

Ben jij je ervan bewust dat de manier waarop jij als behandelaar in je vel zit en hoe je bent opgestaan van invloed is op het contact met je cliënten? En of je behandeling het gewenste effect heeft voor de cliënt? Dit zijn belangrijke onderdelen van de persoonlijke BrandCheck waarmee Jocelyn Rebbens met enkele lezers van Massage Magazine aan de slag is gegaan.



Persoonlijke BrandCheck

Natuurgeneeskundige Praktijk Irene Poortvliet uit Soest

GECHECKT: NATUURGENEESKUNDIGE PRAKTIJK IRENE POORTVLIET

Bij de BrandCheck let ik op zowel de indruk die ik van Irene Poortvliet zelf krijg (Personal Branding) als op de uitstraling van haar praktijk en communicatiemiddelen. Ik heb een persoonlijk interview gehouden en een online BrandCheck gedaan.

8,5

EERSTE INDRUK

De praktijk van Irene Poortvliet ligt aan de bosrand in Soest en ademt een oase van rust uit. Er is voldoende gratis parkeerruimte voor de deur. Haar praktijkruimte is gelegen in een aparte locatie achterin de tuin en heeft naast de behandelkamer een knusse wachtruimte met een zitje en toilet plus de mogelijkheid om wat te lezen. Irene maakt bij de kennismaking direct oogcontact, is hartelijk en rustig. Ze biedt meteen iets te drinken aan. Ik voel me hierdoor op mijn gemak. De inrichting heeft veel Balinese elementen, is schoon, het ruikt lekker en er is een prettige lichtinval. In de ruime behandelkamer staat niet alleen een behandeltafel, maar eveneens een tafel met een zitje om een gesprek te voeren. Zo heb je als cliënt ook ruimte om eerst je verhaal te doen, voordat je op de tafel ligt en minder oogcontact kunt maken. De bordjes van de beroepsverenigingen zijn zichtbaar in de wachtruimte. In de huisstijl van haar praktijk is een lotus afgebeeld. Deze komt op meerdere plekken terug.

Jocelyn Rebbens is economisch psycholoog en eigenaar van ReBBels. Haar passie is om de ambitie en het talent van professionals te verbinden aan merken en organisaties, zodat deze elkaar versterken. Ze heeft veel ervaring op het gebied van marketingcommunicatie en managementopleidingen. Jocelyn geeft trainingen, workshops en coaching op het gebied van personal branding, effectieve communicatie en praktische bedrijfspsychologie. Daarnaast is zij spreker op tal van congressen en schrijft zij onder andere voor Massage Magazine en diverse andere vakbladen. In 2012 was zij één van de auteurs van

Het POWERboek van Kluwer met een bijdrage over Personal Branding. (www.rebbels.com)



Irene aan het werk in haar praktijk.

6,0

ONLINE BRANDCHECK NATUURGENEESKUNDIGE PRAKTIJK IRENE POORTVLIET

Praktijk Irene Poortvliet is vindbaar via Google. Irene heeft slechts een aantal hits op de eerste pagina. Haar website komt meteen in beeld, deze heeft de herkenbare huisstijl maar is in vernieuwing. Haar tarieven worden duidelijk vermeld, net als de vergoedingen van de zorgverzekeraars en de logo's van de beroepsverenigingen. Ik tref op dit moment geen persoonlijke informatie van Irene aan. Verder vind ik enkele foto's van Irene op Picasaweb uit 2007 en een leeg videofilmpje. Irene is weinig actief op social media, maar heeft wel een LinkedIn-profiel dat beveiligd is. Ook komt ze als therapeut naar voren bij de branchevereniging VNT. Gezien het feit dat ze vanuit de beroepsvereniging geen reclame mag maken, is er weinig 'personal branding'-materiaal te vinden. Waardoor het niet versterkt, maar in dit geval ook zeker niet schaadt. Irene heeft persoonlijk ook minder met online profilering.

