

# Realiseer met Team Branding trouwe cliënten!



Tekst: Jocelyn Rebbens

Wanneer je als masseur, fysiotherapeut of natuurgeneeskundig therapeut werkzaam bent, zal dat lang niet altijd alleen zijn. Of je nu als zelfstandig ondernemer werkt of in een grotere praktijk met collega's; steeds meer zorgverleners slaan de handen ineen en vestigen zich in zogeheten zorgcentra waar bijvoorbeeld een huisarts, een fysiotherapeut, een verloskundige en een voedingsdeskundige samenwerken en er sprake is van ketenzorg. Hierin deel je een gezamenlijk belang; dat jullie samen vanuit verschillende disciplines het beste voor de cliënt kunnen bieden en waarmaken, onder een dak!

Daarom wil ik in deze column graag stilstaan bij Team Branding. Ben je samen als groep in staat om je toegevoegde waarde te benoemen en zichtbaar te maken aan je doelgroepen? Waarin maken jullie gezamenlijk het verschil? Wat levert mij dat als cliënt op? En weet je je collega's en medewerkers te enthousiasmeren en te betrekken, zodat iedereen zich ambassadeur voelt en dit ook toont? Zoals je weet, is iedereen een visitekaartje. Van de balie tot aan de directie. Neem ze mee aan de hand van de volgende vijf stappen die volgens de Temkin Group succes en ambassadeurschap garanderen.

## 1. Informeer en manage verwachtingen

Collega's en medewerkers zullen eerst je visie en ambitie moeten begrijpen, net als het gevoel dat je bij je cliënten wil achterlaten. Hoe ziet dat eruit? Zij zullen ook je kernwaarden of merkwaarden moeten snappen. Ze hebben een constante communicatie en duidelijkheid nodig over je prioriteiten in je bedrijfsvoering en wat je van hen verwacht.

## 2. Inspireer

Medewerkers dienen zich verbonden te voelen met de visie en de gezamenlijke waarden, zodat ze trots kunnen zijn op hun baan en de organisatie waar zij werken. Dat creëert een gezamenlijke energie die mensen verder brengt.

## 3. Leid op, ontwikkel en geef instructies

Als je betrokken medewerkers of collega's wilt, hebben zij vaardigheden en kennis nodig om succesvol te zijn. Maar ook om te groeien, zodat zij met hun eigen kunde en vaardigheden een steentje kunnen bijdragen.

## 4. Betrek en doe het samen

Betrek medewerkers in het vormgeven van hun functie, het verbeteren van werkprocessen, behandelplannen en het oplossen van problemen. Ook als die buiten jouw expertise liggen en op het gebied van de andere zorgverlener thuishoren. Gebruik formele en informele middelen om feedback te vergaren en onderneem ook actie op de feedback die je krijgt.

## 5. Prikkel, stimuleer en beloon!

Medewerkers zijn gevoelig voor zaken die gevierd, beloond en gestimuleerd worden. Daarom is het van belang om het gewenste gedrag van medewerkers te stimuleren, te meten, te belonen en te bekrachtigen. Hierdoor motiveer je hen om het beste uit zichzelf te halen.

Zorg dat jouw team interne ambassadeurs bijdraagt aan trouwe en enthousiaste cliënten; zij zijn immers je uiteindelijke ambassadeurs of promoters.

**Leestip:** Werkboek 'De Superpromoter' door Rijn Vogelaar.

Heb je persoonlijke vragen over Personal Branding of wil je je reactie geven? Neem dan contact op via [info@rebbels.com](mailto:info@rebbels.com) of bezoek de website [www.rebbels.com](http://www.rebbels.com).