

# In gesprek met Peter Zwets

## “Eerst het plaatje, dan het praatje”

Peter Zwetsloot uit Hoofddorp is zelfstandig (communicatie)ondernemer in met name de grafische sector en heeft de ontwikkeling van sociale media van dichtbij meegemaakt. Peter wilde graag wat vertellen in de Insight over invloed van digitalisering vandaag de dag en de kracht van de sociale media.

### Eerst even wat achtergrondinformatie

Ik kom van origine, voor dat ik zelfstandig werd, uit de grafische sector. Ik werkte namelijk bij een drukkerij als marketeer. Op een gegeven moment kwam door een reorganisatie mijn baan op de tocht te staan. Achteraf gezien was dit geen slechte ontwikkeling, want ik zag altijd al mogelijkheden om als zelfstandige drukkerijen te assisteren om te communiceren. Ik kwam namelijk altijd in december bij veel drukkerijen en het was altijd zo: ‘Volgend jaar willen we meer naar klanten toe’ maar een jaar later was dit weer het voornemen voor het volgende jaar. Toen ging er bij mij een lampje branden en heb ik besloten om als zelfstandig communicatie-ondernemer deze drukkerijen te helpen om meer aandacht te krijgen bij klanten en de communicatie op orde te brengen.

### Peter, jij bent inmiddels al 21 jaar zelfstandig ondernemer. Als we terugkijken op deze periode, wat is de invloed van de digitalisering geweest?

In mijn begintijd als ondernemer stond het internet nog in de kinderschoenen en de meeste bedrijven konden hier ook nog niet zo goed mee omgaan. Dit blijkt uit het feit dat de bedrijven op het internet communiceerden, zoals het toen ging op papier. Wat ik daar concreet mee bedoel: op de website gaat het om de plaatjes en in mindere mate om de praatjes: die moeten kort en krachtig zijn. In mijn begintijd stond er nog veel te veel tekst in een nieuwsbericht van een bepaald bedrijf. Inmiddels hebben de meeste bedrijven deze omslag wel gemaakt en meer aandacht besteedt aan de verhouding tekst/beeld om zo meer rendement uit hun website te halen.

### En wat is de rol van de sociale media hierin geweest?

De rol van de social media hierin is om aandacht te trekken voor de website. Ik zie deze verdeling als volgt: *“De website moet je zien als je winkel, hier je kan alles vinden wat je verkoopt, wat je doet en de social media als het winkelplein. Die zet je in om mensen naar je winkel te krijgen.”*

### In hoeverre heeft de sociale media zich ontwikkeld in jouw bedrijfstak?

Dat heeft zeker een sterke ontwikkeling door gemaakt. In het verleden stonden veel bedrijven hier afwachtend tegenover. Vooral de oudere generatie had koudwatervrees. Tegenwoordig worden nieuwtjes eerst via social media gedeeld. Die rol had vroeger de vakpers, maar dat is achterhaald. Zeker de gedrukte vakbladen hebben geen functie meer, want als het gedrukt is, is het al oud nieuws. Met sociale media kunnen bedrijven beter op de actualiteit inspelen en hebben de regie van nieuwsverspreiding in eigen hand.



# Esloot Communicatie | PZC

Verplaatst het netwerken zich meer naar de digitale weg of blijft de klassieke manier, face to face, toch nog wel leidend?

Het klopt dat LinkedIn er wel bij gekomen is om je netwerk je vergroten. Maar het is niet zo dat het een het ander uitsluit, kwalitatief blijven de een-op-een gesprekken om zo je netwerk te verbreden toch het beste. Het vult elkaar aan zeg maar.

Ik kom regelmatig op netwerkbijeenkomsten en daar merk je dat het belang van visitekaartjes afgenomen is: niet iedereen bezit visitekaartjes of is ze vergeten. Wel ontvang je na een bijeenkomst vaak direct een verzoek voor aansluiting op elkaars LinkedIn netwerk.



Wat zijn de tips voor studenten op gebied van netwerken en het gebruik van social media op zakelijk gebied?

De een-op-een gesprekken is kwalitatief de beste weg om je netwerk te vergroten. Als we het hebben over netwerken via de digitale weg is het essentieel belang dat je regelmatig wat post om te laten weten 'dat je er bent' en 'er toe doet'. Uit mijn ervaring gaat het vaak zo: op een bijeenkomst spreek je iemand en dan is het de kunst deze relatie regelmatig op de

hoogte te houden waar jij je als professioneel mee bezighoudt. Mocht er binnen jouw netwerk een opdracht vrijkomen, dat jij dan als gelukkige bent en er verder contact gezocht wordt. Het gaat bij social media om: zaaien, zaaien, zaaien en op een gegeven moment oogsten. Kortom, hier gaat dus een heel proces aan vooraf waarin netwerken op de klassieke manier en de digitale weg elkaar dus aanvullen.