

# BLOG BOOST

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

## De barre tijden in 2025.

De kop is er alweer af en 2025 ligt weer voor je. Net als in het afgelopen jaar ligt het consumenten vertrouwen laag en is het over het algemeen niet best gesteld met de bestedingen. En dat is voor een aantal branches nog zacht uitgedrukt.

Recent onderzoek heeft uitgewezen dat 1 op de 3 huishoudens het dit jaar niet redden met het netto inkomen. Het pessimisme zit niet alleen in het inkomen maar ook in de stijgende prijzen en krimpende verpakkingen. Daarnaast blijkt nog eens uit dit onderzoek dat driekwart van de consumenten denkt dat het de komende jaren economisch minder zal gaan.

De voorspelling van 2025, zie eerdere blog boosts, klopt dus aardig. Ook jij wordt hard geconfronteerd in deze markt van welzijn en geluk met deze stellingnamen van de klant. Pessimisme bij je en de uwen in 2025?

Nee, natuurlijk niet. Jij en je topmerken moeten zien te consolideren. Je klanten dien je te kapitaliseren. Dit is het thema van het jaar 2025. Door inperking van je assortiment, specialisatie meer onder de aandacht brengen, scherper de prijs houden bij inkoop en tenslotte meer doen voor je klanten tijdens een behandelperiode zijn zaken die nu aandacht verdienen.

Deze aanpak geeft je de mogelijkheid om meer en meer je te onderscheiden in de therapiemarkt. Je therapiepraktijk dient boven het maaiveld uit te komen. Niet omdat deze de goedkoopste is, maar juist omdat deze de beste kwaliteit prijs verhouding geeft.

Je dient als geen ander te weten wat de marges op je producten en behandelingen zijn. Deze kunnen bijdragen aan een belangrijk verkoopargument naar je klanten. Je kracht, je creativiteit moet de klant anno 2025 triggeren om naar je therapiepraktijk te komen voor ontspanning, verzorging en een degelijk advies. Dit mag wat kosten. Als de verhouding prijs kwaliteit maar goed is. Naast deze consolidatie speelt ook divergentie een grote mogelijkheid. Dit door vooral te kijken naar andere verkoopmogelijkheden en of verkoopgroepen. Je dient anno 2025 nog meer te ontdekken over de doelgroepen en de gedragingen van

## FRTA KNOWLEDGE BUSINESS TRAINING & ADVICE

### Inhoud van deze Blogboost:

De barre tijden in 2025	1
Trends voor de komende jaren	2



de doelgroepen. Waar worden nog euro's besteed aan de gezondheid en welzijn. Waar zitten de groepen die aandacht nodig hebben en daarvoor ook willen betalen.

Het jaar 2025 wordt dus nog meer dan voorheen zoeken naar de befaamde parels in de therapiemarkt. Hoe je het ook went of keert er lopen nog genoeg potentiële klanten rond die je kunt bedienen in je therapiepraktijk. Al blijft het wel spannend in 2025. Assortimenten worden kritisch bekeken, indien nodig gesaneerd, aangepast en beter gepositioneerd bij de doelgroepen.

De gehele verkoop zal aan verandering onderhevig zijn. Niet alleen meer fysiek contact, maar ook via je eigen webstore, met als inzet 24/7 bereikbaar zijn. Dit geldt ook voor het reserveren van een behandeling. 24/7 mogelijkheden om een afspraak in te plannen binnen de tijden van je therapiepraktijk. Openingstijden die ruimer liggen en of anders ingedeeld zijn. Denk eens aan 14.00 uur - 22.00 uur. Als je dit alles weet te effectueren, kom je straks als een winnaar uit de sales strijd. Het gaat anno 2025 om herverdeling van de marges, de doelgroepen en vooral kansrijk zien te scoren. Het zijn barre tijden waarin toch verkocht dient te worden. Heel veel succes, gezondheid en verkoopplezier voor het komende jaar. Je blogger zal je dit jaar voorzien van tal van boosts om succesvol te worden met sales en direct toepasbare marketing. En denk eraan; succes is dikwijls slechts één idee verder.

