

► Column

De toekomst is social

► Marjet Rutten
*Innovatieadviseur voor
 de bouw-, vastgoed en
 installatiesector*

‘Een gemiddelde prestatie is niet goed genoeg’



Veel mensen denken dat het met social media niet zo'n vaart loopt. Dat het een hype is. Niets is echter minder waar. Social media gaan, net als e-mail, niet alleen onderdeel uitmaken van onze communicatiestrategie, ze gaan ook onderdeel uitmaken van onze hele bedrijfsvoering. Personeelszaken, klantenservice, logistiek, marketing, research & development... In vele facetten van onze bedrijfsvoering zijn social media in de toekomst (mede) bepalend.

Je kunt je hoofd er voor in het zand steken, maar dat betekent niet dat het als organisatie aan je voorbij gaat. Als je als bedrijf niet zelf actief bent met een blog of twitteraccount, dan wordt er wel over je bedrijf geblogd en getwitterd. En dat hoeft echt niet altijd positief te zijn. Zelf aanwezig zijn is een must geworden. Alleen al om te kunnen reageren op dat wat er wordt gezegd en geschreven over je bedrijf.

En waarom zou je het ook willen ontkennen? Omdat het nieuw is? Eng? Omdat het met onzekerheden gepaard gaat? Heb je het al wel eens van de andere kant bekeken? Dat social media ook een bron van inkomsten kunnen zijn? Wie wil dat (in deze voor velen moeilijke tijden) nou niet? Want met de komst van social media heeft het individu er een kanaal bij gekregen voor het delen van zijn kennis, gevoelens, klachten, ervaringen en aanbevelingen. Daarmee is ook een extra informatiebron ontstaan waar reviews over producten en diensten wijd verspreid zijn. Ieder individu is op zichzelf een communicatiekanaal geworden, dat als een olievlek informatie kan verspreiden.

Dat betekent dat wij over enkele jaren van iedereen kunnen zien met wie hij of zij heeft gewerkt, aan wat voor type projecten en of die mensen tevreden waren met het resultaat. En dat heeft nogal wat gevolgen. Een gemiddelde prestatie is in de toekomst simpelweg niet meer goed genoeg. Want ik wil iemand die bovengemiddeld presteert om zaken mee te doen. En het liefste iemand die tot de top behoort. Bovendien wil ik iemand die met mijn type projecten ervaring heeft met bijbehorende goede referenties. Specialisatie wordt daardoor ook veel belangrijker. Dan kan ik iemand selecteren waarmee ik het minste risico loop teleurgesteld te worden.

Internet en social media dwingen ons dus om onze positionering scherper te formuleren en om excellent te presteren. En als we dat goed doen, kunnen we er geld mee verdienen. Want klanten die tevreden zijn, vertellen het anderen, waardoor je makkelijker nieuwe klanten krijgt. Heb je als organisatie iets interessants te melden, dan verspreidt dit nieuws zich razendsnel, zonder dat je er in hoeft te investeren. Zoek je nieuw personeel? Via social media is het eenvoudig gericht te werven.

Het zijn slechts enkele van vele voordelen, maar het belangrijkste is misschien toch wel dat we op termijn niet meer zonder kunnen. Wil je als organisatie enige grip hebben op wie wat over je zegt? Of wil je als organisatie op de hoogte zijn van wat er om je heen gebeurt, zodat je daar tijdig op in kunt spelen? Dan zul je mee moeten doen. Gelukkig zijn er in iedere organisatie mensen te vinden die dit leuk vinden en die het goed kunnen. Ook in de bouw! De toekomst van de bouw is social! ◀