

Inhoud

Voorwoord	13
Inleiding	17
1. Bezin en win!	25
1.1. De dochter van de fietsenmaker heeft altijd een lekke band	25
1.2. Drie kernproblemen waar je tegenaan loopt	28
1.3. Ik spreek mensen liever in het echt	31
1.4. It's not about the money! Toch?	34
1.5. Wie beoordeelt wie?	35
1.6. Rupsje Nooitgenoeg	37
1.7. Ik heb geen tijd	39
1.8. Claim je waarde	41
1.9. Zichtbaar worden	43
1.10. Wat is marketing voor jou?	43
1.11. Wat is een call to action?	46
1.12. Afsluitende opdracht	47
2. Kies of verlies!	53
2.1. De meest gemaakte vergissing	53
2.2. Je cliënt op het witte paard	54
2.3. Drie veelvoorkomende redenen waarom je niet durft te kiezen	55
2.4. Vier voordelen wanneer je kiest voor je ideale cliënt	57
2.5. Vijf simpele manieren om de ideale cliënt te kiezen	60
2.6. Plak een etiket op je ideale cliënt	64
2.7. Afsluitende opdracht	66

3. De cliënt zijn probleem is jouw uitnodiging	71
3.1. De waarde zit in het probleem	71
3.2. Drie stappen om het probleem van de cliënt helder te krijgen	73
3.3. Eenvoudige marktonderzoekjes	76
3.4. Top-of-mind probleem	79
3.5. Afsluitende opdracht	82
4. De transformerende oplossing	85
4.1. Vijf succesvolle verdienmodellen	85
4.2. Nadelen uurtje-factuurte werken	91
4.3. Piramide van succes	95
4.4. Drie voordelen van high-end programmagericht werken	100
4.5. Omhels de high-end mindset	103
5. Hoe je een cliëntmagnetisch high-end programma creëert	109
5.1. Stap 1. Selecteer één probleem om op te lossen	109
5.2. Stap 2. Creëer je unieke systeem	109
5.3. Stap 3. Bepaal je programma-blauwdruk	114
5.4. Stap 4. Creëer de inhoud van je programma	117
5.5. Stap 5. Geef je programma een cliëntmagnetische titel	121
5.6. Stap 6. Prijs je aanbod en maak het onweerstaanbaar om in actie te komen	122
5.7. Stap 7. Zorg voor een follow up	127
5.8. Cliëntmagnetische gesprekken: van interesseren naar investeren	129
6. Prominent in beeld	141
6.1. De 5 P's	141
6.2. De 5 A's	144
6.3. Prominente persoonlijkheid	147
6.4. De kracht van jouw visitekaartje	150
6.5. Website als cliëntaantrekker	152
6.6. Listbuilding	158
6.7. Nieuwsbrief	160
6.8. Pitch yourself	162

6.9. Schrijf een boek	164
6.10. Video is de grootste marketingtrend	166
6.11. Toe aan je eigen sociale mediastrategie?	168
6.12. Content marketing	171
6.13. Informatieve marketing door te bloggen	175
6.14. Webinars en teleseminars	179
6.15. Jouw inzet van sociale media	183
6.16. Tools om te meten	213
6.17. Community bouwen	214
6.18. Spreken is marketing	217
7. De nieuwe marketingstrategieën	225
7.1. Referral marketing	225
7.2. Joint venture (samenwerking)	227
7.3. Affiliate marketing	233
7.4. Crowdfunding Sponsoring	235
7.5. Conclusie	236
8. Excuustruus of excuusguus	239
8.1. 101 veel voorkomende excuses	240
8.2. Ter afsluiting	257
Warm aanbevolen literatuur	259
Dankwoord	261
Over de auteurs	263
Advertorial	270

Voorwoord

Het delen van levenslessen. Ik leverde een bijdrage aan een avond waarop over dit thema gesproken werd. Een van de lessen die ik met het publiek deelde, was het durven loslaten van oude zekerheden. Als je ervan overtuigd bent dat je iets speciaals te brengen hebt in de wereld, dan rest je niets anders dan die stem te volgen. *Dat is eng.* Dat klopt. Het levert verzet op. Ook dat klopt. Maar het levert ook energie op, levensvreugde en voldoening.

