



Marja van der Ende runt een succesvolle praktijk en is in 2007 afgestudeerd als massagetherapeut. Marja is ervaringsdeskundige in het overwinnen van de angsten en het loslaten van de overtuigingen die haar ooit belemmerden een eigen praktijk te starten of een grote groep mensen toe te spreken. In haar rubriek deelt ze haar ervaring(en).

Publiciteit zoeken, maak er een sport van...

"Ik ben verslaafd aan publiciteit", zei ik gisteren tegen de cursisten van de basismodule 'holistisch ADHD expert' waar ik docent van ben. Dit was natuurlijk niet zonder reden. Zeker voor het onderwerp ADHD, maar eigenlijk voor alle onderwerpen waar een andere vorm van aandacht voor nodig is dan de huidige in de media, is het zoeken van publiciteit een waardevol middel om je visie te verspreiden.

DE PRAKTIJK

Marja van der Ende

In mijn jeugd heb ik mezelf voorgenomen om beroemd te worden. Ik had mijn eigen idool in de popmuziek die ik aanbad. Maar ja, ik kan niet zingen of acteren, dus waar word je dan beroemd mee? Daarnaast was ik bijna honderd procent van de dag onzeker, hoe kan je dan beroemd worden?

Schrijven

Na het afronden van de hotelschool heb ik een opleiding marketing en public relations gevolgd. Ik leerde hoe je een product kon aanprijzen via de media. In die tijd bestond internet nog niet dus de kennis die ik opdeed bleef beperkt tot gedrukte bladen, radio en tv. Ik leerde hoe je contacten legde met de pers door persberichten te schrijven, in de hoop dat daar interviews uit zouden voortkomen. Voor mijn praktijkexamen ontving ik twee keer het cijfer 4. Schrijven was niet voor mij weggelegd volgens de examencommissie. Auw, dat deed zeer. Als ik niet kon zingen of acteren en ook niet kon schrijven, wat kon ik dan wel doen om beroemd te worden?

Na mijn opleiding ben ik bij een evenementenorganisatiebureau gaan werken. We organiseerden particuliere vlooiemarkten en ik leerde hoe je een dergelijk evenement onder de aandacht van de pers kon brengen. De contacten met de pers

bestonden al vijftien jaar en de artikelen werden door de directeur geschreven. Ik hoefde alleen maar voor de verzending te zorgen. Pas tijdens mijn derde baan, bij een ICT-bedrijf, kreeg ik meer verantwoordelijkheden voor het zelf schrijven van de nieuwsbrief voor het personeel en af en toe een persbericht. Er gebeurde meer en meer via het internet, maar sociale media bestonden in die tijd nog niet.

Spreeken

Spreeken in het openbaar was voor mij nóg een 'dingetje' waar ik ontzettend veel lading op had liggen. Eén-op-één gesprekken met klanten gingen prima, maar voor een grote groep spreken durfde ik echt niet. Ik had het afgezworen toen ik tijdens een cursus 'zakelijk presenteren' van de docent te horen kreeg dat ik met mijn eentonige stem mensen nooit langer dan tien minuten kon boeien. Weer iets waar ik niet beroemd mee kon worden.

Praktijk

Vanaf het moment dat ik mijn praktijk startte, draaide dit totaal om. Ik ging helemaal los. Het eerste persbericht dat ik verzond naar een grote dagkrant in de regio, werd met complimenten ontvangen door de redactie. Ze ontvingen nooit zulke duidelijke en complete, goed opgestelde

En nu word ik slank

Duizenden mensen willen graag gezonder eten, meer bewegen en die overvloedige kilo's kwijttraken. Velen lukt dat niet of niet blijvend. Sommigen echter wel. Hoe kan dat? Wat doen succesvolle afvallers anders?



Mieke onthult in haar nieuwe boek dé 6 succesfactoren van blijvend afvallen, zonder dieet. Hoe moeilijk het is, zo simpel is het ook: pas deze succesfactoren toe in jouw leven en word én blijf slank. Afvallen zonder overetdrang en frustratie, mét het allerlekkerste eten!

Nee. Je volgt geen crashdieet (dat werkt niet of slechts tijdelijk). Je eet juist heerlijk. Want: als je dan toch minder eet, zorg er dan tenminste voor dat je het lekker vindt; dat is houdbaar! Je ontdekt hoe jouw overetdrang vermindert. Jij gunt jezelf wat je echt nodig hebt; zeg maar dag frustratie! Gezond omgaan met eten maakt je leven positiever, lichter en leuker. Je krijgt meer zelfvertrouwen én dat bikinilijf!

Type	Paperback
Auteur(s)	M. Kusters
Uitgever	Carrera
ISBN	9789048825523
Pagina's	128
Prijs	€ 9,99

persberichten, dus ik werd uitgenodigd voor een interview. Ook andere kranten vonden mijn berichten waardevol genoeg om te vermelden en de eerste cliënten stroomden binnen. Want wat in de krant staat is waar(devol).

Met het spreken in het openbaar is het ook helemaal goed gekomen, dat weet de hoofdredacteur van de Message heel goed, want aan hem heb ik te danken dat ik nu zeer regelmatig voor grote groepen trainingen, lezingen en workshops geef.

