

advies

tekst: Jocelyn Rebbens

Je Personal Brand is niet vanaf je geboorte compleet. Je ontwikkelt je als mens en professional gedurende je leven. Hierdoor wordt je brand gevoed en verder gevormd. In deze BrandCheck een mooi voorbeeld van een professional en praktijk die ooit begon vanuit de fysiotherapie. Inmiddels ligt de focus op persoonlijke ontwikkeling, herstel, vitaliteit en levenskwaliteit. Nieuwsgierig geworden? Ontmoet het Personal Brand: Paul van der Lugt.



Persoonlijke BrandCheck

Paul van der Lugt van Therapeutisch Centrum De Zicht



Bij de BrandCheck let ik op zowel de indruk die ik krijg van Paul van der Lugt (57 jaar) als op de uitstraling van zijn praktijk en de communicatie-activiteiten. Ik heb Therapeutisch Centrum De Zicht in Berkel Enschoot bezocht, een persoonlijk interview gehouden met zowel Paul als zijn partner Margot Thoene en een online BrandCheck uitgevoerd.

8,0

EERSTE INDRUK

Onze eerste ontmoeting vond circa vijftien jaar geleden plaats. Mijn sportinstructrice verwees me door naar Paul vanwege migraineklachten. Aangezien fysiotherapie niet hielp, maakt ik een afspraak met Paul. Destijds had hij zijn praktijk in fysiotherapie, toegepaste kinesiotherapie en acupunctuur in een bijgebouw aan huis in Berkel Enschoot. Paul gaf mij in eerste instantie een serieuze indruk. Hij is lang, heeft een grote haardos plus baard en kijkt je vanachter zijn bril met alertheid en aandacht aan. Hij nam uitgebreid de tijd voor de intake en heeft mij in diverse behandelingen van de migraine afgeholpen. Van Paul had ik een betrouwbaar beeld, maar ik kende hem nog niet persoonlijk. Inmiddels is de praktijk (nu zonder fysiotherapie) onder hun huidige moderne woonhuis gevestigd. Een buitentrapp leidt je naar de ingang van de praktijk. Deze is ruim opgezet met diverse ruimtes voor behandeling, yoga en meditatie. Het pand is schoon, bevat een mooie wachtruimte en ruikt lekker. De muren zijn gedecoreerd met kleurrijke kunst, er zijn veel tijdschriften en er is lego voor kinderen. Voor de deur is gratis parkeergelegenheid.

PERSONAL BRAND VOLGENS PAUL

Betrokken | verbindend | rustig | goed luisteren | aandacht | open | vriendelijk | humor om zaken luchtiger te maken | perfectionist | doelgericht



Drs. 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 en coaching op het gebied van personal branding, effectieve communicatie, persoonlijk leiderschap en praktische bedrijfspsychologie. Daarnaast is zij spreker op tal van congressen en schrijft zij onder andere 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 en haar eerste online training Personal Branding is inmiddels gereed. www.rebbels.com

8,0**INTERVIEW**

Paul is ooit gestart als fysiotherapeut en heeft zich verder geschoold op het gebied van onder andere acupunctuur, toegepaste kinesiotherapie, NLP, energetisch werk, voedingsleer en spagyriek. Na 27 jaar personeel te hebben gehad wilde Paul zich met zijn vrouw en partner Margot focussen op wat zij samen graag als centrum wilden bieden. Naast energie geven, ontvangen zij ook graag voeding uit hun werk. Therapeutisch Centrum De Zicht staat voor herstel, persoonlijke ontwikkeling, bevorderen van de vitaliteit (welbevinden) en het ondersteunen bij veranderingsprocessen. Dus begeleiding voor de mens als totaliteit. De twee aandachtsgebieden zijn therapie en persoonlijke ontwikkeling waar Toegepaste Kinesiotherapie en Acupunctuur de belangrijkste pijlers zijn, plus Dru Yoga en Dru Meditatie. Paul wil graag gezien worden als mensen-mens. "Ik kijk naar mensen als individu, holistisch. Mensen komen met een paar klachten en ik ga er basaal van uit dat je lichaam weet wat er aan de hand is. Ik gebruik hiervoor spiertesten. Mijn toegevoegde waarde is mijn persoonlijkheid en mijn ervaring. Mijn kennis is het hoofdgereedschap. Mijn energetische werk geeft daarnaast een grote meerwaarde. Ik kijk naar de zin van ziek zijn: wat is de reden en is het nuttig om er naar te kijken? Het lichaam geeft de signalen om een stap vooruit te maken." Paul wil graag zelfredzaamheid bewerkstelligen.

Om zich te kunnen focussen op hun eigen energie en rust, zijn Paul en Margot heel bewust aan de slag gegaan met de inrichting van de praktijk. Ze wilden een moderne en mooie frisse praktijk met grote ruimtes. Daarnaast hebben ze aandacht voor de muziek, de geur en de inrichting. Mond-tot-mondreclame levert Paul de meeste cliënten op. Hij heeft daardoor een landelijke cliëntenkring. Het centrum adverteert in de lokale dorpskrant, staat vermeld in de Gouden Gids en in de stadsgids. Paul heeft echter geen Facebookaccount, geen LinkedIn en geen Twitter. Een luxeprobleem volgens hem. Hij realiseert zich echter dat dit vandaag de dag kanalen zijn waar je niet meer omheen kunt. Paul professionaliseert meer en meer; de nieuwe website is net in de lucht, er wordt gewerkt met automatische incasso's en met automatische afspraakherinneringen per mail.

