

WERKBOEK

Praktijk *op de* Kaart

Voor Reiki-, NEI- en
holistisch therapeuten



Duidelijk aanbod



Betere vindbaarheid



Meer leuke klanten

*Zet jouw praktijk
op de kaart!*





WERKBOEK VOOR REIKI-, NEI- EN HOLISTISCHE PRAKTIJKEN

Maak je praktijk duidelijk, vindbaar en aantrekkelijk voor de juiste cliënten

Met dit werkboek maak je duidelijker wat je aanbiedt, voor wie je er bent en waarom iemand voor jouw praktijk kiest. Je verbetert je website en vindbaarheid en maakt een eenvoudig plan om je praktijk onder de aandacht te brengen.



DUIDELIJK AANBOD

Mensen begrijpen sneller wat je doet en voor wie.



BETER VINDBAAR

Je website en Google-profiel sluiten aan op echte zoekvragen.



MEER PASSENDE AANVRAGEN

Je maakt de route van eerste indruk naar afspraak duidelijker.

INCLUSIEF INVULVELDEN + AI-PROMPTS

Lees • begrijp • werk uit • kopieer prompt + uitwerking naar AI • verbeter

Welkom

Dit werkboek helpt je marketing terugbrengen naar keuzes die je echt kunt uitvoeren.



Wat je na dit werkboek helder hebt

- voor wie jouw praktijk vooral bedoeld is
- hoe je jouw aanbod begrijpelijk uitlegt
- welke website-informatie aanvragen ondersteunt
- hoe je beter lokaal en online gevonden wordt
- welke marketingacties je blijft herhalen

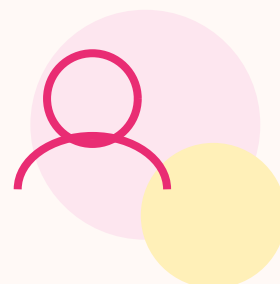
Voor wie?

Speciaal voor Reiki-, NEI- en holistische praktijkhouders die hun praktijk professioneel willen promoten, zonder ingewikkelde marketingtaal of uren bezig te zijn met wat ze moeten doen.

Gebruik het als werkboek. Schrijf eerst zelf. Gebruik daarna de AI-prompt om je eigen antwoord te analyseren of aan te scherpen.

Zo gebruik je dit werkboek

Iedere inhoudelijke pagina heeft dezelfde leerroute.



1. Begrijp

Lees eerst de uitleg. Zo weet je waarom het onderwerp invloed heeft op je marketing.

2. Bekijk

Gebruik het voorbeeld om verschil te zien tussen algemeen en herkenbaar.

3. Werk uit

Beantwoord de vragen in één groot uitwerkvak. Zo staat je volledige denkwijze bij elkaar en hoeft je straks maar één tekstblok te kopiëren.

4. Gebruik AI

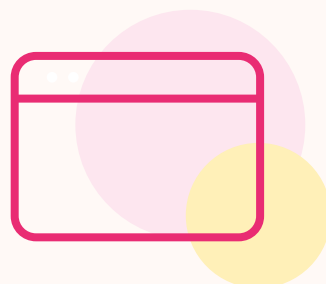
Kopieer eerst de AI-prompt naar ChatGPT, Claude of een AI-tool naar keuze. Plak daarna je complete uitwerking uit het vak eronder.

5. Voer uit

Sluit af met één concrete actie voor je website, Google-profiel, content of opvolging.

Inhoud

Van fundament naar uitvoering.



FUNDAMENT

5-13

Startpunt • doelgroep • cliënt • aanbod • boodschap • verhaal • positionering • merk

WEBSITE & VINDBAARHEID

14-20

Website • 5-secondencheck • basispagina's • content • SEO • lokaal • Google

ZICHTBAARHEID & GROEI

21-28

Social • klantreis • opvolging • reviews • samenwerkingen • e-mail • publiceren • meten

AI ALS ASSISTENT

29-32

AI-basis • prompts • schrijven • SEO & social

UITVOERING

33-36

30-dagenplan • checklist • inspiratie • routine & notities

Jouw startpunt

Waar staat je praktijk nu en waar zit de grootste kans?

WAT JE MOET WETEN

Verbeteren begint met weten waar je nu staat. Veel praktijkhouders starten bij wat het meest zichtbaar voelt: vaker posten, nieuwe foto's of een ander logo. Maar het echte knelpunt kan elders zitten. Misschien ziet je praktijk er warm en professioneel uit, maar begrijpt een nieuwe bezoeker niet voor welke vragen iemand bij je terecht kan. Of je wordt goed gevonden, maar de stap naar een afspraak is onduidelijk. Kijk daarom naar zes gebieden: doelgroep, aanbod, website, vindbaarheid, aanvragen en marketingritme. Beoordeel niet alleen wat mooi is, maar vooral wat mensen helpt om jou te begrijpen, vertrouwen en kiezen.

PRAKTIJKVOORBEELD

Een holistisch therapeut heeft een verzorgde Instagram-feed, maar één algemene aanbodpagina. Nieuwe bezoekers zien veel inspiratie, maar weten niet welk consult bij hun situatie past. De eerste winst zit dan in het aanbod, niet in méér content.

Pas het toe op jouw praktijk

1. Wat werkt in mijn marketing nu het beste?
2. Waar raak ik potentiële cliënten waarschijnlijk kwijt?
3. Welke verbetering heeft de komende 30 dagen prioriteit?

Typ hier je antwoorden op de vragen hierboven in één doorlopend tekstblok.

Kopieer straks eerst de AI-prompt en plak daarna deze complete uitwerking eronder.

AI-PROMPT

Analyseer mijn nulmeting als marketingadviseur voor een complementaire praktijk. Kies de twee punten met de grootste impact en geef per punt één concrete eerste actie.

1. Kopieer deze prompt naar je AI-tool. 2. Plak daarna je complete uitwerking uit het vak erboven eronder.

Jouw praktijk en doelgroep



Voor wie ben je er en welke hulpvragen herken je steeds opnieuw?

WAT JE MOET WETEN

Een doelgroep kiezen betekent niet dat je andere cliënten weigert. Je bepaalt vooral wie zich als eerste moet herkennen in jouw communicatie. Dat helpt je om gerichter te schrijven en duidelijker te maken voor welke vragen mensen bij jou kunnen aankloppen. Als je alles tegelijk benoemt, ontstaat snel een brede boodschap als “voor balans, groei en welzijn”. Kijk liever naar patronen in je echte praktijk. Welke mensen komen terug? Welke situaties of vragen hoor je vaak? Welke cliënten passen bij jouw ervaring en manier van werken? Een bruikbare doelgroep beschrijft vooral de context waarin iemand hulp zoekt: bijvoorbeeld langdurige spanning, overprikkeling of steeds in hetzelfde patroon terechtkomen.

PRAKTIJKVOORBEELD

Breed: “Ik help mensen met Reiki en energetische therapie.”
Gerichter: “Ik begeleid vrouwen die merken dat aanhoudende spanning en overprikkeling steeds meer invloed hebben op hun dagelijks leven.”

Pas het toe op jouw praktijk

1. Welke drie hulpvragen hoor ik het vaakst?
2. Met welke cliënten werk ik het liefst én het beste?
3. Welke woorden gebruiken deze cliënten zelf?

