

MARKETING

handboek

VOOR EEN SUCCESVOLLE PRAKTIJK



*help meer mensen,
verdien meer geld,
en leid het leven
waar je van
houdt...NU!*



JEANET BATHOORN & SANDRA DERKSEN

www.marketinghandboeksuccesvollepraktijk.nl

Eerder verschenen van Jeanet Bathoorn

Get Social +

Get Social in Business

Pinterest voor zakelijk gebruik

Eerder verschenen van Sandra Derksen

Food for Thought

Afvallen als Spirituele Oefening

Marketing Handboek *voor een* Succesvolle Praktijk

Help meer mensen, verdien meer geld
en leid het leven waar je van houdt... NU!

Jeanet Bathoorn en Sandra Derksen

Marketing Handboek voor een Succesvolle Praktijk

Help meer mensen, verdien meer geld en leid het leven waar je van houdt...
NU!

©2015

ISBN: 97894-6203-751-9

NUR: 815, massacommunicatie

Copyright © 2015 Jeanet Bathoorn & Sandra Derksen

Uitgegeven door Jeanet Bathoorn & Sandra Derksen

in samenwerking met Uitgeverij Boekenbent

Ontwerp boekomslag: Vihra Popova, Bulgarije (via Fiverr)

Vormgeving: Jo-Ann Snel van Boekenbent

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, fotokopie, microfilm of op welke andere wijze dan ook zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de auteurs.

Disclaimer:

Hoewel de auteurs alles in het werk hebben gesteld om ervoor te zorgen dat de informatie in dit boek bij het moment van uitgave correct was, nemen de auteurs dit niet aan en wijzen zij elke aansprakelijkheid af jegens enige partij voor enig verlies, schade of verstoring veroorzaakt door fouten of omissies, ongeacht of dergelijke fouten of omissies een gevolg zijn van nalatigheid of enige andere oorzaak.

www.marketinghandboeksuccesvollepraktijk.nl

Wat leuk dat je dit boek wilt lezen!

Je bent van harte welkom deel te nemen aan onze maillijst. Je ontvangt dan updates over nieuwe versies, bonusinformatie en programma's die jou helpen een succesvolle praktijk te creëren.

Bij het aanmelden ontvang je tevens een aantal video tutorials om je op weg te helpen.

Bezoek ons online en meld je aan op:
www.marketinghandboeksuccesvollepraktijk.nl

Wat ik weet is, dat als je werk hebt waar je van houdt,
en het werk vervult je, dan volgt de rest vanzelf.

- OPRAH WINFREY

Je tijd is beperkt, verspil het niet door andermans leven te leven.
Laat je niet vangen in dogma's, wat betekent dat je het resultaat
leeft van andermans denken. Laat het lawaai van de opinies van
anderen niet je eigen innerlijke stem overstemmen.
En het meest belangrijke: heb de moed om je hart en intuïtie te volgen.
Deze weten op de een of andere wijze wat je echt wilt worden.
Al het andere is bijzaak.

- STEVE JOBS

Je moet de regels van het spel leren.
En dan moet je het beter spelen dan wie dan ook.

- ALBERT EINSTEIN

Inhoud

Voorwoord	13
Inleiding	17
1. Bezin en win!	25
1.1. De dochter van de fietsenmaker heeft altijd een leuke 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 privétijd 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

4. De transformerende oplossing

4

In dit hoofdstuk leer je:

- Welke succesvolle verdienmodellen er zijn.
- Welke nadelen er zijn om betaald te worden naar tijd (uurtje-factuurtje werken).
- Hoe jij jouw service op meer manieren kunt aanbieden met de piramide van succes.
- Voordelen van werken met high-end programma's.
- Welke mindsets je nodig hebt om op high-end niveau te werken.

Nu jij je ideale wie en wat hebt bepaald, volgt de stap om te bepalen in welke vorm jij je oplossing gaat aanbieden. Dat kun je op diverse manieren doen. Misschien heb je nog nooit gehoord van het begrip verdienmodel, maar een verdienmodel betekent simpelweg de wijze waarop jij geld verdient.

*I think the foremost quality – there's no success without it
– is really loving what you do. If you love it, you do it well,
and there's no success if you don't do well what you're working at*
- MALCOLM FORBES

4.1. Vijf succesvolle verdienmodellen

Er zijn heel veel succesvolle verdienmodellen. Wij hebben vijf van deze succesvolle verdienmodellen, die door professionele coaches gebruikt kunnen worden, op een rij gezet. Deze modellen hebben één cruciale gemeenschappelijke factor: ze gaan slim om met je tijd. Naast je kennis en ervaring is tijd namelijk je waardevolste bezit en juist door slim om te gaan met je tijd kun je de waarde die je biedt en de inkomsten die je kunt realiseren, enorm opschalen.

De vijf gangbaarste verdienmodellen zijn:

1. Een-op-eenbegeleiding

Dit is het gangbaarste verdienmodel voor professionals met een praktijk. De begeleiding vindt plaats in de vorm van sessies, consulten en behandelingen. Meestal vanuit een uurtje-factuur-tjemodel. Maar er zijn alternatieven.

Denk hierbij bijvoorbeeld aan een VIP-dagdeel of dag. In dit model werk je gedurende een aantal uur of zelfs een hele dag met je cliënt aan een specifiek probleem. Het grote voordeel van VIP-dagen is dat je cliënt in een heel korte tijd een belangrijke transformatie doormaakt. Het kan de aanzet zijn of zelfs onderdeel van een verder begeleidingstraject of een op zichzelf staande dienst zijn. Het is heel normaal om voor VIP-dagen bedragen vanaf 997 euro te vragen. Je cliënt betaalt daarbij niet alleen voor je tijd, maar ook voor de snelheid in transformatie. In plaats van de inhoud over vier of vijf sessies uit te spreiden, ontvangt je cliënt deze nu in een VIP-dag zodat er sneller resultaat is.

Een ander voorbeeld is het werken met high-end programma's. Tijdens een langere periode variërend van zestig dagen tot een jaar begeleid je jouw cliënt bij een specifiek probleem naar een specifiek resultaat. Dat is één van de vormen waar wij graag gebruik van maken.

2. Een-op-veelbegeleiding (groepen)

De kracht van dit model is dat jij de tijd die je normaal gesproken voor één persoon gebruikt, nu inzet voor meer cliënten. In dezelfde tijd help je dus meer mensen en creëer je meer inkomsten.

Je kunt hierbij denken aan relatie- of gezinscoaching met partners of met het gezin. Of groepsprogramma's rondom een bepaald thema. Daarnaast kun je ook denken aan events die een kortdurend karakter hebben, een speciale één, twee- of driedaags(e) event of training. Een ander voorbeeld is een opleidingsinsti-

tuut of een persoonlijk ontwikkelings- of inspiratiejaar rondom een bepaald thema. Dit kan zowel online als offline of met een combinatie van beide. Alle vormen die je kunt toepassen in een een-op-eenbegeleidingsmodel zijn te vertalen naar een groepsprogramma. Zo kun je VIP-dagen en high-end programma's hebben met groepen.

Het grote voordeel in het werken met groepen is dat het een heel slimme manier is om je tijd op te schalen. Daar waar je een uur een-op-een werkt, kun je ook een uur met tien, twintig of zelfs honderd of veel meer mensen werken. Een voorbeeld dat ons te binnen schiet is een event van Anthony Robbins die op één plek in Amerika live aanwezig was tijdens een event. Ditzelfde event vond gelijktijdig op andere plaatsen plaats, waarbij hij via live streaming (via internet op een groot filmdoek) aanwezig was. In één klap bereikte hij tienduizenden mensen die uiteraard allemaal betaald hadden voor een toegangskaart voor dat event!

De marketing voor groepen is wat anders dan de marketing voor een-op-eenbegeleiding. Daar komt meer bij kijken en duurt ook langer. Als je nog geen ervaring hebt met het werven van grote groepen, is beginnen met een-op-eenbegeleiding het meest slimme. Zodra je merkt dat je tijd volgeboekt raakt en je nog werkt volgens het uurtje-factuurmodel, is het werken met high-end programma's en VIP-dagen de volgende stap. Als dan je agenda vol raakt, is het werken met groepen de volgende stap om met dezelfde of zelfs minder tijd meer inkomsten te realiseren.

3. Producten die passief inkomen creëren

Met passief inkomen wordt bedoeld dat je maar één keer iets hoeft te maken, wat vervolgens waarde en geld blijft genereren. Denk hierbij aan een boek, een spel, themakaarten of een thuisstudiecursus. De komst van internet heeft het ontzettend makkelijk gemaakt om tegen zeer weinig kosten een zelfstudiecursus te creëren die mensen kunnen kopen en thuis in hun eigen tijd kunnen volgen.

