



De praktijk

# Netwerken, moet dat nou?

In de vorige editie van de Message schreef ik over de rol van het internet voor de eigen praktijk. Hoe je vanuit je binnenkamer en vanuit huis de boodschap van jouw praktijk wereldwijd kunt verspreiden. In deze uitgave gaan we lekker buiten spelen, even de veilige haven verlaten en je naamsbekendheid uitbreiden door middel van netwerken.



## DE PRAKTIJK

Marja van de Ende

Er wordt wel gezegd dat je maar 6 mensen hoeft te kennen om in verbinding te staan met de gehele wereld. Omdat iedereen een eigen relatiernetwerk heeft en alle relaties in dit netwerk ook weer andere mensen kennen, is de wereld inderdaad klein. Gebruik maken van deze wetenschap kan je helpen om de naamsbekendheid voor je eigen praktijk versneld uit te breiden. Netwerken is dus jezelf bekend maken via de weg van de persoonlijke benadering. Dit kun je op veel verschillende manieren doen. Begin klein, eerst bij je eigen relatiernetwerk.

## Breng je relatiernetwerk in kaart

Wie ken je allemaal en welke rol kunnen deze mensen spelen in de uitbreiding van je naamsbekendheid? Je kunt dan kijken naar familieleden, vrienden, collega's, oud-collega's, kennissen, leden van je sportclub, hobbyclub enzovoorts. Het zal je ten eerste verbazen hoeveel mensen je eigenlijk kent. Ten tweede kan het je verbazen dat de mensen bij wie je had bedacht dat ze een minimale rol hierin kunnen spelen, ineens heel veel voor je gaan betekenen.

**Omdat iedereen een eigen relatiernetwerk heeft en alle relaties in dit netwerk ook weer andere mensen kennen, is de wereld inderdaad klein**

Een voorbeeld uit de praktijk: voor mijn examen stoelmassage moest ik honderd proefmassages geven. Ik maakte voor het werven van proefpersonen gebruik van het contact met mijn yogadocente. In drie groepen mocht



Marja van der Ende is in 2007 afgestudeerd als massagetherapeut bij IVS opleidingen. Haar eigen praktijk Agaat Therapiepraktijk weet zij sinds 2005 zeer gezond te houden. Daarnaast is ze bij IVS werkzaam als docent in de starters- en marketingcursussen, waarin ze haar marketingkennis en ervaringen als ondernemer in de massagebranche deelt met de cursisten. Marja is ervaringsdeskundig in het overwinnen van de angsten en het loslaten van de overtuigingen die haar in het verleden belemmerden om bijvoorbeeld een eigen praktijk te starten of voor een grote groep te spreken. Sinds ze deze activiteiten wel verder is gaan ontplooiën, voelt zij de enorme vrijheid en voldoening die dit met zich meebrengt. En dit brengt zij in deze rubriek graag op jou over!



ik een briefje uitdelen. De mensen nodigde ik in de zomervakantie in mijn praktijkruimte uit, zodat ik hen in een toch al rustige periode kon laten zien wat ik allemaal in mijn praktijk te bieden had. Uiteindelijk heb ik hier tien actieve cliënten aan overgehouden, waarvan een aantal nog steeds regelmatig terugkomt.

### **Breidt je relatienetwerk uit**

Het uitbreiden van je relatienetwerk kan ook op veel verschillende manieren. Allereerst is belangrijk dat je nadenkt over de clubs en verenigingen waar jouw doelgroep rondloopt. Richt je je massages op sporters, onderzoek dan welke sportclubs er zijn en wie jou binnen deze clubs aan contacten en uiteindelijk nieuwe cliënten kan helpen. Geef je massages binnen bedrijven met een minimaal aantal werknemers, verdiep je dan in de bedrijvenclubs waar deze bedrijven lid van zijn en word daar zelf ook lid van. De Kamer van Koophandel, bedrijvenclubs, netwerkclubs en diverse banken organiseren regelmatig netwerkbijeenkomsten voor startende ondernemers. Ook al denk je dat de collega-ondernemers niet direct tot je doelgroep behoren, zij zijn ook mensen die lichamelijke klachten kunnen vertonen of behoefte aan ontspanning kunnen hebben. Onthoud altijd dat elke persoon een eigen relatienetwerk heeft waarbinnen

jouw praktijk onder de aandacht gebracht kan worden.