Verslaving

Mijn verslaving aan publiciteit is ontstaan omdat het me een heerlijk gevoel geeft als berichten van mijn hand geplaatst worden en als mensen na een training aangeven dat ze gemotiveerd zijn geraakt. Wat een sigaret of koffie doet voor anderen, doet het gepubliceerd krijgen van artikelen en persberichten en het visueel zichtbaar worden in de media voor mij. Het is een sport geworden die veel voldoening geeft. En het heeft inmiddels ook een meer maatschappelijke vorm gekregen: het vragen van aandacht voor een andere visie op ADHD, (werk)stress en ondernemerschap, de onderwerpen die mij dagelijks bezighouden.

Publiciteit zoeken

Ben jij er klaar voor om de publiciteit te zoeken? Wil jij jouw visie op gezondheid, ontspanning, stress of een ander onderwerp dat jij helemaal uitgekauwd hebt, verspreiden via de media? Voordat je de publiciteit zoekt, is het handig als je een aantal basiszaken goed op orde hebt.

Makkelijke weg naar meer informatie

Als je voor mensen spreekt of ze lezen een bericht van jouw hand en ze raken bovengemiddeld geïnteresseerd in het onderwerp, is een goed geplaveide weg naar meer informatie van cruciaal belang. Zorg dat je website voldoende herkenbare informatie biedt, zodat zij direct de vragen waarmee ze nog rondlopen, beantwoord kunnen krijgen. Je kunt bij een persbericht over een lezing die je organiseert bijvoorbeeld direct verwijzen naar een aparte pagina waar men zich kan aanmelden. Heb je een bepaald onderwerp belicht in een artikel of training? Maak er dan een aparte pagina van met een herkenbare paginanaam.

Materialen op papier

Zorg ervoor dat je altijd gedrukte of geprinte materialen bij je hebt of deze snel kunt toesturen als een geïnteresseerde daar behoefte aan heeft. Een afwijkende vorm valt op en zorgt ervoor dat mensen je blijven onthouden. Al vanaf de start van mijn praktijk ben ik die vrouw met dat

piramidevormige kaartje. Ik heb steeds een stapel verschillende flyers in mijn tas zitten zodat ik zowel een ouder met een kind met ADHD, als een ondernemer of werknemer met stress meer informatie kan meegeven.

Actuele medialijst

Zorg dat je een lijst hebt met adressen waar je persberichten en artikelen naar toe kunt sturen. Noteer e-mailadressen, inzendtermijnen voor het aanleveren van je bericht, contactpersonen en telefoonnummers zodat je een campagne kunt opzetten. Bij persberichten in nieuwsmidia krijg je vaak het verzoek om ook een advertentie te plaatsen. Dit doe ik zelf regelmatig omdat deze media leven van advertentie-inkomsten en anders niet kunnen voortbestaan. De advertentie die ik plaats, is dan wel doelgericht op een bepaald specifiek onderwerp of evenement.

Duidelijk verhaal met visie

Als je dan die kans krijgt om met je hoofd op tv of met je foto in de krant te komen, zorg dan voor een duidelijk verhaal met daarin jouw visie op het onderwerp: waar het over gaat, waar jij voor gaat en waar jij achter staat. Wees onderscheidend, verrassend, vernieuwend en soms een beetje ondeugend om mensen nieuwsgierig te maken. Maar vooral: wees jezelf!

Bewust zijn van je spanning

Publiciteit zoeken is een sport, maar de publiciteit krijgen is gewoon spannend. Voor ieder hoofd op tv is een eerste keer geweest waar het optreden soms niet zo soepel verliep. Op het moment dat je die spanning gaat proberen weg te halen, ben je iets in jezelf aan het onderdrukken en dat is meer zichtbaar op tv dan wanneer je dat niet doet. Geef toe dat je gespannen bent, dan kan de spanning zich ontladen en bevrijd je jezelf van de last van de spanning. Kwetsbaarheid is kracht, juist in de media.

De rest is puur genieten van het resultaat. Of de volgende keer anders doen als je er niet zo tevreden over bent. Het proces is in ieder geval ontzettend leerzaam om meer ervaring op te doen voor later, meer en groter.

Van het een komt het ander

Dat het zoeken van publiciteit aandacht onder grotere groepen kan opleveren, bewijst het feit dat ik onlangs ben gevraagd om een van de voorbeelden zpz'ers te zijn in een reclamecampagne van Centraal Beheer voor hun pensioenproduct. Zij waren mijn verhaal over veelzijdig ondernemen tegengekomen via een nieuwsbrief van Echt ZPZ, een onderzoeksplatform



voor zpz'ers. Na het lezen van mijn verhaal vonden ze op mijn website een filmpje van Life is Beautiful, een lifestyle-programma op RTL4 waar ik in 2013 aan meegewerkt heb. Uiteindelijk hebben al de uitingen die het reclamebureau tegenkwam op mijn website en een telefoongesprek dat ik met de regisseur van de campagne had, de doorslag gegeven om mij te selecteren voor de campagne.

