direct uitnodigen om toegevoegd te worden aan hun profiel. Op deze manier breid ik mijn professionele netwerk uit en maak het een contact gemakkelijk om meer over mij te vinden.

Nieuwsbrief

Onderaan de template nodig ik mensen uit zich in te schrijven voor mijn e-mail nieuwsbrief. Meer over nieuwsbrieven leest u in het boek 'E-mail Marketing', daarin wordt de kracht van e-mail nieuwsbrieven uitgelegd en hoe u daarmee eenvoudig uw klantenbestand en winst kunt vergroten.

E-mail templates zijn erg belangrijk als onderdeel van het structuur geven van uw communicatie en Personal Branding. U kunt e-mail templates zien als de digitale variant van uw briefpapier.

Beginnersfout

Er zijn op het internet veel e-mail template softwarepakketjes te krijgen. Veel starters maken daar gebruik van en maken vaak een bonte en kleurrijke e-mail template. Vaak staat er onderaan de template een link (reclame) naar de makers van de software. Dit is niet professioneel.

Logo

Mocht u gebruik willen maken van een logo of andere afbeelding in een e-mail template, dan moet u het volgende doen: upload uw logo naar uw website in een aparte daarvoor bestemde directory (map). Bijvoorbeeld: www.uwdomeinnaam.nl/email In dit geval heet de map dus 'email'. Als het logo in die map staat kunt u vanuit de e-mail template naar dit logo verwijzen. Als u het op deze manier doet dan wordt het logo nooit meegestuurd in de bijlage van uw e-mail. Dit voorkomt irritatie bij de ontvanger en is professioneler. Heeft u zelf niet de mogelijkheid om een logo te uploaden, vraag dan uw internetbureau om dit te doen voor u.

Logo weergave blokkering

Het kan voorkomen dat een afbeelding niet wordt weergegeven in sommige e-mail programma's. Dit heeft te maken met de instellingen bij de ontvanger en wordt vaak gedaan om veiligheidsredenen. Zorg er daarom voor dat, als u een tekst heeft staan in het logo of afbeelding, deze tekst ook als tekst wordt meegezonden in de e-mail template. Overigens is het zo dat in 85% van de gevallen de e-mail wel met afbeeldingen wordt weergegeven.

Miscommunicatie

E-mail zorgt niet altijd voor goede communicatie. Ik heb wel eens mailtjes ontvangen van klanten met verhalen dat ze niet tevreden en zelfs boos zijn. Het slechtste wat u dan kan doen is reageren op deze e-mail. Nog slechter is het direct reageren per e-mail. Conflicten of onenigheden vecht u niet uit via e-mail.

Druk de e-mail af en ga op zoek naar informatie over de situatie. Als u de benodigde informatie heeft, bel de betreffende persoon dan op. Vaak berust het op een misverstand of heeft de relatie te weinig aandacht gehad. Via de e-mail zaken uitvechten zorgt alleen maar voor escalatie. Bellen of afspreken is veel beter omdat u dan veel beter kan achterhalen wat er daadwerkelijk aan de hand is en u kunt het gesprek beter sturen. Leg na de bespreking wel de gemaakte afspraken vast en bevestig dit met een e-mail.

Taalgebruik

Het taalgebruik in de e-mail vind ik persoonlijk erg belangrijk. Ik houd de e-mail communicatie altijd zo formeel en correct mogelijk. Ook wanneer ik de betreffende persoon goed ken. Een e-mail kan namelijk via de ontvanger doorgestuurd worden naar derden.

Het kan gebeuren dat u een goede vriend afgelopen weekend heeft gezien en hij geïnteresseerd is in uw product of dienst voor het bedrijf waarvoor hij werkt. Hij wil u best introduceren bij zijn leidinggevende of zijn baas maar wil eerst meer informatie. Als u vervolgens na het weekend een e-mail stuurt met daarin een brochure of aanvullende informatie zal hij die mail hoogst waarschijnlijk doorsturen ('forwarden') naar andere

personen in zijn organisatie. Dit houdt in dat de tekst in de e-mail ook mee doorgestuurd wordt. Als in die e-mail ook nog even het weekend wordt geëvalueerd, dan scoort u waarschijnlijk niet bij de leidinggevende. Ook kan het tegen u werken als blijkt dat jullie 'vriendjes' zijn. Wees dus formeel, ook naar vrienden en bekenden!

Zelf vind ik het altijd vervelend als ik een e-mail ontvang zonder begroeting. Ik begin e-mails die ik verstuur, afhankelijk wie het is, altijd met; 'Beste ...' of 'Geachte ...'.

Out of office reply in e-mail

Mocht u op vakantie gaan of een paar dagen afwezig zijn dan is het verstandig om een 'Out-of-Office' reply in te stellen in uw e-mails. Een voorbeeld:

(NL) Dit is een automatisch bericht. U kunt zonder problemen verdere berichten sturen, deze melding ontvangt u eenmalig.

=====

(EN) This is an automatic reply. Please feel free to send additional mail, as only this one notice will be generated.

=====

(English message below)

Ik ben vanaf <dagmaam> <datum> afwezig en ben weer aanwezig op <dagmaam> <datum>.

Uw bericht wordt bewaard en zal ik bij terugkomst behandelen.

U ontvangt deze kennisgeving eenmalig, ook wanneer u in de tussentijd meer berichten stuurt.