Voorbeelden van een zelfstudiecursus zijn:

- In 8 weken grip op je eten.
- Leer in 5 stappen effectief communiceren met je partner.
- Vrij van stress in 30 dagen.

Je kunt een zelfstudiecursus op verschillende manieren positioneren. In de meest eenvoudige vorm betekent dit dat je het één keer maakt en vervolgens continu kunt verkopen. Als je dit proces volledig automatiseert, heb je er nagenoeg geen omkijken meer naar, behalve dan je marketing en het eventueel periodiek updaten van je programma.



Als je hierin geïnteresseerd bent, kijk dan eens naar Sandra's bestsellersprogramma *Succesvol Je Online Cursus Creëren en Lanceren*, waarin ze jou leert hoe je met nauwelijks kosten heel makkelijk en snel zelf je online cursus opzet. Meer informatie en een sneak preview vind je op:
www.onlinecursuscreeren.nl/marketinghandboek.

BONUS: als extra geven wij jou als lezer van dit boek een korting van € 100,00 op de aanschafwaarde (alleen beschikbaar via bovenstaande websitelink!).

4. Lidmaatschapsmodel

Met het lidmaatschapsverdienmodel betaalt je cliënt periodiek een vast bedrag in ruil voor je service. Denk maar aan het lid

worden van een sportschool waarvoor je maandelijks betaalt. Het komt minder voor dat professionals met een praktijk dit verdienmodel toepassen, maar dat komt, volgens ons, omdat er niet aan gedacht wordt om dit model te gebruiken of door gebrek aan kennis om dit goed toe te passen.

Zo zijn er fitness coaches die hun cliënten via een maandelijks lidmaatschapsmodel begeleiden en cliënten betalen hiervoor bedragen variërend tussen de 97 en 347 euro. Ook als masseur, relatiecoach, hypnotherapeut enzovoort is het mogelijk om een lidmaatschapsmodel op te zetten. Als je dit vooral online opzet, zijn de voordelen voor jou als professional groot, terwijl je cliënt waarde van jou ontvangt.

Denk bijvoorbeeld aan een lidmaatschapsprogramma voor mindful opvoeden. Hierin zijn allerlei vormen mogelijk: je kunt het online doen, offline of een combinatie van beide; je begeleidt dan via internet of je hebt live bijeenkomsten. Het voordeel van internet is dat je niet plaatsgebonden bent en iedereen mee kan doen. Je kunt het actief of passief toepassen. Met passief bedoelen we dat er geen live contact is tussen jou en de deelnemers, het vindt volledig geautomatiseerd plaats. Met actief is er wel persoonlijk contact, zoals maandelijkse online of offline groepsessies.

Als je wilt weten hoe je dit online kunt opzetten, kan het programma *Succesvol Je Online Cursus Creëren en Lanceren* je daarmee op weg helpen.

(www.onlinecursuscreeren.nl/marketinghandboek)

Voor het creëren van een lidmaatschapsprogramma, met name online, gelden dezelfde principes als het creëren van een online cursus. Daar waar echter een zelfstudieprogramma afgebakend in tijd is, bijvoorbeeld een programma van drie of zes maanden heeft een lidmaatschapsprogramma een onbepaalde duur; soms zelfs met een verplichting minimaal een bepaalde periode deel te nemen.

5. Certificatie- en train-de-trainertraject

Heb je een eigen methodiek of een uniek systeem ontwikkeld? Dan kun je anderen trainen om volgens die methode te werken. Je gaat dus potentiële trainers van jouw methodiek opleiden. In dit geval open je een nieuw marktgebied, want collega-professionals kunnen je klant worden. Er zijn hier allerlei uitwerkingvormen van, zoals franchise. Het meest gemakkelijk is om iemand een certificeringsprogramma te laten doorlopen. Na het behalen van het certificaat is diegene gelegitimeerd om jouw methodiek te gebruiken in zijn praktijk. Het is niet alleen een slim verdienmodel, het betekent ook dat jouw visie zich als een olievlek kan verspreiden en dat je hierdoor meer cliënten waarde biedt dan jij alleen voor elkaar had gekregen. Hoe cool is het om jouw visie en waarde op die manier in het hele land of zelfs internationaal te verspreiden!

En?

Stond er iets tussen deze verdienmodellen wat nieuw voor jou was? Heb je wel eens overwogen om een ander verdienmodel te hanteren dan dat je nu gebruikt? Het is ontzettend spannend om gebaande paden te verlaten en om je open te stellen voor andere lucratievere mogelijkheden waarmee jij de vaardigheden, kennis en ervaring beschikbaar kunt stellen. Als ondernemer ben je ook minder kwetsbaar door meerdere verdienmodellen te gebruiken.

De meeste coaches en therapeuten hebben één verdienmodel, het uurtje-factuurtjemodel. Enkelen werken met groepen. Maar er is meer mogelijk. Je bent een echte ondernemende professional als je verschillende verdienmodellen naast elkaar hanteert. En uiteraard betekent meerdere verdienmodellen inzetten dat je meer waarde kunt bieden en meerdere bronnen van inkomsten genereert.

Verschillende verdienmodellen heb je natuurlijk niet van de ene op de andere dag. Dat vraagt enige investering in tijd en geduld. Maar als je weet hoe, dan is het eigenlijk best simpel om vanuit één service verschillende verdienmodellen te creëren.

4.2. Nadelen uurtje-factuurkje werken

Er is één vorm waar we uitgebreider op in willen gaan en waarvoor we je een alternatief aanbieden. Het uurtje-factuurkje werken: voor elk uur dat je werkt, word je betaald.

Het is wel duidelijk, wij zijn geen fan van uurtje-factuurkje werken. Zo heeft Sandra het zo'n twaalf jaar gedaan, gewoonweg omdat ze niet wist dat er iets anders, veel beters, mogelijk was.

Time is more valuable than money.
You can get more money, but you can't get more time
- JIM ROHN

Er zijn zes belangrijke nadelen in het werken volgens het uurtje-factuurkjeprincipe.

1. Je hebt een veel groter uitvalrisico van cliënten

Je kent ze ongetwijfeld, een cliënt die zegt dat de zorgverzekeraar het niet meer vergoedt en dat hij het dan zelf niet meer kan betalen. Soms is dit echt waar, natuurlijk! Maar het komt ook regelmatig voor dat deze cliënt blijkbaar nog steeds in staat is om op vakantie te gaan, een nieuwe, dure televisie te kopen of wat voor grotere uitgave dan ook te doen.

In deze laatste gevallen legt de cliënt zijn prioriteit ergens anders in plaats van bij het eigen transformatie- en healingsproces. Of een cliënt die het ineens ontzettend druk heeft omdat hij, bijvoorbeeld, promotie heeft gemaakt in zijn baan, en geen tijd vrij kan maken om door te kunnen gaan met de behandeling. En wat te denken van de cliënten die tijdens het behandelingstraject geconfronteerd worden met iets heel essentieels in zichzelf en niet durven door te pakken en daardoor afhaken. Stoppen om te vermijden.

Dit zijn allemaal zo van die zaken die kunnen gebeuren en argumenten die cliënten kunnen vinden om op een bepaald moment

ermee te stoppen. Meestal belooft men om op een later moment terug te komen, maar uit de praktijk blijkt dat als de cliënt de deur uitstapt hij in negen van de tien gevallen niet meer terugkomt. Of een cliënt geeft juist aan ermee te willen stoppen omdat hij denkt dat hij er al is. Zijn probleem is een stuk minder geworden of zelfs opgelost en hij vindt verdere begeleiding niet nodig. Terwijl jij als professional gewoon weet dat hij nog niet klaar is met zijn traject en dat het te vroeg is om ermee te stoppen. Maar goed, er zit niets anders op dan op dat moment de beslissing van de cliënt te respecteren. De praktijkopzet van een uurtje-factuurtje maakt dit soort besluiten van de cliënt heel erg gemakkelijk.

2. Er is onnodig gedoe rondom betalingen

Er zijn nog steeds professionals die niet duidelijk genoeg communiceren welke spelregels er gelden als een cliënt een afspraak afzegt, binnen 24 of 48 uur. En zelfs als dit wel duidelijk is gecommuniceerd, geeft dit allerlei extra werk, want als je de afspraak hebt dat cliënten dan een deel of volledig dienen te betalen voor de sessie (terecht!), moet je er achter aan om het geld te krijgen.

