



De vier Geheimen waarom juist coaches goed zijn in klanten krijgen

Moeiteloos meer mensen in je praktijk

Inhoudsopgave

Waarschuwing en tip voor als je weinig tijd hebt	2
Is dit e-book iets voor jou?	4
Wat levert het lezen van dit e-book je op?	5
Klanten krijgen is niet ingewikkeld	6
Hoe klanten krijgen zo simpel werd	7
DEEL 1 - De vier geheimen in het kort	8
4 geheimen om op jezelf te zijn én klanten te krijgen	9
De vier geheimen wat een verkoopgesprek tot commitmentgesprek omtovert	10
DEEL 2 - De 4 geheimen in detail	12
Op naar meer ideale gecommitteerde klanten!	13
Geheim 1: Vorm - Zorg voor een gestructureerd en helder gesprek	15
Geheim 2: Voorstel - Creëer een uniek en helder aanbod	17
Geheim 3: Vaststellen - Coach ze in hun besluit	21
Geheim 4: Vertrouwen - Vergroot je zelfvertrouwen	24
Wil je moeiteloos meer mensen in je praktijk?	28

Dit is versie 2.0 van

© Schitter in Grootseid – **Ditta van Vark-Beun**
Sommige rechten voorbehouden

Je bent vrij om dit e-book te delen met anderen. Je kunt geïnteresseerden wijzen naar ditta.eu/4-geheimen waar ze een eigen exemplaar van dit e-book kunnen ontvangen.
Het is toegestaan delen uit dit e-book te publiceren mits de tekst wordt vergezeld van een correcte (klikbare) bronvermelding.
Het is niet toegestaan dit e-book te verkopen aan derden.



Waarschuwing en tip voor als je weinig tijd hebt

Denk je nog steeds dat coaching het beste is wat mensen kan overkomen? Coaches kunnen de wereld verbeteren! Oké, eerlijk is eerlijk, niet alles in één keer. Wel kunnen we dat klant voor klant. En het mooie is als een klant het naar zijn zin heeft, dan heeft zijn omgeving dat hoogstwaarschijnlijk ook. Dat effect kunnen wij voor elkaar krijgen!

Op heel jonge leeftijd gebeurde er iets waardoor ik al bedacht dat kan beter en prettiger.

In mijn familie noemen ze me wel eens de wereldverbeteraar. Het is begonnen bij een bezoek van mijn ouders aan het nieuwe huis en dat de oppas een foto van mij en mijn verdrietige tweelingzus maakten. In plaats van er voor ons te zijn.

Je hoeft niet de hele wereld op je schouders te nemen is dan ook iets wat Robert mijn man vaak me voorhoudt. Op allerlei plaatsen zie ik mogelijkheden voor mensen hoe ze het mooier en leuker en fijner kunnen hebben. Het heeft even geduurd voor dat ik wist dat dit mijn pad was en dat er een rode draad is door alle losse ervaringen in mijn leven. Toen mensen mij gingen vragen hoe ik aan klanten kwam heb ik daar zelfs een paar jaar niets mee gedaan. Tot dat het zo prominent op mijn pad bleef komen dat ik besloot dat het toch wel iets voor me is. Sterker nog, ik vond na 42 jaar eindelijk in 2012 mijn passie.



“Het is mijn missie om van deze wereld een positievere plek te maken voor iedereen. Dat kunnen we niet alleen. Dat kunnen we wel met coaches. Zij helpen hun klanten op het expertise gebied waarin zij goed zijn. Een klant die groeit heeft een positieve uitwerking op zijn omgeving. Wij leren daarom graag coaches de benodigde ondernemers- marketing- en verkoopvaardigheden om hun talenten in hun praktijk om te zetten in een succesvolle praktijk”

Ditta van Vark-Beun



Coaches bestaan al zolang als er mensen zijn en komen overal ter wereld voor. Coaches kennen tegenslagen en hebben dat overleefd. Coaches zullen nog eeuwenlang dat blijven doen en de weg wijzen aan hun klanten. Denk daarom goed na voor je aan dit e-book begint.

Wil je wel je coachpraktijk laten groeien en meer mensen een mooier leven bezorgen? (eerlijk zeggen)

- ☐ Ja
- ☐ Dit is niet echt iets wat voor mij gaat lukken

Wil je jouw bijzonder eigenschappen verder ontdekken en inzetten voor anderen

- ☐ Ja natuurlijk
- ☐ Ben je gek, in de omgeving en met het aantal mensen die ik nu begeleid is dat prima

Heb je gemerkt dat je altijd wel anders kijkt naar de wereld of dat je als anders werd gezien? Of misschien zelfs wel die vreemde eend in de bijt was?

- ☐ Ja hoe weet jij dat nou
- ☐ Ja, eh, ik vermoed van wel ja, ik begin dat nu pas te ontdekken
- ☐ Nee

Wil je alles over het moeiteloos meer mensen in je praktijk krijgen weten?

- ☐ Ja
- ☐ Waarom eigenlijk?
- ☐ Ik lees wel eerst allerlei sites

Wil je de tijd en energie steken in het groeien van je praktijk, ook al is dat iets nieuws en ligt het buiten je comfortzone

- ☐ Ja
- ☐ Nee ik ben al druk genoeg

Wil je dat jouw worstelingen in het leven de lessen voor jouw klanten zijn?

- ☐ Ja niets liever
- ☐ Nee daar praat ik liever niet over

Als je minstens 4 of 5 keer ja hebt geantwoord op deze vragen dan is dit e-book voor jou! Lees het boek op de manier die bij je past.

Je kunt eerst deel 1 lezen als je weinig tijd hebt of om gewoon vast te stellen of je wat met de inhoud kunt. Heb je meer tijd dan raad ik je natuurlijk aan om ook de rest te lezen zeker als deel 1 je aanspreekt.

Praat over de geheimen alleen met mensen die ook anderen een mooiere wereld gunnen en die geloven in dat we moeten kunnen delen om te kunnen vermenigvuldigen!

Op jouw bijdrage aan een mooiere wereld!

Ditta van Vark-Beun



Is dit e-book iets voor jou?