In dringende gevallen kunt u contact opnemen met mijn collega <Naam> (<e-mail>) of bellen met <telefoonnummer>.

Met vriendelijke groet,

<uw bedrijfsnaam>

<uw naam>

I will be out of the office starting <dagmaam>, <datum>, and will not return until <dagmaam>, <datum> .

Your message will be stored and I will respond to it when I return.

You will receive this notification only once, even if you send more e-mails in the meantime.

For urgent matters please contact my colleague <naam> (<e-mail>) or call <telefoonnummer>.

With kind regards,

<uw bedrijfsnaam>

<uw naam>

Zoals u ziet is het e-mail bericht wat automatisch teruggestuurd wordt tweetalig. Een dergelijk e-mail bericht kunt u (laten) instellen bij het bedrijf wat voor u de webhosting en e-mailadressen verzorgd ofwel de hosting provider. Elke hostingprovider moet deze dienst

kunnen leveren. Het kan ook zijn dat u een e-mail server heeft staan in uw eigen organisatie. Laat dit dan doen door de (externe) systeembeheerder.

Maakt u gebruik van Gmail dan kunt u het eenvoudig zelf instellen onder 'Automatisch antwoord' bij de instellingen.

Tip! Gebruik in het Engelse deel van de 'Out-of-Office' reply het telefoonnummer met de landcode ervoor. In Nederland is deze +31.

Mobiele telefoon

De mobiele telefoon wordt steeds vaker voor steeds meer doeleinden gebruikt. Zowel zakelijk als privé. De ontwikkelingen van mobiel breedband (GPRS, UMTS), de mogelijkheid om te internetten, foto's en filmpjes hebben een enorme verandering teweeg gebracht hoe we met elkaar omgaan.

Denk na hoe u met behulp van de mobiele telefoon uw bedrijfsprocessen kunt verbeteren. Denk hierbij aan het synchroniseren van uw agenda via internet en uw mobiele telefoon. Ook is het mogelijk om bijvoorbeeld via een webbased projectmanagementsysteem de taken te lezen via uw mobiel.

Zelf gebruik ik ook een CRM dat automatisch is gesynchroniseerd met mijn telefoon. Meer over CRM leest u in het boek 'CRM en Internet Marketing Strategie'.

Denk ook na hoe u uw klanten met behulp van de mobiele telefoon kunt informeren. Bijvoorbeeld door het versturen van een SMS als een pakketje wordt meegegeven aan TNT.

Bereikbaarheid

Dat we dankzij de mobiele telefoon altijd en overal bereikbaar zijn is een enorme uitkomst. Kunt u zich nog herinneren dat er altijd iemand thuis moest zijn omdat er een belangrijk telefoontje werd verwacht? Of dat als u onderweg was naar een afspraak niet kon melden dat u later kwam door een file? Ik begrijp soms echt niet hoe ze dat vroeger allemaal deden. En wat deden mensen vroeger in hun auto? Muziek luisteren? Ik heb geen idee.

Toch is het soms ook vervelend om altijd bereikbaar te zijn. Ik vind over het algemeen erg vervelend als iemand tijdens een gesprek de mobiele telefoon opneemt als deze overgaat. Dit getuigt niet van maximale aandacht voor de gesprekspartner.

Als u zelf in een verkoopgesprek zit kunt u geen telefoontjes aannemen tenzij u dit vooraf heeft aangegeven in het gesprek dat u een 'belangrijk' telefoontje verwacht.

In vergaderingen, meetings, presentaties en seminars is het vanzelfsprekend dat u de mobiele telefoon op 'stil' zet eventueel in combinatie met een trilfunctie ingeschakeld.

Mobiel werknemers

In het geval u uw werknemers voorziet van een mobiele telefoon dient u rekening te houden met de volgende zaken:

1. Probeer alle werknemers het zelfde merk mobiele telefoon te laten gebruiken
2. Geef een budget dat werknemers maximaal mogen 'bellen' per maand
3. Laat een gebruikersovereenkomst tekenen door de werknemer
4. Laat werknemers een standaard voicemail tekst inspreken (zie ook volgende hoofdstuk)
5. Ontwikkel een 'mobiele telefoon beleid' document

Bij punt 2 betekent dit dat een werknemer voor een bedrag van bijvoorbeeld maximaal 50 euro per maand mag verbellen. Of dit privé of zakelijk is maakt dan niet zoveel uit. Het is namelijk toch bijna niet te controleren. U zorgt er op deze manier voor dat werknemers altijd bereikbaar zijn. Als werknemers hun privé mobiel moeten inzetten, zijn ze geneigd minder snel terug bellen.

Voicemail

De voicemail is een belangrijk instrument. U kunt de beller informeren wat te doen als u niet bereikbaar bent. Zo kunt u bijvoorbeeld door verwijzen naar het vaste telefoonnummer of doorverwijzen naar een website of e-mailadres. Daarnaast kunt u tijdens uw afwezigheid vanwege een zakenreis of vakantie aangeven wanneer u niet

bereikbaar bent. Ook dan kunt u door verwijzen naar een andere persoon die uw zaak waarneemt.