Een andere les die ik deelde, was het openstaan voor verrassingen: wat op je pad komt met een open geest ontvangen en soms, gewoon omdat iets je dat ingeeft, een zijpad inslaan. Ik houd van onverwachte vragen, uitnodigingen om mee te doen aan programma's waar ikzelf nooit aan gedacht zou hebben. Op zo'n gelegenheid ontmoette ik Jeanet. Binnen een kwartier vroeg ze mij om een voorwoord voor dit handboek te schrijven. En ik zei ja.

Coaches en therapeuten hebben zo hun gewoontes en overtuigingen in het vormgeven van hun eigen praktijk. Ik ben daarin geen uitzondering. De confrontatie die Sandra en Jeanet in dit handboek met de lezer aangaan, is open en pittig. Mijn wangen kleurden rood bij de vele momenten waarop ik mijn eigen (vaak belemmerende) overtuigingen herkende. De schrijvers houden een spiegel voor aan de lezer, nodigen hem uit daarin te kijken en vervolgens helpen zij om nieuwe stappen te durven zetten.

Mijn core business was jarenlang het coachen van mensen met werk-

gerelateerde zingevingsvragen. Ik deed dat volgens wat Sandra en Jeanet het *uurtje-factuurmodel* noemen. Wil je (ruim) kunnen leven van je praktijk, dan raden zij het af volgens dit model te werken. Hun stelling is: **geld verdienen mag en kan**. Ook, of misschien wel juist, als je de drive en de deskundigheid hebt om mensen te helpen een vraag/probleem op te lossen. Je moet dan wel anders gaan denken en werken.

Het uitgangspunt is dat als je iets waardevols te bieden hebt aan de mensheid je dit ook voor zo veel mogelijk mensen toegankelijk moet maken. Met andere woorden: *gun de wereld jouw talent*. Dat kan alleen door te zorgen dat je zichtbaar bent en bekend en succesvol wordt.

Ook ik worstel met de ogenschijnlijke tegenstrijdigheid van met hart en ziel doen waar je goed in bent, daar mensen mee helpen, maar daar ook geld mee willen verdienen. Liefst meer dan ik nu doe. Hoewel ik tegenwoordig mijn tijd voornamelijk besteed aan schrijven en het geven van lezingen, gelden dezelfde vragen als toen ik nog volop coach was: Hoe zorg ik ervoor dat mijn boeken gelezen worden, mijn naam bekend is, ik podia vind voor mijn lezingen en literaire concerten?

Het boek daagt je als lezer uit om je product scherp af te bakenen en te formuleren. Wat is er specifiek aan wat jij kan? Ik voelde me meteen geprikkeld om daar goed over na te denken. Waarschijnlijk bied ik mijn product nog lang niet duidelijk genoeg aan, omdat ik zelf nog niet goed weet wat precies de kracht van mijn product is. Al lezend werd ik steeds enthousiaster. Een wereld aan mogelijkheden die ik kan onderzoeken en uitproberen ging voor mij open. Ik kan nog veel zichtbaarder worden via Facebook en Twitter. Ik blog af en toe, maar de frequentie kan zeker omhoog. Stap voor stap leiden Jeanet en Sandra de gebruiker van hun boek naar een meer zichtbare en succesvolle manier van werken. De inhoud daagt uit om na te denken en om daadwerkelijk in beweging te komen, een andere benadering te kiezen en nieuwe dingen uit te proberen.

Dit handboek is geschreven voor coaches en therapeuten. Ik weet zeker dat voor veel van hen een wereld opengaat als ze dit boek lezen. Ik ben ervan overtuigd dat het handboek ook voor vele andere professies zijn waarde zal bewijzen, bijvoorbeeld binnen de wereld van de kunsten waarin ik mijzelf steeds meer begeef.

Ik wens de lezer veel plezier bij het lezen van dit boek, maar vooral bij het gebruiken van de vele prikkelende, verrassende en direct toepasbare suggesties die Sandra en Jeanet doen.

Joshua Zwaan
www.joshazwaan.nl

Inleiding

Soms heb je van die dromen die je wakker houden,
totdat je ze uitvoert.

LOESJE

Heb je het gemerkt? Er is een revolutionaire omwenteling gaande in de mogelijkheden waarop jij je praktijk kunt voeren. Internet heeft het landschap drastisch veranderd, zodat de manieren om in contact te komen met je potentiële cliënten, alsook met ze te werken, veel simpeler en lucratiever kunnen zijn. Er zijn manieren in opkomst om geld te verdienen die veel meer kansen bieden dan betaald te worden met het gangbare verdienmodel: het uurtje-factuurmodel, oftewel betaald worden voor de tijd waarin je met je cliënten werkt.