Paul onderscheidt zich van vakgenoten doordat hij snel persoonlijk contact maakt, duidelijk is en in korte tijd effectief tot de kern weet te komen, vanuit zijn ervaring en kennis. "Als ik zie dat het niet mijn deskundigheid is, kan ik testen waar ik iemand naar door kan verwijzen. Ik blijf bij mijn kracht en benut mijn netwerk indien nodig." Hij houdt van de kunst van de eenvoud; op eenvoudige wijze gaat hij snel naar de oplossing. Hoe specifiek de vraag, hoe beter en sneller het antwoord. En Paul is

bevestigend. Mensen komen na jaren terug.

De feedback die Paul krijgt, is dat mensen goed geholpen zijn, dat zij een stap kunnen maken, dat het rustig is in de praktijk en in de wachtkamer. "Het eerste consult is even aftasten voor ze, maar het resultaat is snel merkbaar. Cliënten zijn blij. Ik heb boeiende en leerzame consulten. Slechts een enkele keer heb ik een afhaker. En dan is het al na een of twee keer. Soms hebben mensen jaren lang een klacht, dan komen ze uiteindelijk bij mij en willen ze in een behandeling van alle klachten af zijn. Zij verwachten de nevenreactie van de behandeling niet, wat juist een goed teken is. De vraag is of ze dan echt geholpen willen worden."

Het doel van Paul is om meer cliënten te begeleiden richting re-integratie. Hij maakt graag een plan voor integrale bedrijfscoaching. Bijvoorbeeld voor tien sessies coaching, inclusief fysieke begeleiding, Dru Yoga en Dru Meditatie. Dit wil hij aanbieden richting werkgevers. "Ik wil graag werken met mensen die interesse hebben en vice versa. Door mijn opleiding Spagyriek (alchemistische plantengeneeskunde, dit valt onder de natuurgeneeswijzen) heb ik veel meer kennis gekregen van middelen voor de doelgroep kankerpatiënten. Om hen, naast de reguliere zorg, meer kwaliteit van leven te geven. Dit is ook een nieuwe richting die ik graag op ga. Verder werk ik graag afwisselend, met verschillende doelgroepen, kinderen en baby's."

CONCLUSIE

Paul en Margot ervaar ik als mooie Personal Brands. Het zijn krachtige persoonlijkheden gevoed vanuit hun deskundigheid, opleiding en levenservaring. Ik geloof oprecht in de toegevoegde waarde van hun nieuwe aandachtsgebieden. Benut hierbij de kansen voor jullie online Personal Branding en de weg naar jullie toekomstwensen is ingeslagen. Passend bij Pauls quote van Goethe op de website... Veel plezier!

6,0**ONLINE BRANDCHECK PAUL VAN DER LUGT**

Al Googlend ontdek ik meteen andere personen met de naam Paul van der Lugt, een radioproducent/directeur van RTV Utrecht en een kunstenaar/fotograaf. Zij komen direct veelvuldig online in beeld. 'Onze Paul' komt met de website van de praktijk ook op de eerste pagina in beeld. De site is net vernieuwd. Hierop staat wel een persoonlijk stukje over Paul met mooie referenties. Ondanks zijn bevoegdheid in zijn werk en zijn deskundigheid, ontdek ik niet wat het Personal Brand Paul verder aan interesses en hobby's heeft of waar hij zich mogelijk persoonlijk voor inzet (commissies, activiteiten, sporten). Op LinkedIn blijken er zes Paul van der Lugt's te bestaan. Aangezien Paul niks doet met Social Media, tref ik ook niks van hem aan.

TIPS TER VERSTERKING OFFLINE & ONLINE PERSONAL BRANDING

Paul heb ik in de loop der jaren leren kennen als degene die hij zelf omschrijft: meteen doortastend, duidelijk, kundig en vooral ook een nuchtere persoon die met beide benen in de realiteit staat. Hij belooft alleen wat hij waar kan maken. Als je hem wat beter kent, komt daar een mooie eigenschap bij. Namelijk zijn droge humor, waarbij hij zelfspot niet schuwt! Dit maakt Paul voor mij benaderbaar en echt een mensen-mens. Offline heb ik dan ook geen tips voor zijn Personal Branding.

Online heb ik echter wel een aantal suggesties. Kijkend naar de nieuwe website, verdienen voor mij de toekomstwensen, meer integrale bedrijfscoaching en het ondersteunen van kankerpatiënten op basis van spagyriek, meer aandacht. Plaats dit onder het kopje 'Wat doen wij' op een prominentere plek en zorg dat het een tag is voor de SEO (zoekresultaten). Werkend Nederland zoekt voor een arbeidsgerelateerde hulpvraag uit zichzelf niet zo snel bij een therapeut voor bedrijfscoaching. Daarnaast zou ik korte filmpjes plaatsen over de werkwijze, bijvoorbeeld hoe Kinesiotherapie werkt. Paul werkt bijvoorbeeld met elektro-acupunctuur, waardoor het pijnloos is. Dit is ook een sterk verkooppunt en staat nu wat verstopt op de website. Tevens adviseer ik enkele Social Media accounts aan te maken en een professioneel profiel op LinkedIn te maken. Deel ook je kennis, tips, nieuwe aandachtsgebieden eens via een Nieuwsbrief of Twitter/Tweetdeck. Hierdoor houd je meer binding, blijf je actueel als centrum en kun je de zelfredzaamheid van je cliënten op afstand ondersteunen.