Voor wie is dit e-book?

Dit e-book is speciaal geschreven voor de zelfstandige coach

1. Je hebt al de nodige klanten kunnen helpen en je wilt zien hoe je meer gecommitteerde klanten én meer continuïteit in je inkomsten kan creëren, zonder daar echt harder voor te hoeven werken. Sterker nog liever werk je wat minder uren dan je nu doet.

2. Of je bent al een tijdje bezig en je spreekt allerlei mensen, je hebt best leuke ontmoetingen en vraagt je af hoe je nu mensen kunt inspireren om met je te gaan werken. Je hebt mogelijk ook het gevoel dat de tijd die je erin moet stoppen niet in verhouding staat tot wat je er mee verdient, omdat deze mensen vaak geen klant bij je worden.

3. Het kan ook zijn dat je net nieuw gestart bent als coach of op het punt staat om te starten. Je hebt flink geïnvesteerd in je opleiding en vraagt je af waar te beginnen, hoe nu klanten te krijgen. Op wie ga je je richten? Ook wil je de bekende valkuilen, waar andere coaches door ontmoedigd raken, voorkomen.

Als je je herkent in één van deze drie types professionals, dan ben je op zoek naar hoe je moeiteloos (meer) mensen krijgt in je praktijk. Zodat je dat kunt doen wat je het liefste doet, coachen.

Het goede nieuws is dat je op de juiste plek bent!

Top dat ik je hier mag ontmoeten, het is altijd fijn om gelijkgestemden tegen te komen.

***“never go into business purely to make money.
If that’s the motive you’re better off doing nothing”***

Richard Branson



Wat levert het lezen van dit e-book je op?

Welkom wereld verbeteraar!

Top dat je besloten hebt om verder te lezen. Iedereen heeft bewust dan wel onbewust de vraag “wat heb ik hier nou aan” in zijn gedachten. Laat ik dat dan meteen helder maken.

- Je leert de 4 geheimen waarom juist coaches goed zijn in klanten krijgen. Echt waar, het is bijzonder en helemaal iets wat jij al kan. Dit ligt heel dicht bij jouw natuur en wie je wilt zijn. Je zult glimlachen omdat je gaat zien dat je als coach de benodigde vaardigheden al op zak hebt en daardoor sneller zult gaan dan voorheen
- Je leert ook dat je eigenlijk helemaal niks verkoopt. Yes! Je leert dat we geen verkoopgesprekken hoeven houden. Wat dan wel vertel ik je natuurlijk ook.
- Als vreemde eend in de bijt introduceer ik graag wat nieuwe termen. Je gaat ontdekken wat een commitmentgesprek is en hoe je daar een klant en geld genererend gesprek van kunt maken.

“Je kan een mens niets leren. Je kan hem alleen helpen het te ontdekken in zichzelf”

Galileo



Klanten krijgen is niet ingewikkeld

Sterker nog: het is heel simpel. Maar niet voor iedereen even eenvoudig. Het zit al in je.

De vaardigheden die je nodig hebt om iemand die volgende stap te laten zetten heb je als coach al onder de knie! Je bent tenslotte een goede coach. Jij kan als geen ander goede vragen stellen. Wat ik je ga laten zien is hoe je deze vaardigheden kunt inzetten als iemand nog geen klant bij je is.

Dat is waar ik de afgelopen jaren veel coaches mee geholpen heb.

In dit e-book maak je kennis met de 4 geheimen, ik zie ze als de 4 basis elementen voor het krijgen van klanten. Het zijn praktische elementen die je zullen helpen je werk als coach eenvoudiger te maken. Hierdoor houd je meer tijd over voor het echte werk, mensen coachen en dat maakt mogelijk dat je meer tijd zal hebben om in je vrije tijd ook allerlei leuke dingen te doen met de mensen die je dierbaar zijn. Tenslotte is ons privéleven, en zijn de mensen om ons heen, net zo belangrijk!

Zie deze elementen als een praktisch beginpunt. Het legt een stevig fundament onder jouw coachpraktijk. Vanuit dit fundament kun je gaan (op)bouwen en ontdekken hoe je je leven als coach nog leuker kunt maken.

Laten we aan de slag gaan!



“Om precies te zijn, ben ik 6 dagen bezig en mijn eerste cliënt heb ik binnen. Mijn investering is er al voor de helft al uit! Dankzij Ditta heb ik nu eindelijk mijn kracht, mijn kunde, mijn kennis durven delen op een manier dat mensen er voor gaan. En er dus ook voor willen betalen.”

Carola Millenaar – www.zilverzout.nl coaching voor muziek, musical en dansdocenten



Hoe klanten krijgen zo simpel werd

Goed ik heb me net al kort geïntroduceerd. Voor het geval we elkaar nog niet kennen, mijn naam is Ditta van Vark-Beun. In 1970 ben ik geboren in Oisterwijk, een dorp in de buurt van Tilburg. Van jongs af aan ben ik al nieuwsgierig naar hoe dingen werken. Hoe je het leuker en simpeler en beter kunt maken. Ik start meteen met een bekentenis.

Ging het bij mij dan makkelijk het klanten krijgen?

Soms wel en soms niet. In het derde jaar nadat ik gestart was had ik geweldig leuke klanten. Met als resultaat dat ik maar liefst €114.000,- verdiende. Gek genoeg; toen ik me in 2011 op coaches richtte had ik vervolgens in 2012 en 2013 mijn minste jaren. Ik verdiende in 2012 het minste ooit: €12000,- was het maximaal. Daar schaamde ik me voor. Omdat ik juist had besloten coaches te helpen met klanten krijgen, was het vreemd dat het mij nu niet meer makkelijk afging. Ik was enorm vertwijfeld. Het jaar daarna verdiende ik ook slechts een schamele €16.000, dat was al ietsje beter maar nog niet wat ik me er bij had voorgesteld. Ik heb zelfs vaak gedacht dat ik er mee wilde stoppen. Ik verwenste mezelf van alles en nog wat. Kortom ik was niet echt de meest aardige persoon, voor mijzelf wel te verstaan.

