

# BLOG BOOST

FRTA KNOWLEDGE business training & advice | [www.frta.nl](http://www.frta.nl) | E-mail: [froelfsema@frta.nl](mailto:froelfsema@frta.nl)

## De nieuwe brochure.

Je zal het ongetwijfeld merken dat anno twintig vier en twintig de klant, ondanks de automatisering en de overvloed aan social media, toch graag iets tastbaars in handen wil hebben. Dit hebben van iets past bij een van de dertien behoeften die een mens heeft.

De nieuwe brochure, je brochure is daarbij een hulpmiddel. Een verkoop hulpmiddel dat in het verlengde ligt van je website, reclame uitingen enz. Vaak wordt dit toch onderschat. Er gaat heel veel kracht uit van papier, het formaat A4/A5 en wijze waarop het geheel is vormgegeven.

Daarom op vele verzoek nog een keer de vijf succesvolle stappen voor het maken van een brochure. Of te wel haal het maximale uit je brochure en verkoop daardoor meer. Het is goed om te weten dat de eerste indruk van je therapie praktijk en je producten wordt doorgegeven via je website en ten tweede via je brochure. Zorg er dus ook voor dat het een leesbare brochure is zonder te veel vaktermen.

Ga ook niet te diep in op je therapie behandelingen met allerlei technische varianten. Nee, het gaat om een introductie, een kennismaking van je therapie praktijk met de klant. En denk nu niet dat bestaande klanten daar niet voor gaan of dit nodig hebben.

Je zal versteld staan van de vele klanten die ongemerkt je nieuwe brochure meenemen. (de Total Health Academy brochure is een must geworden)

Zo even in de tas of in de hand bij het afrekenen. Je weet nu ook direct de goede plaats van de transparante standaard. Deze algemene tips maken het succes. Nu de basis stappen.

Ten eerste, stel je productkenmerken vast. Wat zijn de sterke kanten van je behandelingen en producten en je therapie praktijk.

Je dient minstens 10 productvoordelen te kunnen noemen van ieder product en of behandeling. Lijkt erg veel, maar vooral de term functioneel dekt heel veel. Waarmee onderscheidt je je in de markt voor geluk en welzijn? Dit dient kort en bondig te worden omschreven. Geen lange verhalen, maar gewoon direct: dit is therapie praktijk X!

## FRTA KNOWLEDGE BUSINESS TRAINING & ADVICE

### Inhoud van deze Blog boost:

De nieuwe brochure	1
Brochure maken	2



Ten tweede ga je de voordelen benadrukken. Waar heeft de klant direct voordeel bij? Wat zijn direct zichtbare verbeteringen en of veranderingen? Maak hiervoor ook korte beschrijvingen en eventueel met voor en na foto's. Niet te groot, ze ondersteunen alleen je verhaal. Denk daarbij vanuit de klant en potentiële klant

Dus denk aan, welke van deze voordelen wegen het zwaarst voor een klant?. Schrijf dit ook in hun taal. Dus makkelijk toegankelijk en direct te begrijpen.

Ten derde ga je nu verder met het nut. Beschrijf het nut zo duidelijk mogelijk.

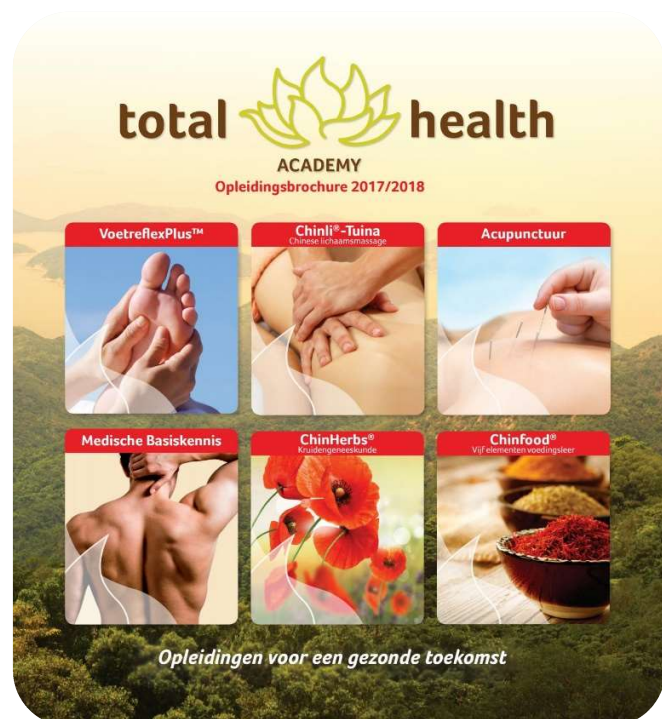
Formuleer hierbij argumenten voor de klant. Formuleer deze zo dat ze de klant aanspreken. Iedere therapie behandeling heeft een bepaald nut, dat dien je onder woorden te brengen. Je gebruikt daarbij weer de voorgaande stappen en argumenten en eventueel dezelfde woorden. Immers herhaling is de kracht van je reclame.