Voicemail teksten

Een gangbare gesproken voicemail tekst is: 'Dit is de voicemail van <uw naam>, laat uw naam en telefoonnummer achter na de piep en ik neem zo snel mogelijk contact met u op.' Tijdens uw afwezigheid kunt u de volgende tekst inspreken: 'Dit is de voicemail van <uw naam>. Van woensdag 19 april tot en met vrijdag 1 mei ben ik afwezig. Mocht u dringende zaken hebben dan kunt u contact opnemen met mijn collega <naam collega> het telefoonnummer is: <telefoonnummer>, ik herhaal: <telefoonnummer>.

Zorg ervoor dat u het voicemail beleid ook toepast op uw medewerkers. Eventueel kunt u de voicemail teksten laten inspreken door uw secretaresse.

Ringbacktones

Ringbacktones zijn een soort beltonen voor de (nu alleen nog) mobiele telefoon. Deze ringbacktone kan een muziekje zijn dat u kunt instellen dat wordt afgespeeld op het moment dat de mobiele telefoon over gaat. De beller aan de andere kant van de lijn krijgt een muziekje te horen totdat u opneemt. Bij T-Mobile spreken ze niet over een ringbacktone maar over een ring-up tone.

Voor zover ik weet is het nog niet mogelijk om zelf ringbacktonen te maken en te koppelen aan u mobiele nummer. Misschien gaat www.wuzz.nl (ooit in uitzending van Dragon's Den) daar verandering in brengen!

Back-up

Naast het maken van back-ups van belangrijke bedrijfsinformatie op uw computers en servers is het handig om regelmatig ook een back-up te maken van de gegevens op mobiele telefoon. Informatie die op de mobiele telefoon staat is zeer gevoelig, zeker als daar al uw zakelijke relaties in staan. Daarnaast staan er tegenwoordig naast SMS'jes ook foto's, filmpjes en misschien wel een agenda op. Als een mobiele telefoon kwijt raakt, ligt bedrijfsgevoelige informatie op straat! Dit betekent ook dat werknemers voorzichtig moeten zijn met hun mobiele telefoon.

Qua beveiliging op mobiele telefoons is dit nog ver onder de maat. De meeste mobiele telefoons geven toegang tot alle functies op het toestel zonder de mogelijkheid om dit te beveiligen. Het enige wat u nu kunt doen is een niet al te eenvoudige code kiezen bij het opstarten van de mobiele telefoon. Maak gebruik van deze code!

Er zijn handige software programma's op de markt die het back-uppen van een mobiele telefoon eenvoudig maken. Naar verwachting komen telecom providers in de nabije toekomst ook zelf met back-up faciliteiten.

Overigens zijn er voor bijna alle toestellen wel mogelijkheden om deze te synchroniseren met uw computer. Deze software kunt u downloaden van de website van de fabrikant. Synchroniseer regelmatig uw mobiele telefoon met uw computer en maak ook back-ups van deze bestanden die op uw computer worden opgeslagen.

Tip!

In de opstart tekst van uw mobiele telefoon kunt u vaak ook tekst kwijt. Zet daarin uw naam en e-mail adres. Een (eerlijke) vinder kan u dan altijd achterhalen!

Vaste telefoon

Telefoon en internet marketing hebben nog steeds veel met elkaar gemeen. Als mensen uw website hebben gezien willen ze vaak nog steeds met iemand spreken. Als u veel zaken doet in u eigen regio adviseren wij altijd om het telefoonnummer prominent op uw website te zetten.

Als (potentiële) klanten u gaan bellen moet u natuurlijk wel bereikbaar zijn. Als u een telefooncentrale heeft, kunt u een keuze menu instellen zodat mensen bij de juiste afdeling terecht komen. Voordat mensen een keuze moeten maken kunt u eerst ook verwijzen naar de website, bijvoorbeeld 'heeft u vragen over.. kijk dan ook eens op: www.uwdomein.nl/faq'. Dit kan u onnodige telefoongesprekken besparen.

Als u veel telefoon krijgt, kunt u ook altijd overwegen om dit uit te besteden aan gespecialiseerde bedrijven die de telefoon voor u opnemen. Het beantwoorden van telefoongesprekken betekent dat mensen afgeleid worden van de echte taken. Deze

gespecialiseerde bedrijven kunnen ook orders aannemen en vragen beantwoorden. Als ze er niet uitkomen kunnen ze alsnog doorschakelen. De kosten een dergelijke service zijn niet erg hoog.

Wifi telefoon

Nieuw op de markt is de Wifi telefoon. Dit is handig voor internet ondernemers die veel in het buitenland zijn en toch regelmatig contact moeten onderhouden met het thuisland. Een Wifi telefoon heeft de mogelijkheid om ‘gewone’ telefoonnummers te bellen vanuit de hele wereld, maar tegen het tarief in het land waar de dienst afgesloten is. Stel u neemt een wifi-telefoon mee op reis. Zodra u een draadloos netwerk heeft gevonden, in bijvoorbeeld Singapore, kunt u gewoon elk Nederlands telefoonnummer bellen tegen het geldende tarief in Nederland. Als u dan belt zien mensen uw Nederlandse nummer op het scherm. Dit betekent dat mensen niet eens door hebben dat u vanuit het buitenland belt. Ideaal voor de echte internet ondernemer. De kosten van een dergelijke telefoon liggen rond de 180 euro.

Naambellen

Ook in Nederland is het naambellen steeds populairder geworden. Zeker als u een webwinkel begint is het handig om uw nummer als naam te claimen. Vele nummers zijn al vergeben maar het is altijd de moeite waard om eens te kijken of die van u nog vrij is. Een voorbeeld hiervan is: 0800-TASSEN. De kosten van een dergelijk nummer zijn enkele tientjes per maand.

