

It takes two to tango

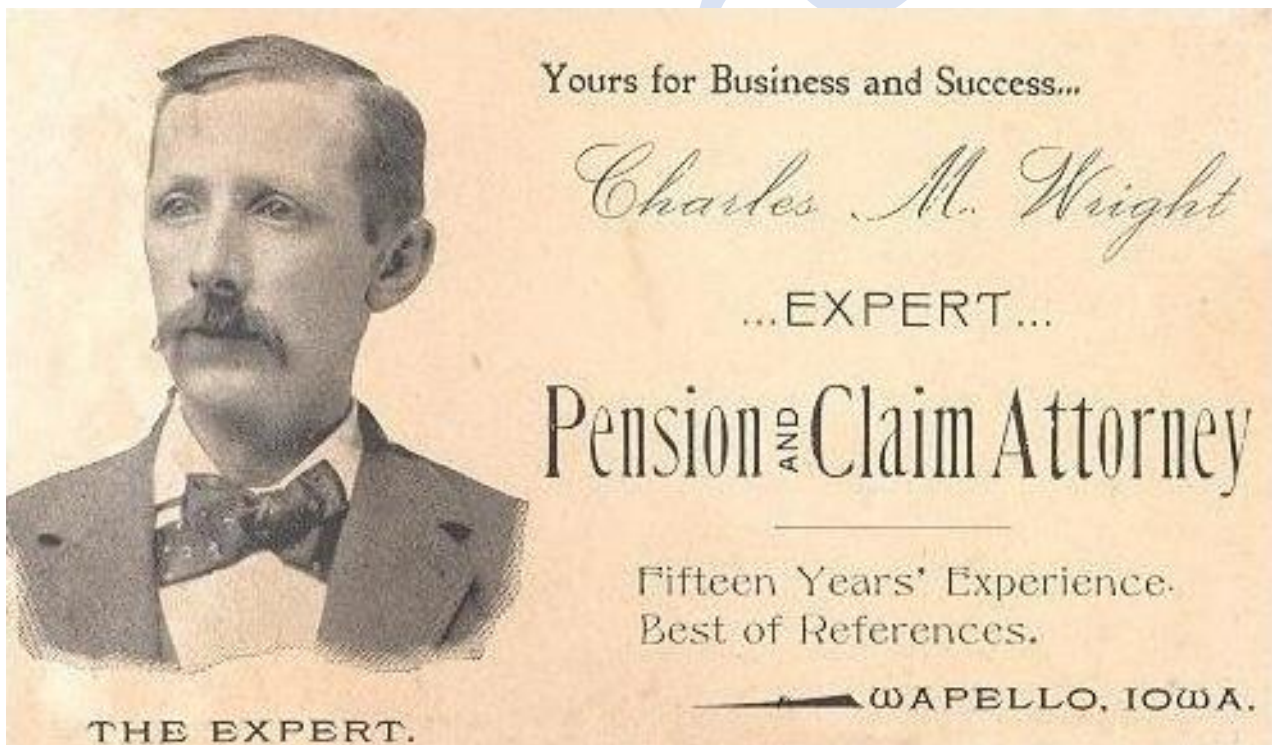


E-boek Het Visitekaartje

Een **visitekaartje**, ook wel naamkaartje genoemd, is van oorsprong een kartonnen kaartje waarop belangrijke contactgegevens staan en die zo kan bijdragen aan een soepeler toekomstig contact.



Bekijk een visitekaartje uit 1895. Een afbeelding van de persoon, een tekening of een ets werd veelal op het kaartje geplaatst.



De oorsprong van het visitekaartje was een kaartje met de naam van de bezoeker dat werd achtergelaten als iemand niet thuis was.

Het kaartje telde dan als een bezoekje.

Tegenwoordig worden de social media ook beschouwd als jouw visitekaartje, zorg voor een goed en bijgewerkt profiel op alle social media.



Voorwoord

Enige tijd geleden schreef ik een kort artikel op mijn blog over het visitekaartje waar erg positief op gereageerd werd.

Ook in volgende artikelen, zowel op mijn blog als op de social media, zoals LinkedIn, ontving ik veel reacties en bedankjes. Een aantal van deze reacties deel ik graag in dit e-book.

Mede door de reacties heb ik een beetje verdiept in de geschiedenis en de trend op het gebied van visitekaartjes ook in combinatie met de tijdgeest waarin we leven, zoals bijvoorbeeld de gedachte dat met de komst van de deze tijd is.

In dit e-book heb ik tal van tips opgenomen, aan jou de keus wat je ermee doet. Ook de reacties en tips van anderen zijn hierin verwerkt.

Wijzigingen en nieuwe artikelen zullen in de loop der tijd worden toegevoegd en zijn beschikbaar voor de leden van Netcircuit. De wijzigingen worden niet opgenomen in de gratis versie van het e-boek.