Typ hier je antwoorden op de vragen hierboven in één doorlopend tekstblok.

Kopieer straks eerst de AI-prompt en plak daarna deze complete uitwerking eronder.

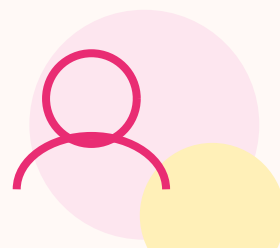
AI-PROMPT

Maak op basis van mijn antwoorden drie heldere doelgroepomschrijvingen. Gebruik gewone cliënttaal, geen marketingjargon en geen medische claims.

1. Kopieer deze prompt naar je AI-tool. 2. Plak daarna je complete uitwerking uit het vak erboven eronder.

Jouw ideale cliënt

Met wie werk je graag en wanneer past jouw begeleiding echt?



WAT JE MOET WETEN

Een ideale cliënt is geen verzonnen persona met een favoriete koffie. Voor je marketing heb je vooral bruikbare patronen nodig. Kijk naar cliënten bij wie jouw begeleiding goed past: mensen die openstaan voor jouw werkwijze, begrijpen wat jouw begeleiding wel en niet kan bieden en bereid zijn zelf mee te kijken naar hun situatie. Onderzoek wat er speelt vlak vóór ze hulp zoeken, wat ze al hebben geprobeerd en welke twijfel ze hebben. Zo kun je op je website precies de vragen beantwoorden die vertrouwen opbouwen.

PRAKTIJKVOORBEELD

Een potentiële cliënt kan denken: "Ik merk dat ik iets wil veranderen, maar ik weet nog niet of deze begeleiding bij mij past." Een goede website geeft daar antwoord op voordat iemand een afspraak hoeft te maken.

Pas het toe op jouw praktijk

1. Wat speelt er vlak voordat mijn ideale cliënt hulp zoekt?
2. Welke twijfel heeft deze persoon over mijn werkwijze?
3. Wat wil deze cliënt beter begrijpen of ervaren?

Typ hier je antwoorden op de vragen hierboven in één doorlopend tekstblok.

Kopieer straks eerst de AI-prompt en plak daarna deze complete uitwerking eronder.

AI-PROMPT

Maak van mijn antwoorden een praktisch cliëntprofiel met situatie, hulpvraag, twijfel, gewenste verandering en passende cliënttaal.

1. Kopieer deze prompt naar je AI-tool. 2. Plak daarna je complete uitwerking uit het vak erboven eronder.

Jouw aanbod helder

Een methode is nog geen aanbod.



WAT JE MOET WETEN

Een behandelmethode of begeleidingsvorm is nog niet hetzelfde als een helder aanbod. Een cliënt wil daarnaast weten wat hij of zij concreet bij jou kan boeken. Een helder aanbod verbindt de hulpvraag, de vorm van begeleiding en wat iemand tijdens of na de begeleiding kan verwachten. Je hoeft geen resultaat te garanderen. Wel moet je onzekerheid rond de afspraak verkleinen. Vertel of iemand een losse sessie of traject boekt, hoe lang het duurt en wat er globaal gebeurt. Als je methoden combineert, leg dan uit waarom en wanneer. Zo verschuift je communicatie van “dit zijn mijn tools” naar “zo begeleid ik jou”.

PRAKTIJKVOORBEELD

Minder duidelijk: “NEI, Reiki, chakrahealing en coaching.”
Duidelijker: “Tijdens een individuele sessie onderzoeken we wat er onder jouw terugkerende spanning of patroon speelt. Waar passend werk ik met NEI en energetische begeleiding.”

Pas het toe op jouw praktijk

1. Wat kan iemand bij mij precies boeken?
2. Voor welke vraag of situatie is dit bedoeld?
3. Hoe verloopt een sessie of traject in grote lijnen?

Typ hier je antwoorden op de vragen hierboven in één doorlopend tekstblok.

Kopieer straks eerst de AI-prompt en plak daarna deze complete uitwerking eronder.

AI-PROMPT

Beoordeel mijn aanbod op duidelijkheid voor iemand die mijn methode of werkwijze nog niet goed kent. Markeer methode-taal zonder uitleg.

1. Kopieer deze prompt naar je AI-tool. 2. Plak daarna je complete uitwerking uit het vak erboven eronder.

Maak je aanbod koopbaar

Maak de stap van interesse naar boeken eenvoudig.

WAT JE MOET WETEN

Een aanbod wordt makkelijker te kiezen wanneer praktische informatie niet verstopt zit. Een potentiële cliënt wil weten: wat boek ik, hoe lang duurt het, wat kost het, wat is inbegrepen en hoe start ik? Ook wanneer ieder traject anders kan verlopen, kun je vooraf duidelijk zijn over de praktische basis. Maatwerk is prima, maar ook maatwerk heeft kaders nodig. Je kunt bijvoorbeeld starten met één consult en daarna samen bepalen wat passend is. Door die structuur te benoemen hoeft iemand niet eerst te mailen voor basisinformatie. Transparantie geeft vertrouwen en verlaagt de drempel om contact op te nemen.

PRAKTIJKVOORBEELD

“Traject op maat - neem contact op” vraagt veel initiatief. “We starten met een consult van 75 minuten. Daarna bespreken we of vervolg passend is. Tarief: €...” geeft veel meer houvast.

Pas het toe op jouw praktijk

1. Welke praktische informatie ontbreekt nu nog?
2. Wat is de eenvoudigste eerste stap?
3. Is vooraf duidelijk wat wel en niet inbegrepen is?

Typ hier je antwoorden op de vragen hierboven in één doorlopend tekstblok.

Kopieer straks eerst de AI-prompt en plak daarna deze complete uitwerking eronder.

AI-PROMPT

Maak mijn aanbod koopbaarder zonder het star te maken. Geef een compacte structuur voor: voor wie, wat gebeurt er, duur, investering, vervolg en boekingsstap.

1. Kopieer deze prompt naar je AI-tool. 2. Plak daarna je complete uitwerking uit het vak erboven eronder.

Jouw boodschap

Wat moet iemand in één oogopslag begrijpen?

WAT JE MOET WETEN

Je kernboodschap is de korte uitleg die steeds terugkomt op je homepage, profiel en andere kanalen. De taak is eerst herkenning creëren. Een bezoeker wil weten: is dit voor mij, begrijpt deze praktijk mijn vraag en wat voor begeleiding kan ik verwachten? Woorden als balans, energie, transformatie en thuiskomen bij jezelf klinken mooi, maar zijn voor een nieuwe bezoeker vaak nog te algemeen. Die kunnen bij je merk passen, maar hebben context nodig. Combineer ze met een herkenbare situatie of concrete hulpvraag. Eerst duidelijk, daarna mooi.

PRAKTIJKVOORBEELD

Algemeen: "Kom weer in balans en terug bij jezelf." Gericht: "Voor vrouwen die merken dat stress en terugkerende patronen steeds meer invloed hebben op hoe ze zich voelen en functioneren."

Pas het toe op jouw praktijk

1. Wat moet iemand direct over mijn praktijk begrijpen?
2. Welke woorden in mijn boodschap zijn te abstract?
3. Welke herkenbare situatie kan ik toevoegen?

Typ hier je antwoorden op de vragen hierboven in één doorlopend tekstblok.