Fax

Wie faxt er tegenwoordig nog? Het wordt nog regelmatig gebruikt, met name voor contracten waar een geldige handtekening op moet staan. Het gebruik van de fax neemt natuurlijk enorm af door de opkomst van de digitale handtekening die nu ook rechtsgeldig is. De rechtsgeldigheid van digitale handtekeningen is nog niet zo heel lang geleden geaccepteerd en dat heeft de fax nog lang in leven gehouden. Daarnaast zijn alle software applicaties nog niet geschikt om een digitale handtekening te accepteren.

Indien u niet meer met een fax wilt werken, maar toch faxen wilt ontvangen, kunt u diensten aanvragen zoals: fax2mail. Hiermee ontvangt u eventuele faxen via de e-mail. Als u de beschikking heeft over een scanner kunt u ook via internet faxen met diensten als mail2fax.

Als u nog structureel gebruik maakt van een fax, raden wij aan om eens te onderzoeken of deze processen ook via internet kunnen lopen. Vergeet niet dat het erg onvriendelijk is als iemand een fax moet sturen om bij u klant te worden.

Poken

Een nieuwe opkomende trend is 'Poken'. Dit is een USB stick die u aan uw sleutelbos kunt hangen. Als u iemand tegenkomt met ook een Poken en uw wilt elkaars gegevens uitwisselen dan houdt u beide Poken's twee seconden tegen elkaar aan (ofwel een High Four, de gadget heeft vier vingers). Vervolgens worden de gegevens met elkaar uitgewisseld. Zodra u later deze USB stick in uw computer steekt worden de contactgegevens overgezet naar een online omgeving. Daar kunt u de gegevens bekijken en direct klikken naar de profielsites van uw nieuwe vriend of vriendin.



Poken

Welke gegevens?

U kunt vooraf zelf aangeven welke gegevens uw wilt uitwisselen met andere mensen. Bij aanschaf van een Poken krijgt u toegang tot een online omgeving (een website) waar u uw

Poken registreert. Vervolgens kunt u aangeven welke gegevens u met de ontvanger wilt delen met de bijhorende sociale netwerk profielen zoals: LinkedIn, Hyves, Facebook et cetera.



Mensen die met mij Poken ontvangen dan digitaal het bovenstaande kaartje

Misschien dat deze Poken techniek het visitekaartje gaat vervangen in de toekomst. Op een fysiek visitekaartje kunt u nooit al deze informatie kwijt bovendien raakt dit minder snel kwijt dan een kaartje. Deze uitvinding is perfect voor wie netwerken belangrijk is. Overigens verwacht ik dat Poken een tijdelijke hype zal zijn en dat dergelijke functionaliteit in de toekomst standaard in elke mobiele telefoon (of PDA) verwerkt zal zijn.

Meer informatie over Poken: www.DoYouPoken.com

8. Behandelen van vragen via audio of video

Het beantwoorden van vragen via audio of video kan u onvergetelijk maken. Als u een e-mailbestand heeft opgebouwd, of u heeft veel bezoekers op uw weblog of website dan kunt u mensen eens vragen een vraag te stellen. U kondigt aan dat mensen vragen mogen stellen die over twee weken beantwoord zullen worden in een audio of video boodschap.

Deze manier van interactie zal mensen stimuleren om vragen te stellen en uit te kijken naar het antwoord. Dit is de eerste winst! U krijgt een beter beeld op wat er leeft onder uw doelgroep en u krijgt eigenlijk gratis informatie.

Als de instuurtermijn van vragen voorbij is leest u alle vragen en maakt een selectie van de beste vragen. Als het vragen zijn over de werking van een product, geef dan een demonstratie. Gaat het over bepaalde software, werk dan met 'screencast' opnames. Dit zijn directe opnames van uw computerscherm. In het geval van een audio opname hoeft u alleen maar een microfoon of headset aan te sluiten op uw computer.

Als u te weinig vragen heeft binnen gekregen, kunt u er natuurlijk altijd een paar zelf verzinnen of een reminder versturen naar uw e-maillijst.

Met deze methode:

- Krijgt u inzicht in wat er leeft in uw doelgroep
- Creëert u betrokkenheid bij u doelgroep
- Straalt u autoriteit uit
- Krijgt u terugkerende bezoekers op uw website

Tip! Plaats ook een transcript (uitgetypte tekst van wat er in de video of audio wordt verteld) op de website. Dit maakt u vindbaar op de tekst in de zoekmachines.

9. Managen van uw Brand

De beste manier om uw 'brand' te managen is door regelmatig te publiceren, de pers op te zoeken en regelmatig een e-mail rond te sturen aan uw mailinglijst. Daarnaast dient u uw website en weblog regelmatig bij te werken. De beste aanpak hiervan is om een planning te maken en publicatie momenten te plannen in uw agenda.

