

## **Vertalen & Marketing: netwerkmiddag Notten Translations 8 april 2006**

[Notten Translations](#) houdt ieder half jaar een netwerkmiddag voor vertalers, met steeds een ander thema. De derde editie, op 8 april in Café de V in de mooie Delftse binnenstad, stond in het teken van marketing. Rond de dertig aanwezigen stortten zich deze middag op de elevator pitch en het schrijven van een offerte en gingen in discussie met elkaar, onder de bezielende leiding van Jan-Willem Seip van [Vendicum](#) ( - *salesimpuls door coaching*) en Miriam Notten van [La Red](#) ( - *netwerken en relatiebeheer*).

### **Elevator pitch**

'Verleiden, veroveren, een onweerstaanbare indruk achterlaten.' Zo introduceerde Jan-Willem Seip de *elevator pitch*: het verhaal dat je afsteekt als je met de hoogste baas in de lift staat en jezelf in dertig seconden moet 'verkopen'. Aan de orde kwamen onder meer de doelgroep voor je pitch – juist je naaste omgeving is belangrijk als potentiële ambassadeur -, het niveau van je verhaal – in eerste instantie geschikt voor 14-jarigen en aanpasbaar aan je gesprekspartner - en lichaamstaal. Het doel: duidelijk maken dat je iemands leven makkelijker kan maken met je aanbod. Vele tips en trucs passeerden de revue, waarna de deelnemers hun pitch op elkaar oefenden en in het voorbijgaan prettig feedback leerden geven.

### **Netwerken**

Opmerkingen over bodemtarieven die ongekwalificeerde vertalers hanteren boden de tweede spreker op deze marketingbijeenkomst, Miriam Notten van La Red, een mooi bruggetje naar haar specialisme: het netwerken. Volgens Notten zouden vertalers meer aan hun imago kunnen werken via hun contacten, wat ze illustreerde met een aantal voorbeelden. Om verder te gaan over de waarde van de invité: je kunt elkaars elevator pitch houden. Vertellen: 'dit is mijn zus Francis Notten en zij heeft alle vertalingen voor Lockheed Martin gedaan rond de opdracht voor de JSF' werkt veel beter dan je eigen loftrompet steken.

### **Offerte schrijven**

Tweede onderwerp van de middag was de offerte. Opvallend thema binnen dit onderdeel was de persoonlijke noot. Een offerte mag origineel zijn en creatief. Inhoudelijk gaat het er bij een offerte om je bewust te zijn van de waardebalans. 'Peil je marktwaarde!', benadrukte Seip, die verder veel adviezen in petto had rond de tekst, onderhandelen en het verdere traject. Ook hier werden de deelnemers aan het werk gezet en wel aan de hand van een briefing, waarna de creatieve hoogstandjes uitgewisseld werden.

### **Afsluiting**

Tot slot werd geïnventariseerd wat de deelnemers aan de bijeenkomst hadden gehad. Een eye-opener voor velen was de persoonlijke en creatieve noot in de offerte. 'Straks ga ik het nog leuk vinden!' vatte een deelneemster het algemene gevoel samen. Dat een elevator pitch niet zo gekunsteld is als het klinkt was een prettige gewaarwording. Naar aanleiding van de problemen met bodemprijzen werd het voorzichtige idee geopperd om het imago van vertalers aan bod te laten komen op een van de volgende bijeenkomsten.

---

Zien wat Jan-Willem Seip van Vendicum nog meer doet of zijn gratis nieuwsbrief ontvangen? Ga naar [www.vendicum.nl](http://www.vendicum.nl)  
Waarom zijn netwerken van waarde, volgens Miriam Notten van La Red? Lees het op [www.lared.nl](http://www.lared.nl)

Tekst: [www.annehottenhuis.nl](http://www.annehottenhuis.nl)