Omdat wij zelf meelopen in deze boeiende revolutie, ons kennis eigen hebben gemaakt, deze toepassen en nieuwe kennis eigen blijven maken, kunnen wij je uit persoonlijke ervaring vertellen hoe vervullend het is als jij je passie voluit kunt delen en er een hele goede boterham mee kunt verdienen.

Hoe is dit boek eigenlijk tot stand gekomen?

Wij, Sandra en Jeanet, kennen elkaar sinds 2012. Wij volgden elkaar al een tijdje via social media en in 2013 kwamen we elkaar tegen bij een event. Omdat we via social media al contact hadden, kwam er meteen een goed gesprek op gang bij die persoonlijke ontmoeting.

Gevolg was dat Jeanet een online programma van Sandra ging testen. En af en toe gingen we samen lunchen om te masterminderen over ondernemerszaken. Aan het begin van 2014 ontstond tijdens zo'n lunch het idee om dit boek te schrijven. Gevolg is dat we in oktober 2014 een week in Porto, Portugal, zijn geweest om het boek te schrijven. En hier dan het resultaat!

Waarom moet je dit boek lezen?

Met dit boek willen wij jou inspireren een praktijk en leven te creëren waar jij van houdt, door te doen waar je passie ligt en waar je goed in bent. Niet ooit of later, maar zo snel mogelijk.

Wij geloven dat er geen beter moment is dan dit moment om jouw praktijk en leven te creëren op jouw voorwaarden. Wij hebben dan ook ons best gedaan je te laten zien en bewijzen wat hierin voor jou mogelijk is.

Doen wat je graag doet en je talenten en wijsheid delen, staat of valt met het hebben van een doelgroep die dat wat jij hebt te bieden graag wil ontvangen. Het vinden en hebben van cliënten is dus essentieel. Uiteraard betalende, tot zelfs goed betalende, cliënten zodat jij op een goede manier in je levensonderhoud kunt voorzien. Als jij dezelfde passie deelt als wij om van dienst te willen zijn, help je het liefst iedereen waarvan je weet dat hij baat heeft bij jouw hulp. Een eigenschap die zowel valkuil als kwaliteit kan zijn, en we laten je in dit boek zien wanneer het de een of de ander is.

Het gaat ons oprecht aan het hart als we zien hoe vele collega professionals ploeteren om een florerende praktijk op te bouwen. Een worsteling veroorzaakt door diverse factoren, waarvan gebrek aan juiste informatie en kennis hoe het wel zou kunnen één van de belangrijkste is. Zoals met alles geldt: het is niet moeilijk, als je maar weet hoe en je bereid bent jezelf ervoor in te zetten. Als je op zoek bent naar het hoe, kun je veel tijd besteden aan het zelf ontdekken hiervan of je gaat het halen bij iemand die hier het antwoord op heeft

en dit hoe zelf ook succesvol doet. Dat is wij zelf ook continu doen door ons te laten coachen en bij te blijven leren.

Wij staan ervoor dat jij de vrijheid hebt om jouw leven en praktijk te creëren zoals jij dit graag wilt. Waarbij jij je niet laat beïnvloeden en tegenhouden door de mindset en ervaringen van anderen die ploeteren en zeggen dat het lastig is, omdat het economische crisis is, instanties niet meewerken of welke argumenten er ook maar worden gebruikt. Houd jezelf niet klein door het wellicht goedbedoelde, maar beperkende denken van je omgeving. Hun denken hoeft niet jouw denken en realiteit te zijn. Laat je vooral inspireren door voorbeelden, ervaringen en kennis die je tonen dat het écht mogelijk is: een succesvolle en bloeiende praktijk.

Voor wie is dit boek?

Dit boek is niet voor die therapeuten, counselors en coaches die een hobby en 'praktijkje' hebben in plaats van een serieuze onderneming. Het is dan nog steeds interessant om te lezen, maar onze ervaring is dat dan de passie en mindset ontbreekt om een succesvolle en bloeiende praktijk op te bouwen. Dat vraagt namelijk commitment en volhardendheid.

Heb je wel deze passie en gedrevenheid om iets moois en waardevols te manifesteren waarmee je op een goede manier in je levensonderhoud kunt voorzien, dan is dit boek voor jou. Jij bent onze ideale lezer, wij raken in vuur en vlam voor jou, want jij geeft betekenis aan wat wij doen.

