

In de vorige Message schreef ik hoe je een volle agenda krijgt en behoudt in je praktijk door het toepassen van business spiritualiteit in jouw manier van ondernemen. In deze uitgave wil ik graag meer informatie met je delen over het belang van internet in je communicatie en de vindbaarheid van de massagepraktijk.

De Praktijk

De kracht van communicatie via internet

DE PRAKTIJK

Marja van de Ende

De eigen website

'Elk bedrijf moet een eigen website hebben, anders tel je niet meer mee in deze maatschappij!' Dit kun je voor waar aannemen, maar het kan ook een overtuiging zijn die je behoorlijk kan belemmeren om een stap te zetten. Veel mensen weten niet waar ze moeten beginnen bij het (laten) maken van een website. Veel startende praktijkhouders hebben nog geen financiële middelen om een website te laten maken en gaan zelf iets maken. De uitstraling van dergelijke websites komt in veel gevallen absoluut niet overeen met de professionele uitstraling die de masseur zelf wel heeft.

In mijn werk als marketingtrainer voor collega's die een eigen praktijk starten, hoor ik vaak: 'Ik ben druk bezig met de ontwikkeling van mijn eigen website. Als ik die online heb, dan kan ik met mijn praktijk starten.' Maar hoe weet je nu of je wel de juiste informatie op die website hebt staan, als je nog geen ervaring met cliënten hebt opgedaan? Waarom wachten op de lancering van je website?

Hieronder lees je een aantal tips die jou kunnen ondersteunen bij de ontwikkeling van je eigen professionele website:

- Wanneer je nog niet exact weet welke informatie je op je website wilt plaatsen, begin dan met een website in de vorm van een digitaal visitekaartje. Zorg dat de reeds bekende informatie erop staat. Blijf niet hangen in de gedachte dat het altijd perfect moet zijn voordat de website online gaat.
- Zie de ontwikkeling en actualisering van je eigen website altijd als een continu veranderingsproces. Hoe meer je je als mens en als therapeut ontwikkelt, hoe meer jouw website zich met jou mee ontwikkelt. Plan dus regelmatig tijd voor jezelf in om te verifiëren of de website nog overeenkomt met jouw huidige staat van (bewust) zijn.
- Wanneer je ervoor kiest om je website door een webdesigner te laten ontwikkelen, zorg er dan voor dat je kunt werken met een Content Management Systeem (CMS). Dit betekent dat de uitstraling (kleurstelling, beelden, menu-items, frames) na het ontwerp alleen gewijzigd kan worden door de webdesigner. De tekstvakken daarentegen zijn vrij door jezelf aan te passen. Het voordeel hiervan is, dat je op elk gewenst moment de website zelf actueel kunt houden en kosten en tijd bespaart op de opdrachten richting de webdesigner. Een ander voordeel is, dat je niet het risico loopt dat bijvoorbeeld beelden en menu-items verplaatst of aangetast worden na het zelf wijzigen van je website.

Waarom 'moet' je eigenlijk een website hebben? Op deze vraag kan ik alleen reageren met het volgende antwoord: je moet helemaal geen website hebben! Allereerst kun je je verdiepen in de doelgroep die je naar jouw praktijk wilt aantrekken. Zijn dit wel mensen die vallen binnen de groep internetbezoekers? Is het antwoord ja, dan kun je kijken via welke wegen jij jouw doelgroep kunt benaderen. Het internet is maar één van de vele wegen die naar Rome leiden. En als je er dan voor kiest om een website te lanceren, zul je eerst heel goed kunnen kijken naar de uitstraling die je hebt en wilt overbrengen, voordat je je überhaupt op de tekst stort. Negentig procent van communicatie is overdracht van emoties en sfeer, slechts tien procent is woorden.

Uit een kleinschalig door mijzelf in het kader van dit artikel uitgevoerd onderzoek, blijkt dat dit basisprincipe niet of nauwelijks wordt nageleefd. Waarschijnlijk omdat de meeste mensen denken dat je op het internet zoveel tekst kwijt kunt als je wilt. Dat is natuurlijk wel zo, maar de vraag is of deze tekst wel gelezen wordt en niet juist mensen afschrikt. Ook heerst de gedachte dat je de bezoeker zoveel mogelijk informatie moet geven, anders kun je deze persoon niet overtuigen van het feit dat hij of zij de telefoon moet pakken om je te bellen. Persoonlijk vind ik (en velen met mij) websites met veel tekst onder elkaar niet fijn om te bezoeken. Zodra een pagina al een scrollbar heeft en ik moet dan ook nog heel lang naar beneden scrollen voordat ik gevonden heb wat ik zoek (en meestal vind ik dat niet), dan raak ik de interesse kwijt. En als de aanbieder ook nog probeert mij met woorden te overtuigen, krijg ik weerstand en pak ik de telefoon juist niet.