Ten vierde kom je aan bij de technische details. Kort en bondig formuleren. Het kan hierbij gaan om een bepaald apparaat in de therapie praktijk voorkoming van spier krampen. Een apparaat dat intens, juist extra diep bepaalde warmte inbrengt.

Fabrikanten hebben vaak al voorwerk gedaan. Soms kan een merk ook wonderen verrichten. Let op logo's komen alleen achterop, samen met je therapie praktijk naam.

Tenslotte gebruik je de brochure als opstap naar je verkoopgesprek. Je kunt deze zelfs meegeven als geheugensteuntje. En kijk maar eens naar jezelf, hoeveel geheugensteuntjes heb je op de koelkast hangen? Daar wil je ook hangen!

De vragen die uit de brochure komen, daar heb je allemaal antwoorden op. Je bent immers voorbereid. En denk eraan: het gesprokene verdwijnt en het geschrevene blijft.....



## Brochure maken?

### Stappenplan Maken van een brochure

#### Stap 1

##### Bepaal het onderwerp van uw brochure

Waar gaat de brochure over? Welke onderwerpen moeten er in de brochure aan de orde komen? Is er al eerder over deze onderwerpen geschreven? Is er voorbeeldmateriaal beschikbaar voor uw brochure? Uit welke bronnen kunt u informatie halen?

#### Stap 2

##### Benoem de doelgroep van uw brochure

Voor wie is de brochure bedoeld? Als er verschillende doelgroepen zijn, geef dan de volgorde van belangrijkheid aan. Omschrijf de kenmerken per doelgroep (oud, jong, opleidingsniveau, activiteitenpatroon, kennis van en belang bij het onderwerp, mogelijke weerstanden etc.)

#### Stap 3

##### Stel doelen aan uw brochure

Wat moet uw brochure teweegbrengen bij de doelgroep(en)? Formuleer de doelen zo SMART mogelijk (Specifiek, Meetbaar, Aanvaardbaar/ Actiegericht, Realistisch en Tijdgebonden). Gebruik deze doelen als 'kapstok' voor de indeling van de brochure.

#### Stap 4

##### Bepaal toon en uitstraling van uw brochure

Stem de toon en de vormgeving van uw brochure goed af op de doelgroep. Kijk ook naar hoe andere organisaties deze doelgroepen aanspreken. Schrijf helder, inspirerend en actief. Vermijd bureaucratisch taalgebruik en 'jargon'.

#### Stap 5

##### Organiseer ontwerp en opmaak van uw brochure

De manier waarop de brochure wordt vormgegeven en gedrukt, is afhankelijk van doelgroep, doelstelling, gewenste uitstraling en het beschikbare budget. Als u vormgeving en drukwerk uitbesteedt, zorg dan voor een duidelijke briefing waarin bovenstaande punten verwerkt zijn. De vormgever/drukker kan op basis daarvan een voorstel met offerte uitbrengen. Het loont om voor uw brochure verschillende offertes aan te vragen.

#### Stap 6

##### Maak afspraken over gebruik en verzending van uw brochure

Hoe wordt de brochure gebruikt en verspreid? Gaat u hem toesturen aan de doelgroep? Zijn er actuele adressen beschikbaar? Legt u hem neer in de uw eigen bedrijf of organisatie, bij andere organisaties, op ontmoetingspunten of bijeenkomsten? Komt uw brochure ook op de website te staan? Bedenk dit soort vragen rond het gebruik van uw brochure.

#### Stap 7

##### Maak een planning voor de productie van uw brochure

Reken vanaf de verschijningsdatum terug en maak een tijdschema waarin alle activiteiten staan en de namen van de mensen die in actie moeten komen. Bewaak de deadlines en het budget. Geef wijzigingen in de planning aan alle betrokkenen door.

#### Stap 8

Doe een pre-test voor uw brochure Het is zinvol om de brochure in de conceptfase uit te testen bij een aantal mensen uit de doelgroep. Mogelijke vragen daarbij zijn: begrijpt u wat er staat, wat brengt de brochure bij u teweeg, wat kan anders en beter?