Nu zie ik dat het twee verrijkende jaren waren. Ik heb van die twee jaren veel lessen geleerd. Iets in mij wilde niet opgeven. Leergierig als ik was, probeerde ik veel dingen uit. Ik ontdekte onder andere dat ik te streng was voor mijzelf. En dat ik vooral een negatieve bril op had. Ik herinnerde dat ik nieuwe marketing dingen aan het uit proberen was. Ik vergat dat en zag het als persoonlijk falen dat het mij niet lukte.

Ik kon niet meer zien dat het feedback was. Nú weet ik dat ik als coach alle kwaliteiten in huis heb waardoor klanten krijgen makkelijk gaat en heel leuk is!

Welke wijze lessen ik heb opgedaan deel ik nu met je in dit e-book. Ik kan het krijgen van klanten nu samenvatten in een paar simpele geheimen in een viertal basis elementen. En logisch ook. Het leven hoort leuk en simpel te zijn. Als het ingewikkeld is dan heb je vermoedelijk een bepaalde vaardigheid nog niet geleerd.

Dat is ook het uitgangspunt van Schitter in Grootseheid. Het moet praktisch zijn en simpel zodat je er ook gelijk mee aan de slag kunt. Met de gewenste resultaten als bonus.



DEEL 1

De vier geheimen in het kort



4 geheimen om op jezelf te zijn én klanten te krijgen

Net als met het openen van een cijferslot op je fiets moeten alle onderdelen van het cijferslot goed staan wil je het slot kunnen openen. Heb je een cijfer niet goed, dan gaat het slot niet open.

Met het krijgen van klanten is dat precies zo. Als je één van deze 4 basis elementen niet onder de knie hebt zal het slot niet open gaan. Dan kraak je niet de code van dat fietsslot.

Zet je deze 4 elementen consistent in dan zul je net als Marieke van Buytene (één van mijn klanten van het eerste uur) ervaren dat het voeren van een eerste gesprek met een potentiële klant zo simpel is als dat een kind de was kan doen.



Verkoopgesprek versus Commitmentgesprek

Het is net als het ei van Columbus dat je achteraf kan zien hoe simpel het eigenlijk is. Ik verbaas me er nu dan ook over dat coaches moeite hebben met het voeren van een verkoopgesprek. Begrijp me niet verkeerd. Ik hoop dat ik je daarmee niet op stang jaag. Waarom ik me daarover verbaas, is juist dat coaches in de kern begaafd zijn om de juiste vragen te stellen en mensen te ondersteunen in het zetten van een volgende stap. Coaches kunnen de beste zijn in het krijgen van klanten. Ze zijn inlevend en kunnen de juiste vragen stellen en inzichten uit mensen halen.

In een verkoopgesprek gaat het juist over vragen stellen. Wat mij betreft is het woord verkoopgesprek niet het juiste woord.



“Het is achteraf gezien een wonder dat ik vroeger klanten had, want ik maakte echt enorme fouten. Zo gaf ik teveel weg tijdens mijn gratis intakegesprekken. De mensen gingen naar huis met een lijst van waardevolle tips, waar ze een tijd mee vooruit konden – en kwamen dus voorlopig niet terug! Van Ditta heb ik geleerd hoe je een klant kunt helpen tijdens een intakegesprek, en wel op zo’n manier dat ze mijn hele programma willen doen. Nu ben ik enthousiast over verkoopgesprekken, in plaats van angstig.”

Marieke van Buytene – Kick-Ass Creativiteitscoach, O-pen



Ik introduceer daarom ook veel liever een nieuw woord. Hét commitmentgesprek. De medaille van het ouderwetse verkoopgesprek kent twee kanten. Met het woord verkoopgesprek hebben vele mensen allerlei negatieve associaties. De andere kant van de medaille is waar het om gaat. Het gaat om het commitment van de ander. Als je gesprekspartner iets wil en hij is daaraan gecommiteerd dan zal hij aan de slag gaan zijn doel te behalen.

Als er één ding is waarvan ik wil dat je dat na het lezen van dit e-book onthoudt, dan is dat dat je dus feitelijk niets verkoopt.

Oké, tuurlijk heb je pas een bedrijf als je een klant hebt die voor jouw diensten betaalt. Wat je doet in dat eerste gesprek is ontdekken wat iemand wil bereiken en hoe gecommiteerd iemand is om dat te realiseren. Niets meer en niets minder!

Om dit voor elkaar te krijgen zijn er vier basis elementen om het cijferslot van het commitmentgesprek te kraken:

1.	Vorm	De structuur van het gesprek
2.	Voorstel	Het hebben van een helder aanbod
3.	Vervolg	Je gesprekspartner coachen om een helder besluit te nemen
4.	Vertrouwen	Jij, en je zelfvertrouwen

De vier geheimen wat een verkoopgesprek tot commitmentgesprek omtovert

1. Vorm - De structuur van het gesprek

Zorg voor een duidelijke structuur van het gesprek, zodat jij de volle aandacht bij de ander kunt leggen. Zorg voor een helder begin, een duidelijk eind en dat de verwachtingen bij de gesprekspartner zijn afgestemd op wat je wilt doen. Deze vorm geeft je de volle aandacht de juiste vragen te stellen en de aandacht te hebben bij de ander.

Welke elementen essentieel zijn in het gesprek lees je in Deel 2

2. Voorstel - Het hebben van een helder aanbod

Mensen die zelf allerlei worstelingen hebben meegemaakt, zijn expert geworden op een gebied. Dat zijn de mensen die heden ten dage ingehuurd worden. Als je echter jouw lessen en jouw kennis op jouw thema niet goed kunt verpakken en niet kunt vertalen naar hoe je de problemen voor jouw publiek, jouw doelgroep oplost, dan weet je gesprekspartner niet waar hij een besluit over neemt.



Een helder aanbod speelt in op de behoefte van je klant waardoor je meer ideale, leuke en gecommitteerde klanten krijgt.

Jouw unieke aanbod vormt de kern van je bedrijf. Zonder deze kern heb je feitelijk geen bedrijf.

