

# BLOG BOOST

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

## De deur dicht.

Het lijkt wel een cliché, maar vanaf nu gaat de deur dicht. Je denkt natuurlijk dat kan nooit de bedoeling zijn van een Blogboost als deze. Er moet juist verkocht worden, meer omzet gedraaid worden en natuurlijk meer behandelingen in een dag of week.

Je hebt gelijk. Helemaal gelijk. Maar deze maand gaat de deur dicht. Als je goed kijkt naar je klanten bewegingen en de aankooppatronen dan is er een periode in het jaar waar de zaak niet erg hard gaat.

Door de vakantie spreiding in ons land is er vanaf eind juni tot en met begin september een ware golf van vrije dagen, vakantiedagen en hele volksstammen die op vakantie gaan. En jij?

Veel van je collega's blijven open, of hebben aangepaste tijden, of zijn maar een week dicht of geven de voorkeur aan een vervanger. Allemaal oplossingen die vandaag de dag niet meer werken. Je gaat dicht. Je gaat tijdens de vakantieperiode, in je streek of regio ook gewoon lekker 2 of 3 weken dicht. Ja, dat lees je goed, want deze laatste zin wordt vast nog wel een keer extra gelezen.

Je communiceert in de maanden april en mei al dat je vakantie opneemt in de periode die je past. Dat je dicht gaat en ook heerlijk van je rust gaat genieten. Je gaat je planning, maar nog veel belangrijker je klanten en potentiële klanten sturen in het aankoop en bestedingsproces. Als je maar consequent blijft en niet gaat afwijken van dit principe, zal je zien dat veel klanten nog voor de zomer vakantie en of vlak erna een behandeling willen boeken.

Het is geen geheim meer dat je natuurlijk je behandel en therapiethema's daar op aangepast hebt inclusief de verschillende thuishelp pakketten tijdens de vakantie. Dus ook jij kunt met een gerust hart de deur dicht doen.

Klanten krijgen van je alle steun, verzorging en ook nog eens de aandacht die ze verdienen. Niet alleen voor dat ze op vakantie gaan, maar ook tijdens hun vakantie, met de persoonlijke thuishelp verzorging set en natuurlijk na de vakantie.

## FRTA KNOWLEDGE BUSINESS TRAINING & ADVICE

### Inhoud van deze Blogboost:

De deur dicht	1
Zo voorkom je een zomerdip	2



Je slaat als het ware een aantal vliegen in een klap. Zelfs kun je sturen in het aankoopproces. Daarom zijn de maanden ervoor en erna succesvol voor je therapiepraktijkverkoop.

Zo zie je maar dat ook een strakke planning en communicatie zijn of haar vruchten afwerpt. De klanten zien in wanneer, waar en hoe ze de voorbereidingen dienen te treffen, je hoeft alleen nog maar af te spreken en uit te voeren. Kijk je vooral in je regio, maar ook in je klantenbestand wanneer er nog meer van dit soort periodes zijn.

Ook de voorjaarsvakantie, herfstvakantie zijn tegenwoordig gespreid. Er gaan zelfs geruchten voor een spreiding van de vakantie in mei. En er zijn ontwikkelingen voor een flexibele vakantie in het onderwijs. Kortom, genoeg stof om je marketing en sales tools weer eens toe te passen en tot een succes te maken.

Tenslotte, voordat je de deur dicht doet en gaat genieten, is er nog een grote groep klanten die je niet mag vergeten, de 50+ en ouderen markt.

Heb je veel van dit type klanten in je praktijk? Kijk dan goed wanneer zij de planning maken van een vakantie of stedentrip. Deze groep heeft geld en gaat ook nog eens goedkoop in voor en naseizoen op vakantie. Reden genoeg om deze groep extra te benaderen voor een uitgebreide behandeling. Want gezond oud worden is voor velen een echte eerste levensbehoefte geworden.

Op deze manier gooi je niet de deur dicht. Je creëert ook nog eens nieuwe sales kansen. Je ziet het al er zijn weer tal van mogelijkheden ondanks de vakantieperiode. Toch eens nadenken over het sturen van een kerstgroet in begin september. Je weet nooit. Maar nu gaat de deur echt dicht. Fijne vakantie. En denk eraan; een goede tip voor een vakantieganger; Spanje niet in!

## Zo voorkom je een zomerdip

Het is weer zomer. De vakanties staan voor de deur. Tijd om antwoord te geven op de vraag: "Hoe voorkom je een zomerdip in jouw verkoop?"

Binnen de meeste verkoopteams hoor je dat het komkommertijd in de sales is. Of een 'Summer Sales Slump' zoals ze in de Verenigde Staten zeggen. Binnen elk salesteam zit wel één of meer medewerkers die jou vertellen dat in de zomer de verkoopresultaten echt teruglopen en dat alle verkoop en marketing inspanningen in de zomer toch geen nut hebben. Iedereen is op vakantie, is dat wel zo? of zit dit tussen de oren?



Kinderen zijn vrij van school. De zomerhitte drijft de mensen naar het strand en we hebben van kinds af aan geleerd dat we in de zomer vrij zijn om leuke dingen te doen. Ja natuurlijk, gaan er mensen op vakantie en is de bezetting in de meeste bedrijven minder dan normaal.

Maar we gaan echt niet allemaal 6 weken weg. En heb je ook MKB'ers of ZZP'ers in jouw doelgroep zitten. Grote kans dat veel mensen in deze doelgroep wel bereikbaar zijn.

Hoe haal je het beste uit deze zomer?

Natuurlijk mag je er zelf ook wel even tussenuit, maar werk voor de rest verder zoals je de andere maanden in het jaar ook doet. Want wanneer je in Juli en Augustus niets doet, weet je zeker dat in September er ook weinig omzet komt. En ja, dan is het jaar al bijna weer voorbij.

Analyseer hoe jouw omzet (of van jouw team) er voor staat ten opzichte van jouw target voor dit jaar. En plan jouw activiteiten voor de komende maanden.

Heb jij of je team nog een training nodig, maar kom je er het hele jaar er niet aan toe? Dan heb je nu de kans om je te laten trainen (mits de trainer niet op vakantie is natuurlijk). Nu kan je nog je plan of jouw strategie bijsturen om toch die target te halen.

Er zullen wellicht minder mensen jou bellen dan in andere maanden, maar die personen die jou wel bellen zijn over het algemeen de betere leads. Zij zijn meer serieus om van jouw diensten gebruik te maken, dus jouw conversie lead / klant zal ook hoger liggen.

De meeste verkopen komen niet in één contactmoment tot stand. Gemiddeld heb je 4 tot 7 contactmomenten nodig. Dus gebruik de zomer dan ook om nieuwe contacten te leggen en te onderhouden. Dus doe die follow up van die netwerkmeeting. Stuur een e-mail. Bel jouw prospects en 'slapende' klanten. Plan een afspraak (bijvoorbeeld in je therapietuin in de zon). Je zal zien dat het in de zomer in veel gevallen makkelijker is contacten te leggen en te onderhouden. Mensen zijn in dit soort periodes in een positievere en welwillende stemming.

Maak alvast afspraken voor ná de vakantie. Zo weet je zeker dat de maanden direct na jouw zomervakantie ook een succes gaan worden.

Bron: Martin Eelderink