

Zodra de lichtjes van de feestdagen zijn gedoofd, ontstaat er een 'donkere dagen na kerst'-gevoel. Tel daarbij op de commerciële aanwakkering door Blue Monday, de vele goede voornemens of het besef dat de zomer nog wel even wegblijft en de teneur is gezet. Dit doet je Personal Brand en de uitstraling van je praktijk uiteraard geen goed.

Voorjaarsschoonmaak voor je Personal Brand

Waardoor komt het nu dat wij geloven dat we het in het nieuwe jaar anders gaan doen en er vaak niks van komt? Op de website psychologisch.nu wordt duidelijk toegelicht dat onze hersenen voornemens of grote veranderingen niet omarmen. Simpelweg omdat ons brein gebouwd is om veranderingen te weerstaan. Onze hersenen zijn dusdanig geëvolueerd dat we gedrag in de hersenstam automatiseren zodat we er niet meer over na hoeven te denken. Dit vergroot namelijk onze overlevingskans (Marcelino Lopez, 2014). Het idee dat ons gezonde verstand het voor het zeggen heeft, is dus een misverstand. Excuses verzinnen we en geloven we zelf...

Wat werkt volgens de onderzoekers wel? In actie komen, ofwel gaan doen! Zelfs als je hoofd of brein er nog niet naar staat. Tijd voor een voorjaarsschoonmaak ofwel een 'refreshment' van je Personal Brand en je praktijk.

BRAND REFRESHMENT IN ZEVEN TIPS

1. Klopt je koers nog? Ga eens een stuk wandelen en overdenk waar je staat als masseur, fysiotherapeut of professional in de wellness. Zit je nog op koers? Ken je de behoefte van je cliënten nog wel? Sluit je aan op marktontwikkelingen? Voed je ook nog steeds je passie en werkbezieling?
2. Vraag feedback. Hoe zien anderen jou en je praktijk op dit moment? Welke ervaring en welk gevoel hadden zij in 2015? Vraag bekenden maar juist ook onbekenden (=potentiële cliënten) naar hun beleving. Doe daadwerkelijk iets met hun input.
3. Brand-idolen. Wie bewonder jij op dit moment vanwege zijn of haar Personal Brand en waarom? Wat maakt dat dit jouw idool is of je er geld voor uit wilt geven? Omschrijf welke toegevoegde waarde je hieruit haalt en wat voor jou en je praktijk aan toegevoegde waarde voor jouw cliënten van toepassing is.
4. Ruim ballast op. Of het nu in je hoofd of letterlijk in je praktijk is; ruim overbodige twijfel, rommel en ballast op. Geef je muren een nieuw likje verf en zorg voor bloemen. Dit is niet alleen een fris welkom, het geeft ook positieve energie.
5. Vindbaar zijn als expert. Durf te specialiseren en je als expert op de kaart te zetten. Niet alleen in je zorgnetwerk, maar ook op je website. Durf ook inhoud en kennis te delen op social media, bijvoorbeeld in korte filmpjes met uitleg of door te sparren in een discussiegroep op LinkedIn.
6. Nieuwe foto. Wissel jaarlijks je foto's. Een toegankelijke, vriendelijke en frisse foto is je eerste indruk en je visitekaartje.
7. Lach! Zoek de relativering op door het inzetten van je humor! Samen met je cliënten en eventueel personeel.



Webbronnen en leuke weetjes: www.psychologisch.nu en www.mashable.com.

Drs. Jocelyn Rebbens is Personal Branding expert en geeft trainingen, workshops, individuele coaching en lezingen aan professionals en ondernemers. In december 2015 verscheen haar paperback Personal Branding. Neem voor vragen contact op via info@rebbels.com of kijk op www.rebbels.com.