

Social media marketing voor paardencoaches

ONLINE MARKETING PRAKTISCH & LEUK GEMAAKT



WWW.COLOURSOFHAPPINESS.NL

Hi, ik ben Ilaria

**IK HELP COACHES EN THERAPEUTEN
MET HET LATEN GROEIEN VAN HUN
PRAKTIJK.**



Jaren geleden kwam ik in aanraking met paardencoaching en -therapie, door een van mijn klanten. Ze vroeg of ik het zelf wilde ervaren, zodat ik beter kon inschatten wat er nodig was in de marketing. Dit heeft zoveel impact op me gemaakt, dat ik zelf in therapie gegaan ben. Uiteindelijk heb ik zelf de opleiding Psychosociaal therapeut met behulp van paarden gedaan. Heel waardevol om te doen, ook al had ik nooit echt de wens om fulltime therapie te geven. Op dit moment zet ik zelf paardencoaching in, in mijn marketingtrajecten en geef ik een aantal per jaar retraiteweekenden met mijn collega Katja. Ook verzorgen we samen teamcoachings. Ook ben ik mede-oprichter van het Congres Beter met Paarden, waar we in 2022 en 2023 maar liefst 200 paardencoaches bij elkaar kregen op een prachtige locatie in België voor het paardencoachcongres. Erg leuk om te doen.

Maar... Het grootste gedeelte van de tijd ben ik bezig om coaches en therapeuten te helpen met hun marketing. Dit doe ik alweer meer dan 9 jaar en nog iedere dag vind ik dat een uitdaging. Mijn drive zit hem in begrijpen waarom mensen in beweging komen (in dit geval: om iets te kopen). De afgelopen jaren heb ik al zeker 70+ paardencoaches begeleid met hun marketing, 1-op-1 in een kleine groep.

In deze gids probeer ik jou als paardencoach kennis en inspiratie te geven, en je vooral in actie te zetten. Ja - marketing kost tijd en energie. Maar met de juiste kennis en wat leuke praktijkvoorbeelden, kom je al een heel eind.

Veel plezier!

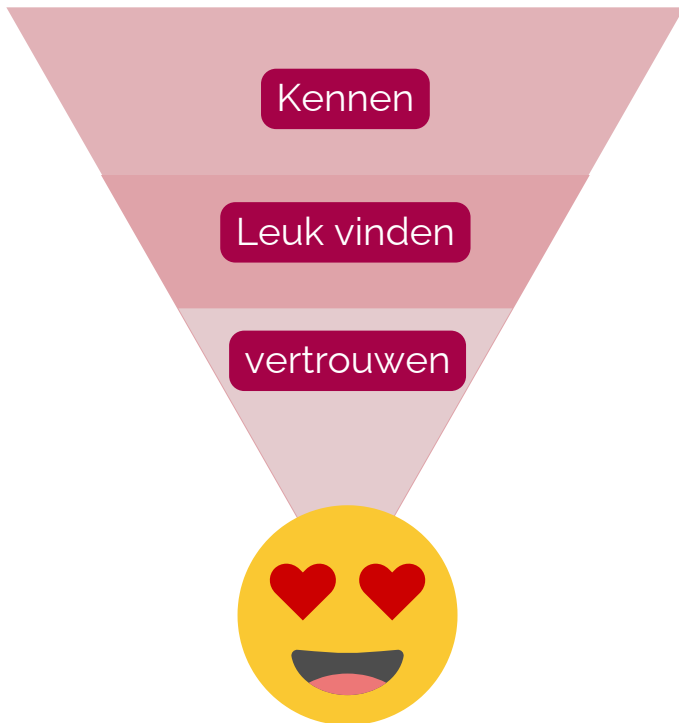
Eerst een beetje marketingpsychologie...

Laten we het hebben over een stukje marketingpsychologie. Voordat mensen cliënt bij jou worden, doorlopen ze verschillende fases:

Kennen: Als mensen je niet kennen, kunnen ze ook geen cliënt bij je worden.

Leuk vinden: Ze moeten een bepaalde klik voelen met jou als mens.

Vertrouwen: Ze moeten erop vertrouwen dat jij ze kan helpen met hun probleem.



Zorgen voor het eerste contactmoment

Als je wil dat meer mensen de trechter doorlopen, dan zul je moeten zorgen dat meer mensen jou **kennen**. Dat zij dus dat eerste contactmoment hebben.

Social media is een van de manieren waarop je nieuwe mensen in je trechter kunt krijgen, maar ook om te zorgen dat mensen de trechter stap voor stap doorlopen en uiteindelijk contact met je opnemen, omdat ze graag een paardencoachsessie willen boeken.

Het moeilijke is dat je vaak pas ziet wat er echt gebeurt, als mensen contact met je opnemen. Tot die tijd heb je geen idee wie er allemaal in je trechter zit en waar ze zitten. Dat maakt marketing doen vaak best demotiverend.... Heb vertrouwen, dus! Je weet nooit wanneer de volgende cliënt zich meldt.

Waarschijnlijk weet je het wel, maar de meeste mensen hebben meerdere contactmomenten nodig voordat ze echt daadwerkelijk cliënt bij je willen worden. Hoeveel precies, daar is geen enkel onderzoek het echt over eens. Ik geloof dat dat ook afhankelijk is van zoveel factoren: de noodzaak bij de cliënt, de prijs van jouw dienst, de concurrentie, maar ook dingen als reistijd, een bepaalde spanning om echt contact op te nemen, meningen vanuit de omgeving etc. Je hebt nooit volledig controle over dit proces en wat mij betreft ook een beetje geluk nodig. Ik geloof dat mensen het "voelen", of niet voelen.

Welke stap kun je vandaag zetten?

Wat kun je vandaag doen om jezelf zichtbaar te maken, waardoor nieuwe mensen jou leren kennen? Iedere dag een consistente, kleine stap, zorgt voor een grote verandering over een jaar!

Korte vs lange termijn marketing

Ik snap het... Het liefste wil je NU een nieuwe cliënt. Als iemand zich nu meldt, kan dat twee dingen betekenen:

1. Diegene zit al even in je "trechter" en volgt je al langer.
2. Diegene heeft een hoge noodzaak of voelt zich heel erg verbonden met jou en met wat je doet, en besluit meteen een betaalde dienst af te nemen.

Er zijn bepaalde dingen die je kunt doen voor de meer korte termijn. Als je morgen iemand telefonisch spreekt, dan is de kans veel groter dat diegene volgende week bij de paarden staat, dan wanneer iemand via social media je blog heeft gelezen bijvoorbeeld.

Ook over gratis weggevers hoor ik vaak veel misverstanden: mensen schrijven zich wel in, maar kopen nog niet. Wat mij betreft is het bouwen aan je e-maillijst ook meer voor de lange termijn.

Hoe persoonlijker het contact, hoe groter de kans dat iemand op de korte termijn cliënt bij je wordt, is mijn ervaring. Als iemand bij jou tussen de paarden staat voor een kennismakingsworkshop, en zelf kan ervaren wat het werken met de paarden kan betekenen, is de kans veel groter dat iemand daarna voor een traject komt dan wanneer iemand je alleen volgt op social media.

