



Door: Marijke Eggink

VAN SPOORZOEKEN NAAR CLIËNTEN VINDEN

7 belangrijke redenen om met een nieuwsbrief te beginnen

‘Waarom zou ik een nieuwsbrief versturen? Er zijn al zoveel mensen die dat doen. Wat heb ik daar nou aan toe te voegen?’

Het is een vraag die mij geregeld gesteld wordt. Mijn antwoord op deze vraag geef ik in dit artikel.

Het schrijven van een nieuwsbrief is één van de meest aansprekende manieren om de aandacht van mensen te trekken voor jouw diensten. Zo weten de mensen het “spoor” naar jouw praktijk wel te vinden en hoef je zelf niet meer te zoeken.

In feite heb ik daarmee de eerste reden al genoemd voor een nieuwsbrief. Zie het maar als bonus.

Een nieuwsbrief wordt in de huidige tijd veelal E-zine genoemd. Ik gebruik dus deze term in dit artikel.

Waarom is het schrijven van een E-zine belangrijk?

1. Door een E-zine laat je mensen steeds weer weten dat je er bent. Je weet wel hoeveel coaches, counselors en therapeuten er zijn. Dat is heel goed, want er zijn veel van deze mensen nodig in deze woelige tijd. Maar als jij niet steeds laat weten dat je er bent, dan vergeten mensen je net zo snel als ze een boodschap vergeten. Dat is met de huidige stroom van informatie onvermijdelijk. Dus laat van je horen.

2. Een E-zine is een geweldige manier om je (netwerk-)contacten “warm” te houden

Hoe vaak komt het niet voor dat je een visitekaartje uitreikt: op het schoolplein, bij een netwerkbijeenkomst, op een verjaardag, bij een ontmoeting van collega’s. Als je geen E-zine hebt, is het heel moeilijk om zo’n contact dat je gelegd hebt, gaande te houden als je geen communicatie‘kanaal’ hebt.

Als je dat wel hebt, kun je – met toestemming van de betreffende persoon – zo iemand op je lijst zetten en in het vervolg op regelmatige basis je E-zine sturen.

3. Door je E-zine leren mensen jou kennen.

In je E-zine schrijf je altijd een persoonlijk stukje: iets over je eigen ervaring met een onderwerp, of waarom je voor dit vak of deze specialisatie gekozen hebt.

Of je beschrijft je visie op een bepaalde manier van coaching. Het hoeven helemaal geen ellenlange stukken te zijn. Zelfs als je niet iets persoonlijks schrijft of durft te schrijven, kun je altijd nog jouw activiteiten promoten. En ook dat leidt tot meer (potentiele) cliënten.

Marijke organiseert regelmatig teleseminars, workshops en events om coaches en therapeuten te helpen groeien naar een succesvolle praktijk. Wil je wekelijks tips en artikelen over meer klanten en omzet en aankondigingen over de activiteiten ontvangen, meld je dan aan op haar website.

In november vindt een spetterend driedaags event plaats met de naam: “Laat je praktijk groeien en bloeien, pokonmarketing voor coaches, therapeuten en andere dienstverleners”. Je bent van harte welkom om hieraan deel te nemen!

4. Je wordt door een E-zine snel gezien als een expert.

Uit eigen ervaring kan ik dat beamen. Nog niet eens zolang geleden ben ik begonnen met schrijven voor coaches en therapeuten. Vanaf dat moment zijn er steeds mensen naar mij toegekomen met vragen. Het is ontzettend leuk om reacties te krijgen. Dan weet je dat je artikelen gelezen worden. Iemand kan zijn/haar waardering uitspreken over een bepaald artikel dat hem/haar raakt.

5. Een E-zine versturen is heel goedkoop!

Een E-zine versturen is gratis. Het kost je aan geld NIETS. Veel coaches en therapeuten die ik spreek, hebben veel geld uitgegeven aan folders, advertenties, visitekaartjes etc. Ze hebben geen E-zine. Vooral van advertenties is bekend dat ze heel duur zijn en weinig tot niets opleveren. Het is dus alleen maar geldverlies!

6. Via je E-zine ben je in contact met jouw klanten en opdrachtgevers.

Je kunt hun vertellen over je nieuwe aanbod, je kunt een speciale actie doen, je kunt je lezers vragen stellen en ze belonen met iets speciaals als ze antwoord geven op jouw vraag. Zo leer je je publiek beter kennen en kun je je diensten en producten beter afstemmen op hun behoefte. Jouw (a.s.) cliënten waarderen het enorm als je naar hun mening en ervaringen vraagt. Ze voelen zich gehoord en gezien.

7. Je bouwt een band op met nieuwe en bestaande cliënten

Voortbordurend op het vorige punt: mensen gaan uitkijken naar jouw artikelen. Als voorbeeld dat van een diëtist: een diëtiste die gespecialiseerd is in dikke kinderen, stuurt haar E-zine met tips en artikelen specifiek over dikke kinderen naar de ouders van die kinderen. Zij krijgen bijvoorbeeld tips over wat ze als alternatief voor snoep kunnen aanbieden, hoe ze beter grenzen kunnen stellen en hoe ze op een leuke manier hun kind aan het bewegen kunnen krijgen. Mensen zijn erg blij met zulke informatie.

Veel zelfstandige coaches, trainers, therapeuten en andere dienstverleners vinden het eng om te gaan schrijven. Dat is begrijpelijk. Je wordt er zichtbaar door en je kunt je heel kwetsbaar voelen. Toch, als je eenmaal die stap neemt en verder gaat, zul je zien dat het makkelijker wordt. Het drukken op de “send”-knop wordt een gewoonte, zoals het met alle dingen gaat, die in het begin spannend zijn. Op den duur besef je niet eens meer dat het ooit zo eng was. 🍀

Marijke Eggink is gecertificeerd businesscoach. Zij helpt coaches en therapeuten die worstelen met te weinig klanten en omzet om te groeien naar een bloeiende praktijk met minimaal 100.000 euro omzet. Marijke is door de NFG aangesteld als marketingdeskundige.

www.watwerktwerkt.nl