Veel professionals nemen niet eens de moeite om achter hun geld aan te gaan. Vaak genoeg zien wij reacties als: 'Ach, laat maar zitten. Mijn cliënt had een goede reden' of 'Ik wil de cliënt niet verliezen en hij heeft er al een nieuwe afspraak voor ingepland'. Met deze instelling loop je voorbij het feit dat jij de inkomsten kwijt bent, die jij in dat uur had kunnen en moeten verdienen. Jij had speciaal voor deze cliënt tijd gereserveerd in jouw agenda. Je hebt hierdoor geen andere cliënt kunnen ontvangen.

De ogenschijnlijk logische argumentatie is dan dat je praktijk nog niet vol zit, en dat je best op een ander moment voor die cliënt tijd hebt. Je wilt niet onredelijk zijn en graag aardig worden gevonden, want je bent toch per slot van rekening de begripvolle hulpverlener. Echt, stop daarmee als jij serieus business wilt maken van je praktijk!

3. Je trekt een bepaald cliënttype aan

Natuurlijk zal je fantastische cliënten aantrekken als je werkt binnen het uurtje-factuurtjemodel. Maar je trekt ook cliënten aan die hun probleem volledig bij jou neerleggen en jij moet het maar voor ze oplossen. Oftewel je trekt cliënten aan die niet bereid zijn verantwoordelijkheid te nemen voor hun eigen transformatie. Je trekt de zogenoemde therapie(s)hoppers aan die van de ene therapeut naar de andere hoppen, steeds op zoek naar dat nog betere resultaat of het zich kunnen blijven wentelen in het drama en de aandacht van de therapeut.

En dan heb je uiteraard de probeerders en de nieuwsgierigen. Sandra kwam ze destijds nog wel eens tegen in haar praktijk als hypnotherapeut. Mensen die zeggen: 'Oh, laat mij dat maar eens even proberen, met de hypnotherapie' of 'ik wil wel eens een regressie naar een vorig leven meemaken, gewoon omdat ik nieuwsgierig ben of daar iets zit'. We zeggen niet dat je deze mensen niet moet helpen, dat is aan jou. Maar deze cliënten zijn uiteindelijk niet de meest ideale cliënten. Je kunt met hen geen stabiele inkomstenbron opbouwen en je maximale waarde bieden.

4. Je tijd is op een bepaald moment op

Als je uurtje-factuurtje werkt, zijn er drie manieren om je inkomsten te laten groeien:

1. Door meer uren te werken.
2. Door je tarief te verhogen.
3. Door in het uur met meerdere mensen te werken tegen een hoger tarief.

Een combinatie van deze drie factoren kan tot exponentiële omzetgroei leiden. Echter de allergrootste tekortkoming hierbij is dat je uiteindelijk een maximaal aantal uren hebt die je kunt inzetten. Zelfs als je hard werkt en veertig uur of meer per week werkt, er komt een punt waarop je gewoonweg niet meer uren (en dus omzet) kunt maken. Je kunt dan best heel erg leuk verdienen, maar er zit een maximum aan. Het is eindig. Als je andere verdienmodellen en productvormen gaat inzetten, kun je dit

maximum uitschakelen en zelfs oneindige inkomstenbronnen realiseren.

5. Je uurtarief maakt je vergelijkbaar met je collega's

Ken je ze? Mensen die je bellen en als eerste aan je vragen: 'Ik wil graag weten wat een sessie bij je kost'. Als je reageert zoals de meesten, dan vertel je dit beleefd. De ander zegt dan wellicht nog iets zoals: 'Dank je wel, ik kijk nog even verder' of 'Ik denk er nog even over na' of beëindigt het gesprek na een 'Dank je wel'. Afhankelijk van wat je doet, kan er trouwens ook nog gevraagd worden of je behandeling in aanmerking komt voor een tegemoetkoming in de kosten door de zorgverzekeraar. Je 'nee' bij deze mensen maakt dat ze meteen afhaken, een 'Ja' betekent dat ze jou nog niet meteen van hun lijstje schrappen.

Simpelweg vergelijkt deze potentiële cliënt de uurtarieven van de verschillende aanbieders en kiest uiteindelijk vaak voor de persoon die het goedkoopste is. Je uurtarief maakt je te vergelijkbaar met je collega's en je kunt je door je uurtarief niet onderscheiden. Ja... of door zo goedkoop te worden dat je elke vergelijking met een collega bij dit soort cliënten wint. Maar of dat is wat je wilt? Wij zien liever dat jij gewaardeerd en betaald wordt naar de waarde die je hebt te bieden en niet dat je sneller afgewezen wordt door een potentiële cliënt omdat je vergeleken wordt op basis van je uurtarief.

6. Je stemt je geldbewustzijn af op wat de markt doet

Dat is een van de belangrijkste struikelblokken in het uurtje-factuurwerk en geen beter inkomen voor jezelf realiseren. Op het moment dat je in een uurtje-factuurwerk mindset zit, ben je geneigd om je uurtarief aan te passen aan wat je collega's in de markt doen. Je kunt daarin kiezen om aan de top van de markt te zitten met je uurtarief of in het midden of zelfs in de laagste regio's van prijspositionering. Het allerbelangrijkste nadeel is dat jij je financieel bewustzijn afstemt op wat er gangbaar is en wat er in de markt gebeurt. Je bent bang dat als je het anders doet, je geen cliënten aantrekt. Je laat je leiden door bijvoorbeeld inkortende

maatregelen bij zorgverzekeraars of de economische crisis waardoor mensen minder te besteden schijnen te hebben. Je reageert op al die marktwerkingen door je uurtarief aan te passen en welke andere maatregelen dan ook die je denkt te moeten treffen. Je financiële mindset laat het niet toe om buiten de kaders van deze mindset te denken en je denkt en handelt zoals het gros doet.

Nogmaals, dit is niet wat wij voor je wensen en wij kunnen ons niet voorstellen dat dit is wat jij voor jezelf wilt. Anders was je uiteraard dit boek ook niet aan het lezen. In dit hoofdstuk gaan wij je zo een alternatief aanbieden waarin je niet meer betaald hoeft te worden naar tijd, en je meer waarde en meer inkomsten kunt realiseren.

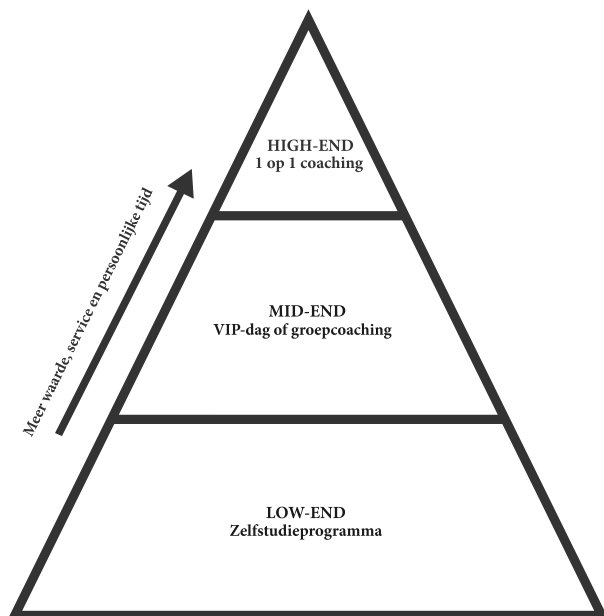
4.3. Piramide van succes

Je hebt kunnen lezen welke nadelen er zijn bij het werken met uurtje-factuurtje. Er zijn gelukkig alternatieven en die leggen wij je graag uit aan de hand van een piramideopzet. Wat niet hetzelfde is als het beruchte piramidemodel, waarbij deelnemers een inleg doen en tevens proberen anderen over te halen om mee te doen, waarna de inleg van de nieuwkomers uitbetaald wordt aan bestaande deelnemers! :)

Je producten en programma's positioneren in een piramide is een marketing- en businessstrategie die je veel voordelen geeft. In de afbeelding op de volgende pagina zie je een praktisch en visueel voorbeeld, zoals Sandra heeft ingezet in haar Licht Op je Zelf® programma's.

De basisopzet van de piramide van succes bestaat uit drie lagen, waarbij elke laag een bepaald product of service vertegenwoordigt. Van beneden naar boven is dat: een low end, middle end en high-end product of service. We gebruiken gewoon de Engelse benamingen. Er zijn allerlei variaties op te maken, bovenstaand voorbeeld is er slechts één en je kunt zelfs meerdere piramides in je onderneming hebben.

Elke laag vertegenwoordigt een ander aanbod in tijd, waarde en prijs.



