

Massage Message 2011



Masseurs in de rij om de lezing van Fred Roelfsema bij te wonen.

MESSAGE MESSAGE
de "kunst" van marketing

De masseurs die afkwamen op de MassageDagen in de Jaarbeurs in Utrecht stonden ruim van tevoren in de rij om de lezing van Fred Roelfsema bij te wonen. De zaal was niet groot genoeg om alle belangstellenden een plekje te geven.

Velen zaten op de grond of stonden in het gangpad. Dat is logisch, want deze bevlogen spreker weet pakkend te vertellen

hoe je je massagepraktijk goed op poten kunt zetten.

Fred Roelfsema, marketeer in hart en nieren, sprak vol passie, en toegespitst op het vak, over marketing binnen de massagebranche. Maar ook gaf hij diverse masseurs in de wandelgangen tips en tricks. Want masseurs kunnen dan wel hun vak goed verstaan, maar hoe draag je dat uit? Vandaar dat wij in Massage Magazine een samenvatting geven van zijn seminar. Op die manier kun je ook kennis nemen van de nieuwe marketinggedachte binnen de massagebranche.

De kunst van marketing

Maak van je passie een vak, en wel zodanig, dat je ook je brood ermee kunt verdienen. Maar ja, hoe doe je dat. Fred: "Verkoop datgene wat je doet. Vertel mij tien voordelen van jouw praktijk. Waarom zou ik als cliënt bij jou willen komen, en niet bij je collega op de hoek?" Dat is volgens de marketeer heel simpel: positioneer je in de markt en laat niets aan het



Fred Roelfsema omschrijft zichzelf als ondernemer, schrijver, columnist, docent en leerling.

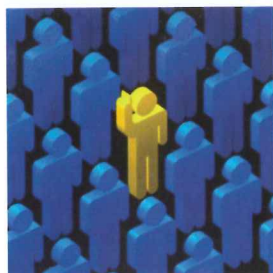
toeval over. Nadat je zelf hebt vastgesteld welke behandelingen je het liefst geeft, en waar je achter kunt staan, ga je aan het markeren. Dat wil volgens Fred zeggen: "Stel eerst vast wat de consument die jij wilt bereiken wil en wat je zelf als masseur wilt verdienen. Maak dan een product dat aansluit op die wensen, plak er een prijs op, breng het op die plaatsen waar je cliënt bereid is het te gaan halen, en zorg ervoor dat hij of zij goed is geïnformeerd en wordt gestimuleerd om in te gaan op je unieke voorstel." Ten aanzien van de prijs, die bij veel masseurs (te) laag is, maakte hij een wezenlijke opmerking: "Prijs je jezelf goed aan, weet je minstens tien argumenten te noemen waarom iemand bij jou klant moet worden, dan maakt het niet uit wat je behandeling kost. Verkoop je jezelf en je aanbod goed, dan wil je klant daar gewoon voor betalen. Vraag je te weinig, dan doe je je-

zelf, en daardoor ook je collega's, tekort. Je moet er wel van leven en niet alleen een droge boterham van eten."

Onderscheid je!

Als je je niet onderscheidt van je collega's, dan heb je iedereen als concurrent, aldus Fred. "Vandaar dat je met alle denkbare middelen je cliënt moet bereiken en overtuigen." Hij denkt daarbij ondermeer aan de uitstraling en het gebruik van een huisstijl. "Sluit je website daarbij aan? En heb je bijvoorbeeld mooie cadeaubonnen? Hoe ziet je brochure er uit en bedenk je steeds nieuwe aanbiedingen?" Ter plekke verzint Fred, tot grote hilariteit van het publiek, enkele voorbeelden van arrangementen: "Die liggen op straat; denk bijvoorbeeld aan 'Het vallende blad' arrangement. En natuurlijk het Moederdag-, winter- of herfstarrangement." Hij adviseert verder: "Bedenk dan ook met wie je wilt samenwerken. En als je personeel aanneemt, dan is het wel

Wie zich niet onderscheidt heeft iedereen als concurrent



FRTA KNOWLEDGE
BUSINESS TRAINING & ADVICE

wenselijk dat ze ook jouw hartstocht hebben." Dat alles is belangrijk om je te onderscheiden. "Vertel wel duizend keer waar je voor staat, wat je doet en op welke doelgroep je je richt." Fred is geen voorstander van het plaatsen van alleen advertenties in een huis-aan-huisblad: "Nodig daarnaast een journalist uit en biedt hem of haar een mooie behandeling aan. Een artikel daarover is schitterende, en bovendien gratis, aandacht."

rijk: "Wees open. Je krijgt zo informatie waarmee je je marketing kunt verbeteren en zo kun je nog beter op de wensen van je cliënten inspelen." Tot slot wenst Fred de aanwezige masseurs succes met hun message over massage.

Op de volgende MassageDagen, 27 en 28 januari 2012, zal Fred Roelfsema vanwege de overweldigende belangstelling zelfs drie workshops over marketing geven.

Geen nummer

Laat je cliënt zich gezien weten. Heb aandacht voor hem, maak met gevoel een praatje. Fred: "Hij mag geen nummer zijn." Voor een goede massage mag je een euro per minuut vragen. "Maar als je daarnaast ook een kopje thee, een goede massageolie en douchefaciliteiten aanbiedt, dan kan je vraagprijs omhoog," aldus de marketeer. Om te weten te komen of datgene wat je aanbiedt ook voldoet, kun je je spiegelen aan een ander. Ook feedback vragen is belang-

Melissa

HET computerprogramma voor de gehele schoonheids- en verzorgingsbranche



Melissa bevat o.a. :
* Klantenbeheer
* Agenda
* Kassa module
* Volledige boekhouding
* Vakinhoudelijke modules

Melissa is de beste behandeling voor uw administratie !

Vraag vrijblijvend een demonstratie-cd aan

***WEGA Automatisering**
Het Gareel 5 8256 DM Biddinghuizen
Tel. 0321 - 333 911
Internet www.wega.nl info@wega.nl

LYPOSSAGE®..

- De massage die zorgt dat uw klanten beter in hun vel komen te zitten;
- De massage die cellulite doet verminderen;
- De massage met de afslankende werking op de wel bekende plaatsen;
- De cursus wordt gegeven door Claire Mettrop, Lyposage Master Trainer Europe;
- De enige originele opleiding met vermelding op de Europese website.



Bel of mail voor informatie.



EM&CL Trade
Westerhoutpark 29
2012 JL HAARLEM
023-5346142
www.lyposage.eu
info@lyposage.eu