

Het thema van deze editie van Massage Magazine betreft de producten waar jij als expert mee werkt. Als we over producten praten, dan hebben we het over meer zaken dan het spulletje alleen. We hebben het ook over de belofte die het product met al zijn uitstraling dient waar te maken. En of deze samen met jouw verpakking passen bij jouw type praktijk en cliënten...

*Drs. Jocelyn Rebbens is Personal Branding expert en geeft trainingen, workshops, individuele coaching en lezingen aan professionals en ondernemers. Vragen? Neem contact op: [info@rebbels.com](mailto:info@rebbels.com) / [www.rebbels.com](http://www.rebbels.com)*



## Brand jij je met jouw verpakking?

Jaren geleden ben ik geïnterviewd door een kappersvakblad over Personal Branding en het positioneren van je salon. Salonproducten waren net via internet te koop en cliënten waren dus minder 'honkvast' qua productaanschaf. En deze wispelturigheid is alleen maar sterker geworden. Het is dus van belang dat je als fysiotherapiepraktijk, massagepraktijk of wellnessinstituut met producten werkt die jouw organisatie merk en uitstraling versterken. Een aantal tips om je voordeel mee te doen:

1. Kies de producten, oliën en geuren die passen bij het type behandelingen en de uitstraling die je met je praktijk beoogt. Heb je een moderne, strakke, sportieve praktijk, zorg er dan ook voor dat de kleuren, geuren en verpakkingen kloppen. Bij een oosterse massagepraktijk passen andere type producten, geuren en verpakkingen. Mogelijk kun je geuren op maat samenstellen, passend bij de behandeling en de cliëntvoorkeur.
2. Selecteer producten die tevens aansluiten bij de doelgroep cliënten die je graag behandelt. Houd daarbij niet alleen uitstraling, geur en werking voor ogen, maar kijk goed naar de prijs-kwaliteitverhouding die je nastreeft. Als jij je diensten voor een gemiddeld tarief aanbiedt, koop dan geen producten die 'top of bill' zijn in de markt. Ben dus ook selectief met je leveranciers en bekijk welke productlijnen zij aanbieden.
3. Zorg voor de juiste productkennis bij jezelf en indien je personeel in dienst hebt, ook bij je medewerkers. Ervaar zelf (allen) eerst de producten, geuren, werking en eventuele nawerking, voordat je deze grootschalig inkoop. Op deze wijze kun je vragen van je cliënten ook voor zijn en beter beantwoorden.
4. Geef tijdens je behandeling advies over de optimale werking van je producten. Denk na over de verlenging van het effect van je behandeling thuis, ondersteund door je producten. Durf dus ook te verkopen, vanuit je enthousiasme en deskundigheid. Omdat jij gelooft in je producten!

Daarmee komen we bij een onlosmakelijk onderdeel; jouw 'verpakking' als expert! Neem jij jezelf serieus? Of brand jij je ongemerkt? In hoeverre komt jouw kleding, haar, uiterlijk, hygiëne en geur overeen met wat je in je praktijk wilt waarmaken? Wat voor kleding of schoeisel draag je? Hoe zien je handen eruit? Je zult niet de eerste zijn die een keer met een slechte adem of zweetgeurtje mensen staat te behandelen. En geur kan positief beïnvloeden, maar ook enorm afleiden! Spreek dus ook je medewerkers hierop aan als je dit bij hen bemerkt. Want bij een fris en verzorgd Personal Brand komen cliënten graag terug.