



Alles draait om gevoel en emotie

Het aantal mensen dat zich eenzaam voelt, neemt toe. Fabrikanten en grote merken investeren op verschillende manieren om dit 'emotionele' gat met producten en diensten te dichten. Word je als therapeut, fysiotherapeut of behandelaar bewust van de kansen van je Emotionele Brand en trek meer passende cliënten aan.

Onze beslissingen zijn grotendeels gebaseerd op emoties. We denken soms dat de aankoop van een product of een dienst zoals een fysiotherapiebehandeling of een massage ontstaat bij het denken hieraan, dat we het vervolgens kopen of ondergaan en dat we er dan pas een gevoel bij krijgen. Het proces vindt echter omgekeerd plaats. We hebben allereerst een gevoel of emotie bij een behandeling of massage (en dus bij de persoon), dan besluiten we tot het ondergaan ervan. Vervolgens krijgen we er allerlei gedachten over die onze beslissing met enige logica moet onderbouwen. Ons onbewuste brein benut allerlei zaken als persoonlijke principes, je referentiekader, je waarden en normen en je persoonlijke voorbeelden.

EMOTIONELE BRAND

Hoe kun je nu je voordeel doen met dit gegeven? Met andere woorden: hoe zorg je dat jouw (potentiële) cliënten een prettig gevoel bij jou als behandelaar of de praktijk krijgen en vervolgens een behandeling boeken? Werk aan je Emotionele Brand! Start vanuit je hart met deze zeven interessante stappen (Burc Uygurmen, 2014):

1. Zorg er ten eerste voor dat jijzelf, je website en ook je behandelruimte op een prettige manier aan het oog verschijnen. Maak een sympathieke eerste indruk die appelleert aan het gevoel van je cliënten. Het vertrouwen van in goede handen te zijn voor wat betreft zorg en genezing, ontspanning of andere behoeften is essentieel.
2. Start de dialoog door het stellen van triggerende vragen en zet je cliënt zelf aan het (denk) werk.
3. Luister om het verhaal van je cliënt echt te begrijpen, niet om te antwoorden of te reageren. Houd oogcontact en verbind je ook non-verbaal.
4. Focus op de overeenkomsten, zeker bij nieuwe cliënten of nieuwe collega's. Je werkt nu eenmaal prettiger met mensen met wie je klikt. Dit creëert een band en sympathie.
5. Deel je persoonlijke verhaal en ervaringen. Cliënten luisteren hier graag naar en zijn gevoelig voor je emoties. Zij nemen meer van je aan en delen dit weer met hun omgeving. Preken en adviseren leidt niet tot hetzelfde resultaat.
6. Wees consistent en houd grip op je emoties. Omgeef je met mensen die anders denken dan jij (spiegel). Mochten je emoties wel de overhand nemen, analyseer dan de situatie na de 'cool down' opnieuw.
7. Toon (karakter)eigenschappen die blijven 'hangen'. Maak als emotional brand het verschil op basis van persoonlijke kwaliteiten die een ander een goed gevoel geven.

Meer inzicht in emotional branding en het verschil maken? Lees 'Achieve your own emotional branding' van Burc Uygurmen (2014) via Amazon.de.

Drs. Jocelyn Rebbens is Personal Branding expert en geeft trainingen, workshops, individuele coaching en lezingen aan professionals en ondernemers. Neem voor vragen contact op via info@rebbels.com of kijk op www.rebbels.com.