Verdeeld over het jaar kan uw 'communicatieprogramma' er als volgt uitzien;

- 6 x per jaar een persbericht opstellen en versturen
- 12 x een weblog bericht publiceren
- 8 x per jaar een e-mailnieuwsbrief versturen
- 2 tot 4 x per jaar diepte interviews geven aan bladen, kranten, TV of weblogs
- 1 of 2 x per jaar behandelen van vragen
- 1 of 2 x per jaar een seminar of presentatie geven

Hoe groot uw bedrijf ook is, iedereen die dit op juiste wijze toepast kan uitzien naar meer klanten en de ontwikkeling van zijn online reputatie. U zult zelf moeten kiezen of u echt vanuit uw bedrijfsnaam op deze manier te werk gaat of vanuit u als persoon. Een combinatie daarvan kan natuurlijk ook. Het hangt volledig af in welke business u zit en met wie u zaken doet.

U dient ook in de gaten te houden wat er op internet over u en uw bedrijf wordt geschreven. Hierbij u Google Alerts heel goed gebruiken. Probeer ook altijd te reageren op (serieuze) reacties van mensen op weblogs.

Doel

Het doel is het ontwikkelen van een sterk merk. Het ontwikkelen van een merk vergt naast tijd ook geduld. Wees uniek en zet u zelf op de kaart door de basis te leggen op uw krachten, vaardigheden en passies.

10. Uit de zoekmachines

Als er persoonlijke informatie van u op een website staat die u niet zelf onder controle heeft, kunt u deze uit Google laten verwijderen. Onder persoonlijke informatie wordt dan verstaan:

- Uw bankrekeningnummer / creditcardnummer
- Uw sofinummer
- Een afbeelding van uw handtekening
- Expliciete inhoud die in strijd is met de richtlijnen van Google en uw persoonlijke gegevens bevat. Meer informatie hierover vindt u op de volgende website:

<http://www.google.com/support/webmasters/bin/answer.py?answer=35769&hl=nl>

Verwijderen van een link uit Google

Het verwijderen van een link uit Google moet aan minimaal één van de volgende voorwaarden worden voldoen:

- De pagina moet een 410 melding geven, dit betekent 'bestaat niet meer'
- In de pagina moet een META tag zijn met 'NoIndex'
- De pagina moet zijn opgenomen in het robots.txt bestand

Zoals u ziet is enig technisch inzicht vereist. Schakel hier de hulp in van uw internetbureau. De pagina of URL wordt bij Google binnen een week verwijderd.²

Verwijderen uit de Google cache

Als u bepaalde gegevens heeft verwijderd van een website, dan staan er nog kopieën in de Google cache. Dit is het 'geheugen' van Google. U kunt deze verwijderen door de URL van cache link op te geven in: <https://www.google.com/webmasters/tools/removals>
Google verwijderd na controle deze webpagina. Deze cache pagina wordt alleen verwijderd als de echte pagina ook is verwijderd.

² Bron: <http://www.edwords.nl/2007/05/14/hoe-verwijder-je-informatie-uit-google/>

Een andere manier om negatieve uitlatingen en ongewenste content over u te bestrijden is door zelf veel te publiceren op weblogs, nieuws websites en eigen websites.

Hierdoor dalen de ongewenste pagina's in de zoekresultaten. Het maakt u dan niet helemaal onvindbaar, maar een negatieve reactie valt dan minder op.

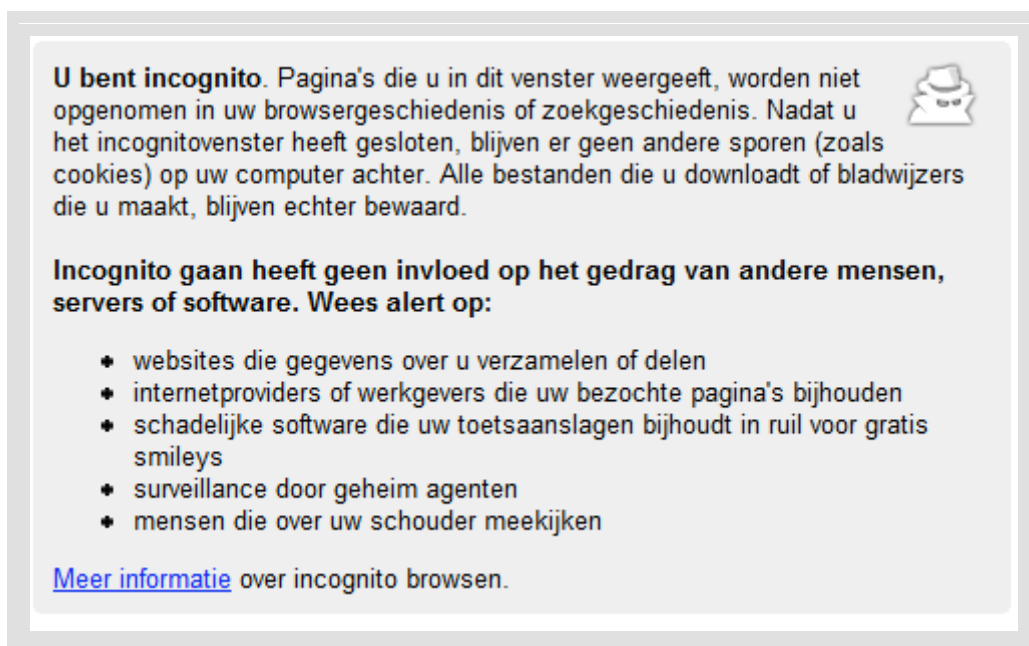
Daarnaast kunt u website beheerders vragen om een bepaalde informatie over u te verwijderen. De kans dat ze dit doen is vaak niet groot, maar u kunt het altijd proberen.

