

BLOG BOOST

FRTA KNOWLEDGE business training & advice | www.fрта.nl | E-mail: froelfsema@frta.nl

Val op in 2026.

Je therapiebedrijf groeit als er nieuwe klanten bij komen of geworven worden en natuurlijk bestaande klanten meer bij je gaan besteden. Het is je scherpe focus op deze twee strategieën in de marketing en sales. Je bent als geen ander, scherp op behoud van je bestaande klanten en vooral kijken waar je nieuwe klanten nog kan toevoegen. Maar wat zegt de praktijk of leert de praktijk je?

Dit is moeilijk! En je hebt gelijk. Het is niet vanzelfsprekend dat klanten blijven en nieuwe klanten werven kost 5 x meer dan een klant houden. En dan spreek je nog niet over het magere budget voor marketing en sales. Dus is het motto: val op in de markt van welzijn en geluk. Hierbij dien je heel goed te kijken naar je product markt combinatie. Wordt veel over gesproken en geschreven maar weinig mensen gebruiken deze ook daadwerkelijk.

Maar de eerste stap hierin is wel, houd je achterdeur dicht. Zorg ervoor dat bestaande klanten je niet weg gaan via deze deur. Zorg dus voor een optimaal signaleringssysteem voor het tevreden houden van je klanten. Je kunt als geen ander gebruik maken van welbespraakte stadsomroepers, troubadours en ambassadeurs voor je therapiepraktijk. Je tevreden klanten, en dat heb je, kunnen heel veel voor je betekenen in een betrekkelijk goedkope manier van marketing uitoefenen. Zij vertellen je boodschap en of verhaal. Zij vertellen hoe goed je bent en hoe je je vak binnen de therapiebranche verstaat.

Check dus je verhaal, check het verhaal bij je stadsomroepers. Je kunt dit op subtiële manier sturen en aangeven. En nog steeds in de marketing is de mond tot mond reclame de meest betrouwbare vorm van promotie maken voor je therapiebedrijf. Dat is de basis van opvallen. Nu ga je verder met het ontwikkelen van je eigen gezicht en uitstraling naar buiten toe. Je behoort niet tot de grijze massa, want daarin verdwijnt eenieder. Je dient op te vallen. Met andere woorden binnen de marketing en sales: binnen de grijze massa heb je iedereen als klant en gaat ook iedereen als klant weer bij je weg. Nee, je dient op te vallen. Je gaat een derde stap zetten hierin, door strategische merkallianties aan te gaan. Je merk dient als geen ander innoverend te zijn. Ieder seizoen weer iets origineels en of verbeterd. In je behandelingen dien je

FRTA KNOWLEDGE BUSINESS TRAINING & ADVICE

Inhoud van deze Blogboost:

Val op in 2026	1
4 tips voor aandacht	2

Veel leuker dan
vallen en opstaan:
staan en opvallen

365 Dagen Succesvol

op te vallen met thema's en mogelijkheden. Als dit ook nog ondersteunt wordt met promotiemateriaal van je fabrikant en of leverancier dan is dit top. Met andere woorden je ontstijgt nu die bekende grijze massa en gaat zich duidelijk herkenbaar in de markt van welzijn en geluk profileren. Je gaat opvallen. Daardoor gaat je product markt combinatie veranderen. En let op, dit gaat niet van de een op de andere dag. Succes duurt altijd even een poosje en geef ook je stadsomroepers hierin even de tijd hun verhaal te kunnen doen. Dan komt eigenlijk de laatste stap eraan en die is van val op in de markt van welzijn en geluk en ga tot the edge. Sorry voor het Engels, maar dit geeft precies aan waarom het edge wordt genoemd. Je gaat verkennen waar je bedrijfsgrenzen liggen. Deze ga je opzoeken. Je zoekt de randen van je bestaansrecht met je therapiepraktijk en je gevoerde merken. Je gaat voor je zakelijke succes nu tot het uiterste en vooral je haalt alles uit de markt dat voor je van belang is. Je gaat dus heel scherp en selectief te werk. Je optimaliseert nu je strategie voor de marketing en sales. Je valt op en daar gaat het om in deze tijd. Je doet het nu anders dan anders. Mensen spreken over je en je therapiepraktijk met je befaamde aanpak en behandelingen. Het succes gaat komen. Opvallen is het motto en niet omvallen. Volgende keer meer en handige tips. En denk eraan: succes is een nevenverschijnsel dat nooit tot doel mag worden.