Hoe hoger je in de piramide komt, hoe meer tijd, persoonlijke aandacht en waarde de cliënt van jou krijgt, waarvoor hij vervolgens ook meer betaalt. Hoe lager in de piramide hoe minder tijd, persoonlijke aandacht en waarde de cliënt krijgt. Hij betaalt hier uiteraard ook minder voor. Wij geven je zo een voorbeeld!

De grootste fout die hierbij door professionals wordt gemaakt in het aanbieden van hun dienstverlening is, dat zij niet deze drie lagen hebben in hun aanbod, maar slechts één laag aanbieden en dan ook nog eens betaald worden naar tijd vanuit het uurtje-factuurtje werken. Zij bieden hun service aan in de vorm van een behandeling, sessie, consult e.d. In deze laag geven ze gewoon alles wat ze in huis hebben. Er is niet minder of meer. Dit betekent niet dat je in een piramideopzet van je service niet alles geeft. Je geeft alleen alles op dat specifieke niveau. Hoe hoger in de piramide hoe meer men van je persoonlijke aandacht (en dus expertise) krijgt.

Net zoals een onderwijzer op de lagere school die van groep 3 tot groep 8 lesgeeft. Afhankelijk van welke groep hij heeft, geeft de onderwijzer informatie op het niveau van wat past in die groep leerlingen. En in elk niveau dat de leerling een stukje hoger komt, leert hij weer wat meer. Van groep 3 naar groep 8 en daarna het voortgezet onderwijs, het zijn steeds nieuwe fasen met hogere waarden en hogere opleidingsinvesteringen. Begrijp je het punt dat we willen maken? Door op één laag te blijven werken, zoals meestal gebeurt vanuit het uurtje-factuurmodel, heb je geen enkel hefboomeffect meer. Je ziet het soms wel eens gebeuren dat iemand een bepaalde behandeling geeft die 25 euro kost voor een half uur, en een ander type behandeling kost voor dezelfde tijd 50 euro. Dit laatste is dan een duurdere service. Dit zou op zich kunnen passen in het piramidemodel, maar de grootste beperking is wederom het uurtje-factuurprincipe.

Stel je het volgende voor. Gemiddeld genomen zie jij een cliënt vanuit de gangbare uurtje-factuur manier van werken zes keer voor een uurtarief van € 60,00. Je totale inkomsten met deze cliënt is dan € 360,00. Misschien is jouw inkomstengemiddelde met een cliënt lager (ieks!) of juist hoger, maar het gaat even om het rekenvoorbeeld. Laten we er voor het gemak vanuit gaan dat je van je praktijk moet leven en minimaal € 2.000,00 per maand moet verdienen. Netto uiteraard, want je moet nog allerlei belastingen afdragen. Op jaarbasis moet je dan minimaal € 30.000,00 netto verdienen, dus nog exclusief al je bedrijfs- en fiscale kosten.

Als jij gemiddeld € 360,00 per cliënt verdient (en dat is bruto), moet je ruim vijftientig cliënten per jaar begeleiden. Even uitgaande van twee rustige maanden rond de zomer en kerstperiode, heb je ongeveer tien werkbare maanden. Hierin moet je gemiddeld achtenhalve (acht á negen) NIEUWE cliënten per maand aantrekken. Jaar in jaar uit! Of een voormalige cliënt terug laten komen voor zes nieuwe sessies. Voor heel veel professionals is dat een hoge lat en ze weten niet hoe ze dit voor elkaar moeten krijgen.

Opdracht

Bepaal hoeveel netto-omzet jij per jaar moet of beter nog wilt maken en neem aan de hand van jouw uurtarief een geschat inkomstengemiddelde per cliënt. Reken dan uit hoeveel cliënten jij op jaarbasis moet aantrekken (of dat nu nieuwe of voormalige cliënten zijn). Reken dan uit hoeveel cliënten dat gemiddeld per maand zijn op basis van tien werkbare maanden per jaar.

Omzet per jaar:	_____
Huidige uurtarief:	_____
Gemiddelde verdiensten per cliënt:	_____
Aantal cliënten per jaar	_____
Aantal cliënten per maand (10 mnd)	_____

Nu een alternatief

Uit het eerdergenoemde model komt naar voren dat je achtenhalve cliënten per maand moet aantrekken, maand in maand uit, om het gewenste jaarinkomen te kunnen realiseren. Zonder rekening te houden met periodes waarin je wellicht langer niet kunt of wilt werken zoals ziekte, ongeval, de komst van kinderen, sabbatical.

Stel dat je het nu anders gaat aanpakken. Je gaat niet meer begeleiden volgens het uurtje-factuurteprincipe, maar je gaat high-end programma's aanbieden. Je maakt een waardevol programma voor de duur van bijvoorbeeld negentig dagen (korter of langer is ook mogelijk) en op high-end niveau kun je deze aanbieden tussen de € 1.497,00 en € 2.997,00. Wij kunnen ons voorstellen dat je nu de impuls voelt om dit soort bedragen meteen als 'totaal niet mogelijk' af te doen. Als je zo reageert, doe dan gewoon nog even met ons mee. We gaan je uitleggen dat dit wél kan en, belangrijker nog, hoe JIJ dit kunt.

In het uurtje-factuurteprincipe verdien je met de achtenhalve nieuwe cliënten die je per maand moet aantrekken € 3.060,00. In het nieuwe model verdien je met de achtenhalve nieuwe cliënten € 12.724,50 bij

het tarief van € 1.497,00 en € 25.474,50 bij het tarief van € 2.997,00. En dat met een high-end programma van negentig dagen.

Een ander voorbeeld. Je hebt een high-end programma van een halfjaar en biedt daarnaast ook een VIP-dag aan. Je potentiële cliënten kunnen direct meedoen aan je halfjaarprogramma, maar ze kunnen er ook eerst voor kiezen om je VIP-dag te doen en van daaruit besluiten om zich aan te melden voor het langere programma van zes maanden. Een persoonlijke VIP-dag kost € 997,00 (wat het minimale bedrag ervoor is) en het 6-maandenprogramma kost tussen de € 2.997,00 en € 4.997,00.

Je trekt wederom om wille van het rekenvoorbeeld achtenhalve nieuwe cliënten aan die allemaal eerst je VIP-dag willen volgen. Dat is een totaal van € 8.474,50. Drie van de achtenhalve cliënten besluiten aansluitend door te gaan met het aangeboden halfjaarprogramma. Dat is bij het lagere high-end tarief van € 2.997,00 een totaal van € 8.991,00 (rekenvoorbeeld 1) en bij het hogere high-end tarief van € 4.997,00 een omzet van € 14.991,00 (rekenvoorbeeld 2).

Rekenvoorbeeld 1 geeft een totaalomzet van € 8.474,50 (omzet VIP-dag) + € 8.991,00 (laag 6-maandentarief) = € 17.465,50.

Rekenvoorbeeld 2 geeft een totaalomzet van € 8.474,50 (omzet VIP-dag) + € 14.991,00 (hoog 6-maandentarief) = € 23.465,50.

Met het aantal cliënten dat je maandelijks moet aantrekken in je uur-tje-factuurtje gerichte manier van werken, zit je in dit voorbeeld met hetzelfde aantal cliënten met het aanbieden van VIP-dagen en high-end programma al bijna op je jaaromzet. Indrukwekkend niet? Is het mogelijk? Ja!

En daar hoeft het niet bij te blijven. Van de achtenhalve cliënten zijn er nog vijfenhalf over die geen ja hebben gezegd tegen je halfjaarprogramma, maar wel geïnteresseerd kunnen zijn in een alternatief aanbod, zoals een zelfstudieprogramma of een korter coaching traject. Het mooie is dat als je nu met een potentiële cliënt in gesprek komt, je theoretisch gezien verschillende opties kunt aanbieden. Het

liefst wil iedereen je meest uitgebreide programma, het topaanbod in de piramide. Dit is het meest exclusieve en waardevolle dat je hebt te bieden. In de praktijk zal niet elke potentiële cliënt deze kunnen betalen. Jouw meest ideale cliënt overigens wel! Je kunt nu alternatieven aanbieden, waardoor je potentiële cliënt alsnog ja kan zeggen tegen een van de alternatieven. Het kan heel goed zijn dat iemand het juist fijner vindt om eerst te starten met een zelfstudieprogramma en later te beslissen om door te stromen naar meer persoonlijke begeleiding. In de marketing noemen we dit een upsell (duurder product of programma) en downsell (goedkoper product of programma) kunnen aanbieden.

Er valt nog een heleboel meer over te zeggen, maar we willen het niet meteen te complex maken. We willen je vooral een belangrijke basis aanreiken in een succesvolle piramidegerichte opzet van je expertise, waarmee je een significant verschil kunt maken in je praktijk.