Ik wens je veel leesplezier en wellicht kan je de tips gebruiken bij het ontwerpen van jouw visitekaartje.

Met vriendelijke groet,



Jacques Bais
Netcircuit

It takes two to tango





Wat moet er op en visitekaartje?

Denk goed na over wat je op een visitekaartje zet. Gegevens kunnen snel veranderen, denkend aan een verhuizing, ander telefoonnummer of andere functie. Zet bij voorkeur die gegevens op het kaartje die niet snel veranderen, dat voorkomt dat je nieuwe kaartje moet laten maken of voor je een kaartje geeft eerst met de pen wijzigingen moet aanbrengen. Een visitekaartje met verouderde gegevens kan tot verwarring leiden.

De noodzakelijke gegevens op een visitekaartje zijn voornamelijk je contactgegevens:

- Je bedrijfslogo
- Bedrijfsnaam en het bezoekadres
- Je eigen naam
- Je telefoonnummer, eventueel je mobiele nummer
- Je e-mailadres
- Je website

Bij bedrijfsnaam zet de volledige bedrijfsnaam met de juridische bedrijfsvorm op je kaartje, de naam die men kan gebruiken. Een bezoekadres is handig voor als een afspraak maakt. Een postadres kan eventueel ook vermeld worden, maar is niet strikt noodzakelijk.

Je eigen naam, wat wil je dat er vermeldt wordt, alleen je naam met voorletters (eventueel met je roepnaam erbij? Wil je jouw titulatuur erbij? Bedenk hierbij aan wat je wil uitstralen, voor een meer zakelijk contact is dan aan te bevelen je naam met voorletters en titulatuur met je voornaam tussen haakjes voor de persoonlijke touch. Wil je het persoonlijker houden vermeld dan alleen je voornaam tussenvoegsel en achternaam.

Het is gebruikelijk om voor het telefoonnummer, e-mailadres en website ook een icoontje te plaatsen, noodzakelijk is dat niet, men kent tegenwoordig de betekenis.

Je mobiele nummer is persoonlijk (ook al wordt het abonnement door de baas betaald). Weglaten van het mobiele telefoonnummer kan handig zijn.



Bijvoorbeeld als je bij het overhandigen van je visitekaartje zegt: "ik zal ook mijn mobiele nummer erbij zetten, dan ben ik voor jou altijd bereikbaar".

Dit geeft je gesprekspartner het gevoel dat je hem of haar belangrijk vindt. Het geven van je mobile nummer kan alleen als je een goed gesprek hebt gehad en de ander echt interesse heeft getoond.

Daarnaast kan je overwegen nog andere bedrijfs- of persoonlijke informatie op het visitekaartje te vermelden om de herkenbaarheid van jezelf te vergroten of nieuwsgierigheid van de ontvanger op te wekken. Hou daarbij goed rekening met de leesbaarheid.

Teveel informatie zal al snel leiden tot een kleiner lettertype en maakt het kaartje minder goed leesbaar. Hou het kaartje goed leesbaar en wil je toch meer informatie kwijt op je kaartje, gebruik dan ook de achterkant of een dubbel (gevouwen) kaartje.

Bedenk wel dat veel visitekaartjes in een map worden opgeruimd en dan is meestal alleen de voorzijde zichtbaar.



Wat kan je eventueel nog meer op een visitekaartje zetten.

Een korte tekst van wat je bedrijf doet.

Een bedrijfsnaam maakt niet altijd duidelijk wat het bedrijf doet. Bijvoorbeeld als de naam van de eigenaar ook de bedrijfsnaam is. Bij Firma de Boer kan je de tekst "Groothandel in natuursteen" kunnen toevoegen.

Je foto op je visitekaartje?

Een (pas) foto maakt het visitekaartje nog persoonlijker en de ontvanger ziet direct weer je gezicht. Als je een foto op je kaartje plaatst neem dan een kaartje dat gedrukt is op fotopapier, op normaal papier komt de foto er meestal niet goed uit te zien.



Een QR code of Barcode

Een QR code geeft aan dat je met de tijd meegaat. Ook hier gelden een paar regels. Bedenk dat je iemand vraagt moeite te doen om de QR code te lezen en de verwachting is dan om iets bijzonders terug te ontvangen.