In Deel 2 leg ik uit wat er verder belangrijk is en wat de elementen zijn die het heldere aanbod klip en klaar maken voor je klanten, zodat ze heel graag met jou willen gaan werken omdat ze die waarde voelen.

3 Vervolg - Je gesprekspartner coachen om een helder besluit te nemen over zijn vervolg

Het openen van dat cijferslot, het kraken van de zogenaamde commitmentcode kan alleen als iemand ook een beslissing neemt. Hij besluit niet persé om met jou te gaan werken. Hij besluit om met zijn eigen droom, zijn doel of verlangen aan de slag te gaan.

Als je iemand coacht in dat besluit dan val je op. Dan ben je ook iemand met wie je gesprekspartner graag wil samen werken. Omdat je staat voor wat iemand wil bereiken.

Ik geef je in Deel 2 een praktisch een inzicht waardoor je snapt waarom die volgende stap zetten ook voor jou makkelijk wordt.



4 Vertrouwen - Jij en je zelfvertrouwen

Last but not least wordt je praktijk en het groeien ervan bepaald door een hele essentiële factor.

Die factor ben jij. Bij elke volgende stap die je zet, zeker als deze groot is, kan je zelfvertrouwen een deuk krijgen. Dan komt de grens van je comfortzone in beeld en is het ineens weer spannend. Oude patronen steken ineens de kop op. Met duidelijke handvatten kun jij keer op keer je zelfvertrouwen vergroten. Met als resultaat dat er een mooie wereld van geweldig leuke klanten aan je voeten ligt. Over de essentie van het vergroten van het zelfvertrouwen zijn boeken vol geschreven. Ik geef je in Deel 2 praktisch een inzicht mee waardoor je snapt waarom die volgende stap zetten, die eerste stap zetten het voor jou makkelijk wordt.



DEEL 2

De vier geheimen in detail



Op naar meer ideale gecommitteerde klanten!

De 4 geheimen zijn 4 elementen die vorm hebben gekregen in de Client Commitment Code. Met deze elementen kun je dat gaan doen wat je graag doet, dat is met meer ideale en vooral meer gecommitteerde klanten werken.

Waarom focussen op gecommitteerde klanten zal je je wellicht afvragen?

Ik kan toch met iedereen werken? Dat is ook helemaal waar. Tegelijkertijd weet ik ook dat je daardoor het risico loopt met mensen te werken die niet ideaal zijn om mee te werken of erger; dat je helemaal geen betalende klanten hebt. Dat je met mensen werkt die jou heel veel energie kosten maar die niet aan de slag gaan met waar je het over hebt gehad. Of mensen die je niet of slecht betalen.

Laat ik eerst vertellen wat ik onder een gecommitteerde klant versta. Een gecommitteerde klant is iemand...

- ...die aan de slag wil met wat jij te bieden hebt.
Niet om jou een plezier te doen, nee omdat ze zelf een volgende stap willen zetten.
- ...iets wil bereiken en die ongeacht hoe spannend dat is nu weet dat dat een inspanning vraagt.
- ...de waarde van jouw begeleiding (h)erkent en nog belangrijker, men wil daarvoor ook op tijd voor betalen.

Ik vergelijk het vaak met je thuis. Ook daar wil je niet iedereen zomaar binnen laten. Toch!? Waarom zou je in je coachpraktijk daar niet ook selectief in zijn?

Alle andere klanten zijn klanten waar je, zo vermoed ik, tijd en energie aan verliest. Dat is in het geval je al klanten hebt. Iemand die je coacht om ervaring op te doen is feitelijk ook geen klant.

Sommige mensen leren je om gratis te coachen als je net begint om ervaring op te doen. Ik heb ook gratis met mensen gewerkt. Ik merkte dat het een negatief effect had op mijn coaching.

Ik ontdekte dat mensen die niet of te weinig betalen voor wat jij te bieden hebt niet komen, hun afspraken verzetten. Dat ze vaak niet aan de slag gaan met wat is besproken. Dat komt omdat ze er niet in geïnvesteerd hadden. Ik dacht echter in die tijd dat ik geen goede coach was, omdat ik ze die resultaten niet zag behalen.



Aan de andere kant: toen ik mensen een passend bedrag liet betalen was dat geweldig, omdat zij wel aan de slag gingen. Wel dat commitment lieten zien. Ze kregen geweldige resultaten en zo groeide ook mijn zelfvertrouwen en coachingsvertrouwen.

“Iemand is pas feitelijk je klant als er een financiële transactie tussen jou en je klant plaats vindt.”

Ik wil je laten ervaren dat een continue stroom van klanten krijgen voor iedereen mogelijk is, waardoor je er niet meer zo mee bezig hoeft te zijn. Je geen zorgen hoeft te maken en dat ook het thuisfront blij is omdat jij dat kunt doen waar je echt tot je recht komt.

Als jij een goed lopende coachpraktijk hebt betekent dit dat je een verschil maakt in het leven van anderen. Dat je thuis leukere dingen kunt doen met die mensen die jou dierbaar zijn. Zo lever jij een positieve bijdrage aan deze wereld.

Heb je al ideale klanten?

Natuurlijk zijn er ook coaches die al werken met ideale klanten. Voor die coaches speelt vaak mee dat ze zich een slag in de rondte moeten werken. Vaak werken ze één op één. Je reikwijdte is dan niet zo groot als je zou willen. Gek genoeg wordt het vaak weer spannend als je met groepen wilt gaan werken of als je een zogenaamd High End Programma wilt gaan aanbieden. Waar de deelnemer heel veel waar voor zijn geld krijgt.



De 4 geheimen zijn basis elementen. Ik vertel feitelijk ook niets nieuws. Het zijn elementen die stuk voor stuk je met weinig moeite veel resultaat brengen, zodat jij met jouw rijke ervaring als coach en mens die positieve bijdrage kunt leveren aan een mooiere wereld.

En laten we ons daar vanaf nu op richten.

Op jouw bijdrage aan deze wereld!