Kopieer straks eerst de AI-prompt en plak daarna deze complete uitwerking eronder.

AI-PROMPT

Geef feedback op mijn kernboodschap. Maak drie versies: heel concreet, warm en menselijk, en iets meer premium. Vermijd gezondheidsclaims.

1. Kopieer deze prompt naar je AI-tool. 2. Plak daarna je complete uitwerking uit het vak erboven eronder.

Jouw unieke verhaal

Gebruik jouw verhaal om vertrouwen te bouwen.

WAT JE MOET WETEN

Een persoonlijk verhaal werkt wanneer het uitlegt waarom jij dit werk doet en wat dat betekent voor de cliënt. Het hoeft geen volledige levensloop te zijn. Kies ervaringen die relevant zijn: wat bracht je bij jouw vak, welke ontwikkeling vormde je visie en waarom werk je op deze manier? Leg daarna de brug naar je manier van werken. Houd de cliënt wel in beeld. Een Over mij-pagina die alleen over jouw reis gaat, beantwoordt niet de vraag of iemand zich bij jou veilig en begrepen voelt. Vertel dus wat jouw ervaring heeft gevormd in hoe jij anderen begeleidt.

PRAKTIJKVOORBEELD

“Mijn eigen zoektocht bracht me bij Reiki” wordt sterker wanneer je toevoegt wat dat betekent voor je werkwijze, bijvoorbeeld aandacht voor tempo, veiligheid en eerst onderzoeken wat iemand nodig heeft.

Pas het toe op jouw praktijk

1. Welke ervaring heeft mijn kijk op begeleiding gevormd?
2. Welke waarde of werkwijze komt daaruit voort?
3. Waarom is dat relevant voor een potentiële cliënt?

Typ hier je antwoorden op de vragen hierboven in één doorlopend tekstblok.

Kopieer straks eerst de AI-prompt en plak daarna deze complete uitwerking eronder.

AI-PROMPT

Maak van mijn antwoorden een korte Over mij-tekst met ongeveer 40% mijn verhaal en 60% wat de cliënt aan mijn achtergrond en visie heeft.

1. Kopieer deze prompt naar je AI-tool. 2. Plak daarna je complete uitwerking uit het vak erboven eronder.

Jouw positionering

Waar wil je dat mensen jouw praktijk mee associëren?



WAT JE MOET WETEN

Positionering is de plek die je praktijk inneemt in het hoofd van een potentiële cliënt. Vooral wanneer je meerdere methoden gebruikt, helpt positionering om één duidelijke ingang te kiezen. Je hoeft je praktijk niet tot één techniek te reduceren. Je kunt juist positioneren op de situatie van de cliënt, bijvoorbeeld terugkerende stresspatronen, overprikkeling of vastlopen ondanks veel zelfinzicht. Daarna leg je uit welke methode of combinatie van methoden je daarvoor inzet. Die volgorde sluit beter aan op hoe cliënten zoeken. Positionering geeft bovendien richting aan je website, content, samenwerkingen en advertenties.

PRAKTIJKVOORBEELD

“Holistische praktijk met Reiki en NEI” vertelt vooral wat jij doet. “Begeleiding bij terugkerende stress- en gedragspatronen, met NEI en energetisch werk waar passend” geeft duidelijker aan waarvoor iemand komt.

Pas het toe op jouw praktijk

1. Waar wil ik vooral om bekendstaan?
2. Welke hulpvraag past bij mijn kennis en interesse?
3. Is mijn methode het belangrijkste onderdeel van mijn positionering, of vooral de manier waarop ik mijn cliënt help?

Typ hier je antwoorden op de vragen hierboven in één doorlopend tekstblok.

Kopieer straks eerst de AI-prompt en plak daarna deze complete uitwerking eronder.

AI-PROMPT

Analyseer mijn positionering op herkenning en onderscheid. Geef drie aanscherpingen waarbij de cliëntvraag voorop staat.

1. Kopieer deze prompt naar je AI-tool. 2. Plak daarna je complete uitwerking uit het vak erboven eronder.

Jouw merk en uitstraling

Laat je visuele stijl dezelfde boodschap vertellen als je teksten.

WAT JE MOET WETEN

Je merk is de optelsom van wat mensen zien, lezen en ervaren. Kleur, fotografie, lettertypes en taal geven al een indruk voordat iemand je aanbod volledig heeft gelezen. Het is verleidelijk om beelden te kiezen die vaak binnen jouw vakgebied worden gebruikt, maar daardoor kan je praktijk juist minder onderscheidend worden. Dat kan passen, maar het maakt praktijken ook snel inwisselbaar. Kies een uitstraling die jouw eigen positie ondersteunt. Wil je nuchter en toegankelijk overkomen? Laat dat dan in fotografie en taal zien. Wil je warm en premium? Werk met rust, ruimte en hoogwaardige beelden.

PRAKTIJKVOORBEELD

Een praktijk die zich positioneert als nuchtere NEI-begeleiding kan beter kiezen voor warme, realistische fotografie en heldere taal dan voor alleen spirituele symbolen.

Pas het toe op jouw praktijk

1. Welke drie eigenschappen moet mijn merk uitstralen?
2. Welke beelden passen daar wel en niet bij?
3. Waar is mijn huidige stijl nog inconsistent?

Typ hier je antwoorden op de vragen hierboven in één doorlopend tekstblok.

Kopieer straks eerst de AI-prompt en plak daarna deze complete uitwerking eronder.

AI-PROMPT

Maak een compacte merkstijl met 3 merkwoorden, beeldrichting, tone of voice en do's en don'ts. Baseer je volledig op mijn antwoorden.

1. Kopieer deze prompt naar je AI-tool. 2. Plak daarna je complete uitwerking uit het vak erboven eronder.

Jouw website

Je website is de centrale plek waar interesse verandert in vertrouwen.



WAT JE MOET WETEN

Een goede praktijkwebsite heeft vier taken: herkenning geven, uitleggen, vertrouwen opbouwen en een volgende stap mogelijk maken. Dat geldt zeker wanneer jouw werkwijze voor nieuwe cliënten nog onbekend is. Een nieuwe bezoeker heeft meer uitleg nodig dan iemand die jouw aanpak al kent. Maak daarom niet alleen een mooie website, maar een informatieve route. Leg uit voor wie je er bent, welke vragen je begeleidt, hoe een afspraak verloopt en wat iemand praktisch kan verwachten. Gebruik duidelijke tussenkoppen en korte tekstblokken. Je website hoeft geen encyclopedie te worden, maar moet genoeg informatie geven om een beslissing te kunnen nemen.

PRAKTIJKVOORBEELD

Een homepage kan kort vertellen voor wie je er bent. De aanbodpagina legt daarna uit wat een NEI- of Reiki-sessie inhoudt, en de FAQ beantwoordt vragen over voorbereiding, duur en vervolg.

Pas het toe op jouw praktijk

1. Welke drie vragen moet mijn website absoluut beantwoorden?
2. Welke pagina houdt nu de meeste aanvragen tegen?
3. Is op iedere belangrijke pagina de volgende stap duidelijk?

Typ hier je antwoorden op de vragen hierboven in één doorlopend tekstblok.

Kopieer straks eerst de AI-prompt en plak daarna deze complete uitwerking eronder.