Heb je NU cliënten nodig? Zorg dan dat je mensen persoonlijk spreekt, of dat je ze uitnodigt bij de paarden, desnoods gratis of tegen een lager tarief. Ja - echt waar. Ik ben niet tegen gratis werken als er een goede strategie achter zit.

Social media is een meer passieve strategie. Niet erg, maar hou dat in je achterhoofd als je ermee bezig bent.



“Je moet zoveel mogelijk oefenen”

Ik weet het nog goed. Ik was zelf bezig met de opleiding tot psychosociaal therapeut met behulp van paarden. Ik denk dat we misschien net onze tweede lesdag hadden gehad? “Je moet zoveel mogelijk oefenen” zei mijn docent. Dat nam ik letterlijk. Ik nam de opleiding heel serieus. Ik nodigde zoveel mogelijk mensen uit om de komende weken mee te oefenen. Gratis. Ik had toen al een bedrijf in marketing, maar de paardencoaching was volledig nieuw voor me. Ik herinner me dat ik rond de 40 gratis sessies gegeven heb, verspreid over een paar maanden. Ik was zo enthousiast, en iedereen die ik uitnodigde ook. Ik had nog geen eigen paard en betaalde maandelijks locatiehuur voor twee vaste dagen. Ik kon maar beter snel aan de gang... En dat deed ik! De eerste sessie was gratis. Daarna vroeg ik €40 per sessie. Na de eerste vroeg ik of ze nog eens terug wilde komen en... De meeste mensen deden dat! Ze vonden het zo'n bijzondere ervaring, dat ze graag nog eens kwamen. En nog eens. Ik vond €40 op dat moment heel veel om te vragen, maar niemand deed er moeilijk over. Ik zie nu ook wel dat dat veel te laag was, maar op dat moment was dat het enige wat ik kon dragen. Ik was dolblij want een groot aantal kwamen in een traject. Ik denk ongeveer de helft. Dit kwam geleidelijk, gedurende de opleiding. Ik had al een coachopleiding gedaan en werkte met en zonder paarden, en leerde dus iedere maand bij. Uiteindelijk verhoogde ik mijn tarief stapje voor stapje, gedurende die periode (van €40 naar €60 naar €75). Wat mij betreft is er niks mis met gratis werken, als je hierna dan maar doorpakt en mensen uitnodigt voor een betaalde vervolgsessie. Nee heb je, ja kun je krijgen. Je denkt wellicht dat je verkoperig over komt, maar eigenlijk wil je hen alleen maar verder helpen. Als je intentie goed is, voelt je cliënt dat ook aan.

Zonder strategie geen succes

Het klinkt misschien logisch en cliché, maar als je niet goed nadenkt over waarom je iets op social media zet, en wat je doel is, dan is het bijna zonde van je tijd... Dat is natuurlijk niet zwart-wit, maar ik hoor heel vaak dat coaches en therapeuten zeggen "Ik post iedere week een paar keer, maar niemand wordt cliënt.". Heel demotiverend!

Toch kan het een logisch gevolg zijn als je zonder duidelijke strategie werkt, omdat je daar dus dan indirect ook niet naartoe werkt. Zo zie ik vaak social media berichten zonder duidelijke call-to-action (=oproep tot actie). Dat kan bijvoorbeeld zijn: "lees meer op mijn website" of "zelf ervaren? Boek een eerste sessie" of "Zit je thuis met een burn-out? Stuur me een appje, dan plannen we een afspraak in om even te bellen en te overleggen wat ik voor je kan betekenen." Dit maakt het meteen veel concreter, ook voor je social media berichten. Als je weet waar je je op dit focussen, dan kun je veel gerichter schrijven.

Kortom: wat wil je bereiken met je social media berichten?

Voorbeelden

- ♥ Focus op een kennismakingssessie in de wei tegen een gereduceerd tarief
- ♥ Bied 3 sessies aan met X% korting
- ♥ Focus op een gratis kennismaking (telefonisch of bij de paarden)
- ♥ Organiseer een workshop bij de paarden tegen een laagdrempelig tarief
- ♥ Stuur mensen naar een gratis weggever, bijvoorbeeld een e-book of een webinar dat aansluit op jouw sessies bij de paarden

Noodzaak van je cliënt?

Voordat je aan de slag gaat met zomaar wat berichten bedenken, wil ik je uitnodigen om je nog eens te verdiepen in je ideale cliënt. Zij komen alleen maar in beweging als ze een bepaalde noodzaak hebben. Grote kans dat je veel verschillende soorten cliënten helpt (of kan helpen), maar toch denk ik dat er altijd een bepaalde overlap is bij cliënten. Het zijn vaak gemeenschappelijke thema's die jij ook bij jezelf herkent. Wellicht voelen ze zich allemaal onrustig in hun hoofd? Is grenzen een thema? Hebben ze burn-out klachten? Of te weinig zelfvertrouwen? Vul de volgende vragen voor jezelf in.

Waarom is het belangrijk dat klanten naar jou komen en waarom kunnen jouw klanten het niet zelf?

.....
.....
.....

Waarom is het belangrijk dat jouw klanten naar JOU komen en niet naar een ander gaan?

.....
.....
.....

Waarom is het belangrijk dat jouw klanten NU naar jou komen en niet wachten?

.....
.....
.....

De magie van de paarden in je marketing

De afgelopen jaren heb ik meer dan 70 paardencoaches begeleid met hun marketing, 1-op-1 of in een kleine groep. Ik heb keer op keer gemerkt dat mensen paardencoaching iets heel bijzonders vinden. Dat is het ook - daarom ben je het zelf waarschijnlijk ook gaan doen.

De magie van de paarden werkt goed in je marketing, dus benut die ook! Meestal is het zo dat mensen niet kiezen voor je methodiek, maar dat ze bij jou komen, omdat je ze een bepaald resultaat biedt (bijv. meer rust in je hoofd, minder hoofdpijn, beter grenzen aan kunnen geven, minder pleasen op het werk etc.). Veel coaches zetten diverse methodieken in (jij waarschijnlijk ook), en voor je potentiële cliënt is het vaak net Chinees... Bedenk je maar eens hoe lastig het is voor je cliënt om te lezen dat je ACT en RET en Heart Math en Mindfulness in zet... Als je een bepaalde methode niet kent, dan kan je er niks mee.

Maar... het werken met de paarden brengt een bepaalde magie met zich mee. Die kun je beschrijven, maar ook laten zien door middel van foto's, beeldmateriaal en verhalen. Je wil mensen nieuwsgierig maken.

Potentiële cliënten die kiezen voor paardencoaching, kiezen wel degelijk voor iets anders dan voor coaching binnen in een ruimte.

Schrijf over de magie, zonder teveel vakjargon. Het is lastig om uit te leggen wat het precies in houdt. Je kunt het het beste zelf ervaren (deze zinnen zet ik vaak letterlijk in berichten of op de website). Ik heb gemerkt dat storytelling erg goed werkt. Meer daarover lees je straks nog meer.

De magie van de paarden - praktisch gemaakt

Hoe maak je dat nou concreet? Hoe kun je dat het beste verwerken in je marketing en in je social media berichten? Je wil het ze eigenlijk al een beetje laten ervaren, ook al zijn zij nog niet zelf bij de paarden geweest.