4.4. Drie voordelen van high-end programmagericht werken

In tegenstelling tot wat gangbaar is in praktijkland kun je het uurtje-factuurtje model loslaten. Vervang het door een verdienenmodel met gemotiveerde cliënten die je vaak zelfs al vooraf zullen betalen voor een high-end programma. In plaats van naar tijd betaald te worden, word je nu betaald naar waarde. Wij raden je dan ook aan om het uurtje-factuurtje model zo snel als mogelijk los te laten en je waarde te verpakken in een high-end programmagericht aanbod. Werken met high-end programma's is niet alleen de mooiste manier om goed geld te verdienen, maar je trekt vooral een bepaald type cliënt naar je toe die zeer geëngageerd is om zijn probleem op te lossen.

Er zijn heel wat voordelen als je met high-end programma's gaat werken. De drie belangrijkste benoemen we hier:

1. Aanbodgericht werken

Veel professionals werken vraaggericht vanuit hun expertise. Daarmee bedoelen wij dat ze niet zozeer een specifiek probleem

behandelen, maar met hun specifieke methode nagenoeg elke hulpvraag ter wille zijn. Uiteraard zijn er uitzonderingen, maar wij hebben het hier over het gros van therapeuten, healers en coaches.

Op het moment dat je ervoor kiest met high-end cliënten te gaan werken, ga je op een heel andere manier te werk. Je neemt een specifieke cliënt voor ogen met één specifiek probleem dat hij wil oplossen. Natuurlijk een cliënt en probleem waar jij heel enthousiast van wordt om wat mee te doen. Passie is een enorme drive! Voor deze doelgroep ga je dan een oplossing creëren in de vorm van een high-end programma. In plaats van vraaggericht ga je proactief aanbodgericht werken.

2. Grotere financiële zekerheid en groei

Voor high-end programma's kun je high-end prijzen vragen. Voor een 90-dagenprogramma is een bedrag van € 1.497,00 tot € 2.997,00 gebruikelijk en voor een halfjaar kun je zelfs van € 2.997,00 tot € 4.997,00 vragen. Als je aanbod maar waardevol genoeg is voor de juiste cliënt en jij goed bent in wat je doet, wordt het betaald!

En niets is zo comfortabel als dat je gebruik maakt van waardevolle prijsstrategieën vanuit een win-wingedachte, waardoor de meeste high-end cliënten bereid zijn om vooraf het gehele bedrag te betalen. Ja, dat lees je goed!

Voordat je ook maar je eerste sessie met je cliënt hebt, heb je in de meeste gevallen al het volledige bedrag van het programma op je bankrekening staan. Hoe cool is dat! Dat geeft een enorme rust en minimalisering van financiële stress en onzekerheid. Ook kun je er veel beter door plannen wanneer je inkomsten weer terugvallen, omdat begeleiding eindigt en het zaak is om tijdig nieuwe cliënten te werven.

3. Veel betere resultaten (successen)

Belangrijker nog dan de verdiensten is dat je vooral veel meer impact kunt hebben op het leven van je high-end cliënt. Je bereikt

namelijk veel betere resultaten, omdat ze van het begin tot het einde het programma volgen. Hierdoor is succes veelal gegarandeerd. Eigenlijk is het logisch. Op het moment dat een high-end cliënt bereid is om in een high-end programma, en daarmee in zichzelf, te investeren, is er per definitie een grote commitment aanwezig.

Regelmatig hoorde Sandra in haar praktijk als hypnotherapeut: 'Laten we maar eens een paar sessies doen, dan kan ik PROBEREN of het wat voor mij is.' Wij kunnen je verzekeren dat er bij high-end cliënten geen mentaliteit meer is van proberen of snel afhaken om allerlei redenen (zo niet excuses). High-end cliënten, zelfs die heel diep in de 'shit' zitten, zijn zéér gemotiveerd en bereid om in actie te blijven komen. Zij zijn dan ook in de regel veel succesvoller dan cliënten die geen high-end mindset hebben.

Dit maakt het werken met dit soort cliënten ontzettend dankbaar en waardevol, alleen al om de transformatie die er plaatsvindt waar te nemen. Zowel jij als de cliënt ervaren een diepgaandere voldoening in het werken met elkaar.

Omdat met high-end programma's werken, betekent dat je als het ware een nieuwe trend creëert in praktijk voeren en je iets anders doet dan wat gangbaar is, is het essentieel om vertrouwd te raken met een nieuwe manier van denken. Werken met high-end programma's is niet voor angstige professionals die niet uit hun comfortzone durven te komen, alhoewel business coaching hen daarin heel goed kan ondersteunen. Op high-end niveau werken vraagt lef. Je moet bereid zijn om je oncomfortabel te voelen, omdat je op een manier gaat werken die revolutionair anders is. Maar als jij je comfortabel kunt voelen bij een tijdelijke oncomfortabelheid, kan dit jou en je cliënten veel opleveren.

Nogmaals, we zijn er zelf heel enthousiast over en zijn oprecht van mening dat iedereen high-end programma's kan aanbieden. Ook als startende kun je gewoon met high-end programma's werken. Mindset is echter een van de meest essentiële aandachtspunten, naast

uiteraard de juiste kennis hoe je een aantal dingen aanpakt. Een business coach die zelf met high-end programma's werkt, kan het verschil van de wereld hierin betekenen.

4.5. Omhels de high-end mindset

Het high-end programmagericht werken vraagt om een omslag in je denken. Voor menig een betekent dit zelfs een radicale omslag van denken. Het kan een confrontatie zijn met soms diepliggende hardnekkige overtuigingen.

Er zijn vier mindsets die je kunnen helpen om op high-end niveau te gaan werken.

1. De transformatie die je wacht via mijn programma, is zo waardevol dat men bereid is hier goed voor te betalen.

Je bewust zijn van de waarde die jij hebt te bieden, is een voorwaarde om geïnteresseerde mensen enthousiast 'Ja!' te laten zeggen tegen je high-end programma. Waarde is uiterst subjectief. Jij kunt welke prijs dan ook vragen voor wat je aanbiedt. Of dat nu in een uurtarief is of als high-end programma, jouw cliënt bepaalt uiteindelijk of het de investering waard is. En waarde vertaalt zich hier dan in resultaat. En resultaat is wat jouw begeleiding de cliënt brengt. Dat kan resultaat zijn op de korte termijn, maar vooral resultaat op de langere termijn.

Het verbaast ons telkens weer om te signaleren hoezeer de professional zichzelf klein houdt, terwijl hij diep van binnen weet dat hij heel veel te bieden heeft. Zoals Marianne Williamson zo treffend zegt: je dient de wereld niet door jezelf klein te houden.

2. Ik voel me vertrouwd om hoge bedragen te vragen.

Om met high-end programma's te werken en van bijvoorbeeld 1.000 euro voor een programma naar 2, 3, 5 of zelfs 10.000 euro of meer te gaan, is het nodig dat je er heel snel mee vertrouwd raakt om hoge bedragen te vragen.

3. Potentiële cliënten wachten er nu al op om 'Ja!' te zeggen tegen mijn high-end programma.

Een eerste gedachte bij de meesten is een ongelovig en tamelijk stellig 'dat bedrag gaat mijn cliënt er nóóit voor betalen'.

Fout!

OK, niet elke cliënt zal bereid zijn om dit bedrag te betalen, maar dat hoeft ook niet om een bloeiende en financieel florerende praktijk te hebben. Je hebt zelfs (veel) minder ja's dan nee's nodig om rendabel te kunnen zijn.

Onthoud: jij bepaalt de prijs en je cliënt bepaalt of jouw dienst dit waard is. Als jij iets hebt te bieden waar jij goed in bent, wat waardevol is en waar jouw potentiële ideale cliënt een urgent probleem mee heeft, dan is de juiste cliënt wel degelijk bereid om de investering te doen om het probleem op te lossen.

Sterker nog: wij stellen dat als jij iets waardevols hebt te bieden, jouw ideale high-end cliënt nu al zit te wachten op jouw high-end programma. En deze high-end cliënt... die woont helemaal niet in een moeilijk te bereiken Verweggistan, maar bevindt zich naar zeer grote waarschijnlijkheid op dit moment al in je omgeving.

En tot slot...

4. Mijn passie is groter dan mijn angst.

Hogere tarieven vragen voor dat wat je te bieden hebt, gaat je uitdagen. Dat is niet een eventualiteit, dat is een feit. En we hebben het hier niet over van 50 euro naar 100 euro gaan, waar velen al bij moeten slikken, maar als je dan toch je tijd in een programma zou omrekenen naar uren, dan kan dit 200 euro, 500 euro, 1.000 of veel meer euro per uur zijn.