AI-PROMPT

Boordeel mijn website vanuit een nieuwe cliënt die mijn werkwijze nog niet goed kent. Benoem ontbrekende informatie en prioriteer verbeteringen.

1. Kopieer deze prompt naar je AI-tool. 2. Plak daarna je complete uitwerking uit het vak erboven eronder.

De 5-secondencheck

Het eerste scherm moet direct oriëntatie geven.

WAT JE MOET WETEN

Mensen lezen een homepage niet meteen woord voor woord. Ze scannen en beslissen snel of verder lezen relevant voelt. Bovenaan hoeft daarom niet je hele visie te staan. Geef eerst antwoord op drie vragen: voor wie is deze praktijk, met welke situatie of hulpvraag help je en wat kan iemand nu doen? Een rustige afbeelding en één duidelijke knop zijn vaak effectiever dan meerdere boodschappen tegelijk. Let ook op vaktermen. NEI kan op je homepage staan, maar geef er meteen context bij zodat een nieuwe bezoeker begrijpt waarom dat relevant is.

PRAKTIJKVOORBEELD

“Welkom bij Praktijk X” is vriendelijk maar zegt niets. “NEI en holistische begeleiding voor vrouwen die vastlopen in terugkerende stresspatronen” geeft meteen een duidelijke ingang.

Pas het toe op jouw praktijk

1. Wat ziet een bezoeker nu als eerste?
2. Is binnen 5 seconden duidelijk voor wie ik er ben?
3. Welke ene CTA hoort bovenaan mijn homepage?

Typ hier je antwoorden op de vragen hierboven in één doorlopend tekstblok.

Kopieer straks eerst de AI-prompt en plak daarna deze complete uitwerking eronder.

AI-PROMPT

Doe een 5-secondencheck op mijn homepage-tekst. Vertel wat direct duidelijk is, waar vaktaal uitleg nodig heeft en wat ik kan schrappen.

1. Kopieer deze prompt naar je AI-tool. 2. Plak daarna je complete uitwerking uit het vak erboven eronder.

5 pagina's die elke praktijk nodig heeft

Een compacte structuur is vaak sterker dan een grote website.

WAT JE MOET WETEN

Een praktijkwebsite hoeft niet tientallen pagina's te hebben. Vijf typen pagina's vormen vaak een sterke basis: homepage, aanbod, over mij, kennis/FAQ en contact. De homepage geeft overzicht. De aanbodpagina maakt duidelijk wat iemand kan boeken. Over mij bouwt vertrouwen. Kenniscontent beantwoordt vragen en helpt bij vindbaarheid. Contact maakt de stap naar jou makkelijk. Werk je met meerdere methoden, bepaal dan of aparte methodepagina's werkelijk nuttig zijn. Soms is één sterke pagina per hulpvraag logischer dan één pagina per techniek. Bouw de structuur vanuit de vragen van je cliënt.

PRAKTIJKVOORBEELD

Een cliënt zoekt mogelijk op "hulp bij stress en overprikkeling" en niet op de naam van jouw methode. Dan kan een pagina rond die hulpvraag logischer zijn dan alleen een pagina Reiki.

Pas het toe op jouw praktijk

1. Welke vijf basispagina's heb ik al?
2. Welke pagina beantwoordt de hulpvraag het beste?
3. Welke pagina kan ik samenvoegen of sterker maken?

Typ hier je antwoorden op de vragen hierboven in één doorlopend tekstblok.

Kopieer straks eerst de AI-prompt en plak daarna deze complete uitwerking eronder.

AI-PROMPT

Maak een websitestructuur voor mijn praktijk. Kies per pagina het doel, de hoofdvraag van de bezoeker en de beste CTA.

1. Kopieer deze prompt naar je AI-tool. 2. Plak daarna je complete uitwerking uit het vak erboven eronder.

Content die cliënten helpt

Begin bij echte vragen, niet bij de druk om te posten.

WAT JE MOET WETEN

Waardevolle content ontstaat uit vragen die cliënten werkelijk hebben. Denk aan: “Wat gebeurt er tijdens een eerste NEI-sessie?”, “Moet ik iets voelen tijdens Reiki?” of “Hoe weet ik of een holistische aanpak bij mij past?” Zulke vragen zijn bruikbaar voor blogs, FAQ's, posts, video's en nieuwsbrieven. Eén onderwerp kan dus meerdere keren worden gebruikt zonder steeds hetzelfde te publiceren. Maak content vooral nuttig en specifiek. Algemene inspiratieteksten kunnen sympathiek zijn, maar helpen vaak minder bij vindbaarheid en keuze. Wissel daarom herkenning af met uitleg, praktische informatie en jouw professionele visie.

PRAKTIJKVOORBEELD

Een blog over “wat kun je verwachten van een Reiki-sessie?” kan later worden hergebruikt als FAQ, Instagram-carroussel en korte e-mail.

Pas het toe op jouw praktijk

1. Welke vraag stellen nieuwe cliënten mij het vaakst?
2. Welke twijfel kan ik met content wegnemen?
3. Welke bestaande tekst kan ik hergebruiken?

Typ hier je antwoorden op de vragen hierboven in één doorlopend tekstblok.

Kopieer straks eerst de AI-prompt en plak daarna deze complete uitwerking eronder.

AI-PROMPT

Maak 12 concrete contentideeën voor mijn praktijk op basis van mijn antwoorden. Verdeel ze over uitleg, herkenning, praktische info en vertrouwen.

1. Kopieer deze prompt naar je AI-tool. 2. Plak daarna je complete uitwerking uit het vak erboven eronder.

SEO & vindbaarheid

Schrijf voor mensen en maak het zoekmachines makkelijk om je onderwerp te begrijpen.



WAT JE MOET WETEN

SEO begint bij zoekintentie: wat probeert iemand werkelijk te vinden? Iemand kan zoeken op “NEI therapeut Utrecht”, maar ook op een hulpvraag zonder de methode te kennen. Kies per belangrijke pagina één duidelijk onderwerp en gebruik woorden die jouw doelgroep zelf gebruikt. Verwerk die logisch in titel, tussenkoppen en tekst. Probeer niet zoveel mogelijk zoekwoorden te plaatsen; dat maakt teksten onnatuurlijk. Zorg ook voor interne links tussen relevante pagina's. Een sterke SEO-pagina combineert herkenbare zoektaal, nuttige uitleg, lokale context en een duidelijke vervolgstap.

PRAKTIJKVOORBEELD

Een pagina “NEI therapie in Amersfoort” wordt sterker wanneer je ook uitlegt voor welke vragen mensen komen, hoe de sessie verloopt en waar je praktijk zit.

Pas het toe op jouw praktijk

1. Op welke zoekvraag wil ik gevonden worden?
2. Welke woorden gebruikt mijn cliënt in plaats van vaktermen?
3. Welke inhoud ontbreekt nog om de vraag goed te beantwoorden?

Typ hier je antwoorden op de vragen hierboven in één doorlopend tekstblok.

Kopieer straks eerst de AI-prompt en plak daarna deze complete uitwerking eronder.

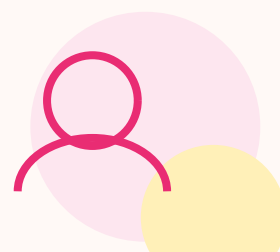
AI-PROMPT

Analyseer mijn pagina op zoekintentie, structuur en mensgerichte SEO. Geef verbeter suggesties zonder keyword stuffing.