Voorbeelden

- ♥ Stel je paarden voor op social media - wat is hun karakter? Waarom zijn juist deze paarden bij jou? Wat vind je leuk aan deze paarden? Wat nemen zij vaak mee in een coachsessie? Sommige paarden zijn zacht en brengen steun, sommigen zijn juist meer confronterend. Uiteraard snap ik dat dit per sessie verschilt, maar toch is het interessant om hier iets over te posten zodat mensen het gevoel hebben dat ze jouw paarden al kennen.
- ♥ Wat levert paardencoaching op voor cliënten? Wat zijn de resultaten? En heb je voorbeelden uit sessies hoe dat gegaan is?
- ♥ Inhoudelijke kennis kun je afwisselen met de meer leuke en magische dingen. Filmpjes van je paarden, rennen in de paddock, mogen bijvoorbeeld ook best tussendoor. Kies je bewust voor 24/7 buiten? Dan mag je daar ook best wat over delen.
- ♥ Deel referenties van anderen, zodat ze begrijpen wat het met anderen gedaan heeft.
- ♥ Vertel zelf het verhaaltje van wat er gebeurde in een sessie (dan heb je geen review nodig van je cliënt). Vertel het zoals je een boek leest - met alle details. Neem mensen helemaal mee.
- ♥ Deel af en toe ook eens heel concreet je aanbod, en wat het kan opleveren. Ik zie te weinig dat mensen ook echt doorpakken en mensen sturen naar waar ze de bepaalde dienst kunnen kopen. Gewoon simpel: "zelf ervaren? Je bent welkom bij de paarden om hier en hier aan te werken. Een sessie kost €x. Meer lees je op mijn website: [link].

En foto's en beeldmateriaal dan?

Ik hou van echte foto's. Foto's gemaakt bij jouw eigen paarden, het liefst ook tijdens sessies (bijvoorbeeld van de achterkant). Ik krijg vaak vragen over hoe dat AVG technisch dan zit. Ik vraag het meestal van te voren, en zorg dat mensen onherkenbaar in beeld zijn. Ik heb gemerkt dat coachees het zelf ook fijn vinden om foto's te hebben van hun sessie. Zo kunnen ze het thuis uitleggen aan de hand van foto's, en kunnen ze ook het gevoel nog eens terug halen wat ze hadden tijdens de sessies.

Je kunt uiteraard ook foto's gebruiken van je paarden, zonder dat er mensen op staan, of bijvoorbeeld foto's van schoenen & hoeven, van materiaal dat in de bak ligt, van de paarden in de wei etc.. Ook korte video's van een paard dat iets doet kan fijn zijn.

Je kunt er uiteraard ook voor kiezen om een fotograaf mee te nemen naar een van je sessies. Het is in ieder geval heel fijn om een map op je pc te hebben waar je foto's uit kunt gebruiken als je iets wil posten.



Carroussels

Wat ook echt fijn is om te gebruiken als afwisseling, is een carroussel. Een carroussel is een serie van afbeeldingen waar mensen doorheen kunnen swipen. Dit is vooral passend op Instagram. Je kunt er foto's en video's in zetten, maar je kunt er ook voor kiezen om alleen tekst te gebruiken. Je kunt mensen op die manier echt meenemen in een beleving. Je kunt dit eenvoudig maken in canva. Het hoeft er qua lay-out niet persé mooi uit te zien. Je mag ook gewoon met een wit canvas beginnen en daar je tekst in zetten. Hieronder zie je een voorbeeld van een dag die ik samen organiseer met een fotografe.



Welk kanaal of platform kies je?

Hieronder zet ik de voor- en nadelen van de platformen uiteen voor jou als paardencoach.

Facebook

Voordelen:

- **Breed publiek:** Geschikt om zowel particulieren als bedrijven te bereiken. Veel paardencoaches richten zich op bewuste vrouwen, een doelgroep die vaak actief is op Facebook.
- **Lokale zichtbaarheid:** Ideaal voor het bereiken van mensen in een specifieke regio.
- **Groepen:** Actieve paardengerelateerde groepen waar je jouw expertise kunt delen en jezelf zichtbaar kunt maken.
- **Evenementen promoten:** Facebook is het enige platform waar je specifiek een evenement kan aanmaken voor workshops.
- **Betaalde advertenties:** Goedkoop en krachtig om een specifieke doelgroep te bereiken.

Nadelen:

- **Afnemend organisch bereik:** Posts zonder advertenties hebben vaak minder zichtbaarheid.
- **Hoge concurrentie:** Veel bedrijven strijden om aandacht op Facebook.

Mijn eigen ervaringen

Ik vind Facebook een fijn platform waar nog steeds veel cliënten uit komen, maar ik zie wel dat het organische bereik echt afneemt. Daarom zou ik specifiek voor Facebook kiezen voor advertenties boven het organisch posten, zodat je je gegarandeerd weet dat je berichten gezien worden.

Welk kanaal of platform kies je?

Hieronder zet ik de voor- en nadelen van de platformen uiteen voor jou als paardencoach.

Instagram

Voordelen:

- **Visueel platform:** Perfect voor mooie beelden van paarden, natuur, coaching in actie en persoonlijke verhalen.
- **Storytelling:** Stories en Reels maken het gemakkelijk om dagelijks interactie te hebben en een inkijkje te geven in je dagelijkse leven
- **Doelgroep:** Populair bij jongere, visueel ingestelde gebruikers en bewuste vrouwen (25-45 jaar), een relevante groep voor paardencoaches.

Nadelen:

- **Meer focus op korte aandachtsspanne:** Reels en Stories verdwijnen snel en zorgen dat je dus eigenlijk altijd zichtbaar moet zijn, iets waar de meeste paardencoaches niet op zitten te wachten.
- **Minder geschikt voor diepgaande gesprekken:** Berichten en interacties blijven vaak oppervlakkig.
- **Moeilijker voor zakelijke netwerken:** Minder mogelijkheden voor B2B-verbindingen.

Mijn eigen ervaringen

Instagram is een fijn platform met veel mogelijkheden voor beeldmateriaal met de paarden. Ik merk alleen dat - om daar echt veel uit te halen - je veel tijd moet besteden aan stories en je berichten, wat de meeste coaches en therapeuten best heftig vinden.

Welk kanaal of platform kies je?

Hieronder zet ik de voor- en nadelen van de platformen uiteen voor jou als paardencoach.

LinkedIn

Voordelen:

- **Zakelijk netwerk:** Ideaal voor paardencoaches die zich richten op bedrijven, teamcoaching of leiderschapstrainingen.
- **Professioneel imago:** Het platform wordt gezien als betrouwbaar en zakelijk, wat helpt om serieuze klanten aan te trekken.
- **Jezelf als expert neerzetten:** Een plek om waardevolle content, zoals artikelen en inzichten, te delen en jezelf als expert neer te zetten.
- **Minder concurrentie:** Weinig paardencoaches gebruiken LinkedIn actief, wat ruimte biedt om op te vallen.

Nadelen:

- **Minder visueel gericht:** Posts zijn meer tekst- en inhoudgedreven en minder geschikt voor puur visuele content.
- **Kleinere doelgroep:** Mensen op LinkedIn zoeken primair zakelijke kansen en minder persoonlijke diensten zoals therapie of coaching.
- **Hogere drempel voor interactie:** Minder spontaan contact in vergelijking met Facebook en Instagram.

