

RAYMOND BESEMS

Raymond Besems is de oprichter en eigenaar van Anand. Hij verzorgt o.a. de cursussen ontspanningsmassage, klassieke massage, meditatie, intuïtie, reiki, ayurvedische massage, stoelmassage, yoga massage, mindfulness, de massage week en de yoga vakantie. Hij doet al meer dan 25 jaar aan yoga, heeft vanaf 1999 tot 20012 een eigen massagepraktijk gehad. Vanaf 2002 geeft hij verschillende cursussen en opleidingen op het vlak van massage reiki, yoga en meditatie. In 1997 volgde hij een cursus aura healing. In 1998 ging hij voor een jaar naar India en Thailand en volgde daar leraarstrainingen in yoga, meditatie, acupressuur, voet- en handreflexologie, ayurvedische massage en Thaise yoga massage. Hij behaalde hier tevens zijn master graad in reiki. In 1999 slaagde hij voor de examens sportmassage en stoelmassage. Hij heeft met meer dan 7000 massages en reiki-behandelingen een rijke ervaring opgebouwd.



Een massagepraktijk beginnen met een beperkt aantal behandelingen

Als je een eigen massagepraktijk beginnen wil, is het verleidelijk om zo veel mogelijk verschillende behandelingen te leren, zodat je klant een uitgebreide keuze heeft. Maar wist je dat het bieden van te veel keuze aan klanten kan leiden tot minder verkoop? Het is waar. Ik heb dat ervaren bij een opvallende Italiaanse ijssalon. De ijssalon viel me op vanwege het enorme aantal smaken wat tentoongespreid werd. Er waren er meer dan 100 in totaal. De verschillende smaken en kleuren waren zo fascinerend, ik moest er heen gaan om een ijsje te kopen.

Maar toen gebeurde het. Ik stond naar alle smaken te kijken en ik kon niet bepalen welke te proberen. Ik liep langs de display en probeerde uit te zoeken welke smaken ik wilde proeven, maar er waren er zo veel! Ik wist niet eens waar te beginnen.

Ik was overweldigd, dus ik heb besloten om te vertrekken. Wat is er gebeurd? Een uitgebreid assortiment is toch goed voor de klant? Is dat niet wat mensen willen - meer keuze? Eigenlijk niet, en hier is een universitaire studie die laat zien waarom.

De beroemde marketing studie over te veel keuzes

Hier is hoe de studie werkte:

Een onderzoeker van de Universiteit van Columbia heeft een tafel neergezet met verschillende soorten jam buiten een luxe supermarkt in Californië. Over een periode van twee opeenvolgende zaterdagen deden onderzoeksassistenten zich voor als winkelman. Ze boden bezoekers monsters van 6, of van 24 smaken van een bepaald jam merk.

Vóór deze studie was er een algemene overeenstemming in de marketing theorie dat meer keuzes beter is voor de klant. Mensen houden van meer opties, dus het aanbieden van meer smaken zou moeten leiden tot meer verkoop.

Uit de resultaten van deze studie bleek echter iets anders. Gedurende de tijd waarin 24 smaken werden aangeboden, stopten 60% van de mensen om de jam te proeven, vergeleken met 40% toen er slechts 6 smaken werden aangeboden. Deze cijfers lijken erop te wijzen dat meer keuze beter is. Maar de belangrijke vraag is: welke groep heeft meer gekocht?

Van de 60 klanten die stopten toen ze 24 smaken voorgeschoteld kregen, kochten er slechts 2 een potje jam. Maar van de 40 klanten die stopten toen ze 6 smaken als keuze kregen, kochten er 12 een potje jam. Op welke tafel wil je dat jouw producten staan?

Dus hoe is dit van toepassing als je een eigen massagepraktijk beginnen wil?

Natuurlijk is het niet handig als je maar één soort massage aanbiedt. Het is zeker aan te raden een massage opleiding te volgen waarin je meerdere massage vormen leert, zodat je als klant kunt kiezen. In al onze opleidingen leer je meerdere massage vormen. Aan de andere kant is het ook niet raadzaam om een eindeloos pakket aan behandelingen aan te bieden, want dan maak je het de klant onnodig moeilijk. Een eigen massagepraktijk beginnen kun je dus het best doen met een beperkt aantal behandelingen.

Anand

Kralingen 27A | 1566 CC Assendelft | T. 0757-112133
info@anand.nl | www.anand.nl