9,0

INTERVIEW

Irene is dertien jaar geleden met haar praktijk gestart. Haar werk is een combinatie van haar passie, gevoeligheid en talenten. Daarmee wil ze iets voor mensen betekenen en dit straalt ze ook uit. Ze biedt haar cliënten meerdere disciplines aan: massagetherapie, psychosociale gesprekstherapie, energetisch werk en magnetiseren (ofwel paranormale geneeswijze) en geleide meditatie. Lichaam, geest en ziel zijn voor Irene onlosmakelijk met elkaar verbonden en zij werkt dan ook vanuit een holistische visie. Als een cliënt zich gehoord voelt en er sprake is van wederzijdse verbinding, dan kan zij met de vraag van de cliënt aan de slag en aanspraak doen op diens zelfgenezend vermogen. In de massagetherapie werkt Irene voornamelijk intuïtief. Ze merkt dat dit in veel gevallen de sleutel is om de cliënt los te laten komen en in het gesprek tot de kern van de klachten te komen. Ze streeft een professionele en rustige uitstraling na. Irene heeft veel (HBO) opleidingen gevolgd en is nog steeds druk bezig met ontwikkeling en nascholing. Daarnaast is zij aangesloten bij beroepsverenigingen (onder andere VNT) en staat haar praktijk in de Zorggids.

Irene heeft in haar huisstijl (briefpapier, kaartjes, website en facturen) gekozen voor de afbeelding van een lotus, het symbool van zuiverheid. Dit ervaar ik eveneens in haar persoonlijkheid en ons gesprek. De inrichting is haar persoonlijke smaak. Vanuit de beroepsverenigingen mag zij geen reclame maken. Sinds kort mag ze wel een website hebben en die heeft ze nu ook. Cliënten vinden dit minder belangrijk, ze willen vooral via anderen te weten komen of haar werk goed is. Irene moet het dus vooral van mond-tot-mondreclame hebben, wat past bij haar type praktijk en haar interdisciplinaire aanpak. In het verleden heeft Irene artikelen geschreven voor onder andere Paravisie. De feedback die Irene krijgt van haar cliënten is dat zij zich op hun gemak en veilig voelen, waardoor ze weer in hun gevoel kunnen komen. Ze hanteert een positieve benadering met een duidelijke spiegel. Positiviteit en kracht betekent ook confronteren op zijn tijd. Tevens relateert ze met humor. Na de behandeling komen mensen terug, preventief voor massages en fysieke klachten of voor kort 'persoonlijk onderhoud'. De praktijk draait goed en ze heeft niet de ambitie om groter te worden. In de toekomst wil Irene mogelijk weer programma's als meditatie en intuïtieve ontwikkeling in groepsverband geven.



Irene Poortvliet.



Buitenaanzicht van de praktijk.



De verzorgde behandelruimte van Irene.

TIPS TER VERSTERKING OFFLINE EN ONLINE PERSONAL BRANDING

Voor Irene heb ik geen verbeterpunten als het gaat om haar offline personal brand ofwel haar persoonlijkheid en eerste indruk. Online zie ik nog wel kansen. Kijkend naar de beperking dat zij geen reclame mag maken, zie ik het als uitdaging om het maximale te bereiken binnen de mogelijkheden die er wel zijn. Als eerste denk ik aan haar website. Mijn advies is om op de website meer informatie over de visie, werkwijze, het aanbod van behandelingen, een mooie foto van haarzelf en de praktijk te plaatsen. Cliënten komen voor de behandelaar, dus een portretfoto is een eerste contactmoment om je te verbinden. Ook al komen nieuwe cliënten via-via, ze kijken toch even op de website wie ze voor zich krijgen als behandelaar. Daarnaast zie ik nog wel redactionele mogelijkheden (bijdragen aan vakbladen) of een videoboodschap. Hierin kun je jezelf, je praktijk en je aanpak voorstellen waardoor cliënten tevens direct je persoonlijkheid, stem en houding ervaren. Dit werkt in je voordeel. LinkedIn is een zakelijk platform. Ook hier kun je in de samenvatting meer over je persoonlijke aanpak en missie kwijt.



CONCLUSIE

Ik ontmoet in Irene een professioneel, prettig en zeer ervaren personal brand. Ze komt rustig en deskundig over. Ze weet goed te verwoorden waar ze voor staat en hoe zij als mens en professional tegen haar natuurgeneeskundige praktijk aankijkt. Dat ervaar je al vanaf de entree en de persoonlijke inrichting. Ik vind het mooi dat zij echt zichzelf en persoonlijk blijft, haar voetjes op de grond houdt en dat ook uitstraalt. Geen zweefgevoel, maar juist een gezonde dosis nuchterheid en humor. De lotus (zuiverheid) past in deze BrandCheck zowel bij de praktijk als bij de mens erachter. Als Irene haar website (www.praktijkirenepoortvliet.nl) op orde maakt en aanvult met meer persoonlijke informatie en foto's, dan maakt dit haar personal brand alleen maar sterker. Ik wens haar hierbij uitdaging en plezier toe!