Mijn eigen ervaringen

Ik ken LinkedIn zelf niet zo heel goed. Vroeger was het echt een stijf platform, maar ik zie daarin een verandering. Er is niet zoveel concurrentie als op Facebook en Instagram dus ik zie daar zeker kansen. Iets waar ik mezelf ook nog in wil verdiepen. Ik zou daar wel focussen op meer informatievere stukken tekst. Waar het op Facebook en Insta prima is om korte berichtjes erop te zetten, zou ik bij LinkedIn kiezen voor langer en meer de diepte in.

Hoe haal je het meeste uit je content?

Het schrijven van waardevolle informatie kost best veel tijd. Hoe haal je hier nou het meeste uit?

Je kunt je content **hergebruiken** op veel verschillende soorten manieren. Schrijf je een langere tekst? Dan kun je dit bijvoorbeeld ook als blog op je website zetten, of een nieuwsbrief versturen met dat tekstje (eventueel nog met een extra opdrachtje bijvoorbeeld). Als je het als blog op je website zet, is het ook weer goed voor Google.

Je kunt makkelijk op zowel Facebook als op Instagram inplannen via www.business.facebook.com. Op die manier kun je dezelfde content hergebruiken op beide kanalen. Ik zou dat aanraden, zeker in het begin.

Ik raad aan om alle berichten in een soort content hub te zetten - eigenlijk niks meer of minder dan een Word bestand waar je alles weer terug kunt vinden. Op die manier kun je een keer in de zoveel maanden je content hergebruiken. "Ja maar, dan heb je dat toch al eens gebruikt?". Ja, klopt maar mensen weten dat echt niet meer. Wees maar niet bang!

Van een tekst kan je ook weer een video of een podcast maken, of juist andersom.

Of maak een story bij je uitgebreide post bijvoorbeeld.

Denk maar eens na over hoe jij je content beter kunt hergebruiken. Waar laat je nog kansen liggen?

Waar moet je over schrijven?

Tips over bepaalde thema's, zoals grenzen, rust in je hoofd, ouder-kind relatie etc. Uiteraard afhankelijk van je doelgroep!

Korte video sfeerbeelden van je locatie met bijv een quote

Even iets anders - Een sessie geschreven vanuit het oogpunt van het paard

Deel referenties van cliënten die ze zelf geschreven hebben

Geef ze een kijkje achter de schermen - hoe bereid je je voor op een sessie?

Leg uit wat paardencoaching is, hoe het werkt etc.

Theorie die je letterlijk uit je lesboeken haalt over bijv beperkende patronen, of over paardengedrag

Iets over je locatie of over je paarden

Iets over jezelf - wat zijn jouw eigen uitdagingen? Of wat is je ervaring?

Beschrijf letterlijk een sessie - wat gebeurde er? Hoe voelde de cliënt zich? Wat deed het paard? etc.

Praktisch iets over je traject of over je dienst. Wat kost het? Hoe werkt het etc?

Boekentips voor je cliënt - welke boeken zouden zij zelf kunnen lezen?



Geen inspiratie? Vraag het ChatGPT

Ik zet AI niet in om volledige berichten te schrijven, maar wel als mijn tweede brein of een soort assistent. ChatGPT heeft altijd inspiratie, ook als jij het niet hebt :). Kortom - vraag het daar.

In de praktijk

In de praktijk merk ik dat storytelling goed werkt. Ik zet dit vooral in in betaalde advertenties, maar je kunt dit natuurlijk ook gewoon als post inzetten en bijvoorbeeld in groepen delen. Mensen krijgen een heel specifiek beeld van wat coaching met paarden voor ze kan betekenen. Zie hieronder een voorbeeld. De teksten zijn lang, maar als mensen echt geboeid zijn, dan gaan ze de hele tekst lezen is mijn ervaring.

Duidelijke doelgroep (kids)

Beschrijving van sessie

Wat doen de paarden

Praktisch

Call-to-action

 **Coachhoeve**
30 oktober om 06:55 · 🌐

Ruben (9) kwam bij de paarden. Zijn boosheid zat hem in de weg. Hij had al best wat hulp gehad, maar hij wilde liever niet praten. Hij is gek op dieren dus kwam bij mij bij de paarden.

Toen we samen in de wei zaten, vroeg ik hem om op een groot papier een jongetje te tekenen. Hij tekende een blij jongetje. "We hebben we verschillende jongetjes in ons. Ik zie een blij jongetje. Welk jongetje zit er nog in jou?" Ik tekende mijn eigen poppetje, en vertelde dat ik zelf bijvoorbeeld ook een verdrietig poppetje in me heb zitten.

✓ Hij dacht er even over na en begon te tekenen. Het was een boos jongetje. "Dit is een jongetje waarvan zijn hartje gebroken is. Hij is boos en wil gaan vechten."
"Waarom wil hij dan gaan vechten?". Vroeg ik hem
"Omdat hij zich anders voelt."

Op de grond bij de paarden lagen beide tekeningen van de poppetjes naast elkaar. Witje, het paard, kwam er even aan snuffelen en ging tussen beide papieren in staan.
"Eigenlijk heb ik een engeltje en een duiveltje op mijn schouder." zei het jongetje. Het blij poppetje dat hij getekend had stond voor het engeltje, het boze poppetje stond voor het duiveltje.

We hadden het hier even over. Hij vertelde dat 60% van de tijd het engeltje aanwezig was, en 40% het duiveltje. Die 40% wilden we laten zakken naar 1%.

We bespraken hoe het kwam dat de duivel zoveel plek innam. Hij voelde zich anders op de voetbal. Was boos, omdat hij zich niet gezien voelde. Ruben was een echte doorzetter, maar had "doorzetten" en "boos worden" aan elkaar gelinkt.

Als hij eenmaal boos was, zat er geen rem meer op. De boosheid kwam er vooral thuis uit, en hij zat hier vooral zichzelf mee in de weg.

We bespraken wat hij kon doen als het duiveltje de overhand nam. Hij moest hier hard over nadenken.
"Ik stuur die op reis naar Spanje!" zei het jongetje.

We oefenden de situatie in de praktijk, samen met de paarden. Wat kon hij letterlijk denken, en doen, als hij boos zou worden?
Dat ging goed. Hij was er klaar voor om dit in de praktijk te gaan oefenen.

🌱 "Dit is wel zot, ik heb dit nog nooit tegen iemand verteld." zei hij op het einde van de sessie. Twee weken later zag ik hem terug. We waren er nog niet, maar het ging beter met zijn boosheid. "Het duiveltje is al even op vakantie."

✓ Als je herkent dat je kind soms vastloopt of heftige emoties ervaart, dan is je kind van harte welkom bij de paarden. Bij de paarden en lekker buiten in de natuur kunnen ze op een laagdrempelige manier leren hoe ze met hun emoties en hun gevoeligheid kunnen omgaan.

Meer lees je hier: <https://www.coachhoeve.be/begeleiden-van-jongeren/>
Liefs,
Joke & de paarden



In de praktijk

Pijn van de doelgroep

Overgang naar dienst

Inspelen op behoefte van de doelgroep

Overgang naar jou als lezer

Data

Call-to-action



Soulhorses

18 november om 19:56 · 🌐

...