1. Kopieer deze prompt naar je AI-tool. 2. Plak daarna je complete uitwerking uit het vak erboven eronder.

Lokale vindbaarheid

Maak voor mensen in jouw regio duidelijk dat jij dichtbij én relevant bent.



WAT JE MOET WETEN

Voor een praktijk met fysieke afspraken is locatie onderdeel van je marketing. Zet je plaats en regio daarom niet alleen in de footer. Laat op relevante plekken zien waar je werkt, hoe iemand je bereikt en welk gebied je bedient. Combineer dat met een goed Google Bedrijfsprofiel, consistente contactgegevens en lokale reviews. Maak geen tientallen bijna identieke plaats-pagina's. Een lokale pagina moet echt iets specifiek toevoegen, zoals bereikbaarheid, route, parkeren of context rond jouw aanbod. Lokale samenwerkingen kunnen bovendien zorgen voor relevante verwijzingen en bekendheid.

PRAKTIJKVOORBEELD

"NEI-praktijk in Zeist, op 5 minuten van station ..." geeft een bezoeker praktische zekerheid en ondersteunt tegelijk je lokale relevantie.

Pas het toe op jouw praktijk

1. Is mijn locatie duidelijk zichtbaar?
2. Welke plaatsen of regio bedien ik werkelijk?
3. Welke lokale professionals kunnen naar mij verwijzen?

Typ hier je antwoorden op de vragen hierboven in één doorlopend tekstblok.

Kopieer straks eerst de AI-prompt en plak daarna deze complete uitwerking eronder.

AI-PROMPT

Maak een actieplan voor mijn lokale vindbaarheid met website, Google-profiel, reviews, samenwerkingen en bereikbaarheid.

1. Kopieer deze prompt naar je AI-tool. 2. Plak daarna je complete uitwerking uit het vak erboven eronder.

Google Bedrijfsprofiel

Je profiel is vaak de eerste indruk vóór iemand je website opent.



WAT JE MOET WETEN

Een Google Bedrijfsprofiel kan zichtbaar zijn bij lokale zoekopdrachten en in Maps. Zorg daarom dat iemand er zelfstandig een goede indruk krijgt. Kies de meest passende categorie, vul diensten en openingstijden in, plaats actuele foto's en controleer regelmatig of gegevens kloppen. Reviews verdienen extra aandacht. Vraag om een eerlijke ervaring en reageer professioneel. Beschrijf je praktijk in gewone taal. Noem Reiki, NEI of holistische begeleiding waar relevant, maar combineer methodenamen met de vragen waarvoor mensen bij jou komen. Houd de inhoud van je profiel in lijn met je website.

PRAKTIJKVOORBEELD

Een profiel met alleen "alternatieve geneeskunde" is breed. Een beschrijving kan aanvullen: "Individuele NEI- en holistische begeleiding bij terugkerende stress- en gedragspatronen."

Pas het toe op jouw praktijk

1. Is mijn hoofdcategorie de beste keuze?
2. Welke diensten en foto's ontbreken?
3. Heb ik een vaste reviewroutine?

Typ hier je antwoorden op de vragen hierboven in één doorlopend tekstblok.

Kopieer straks eerst de AI-prompt en plak daarna deze complete uitwerking eronder.

AI-PROMPT

Maak een invulformat voor mijn Google Bedrijfsprofiel: beschrijving, diensten, foto-ideeën, reviewroutine en maandelijkse controle.

1. Kopieer deze prompt naar je AI-tool. 2. Plak daarna je complete uitwerking uit het vak erboven eronder.

Social media

Gebruik social media doelgericht - niet omdat je denkt dat je dagelijks moet posten.

WAT JE MOET WETEN

Social media kan vertrouwen opbouwen en je praktijk zichtbaar houden, maar hoeft niet je belangrijkste acquisitiekanaal te zijn. Bepaal eerst het doel. Wil je nieuwe mensen bereiken, bestaande volgers warm houden of vooral je expertise laten zien? Kies vervolgens een klein aantal terugkerende thema's. Goede vaste thema's zijn bijvoorbeeld cliëntvragen, uitleg over je werkwijze, je professionele visie en praktische informatie. Vermijd dat je feed alleen uit inspirerende quotes bestaat. Die geven sfeer, maar weinig reden om juist jou te kiezen. Eén consistente inhoudelijke post per week kan sterker zijn dan dagelijks willekeurige content.

PRAKTIJKVOORBEELD

Een korte uitleg "Wat gebeurt er tijdens een eerste NEI-sessie?" ondersteunt je aanbod én kan mensen naar de juiste websitepagina sturen.

Pas het toe op jouw praktijk

1. Wat is mijn belangrijkste doel op social media?
2. Welke drie thema's wil ik blijven herhalen?
3. Welke frequentie kan ik realistisch volhouden?

Typ hier je antwoorden op de vragen hierboven in één doorlopend tekstblok.

Kopieer straks eerst de AI-prompt en plak daarna deze complete uitwerking eronder.

AI-PROMPT

Maak een contentritme van 4 weken met 3 vaste thema's. Gebruik mijn beschikbare tijd als harde grens en hergebruik bestaande content.

1. Kopieer deze prompt naar je AI-tool. 2. Plak daarna je complete uitwerking uit het vak erboven eronder.

Klantreis: van bezoeker naar cliënt

Niet iedereen is bij het eerste contact al klaar om te boeken.

WAT JE MOET WETEN

Een potentiële cliënt kan jouw praktijk via verschillende routes leren kennen: Google, Instagram, een review, een doorverwijzer of een blog. Daarna volgen vaak meerdere contactmomenten voordat iemand een afspraak maakt. In die klantreis verandert de informatiebehoefte. Eerst wil iemand zichzelf herkennen. Daarna wil diegene begrijpen wat jij doet, of jouw aanpak betrouwbaar voelt en wat een afspraak praktisch betekent. Zorg daarom dat iedere stap logisch doorverwijst naar de volgende. Een informatieve post hoeft niet direct te verkopen; hij kan iemand eerst naar een heldere uitlegpagina leiden.

PRAKTIJKVOORBEELD

Iemand leest een artikel over terugkerende stresspatronen, bekijkt vervolgens je NEI-aanbod, leest twee reviews en boekt pas daarna een kennismaking. Al die stappen vormen samen de conversie.

Pas het toe op jouw praktijk

1. Waar ontdekken mensen mijn praktijk meestal?
2. Welke informatie zoeken zij vóór vertrouwen?
3. Welke stap gaat direct vooraf aan een aanvraag?

Typ hier je antwoorden op de vragen hierboven in één doorlopend tekstblok.

Kopieer straks eerst de AI-prompt en plak daarna deze complete uitwerking eronder.

AI-PROMPT

Teken mijn klantreis uit in maximaal 5 stappen. Benoem per stap: vraag van de cliënt, beste content/pagina en passende CTA.

1. Kopieer deze prompt naar je AI-tool. 2. Plak daarna je complete uitwerking uit het vak erboven eronder.

Van aanvraag naar afspraak

Een warme lead kan alsnog afhaken als de opvolging onduidelijk is.

