



Velkommen til Klientbutikkens Manifest redskab.

Jeg har lavet dette arbejdsark som en hjælp til dig, der skal lave tekster til din hjemmeside.

Det er min erfaring, at mange psykoterapeuter går i stå, når de skal i gang med tekster til deres hjemmeside.

Her er nogle af de spørgsmål jeg har mødt, når jeg har hjulpet de mange nye (og erfarne) hjemmeside ejere.

- Hvad skal jeg skrive om?
- Hvad er interessant for andre?
- Hvilket budskab vil jeg gerne ud med?
- Er det godt nok, det jeg har skrevet?
- Jeg har skrevet en tekst, men der mangler noget, jeg er ikke tilfreds.

Jeg har derfor igennem tiden samlet en række gode redskaber og værktøjer der hjælper mig selv utroligt meget. Og jeg har oplevet, at det har hjulpet mange andre at bruge disse værktøjer.

Jeg har brugt disse værktøjer inden for mange brancher. Alt fra smedeværksteder, entreprenører og sågar noget så "kedeligt" som pensionselskaber!

Og jeg har prøvet det i min egen psykoterapeut praksis samt hjulpet psykoterapeuter med, at finde gejsten frem til at skrive fra hjertet.

Jeg bliver stadig den dag i dag forbløffet over, hvor godt Manifest redskabet er.

Når jeg ser en terapeut der lige pludselig overrasket og glædestrålende fortæller om hendes/hans Manifest.

Den glæde fortjener du også at opleve. Derfor har jeg lavet dette arbejdsark til dig.

Find en god kop kaffe/the samt et hjørne, hvor du ikke bliver forstyrret og lad os komme i gang.

Har du spørgsmål, er du velkommen til, at sende en mail til jens@klientbutikken.dk eller booke en tid i min kalender på klientbutikken.dk

Klientbutikken.dk
ved Jens Buch



"Autentiske hjemmesider der gør dig til en klientmagnet, og giver ro i maven."

1) Dig, dine kunder og dine konkurrenter

Hvilken forandring opnår dine kunder ideelt? Hvorfor er det vigtigt?

Tænk på din ideelle kunde og forestil dig, at de har opnået det bedst mulige udbytte af, at være i dit terapilokale og være sammen med dig. Hvilken positiv forandring vil den klient opleve?

Hvad er de underliggende grunde til, at det betyder noget (eks. overliggende grund er vægttab, men underliggende grund er bedre selvtillid, langvarigt bedre helbred)



Lav en liste over dine konkurrenter:

Tænk på alle dem, der tilbyder en lignende service, alle de personer, firmaer eller andre du kan komme i tanke om. Især dem der skriver indhold på deres hjemmesider eller sociale medier indenfor noget i din niche/område.

1. Firma, klinik, person 1 _____
2. Firma, klinik, person 2 _____
3. Firma, klinik, person 3 _____
4. Firma, klinik, person 4 _____
5. Firma, klinik, person 5 _____

Hvilke ting, gør du anderledes i forhold til dem? Hvorfor?

Hvilke ting, er normale overbevisninger i din niche, som du er uenig i? Hvorfor er du uenig med dem?

Klientbutikken.dk
ved Jens Buch



"Autentiske hjemmesider der gør dig til en klientmagnet, og giver ro i maven."

2) Drivkraft og motivation

Hvilke ting i din klinik gør du, ikke på grund af en profit motivation, men fordi du tror på, at det er den rigtige ting at gøre?

En måde at tænke på det her er: Hvis din klinik allerede var ovenud succesfuld og profitabel. Hvad ville du så stadig gøre?

Hvad ville du gøre mere af og investere mere i?

"Hvis mennesker i min gruppe/publikum _____, så ville de have en fordel fordi _____"

Hvad tror du folk vil gøre anderledes, hvis de var en del af dit publikum og fuldt ud forstod, hvad det var du ville, og hvad din besked handlede om?

Hvordan vil det hjælpe dem og ændre dem?

Klientbutikken.dk
ved Jens Buch



"Autentiske hjemmesider der gør dig til en klientmagnet, og giver ro i maven."