Heb je het gevoel dat je emmer overloopt? Dat je gebeurtenissen niet meer in je hoofd kunt verwerken? Heb je ingrijpende gebeurtenissen meegemaakt? Of pieker je veel 's avonds in bed?

Dan is de kans groot dat de afgelopen tijd veel van je heeft gevraagd. Het kan zijn dat je daarom minder lekker in je vel zit en negatieve gedachten hebt.

Speciaal voor jou hebben we een time-out 3-daagse. Je verblijft 3 dagen bij ons op de boerderij waarbij fysiek werk op de boerderij gecombineerd wordt met coaching, niks doen en rust.

Dit is écht is voor jou als:

🐾 Je het fijn vindt om buiten te zijn en fysiek te werken. Lekker je hoofd leeg maken op de boerderij!

🐾 Je niet goed op je plek bent op je werk of op school. Misschien zit je zelfs thuis op dit moment. Het voelt alsof er bepaalde keuzes nodig zijn, maar je weet niet goed welke of durft ze niet te maken.

🐾 Je een ingrijpende gebeurtenis achter de rug hebt en daardoor voel je je neerslachtig en pieker je veel.

🐾 Je hebt een moeilijke thuissituatie, waardoor je even niet jezelf kan zijn thuis. Bijvoorbeeld door veel ruzie, een scheiding of iets anders.

🐾 Je voelt je moe en uitgeput. Je weet niet goed hoe je nog kunt opladen en wordt overspoeld door alles wat je nog "moet". Wellicht slaap je slecht of voel je dat je continu "aan" staat.

Voel je dat je deze "rustvakantie" wel kunt gebruiken? We hebben weer een aantal Time-out 3-daagse gepland staan. Fijn om je er op een van deze momenten bij te hebben:

- 🌟 maandag 2 t.e.m. 4 december
- 🌟 maandag 23 t.e.m. woensdag 25 januari
- 🌟 maandag 10 t.e.m. woensdag 12 februari

Lees meer op de website: <https://www.soulhorsesvzw.be/time-out-3-daagse/>



Hoevaak moet je posten? En hoe zit het met stories en reels?

Een veelgestelde vraag: Hoe vaak moet ik eigenlijk iets posten? Het korte antwoord: regelmatig, maar haalbaar. Het heeft geen zin om een week lang elke dag te posten en daarna drie weken niks. Kies een ritme dat je volhoudt, want consistentie is belangrijker dan volume.

In de ideale wereld zou ik je dit aanraden:

✓ **Feedposts:** 3 tot 4 keer per week (denk aan tips, klantverhalen, behind-the-scenes, of inzichten uit je sessies).

✓ **Stories:** Dagelijks (dit is de makkelijkste manier om zichtbaar te blijven zonder veel moeite en om mensen echt aan je te binden). Voordeel: makkelijk te maken. Maar... Stories verdwijnen na 24 uur ook weer.

✓ **Reels:** 1 tot 2 keer per week (Reels helpen je om nieuwe mensen te bereiken, omdat Instagram deze extra pusht). Je kunt hier heel creatief mee zijn, maar ik vind het ook best veel tijd kosten.

Maar eerlijk: zelfs voor mij (en voor veel van de paardencoaches waar ik mee werk) is dit **niet haalbaar**. Iedere dag stories... Daar heb ik zelf gewoon geen zin in. Vroeger was een aantal keer in de week posten voldoende, maar nu zijn er zoveel mogelijkheden en zijn mensen echt dagelijks meerdere keren per dag zichtbaar. Best heftig, vind ik dat, zelf als marketeer.

Ik compenseer de organische social media graag met advertenties en ook andere vormen van marketing, zoals e-mailmarketing. Meer daarover lees je nog hieronder.

Tegelijk is het wel een uitnodiging om voor jezelf te kijken wat werkt, en vooral ook dat het **niet perfect** hoeft.

Niet perfect, maar wel zichtbaar wint het altijd van een uitgestelde actie omdat je het liever perfect wilde doen... Perfectionisme kost je klanten!

Even inzoomen - Je bereik lenen

Je bereik lenen als paardencoach kan op verschillende manieren. Denk vooral creatief, en denk vooral ook na over wat je al kunt doen met je eigen netwerk. Hoe je je bereik kunt lenen is ook afhankelijk van wie je doelgroep precies is. Hieronder een aantal opties.

Voorbeelden

- ♥ Er zijn veel online groepen op Facebook waar je doelgroep zit, en waar je je berichten kunt delen. Zo zijn er **lokale marktplaatsgroepen**, zoals bijvoorbeeld "**Vraag en aanbod 0341**" (bij mij in de buurt van Harderwijk en Ermelo). Het voordeel: dit zijn lokale groepen. Het nadeel: in deze groepen zit echt iedereen, en je weet nooit wie het precies ziet. Soms zijn er ook online groepen die echt passen bij de klacht van je doelgroep, zoals groepen over HSP, burn-out of autisme. Het nadeel is dat je vaak geen reclame mag maken. Wat vaak wel mag, is een winactie of een marktonderzoek, eventueel in overleg met het beheer. Soms zijn er ook groepen waar je wel reclame mag maken, zoals "**Leuke uitstapjes met kinderen**" en heel soms zijn die er ook nog lokaal, zoals "**Uitjes met kinderen in Brabant**". Er zijn natuurlijk ook paardengroepen, maar de vraag is of je doelgroep daar aanwezig is. Een onderzoekje waard!
- ♥ Je kunt ook samenwerken met andere organisaties die jouw doelgroep al bedienen, zoals bijvoorbeeld maneges. Kun je daar een workshop geven bijvoorbeeld? Of kun je scholen uitnodigen om bij jou op de wei te komen? Dit gaat dan weer meer over offline marketing, maar biedt ook kansen. De mogelijkheden zijn eigenlijk eindeloos. Denk hierbij altijd over wat je kunt komen brengen, voordat je iets wil komen halen. Jij wil iets van hen (hun bereik), en de kans is groot dat zij in eerste instantie niet op jou zitten te wachten.
- ♥ Ook handig: andere platformen als Nextdoor en Hipsy.



“5 gratis sessies bij de schoonheidsspecialist”

Een paardencoach waar ik mee werk wilde haar praktijk opstarten naast haar baan, maar haar baan kostte haar veel energie. Er kwam een moment dat ze onverwachts besloot om haar baan eerder op te zeggen. Dat betekende dat ze plotseling fulltime ondernemer was. Haar opleiding was nog niet zolang afgelopen en ze stond nog in de startblokken, maar ze voelde dat ze dit echt graag wilde. Ze vond dat spannend, maar het voelde tegelijk ook goed. We keken naar wat er allemaal mogelijk was in haar eigen netwerk en kwamen tot de conclusie dat mensen wel enthousiast waren, als ze eenmaal bij de paarden geweest waren. Ze had goed contact met haar schoonheidsspecialist en met haar kapper. Die had ze toevallig ook al uitgenodigd bij de paarden als proefpersoon tijdens de opleiding, en die hadden dus ook al ervaren hoe krachtig het was. Zij hoorden de hele dag alle verhalen van hun klanten aan, maar ze konden er niet echt wat mee. Ze gaf hen allebei 5 gratis bonnen weg voor een coachsessie, in totaal dus 10 gratis sessies. Zij gaven deze met plezier weg - het voelde als een cadeautje voor hun klanten, en zo was het ook bedoeld. Bij de paarden hadden ze vervolgens een bijzondere ervaring, en de meeste bleven uiteindelijk voor meerdere sessies.