11. Op andere computers surfen

Uw reputatie kan snel schade oplopen als u onzorgvuldig bent geweest met uw gebruikersnaam en wachtwoord. Het kan zijn dat u bijvoorbeeld in een internetcafé tijdens vakantie even gaat MSN-en, Skype, e-mailen of webloggen.

Dit zijn momenten waarop mensen eenvoudig gegevens van u kunnen 'ontfutselen'. Dit kan door software die uw toetsaanslagen verstuurt naar andere mensen. Hierdoor zijn wachtwoorden makkelijk te verkrijgen. Ook kan men de browsergeschiedenis bekijken, of via een camera meekijken.

Het is moeilijk om vooraf in te schatten hoe veilig een PC is. Let er daarom altijd op dat u geen gegevens laat opslaan door de webbrowser. Als er gebruik gemaakt wordt van Google Chrome, een nieuwe webbrowser is er een zogenaamde 'Incognito mode', zie figuur 7. Ook de browser Firefox biedt een dergelijke mogelijkheid, alleen deze dient apart geïnstalleerd te worden.



U bent incognito. Pagina's die u in dit venster weergeeft, worden niet opgenomen in uw browsergeschiedenis of zoekgeschiedenis. Nadat u het incognitovenster heeft gesloten, blijven er geen andere sporen (zoals cookies) op uw computer achter. Alle bestanden die u downloadt of bladwijzers die u maakt, blijven echter bewaard.

Incognito gaan heeft geen invloed op het gedrag van andere mensen, servers of software. Wees alert op:

- websites die gegevens over u verzamelen of delen
- internetproviders of werkgevers die uw bezochte pagina's bijhouden
- schadelijke software die uw toetsaanslagen bijhoudt in ruil voor gratis smileys
- surveillance door geheim agenten
- mensen die over uw schouder meekijken

[Meer informatie](#) over incognito browsen.

Google Chrome, incognito mode

Wachtwoorden

Kies wachtwoorden die moeilijk te raden zijn en wijzig ze regelmatig. Het beste is om bij het bezoek aan het volgende internetcafé uw wachtwoord weer te wijzigen. Voor de handliggende wachtwoorden zijn niet handig en kunnen u reputatie schaden.

Website burgemeester Leeuwarden gehackt

Uitgegeven: 2 september 2008 15:52
Laatst gewijzigd: 2 september 2008 17:12

LEEUWARDEN - De website van burgemeester Ferd Crone van Leeuwarden is gehackt door de Friese jongerenomroep Froeks.tv.



Website burgemeester gehackt fotoserie

Wie de site bezoekt krijgt een link te zien naar een filmpje over veiligheid op internet. In het filmpje worden tips gegeven aan jongeren over hoe ze ervoor kunnen zorgen dat hun internetgegevens veilig zijn.

Wachtwoord

De eerste tip is om geen voorspelbare gebruikersnaam en wachtwoord te kiezen. Volgens een woordvoerder van Froeks.tv heeft burgemeester Crone die fout wel gemaakt.

Voorbeeldfunctie

Website burgemeester gehackt door eenvoudig wachtwoord

12. Werving en selectie

Het werven en selecteren van personeel kan steeds gericht. Als u wilt weten wie er allemaal bij een bepaald bedrijf werken gaat u naar LinkedIn of Hyves en typt daar de bedrijfsnaam in. U vind dan al snel een overzicht met personeel dat er werkt en mensen die een relatie hebben met het bedrijf. Als u vervolgens doorklikt naar individuele profielen ziet u al snel met wie u te maken heeft.

Het kan voorkomen dat u een moeilijk vervulbare vacature heeft. Via uw sociale netwerk of nieuwsbrief stuurt u eenvoudig een e-mail naar al uw contacten. Bied een beloning voor de persoon die een geschikte kandidaat aandraagt. In de eerste plaats bereikt u zo precies de goede doelgroep. Daarnaast bespaart dit de kosten voor het inzetten van externe bureaus.

Het inzetten van uw netwerk bij uw werving en selectie draagt ook bij aan uw company branding.

13. Online onderzoek naar personen

In dit hoofdstuk heb ik een aantal tips opgesteld die u kunnen helpen bij het online onderzoek doen naar bijvoorbeeld potentiële werknemers.

Zoeken op naam

U kunt op verschillende manieren zoeken op een persoonsnaam. Ik zal hierbij als voorbeeld mijn eigen naam gebruiken. Mijn naam is officieel ‘Alexander Hubertus Jacobus van Ginneken’. Terwijl mijn naam in het dagelijks leven ‘Alex van Ginneken’ is. U kunt mij dus op verschillende manieren zoeken:

1. ‘a van ginneken’
2. ‘alex van ginneken’
3. ‘avginneken’
4. ‘avanginneken’
5. ‘alexander van ginneken’
6. ‘ahj van ginneken’
7. ‘alexander hubertus jacobus van ginneken’
8. ‘hubertus van ginneken’
9. ‘jacobus van ginneken’

Ik heb dus 8 varianten waarop u mij zou kunnen zoeken. Als u exact wilt zoeken in Google gebruikt de “”, dus “Alex van Ginneken”. Doet u dit niet, dan krijgt u allemaal verschillende resultaten met namen waar bijvoorbeeld ‘van Ginneken’ in voor komt.