WAT JE MOET WETEN

Marketing stopt niet bij een ingevuld formulier of WhatsApp-bericht. Juist daarna wil iemand weten wat er gebeurt. Een automatische ontvangstbevestiging, duidelijke reactietijd en eenvoudige afspraakroute geven zekerheid. Bij persoonlijke begeleiding is die eerste toon belangrijk: warm, professioneel en zonder een lange vragenlijst voordat iemand weet of het past. Bepaal welke informatie jij nodig hebt om te kunnen reageren en wat pas tijdens een intake hoeft. Maak ook één vriendelijke follow-up wanneer iemand niet reageert. Zo voorkom je dat geïnteresseerden verdwijnen omdat het proces te veel moeite kost.

PRAKTIJKVOORBEELD

“Dank je voor je bericht. Ik reageer binnen één werkdag. We bespreken kort je vraag en kijken daarna of een Reiki-, NEI- of ander consult passend is.”

Pas het toe op jouw praktijk

1. Wat ontvangt iemand direct na een aanvraag?
2. Binnen welke termijn reageer ik?
3. Welke informatie vraag ik vóór boeken?

Typ hier je antwoorden op de vragen hierboven in één doorlopend tekstblok.

Kopieer straks eerst de AI-prompt en plak daarna deze complete uitwerking eronder.

AI-PROMPT

Schrijf mijn opvolgroute: ontvangstbevestiging, persoonlijke reactie, afspraakvoorstel en één vriendelijke follow-up.

1. Kopieer deze prompt naar je AI-tool. 2. Plak daarna je complete uitwerking uit het vak erboven eronder.

Reviews & aanbevelingen

Ervaringen van anderen helpen nieuwe cliënten onzekerheid te verkleinen.



WAT JE MOET WETEN

Reviews zijn vooral waardevol wanneer ze concrete twijfel beantwoorden. “Heel fijn” is positief, maar zegt weinig over wat iemand kan verwachten. Vraag cliënten daarom om een eerlijke ervaring en geef eventueel open vragen als hulpmiddel. Denk aan: wat maakte dat je hulp zocht, hoe heb je de begeleiding ervaren en wat was voor jou waardevol? Laat mensen zelf kiezen wat ze willen delen en respecteer privacy. Gebruik reviews op je Google-profiel én op plekken op je website waar iemand twijfelt, bijvoorbeeld bij je aanbod. Ga zorgvuldig om met uitspraken over gezondheid of genezing.

PRAKTIJKVOORBEELD

Een review die benoemt dat iemand vooraf sceptisch was over NEI, maar de heldere uitleg prettig vond, kan voor een vergelijkbare nieuwe cliënt veel herkenning geven.

Pas het toe op jouw praktijk

1. Wanneer is een natuurlijk moment om een review te vragen?
2. Welke open vragen kan ik meegeven?
3. Waar kunnen reviews onzekerheid wegnemen?

Typ hier je antwoorden op de vragen hierboven in één doorlopend tekstblok.

Kopieer straks eerst de AI-prompt en plak daarna deze complete uitwerking eronder.

AI-PROMPT

Schrijf een kort reviewverzoek met drie optionele open vragen. Maak het uitnodigend, niet dwingend en zonder te sturen op een positieve beoordeling.

1. Kopieer deze prompt naar je AI-tool. 2. Plak daarna je complete uitwerking uit het vak erboven eronder.

Doorverwijzers & samenwerkingen

Andere professionals kunnen een belangrijke route naar jouw praktijk zijn.

WAT JE MOET WETEN

Veel cliënten komen via iemand die ze al vertrouwen. Daarom kunnen samenwerkingen een goede manier zijn om nieuwe mensen met je praktijk kennis te laten maken. Denk aan yogadocenten, coaches, fysiotherapeuten, masseurs, voedingsprofessionals of andere therapeuten. Kies partners op basis van echte overlap in doelgroep en waarden. De beste eerste stap is niet vragen om verwijzingen, maar elkaars werk leren kennen. Leg duidelijk uit wanneer jouw begeleiding wel en niet passend is. Maak doorverwijzen eenvoudig met een korte uitlegpagina of digitaal kaartje. Houd bij welke contacten daadwerkelijk nieuwe aanvragen opleveren.

PRAKTIJKVOORBEELD

Een yogadocent ontmoet regelmatig deelnemers die langdurig gespannen zijn. Als jouw NEI- of Reiki-aanbod daarop aansluit, kan een inhoudelijke kennismaking een natuurlijke samenwerking opleveren.

Pas het toe op jouw praktijk

1. Welke professionals spreken mijn doelgroep al?
2. Wat kan ik zelf bijdragen aan een samenwerking?
3. Hoe leg ik mijn aanbod in twee zinnen uit?

Typ hier je antwoorden op de vragen hierboven in één doorlopend tekstblok.

Kopieer straks eerst de AI-prompt en plak daarna deze complete uitwerking eronder.

AI-PROMPT

Bedenk 10 realistische samenwerkingspartners voor mijn praktijk en schrijf een korte, niet-commerciële eerste benadering voor de beste 3.

1. Kopieer deze prompt naar je AI-tool. 2. Plak daarna je complete uitwerking uit het vak erboven eronder.

E-mail & bestaande contacten

Je hoeft niet steeds een nieuw publiek te zoeken.

WAT JE MOET WETEN

Mensen die zich vrijwillig voor je nieuwsbrief hebben aangemeld of eerder interesse toonden, kennen je al. Dat maakt e-mail waardevol voor een kleinschalige praktijk. Je hoeft niet wekelijks een lange nieuwsbrief te schrijven. Kies een eenvoudig format dat je kunt volhouden: één bruikbare uitleg, één praktijkupdate en één vervolgstap. Verwijs bijvoorbeeld naar een nieuw artikel, beschikbare plekken of een veelgestelde vraag. Houd rekening met toestemming en maak afmelden eenvoudig. Een kleine betrokken lijst kan meer opleveren dan duizenden vluchtige volgers.

PRAKTIJKVOORBEELD

Een maandelijkse mail over “Wat kun je verwachten van een eerste Reiki-sessie?” kan informatie geven, vertrouwen opbouwen en doorlinken naar je aanbod.

Pas het toe op jouw praktijk

1. Welke mensen mag ik nu al mailen?
2. Welke vaste rubrieken maken schrijven makkelijk?
3. Welke frequentie kan ik 6 maanden volhouden?

Typ hier je antwoorden op de vragen hierboven in één doorlopend tekstblok.

Kopieer straks eerst de AI-prompt en plak daarna deze complete uitwerking eronder.

AI-PROMPT

Maak een simpel nieuwsbrief-format voor mijn praktijk met drie vaste blokken en zes mogelijke onderwerpen voor de komende maanden.

1. Kopieer deze prompt naar je AI-tool. 2. Plak daarna je complete uitwerking uit het vak erboven eronder.

Kan ik dit zo publiceren?

Zorgvuldige marketing is extra belangrijk bij gezondheid en welzijn.

WAT JE MOET WETEN

Schrijf zorgvuldig over wat jouw behandeling of begeleiding kan betekenen. Vermijd garanties en medische claims die je niet kunt onderbouwen. Vermijd absolute beloften als “geneest”, “lost op” of “werkt altijd”. Beschrijf liever voor wie je begeleiding bedoeld is, hoe je werkt en welke ondersteuning je biedt. Bescherm privacy en gebruik herkenbare cliëntverhalen alleen met passende toestemming. Controleer ook teksten die met AI zijn gemaakt. Een model kan overtuigend klinken en toch een claim toevoegen die niet bij jouw werkwijze past. Maak daarom vóór publicatie een vaste check: klopt de inhoud, is de formulering zorgvuldig, is privacy beschermd en kun je dit professioneel verantwoorden?

