


Voor een coach, adviseur of projectmanager is het vaak lastig een onderscheidend bedrijfsconcept te formuleren.

- Het belangrijkste marketinginstrument is immers **je 'Professionele Zelf'**,
- De belangrijkste ingang om opdrachten te vinden **je netwerk**,
- En vaak ben je een gespecialiseerde generalist of een generalistische specialist!

Brainstormen en ideeën genereren kun je dan ook meestal goed.

Pas het toe op jezelf en je mogelijke concept.

Ga eens vanuit verschillende kanten naar je zelf, je gewenste klanten en je concept

kijken  zodat je je website en/of je folder c.q. je bedrijfsconcept kunt formuleren.

Gebruik lekker veel kladjes. Denk breed, zoek woorden, plaatjes en gedachten. Als je de essentie van je eigen concept hebt gevonden, zet je dat later weer in een structuur.



Kijk eens uit de **methoden** kant:

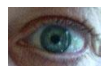
- Inventariseer welke methodieken jij graag gebruikt,
- Kun je een van je methodieken een onderscheidende titel geven, waarop je een ® of © kunt plakken?
- Heb je artikelen, checklists of opwarmers, die je kunt 'weggeven' o.a. op je site.
- Benoem de kernwoorden van je methode/technieken/model.
- In welke vormen kun je je methoden aanbieden?



Kijk eens uit je **persoonlijke kenmerken** (werk) **ervaringen en** opgedane **kennis**:

- Wat zijn je kennisgebieden?
- Welke ervaringen neem je mee?
- Waarvan gaat je bloed sneller stromen?
- Welke ideeën wil je steeds nog verder uitwerken/integreren?
- Wat zijn jouw professionele sterke punten?
- Wat wil/kan je niet, wat dus wel?
- In welke sfeer komen jij en je klanten het beste tot hun recht?

**Waarin onderscheidt mijn praktijk zich van anderen?**



Kijk eens uit je **netwerk/doelgroepen?**

- Waar heb je snel toegang toe?
- Wie ken je, in welke positie(s)?
- In welke branches kom jouw aanbod het best tot zijn recht?
- Wie zijn mogelijke opdrachtgevers?
- Kruip eens in hun huid: Hoe zou je hun specifieke behoefte formuleren?
- Schreeuw hun behoefte eens in koppen voor een artikeltje of te ontwikkelen tool.
- Welke promotiemiddelen/vakbladen gebruiken zij?
- Waar/hoe kun je hen ontmoeten?



Kijk eens uit: hoe doen **anderen** het?

- Wie zijn de belangrijkste anderen op jouw terrein?
- Hoe formuleren zij hun bedrijfsconcept.
- Op welke trend(s) spelen zij in?
- Hoe benoemen zij hun methode?
- Welke prijzen rekenen zij?
- In welke kwaliteitskringen kun je hen ontmoeten?
- Wat zie je aan hun woord- en kleurgebruik?
- Welke essenties pak jij van hen op en 'borduur' je anders?

- Loop eens door je kaartenbak, of maak hem!