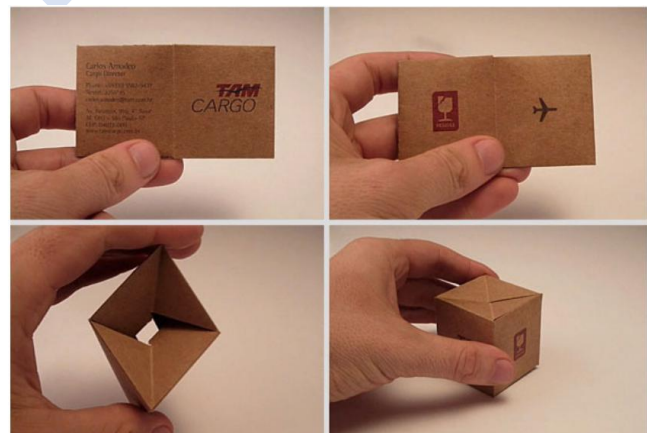


Visitekaartjes gaan lang mee, iemand kan zelfs na 2 jaar je visitekaartje ter hand nemen en de QR code scannen, zorg ervoor dat de link blijft bestaan als je gebruik maakt van de QR code.

Een social media account, bijvoorbeeld Twitter, Facebook. Of LinkedIn Vermelden van de social media icoontjes met gebruikersnaam komt steeds vaker voor. Maak deze icoontjes zeker niet groot, liever nog hou deze klein.

Vermelding geeft wel aan dat je een account hebt, men is echter meer geïnteresseerd in je website, immers daar komt veel beter naar voren wie je bent en wat je doet.

De vraag is, heb je liever bezoekers op je website of bezoekers aan je social media?



Een (Bedrijfs-) slogan of one-liner op jouw visitekaartje?

Een slogan geeft kort en bondig aan wat de kern is van je bedrijf en roepen als deze herhaaldelijk worden gebruikt de associatie op met jou of je bedrijf.

“Als je lang genoeg iets herhaalt, wordt het onthouden.”



Een korte slogan vermelden op je visitekaartje draagt bij aan die associatie. Handig is om je bedrijfs- of merknaam in de slogan op te nemen.

Enkele herkenbare slogans zijn bijvoorbeeld:

"Just do it"(Nike)

"Miele, er is geen betere"

"Reaal regelt het allemaal"

"Even Apeldoorn bellen"



Een foto die de aard van het bedrijf duidelijk laat zien (kan een product zijn)

Wil je meer nadruk leggen op het bedrijf kan je een foto of tekening op het kaartje plaatsen.

Wat niet aan te raden is om zowel een foto van jezelf en een foto van het bedrijf of product op het visitekaartje af te drukken.

Maak van het visitekaartje geen mini-folder, het gaat de ontvanger in eerste instantie om de persoon.



Ruimte om een aantekening te maken

Je kan de ontvanger ruimte bieden om een aantekening te maken, vaak op de achterkant, bijvoorbeeld waar en wanneer men je heeft ontmoet, hoe het gesprek was en dergelijke. Handig om later nog eens aan te kunnen refereren. Een consultant liet ruimte over voor een afspraak(?).

Belangrijk bij ruimte voor notities is de vraag wat doet men met de ontvangen visitekaartjes. Verdwijnen de visitekaartjes in een map dan zijn notities veelal niet direct te lezen.



Als je een aantekening maakt op een visitekaartje zorg er dan voor de aantekening direct te verwerken. Een aanrader is zet de gegevens in je CRM systeem of contacten van bv. Outlook. Is er een actie afgesproken voer deze dan direct uit.

Wil je ruimte voor notities op je visitekaartje hou dan rekening met het soort en de kleur van het kaartje dat je wil gaan gebruiken. Op een wit papieren kaartje is goed te schrijven, probeer het ook eens op een gelamineerd of plastic kaartje! Of op een kaartje met een donkere achtergrond!

Wanneer wissel je visitekaartjes uit?

Ideaal is het wanneer je gesprekspartner vraagt om jouw visitekaartje.

Je kan de ander altijd vragen om zijn of haar visitekaartje en dan ook jouw kaartje aanbieden.

Dit geeft je de gelegenheid om de volgende dag per e-mail te reageren, waarin je hem of haar bedankt voor het gesprek, het gesprek kort resumeert en een vervolgactie voorstelt.

Het geeft je vervolgens ook de gelegenheid hem of haar daarna (een paar dagen later) te bellen om hem uit te nodigen of om een afspraak te maken. Hierdoor wordt het contact warm gemaakt.

Je mag om een visitekaartje vragen, ook als je gesprekspartner er niet om vraagt en ook geen initiatief toont om een visitekaartje te geven. Vertel er in die situatie bij waarom je zijn of haar visitekaartje graag wil ontvangen.

Je Online Visitekaartje.

Je vermelding en je uitingen op je website en de social media, zoals LinkedIn, Facebook, Twitter, Instagram enzovoorts maken tegenwoordig ook deel uit van jouw visitekaartje. Mensen die een visitekaartje ontvangen nemen (bij belangstelling) al snel een kijkje op de social media en dan kan het gebeuren dat men dan ook contact met je wil hebben via de social media.

Een advies is dan ook: Zorg voor het juiste profiel, controleer je profiel en zorg dat je profielen "Up-to-Date" zijn.

Informatie over zakelijk netwerken vind je op www.netcircuit.nl