Weer een voorbeeld uit de praktijk: via een netwerkbijeenkomst voor startende ondernemers die door de Rabobank werd georganiseerd, kwam ik in contact met de manager van hun afdeling Bedrijvenadvies. Dit contact heeft me in een aantal jaren vijf actieve cliënten, een interview in het magazine voor leden van de bank, een aantal vermeldingen in krantenartikelen en een stoelmassage-opdracht opgeleverd.

### **Onderhoud je netwerk**

Wanneer je veel inspanningen hebt geleverd om een relatienetwerk op te bouwen, zou het zonde zijn wanneer je daarna geen contact meer legt. De meest belangrijke stap van netwerken is je netwerk onderhouden. Ook dit kun je op allerlei manieren doen.

Een van de meest krachtige manieren is regelmatig een nieuwsbrief verspreiden onder jouw relaties waarin je de ontwikkelingen van jou in je praktijk beschrijft. Opleidingen die je volgt of gaat volgen, een samenwerking met een collega, een nieuwe massagevorm die je geleerd hebt, vernieuwde openingstijden of een artikel uit een vakblad wat je zo belangrijk vindt om te delen met je relaties. Een aantal opmerkingen bij het verspreiden van nieuwsbrieven via email: sinds 1 oktober 2009 ben je verplicht om eenmalig toestemming te vragen aan je relaties of zij de nieuwsbrieven willen ontvangen. Bied de ontvanger altijd te gelegenheid om zich af te melden van de nieuwsbrief. Houd ook altijd in een actueel relatiebestand bij waar je iemand van kent. Op

deze manier kun je veel gericht je nieuwsbrief verspreiden en wellicht verschillende nieuwsbrieven naar verschillende doelgroepen versturen. De kans dat het ook echt gelezen wordt en niet in de, al dan niet digitale, prullenbak verdwijnt is dan groter.

### **En dan... hoe leg je contact?**

Veel mensen vinden het moeilijk, zeker op netwerkbijeenkomsten, om nieuwe contacten te leggen. Ook hebben veel startende ondernemers het idee dat je op een netwerkbijeenkomst maar zoveel mogelijk visitekaartjes moet scoren en verspreiden om enige kans van slagen te hebben. Losse flodders schieten, dan komt er altijd wel eentje aan. Nu zal ik je uit dit beeld bevrijden en een aantal tips geven die de druk om te presteren wellicht wat kunnen verminderen.

Een eerste tip is: zorg dat je altijd visitekaartjes bij je hebt. Je weet maar nooit wie je waar tegenkomt. Wanneer je een netwerkbijeenkomst bezoekt, zet dan altijd de intentie in je gedachten dat je die avond juist die mensen ontmoet die jou verder kunnen helpen met de vragen die jij op dat moment hebt. Soms ga ik daardoor naar huis met maar één visitekaartje, maar wel van diegene waar een nieuwe cliënt of opdracht uitkomt.

Als je de ruimte betreedt, neem dan even de tijd om goed rond te kijken. Door wie voel je je het meest aangetrokken om een gesprek mee aan te knopen? Je zult zien dat je gevoelsmatig dan bij personen terecht komt die je op dat moment kunt gebruiken voor de uitbreiding van je naamsbekendheid. Probeer eerst de ander te laten vertellen wat diegene

doet aan activiteiten. Op deze manier kun je goed luisteren naar het verhaal van de ander en inspelen op mogelijke openingen die voor jou praktisch interessant kunnen zijn. Zo ben ik bijvoorbeeld aan een contact gekomen die mij kon helpen aan de beantwoording van een aantal vragen die ik had voor mijn afstudeerscriptie over ADHD.

Geef pas je visitekaartje als de ander erom vraagt. Het kan mensen afschrikken als je maar lukraak je kaartje geeft als die ander nog geen interesse heeft getoond in een verder contact. Laat je niet negatief beïnvloeden wanneer je collega's tegenkomt die ook een massagepraktijk hebben. Het is geen strijd! Leg contact en ga samenwerken. Kijk of en waarin je elkaar kunt aanvullen.