PRAKTIJKVOORBEELD

“Reiki geneest stress” is een ongeschikte belofte. “Reiki wordt in mijn praktijk ingezet als energetische begeleiding voor mensen die meer rust zoeken” is voorzichtiger en duidelijker.

Pas het toe op jouw praktijk

1. Welke zin in mijn marketing is mogelijk te stellig?
2. Gebruik ik cliëntinformatie waarvoor toestemming nodig is?
3. Welke AI-tekst moet ik nog controleren?

Typ hier je antwoorden op de vragen hierboven in één doorlopend tekstblok.

Kopieer straks eerst de AI-prompt en plak daarna deze complete uitwerking eronder.

AI-PROMPT

Controleer mijn tekst op te stellige gezondheidsclaims, privacyrisico's en onbevestigde AI-informatie. Stel waar nodig een zorgvuldiger alternatief voor.

1. Kopieer deze prompt naar je AI-tool. 2. Plak daarna je complete uitwerking uit het vak erboven eronder.

Wat levert je marketing op?

Meet niet alles - meet wat je helpt betere keuzes te maken.

WAT JE MOET WETEN

Likes en volgers voelen zichtbaar, maar zeggen weinig over nieuwe cliënten. Kies daarom cijfers die dichterbij je doel liggen: websitebezoekers, contactaanvragen, kennismakingen, nieuwe cliënten en herkomst. Kijk ook naar verhoudingen. Als veel mensen je website bezoeken maar bijna niemand contact opneemt, is méér verkeer niet automatisch de oplossing. Misschien is je aanbod onduidelijk of ontbreekt vertrouwen. Krijg je wel aanvragen maar weinig afspraken, dan ligt de verbetering mogelijk in opvolging. Door maandelijks een klein dashboard bij te houden, zie je patronen en kun je gericht experimenteren.

PRAKTIJKVOORBEELD

Je Instagram-bereik daalt, maar Google levert meer aanvragen op. Dan is het logisch om je tijd niet automatisch in extra social posts te stoppen, maar lokale vindbaarheid verder te versterken.

Pas het toe op jouw praktijk

1. Welke drie cijfers zeggen het meest over mijn doel?
2. Waar kwamen mijn laatste vijf cliënten vandaan?
3. Welk onderdeel wil ik volgende maand verbeteren?

Typ hier je antwoorden op de vragen hierboven in één doorlopend tekstblok.

Kopieer straks eerst de AI-prompt en plak daarna deze complete uitwerking eronder.

AI-PROMPT

Maak een eenvoudig maanddashboard voor mijn praktijk met maximaal zes meetpunten. Voeg per meetpunt toe welke beslissing ik ermee kan nemen.

1. Kopieer deze prompt naar je AI-tool. 2. Plak daarna je complete uitwerking uit het vak erboven eronder.

AI voor je praktijk

Gebruik AI als sparringpartner, redacteur en structuurhulp.

WAT JE MOET WETEN

AI kan je veel schrijf- en denkwerk uit handen nemen, maar de kwaliteit hangt af van de informatie die jij meegeeft. Gebruik het voor brainstormen, analyseren, structureren en herschrijven - niet als automatische bron van vakinhoud. Geef aan wat voor praktijk je hebt, wie je doelgroep is, wat je doel is en welke toon je wilt. Deel geen vertrouwelijke cliëntgegevens. Laat AI vragen stellen wanneer context ontbreekt en controleer alles vóór publicatie. Een goede werkwijze is: jij maakt de inhoudelijke basis, AI helpt die scherper en duidelijker te maken, jij doet de eindcontrole.

PRAKTIJKVOORBEELD

In plaats van “Schrijf een blog over Reiki” geef je een echte cliëntvraag, jouw kernantwoord en de gewenste structuur. Zo blijft de inhoud dicht bij jouw praktijk.

Pas het toe op jouw praktijk

1. Welke marketingtaak kost mij nu veel tijd?
2. Welke informatie moet ik altijd zelf aanleveren?
3. Welke gegevens wil ik nooit in AI invoeren?

Typ hier je antwoorden op de vragen hierboven in één doorlopend tekstblok.

Kopieer straks eerst de AI-prompt en plak daarna deze complete uitwerking eronder.

AI-PROMPT

Bedenk vijf praktische AI-workflows voor mijn praktijk die tijd besparen zonder dat AI mijn vakinhoud of cliëntgegevens overneemt.

1. Kopieer deze prompt naar je AI-tool. 2. Plak daarna je complete uitwerking uit het vak erboven eronder.

AI-promptbibliotheek: de basis

Een goede prompt voorkomt algemene, inwisselbare output.



WAT JE MOET WETEN

Een bruikbare prompt bevat vier onderdelen. Context: wat voor praktijk heb je en voor wie werk je? Taak: wat moet AI precies doen? Randvoorwaarden: welke toon, lengte, woorden of claims zijn wel en niet gewenst? Output: hoe wil je het resultaat ontvangen? Voeg je eigen broninformatie toe wanneer het over jouw werkwijze gaat. Vraag AI bij complexe taken eerst om analyse en pas daarna om een nieuwe tekst. Zo voorkom je dat een assistent gaten zelf invult en informatie verzint.

PRAKTIJKVOORBEELD

“Analyseer onderstaande NEI-aanbodpagina. Doelgroep: vrouwen 35-55 met terugkerende stresspatronen. Benoem eerst onduidelijkheden. Herschrijf daarna alleen de zwakke delen. Geen medische claims.”

Pas het toe op jouw praktijk

1. Welke context vergeet ik vaak mee te geven?
2. Welke vaste stijlregels wil ik opnemen?
3. Welke outputvorm bespaart mij het meeste werk?

Typ hier je antwoorden op de vragen hierboven in één doorlopend tekstblok.

Kopieer straks eerst de AI-prompt en plak daarna deze complete uitwerking eronder.

AI-PROMPT

Maak van mijn ruwe opdracht een complete prompt met context, taak, randvoorwaarden, broninformatie en gewenste output.

1. Kopieer deze prompt naar je AI-tool. 2. Plak daarna je complete uitwerking uit het vak erboven eronder.

AI voor content en schrijven

Laat AI je helpen structureren zonder je eigen stem kwijt te raken.

WAT JE MOET WETEN

AI is vooral sterk vóór en na het echte schrijfwerk. Vooraf kan het onderwerpen ordenen en een opzet voorstellen. Achteraf kan het vaktaal signaleren, herhaling verminderen en titels verbeteren. De kerninhoud komt idealiter van jou: een echte cliëntvraag, jouw uitleg, je ervaring en voorbeelden uit je praktijk. Juist bij persoonlijke begeleiding is die eigen nuance belangrijk. Wanneer je AI vanaf een lege pagina alles laat bedenken, krijg je snel algemeen klinkende teksten die ook bij twintig andere praktijken zouden passen.

PRAKTIJKVOORBEELD

Neem een voice note waarin je uitlegt wat een eerste NEI-sessie inhoudt. Laat AI daar een logische blogstructuur van maken, voeg zelf voorbeelden toe en laat AI daarna redigeren.