Dit is ook een vorm van je bereik lenen. Zij zijn beide warme aanbevelers, en kunnen een onderscheid maken in wie het echt kan gebruiken. Ja - je investeert in tijd - want die sessie is natuurlijk gratis, maar daarentegen staat dat je geen marketing hoeft te doen en bijvoorbeeld geen advertentiekosten hebt, wat ook wat waard is.

Even inzoomen - Je bereik kopen

Je bereik kopen kan via verschillende platformen, maar ik specialiseer me in adverteren op Facebook en op Instagram. Ik heb hier al tientallen paardencoaches mee geholpen, en met succes. Hieronder een aantal voorbeelden praktijkverhalen van die dingen die goed gewerkt hebben.

♥ **Introductiesessie / kennismakingsessie**

Voor verschillende paardencoaches heb ik geadverteerd op een laagdrempelige sessie, die goedkoper is dan een normale sessie. De prijs van de sessie is tussen de €40 en tussen de €95 in de advertentie. Mijn ervaring is dat je je sessies direct kan verkopen en dat het winstgevend is, zeker als mensen vaker dan 1x terug komen.

♥ **Laagdrempelige workshop of workshopdagen of (dag)kampen**

Ik heb ook verschillende keren geadverteerd op een laagdrempelige workshop (max €45). Ook dit verkoopt zich meestal direct. De kunst is natuurlijk om zelf dan weer goede opvolging te doen, zodat er ook cliënten uit komen voor een vervolgtraject. Workshopdagen (bijv. opsteldingsdagen bij de paarden) of (meerdaagse) kampen kunnen ook, maar besef je: hoe hoger de prijs, hoe hoger de drempel.

♥ **Groepsprogramma's van meerdere keren**

Ik heb al meerdere keren geadverteerd op bijv. een Pony Power voor Kids traject, maar ook dit is een hogere drempel. Zorg dus voor een goede advertentie en een goede landingspagina die mensen overtuigt.

♥ **Retraites**

Ik adverteer zelf ook regelmatig op workshops / retraites van meerdere dagen inclusief overnachting. Een hogere prijs, maar ook uniek en een beleving. Het verkoopt zich wel direct, maar het budget is ook hoger.

♥ **Gratis weggevers**

Je kunt je e-maillijst makkelijk laten groeien met een advertentie. Dit werkt eigenlijk altijd, maar is vaak lange termijn marketing waar nog niet direct omzet uit komt. Een afweging dus om te maken!

Betaalde advertenties - ja of nee?

Als paardencoach wil je natuurlijk dat mensen weten wat je doet en hoe je ze kunt helpen. Ik geloof dat je alles kunt verkopen, als je het maar goed weet te vermarkten. Het belangrijkste is natuurlijk dat het aansluit bij wat jouw potentiële klanten nodig hebben of waar ze mee worstelen. Maar de grootste uitdaging? Dat is waarschijnlijk je bereik.

Hier komt de wet van de grote getallen in beeld. Simpel gezegd: hoe meer mensen je bereikt, hoe groter de kans dat er iemand tussen zit die echt interesse heeft in jouw paardencoaching. Stel dat 2% van de mensen die jouw advertentie zien, doorklikt naar je website. Als je 100 mensen bereikt, zijn dat twee bezoekers. Maar als je 10.000 mensen bereikt? Dan heb je ineens 200 bezoekers. Je kunt je voorstellen wat dat doet voor je aanmeldingen! Vaak betaal je ongeveer €3-€5 om 1000 mensen te bereiken.

Met adverteren kun je jouw bereik flink vergroten. Organisch bereik op social media is vaak beperkt; je posts worden maar aan een klein deel van je volgers getoond. Maar advertenties geven je de mogelijkheid om verder te kijken dan je huidige netwerk. Je kunt specifiek aangeven wie je wilt bereiken – bijvoorbeeld mensen die in de buurt wonen, interesse hebben in persoonlijke ontwikkeling of al iets met paarden hebben. Zo bereik je niet alleen meer mensen, maar ook precies de juiste mensen.

Het mooie van adverteren is dat je nieuwe mensen aantrekt die anders nooit van je gehoord zouden hebben. Het opent deuren naar nieuwe klanten en kansen. En door te blijven testen en aanpassen, kun je steeds beter begrijpen wat werkt. Zo wordt adverteren niet alleen een manier om meer mensen te bereiken, maar ook een slimme investering in de groei van jouw praktijk.

Zelf starten met adverteren?

Advertentie Masterclass - in 2 uur zelf je eerste eigen advertentie live

Met de code "**Paardencoach**" krijg je €50 korting en betaal je slechts €47 excl. btw!



Kijk mee met een praktijkcasus van een andere coach / therapeut

In de Advertentie Masterclass deel ik een aantal teksten en afbeeldingen met je, zodat je dit makkelijk als basis kunt gebruiken voor je eigen teksten.

Laagdrempelig starten met één advertentie en een laag campagmebudget

Adverteren is echt een specialisatie, maar dat betekent niet dat je niet ook laagdrempelig kan starten. Ik leg je de psychologie uit achter een goede advertentie en leer je hoe je een basis campagne op kunt zetten, zodat je in ieder geval zichtbaar bent. Daarna kun je altijd nieuwe varianten ernaast zetten of je budget opschalen.

Stapje-voor-stap demo die je zelf thuis kunt meevolgen of terugkijken

Ik haal de technische hobbels weg doordat je stap voor stap kunt meeklikken met de technische uitleg video.



www.coloursofhappiness.nl/advertentie-masterclass

Liever samen een eerste advertentie maken?

Je kunt je advertentie ook uitbesteden! Ik wil vind het heel belangrijk dat een advertentie aansluit bij je cliënt, maar ook **past bij jou**. Bij wie jij bent, bij hoe jij praat, bij wat jij wil uitdragen met je praktijk. Tegelijkertijd weet ik hoe lekker het is om **volledig ontzorgd** te worden in je marketing, zodat jij je kan focussen op het helpen van je cliënten! **In een advertentietraject ontzorg ik je!**

♥ STAP 1: STRATEGIE BEPALEN

In een uitgebreide zoom call bepalen we samen de strategie voor de advertentie.

♥ STAP 2: INSTELLINGEN

We doen alle technische instellingen, zodat ik de advertentie voor je aan kan maken.

♥ STAP 3: FEEDBACK LANDINGSPAGINA

Ik kijk met je mee naar de pagina op je website en geef je verbeterpunten.

♥ STAP 4: TEKSTEN & FOTO'S

We schrijven samen meerdere teksten en ik maak afbeeldingen.

♥ STAP 5: ADVERTENTIE INSTELLEN

Ik stel alle technische instellingen in, en dan kan de advertentie online!

♥ STAP 6: ANALYSEREN

We kijken hoe de advertentie loopt en of we kunnen opschalen, of dingen moeten aanpassen.

<https://coloursofhappiness.nl/facebook-advertenties-voor-je-praktijk/>

Waarom moet je bij mij zijn?

Je moet helemaal niks natuurlijk. Maar ik vertel je graag wat meer over mijn expertise:



Ik begeleid al 9+ jaar coaches en therapeuten met het laten groeien van hun praktijk.