Een stappenplan vol gouden tips:

- Laat eerst de overtuiging los dat je de bezoekers van je website moet overtuigen van jouw mooie verhaal. Gebruik zoveel mogelijk feiten en zo min mogelijk commerciële wervende bewoordingen. Wanneer de bezoeker de vrijheid voelt om te kiezen, zul je gekozen worden.
- Laat de uitstraling van de website die negentig procent emoties en sfeer overbrengen die je wilt overbrengen. Investeer je nu voldoende tijd (en geld) in een huisstijl die bij jou past qua kleurstelling, logo, foto's en lettertype, dan verdient zich dit in de toekomst zeker terug wanneer je dit consequent in alle communicatie-uitingen doorzet.
- Zorg ervoor dat elke pagina onder een menu-item één scherm inneemt (zonder scrollbar). Wanneer je deze lengte toch overschrijdt, herschrijf de tekst of verdeel de website in meer menu-items onder.
- Gebruik korte, duidelijke en krachtige termen, die mensen nieuwsgierig maken.

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!



- Laat iemand uit je relatiernetwerk met een passie voor de Nederlandse taal je teksten nalezen. Het hoeft niet perfect te zijn, maar veel spel- en taalfouten getuigt niet bepaald van een hoge mate van professionaliteit.

De kunst is om net voldoende tekst erop te zetten om mensen te 'triggere' en net te weinig om het effect te verkrijgen dat zij jou gaan benaderen, per telefoon of via e-mail. Bedoelen we dit misschien met 'de kunst van het weglaten'?

Vindbaarheid

Wanneer je een beetje kennis van het internet hebt, zal nu wellicht de volgende vraag komen: 'Maar als ik zo weinig tekst gebruik, dan kan een zoekmachine mij toch niet vinden?' Het is inderdaad zo dat de meeste zoekmachines websites screenen op de woorden in de tekst. De frequentie van bepaalde sleutelwoorden is daarbij een factor. De exacte verwerking en locatie van deze sleutelwoorden is echter vele malen belangrijker om met je website 'bovenaan de lijst' te komen. Het is soms ook mogelijk om te betalen voor een 'plekje bovenaan'. Een goede webdesigner kan je hier alle informatie over verstrekken.

Portalsites

Sinds de start van mijn eigen praktijk in 2005 ben ik regelmatig in contact gekomen met instanties die een portalsite exploiteren. Dit zijn verzamelpunten waar de bezoeker allerlei kanten uitkan. Wanneer ik hier nader onderzoek naar doe, constateer ik dat er veel wildgroei is. Er zijn portalsites die zeer professioneel opgezet zijn, portals die geen professionaliteit uitstralen en portals die daar tussenin hangen.

Ik noem hierin bewust geen namen, omdat je als masseur en ondernemer voor jezelf kan bepalen, op welke portal je vermeld wilt worden.

Een gedachte die veel mensen hebben, is: 'Als ik me maar bij zoveel mogelijk portalsites aanmeld, dan bereik ik daar vast mijn doelgroep mee.' Maar wat deze mensen niet beseffen, is het feit dat elke portalsite een bepaalde uitstraling heeft

die als een staartje aan je uitstraling blijft hangen. Neem eerst even de tijd om goed te bepalen waar je in past. En om je even te verplaatsen in jouw doelgroep, welke 'emotionele signalen' kunnen zij opvangen uit deze manier van communiceren? Het schieten van losse flodders kan de doelgroep die je wilt bereiken, afschrikken. Wanneer je bewust kiest voor de portals die bij jouw uitstraling passen, bereik je juist ook de doelgroep die bij jou past. De wet van de aantrekkingskracht werkt het meest krachtig wanneer je ook gebruik maakt van het principe van eenpuntigheid van energie. Het ene punt waar je jouw energie op richt, groeit. Probeer je overal gezien te worden, dan scheidt dat verwarring.

Dit artikel is geschreven vanuit de informatie en ervaringen die ik tot op het moment van schrijven heb opgedaan en zal zeker niet volledig zijn. Terwijl ik dit artikel schrijf, heb ik natuurlijk al vaak gedacht aan mijn eigen websites, die ook weer eens onder de loep genomen kunnen worden. Ook al heb ik jaren in de ICT-brancher gewerkt, heb ik een jarenlange marketingachtergrond en pas ik de adviezen die ik anderen geef consequent in mijn eigen ondernemingen toe, 'perfect' is en blijft een illusie. Zo werd ik afgelopen zomer geconfronteerd met 'inbraak' in een van mijn websites, waardoor Google 'mij' bestempelt als gevaarlijk. Dit kan dus blijkbaar iedereen overkomen, zelfs als je gebruik maakt van de beste systeembeheerders en webdesigners. Welkom in de wereld van het internet!

Reageren?

marja@bms-belangenvereniging.nl