

BrandCheck persoonlijk: Vita Sportiva uit Rijen. Door Jocelyn Rebbens

Bij de BrandCheck let ik op zowel de indruk die ik van Sonja Eikelenboom zelf krijg (Personal Branding) als de uitstraling van haar sportmassagepraktijk Vita Sportiva en haar communicatiemiddelen. Ik heb een persoonlijk interview gehouden en een online BrandCheck gedaan.

Eerste indruk: 7

- ✓ Bordje aan de voordeur met Sportmasseur en logo van examencommissie (ESPO), echter geen bedrijfsnaam. Parkeerruimte voor de deur, geen aparte wachtruimte.
- ✓ Ontvangst is prettig, prima handdruk, bescheiden indruk en uitstraling van Sonja zelf.
- ✓ Praktijkruimte is boven in huis, ruikt prettig en is professioneel ingericht. Lichte ruimte, schoon interieur, anatomische kaart van de mens aan de muur. De frisse groen/grijze huisstijl komt terug in het linnengoed en communicatiemiddelen als folders, cadeaubonnen e.d. Sonja's auto is voorzien van stickers met bedrijfsnaam en website.

Interview: 6,5

Sonja heeft een passie voor het menselijk lichaam, sport en het bewegingsapparaat (spieren, gewrichten, botten en pezen) en is vanuit die interesse diverse massageopleidingen gaan volgen en studeert nog steeds. Haar missie is fysieke problemen of klachten op te lossen en cliënten verder te helpen. Sonja ziet zichzelf als standvastig, betrouwbaar, rustig en deskundig. Zij heeft voor Vita Sportiva diverse marketingcommunicatie acties ondernomen, waaronder de website, autobestickering, folders neergelegd bij atletiek-, hardloop- en voetbalverenigingen en zet zich regelmatig als masseur belangeloos in voor goede doelen. Sonja heeft erkenning/licenties via ESPO en NGS en diverse diploma's. Zij besteedt tijdens haar behandelingen minder aandacht aan de psyche en richt zich voornamelijk op het bewegingsapparaat. Sonja doet nauwelijks aan klantenbinding op de langere termijn; maar biedt wel een korting bij de eerste drie behandelingen. Sonja vraagt persoonlijk geen feedback en vindt het lastig te benoemen wat haar onderscheid van concullega's. Haar doel voor de komende jaren is een administratieve deeltijd baan in de zorg of fysiotherapie en daarnaast een verdere groei van het klantenbestand van haar eigen praktijk.

Online BrandCheck Vita Sportiva & Sonja Eikelenboom: 8

- ✓ Makkelijk vindbaar via Google: meteen sportmassagepraktijk Vita Sportiva Rijen te zien. Veel hits op de eerste drie pagina's. Ze is zeer actief op Social Media en heeft een LinkedIn, facebook en Twitteraccount en staat in diverse online (zorg)gidsen vermeld. Top!
- ✓ De website maakt op mij een hele professionele en kundige indruk. Ik krijg de indruk dat het een grotere praktijk is. Dit heeft te maken met zowel de huisstijl als de type behandelingen en helderheid over de tarieven. Sonja zelf staat ook op de homepage met een foto (aan het werk) en komt steviger en veel minder bescheiden over als tijdens de eerste indruk. Positief! Daarnaast zie je meteen haar contactgegevens en aanbiedingen. Heel goed dat zij ook haar licenties en diploma's zichtbaar heeft gemaakt en dat zij referenties (= feedback) vermeldt. Dat ze altijd geopend is, geeft cliënten in mijn optiek te veel ruimte.

- ✓ Sonja zelf is ook direct vindbaar; al is er een naamgenoot die bovenin met haar facebook pagina als eerste in beeld komt. Via Twitter zie ik dat Sonja zich ook daadwerkelijk voor goede doelen inzet; dit geeft positieve lading aan de sociale betrokkenheid van je Personal Brand. Via Sonja's fotogalerij op Picasa Web album zie je veel sportieve klim- & wandelfoto's alsook foto's van Italië; haar passies.

Tips ter versterking offline & online Personal Branding:

- ✓ Sonja komt professioneel, rustig en deskundig over en mag dit qua houding sterker uitstralen. Rust is essentieel tijdens de behandeling, maar meer openheid en zelfverzekerdheid bij zowel ontvangst als acquisitie levert op.
- ✓ Maak een bordje met je bedrijfsnaam bij de voordeur.
- ✓ Kijk als ondernemer naar kansen en besef dat je dan meer proactief aan de slag moet gaan. B.v. in de zakelijke markt (dat biedt je ook op je site aan).
- ✓ Besteedt op de website bij 'Uw masseur' meer aandacht aan Sonja. Deel je passie, talent, achtergrond, ambitie plus een portretfoto (= Personal Branding). Bij massages raak je nu eenmaal mensen aan en dan is het fijn vooraf even een gezicht te zien.
- ✓ Creëer meer binding met je klanten, b.v. via een Nieuwsbrief en persoonlijk contact na de behandeling.
- ✓ Je tweets mogen meer nieuwswaarde of praktische beweegtips bevatten.

Conclusie

Ik ervaar een betrouwbaar, deskundig en sportief Personal Brand, dat online krachtig overkomt. En dat is je 1^{ste} visitekaartje! Sonja doorleeft haar persoonlijke passie en missie in haar werk. Voor mij klopt dus haar keuze voor zowel de specifieke sportmassages als de Italiaanse bedrijfsnaam. Ze laat echter als ondernemende masseur nog tal van kansen liggen door haar bescheidenheid en ik wens haar meer lef, zelfvertrouwen en ondernemersacties toe!

www.vitasportiva.nl

[Katern over Jocelyn Rebbens]

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. Zij heeft veel ervaring op het gebied van Marketingcommunicatie en Managementopleidingen. Jocelyn geeft trainingen, workshops, coaching op het gebied van Personal Branding, Effectieve Communicatie en praktische Bedrijfspsychologie. Daarnaast is zij spreker op tal van congressen en schrijft zij o.a. voor Massage Magazine en diverse vakbladen. In 2012 was zij één van de auteurs van Het POWERboek van Kluwer met een bijdrage over Personal Branding. www.rebbels.com