4 tips voor aandacht.

Ons kleine kikkerlandje telt meer dan 2 miljoen(!) ondernemingen. Een buitengewoon groot aantal. Veel ondernemingen betekent ook veel concurrentie in de branche waarin je opereert. Als ondernemer wil je natuurlijk niets liever dan een bedrijf wat opvalt tussen al deze concurrentie. Je wilt zoveel mogelijk nieuwe klanten trekken en bestaande klanten behouden.

Je onderneming online goed vindbaar maken

Het klinkt logisch maar toch is het een stuk moeilijker dan je denkt. Zoekmachine optimalisatie zal je helpen om hoger te komen staan in zoekmachines als Google aan de hand van het gebruik van goede zoekwoorden. Dit wordt ook wel SEO genoemd. Begin met een goed zoekwoorden onderzoek om na te gaan op welke termen jouw doelgroep het meeste zoekt. Optimaliseer je content op basis van de uitkomsten uit het onderzoek. Dit zorgt ervoor dat de zoekmachines weten dat je relevant bent voor de doelgroep.

Geef vooral aandacht aan bestaande klanten

“Maar bestaande klanten zijn toch al klant?” Dat klopt, maar bestaande klanten leveren je ook gratis reclame op. Wanneer klanten erg tevreden over je zijn en blijven, volgen andere van zelf. Je loyale klanten kun je zien als de ambassadeurs van je onderneming. Om je onderneming op te laten vallen is het daarom slim om (bijna) alle aandacht te geven aan je bestaande klanten. Een opvallend bedrijf richt zich op de lange termijn met strategische keuzes. Een ander bijkomend voordeel is dat het bereiken van bestaande klanten je bedrijf minder tijd én geld kost. Een echte win-situatie dus.

Een opvallende onderneming = een opvallend pand

Of je een eigen winkel, bouwbedrijf of kantoor hebt, je wilt de wereld laten zien dat jij bestaat en beter bent dan je concurrenten. Gevelreclame zorgt dat klanten je makkelijk kunnen vinden en geeft ze een eerste, belangrijke indruk. Het zorgt voor merkherkenning, merkbeleving en zet een bepaald imago neer met betrekking tot je onderneming. Gevelreclame is meer dan alleen een grote prent van je logo. Denk bijvoorbeeld aan reclameverlichting, raambelettering, werk met reclamezuilen of andere toebehoren.

Blijf vooral jezelf

Als laatste tip, dat het opdoen van inspiratie bij je concurrenten is goed, maar ga ze niet na doen. Je valt pas echt op met je onderneming wanneer je gewoon lekker jezelf blijft en je eigen ding blijft doen. Weet je nog intuïtief ondernemerschap. Heb vertrouwen in het merk wat je neer hebt gezet en wees zelfverzekerd op het gebied van branding. Het is makkelijk om ‘de beste’ na te doen, maar hierdoor ga je mee in de flow en zul je nooit vooraan komen te staan. Probeer zo nu en dan eens de stoute schoenen aan te trekken om je eigen creatieve, vernieuwende ideeën uit te werken. Je zult zien dat creativiteit beloond wordt doordat je je klanten verrast.

Kortom, blijf dicht bij de kern van het bedrijf. Weet waar jouw onderneming voor staat. Laat je identiteit en imago spreken. Onthoud dat als je als onderneming consistent je merk blijft doorvoeren, je bouwt aan een waardevolle relatie met je klanten en je pas echt zult opvallen!