Dit boek is dan voor jou als je net startend bent of nog studierend op een beroepsopleiding, en je wilt effectief je praktijk van de grond tillen. Dit boek gaat je dan helpen om je eerste twee á drie cliënten aan te trekken, die geloofwaardigheid en social proof voor jou creëren zodat het makkelijker wordt om meer van jouw ideale cliënten aan te trekken.

Het boek is voor jou als je al enige tijd een praktijk hebt, worstelt om keer op keer nieuwe cliënten aan te trekken en een goede boterham te verdienen met wat je doet. Misschien combineer je het zelfs wel met een (parttime) baan omdat je denkt dat je die ernaast nodig hebt vanwege financiële zekerheid. Vermoedelijk zou jij je baan meteen opzeggen als wij je vertellen dat jij met je praktijk alleen meer dan genoeg inkomsten kunt realiseren. Wij hebben in elk geval nog nooit iemand horen zeggen dat ze dan nog hun baan ernaast zouden houden!

Het boek is ook voor jou als je al enige tijd met cliënten werkt, maar een terugval ervaart in je inkomsten, bijvoorbeeld doordat je agenda leegloopt en je gealarmeerd raakt door allerlei externe ontwikkelingen, zoals de financiële crisis waar men het steeds over heeft en teruglopende of zelfs beëindigde vergoedingen van zorgverzekeraars. We hebben door dit laatste inderdaad omzetten drastisch zien afnemen bij collega's, maar allen werkten zij volgens één verdienmodel: het uurtje-factuurtjemodel. Dit boek toont je andere mogelijkheden.

Dit boek is voor jou als je vindt dat je al een bloeiende praktijk hebt, zelfs helemaal vol zit, en de toestroom niet aan kan, misschien zelfs privé-tijd tekortkomt en nog steeds volgens het uurtje-factuurtjemodel werkt. Je wilt heel graag een oplossing hiervoor die win-win is voor jezelf en je cliënten.

Mark Your Thing!

Het is wel duidelijk... dit boek gaat over marketing. Sandra noemt het ook wel 'Mark Your Thing!' Ga voor jouw ding staan, jouw passie, claim jouw waarde, jouw service. In dit boek beschrijven wij marketing met een menselijke component. Dus geen harde verkoop, maar wel verkoop. Want verkopen is een aspect van ondernemersspel: jij hebt iets aan te bieden waar de cliënt behoefte aan heeft en voor deze uitwisseling wordt betaald. De marketing en verkoop in dit boek is er een die gebaseerd is op vertrouwen, op het kennen van je cliënt,

weten wat hij nodig heeft en een goede oplossing voor hem hebben. Wij reiken je aan hoe je dit integer en authentiek kunt doen zonder ‘verkoperig’ te zijn.

Het kan wellicht vreemd in je oren klinken, maar marketing helpt je een betere therapeut en coach te worden. Je denkt waarschijnlijk: Je wordt toch juist een betere therapeut door te blijven investeren in inhoudelijke opleidingen, bijscholingen, supervisie en intervisie. Deze gedachtegang is kenmerkend, vooral omdat de professionele beroepsverenigingen zich hierop concentreren. Je zult vast niet ontkennen dat je in elk geval een betere professional wordt als je veel ervaring kunt opdoen.

Zo ben je ook nog geen goede chauffeur als jij geslaagd bent voor je rijbewijs en ook niet als je nog allerlei autorijcursussen blijft volgen. De echte ervaring komt als jij het in de praktijk gaat toepassen en je het geleerde implementeert en ervaringskennis opdoet. Marketing maakt het je mogelijk om dat wat je hebt geleerd in de praktijk toe te passen door makkelijker cliënten aan te trekken. Per slot van rekening zul je zichtbaar moeten zijn om gezien en gevonden te kunnen worden door je cliënten. Hierdoor bied je niet alleen extra waarde, maar doe je veel meer ervaring en kennis op. Dit komt je cliënten weer ten goede doordat ze nog beter en sneller resultaat halen. Het wordt een opgaande zichzelf versterkende spiraal van steeds meer waarde bieden en groeien als professional.

