

# BLOG BOOST

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

## SHOW ME.

In de therapiebranche is overtuiging een van de belangrijkste zaken. En het motto daarbij is als je het kan laten zien, doe het dan. Of in populaire marketing termen: Show me!

Je kunt er boeiend over vertellen en je kunt het zelfs laten zien.. En als je er boeiend over gaat vertellen, hoe welbespraakt je ook bent, hoeveel vakkennis je ook hebt en ervaring, het komt ieder keer weer neer op een verkoopverhaal. Je wilt iets verkopen. En was het niet zo dat verkoopverhaal klanten waakzaam maakt.

De hakken gaan in het befaamde therapie zand. Immers de klanten hebben vaak het gevoel misleid te worden. Dit is een algemene indruk van klanten tijdens een verkoopgesprek. Maar het kan anders, denk aan Show me!

Het blijkt dat klanten en potentiële klanten meer ontvankelijker worden als je de klant laat zien een idee te hebben. En vooral als het idee ook nog in hun voordeel kan werken. De klant krijgt het gevoel zonder aankoopverplichting te mogen mee profiteren van je vakkennis, je top behandel producten en je therapie behandelingen. Maak dus gebruik hiervan tijdens het bespreken van het behandelplan.

En als je dan ook nog eens kunt aanvoelen wat de klant wil en of bezig houdt, dan is het helemaal naar de top van verkoop. Tast daarom regelmatig de markt af, je klantenpotentieel en onderzoek wat hun ideeën zijn.

Doe onderzoek naar klant behoeften, en ontdek wat je echt voor de klant kunt doen en of uw idee er bij aansluit. Opnieuw kun je hier gebruik maken van Show me!.

En dat komt nu mooi uit want je zet uw deuren open van je therapiepraktijk. Je gaat een aantal open dagen/ open deur bijeenkomsten organiseren. Helemaal goed voor de vakantieperiode.

Je kunt op deze manier de klanten en potentiële klanten duidelijk maken wat je voor hen kan betekenen voor, tijdens en ook na de vakantie. Je idee om ook je

## FRTA KNOWLEDGE BUSINESS TRAINING & ADVICE

### Inhoud van deze Blogboost:

Show me	1
Voorbeeld Nivea	2

# show me, don't tell me.

klant er fit, gezond uit te laten zien tijdens de vakantie maak je duidelijk aan de hand van tal van voorbeelden.

Het idee is meedenken met de vele vragen die een klant kan hebben, laat staan met de vele kwalen waar deze al een aantal weken, maanden en of zelfs jaren meelopen. Je kunt niet toveren. Maak thema's en Show me!

Met andere woorden er liggen kansen. En benut die kansen. Daarnaast is er nog een bijkomend voordeel, het vakantiegeld is binnen. Mensen, dus ook je klanten zitten wat ruimer in de financiële middelen. En gezondheid is een van de dertien behoeften.

Dat betekent vaak wat sneller durven beslissen tot een aankoop. Het beste wat de klant kan overkomen is een 3 gangen bezoek.

Ja je leest het goed, show me, de drie gangen. Je maakt duidelijk aan de klant tijdens de open dagen van je therapiepraktijk, dat er een drie gangen behandeling of treatment mogelijk is.

De eerste gang is het zogenaamde voorgerecht of de starter. Hierbij doe je alle werkzaamheden die nodig zijn voor het op reis gaan met het behandelplan.

Je geeft de tweede gang mee in een toepasselijke vakantietreatment tips & tricksplan. Hiermee verzorgt de klant zich tijdens de vakantieperiode.

Denk je ook aan de beperkingen van de eigen kunnen van de klant en bij producten die mee gaan in het vliegtuig dat vliegmaatschappijen, 100 ml maximaal hanteren.

Show me the mogelijkheden om toch alles van het vertrouwde mee te nemen. Tenslotte het dessert of de kers op de slagroom.

Je stuurt een kaart naar je klant bij thuiskomst. Tekst: Welkom thuis, Tijd voor..... Hiermee doe je twee belangrijke zaken. Je denkt aan de klant en je verwent ze nog een keer na de vakantie. Show me je interesse.

In alle gevallen maak je er een aantrekkelijk arrangement van en bied je de klant ook nog eens voordeel naast alle ideeën. Kortom, opnieuw, Show me! En denk eraan: niets is sterker dan een idee waarvoor de tijd gekomen is.

## Weet je nog?

Tijdens de training bij Total Health over marketing, sales en ondernemerschap, kwamen de 10 productvoordelen aan de orde.

Het show me effect is hierbij heel erg van toepassing. Bekijk altijd hoe je van ieder product, behandeling 10 product en of behandelvoordelen kunt noemen. Deze communiceer je naar de klant toe.

En je hoeft echt niet alles zelf te bedenken. Er zijn grote bedrijven die dit ook communiceren, zoals NIVEA. Hiernaast een voorbeeld van dit bedrijf.

Doe er je voordeel mee, denk na over de genoemde voordelen en kijk hoe jij ze kunt gaan toepassen.



## Voorbeeld van NIVEA:

Wanneer het kwik boven de 18 komt kunnen de benen weer bloot en leggen we de bikini alvast klaar voor een zomerse stranddag. Meer blote huid betekent benen scheren, dat we de huid wat strakker willen en er weer mooi kleurtje op mag. Een handig huidverzorgings 3 stappenplan met dit keer een aantal producten van Nivea.

### Stap1.

Benen scheren is in een handomdraai gebeurt met NIVEA Double Effect Shower & Shave. Met dit product scheer je je benen gewoon onder de douche. Scheelt zeeën van tijd en je benen voelen daarna heerlijk zacht. Er zit lekker geurende Advocado-olie in en dat verzorgt je huid ook nog eens.

### Stap2.

Voor strakke benen en billen is Good Bye cellulite van NIVEA een fijne gel. Al met zo'n 3 weken kun je met deze verkoelende gel eventuele cellulite verminderen en je hoeft deze gel zelfs niet in te masseren.

### Stap3.

Voor een snel en mooi egaal bruin resultaat is Sun Protect & Bronze (ook van NIVEA) een aanrader. Dit is het eerste zonbeschermings product wat goede bescherming geeft én er voor zorgt dat je sneller bruin wordt!

Belofte van dit stappenplan is: In 3 stappen helemaal zomerklaar!