Geheim 1: Vorm - Zorg voor een gestructureerd en helder gesprek

Het eerste basis element vormt de belangrijkste succesfactor voor het krijgen van klanten. Pas je dit element niet toe dan heb je mogelijk leuke gesprekken en een leuke ontmoeting, maar weet je niet of iemand je klant gaat worden. Zet je dit geheim in dan heb je de volle ruimte om al je aandacht aan de ander te geven en jouw waarde te laten ervaren.

Denk je echter dat de oplossing om meer klanten te krijgen ligt in meer op facebook doen, aan je website werken, naar netwerk gelegenheden te gaan, te bloggen, aan email marketing te doen of door video's te maken?

Oké, marketing is natuurlijk heel belangrijk. Ik weet echter dat als je geen duidelijk gestructureerd gesprek kunt voeren met de mensen die hierdoor via je marketing activiteiten met je in contact komen, dat je dan heel, heel, ik benadruk héél erg hard aan het werken bent en te weinig resultaat boekt.

Element 1 is dé factor waardoor vele zelfstandig ondernemers succesvol zijn. Zij hebben geleerd een gestructureerd en verhelderend gesprek te voeren waarin ze verduidelijken wat de ander nodig heeft en wat de ondernemer daarin te bieden heeft. Zonder je winkel gelijk helemaal weg te geven.

Als je geen gestructureerd verhelderend gesprek kunt voeren waardoor je iemand helpt tot in de kern te ontdekken wat ze willen en ja te zeggen tegen henzelf om dat verlangen concreet handen en voeten te geven, dan zullen alle marketing activiteiten van de wereld je niet helpen om een op de lange termijn een rendabele coachpraktijk te onderhouden.

Bovendien vind ik het heel bijzonder dat coaches niet de beste verkopers van de wereld zijn, nu ik weet hoe simpel het is. Ze hebben namelijk alle basisvaardigheden al 'op zak'. Waarom coaches het lastig vinden om een helder en gestructureerd gesprek te voeren en hoe je daar wat aan kan doen, leg ik bij het 4e basiselement uit.

Terug naar het eerste element. In een gestructureerd en verhelderend gesprek sta je stil bij de volgende ingrediënten:

1. Je hebt een helder begin, midden en eind.
2. Je verkent iemand zijn wens, doel of droom.
3. Je onderzoekt welke hobbels deze droom in de weg staan (inclusief de verborgen uitdagingen die hun succes saboteert).
4. Je ontdekt de diepste drijfveer, dieper dan ze ooit ervaren hebben, waardoor ze weten waarom ze aan de slag willen met hun droom.
5. Je verheldert wat jouw gesprekspartner nodig heeft.
6. Als je dit allemaal helder hebt kun je ook vertellen waarom jij hem daar het beste bij kunt ondersteunen.
7. Je vertelt over jouw diensten op zo'n manier dat je de snaar raakt en maximale impact hebt op je gesprekspartner.
8. Tenslotte coach je ze in hun besluit. Je coacht iemand door eventuele angsten die ze nog hebben om met hun droom aan de slag te gaan.



Geheim 1: Ga aan de slag

Wat is jouw droom, wat is jouw diepste verlangen als het gaat om het groeien van je praktijk?

Wat zijn de uitdagingen op je pad om dat te realiseren?

Heb je een aanpak om deze uitdagingen aan te gaan?



Geheim 2: Voorstel – Creëer een uniek en helder aanbod

Dit tweede geheim vormt de kern van jouw coaching. Zonder deze factor heb je feitelijk geen praktijk. Is er geen bedrijf. Net als dat een Kruidvat niet bestaat zonder de producten die ze verkoopt en de structuren die ze daaromheen hebben ingericht om het te kunnen verkopen.

Jouw dienst, jouw aanbod vormt de basis. Je helpt iemand een bepaald resultaat te bereiken. Dit gaat om jouw expertise. Het gesprek biedt de structuur om je diensten op een warme hartelijke manier onder de aandacht te brengen. Bij mensen die daar behoefte aan hebben.

Want eerlijk is eerlijk. Je kunt dan wel vakbekwaam zijn en voor iedereen wat kunnen betekenen. Als je niet onder woorden kan brengen wat je voor iemand kunt doen en wat het hem oplevert, dan zal iemand moeite hebben om ja te zeggen tegen jouw dienstverlening. Met als effect dat je te weinig of niet goed betalende klanten hebt en daardoor met jouw talenten helaas werkeloos op de bank zit.

Wat maakt dan dat een aantal coaches en zelfstandigen wel een goed inkomen en ideale klanten hebben, is een vraag die je jezelf eens kunt stellen?

Ik zal het je vertellen. Al deze mensen hebben een helder aanbod waar ze zich goed bij voelen en waar een gesprekspartner meteen de meerwaarde van ziet en voelt.

Dat is wat in het aanbod zit besloten. Iemand ervaart en voelt letterlijk wat het voor hem of haar kan doen. Daar krijgt hij een goed gevoel bij.

Let wel, het gaat bij je aanbod in eerste instantie niet om hoeveel gesprekken je voert. En welke technieken je inzet. Dat is wat vele coaches wel op hun site hebben staan. Ze hebben van alles te bieden. EFT, NLP, energetisch werken, doelen stellen, visualiseren. Dat zijn processen. Dat is in feite de trein naar je bestemming, of de auto of de bus die je neemt. Mensen kopen echter de bestemming. De andere aspecten zijn pas interessant als iemand gevoelsmatig een besluit heeft genomen over deze bestemming.

Je kunt je makkelijk onderscheiden

Met dit inzicht en dit basis element kun jij je nu makkelijk gaan onderscheiden in de grote groep van coaches. Door een helder en pakkend aanbod te creëren dat aansluit precies bij wat jouw doelgroep nodig heeft.

Ik ben in 2006 begonnen en door de jaren heen is de markt zeker veranderd. Jaren terug waren er wel wat concurrenten, toch maakte dat niet veel uit. Ik vond mijn klanten en verdiende makkelijk meer dan €100.000,-.



Nu is het zo dat mensen in een woud van mogelijkheden op zoek zijn naar een oplossing voor hén. Iemand die snapt wat ze willen. Echter door de bomen zien ze het bos niet. Herken je dat? Dat is ook wat mensen om je heen zeggen. Dat er teveel coaches zijn. Waarom moet je nou met hem of haar in zee? Als je een helder uniek aanbod hebt val je op en zal je voldoende ideale klanten aan je binden, die bovendien ook nog uit enthousiasme mensen naar je zullen doorverwijzen.