Wij zien veel collega's duizenden euro's investeren in nieuwe inhoudelijke opleidingen, workshops, trainingen in de hoop dat ze hun cliënten dan nog beter kunnen helpen of beter kunnen aantrekken. Wij pleiten dat je serieus een grotere investering in marketing overweegt, eventueel met coaching want dat werkt extra versnellend. Want veelal niet nóg een inhoudelijke opleiding maar kennis hoe jij je cliënten aantrekt, gaat jou veel waarschijnlijker geven wat je graag wilt... je vak en passie uitoefenen. Het feit dat je dit boek momenteel in handen hebt en dit leest, is in elk geval een positieve stap. Wij hopen dat er nog veel meer volgen.

Dit marketing handboek gaat je dus helpen om je praktijk succesvol te maken. Sneller dan je op enige beroepsopleiding dan ook kunt leren. We gaan je vertellen hoe jij een ondernemer kunt zijn met een bloeiende praktijk, die zeer goed geld in het laatje brengt. Een praktijk met nauwelijks enige opstartkosten, lage overheadkosten en een minimale staf voor wanneer je wilt groeien. Een praktijk die winstgevend is en die je een grote mate van flexibiliteit geeft in je leven. Maar bovenal een praktijk die veel waarde en transformatie brengt in de wereld en waarmee je het goede kunt doen, dat wat jij graag expressie wilt geven. Een praktijk die niet alleen anderen veel brengt, maar die ook betekenis en vervulling in jouw leven creëert.

Hoe je dit boek moet lezen?

Wij nodigen je uit je met een nieuwsgierige houding open te stellen voor nieuwe perspectieven en helpen je hier graag mee door je krachtige nieuwe mindsets en nieuwe mogelijkheden aan te reiken.

Wees erop voorbereid dat dit boek je op momenten kan uitdagen in je huidige manier van denken. Zo hebben wij zelf regelmatig van anderen gehoord dat iets niet zou kunnen. En nog steeds. Want een boek in een week schrijven, zou ook niet kunnen. Of hypnotherapie kan niet via skype of de telefoon. Of sessies doe je toch terwijl je elkaar live ziet in de praktijk, aan de telefoon is vast veel minder goed (belemmerende mindsets van cliënten). In plaats van ons daardoor te laten ontmoedigen, waren wij gedreven om te kijken hoe het wel zou kunnen en creëerden wij positieve ervaringen. Twee krachtige coachvragen zijn:

1. Welke overtuiging heb ik nodig om te geloven dat het wél mogelijk is.
 2. Wat kan ik doen om ervoor te zorgen dat het (mij) wél lukt?
- Houd deze voor ogen als je dit boek leest!

Even praktisch, lees dit boek in de volgorde van de hoofdstukken, omdat ze stap voor stap op elkaar voortborduren. Dat gezegd hebbende vormen hoofdstuk 2, 3, 4 en 5 een thematisch deel met elkaar,

namelijk hoe jij je service zo opzet dat jij niet meer betaald wordt naar tijd, maar naar je waarde. Deze hoofdstukken gaan vooral de diepte in. Daarnaast horen hoofdstuk 6 en 7 als deel bij elkaar over hoe jij zichtbaar wordt voor jouw ideale cliënten en deze aantrekt. Deze hoofdstukken gaan vooral de breedte in om je zoveel mogelijk te inspireren in wat er allemaal mogelijk is, mede dankzij internet. Kies er een paar uit die jou het meest aanspreken en pas deze toe. Hoofdstuk 1 en 8 zijn vooral gericht op mindset.

Mocht je trouwens merken dat het ene hoofdstuk verschilt in schrijfstijl ten opzichte van het andere hoofdstuk, dan klopt dit. Wij hebben ieder een eigen stijl van communiceren en schrijven. We hebben dat zo gelaten, dus je zult dit ongetwijfeld merken tijdens het lezen. Ook een stukje eigenwijsheid van onze kant dat dit best kan. Je krijgt gewoon het unieke beste van ons beiden. :)

Tot slot

Als je de kennis uit dit boek direct implementeert in jouw leven, helpt dit je meer voldoening uit je praktijk te halen. Wij wensen jou dan ook heel veel inspiratie toe en bovenal je eerste nieuwe cliënten dankzij het toepassen van de informatie die wij hier met je delen!

En mocht iets wat hierin staat jou tot actie hebben geïnspireerd, nieuwe cliënten hebben opgeleverd of wat dan ook wat dit boek je heeft gebracht, laat het ons zeker weten via:

info@marketinghandboeksuccesvollepraktijk.nl

Op jouw welverdien(en)de succes!

Jeanet Bathoorn en Sandra Derksen
februari 2015