Om even een blij inspiratiemoment te delen: tijdens het creëren van deze tekst kreeg Sandra een Facebookberichtje van een kindercoach die bij haar een high-end programma was gaan volgen. Zij had net haar eerste gesprek met een cliënt gevoerd volgens het systeem dat Sandra haar had geleerd (vertellen we je straks meer over!). De kindercoach had haar cliënt zelf benaderd (weinig therapeuten of coaches doen dat) en ze had haar eerste VIP-dagdeel aan deze cliënt verkocht... voor € 750,00 (!!!). Een paar weken daarvoor bood de kindercoach haar diensten nog aan volgens het uurtje-factuurprincipe van € 60,00 per uur en wachtte ze totdat er cliënten naar haar toekwamen. Die overigens best kwamen, want ze is goed!

Maar goed, natuurlijk ga je niet linea recta in de praktijk van € 50 per uur naar honderden euro's per uur. Maar als je op high-end niveau gaat werken en je bent écht goed in wat je doet, wat betekent dat je cliënten fantastische resultaten behalen, dan behoort dit tot de reële mogelijkheden en gaat het sneller dan je verwacht. Zo is een cliënt van Sandra gestart met een aanbod van € 2.497,00 en inmiddels vraagt ze na een halfjaar tweeduizend euro meer... en beter nog: geïnteresseerde cliënten zeggen nog steeds 'Ja!'. Je passie voor het potentieel dat je hebt te bieden, de waarde die je wilt manifesteren moet groots zijn. Het kan momenteel als een sluimerend vuurtje in je wakkeren, maar uiteindelijk zal het een brullend vuur moeten worden om het maximale in jezelf te manifesteren en de wereld te bieden. Deze passie zal dan je kompas en anker zijn op de momenten dat de angst op de voorgrond komt en je dreigt te verlammen en te saboteren.

There is no passion to be found playing small
- in settling for a life that is less than the one you are capable of living
- NELSON MANDELA

8. Excustruus of excuusguus

OK... je hebt heel veel waardevolle informatie ontvangen om echt een forse stap voorwaarts te kunnen maken in je praktijk. Maar uiteindelijk staat of valt alles met het toepassen, met het in actie komen... met het DOEN! En verrassend genoeg, kunnen er hier ontelbaar veel gedachten omhoog komen waarom je het niet moet doen of net niet zo kunt doen of helemaal niet kunt doen, of... of... of...

Maar je hebt doen en dóen. We zien regelmatig dat professionals enorm druk zijn met van alles en nog wat. Druk met hun website, druk met een blog, druk met sociale media. Druk met marketing, maar intussen komt er niet genoeg geld binnen. We hebben ontdekt dat dit druk zijn met van alles en nog wat deels komt door onvoldoende besef van wat werkelijk prioriteit is... en door uitstelgedrag. Want het is minder eng om een blog te schrijven dan om een potentiële cliënt te bellen. Het is minder eng om naar allerlei teleseminars te luisteren (de ik-heb-nog-niet-genoege-kennishoppers) dan om je eigen teleseminar te geven. En zo zijn er nog vele voorbeelden. We noemen dat actief zijn in plaats van productief zijn.

Zeg eens eerlijk, hoe vaak saboteer jij jezelf? Hoe vaak ben je aan het uitstellen? Je kunt dagelijks heel druk zijn met allerlei zaken die je aandacht vragen, terwijl je weet dat je heel productief wat acties moet ondernemen die een echt positieve impact hebben op je praktijk.

Noem uitstelgedrag geen luiheid, noem het angst!

- JULIA CAMERON, THE ARTIST'S WAY

Je laat je afleiden door mails, sociale media, de administratie, nog meer kennis, je partner, je gezin en wat voor omstandigheden dan ook die je aandacht vragen en jou het excuus geven om niet door te

pakken. Het kan zijn dat je één excuus hebt of je hebt er een aantal die kenmerkend voor jou zijn.

Gedachten creëren onze werkelijkheid. Het is dus essentieel, als jij gefrustreerd bent over hoe een aantal zaken gaan in je praktijk, om je bewust te worden van gedachten die je saboteren, zodat je deze kunt transformeren. Niet door hier zomaar als kunstje een positieve gedachte tegenover te zetten en met affirmaties te werken, maar door je gedachten te onderzoeken en jezelf de juiste vragen te stellen.

Als jij je wilt bevrijden van je excuses zijn de vier vragen van The Work van Byron Katie, www.thework.com, waardevol om op elk excuus toe te passen. Deze vragen zijn:

1. Is het waar? (Bij nee, ga naar vraag 3)
2. Kun je absoluut weten dat het waar is? (ja of nee)
3. Hoe reageer je, wat gebeurt er, wanneer je die gedachte gelooft?
4. Wie zou je zijn zonder die gedachte?

Een andere waardevolle tip, als je er zelf niet goed uitkomt: zoek een goede business coach of mentor! Een van de belangrijkste voordelen van een goede business coach of mentor is dat deze je helpt door te pakken daar waar jij in je eentje in belemmerende excuses blijft hangen. Denk aan de tekst over ‘accountability’ waarover is geschreven in hoofdstuk 5!

8.1. 101 veel voorkomende excuses

Hieronder een lijst met de 101 meest voorkomende excuses die jij jezelf kunt vertellen. De vragen bij de excuses zijn toepasbaar bij de meeste andere excuses.

1. Ik heb de kennis er niet voor.

Vraag: Hoe zou het voor je zijn om je te realiseren dat jij op dit moment precies de juiste hoeveelheid kennis hebt om de eerste stap te zetten? En wat zou deze eerste stap dan zijn?

Tim Ferriss, auteur van *Een werkweek van 4 uur* geeft de volgende toptip: Koop de top vijf boeken van experts op jouw vakgebied en lees deze. Als je na het lezen van deze boeken de essentie kunt samenvatten, aan iemand kunt vertellen, en je hebt ook nog jouw unieke visie erop... dan heb je de kennis!

2. Ik kan de benodigde scholing niet krijgen.

Vraag: Heb je deze scholing per se nodig? Indien ja: wat kun je doen om ervoor te zorgen dat je deze wel krijgt?

3. Ik ken niet de juiste mensen.

Vraag: Ken je iemand die deze wel kent?

4. Ik heb het geld er niet voor.

Vraag: Hoe kun jij ervoor zorgen dat je het geld er wél voor hebt?

Geld is overal aanwezig en mensen geven het elke dag overal aan uit! Zelfs als het nieuws je wil doen geloven dat er een crisis is en economische achteruitgang. Op dit moment huurt iemand de diensten in van iemand zoals jij.

5. Ik kan me op dit moment geen risico permitteren.

Vraag: Welk groot risico loop je als je het niet doet?

Vraag: Als het nu niet de juiste tijd is, wanneer dan wel?

6. Het is te moeilijk.

Vraag: Heeft iets dat makkelijk was jou ooit een gigantisch succes opgeleverd?

Vraag: Heb je een coach die jou helpt om dit moeilijke te overwinnen?

7. Ik doe het niet op die manier.

Vraag: Omdat...?

Vraag: Werkt de manier waarop je het nu doet wel?

Vraag: Weet jij een andere, betere manier?

Vraag: Wat is het positieve dat kan gebeuren als je het wel op die manier doet?

8. Ik moet er te hard voor werken.

Vraag: Heb je het boek *Een werkweek van 4 uur* gelezen van Tim Ferriss of een ander timemanagement- of productiviteitsboek?

Vraag: Heb je al geïnvesteerd in kennis en een mentor die jou kan helpen SLIMMER te werken?

Dankzij de komst van internet kunnen we een hoop dingen veel slimmer doen.

9. Iemand anders doet het al.

Vraag: Doet dit er echt toe?

Vraag: Dus... als je ergens niet de eerste mee bent, kun je niet meer succesvol zijn?

10. Ik weet niet waar te beginnen.

Vraag: Wat is de eerste stap die je kunt zetten?

Vraag: Is er een goed boek dat je erover kunt lezen?

Vraag: Is er iemand aan wie je het kunt vragen?

En... welkom bij de club, wij weten het soms ook niet en toch beginnen we! :)

11. Ik ben bang voor wat mijn cliënten ervan zullen vinden.

Vraag: Wat als jij je hier niet druk over zou maken?

Vraag: Wat zou je ideale cliënt ervan vinden?

12. Ik ben bang voor wat mijn collega's ervan zullen zeggen.

Vraag: Wat als jij je hier niet druk over zou maken?

Vraag: Wat zou je meest succesvolle collega ervan vinden?