Hvis alle _____, ville verden være et bedre sted

Er der et aspekt af, hvad du gør i din klinik og terapi, der kunne gøre verden til et bedre sted? (hvis bare alle viste og kendte til det?)

Bliv ikke bekymret hvis du ikke har et svar til dette.

Klientbutikken.dk
ved Jens Buch



"Autentiske hjemmesider der gør dig til en klientmagnet, og giver ro i maven."

3) Din liste

Baseret på de ting du har skrevet ned indtil nu. Så lad os lave en liste om værdier og senere hen skære det ind, til de mest vigtige værdier du vil fokusere på i dit Manifest.

1) List dine værdier

Prøv at opsummere alle de værdier, der er kommet frem i svarerne ovenover. Det er højst sandsynligt de samme kerne værdier, der har gentaget sig igennem de forskellige svar på spørgsmålene. Og det er et godt tegn!

I listen, prøv at opsummere hver enkelt værdi i et eller få ord.

2) Værdier udtrykt i handling

Okay, nu skal vi prøve at skære listen ind til "benet". Hvilke værdier kan du slette, fordi de ikke virker helt så vigtige, eller centrale i forhold til hvad du gør.

Hvilke værdier er helt klart udtrykt i noget du gør i din klinik og terapi i så høj en grad, at de faktisk er udtrykt i dine handlinger.

Behold kun de værdier, der er udtrykt igennem handlinger.



3) Dine kerneværdier.

Hvilken af dine værdier er den allermest vigtige? Hvis du kun kunne vælge én, hvilken skulle det være?

Når du har lavet det valg, hvilke 3 aspekter af denne kerne værdi udtrykker du tydelig igennem dine handlinger i din klinik og terapi?

Kerne værdier:

Aspekt/aktion 1:

Aspekt/aktion 2:

Aspekt/aktion 3:



4) Din historie

Vi mennesker responderer/reagerer på historier over alt andet. Det sidste spørgsmål i denne øvelse handler om:

Hvilken historie fra dit personlige liv forklarer hvordan du kom til din kerneværdi?

Eller: Hvilken historie om en anden person (eks. klient) viser den kerneværdi du tror på?



Næste skridt.

Tillykke du er nu kommet igennem arbejdsarket.

Var det svært?

Jeg vil sige, øvelse gør mester.

Men et godt værktøj skal man nu heller ikke være for stolt, til at bruge for at komme dertil. Øvelsen her skulle gerne have givet dig et godt fundament for din fremtidige tekster.

Skulle du sidde med sådan lidt en hmmm... følelse over det, og ikke helt føler du er kommet i mål. Så skriv eller ring til mig. Det kan være du lige mangler en enkelt "brik" i puslespillet, for at det giver mening for dig.

Hvad er næste skridt, tænker du måske?

Nu er du nået frem til dit Manifest. I mange tilfælde vil den sidste del af øvelsen, også kaldet "Din historie" kunne sættes direkte ind i din hjemmeside i undersiden "om mig", "min historie" eller hvad du kalder den side.

Er du medlem af Klientbutikken?

Så sender du selvfølgelig bare Manifestet til mig på jens@klientbutikken.dk så sørger jeg for, at den ligger klar på din hjemmeside og passer ind i dit design på siden. (husk at sende evt billeder sammen med teksten, så sætter jeg også det din).

Har du spørgsmål til din online strategi, eller andre rettelser til din hjemmeside, ringer eller skriver du også bare. Det er med i medlemskabet.

Fremover:

Hver gang du fremover skal skrive et nyt indlæg, blog eller post. Så kig på din historie, og det vil ofte inspirere dig til, hvad du skal skrive eller rettere hvorfra (hjertet) du skal skrive.

Til slut vil jeg sige 1000 tak, fordi du ville være med så langt.

Jeg håber du har haft god værdi ud af dette arbejdsark og at det kan hjælpe dig til, at tiltrække flere af de rigtige klienter. Dem som passer til dig.

"Der er brug for dig derude, tvivl aldrig på det!"



Ha en fantastisk dag, hvor vi igen gør en forskel for hinanden!

Jens

Klientbutikken.dk
ved Jens Buch



"Autentiske hjemmesider der gør dig til en klientmagnet, og giver ro i maven."