Een opnamedag van tien uur zorgde voor een filmpje van bijna twee minuten waarin ik mijn werk in mijn praktijk heb laten zien en over veelzijdig ondernemen heb gesproken. En een beetje over mijn manier van pensioen opbouwen. Een bijzondere ervaring die ik meedraag in mijn rugzak. En wie weet wat daar weer uit voort kan komen? Van het een komt het ander.

Waarom?

Misschien vraag je je af waarom je de publiciteit zou zoeken, als je een goedlopende praktijk hebt of als je juist niet zo goed bent in het spreken in het openbaar. Uiteindelijk is de reden voor mij dezelfde als het waarom ik in 2005 mijn praktijk gestart ben: anderen helpen door hen te laten ervaren dat 'het' anders kan. Waarom geef jij massages? Omdat je ontdekt hebt dat massages jou zelf zo goed helpen te ontspannen, beter dan een pijnstillertje of slaappil? Omdat je mensen met stress of gedragsproblemen op een andere manier wilt helpen dan via de reguliere wegen? Omdat je wilt onderzoeken of massage helpt bij welke aandoening dan ook?



Wij hebben allemaal een 'waarom' wij dit werk zijn gaan doen. En als je dan ontdekt hebt wat jouw waarom is, dan kun je die aan de buitenwereld laten zien. Zodat meer mensen geholpen worden met de klacht waarmee zij rondlopen en geen antwoord vinden in andere wegen. De media opzoeken is daar een krachtig middel bij.

Heb je er al zin in?

Misschien helpt het je om wat voorbeelden te zien. Ben je nieuwsgierig naar meer? Ik heb een heel rijtje voorbeelden van media-uitingen op mijn website staan onder het kopje 'MEDIA'. Van blogs tot filmpjes, van artikelen tot radio-interviews. Kijk, lees en luister en doe er je voordeel mee. Verder kun je natuurlijk allerlei filmpjes van anderen vinden op YouTube of op hun websites. Het kan jou net die inspiratie geven om jouw verhaal nog duidelijker te krijgen in voorbereiding op een media-uiting.

Brengt het jou in beweging om de publiciteit te zoeken? En heeft dat je opgeleverd wat je ervan hoopte? Allemaal vragen waarop ik graag reacties zie. Alvast bedankt voor je medewerking om mijn nieuwsgierigheid in te vullen met ervaringsverhalen!

Reageren?

- info@bms-belangenvereniging.nl
- info@suxeed.nl

Links

- www.suxeed.nl
- www.centraalbeheer.nl/ZO

Uitgelicht

Hielspoor

Een blessure die vooral veel hardlopers treft is de pijnlijke hak of hiel, in medische termen de fasciitis plantaris. Dit is een blessure op de belaste zijde van de voet onder de hak.

De pijn daar begint meestal geleidelijk tijdens of na het lopen, maar kan ook plots aanwezig zijn. Het is moeilijk om de pijn te ontlopen, omdat het de plek is waar je je voet het eerst belast. Vooral 's ochtends bij het opstaan is de pijn irritant; na enige tijd is de scherpste pijn er meestal af, maar blijft wel hinderlijk aanwezig. De oorzaak is een irritatie van het peesblad onder de voet die de voetboog onderhoudt. Bij plotse pijn kan er sprake zijn van een scheuring van dit peesblad. Vaak doet de buiger van de grote teen die er naast ligt ook mee.

De oorzaak van de irritatie is overbelasting van de fasci plantaris. Dit komt door te veel hardlopen zonder voldoende hersteltijd te hebben ingelast. Andere en mede oorzaken van dit ongemak kunnen gezocht worden in verkeerd en/of oud schoeisel en voetstand afwijkingen. Bij te lang doorlopen op schoenen waar de demping uit is, kunnen gemakkelijk deze klachten ontstaan. Met het ouder worden neemt het herstel vermogen van het lichaam af, hetgeen verklaart waarom ik deze blessure vooral zie bij 35+-ers. Hardnekkigheid kenmerkt deze blessure, waarbij je moet denken in maanden als er geen snelle maatregelen worden getroffen. Het zo goed mogelijk ontlasten van het pijnlijke gebied is een vereiste. In het ene geval kan een aangepast hakje voldoende zijn, soms is het beter een op maat gemaakte steunzool te laten aanmeten. Uiteraard dient ook de belasting teruggeschroefd te worden. Om de conditie te onderhouden kunnen alternatieve trainingvormen aangewend worden, te denken valt aan zwemmen en fietsen (of aquajoggen en crosstrainen).

Spierversterkende oefeningen van de voet zijn aan te raden, met daarnaast bij hardnekkige gevallen een nachtsplak, een soort brace die 's nachts zorgt voor een continue aanspanning van de pees en peesplaat. Een goed en goedkoper alternatief voor de nachtsplak is de strassburg sock, die hetzelfde effect heeft.



Pas als de klachten volledig zijn verdwenen kan heel voorzichtig de loopbelasting worden opgebouwd.

Neem als hardloper ook lichte pijnklachten aan de hak serieus en loop daar niet zo maar mee door!