Ondertussen al honderden advertenties gemaakt en al duizenden euro's advertentiebudget ingezet



Veel praktijkervaringen doordat ik dagelijks met advertenties bezig ben, en weet dus wat wel en niet werkt.



Ik kijk verder dan alleen je marketing - ook naar je mindset, & je innerlijke blokkades die de groei van je praktijk tegen houden



Ik werk 1-op-1 en mijn trajecten zijn echt op maat.



Ik schrijf een aantal van de teksten voor jou, maak de afbeeldingen & ontzorg je in de techniek



Zelf werkzaam als paardencoach tijdens retraites, teamcoachings en voor ondernemers. Ondertussen al meer dan 70 paardencoaches begeleid met hun marketing, 1-op-1 of in een kleine groep. Een aantal begeleid ik al meer dan 5 jaar.

Consistentie in je marketing wint altijd

Social media draait niet alleen om mooie foto's of slimme teksten. Het belangrijkste? Dat je regelmatig van je laat horen. Mensen zijn druk en scrollen snel voorbij, maar als je steeds weer zichtbaar bent, onthouden ze je. Je naam blijft hangen, ze herkennen jouw stijl, en na een tijdje voelen ze zich vertrouwd met jou en je werk. Dat is precies wat je wilt: dat mensen aan jou denken als ze klaar zijn om hulp te zoeken of een sessie te boeken.

Je weet nooit wanneer iemand er klaar voor is om die eerste sessie paardencoaching bij je te boeken. Soms denk je dat er niks gebeurt, maar dan gebeurt er achter de schermen wel degelijk wat, alleen jij ziet het pas als iemand zich ook echt bij jou meldt.

Consistent zijn helpt niet alleen jouw volgers, maar ook de algoritmes. Platforms zoals Instagram en Facebook houden van actieve accounts. Hoe vaker je iets deelt, hoe groter de kans dat je posts aan meer mensen worden getoond – ook aan mensen die jou nog niet volgen. Zelfs als je posts niet meteen massaal geliket worden, maakt dat niet uit.

Iedere post is een klein stapje vooruit. Zie het als een zaadje dat je plant: als je het genoeg aandacht geeft, groeit het vanzelf.

Wat moet je doen om ook echt cliënten uit je social media te halen?

Leuk, consistent zichtbaar zijn op social media. Misschien doe je dat voor je gevoel al, maar levert het toch niet voldoende op? Ik deel een aantal dingen met je die hopelijk verschil voor je gaan maken:

♥ **Zorg voor een goede websitepagina**

Social media is vluchtig. De kans is groot dat mensen echt net wat meer willen lezen voordat ze contact op nemen. Op een goede websitepagina kan je bezwaren weerleggen en uitleggen wat je precies doet. Ook kun je hier aan verwachtingsmanagement doen en bijvoorbeeld laten weten dat je eigenlijk altijd met trajecten werkt. Hier kun je ook helderheid geven over je tarieven, over je manier van werken en over met welke doelgroep je werkt. Daarnaast bied je mensen hier ook een optie om meer over jou te weten te komen. Kortom: zorg voor een goede ondersteunende websitepagina (of website) waar je mensen regelmatig naar verwijst vanuit je social media

♥ **Ieder bericht een call-to-action**

De meeste coaches en therapeuten vergeten een duidelijke oproep tot actie in hun bericht te zetten. Bijvoorbeeld: "Interesse? Lees meer op de website". Of "Zelf ervaren? Kom naar onze workshop op [datum]." of "Herken je je hierin? En spreekt paardencoaching je aan? Laten we even bellen! Stuur een PB. dan plannen we een belafspraak in."

♥ **Deel regelmatig je aanbod**

Waarschijnlijk ben je bescheiden en voelt het niet goed om "verkoperig" te zijn. Toch is het echt belangrijk om aandacht aan je aanbod te besteden. Als je mensen kunt helpen met waar ze tegenaan lopen, zijn ze vaak gewoon bereid om daar voor te betalen, maar als ze niet weten wat je te bieden hebt, kunnen ze het ook niet kopen. Er is niks mee om dus soms een volledige post te wijden aan wat je voor ze kan betekenen en wat dat dan kost.

Wat moet je doen om ook echt cliënten uit je social media te halen?

♥ **Kijk of je mensen van social media af kunt krijgen**

Dit klinkt misschien gek, maar je wil niet dat ze op social media blijven, maar dat mensen uiteindelijk naar de paarden komen. Dus zorg dat ze van social media af gaan en je met ze kunt bellen, ze zich inschrijven voor een workshop, of je ze bij de paarden kunt ontvangen. Ook het achterlaten van een e-mailadres is slim, want zo kun je ze altijd mailen.

♥ **Zorg voor goede opvolging en goede verwachtingsmanagement**

Ook dit klinkt heel cliché, maar ik zie dit vaak fout gaan. Mensen "vinden het leuk om paardencoaching te ervaren." Dat maakt dat ze soms maar voor één sessie komen. Als je je methodiek verkoopt (=paardencoaching), dan verkoop je een ervaring. Dat is helemaal oké natuurlijk, maar wat je eigenlijk verkoopt is de oplossing voor een bepaalde klacht (bijv. burn-out klachten, negatieve gedachtes etc.). Zorg dus dat je van te voren communiceert dat je meestal trajecten verkoopt en dat ze dus kunnen ervaren of deze manier van coaching passend is. Aan het einde van de sessie moet je dus ook opvolging doen! Je vraagt dus letterlijk "Hoe vond je het? Wil je hier nog mee verder en een nieuwe afspraak inplannen?". Fijn voor jou, want meer omzet. Fijn voor hen, want ze worden echt geholpen met hun probleem. Een sessie is soms zo vluchtig, dat het bijna afbreuk doet aan de paardencoaching in zijn geheel.

♥ **Durf te verkopen**

Dit sluit aan bij wat ik net al zei, maar durf te verkopen. Je bent al snel bang om spammerig te zijn, maar dat is niet zo. Als iemand echt aangeeft dat hij hulp nodig hebt, durf dan te zeggen "Ik kan je daarmee helpen! Het kost je 3 sessies en dat kost je €X". Mensen houden van duidelijkheid en zijn zelf verantwoordelijk voor hun keuzes en ook voor hun eigen grenzen. Als ze het niet willen, merk je dat wel en dat is ook prima.

Welke rol heeft social media in je hele marketing?

Er is best veel kritiek op social media: het kost veel tijd, het is lastig om zichtbaar te worden tussen alle anderen, het is vluchtig etc etc.

Tegelijk denk ik dat dit een heel bijzonder tijdperk is. Je kunt jezelf zichtbaar maken vanachter je computer en letterlijk duizenden mensen bereiken met je boodschap. Als je "maar 100 volgers hebt" op Instagram, is dat weinig. Maar stel je eens voor... 100 mensen passen niet in een klaslokaal. Dat is toch best bijzonder? En denk eens terug aan vroeger - hoelang duurde het wel niet als je een flyer in de bus moest doen bij 100 mensen? In letterlijk een paar seconden heb je die mensen bereikt via social media.

Kortom: ik denk dat we de kansen vooral nog meer mogen gaan zien.