Ik wil je daarin wel nog wat essentieels mee geven. Wat hierbij goed is om te weten is dat mensen die heden ten dage worden ingehuurd, mensen zijn die helderheid brengen in dit woud.

En dat zijn mensen zoals jij.

Mensen die echt zijn, die uitdagingen en worstelingen hebben overwonnen. Ik vermoed dat je in jouw leven de nodige worstelingen hebt doorgemaakt. En... hebt overwonnen.

Als dat het geval is, dan heb je het in je om als coach veel impact te hebben.

Jij bent al door die jungle heengegaan. Jij hebt een pad geëffend. Als jij de lessen uit het leven weet te bundelen, als jij kunt uit leggen hoe die uitdagingen aan te gaan en hoe ze op te lossen voor anderen mensen, dan heb jij het ook in je om ingehuurd te worden.

Niet iedereen durft voldoende hun eigen pijn te gebruiken en om te buigen ten voordele van de groei van de coachpraktijk en het binden van toekomstige klanten.

Waar ik je over na wil laten denken is de gedachte dat er zeker iemand op deze aardbol rondloopt die vergelijkbare uitdagingen heeft als jij hebt gehad. Die mensen zijn zoekende. Die mensen zijn bereid om te betalen om daar uit te komen waar jij de uitweg van kent. Echter als jij niet goed onder woorden kan brengen wat je te bieden hebt, dan zijn jouw worstelingen mogelijk voor niets geweest.



“Door dit programma heb ik geleerd hoe belangrijk het is om helder over je aanbod te kunnen praten en het te tonen. Wat mooi is dat je het zo helder verwoordt met duidelijke metaforen. Zonder dit programma was ik nu nog aan het tobben... nee beter gezegd was ik nog steeds onwetend geweest over het aanbod.”

Wil van der Leest



Leer je pijn en je lessen zo te verpakken en te gebruiken om anderen te helpen. Dan is jouw worsteling een geschenk. Het maakt niet uit welke pijn of worsteling het was. Iemand kan daardoor geholpen worden.

Creëer een helder aanbod. Dat heldere aanbod maakt dat iemand makkelijk een besluit kan nemen. Je helpt dan iemand die stap te zetten om de droom nu eindelijk eens te realiseren. Jij helpt ze in het commitmentgesprek dat glorieuze puntje aan de horizon te verhelderen. Je helpt iemand ja te zeggen tegen die leukere relatie, ja te zeggen tegen die mooiere baan, ja te zeggen tegen het beter laten functioneren van zijn team, ja te laten zeggen tegen het beter stroomlijnen van zijn processen. Ja te zeggen tegen een optimale gezondheid. Etc. Etc. Wat het ook mag zijn waar je klant graag in wil groeien en waar jij goed in bent. Ze zeggen daarmee dan ook ja tegen jou als coach, omdat jij dat pad al voor hen vereffend hebt en ze die weg laat zien.

In een helder aanbod:

- Geef je een aanpak dan wel een oplossing voor de problemen die iemand heeft;
- Werk je toe naar een lange termijn doel;
- Bundel je een aantal sessies;
- Speel je in op wat er voor de ander van belang is;
- Gebruik je die woorden waardoor de ander klip en klaar heeft wat de waarde van jouw aanbod is.



WERKBOEK

Geheim 2: Ga aan de slag

brainstorm over waar jij veel ervaring in hebt opgedaan en waar je anderen mee kunt helpen.

Wat zijn de 3-7 kernproblemen waar jouw klanten tegen aan lopen?

Wat zijn de oplossingen die je daarvoor aanreikt?



Geheim 3: Vaststellen – Coach ze in hun besluit

Het derde geheim is dat element waar het bij coaching om gaat en dat is de reden waarom ik stellig er van overtuigd ben dat wij coaches juist het beste klanten kunnen krijgen. Het is ook het element waar ze het meeste tegen op zien als iemand nog geen klant is. Dit is het onderwerp wat maakt dat we bang zijn dat we als die vervelende verkoper gezien worden. Dit was het onderdeel van ondernemerschap waar ik, toen ik startte, vlekken van in mijn nek kreeg.

Het is nu het onderdeel waar ik het grootste verschil voor iemand maak. Ik help iemand een helder besluit te nemen. Ik help iemand een stap te zetten in de richting die hij op wil. Als je weet wat iemand wil bereiken en ook hoe belangrijk dat is, dan ga je van iemand houden. Dat herken je vast van je klanten. Als je ook weet waarom hij dat nog niet zelf voor elkaar heeft gekregen dan wil je net als met, iemand die je dierbaar is, die persoon helpen er voor te gaan. Ik noem het dat je 'gaat staan voor iemand zijn resultaat'. Feitelijk is dat precies wat je doet als iemand al je klant is.

Dit element benadrukt, als iemand nog geen klant is, wel de twee kanten van de medaille waar ik in de inleiding over sprak. De ene kant is de kant die over verkopen gaat. De andere kant gaat over commitment. De ene kant gaat over hoe jij niet wil zijn. De andere kant gaat over hoe je wel wilt zijn.

Ik leer mijn klanten in het Coach Krijgt Klanten programma hoe ze in deze fase van het commitmentgesprek dicht bij zichzelf kunnen blijven. Zodat je op een “caring” manier verkent welke rafeltjes er leven waardoor iemand niet die stap voorwaarts zet. Vaak is er een rookgordijn dat optrekt om zich voor de angsten die er zijn te beschermen telkens als ze op het punt staan om een besluit te gaan nemen.

Wat is belangrijk bij het coachen op een besluit

- Gun jezelf de ruimte om jezelf te zijn;
- Verplaats je in wat er voor de ander mogelijk is;
- Zet hier je coachingsvaardigheden in: stel vragen en ontdek wat er feitelijk leeft;
- Laat iemand een helder keuze maken.