13. Ik ben bang.

Vraag: Ok, je bent bang. Wat kun je nog steeds doen?

Vraag: Hoe zou het zijn als je toch het eerste doet wat gedaan moet worden?

Vraag: Vertel over je passie. Is je passie groter dan je angst?

14. Streven naar succes is niet spiritueel.

Vraag: O jaaaa... waar staat dat geschreven? Wie heeft je dat verteld en hoe weet je dat hij gelijk heeft?

Vraag: Wat onthoud jij de wereld door dat wat je te bieden hebt niet voluit expressie te geven?

15. Ik wil niet commercieel zijn.

Vraag: Wat zijn de voordelen als jij winst maakt?

Vraag: Hoe zou het voor je zijn om goed tot heel goed winst te maken op een manier die voor jou integer is?

Commercieel geeft jou een negatieve connotatie. Je denkt aan belust op winstbejag, een jager met eurotekens in zijn ogen. Je kunt hier heel goed de vier vragen van The Work op toepassen.

Commercieel betekent overigens ook zakelijk zijn op een praktische manier en handelen om geld over te houden aan het werk dat je verricht. Per slot van rekening moet je ervan leven, je hebt een bedrijf, geen hobby!

16. Het kan niemand wat schelen.

Vraag: Welke harde bewijzen heb je hiervoor?

Vraag: Vertel eens... wat is het waardevolle dat jouw product of dienst heeft te bieden?

Vraag: Wat zou je allemaal kunnen doen zodat het iemand wel kan schelen?

17. Beter voorkomen dan genezen.

Vraag: Hoe zou het voor je zijn als je iemand anders succesvol ziet worden met die ideeën, producten en diensten die jij ook had kunnen bieden?

Vraag: Denk je er ook zo over als je op je sterfbed ligt en terug kijkt op je LEVEN?

18. Mensen zijn er niet klaar voor om mijn verhaal te horen.

Vraag: Zou je één persoon kunnen vinden die hier wel klaar voor is?

19. Je kunt de autoriteiten niet ter discussie stellen.

Vraag: Hebben de autoriteiten ALTIJD gelijk en ook in deze specifieke situatie?

Vraag: Wat voor positiefs kan er gebeuren als je deze wel ter discussie stelt?

20. Ik heb het nog nooit eerder gedaan.

Vraag: Geef eens een paar voorbeelden van wat je nog nooit eerder hebt gedaan en nu heel gewoon voor je zijn om te doen?

Hint: Je doet ze dagelijks! :)

21. Ik ben niet zó goed.

Vraag: Wat kun je doen om er nog beter in te worden?

Vraag: Waar ben je nu al wel goed in?

Vraag: Heb je al een coach of mentor?

22. Ik heb niets aardigs te zeggen.

Vraag: Wat als je loslaat dat je dat zou moeten?

23. Andere mensen hebben meer geluk.

Vraag: Wat als je loslaat dat dit zo zou zijn?

24. Ik kan het niet, ik ben gewoon anders opgevoed.

Vraag: Als je niet zo zou zijn opgevoed, wie zou je dan zijn en wat zou je dan doen?

25. Dat is niet iets voor mij als vrouw/man.

Vraag: Wat als dit wel zo zou zijn?

26. Mijn kinderen laten het niet toe.

Vraag: Brainstorm minimaal drie oplossingen waarin het wel mogelijk is naast je gezin.

Vraag: Brainstorm tien mogelijkheden wat het je kinderen oplevert als jij je hart volgt en daarmee succesvol bent.

27. Mijn partner laat het niet toe.

Vraag: Heb je al eens een echt goed gesprek gehad met je partner en deze verteld hoe belangrijk dit voor je? Waarom je hier zo gepassioneerd over bent?

Vraag: Hebben jullie hier open gesprekken over gehad om door te praten wat het voor jou betekent en voor je partner? Hebben jullie eventuele knelpunten besproken (vooral voor je partner) en gekeken hoe deze op te lossen?

28. Mijn ouders laten het niet toe.

Vraag: Echt?! Hoe oud ben je?

Vraag: Wat zou er voor positiefs kunnen gebeuren als jij loslaat wat je ouders ervan vinden?

29. Mijn handicap laat het niet toe.

Vraag: Ken je Nick Vujicic, Kyle Maynard of Jennifer Bricker? Nee? Kijk eens op YouTube naar een filmpje van ze. En zeg dan nog eens een keer: 'Mijn handicap laat het niet toe'.

30. [...] zegt dat het niet zal werken, omdat...

Vraag: Hoe weet [...] dat, heeft hij er zelf alles aan gedaan om het succesvol te maken? Of is dit een gevalletje van de beste stuurlui staan aan wal?

Vraag: Geef ons één onweerlegbaar bewijs waarom het voor jou niet zal werken.

31. Het is financieel risicovol.

Vraag: Wat kan dit risico jou kosten? En wat kan dit risico je opleveren?

Vraag: Wat is voor jouw innerlijke gemoedsrust het grootste risico: niet doen of wel doen?

Wij zijn voor risico's... maar wel gecalculeerde risico's!

32. Het kan niet financieel succesvol blijven.

Vraag: Geef ons één onweerlegbaar bewijs waarom het voor jou niet zal werken?

Over de auteurs

Jeanet Bathoorn

Jeanet helpt MKB ondernemingen en ZZP'ers om hun bedrijf met social media te profileren, zodat ze moeiteloos zichtbaar worden en hun omzet zien stijgen.

Zij gelooft in een transparante wereld waarin bedrijven en ondernemers floreren door eerlijk en open zaken te doen. Social media is hierin de aanjager!

Als 40+ vrouw is zij niet als vanzelfsprekend met internet opgegroeid. Toen social media ontstond ging er een wereld voor haar open. Haar toenmalige werk als recruiter ging sneller en kostte minder geld. In 2005 maakte zij al een profiel op LinkedIn aan. Ze heeft vanaf 2008 al duizenden mensen getraind in het gebruik van de sociale netwerken LinkedIn, Twitter, Facebook, Pinterest, Google+ en vele andere sites. De expert norm van 10.000 uren heeft zij al ruim overschreden.

Haar boeken *Get Social+* en *Get Social in Business* zijn ruim 25.000 keer verkocht. Daarnaast is zij regelmatig te gast bij radio en TV om haar kennis over social media te delen. Zo was ze bij Hart van Nederland, Omroep Max, Ochtendspits, EditieNL en vaak bij BNR Nieuwsradio.

Zij droomt van een wereld waarin mensen en bedrijven online samenwerken op een effectieve, waardevolle en transparante manier.



JEANET BATHOORN

De echte veranderingen moeten komen van de kleine en slagvaardige ondernemers. De laatste jaren heeft zij zelf ook vele duizenden euro's geïnvesteerd in haar vakkennis.

Jeanet is door de structurele inzet van marketing, met name sociale mediamarketing, een zichtbare ondernemer geworden. Zij wordt als rolmodel gezien.

Als resultaat hiervan draait zij goede omzetten, omringt zij zich met geweldig inspirerende cliënten waar zij een zeer langdurige relatie mee opbouwt. Ze verschijnt op radio en tv, wordt geïnterviewd voor een boek dat in België verschijnt en haar online gunfactor is hoog. Deze manier van werken en een onderneming bedrijven geeft veel voldoening. Dat gunt Jeanet jou ook.

Jeanet is opgegroeid in Drenthe en vond de puberteit daar maar ontzettend saai. Niks te doen, niks te beleven. Internet bestond niet en hoe moest je gelijkgestemden tegenkomen? Die frustratie heeft Jeanet gemakkelijk kunnen oplossen met sociale media. Je hoeft niet buitenspel te staan, je hoeft je niet alleen te voelen. Via sociale media kan je mensen vinden die op jou lijken. Die je interesses delen. Met wie jij geweldige gesprekken kunt hebben online. Waarmee je kunt werken en opdrachten van kunt krijgen.

Haar missie: laat jezelf niet buitenspel zetten als ondernemer, hoor erbij, doe mee en profiteer van de nieuwe mogelijkheden. Consequent doorzetten levert je veel op!

Jeanet haar favoriete quote is van Socrates:

The secret of change is to focus all of your energy,
not on fighting the old,
but on building the new

Jeanet woont samen met haar man en drie kinderen en paard, hond en kat in de regio Nijmegen en geniet volop van het buitenleven daar.



SANDRA DERKSEN

Sandra Derksen

Sandra helpt collega professionals met een praktijk meer waarde te bieden, meer geld te verdienen door slimmer te werken en een leven en praktijk te creëren waar ze blij van worden.