De keerzijde is natuurlijk dat je er maar weinig controle over hebt: jij bepaalt niet of ook daadwerkelijk al die 100 mensen jouw berichten zien, dat bepaalt Meta.

Daarom ben ik voor spreiding van verschillende marketingactiviteiten en platformen. Zo ben ik groot voorstander van het inzetten van e-mailmarketing. Dat werkt eigenlijk altijd en is tijdloos. Vroeger hadden we Hyves, nu hebben we Instagram en TikTok, maar e-mail is nog steeds hetzelfde.

Ik geloof ook dat de tegenhanger van het vluchtige social media weer is dat mensen graag echt contact willen, en echte verbindingen zoeken. Fysiek contact bij de paarden wint het waarschijnlijk van iedere social media post. Maar om mensen fysiek bij de paarden te krijgen, heb je wel weer social media nodig waarschijnlijk. Ik zou zeker aanraden om mensen te laten ervaren bij de paarden, als strategie om ze te laten kiezen voor een vervolgtraject. Omdat er voor de ervaring bij de paarden vaak geen woorden zijn.

Mijn doel van je marketing zou zijn: haal mensen naar de paarden en benut daar alle verschillende kanalen voor die er zijn.

Welke tools moet je kennen?

CANVA

Waarschijnlijk ken je hem allang, maar dit is wat mij betreft dé tool die je leven makkelijker maakt en waarmee je prachtige grafische creaties kan maken. De gratis versie is meestal voldoende. Je kunt er alles mee maken: flyers, social media berichten, ebooks, werkboeken, zelfs filmpjes. Ik werk dagelijks met Canva en zou niet weten wat ik zonder moet.

INPLANNEN SOCIAL MEDIA

Ik ben een groot voorstander van het inplannen van berichten. Je kunt dit makkelijk zelf doen voor Facebook én Insta tegelijk via de tool van Meta zelf. Je komt er via business.facebook.com

STOCKFOTO'S

Geen eigen foto's? Of zoek je naar iets speciaals? Er zijn veel gratis mooie foto's te vinden van paarden (niet persé van paardencoaching, maar wel van de verbinding tussen mens en paard). Fijne stockfoto websites waarvan je de foto's veilig kunt gebruiken zijn:

www.pexels.com

www.pixabay.com

www.unsplash.com

E-MAILMARKETING

Ik werk al jaren met MailBlue. Ik vind dit een fijn en laagdrempelig systeem waar je veel mee kan (ook bijv. een ebook automatisering instellen).

Je kunt hier eventueel een [gratis proefperiode](#) aanvragen.

CAPCUT

Een fijne tool om je video's mee te bewerken en bijv automatisch ondertiteling toe te voegen.

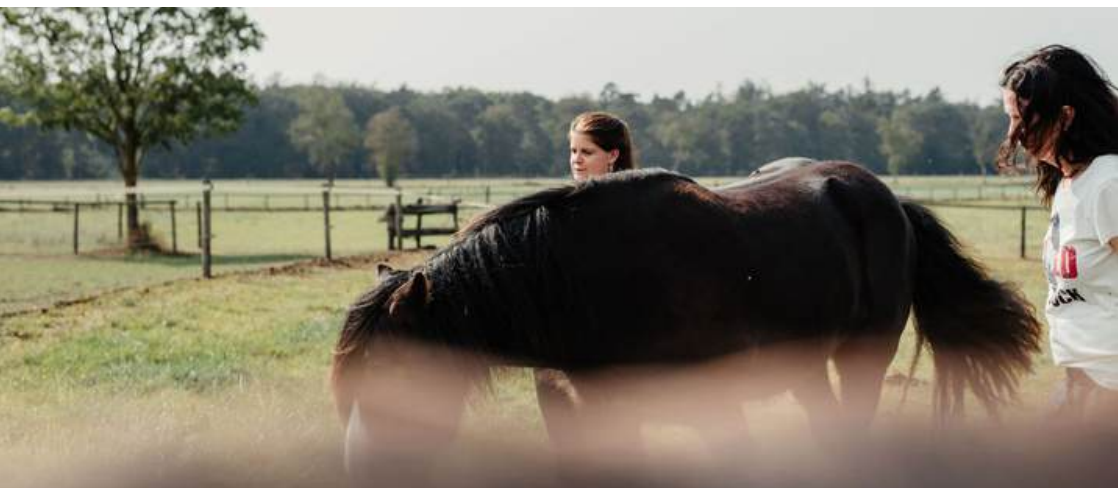
Over een jaar ziet je praktijk er volledig anders uit....

Marketing lijkt een hele hobbel, en dat is ook zo, maar als je vanaf nu iedere week kleine stapjes gaat uitzetten, ziet je praktijk er over een jaar volledig anders uit.

Ja - het wordt makkelijker, als je langer bezig bent. Maar ook als je al jaren bezig bent, blijft marketing een rol spelen voor eigenlijk iedere ondernemer. Jouw trajecten lopen af omdat mensen "klaar" zijn (en dat is ook de bedoeling), en dan heb je steeds weer nieuwe cliënten nodig. Wellicht wil je uiteindelijk ook iets met groepen, of met online programma's. Kortom: ook jij als paardencoach groeit, en je praktijk groeit dan met je mee (en je marketing dus ook).

Ik gun je een praktijk waar je blij van wordt. Waar je mensen mee helpt. Ik gun het je om van je hobby echt je werk te maken en er dus voldoende geld mee te verdienen (en ja - soms horen daar ook dingen bij die niet leuk zijn... Hallo ondernemerschap!)

Zoek je iemand die je een liefdevolle schop onder je kont kan geven en met je kan meedenken? Op de volgende pagina lees je hoe ik je kan helpen.



Dit is hoe ik je kan helpen:

♥ **Strategisch meedenken**

Je marketing staat of valt met een goede basis. Een basis die bij jou past, maar ook aantrekkelijk is voor je ideale cliënt. Ik denk graag strategisch met je mee. Je kunt gewoon een losse sessie van 1,5 uur inboeken in mijn agenda. De investering is €125 excl. btw. Van te voren krijg je een vragenlijst zodat we een goed startpunt hebben, en na de sessie kijken we samen wat eventueel een passend vervolg is. [Je kunt je sessie hier inboeken.](#)

♥ **Starten met adverteren**

- Advertentie Masterclass - Leer hoe je zelf je eerste advertentie kunt maken - Nu €47 excl. btw. met de code "PAARDENCOACH" [Meer lees je hier.](#)

- Een 1-op-1 Advertentietraject waar ik het grootste gedeelte voor jou doe. [Meer lees je hier.](#)

♥ **Marketing uitbesteden**

Misschien heb je geen tijd of geen zin om zelf je marketing te doen, en wil je het liever over de schutting gooien? Je kunt ook (een deel van) je marketing uitbesteden aan mij en mijn team voor +/- €400 excl. btw per maand. Je voegt me dan als het ware als een soort kleine marketingafdeling toe aan je bedrijf :). Laat me weten als je hier interesse in hebt, dan leg ik je er meer over uit.

Even kennis maken?

Neem contact op (ilaria@coloursofhappiness.nl), dan plannen we vrijblijvend een belafspraak in.

COLOURS OF
Happiness

*Make visible what,
without you, might
perhaps never been
seen.*

Veel succes met je praktijk!

Liefs,

Ilaria