Je verkent iemands commitment. *Het commitment* om die lang gekoesterde droom te realiseren. Het zijn *de omstandigheden* van iemand waardoor het zetten van die stap spannend is. Jij weet wat er te doen is om die droom stap voor stap voor elkaar te krijgen. Dat is jouw expertise.

Als je iemand coacht een besluit te nemen dan onderzoek je hoe groot iemand zijn commitment is. Is het commitment groter dan de omstandigheden dan zal iemand ja zeggen en een manier vinden om met je te starten. Dit is ongeacht hoeveel geld ze hebben en ongeacht andere prioriteiten in het leven. Als het verlangen groot is en jij toont ze de uitweg dan kunnen ze ook ja zeggen.



Er is hierbij wel een hamvraag : Hoe gecommitteerd ben jij om aan de slag te gaan met jouw droom?

Kan het zijn dat je weerspiegeld krijgt hoe jij er zelf in zit?

Geheim 3: Ga aan de slag

Hoe belangrijk is het voor jou om je droom die je bij Geheim 1 hebt opgeschreven te realiseren?

Als je een cijfer mag geven op een schaal van 1-10 welk cijfer geef je dan aan je droom? cijfer :

Schrijf ook op waarom dit cijfer en als je cijfer lager dan 10 is waarom het geen 10 is.

Als jij jouw verlangen, je droom van je coachpraktijk realiseert. Wat doet dat dan met je?



Geheim 4: Vertrouwen – Vergroot je zelfvertrouwen

Het laatste geheim behoeft speciale aandacht. Want hier gaat het om jou. Misschien kan ik veel beter -vergroot jezelf- opschrijven in plaats van vergroot je zelfvertrouwen. We hebben de neiging om ons zelf letterlijk en figuurlijk klein te maken.

Elke keer als je zelf weer een stap voorwaarts zet loop je tegen grenzen aan. Als kind waren we onbesuisd. Dachten we nergens over na. We hebben door minder leuke ervaringen 'besloten' om dan maar voorzichtig te zijn. Elke keer als je weer iets nieuws wilt aanpakken loop je tegen dingen aan waar je eerder ook al eens mee te maken hebt gehad.

Ik sparde laatst met een ondernemer die twee grote bedrijven met meer dan 50 man heeft opgezet over de groei van mijn bedrijf. Hij vertelde dat hij nu overweegt om internationaal te gaan. "Kan ik dit wel? Ben ik wel de aangewezen persoon? Gaat dit me lukken? Heb ik het goede netwerk? Dit waren vragen die hij zichzelf stelde. Wat ik verfrissend vond is dat dat precies mijn gedachten zijn bij mijn volgende stap. Dat zijn ook vragen geweest toen ik besloot als spreker het land in te trekken. Onze duiveltjes die ons in het verleden parten spelen komen dan weer naar boven. Elk volgende niveau weer. Zo'n gesprek geeft perspectief. Gek genoeg is het voor mij nu een geruststelling.

Ik weet inmiddels dat voor vele coaches ons zelfvertrouwen een rol speelt als je in een eerste gesprek je potentiële klant die eerste stap richting zijn droom wilt laten zetten.

Het maakt niet uit hoe goed je in je vak bent of hoe lang je al bezig bent. Als je zelfvertrouwen een knik krijgt omdat je bang bent als die verkoper te worden gezien. Of omdat je een High End Programma wilt gaan opzetten en je afvraagt of iemand daar wel op zit te wachten. Of als je slimmer met je tijd wilt omgaan door met groepen te gaan werken, of zelfs als je internationaal wilt gaan terwijl je al een bedrijf met 50 man in Nederland hebt, dan mist niet alleen jij maar vooral ook jouw doelgroep een kans om te groeien.

"Haal de focus van je zelf af en leg die bij wat je voor de ander kan betekenen!"

Werk daarom aan je zelfvertrouwen.

Dat begint met jouw kijk op jezelf. Wat ik daarmee bedoel, is dat jij verantwoordelijk bent voor je eigen leven. Niemand kan dat voor jou bepalen. Omarm dan die spanning en doe het dan toch. De wetenschap over de 6 menselijke behoeftes kunnen je hierbij helpen.

Tony Robbins werkt met 6 menselijke basis behoeftes. Op drie daarvan zoom ik nu graag in om je te helpen je zelf en daarmee je zelfvertrouwen te vergroten.

Eén van de behoeftes is zekerheid. Als het spannend wordt dan zijn we onbewust de behoefte aan zekerheid aan het vervullen. Iedereen doet dit. Mijn punt is dat iedereen zijn eigen manier daarin heeft.



Het effect is vaak dat we ons klein houden. Een tijdje is dat prima, omdat het fijn is binnen die zeer bekende comfortzone. Je voelt je daar zeker.

De tweede behoefte staat in contrast op de eerste. Deze gaat over onzekerheid in positieve zin, dat gaat over variatie. We hebben een behoefte aan variatie in ons leven. Elke dag cadeautjes krijgen zou op en duur best saai zijn. Variatie roept echter ook een gevoel van onzekerheid op.

Laat ik je dit vragen. Als je ergens heel zeker van bent, je comfortabel bij voelt en als je dan zou kunnen voorspellen wat er kan gebeuren en hoe het kan gebeuren, ken je dan het gevoel dat het dan te voorspelbaar is? Dat is het punt dat het saai wordt. Dan zoeken we meestal onbewust naar de volgende behoefte. Als we verzadigd zijn wat betreft zekerheid, dan zoeken we naar onzekerheid en dus variatie.

We zoeken naar dingen waarvan we weten dat we geen idee hebben wat er gaat gebeuren, omdat we het niet kennen. Alles kan gebeuren. Of het is een nieuwe omgeving waar nieuwe dingen kunnen gebeuren. Het gaat om verandering en een verrassingselement. Maar soms kies je daar niet voor. Dan ga je iets nieuws doen wat nog onwennig en nieuw voor je is. Je hebt, vermoed ik zo, vast de ervaring in je leven opgedaan dat als je nieuwe dingen deed dat die eng waren. Nieuwe dingen die je uiteindelijk toch eigen hebt gemaakt. Denk maar aan de stap van de lagere school naar de middelbare school. Dat was spannend in het begin en heel normaal op den duur.