Google Battle

Weten wie het populairst is op het internet? U of uw concurrent? Ga naar www.googlebattle.com en vul twee namen in.



Google Battle

Zoeken op e-mailadres

Het zoeken op e-mailadres levert vaak interessante resultaten op. U ontdekt op deze manier op welke websites de persoon die u 'onderzoekt' gegevens achterlaten.

Zoeken op telefoonnummer

Nog steeds niets gevonden? Probeer eens te zoeken op het mobiele nummer of het vaste nummer. Probeer hierbij ook verschillende varianten , bijvoorbeeld:

- 0626218954
- +31626218954
- 26218954
- 0031626218954
- +31(0)626218954

Zoeken op IP adres

Elke computer die aangesloten is op het internet heeft een eigen uniek IP adres. Hiermee kunnen computers op het internet geïdentificeerd worden. Iedereen die op het internet surft laat digitale sporen achter. Als u een e-mail ontvangt van iemand dan kunt u door de details op te vragen van het e-mailbericht ook achterhalen vanaf welk IP adres de e-mail

verstuurd is. Ook als iemand een formulier invult op uw website kunt u daarbij het IP adres vastleggen. In sommige weblog's of forum's worden IP adressen op de website getoond van diegene die een bericht heeft achter gelaten.

U kunt met een verkregen IP adres ook onderzoek doen naar mensen op het internet. Als u een e-mail binnenkrijgt kunt u het IP adres van de herkomst van de e-mail gebruiken in Google en daarop zoeken. Dit kan tot verrassende resultaten leiden, soms komen er websites in de zoekresultaten naar boven waar de e-mailer een reactie heeft achtergelaten of welke websites deze bezocht hebben. Hiermee kunt u soms ook zogenaamde 'nicknames' (schuilnamen) achterhalen. Met deze resultaten kunt u uw online onderzoek vervolgen.

Om uit te zoeken wat uw IP adres is surft u naar: www.watismijnip.nl

Naast het zoeken op IP adressen kunt u ook zoeken op 'hostname'. Aan elk IP adres wordt namelijk ook een unieke 'hostname' gekoppeld. Ook hier kunt u op dezelfde wijze zoeken zoals met het IP adres. Ook dit leidt regelmatig tot verrassende resultaten.

Domeinnamen

Als u wilt weten welke persoon achter een bepaald domeinnaam zit, gaat u naar www.sidn.nl. Hier vraagt u gegevens op over elk Nederlands domein.

Overig

U kunt verder onderzoek doen in de bekende sociale websites: Facebook, Hyves, LinkedIn, schoolbank.nl, wieowie.nl et cetera.

U kunt ook zoeken in het register van Kamer van Koophandel. Daar is het ook mogelijk om op persoonsnamen te zoeken.

Buitenlandse zoekmachines

Als u op zoek bent naar meer informatie over personen in het buitenland kunt u gebruiken maken van andere zoekmachines:

- People.yahoo.com
- ZabaSearch
- Spock.com
- Nettrace.com: <http://www.nettrace.com.au/resource/search/people.html>
- InternetAddressBook.com
- 123people.com
- Yandex.ru (grootste zoekmachine van Rusland, Google staat daar op nummer 2)
- Baidu.com (grootste zoekmachine van China)
- Cuil.com (opgericht in juli 2008 door ex-werknemers van Google)

14. Adverteren op uw eigenaam

Er wordt in de zoekmachine op internet veel gezocht op persoonsnamen. Als u gaat adverteren voor uw persoonlijke website, adverteer dan altijd op uw eigenaam in bijvoorbeeld Google Adwords. Bijvoorbeeld als u freelancer, consultant of eenmanszaak bent is dit erg handig. U kunt dit in het buitenland, naast Google, ook doen in Yahoo Sponsored search.

Zorg dat de landingspagina, de pagina waar de advertentie naar linkt, daadwerkelijk op een pagina komen die over u gaat. U kunt voor de landingspagina natuurlijk ook gewoon door linken naar uw LinkedIn profiel of ander profiel van een sociale netwerksite.

Als u wilt ontdekken hoe vaak uw naam wordt opgegeven als zoekopdracht in Google kunt u dat hier vinden: <https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal>

15. Domeinnamen

Claim uw eigen domeinnaam! Zelf ben ik in het bezit van mijn naam in .nl en .com. Het is aan te raden om uw naam als domeinnaam vast te leggen. Dit doet u o.a. op www.sidn.nl. De kosten hiervan zijn nihil. Als u het domein niet gebruikt, kunt u het eenvoudig door linken naar uw website of webwinkel.

Foute domeinnamen

Als u aan consumenten verkoopt moet u zeker nadenken over het vastleggen van ‘foute’ domeinnamen om problemen voor te zijn.

35 percent of biggest companies own ____sucks.com³

A study of Fortune 500 and other companies found that one in three have bought the name, say, walmartsucks.com. But corporate attitudes toward hate sites vary widely between, say, Dell and Xerox:

FairWinds based its analysis on 1,058 domain names for companies on the Global 500 and Fortune 500 lists. Of the companies surveyed, 35% own the domain name for their brand followed by the word "sucks." They include Wal-Mart Stores, Coca-Cola, Toys"R"Us, Target and Whole Foods Market, according to FairWinds. Some 45% of these domains have yet to be registered by anyone. The study found that the majority of companies that do own these domain names publish no content on them.