Pas het toe op jouw praktijk

1. Welke cliëntvraag wil ik uitwerken?
2. Wat is mijn eigen kernantwoord?
3. Welke voorbeelden of nuances kan alleen ik toevoegen?

Typ hier je antwoorden op de vragen hierboven in één doorlopend tekstblok.

Kopieer straks eerst de AI-prompt en plak daarna deze complete uitwerking eronder.

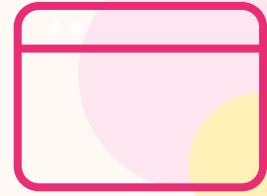
AI-PROMPT

Maak van mijn antwoorden een contentopzet. Voeg geen nieuwe vakinhoud toe. Markeer plekken waar mijn eigen voorbeeld, ervaring of nuance nodig is.

1. Kopieer deze prompt naar je AI-tool. 2. Plak daarna je complete uitwerking uit het vak erboven eronder.

AI voor SEO en social media

Hergebruik inhoud slim zonder overal hetzelfde te publiceren.



WAT JE MOET WETEN

AI kan bestaande content efficiënt omzetten naar andere vormen. Een goed artikel kan bijvoorbeeld de basis worden voor FAQ's, een nieuwsbrief, een Instagram-post en een korte video. Voor SEO kan AI zoekvragen groeperen en mogelijke subonderwerpen aandragen. Controleer wel of die vragen werkelijk relevant zijn voor jouw cliënten. Geef je kernboodschap en broninhoud mee, zodat de output herkenbaar blijft. Social media hoeft dan niet steeds met een leeg document te beginnen. Je bouwt voort op kennis die al op je website staat.

PRAKTIJKVOORBEELD

Een blog "Wat kun je verwachten van een Reiki-sessie?" kan worden omgezet naar drie FAQ's, een carrousel, een e-mail en een videoscript met dezelfde inhoudelijke basis.

Pas het toe op jouw praktijk

1. Welke bestaande pagina kan ik hergebruiken?
2. Welke drie vormen passen het beste bij mijn kanalen?
3. Welke informatie mag AI niet aanpassen?

Typ hier je antwoorden op de vragen hierboven in één doorlopend tekstblok.

Kopieer straks eerst de AI-prompt en plak daarna deze complete uitwerking eronder.

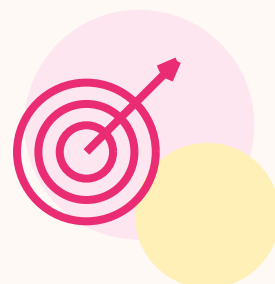
AI-PROMPT

Hergebruik mijn tekst in vier vormen: FAQ, nieuwsbrief, korte social post en videoscript. Houd alle feitelijke inhoud gelijk en voeg geen nieuwe claims toe.

1. Kopieer deze prompt naar je AI-tool. 2. Plak daarna je complete uitwerking uit het vak erboven eronder.

Jouw 30-dagenplan

Vier weken. Kleine acties. Geen onhaalbare marketinglijst.



Kies iedere week één onderwerp en maximaal twee acties. Houd het klein genoeg om het ook echt uit te voeren. Na 30 dagen heb je vier kleine ideeën om je marketing te verbeteren en de eerste stappen gezet.

WEEK 1

Doelgroep, aanbod & boodschap

WEEK 2

Website & conversie

WEEK 3

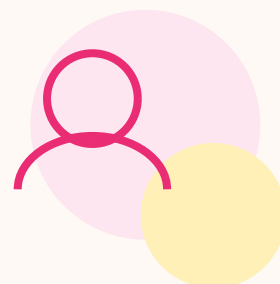
Google, SEO & zichtbaarheid

WEEK 4

Reviews, relaties & routine

Checklist: maak je praktijk bekend

Een praktische eindcheck van je basis.



- | | |
|--|---|
| ☐ Mijn doelgroep is in gewone taal beschreven. | ☐ Mijn belangrijkste pagina's beantwoorden echte cliëntvragen. |
| ☐ Mijn aanbod vermeldt vorm, duur, prijs/prijsroute en eerste stap. | ☐ Mijn social/content heeft drie terugkerende thema's. |
| ☐ Mijn homepage maakt binnen enkele seconden duidelijk wat ik doe. | ☐ Mijn aanvraag- en opvolgroute is duidelijk. |
| ☐ Mijn plaats/regio is zichtbaar op mijn website. | ☐ Ik weet welke samenwerkingspartners relevant zijn. |
| ☐ Mijn Google Bedrijfsprofiel is compleet en actueel. | ☐ Ik meet waar nieuwe cliënten vandaan komen. |
| ☐ Ik heb recente reviews en een manier om nieuwe reviews te vragen. | ☐ Ik controleer claims, privacy en AI-output vóór publicatie. |

MIJN TOP 3 VOOR DE KOMENDE MAAND

Inspiratie voor online zichtbaarheid

Kies wat past. Je hoeft niet alles te doen.

WEBSITE

Beantwoord één veelgestelde vraag uitgebreid.

GOOGLE

Plaats nieuwe praktijkfoto's of werk je diensten bij.

REVIEW

Vraag één cliënt om een eerlijke ervaring.

BLOG

Werk één terugkerende hulpvraag uit.

SOCIAL

Hergebruik een alinea uit je website als post.

VIDEO

Beantwoord in 60 seconden één praktische vraag.

E-MAIL

Stuur één nuttige uitleg naar je lijst.

SAMENWERKING

Plan een kennismaking met een lokale professional.

FAQ

Leg uit wat iemand bij een eerste sessie kan verwachten.

OVER MIJ

Deel één relevante keuze uit jouw professionele verhaal.

AANBOD

Maak prijs, duur of vervolgstap duidelijker.

LOKAAL

Controleer plaatsnaam, route en bereikbaarheid.

DE 3 IDEEËN DIE IK KIES:

Marketingroutine + notities

Zichtbaarheid wordt lichter wanneer je niet steeds opnieuw hoeft te beginnen.



Een klein ritme dat je kunt volhouden

Kies wekelijks één zichtbaarheidstaak en één relatie- of opvolgtaak. Kijk maandelijks naar aanvragen, reviews, website en Google-profiel. Een rustig ritme dat je uitvoert is waardevoller dan een ambitieus schema dat na twee weken stopt.

MIJN VASTE ROUTINE

NOTITIES & VOLGENDE ACTIES

Wil je weten wat **jouw praktijk** nu nodig heeft?

In een gratis adviesgesprek kijken we samen naar jouw praktijk, aanbod en vragen. Zodat jij precies weet welke stappen je kunt zetten om beter zichtbaar te worden en de **juiste klanten** aan te trekken.



Plan je gratis adviesgesprek



PERSOONLIJK

We kijken naar jouw praktijk, aanbod en vragen.



CONCREET

Je krijgt duidelijke verbeterpunten waar je direct mee verder kunt.



PRAKTISCH

Je weet welke stappen je kunt nemen om jouw praktijk beter op de kaart te zetten.



PLAN JE GRATIS ADVIESGESPREK

<https://calendly.com/lindanoijs/30min>



Persoonlijk advies • gericht op jouw praktijk
altijd concrete stappen waar je mee verder kunt