Door je zelfvertrouwen te vergroten bij onzekere situaties en door vaak genoeg met de nieuwe situatie bezig te zijn, ga je daar je weg in vinden en ga je je weer comfortabel voelen. En dan is het geen probleem meer en ervaar je weer zekerheden.

Als je voldoende klanten krijgt en een meer dan prima inkomen hebt, hoe ziet jouw leven er dan uit? Als jij jouw volgende stap zet. Wat maakt dat mogelijk voor jou zelf en je omgeving?

Er zijn dan vast nog wel gevoelens van onzekerheid maar dan niet meer door angst. Het gaat dan om de goede onzekerheid, die de behoefte aan variatie invult. We kunnen dan kiezen wat we willen doen en met wie je dat wilt doen.



Wat interessant is over deze twee behoeftes is dat de manier waarop je deze twee vervult je brengt bij de derde behoefte. Denk eens even mee. We praten alleen even over jou. Je hebt je ontwikkeld, je bent vaardig als coach. Je staat op het punt er op uit te gaan en dat te leren wat je nog niet weet of kunt. De wereld van marketing en verkoop is een wereld waar vele coaches niet veel ervaring in hebben. Je stapt in een onbekende omgeving in een wereld van onzekerheid. Zodra je je onzeker voelt dan merk je dat in je systeem. Jouw systeem wil dan liever zekerheid.

Je kunt je dan omkeren en naar de zekerheid teruggaan. Terug gaan naar wat je weet en wat je al deed en afscheid nemen van het nieuwe. Dan voel je je weer comfortabel.



Maar het is ook waar dat als je weg beweegt van wat je weet en het onbekende tegemoet stapt, jij en ik weten dat allebei, dat als je lang genoeg actief bent in die nieuwe wereld van onzekerheid, je uiteindelijk weer herkenningpunten gaat zien. Ik denk dan altijd aan het zwembad. In de zomer is dat water toch wat koud. Je treuzelt om te springen. Als je dan toch springt en gaat zwemmen merk je dat toch aangenaam wordt.

Als je dit spanningsveld tussen zekerheid aan de ene kant en variatie en onzekerheid aan de andere kant omarmt. Als je in het water durft te springen en je niet terug gaat naar de veilige omgeving, wat er dan gebeurt is dat je de derde behoefte vervult. Deze derde behoefte heet groei.

Het is een derde grote behoefte die we ook willen vervullen. Zeker in een wereld waarbij verandering de enige zeker constante is. Groei is wat er voor ons is weggelegd als we onze onzekerheid aangaan en daarmee vergroten we ons zelfvertrouwen en groeien niet alleen wij, ook onze klanten groeien met ons!

Geheim 4: Ga aan de slag

Op welke gebieden ervaar jij nu onzekerheid?

(Als je daar zicht op hebt kun je er mee aan de slag en je zelfvertrouwen laten groeien.)

In welke situaties eerder in je leven ben je juist (enorm) gegroeid?

(dat kan je inspiratie geven als het even tegenzit)

Wat kun je met deze inzichten nú anders doen om stapsgewijs te groeien?



Besluit

Juist coaches hebben zo iets moois te brengen. Juist nu zijn er ook vele coaches nodig. Jij hebt het in je om voluit te schitteren in contacten met anderen. Op zo'n manier dat het laten groeien van je praktijk moeiteloos zal zijn. Dit vraagt om een besluit. Te gaan zijn wie je bent én mag én kunt zijn. Echter...

Het is het besluit dat voor afscheid zorgt.

Een afscheid van wat was.

Ik vergeet soms dat het gaat om wat mogelijk is.

Het besluit nemen is wat ik lastig vind

Want afscheid nemen van iets bekends

Verbinden met onbekend

Is eng

Het besluit om niets te doen

Het is een besluit vaak uit onmacht

Het is het hoofd dat stuurt

Het besluit is eenvoudig

Nadat ik het heb gemaakt

Als ik er vol in stap

Dan blijkt het pad eenvoudiger dan ik dacht

Het besluit

Had ik het maar eerder gedaan

Had ik me helpen herinneren

Herinneren dat het altijd meevalt

Het besluit brengt me dichterbij

Elke stap bij mijn verlangen

Elke stap bij mijn dromen

Elke stap is een nieuw besluit.

Het besluit is beweging

Het is beweging van mij

Het is het bewegen van anderen

Het begint bij mijn besluit.



Gedicht van Ditta van Vark-Beun



Bewegen

Wil je zien wat er voor jou nodig is om te Schitteren in Grootseheid en hoe het ook voor jou moeiteloos mag zijn om meer klanten te krijgen?

Besluit dan contact met mij op te nemen

Dat kan op de volgende manieren:

1. Stuur naar info@ditta.eu een mailtje met in de onderwerpregel: n.a.v. het ebook Schrijf je naam en telefoonnummer in dat mailtje en ik bel je dan binnen 1-5 werkdagen op.
2. Je kunt meteen een contactmoment inplannen. Ga naar www.ditta.eu/contactmoment.

In dat korte contactmoment verkennen we of het passend is om een gesprek van 1,5 tot 2 uur te plannen en of ik wel de aangewezen persoon ben voor je



“Door de aangeleerde vaardigheden uit de eerste cursusdag toe te passen in mijn eerste gratis oriëntatiegesprek hield ik direct een klant over. En tot nu toe zijn van mijn 11 gesprekken 10 klanten geworden. Ik heb de uitgaven van het programma meer dan terugverdiend. Ik ben een stuk zelfverzekerder geworden, heb duidelijk voor ogen wat mijn aanbod is en durfde sinds vorige week mijn uurtarief zonder blikken of blozen te verhogen. Omdat ik het mijzelf en mijn uren waard vind.”

Esther Hut – Wijs en Blij

mooie bijdrage aan deze wereld

© Ditta van Vark-Beun





Schitter in Grootseid

T. 015 257 99 43

M. info@ditta.eu

W. www.ditta.eu

Fellowshiplaan 23
2631 ML Nootdorp