## Trends voor de komende jaren (reminder voor 2025)

- **Juiste zorg op de juiste plaats op het juiste moment**

Het zingt al langer rond in zorgland, maar de roep om 'de juiste zorg op de juiste plaats' wordt steeds harder. Voeg daar ook 'op het juiste moment' aan toe. Want timing is everything, juist in de zorg. Denk aan het verplaatsen van ziekenhuiszorg naar huisartsen, eerstelijnscentra, behandelklinieken en mensen thuis, via thuiszorg, zelfzorg of samenredzaamheid.

Volgens onderzoek van ING kan in 2030 een vijfde van de huidige ziekenhuiszorg op afstand worden gegeven.

Digitalisering fungeert daarbij als 'enabler'. Zo is online therapie in de GGZ al langer gemeengoed. Het betekent ook meer aandacht voor leefstijl en preventie waardoor later minder (dure) zorg nodig is. In de ouderenzorg ontstaan nieuwe woonzorgvormen om het gat tussen thuis en verpleeghuis te kunnen op te vullen. Van zorghotel en zorgflats tot knarrenhofjes

Zorgorganisaties kunnen dit niet alleen, dus wordt er meer samengewerkt binnen landelijke en regionale samenwerkingsverbanden, zorgnetwerken, keten programma's en multidisciplinaire zorgteams. Waarbij gebruikers van allerlei pluimage actiever worden betrokken bij het ontwikkel- en verbeterproces.

- **Zorg op maat door 'personalized healthcare'**

Door verregaande digitalisering wordt zorg op maat écht mogelijk: personalized healthcare. Hierbij worden zorg en preventie aangeboden voordat de klant er behoefte aan heeft. Je krijgt bijvoorbeeld dan tijdens het sporten ineens een bericht met: 'Stopt u maar even met hardlopen. U heeft een grote kans op een infarct. Neem contact op met uw arts'.

We registreren steeds meer data. Van consumentengedrag in werk en privé tot persoonlijke gezondheidsgegevens zoals bloedwaarden, gewicht, klachten en stemmingen. Met slimme wearables zoals fitnesstrackers, thuismeetapparatuur, apps en sensoren die steeds vaker op en in het lichaam zitten.

Door de combinatie van big data en kunstmatige intelligentie zijn gedrag en ziektes steeds beter te voorspellen.



- **Patiënten worden regisseur van eigen zorg**

Patiënten en cliënten worden meer en meer regisseur van hun eigen zorg. Daarvoor krijgt iedereen een 'PGO', een *persoonlijke gezondheidsomgeving*. Simpel gesteld een website of app waarmee iedereen zijn eigen medische gegevens zelf kan bijhouden. Van bloedgroep, vaccinaties en medicijnen tot de medische gegevens van de huisarts, ziekenhuis, laboratorium, apotheek en fysiotherapeut.

PGO's maken steeds vaker onderdeel uit van online gezondheidsplatforms zoals Uw zorg online, Quli of Google Health. Met tal van functionaliteiten om als zorgconsument zelf de touwtjes in handen te nemen.

Smartphones, apps en hulpsites fungeren tijdelijk als tussenstation. Zo heeft Elon Musk van Tesla en SpaceX ook het bedrijf Neuralink opgericht. Daarmee wil hij een gebruikersinterface ontwikkelen waarmee het brein van mensen direct wordt gekoppeld aan computers. Mens en machine worden één. Volgens Musk nodig voor de 'race against the machine'.

- **Gepersonaliseerd en persoonlijk**

Het gevaar van toenemende digitalisering is dat het menselijke contact en de menselijke maat naar de achtergrond verdwijnt. We zien dat gebeuren in andere sectoren, maar juist in de zorg is dat persoonlijke, intermenselijke contact cruciaal.

Zie hier de zorg contact paradox: meer gepersonaliseerde zorg leidt tot minder persoonlijk contact. Geen goede ontwikkeling. De essentie van zorg zit namelijk opgesloten in de relatie tussen zorgvrager en zorgverlener.