Daarnaast helpt ze zowel nationaal als internationaal met haar Licht Op Je Zelf® transformatieprogramma's spiritueel georiënteerde vrouwen die serieus worstelen met hun eetgedrag, gewicht en lichaam om hierin de uitnodiging te ontdekking naar zelfbevrijding. In deze transformatie verandert veelal ook het eetgedrag en gewicht of lost in elk geval het lijden erin zich op.

Na een succesvolle loopbaan binnen het bedrijfsleven zegde ze in 2001 haar toenmalige baan op als Human Resource Manager om zich fulltime te richten op haar praktijk als massage- en hypnotherapeut.

Vanaf 2011 ging zij zich specifiek richten op eetproblematiek en schreef zij de boeken *Afvallen als Spirituele Oefening, lessen voor een licht en vervullend leven* en *Food for Thought, bevrijd je van je overgewicht en emotie-eten*. Inmiddels staat in deze serie een derde boek op stapel genoemd naar haar non-dualistische zelfonderzoeksmethode Licht Op Je Zelf®, dat gaat over het ontdekken en realiseren van wie je werkelijk bent.

Om haar activiteiten voor Licht Op Je Zelf® de beste kansen te geven, is zij fors gaan investeren in marketingkennis. Het meest verrassende was dat zij dankzij marketing ontdekte een betere therapeut en coach te kunnen zijn. De grootste waardebietende en geldgenererende revolutie bleek het stoppen met werken volgens het uurtje-factuurmodel en high-end programma's aan te bieden.

Naast de diepe passie die zij in haar werk ervaart, en de serieuze ernst die zij voelt om vrouwen te helpen wiens kwaliteiten van leven bepaald wordt door hun worsteling met hun eten en gewicht, is ondernemen voor haar ook spelen. Zij speelt niet zozeer om te winnen,

maar wel om het maximale eruit te halen. Een spel hoe je op de beste, snelste, slimste en leukste manier je werk kunt doen en je doelen haalt. Goed geld verdienen is daar essentieel bij, alhoewel dit goed voor een ieder verder subjectief in te vullen is.

Vrijheid is een belangrijke waarde voor Sandra. Dat je vrij bent jezelf te zijn en vrij je (persoonlijke en professionele) droom in de wereld te leven. Een gezonde onverschilligheid en eigenwijsheid ten opzichte van wat anderen vinden, die deze vrijheid soms goedbedoeld willen ondermijnen met 'gaat niet', 'kan niet' of 'weet je dat wel zeker', is dan ook belangrijk. Als Bloeiende Praktijk™ Business Coach heeft ze dan ook altijd jouw meest krachtige zelf en potentieel voor ogen, ongeacht de situatie. Je kunt veel meer dan je zelf denkt!

Een van Sandra's favoriete quotes is:

Leven is meervoud van lef
- LOESJE

En een andere:

What you think, you become
- BUDDHA

Haar werkzaamheden voor zowel Bloeiende Praktijk™ als Licht Op Je Zelf® doet ze grotendeels online, zodat ze van waar dan ook in de wereld haar waarde kan bieden. Een van haar dromen is dat ook anderen gecertificeerd worden in de Licht Op Je Zelf® methode, zodat de transformatie die dit brengt zich grootser kan verspreiden.

Sandra is getrouwd met Peter Derksen, tevens haar business partner bij Bloeiende Praktijk. Zij wonen in Zevenaar met hun vijf katten.

Wil je het boek kopen?

Dat kan via bol.com of rechtstreeks bij Sandra via één van onderstaande betaallinken. Bij een bestelling bij Sandra krijg je er een boeklegger bij kado.

Woonachtig IN Nederland:

- [Boek á € 29,95](#) (inclusief verzendkosten, levertijd ca. 3 dagen)
- [Ebook pdf á € 17,95](#) (meteen na betaling beschikbaar)

Woonachtig BUITEN Nederland (BTW verlegd):

- [Boek á € 29,95](#) (exclusief verzendkosten á € 3,45)
- [Ebook pdf á € 17,95](#) (meteen na betaling beschikbaar)

Voor eventuele vragen kun je contact opnemen met Sandra's team via info@bloeiendepraktijk.nl

Meer online zichtbaarheid nodig?

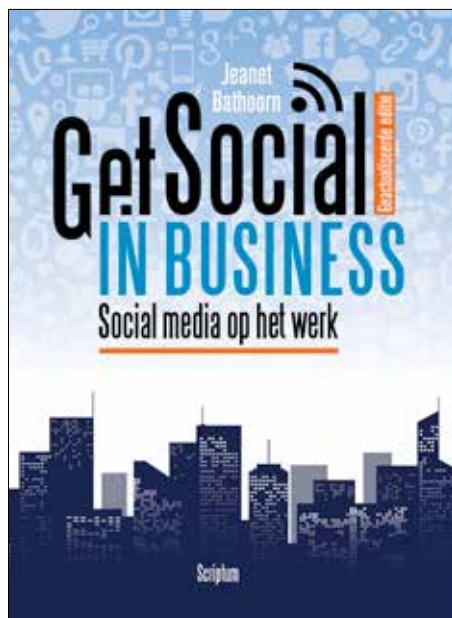
Leer hoe je dat doet met de kennis van Social Media Expert Jeanet Bathoorn.

Begin je social media strategie met een perfecte LinkedIn zichtbaarheid en maak een goede start met je online aanwezigheid. Als lezer van het boek mag je gebruik maken van een uniek aanbod!

Nooit meer twijfels over LinkedIn,
jij weet hoe het werkt!

Het hele pakket met alle LinkedIn trainingen
kun jij kopen voor € 50,00 ex btw. Ga naar
<http://bit.ly/linkedinleren> en meld je meteen aan.

Zie je daar!



Koop ook de andere bestsellers van Jeanet Bathoorn.
Ga naar <http://bit.ly/ebooksocialmarketing> voor haar GRATIS ebook over toepasbare social marketing.

Succesvol Je Online Cursus Creëren & Lanceren

Leer hoe je met jouw expertise meer waarde
biedt en creëer meervoudige bronnen van
inkomsten met je online cursus(sen)



Lezersbonus
van € 100,00

Meer info en sneak preview videotutorials op:
www.onlinecursuscreeren.nl/marketinghandboek



JEANET BATHOORN SANDRA DERKSEN

Het Marketing Handboek voor een Succesvolle Praktijk laat zien hoe je een zeer winstgevende en waardebiëdende praktijk creëert waar je met plezier in werkt. Dit boek is geschreven voor therapeuten, coaches en counselors die volgens het uurtje-factuurkje principe werken en meer willen verdienen door betaald te worden naar waarde in

plaats van naar tijd. Het neemt je mee door het proces van kiezen wie je waarmee wilt helpen, hoe je een waardevol programma creëert waar cliënten graag ja tegen zeggen én bereid zijn heel goed voor te betalen, en hoe je zichtbaar wordt.

De tips en strategieën in dit boek móet je weten omdat het informatie bevat die je niet op beroepsvormende opleidingen leert. Leren hoe je een succesvolle praktijk creëert vraagt hele andere vaardigheden en strategieën dan weten hoe je een inhoudelijk goed opgeleide professional bent. Het betekent het verschil tussen succesvol zijn, overleven of falen. Daarbij heeft de komst van internet het landschap om cliënten te vinden en te begeleiden revolutionair veranderd. Dit biedt heel veel nieuwe kansen.

DIT BAANBREKENDE BOEK LAAT JE ZIEN HOE JE:

- stopt met uurtje-factuurkje werken en een grote sprong in inkomen realiseert
- je ideale cliënt kiest en welk probleem je voor deze cliënt oplost
- high end programma's creëert en van daaruit meer inkomstenbronnen
- je cliënt beweegt van interesseren naar investeren
- social media en internet inzet om zichtbaarheid en expertstatus te claimen
- dankzij marketing met plezier IN en vooral AAN je praktijk werkt
- effectief je tijd inzet zodat je met minder inspanning meer resultaat haalt
- welke mindsets een 'must' zijn om een succesvolle praktijk te creëren
- en nog ongelooflijk veel meer

Dit boek is geschreven door twee professionals. Sandra, therapeut en business coach, met meer dan 15 jaar een eigen, inmiddels grotendeels online praktijk. Zij is een van de pioniers in Nederland in een andere manier van praktijk voeren. Jeanet is social media bestseller auteur, spreker en business coach met meer dan 25.000 verkochte boeken.

Je krijgt de beste kennis en praktijkervaring van twee experts die een passie delen: jou leren hoe je meer mensen helpt, meer geld verdient en het leven leidt waar je van houdt... NU!



ISBN 978-94-6203-751-9