Some have been much more aggressive than others. Xerox, for example, has bought or registered about 20 unflattering domain names, including xeroxstinks.com, xeroxcorporationsucks.com and ihatexerox.net. But other companies, such as Dell, have taken a more hands-off approach. DellisEvil.com, MyDellSux.com and IHateDell.info are for sale, but the computer maker says it has no interest in buying them.

³ Bron: http://valleywag.com/5046116/35-percent-of-biggest-companies-own-____suckscom

Cadeau tip!

Kindje geboren bij u familie, vrienden of kennissen? Geef eens een domein cadeau! Registreer het domein en maak in Word of tekenpakket een mooi 'certificaat' en print deze uit.

16. Sportieve evenementen

Een andere manier om te werken aan uw Personal Brand is door mee te doen aan sportieve evenementen. Als u zich inschrijft voor dergelijke evenementen schrijft u zich dan altijd in met uw volledige naam (geen afkortingen) en uw bedrijfsnaam.



Sportieve evenementen

Ik heb veel reacties ontvangen van relaties omdat ze zagen dat ik heb meegedaan aan sportevenementen. Deze status kunt u al snel bereiken! Eén of twee evenementen per jaar is voldoende! Zelf fiets ik elk jaar de Elfstedentocht en loop ik een halve marathon en wat kortere 'loopjes'.

17. Sponsoring

Met sponsoring helpt u niet alleen een ander maar ook uzelf. Zo kan het sponsoren van enkele evenementen of goede doelen helpen bij de ontwikkeling van uw Personal Brand. Ook hier kunt u zich inschrijven met uw naam en/of bedrijfsnaam.

Als mensen naar u of uw bedrijfsnaam zoeken komt de naam ook naar boven waar u gesponsord heeft. Het is daarom ook belangrijk om niet zomaar iedereen te sponsoren. Het moet wel bij u en uw bedrijf passen.

Sponsoring en belasting⁴

Sponsoring is vaak een belangrijke bron van inkomsten bij de organisatie van een sportevenement. Een sponsor kan zijn bijdrage verstrekken in geld, maar ook in natura. Bijvoorbeeld: een sponsor stelt sportkleding en andere sportattributen ter beschikking, levert auto's of verstrekt eten en drinken. De sponsor krijgt in ruil hiervoor bijvoorbeeld reclameborden, toegangsbewijzen of naamsbekendheid door vermelding van zijn naam op bijvoorbeeld de geleverde sportkleding of auto's. Deze ruilprestaties worden 'bartering' genoemd.

Bij bartering is het belangrijk (en verplicht) dat zowel u als de sponsor een factuur uitreiken voor de waarde van de prestatie. Alleen dan is aftrek van voorbelasting mogelijk. Als uw sponsor een ondernemer is die vrijgestelde prestaties verricht, of als u eten en drinken verstrekt, is de in rekening gebrachte BTW bij uw sponsor niet aftrekbaar als voorbelasting. Als u twijfelt of de sponsoring belast is voor de omzetbelasting, kunt u daarover contact opnemen met de Belastingdienst.

Het uitgangspunt voor de facturering is de overeenkomst die u gesloten hebt met uw sponsor. In de praktijk is de waarde meestal gelijk aan de waarde van de prestaties in het economische verkeer.

⁴ Bron: Belastingdienst:

<http://www.belastingdienst.nl/zakelijk/sportevenementen/sportevenementen-27.html>

Giften en belasting

Maakt u wel eens geld over aan een goed doel of een instelling? Dan is dat een gift. Er zijn twee soorten giften:

- gewone giften
- periodieke giften (giften die u bij een notaris hebt laten vastleggen)

Als u een gift doet, mag u die misschien aftrekken. Voor het aftrekken van gewone giften en periodieke giften gelden verschillende voorwaarden.

Een voorwaarde (sinds 1 januari 2008) voor het aftrekken van een gewone gift is dat u deze gift moet doen aan een Algemeen Nut Beogende Instelling (ANBI).

ANBI⁵

ANBI staat voor: Algemeen Nut Beogende Instelling. Een ANBI is een kerkelijke, levensbeschouwelijke, charitatieve, culturele of wetenschappelijke instelling, of een instelling die op een andere manier bijdraagt aan het algemeen nut. Instellingen kunnen vragen om hen te registreren als ANBI. Als zij aan bepaalde voorwaarden voldoen, worden ze als een ANBI aangemerkt en geregistreerd.

Instellingen in het buitenland

Een ANBI kan gevestigd zijn in een lidstaat van de Europese Unie, de Nederlandse Antillen, Aruba of een ander door ons aangewezen land. Voor meer informatie over giften aan instellingen die in het buitenland zijn gevestigd, kunt u bellen naar de BelastingTelefoon.

⁵ Bron: Belastingdienst.nl

http://www.belastingdienst.nl/zakelijk/nieuwsbrief/2008/01/2008-01-09-02_giften.html

18. Meer over Personal Branding

In dit boek heeft u kennis gemaakt met de basis van Personal Branding, de kracht, middelen en mogelijkheden. Als u zich verder wilt verdiepen in Personal Branding verwijst ik u graag door naar www.personalbrand.nl. Dit weblog wordt onderhouden door drie professionals op dit het gebied van Personal Branding: Huub van Zwieten, Bas van de Haterd en Tom Scholte.

