



VAK EN VERKOOP

REDACTIONEEL

Coaching is sinds het eind van de jaren tachtig uit de kinderschoenen gegroeid. Op weg naar volwassenheid groeiden ook de mogelijkheden tot professionalisering en de markt daarvoor; van basisopleidingen tot *masterclasses*, van certificering tot methodiekontwikkeling. Dragen deze programma's bij aan de ontwikkeling van ons vak of leiden ze ons enkel van de ene trend naar de andere hype?

Steevast heb ik me betrokken gevoeld bij het kwalitatief verbeteren van ons vakgebied; elke nieuwe ontwikkeling kon op mijn participatie rekenen. Echter bij de actuele ontwikkeling van 'de coach als ondernemer' voel ik geen enkel verlangen om een bijdrage te leveren. Ik heb er niets op tegen dat coaches met coaching hun geld verdienen; het laat zien dat we een bijdrage leveren aan de samenleving. Ik heb er ook niets op tegen om coaches te leren hoe ze méér geld kunnen verdienen: mogelijkheden vragen om benut te worden.

Het overdadige aanbod aan programma's op het gebied van *branding*, leren jezelf te verkopen, marketing, enzovoort, lijkt ervan uit te gaan dat coaches hier in tijden van crisis behoefte aan hebben. Enige moeite met het verkopen van je product wordt veelal toegeschreven aan persoonlijke onkunde en niet aan veranderingen in de wereld of in de behoeften van onze klanten. Het ligt gewoon aan jezelf, aan jouw nog niet ontwikkelde competenties als ondernemer. Maar daar kun je gelukkig iets aan doen! Schrijf je nu in voor... Alsof de krimpende markt voor wekkers en fotorolletjes wordt veroorzaakt door ondernemers die zichzelf niet goed weten te

verkopen. De vanzelfsprekendheid waarmee het recept wordt gekoppeld aan de kwaal, doet in mijn ogen geen recht aan wat er aan de hand is.

Schreeuwende *slogans* benadrukken dat je met minder werken meer geld kunt verdienen. Dat 'meer geld verdienen' in deze programma's het voornaamste doel in mijn vak lijkt te zijn, gaat me echt aan het hart. Ik voel me bevoorrecht dat ik coach ben! Alles waarin ik geïnteresseerd ben, kan ik koppelen aan belangrijke waarden en mijn kwaliteiten mag ik inzetten voor mensen die daarom vragen. Ik leer van alles wat ik lastig vind en die lessen kan ik vertalen in een product waar ook collega's mee kunnen werken. Daar ben ik dankbaar voor.

Natuurlijk moet je aandacht besteden aan je positionering en aan de profilering van je producten. Natuurlijk moet je zorgen dat je kunt – blijven – werken. Een winkel zonder etalage trekt immers weinig klanten. Ontwikkel je als ondernemer, maar zorg wel dat de energie die je steekt in de verkoop van je producten in evenwicht is met de aandacht voor het ambachtelijke werk zelf. Zoals Simon Sinek stelt in zijn TEDx-lezing 'Start with Why': "*Profit is always just a result, not a goal.*" Professionaliseer je als goed verkopende ondernemer, zolang jou dat inspireert. Maar zodra je het vertrouwen in jezelf of je vak verliest, zoek dan liever een professionele coach!

Check voor de aardigheid eens de tekst van het liedje 'Pricetag' van Jessie J.

Marjo Korrel is ondernemende professional en TvC-redactielid. www.deinthe.nl