### De elevator pitch

Een veelgehoorde term op netwerkbijeenkomsten is de elevator pitch. Dit is een korte goedlopende zin waarin je in een paar seconden vertelt wie je bent en wat je doet. Stel: je stapt in de lift en komt een oude bekende tegen. In de paar verdiepingen die de lift (de elevator) erover doet om boven te komen wordt jou gevraagd te vertellen wat je tegenwoordig bezighoudt. Jij hebt natuurlijk nagedacht over die zin (de pitch) en vertelt hem vloeiend en op een natuurlijke enthousiaste manier. De oude bekende raakt geïnteresseerd en vraagt je visitekaartje. Het eerste contact is gelegd!

Door de zin op een bepaalde manier op te bouwen, kun je de aantrekkingskracht ervan nog groter maken. Begin met je doelgroep, op wie richt je jouw praktijk. Vervolgens vertel je in een voor iedereen begrijpelijke korte term wat je deze doelgroep biedt. Als uitsmijter vertel je waarom mensen nu specifiek bij jou komen, waarin je je onderscheidt van de rest van je collega's. Als je deze opbouw gebruikt, is de kans van slagen het grootst. Door de volgorde trek je mensen aan en stoot je ze niet af (alleen als ze echt niet geïnteresseerd zijn).

Jezelf een 'merknaam' geven kan nog krachtiger werken. Zo heb ik eens de 'Strandwandelcoach' leren kennen. Één woord waarin meteen duidelijk wordt wat deze meneer doet en op welke manier. Een woord dat voor altijd of in ieder geval voor langere tijd blijft hangen. En dat is nu juist de bedoeling!

### Reageren?

marja@bms-belangenvereniging.nl



**Problemen kun je ervaren op mentaal, emotioneel of fysiek gebied, een combinatie daarvan of op het gebied van zingeving. Problemen vinden hun oorsprong in onverwerkte ervaringen... dat is het eenvoudige uitgangspunt van reïncarnatietherapie.**

Deze ervaringen kunnen worden opgespoord in het onderbewuste, waardoor je ze kan herbeleven. Door die herbeleving ontstaat er ontlading van emoties en fysieke pijnen; meestal een zeer bevrijdende ervaring. Dit bevrijdende effect wordt versterkt wanneer je je bewust wordt hoe in de onderliggende thematiek zich steeds weer hetzelfde probleem herhaalt. Met dit inzicht stel je jezelf in staat om een aantal zaken in je leven op een andere manier in te richten. Met andere woorden: jezelf te transformeren op een wijze die bij je past en die je zelf graag wilt. Je krijgt meer leiding over je leven zodat je kunt worden wie je zelf bent.

### Effectief

Omdat reïncarnatietherapie vooral in het onderbewuste speelt, is het een confronterende therapie en daardoor zeer effectief. Het woord reïncarnatie geeft aan dat bij deze therapie het verleden ruim wordt gedefinieerd: het omvat naast het recente verleden en de jeugd ook geboorte, zwangerschap en conceptie en alle ervaringen daaraan voorafgaand (vorige levens). Met reïncarnatie wordt bedoeld dat een wezenlijk deel van onszelf (bewustzijn, ziel, geest) het lichamelijk sterven steeds overleeft en na korte of langere tijd weer in een nieuw lichaam komt; het incarneren.

Het woord therapie staat voor het zodanig herbeleven en alnog verwerken van tot nu toe onverwerkte ervaringen, dat de daarmee verbonden problemen in het heden verdwijnen. De veronderstelde relatie tussen onverwerkte gebeurtenissen in het verleden en mentale, emotionele en/of fysieke klachten of zingevingproblemen in het heden, is ook bekend bij vele andere vormen van psychotherapie, denk aan psychoanalyse, psychiatrie, hypno- en regressietherapie. Reïncarnatietherapie onderscheidt zich hiervan door:

- onbewuste ervaringen die zich in een andere realiteit dan het huidige leven afspelen, serieus te nemen;
- de manier waarop reïncarnatie-therapeuten trance gebruiken voor het opsporen van onderbewuste ervaringen (heel direct zonder ontspannings- of andere inductietechnieken);
- de nadruk te leggen op het verkrijgen van inzicht in de samenhang tussen onverwerkte, onderbewuste ervaringen met problemen in het hier en nu.

De informatie in deze rubriek wordt u ter kennisgeving aangeboden en mag niet worden gezien als een oordeel over de werkzaamheid door de BMS.