

# Ondernemen, hoe doet u dat?

Veel ondernemers in de zorg vinden ondernemen maar een last. Liever zijn ze met hun echte vak bezig. Toch hebt u er mee te maken. En dan kunt u van deze nood beter een deugd maken. Maar hoe?

Tekst: Marja van der Ende

Veel reflexzonetherapeuten zijn goed in hun vak. Ze weten empathisch te luisteren naar de cliënt, vragen te beantwoorden, behoeften in te vullen en klachten met succes te behandelen. Toch blijkt dit tegenwoordig niet voldoende om gegarandeerd een volle praktijkagenda te hebben. Er is meer actie nodig. Ook blijkt dat steeds meer zorgverzekeraars de behandelingen minder of niet meer vergoeden. Veel consumenten kiezen ervoor geen aanvullende verzekering meer af te sluiten. Andere wegen naar de consument dienen daarom aangelegd te worden, andere geldstromen aangeboord.

## Bent u wel zakelijk genoeg?

Veel therapeuten hebben een achtergrond in de zorg en nooit iets meegekregen van ondernemerschap en marketing. Dit levert vaak problemen en blokkades op tijdens de start en opbouw van de eigen praktijk. Niet gek dus dat er vorig jaar een masterclass werd georganiseerd door zorgverzekeraar Achmea en de Kamer van Koophandel met de titel 'Zakendoen in de zorg'. De strekking was dat er een kloof zit tussen effectieve gezondheidsproducten en ontwikkelde zorgprogramma's én het succesvol aanbieden hiervan aan partijen met geld. De genoemde oorzaak was de geringe mate van zakelijkheid en professionaliteit van de zorgaanbieder en diens manier van communiceren. Deze blijkt onvoldoende ontwikkeld te zijn waardoor de producten en programma's van tafel worden geveegd en de consument niet bereikt wordt. Zowel op kleine

schaal (de zelfstandige praktijk) als op grotere schaal (maatschappen, gezondheidsbedrijven en beroepsverenigingen) is dus meer dan ooit nodig dat de mens achter de onderneming zich ontwikkelt tot zakenman of -vrouw. Zonder het contact met zichzelf te verliezen.

## Ondernemen is te leren

Is ondernemerschap iets wat u in u moet hebben of kunt u het ook leren? Een bepaalde mate van ondernemingszin is noodzakelijk om de verbinding tussen vraag en aanbod te kunnen leggen. Ondernemend zijn betekent dat u een bovenmatige interesse hebt in een bepaald onderwerp, dat u ervoor kiest u erin te verdiepen en u inzet toont. De ervaring leert dat u de kans op meer klanten kunt vergroten als u bewust voor een bepaalde doelgroep kiest met een daarop afgestemd aanbod. Bijvoorbeeld: een combinatie van massages, voedingsadviezen of coaching bij ADHD. Zulke specialisaties zijn eenvoudiger en duidelijker te communiceren waardoor een potentiële klant zich eerder aangesproken voelt. Naast ondernemend zijn en bewust kiezen zijn veel aspecten van het ondernemerschap gewoon te leren of zelfs uit te besteden als u het echt niet kunt of er geen zin in hebt. Wel is het raadzaam om minimaal op de hoogte te zijn van wat zich rondom en in de onderneming afspeelt, vooral cijfermatig. Zo kunt u kansen grijpen wanneer deze er liggen en beslissingen nemen wanneer dat nodig is. Bij een zelfstandige praktijk bent u de ondernemer, de uitvoerder én het visitekaartje. ■

## Oproep

Om de inhoud van deze rubriek Ondernemen in de volgende uitgaven optimaal op u als lezer te kunnen afstemmen, hebben we uw hulp nodig. Hebt u vragen over ondernemen, administratie, marketing, communicatie, PR of social media? Mail ze dan naar [reflexzone@bsl.nl](mailto:reflexzone@bsl.nl).

## Over Marja van der Ende

Na tien jaar in verschillende marketingfuncties in het bedrijfsleven werkzaam te zijn geweest, heeft Marja van der Ende zich omgeschoold en is ze sinds 2005 massagetherapeut en coach in haar eigen praktijk. Daarnaast geeft ze training aan (startende) therapeuten. November 2012 publiceerde ze haar eerste boek 'Vrij en blij zelfstandig ondernemen', over het optimaal inzetten van de inhoud van uw rugzak voor de eigen onderneming. Schrijven is naast het werken met cliënten en collega-ondernemers in haar praktijk, een van haar grote passies.

