

BLOG BOOST

FRTA KNOWLEDGE business training & advice | www.frta.nl | E-mail: froelfsema@frta.nl

Kwamkwammer tijd?

In deze periode van het jaar wordt er wel eens gesproken in de media over de zogenaamde komkommertijd. Een benaming binnen de mediawereld over het feit dat er weinig te doen is, en er niet veel nieuws is. Ook binnen de therapiebranche wordt deze opmerkingen steeds meer en meer gehanteerd.

De vakanties staan voor de deur en zijn door de spreiding in het land inmiddels uitgegroeid tot een 2 tal maanden. Niet alleen juli, maar ook augustus en zelfs de eerste week van september doet dit jaar al mee. Voor jou als therapeut ook een moeilijke periode. Of toch niet. Laat je de komkommertijd aan je voorbij gaan, en maak je er verledentijd van.

Dus kwamkwammer!

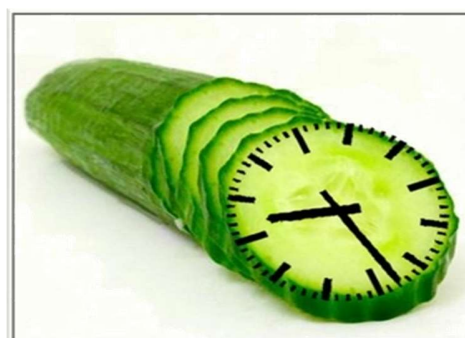
Er zijn tal van mogelijkheden om er toch iets van te maken. De makkelijkste is zelf ook op vakantie gaan en geen kosten maken met je therapiepraktijk. Je spaart op die manier tijd en geld en dat kan voordelig zijn. Mits je dit natuurlijk goed hebt gecommuniceerd. Veel therapeuten doen deze move, om zeker te weten dat de klanten ook weg zijn en je op het zelfde moment weer start als de eerste klanten terug zijn van vakantie. Daar liggen de mogelijkheden voor een thematische aanpak zoals, after holiday treatment, lekker onder handen in eigen land, enz. Toch blijven er ook een hoop mensen hangen in Nederland, en die wil je wel bereiken. Je therapiepraktijk staat dus open voor een ieder. Hierbij zijn mogelijkheden voor het trekken van andere klanten naar je therapiepraktijk.

Hoe? Denk je eens aan de mogelijkheden van vakantiegangers op een camping, hotel en bed & breakfast. Indien die bij je in de buurt zitten, denk aan een afstand van 10 tot 15 km, kunt je misschien een samenwerking aan gaan. Vaak zijn er op Nederlandse campings bepaalde vormen van animatie en of animatieteams. Kijk of je contact kan leggen met de leiders daarvan en leg uit wat je wilt doen. Je kunt denken aan massages, vakantiebehandelingen ter ontspanning, huidverzorgingsproducten verkoop op een camping braderie, enz. Ook zijn er vaak mogelijkheden voor een demonstratie en of aangeven wat je allemaal kunt binnen je praktijk. De kansen liggen bij wijze van spreken op de campingstraat. Er zijn tal van mogelijkheden als je gaat vragen. Maar let op. Ook jij

FRTA KNOWLEDGE BUSINESS TRAINING & ADVICE

Inhoud van deze Blogboost:

Kwamkwammertijd	1
Het proces van creatief denken	2



moet met een goed plan komen. Een plan waar de mensen die je bezoekt geen werk aan hebben. Kun je ook opgenomen worden in een mailing of een nieuwsbrief van de camping en of accommodatie, dan is dat helemaal mooi. Je voelt het al wel aankomen dat je therapiepraktijk de deuren gaat open zetten met de mededeling: kom maar, kom maar, kom maar. Dus geen komkommertijd meer. Op deze manier kun je kracht zetten en geven aan je verkoopdoelstellingen en ook je markt verbreden. Helemaal mooi is het indien er een bungalowpark in de buurt zit. Kijk dan of er vaste gasten zitten, of er mogelijkheden zijn voor een samenwerking indien er geen beauty & wellness aanwezig is.

Je merkt dat er veel te halen is als je creatief omgaat met de P van plek en of plaats waar je zit. Al met al de moeite waard om eens te onderzoeken, en te kijken naar je praktijk mogelijkheden. Op deze manier kijken naar de kansen in de markt geeft en brengt vooral de mogelijkheden aan het licht van je therapiepraktijk.

Tenslotte is er nog een punt van aandacht. Het vakantiegeld is binnen en tijdens de vakanties wordt er minder gelet op de uitgaven. Maak daar gebruik van en biedt de nieuwe klanten value for money. En denk eraan: een keer per jaar zitten duizenden landgenoten slecht behuist, zijn slecht gekleed en slecht gevoed. Ze noemen dat vakantie!

Het proces van creatief denken

Een goede probleemanalyse leidt tot creatieve en effectieve oplossingen! Hanteer design thinking als methodiek voor het oplossen van complexe problemen binnen je denken. Vertaal je uitdaging snel in een waardevol concept en zet design thinking in tijdens je innovation sprint!

Wil jij in korte tijd waarde creëren voor je klanten door vernieuwend te zijn? Laat hier geen jarenlange processen overheen gaan. Jij kunt in rap tempo je probleem of uitdaging vertalen naar een bruikbaar concept. Door een goede probleemanalyse tijdens de eerste innovatiesprint ben je direct op de goede weg.

Je creëert snel en goed waarde voor de klant door de combinatie van vaardigheden rationaliteit, empathie en creativiteit in te zetten. Stimuleer out-of-the-box denken en genereer verrassende ideeën. Stel jezelf de juiste vragen, zodat jij nieuwe aspecten ontdekt. Blijf niet malen met gecompliceerde vraagstukken, maar trek een sprint!

Achterhaal het oorspronkelijke idee of het complexe probleem. Design thinking werpt zijn vruchten af tijdens de innovation sprints. De eerste fase van de sprint: problem finding. Om dit te bewerkstelligen ga je zitten en denk je na over jouw probleem of uitdaging.

Door vervolgens een dialoog te houden, kan een heldere en duidelijke probleem / uitdaging statement worden geformuleerd. Dit statement fungeert als de basis voor je innovatie. Welke uitdaging ga jij aan?

Welk idee is volgens jou de moeite waard? Werk de 3 ideeën uit die het waard zijn te ontwikkelen tot een concept ofwel solution canvassen. Welke meerwaarde biedt dit concept voor je bedrijf?

Realiseer de beste resultaten met deze tips voor design thinking:

- Durf los te laten: stap uit je comfort zone en durf verder te kijken dan je neus lang is. Stel jezelf open om out-of-the-box te denken.
- Houd de aandacht erbij: zorg dat je als persoon je puur richt op design thinking en niet (vaak) gestoord wordt door een rinkelende telefoon.
- Beperk je niet tot grenzen: baken niet te veel af, maar verzamel zoveel mogelijk input en bepaal later welke ideeën mogelijk zijn en of er combinaties mogelijk zijn.

HET DESIGNTHINKING PROCES

