

## Intuïtieve Marketing

### Wat is Marketing

Marketing zijn de activiteiten die erop gericht zijn de ruil van producten of diensten te bevorderen. Dit is een definitie die het bedrijf en het product als uitgangspunt heeft.

Tegenwoordig richt marketing zich veel meer op het inspelen op een behoefte en het toevoegen van waarde.

De traditionele 4P's geven een goed beeld van waar marketing over gaat:

1. De eerste P betreft het eigenlijke product ofwel datgene wat verkocht moet worden. Hierbij draait het er vooral om hoe dit product aansluit bij de wensen en behoeften van de klant. Hierbij gaat het echter ook om zaken die om het product heen ontwikkeld worden zoals service, loyaliteitsprogramma's en diensten. Bij diensten is het product de dienst, maar kan deze ook uitgebreid worden met abonnementen, pakketjes van diensten of informatieproducten zoals een boek of nieuwsbrief.
2. De tweede P betreft de prijs of het prijsbeleid. Niet alleen is de prijs het uiteindelijke resultaat van een succesvolle marketinginspanning (in de vorm van de betaling voor het product of de dienst), ook is prijs een duidelijke signalering van eigenschappen van het product. Hoge prijzen geven vaak het signaal af dat de kwaliteit van het product of dienst ook hoog is. Bij deze P denk je ook na over kortingen die je wilt geven. Hiermee trek je klanten over een streep, maar je geeft ook aan dat je product of dienst niet zoveel waard is als je in eerste instantie deed geloven.
3. De derde P betreft de promotie. Hieronder vallen onder meer adverteren, verkooppromoties in de winkel, publiciteit en persoonlijke verkoop. Ook internetmarketing valt hier onder.
4. De laatste P wordt in het Nederlands vaak vertaald als plaats. Het betreft een enigszins gezochte vertaling van het Engelse *placement* en gaat over de plek waar het product verkocht wordt. Hieronder vallen naast de locatie waar het product verkocht wordt ook zaken als het distributiekanaal of de partners via welke je je diensten of product verkoopt. Ook de doelgroepkeuze valt onder deze P.

Later zijn er veel meer P's bij bedacht die allemaal hun waarde hebben in de marketing: Proces, Pak verpakking), Partners, Pay-off, Positionering.

### Wat is intuïtie?

Intuïtie wordt in het woordenboek gedefinieerd als "directe kennis" of "iets te weten komen zonder bewust gebruik te maken van het verstand". Je gebruikt dus geen analyse, stappenplan of rationele methode om tot kennis of inzicht te komen, maar een andere bron. Er zijn veel theorieën over hoe dit precies werkt en intuïtie wordt ook vaak afgedaan als toeval, of fantasie. Bepaal zelf in welke mate je er gebruik van wilt maken. Experimenteer ermee en kijk in welke mate het voor je werkt.

Ruth Cohn, een Zwitserse psychotherapeute, definieert intuïtie als "een uniek gecompliceerd vermogen tot spontane kennis, steunend op: helderheid van waarnemen, adequate opeenstapeling van bij elkaar horende feiten, getraind denken, niet geblokkeerde en alerte emoties. Het gedijt door acceptatie van jezelf en anderen, bewust aanwezig zijn, rust. Intuïtie is de vijand van vooroordelen, sociale conventies en leeft in vrijheid, spelplezier, gevoel voor verrassingen.

### Basishouding voor gebruik van je intuïtie

Bij het gebruik van je intuïtie zijn een aantal basishoudingen belangrijker:

- ◆ Zonder oordeel. Intuïtie vraagt erom dat je geen oordelen hebt. Niet over de ander, niet over jezelf en zeker niet over de signalen van je intuïtie.
- ◆ In contact zijn, contact maken en contact houden. Alleen in verbinding met de ander, maar vooral ook in verbinding met jezelf kan je intuïtie als instrument inzetten.
- ◆ Niets willen bereiken, niet willen scoren. Door je te richten op een resultaat, verkramp je vaak en dat remt de intuïtie. Ga ervan uit dat je dat zal bereiken wat noodzakelijk is.
- ◆ Impulsen durven volgen. Dit is een belangrijke basishouding. Je impulsen kunnen namelijk ingaan tegen wat jij normaal, logisch of passend in de methode vindt. Durf deze impuls dan toch te volgen.
- ◆ Vertrouw op jezelf. Alleen door op jezelf te vertrouwen kun je ruimte bieden aan je intuïtie. Dit vertrouwen kun je opbouwen door te experimenteren en te oefenen.

### Gedachten tot rust brengen

Een essentiële voorwaarde voor de inzet van je intuïtie is het tot rust brengen van je gedachten. Hiervoor zijn verschillende manieren. Ontdek de manier die bij jou past.

- ◆ Meditatie. Bij meditatie richt je je aandacht op één ding. Je focust. Hiervoor kun je een woord kiezen, een kaarsvlam, je ademhaling of iets anders dat jou helpt om te focussen. Zodra je dit gaat doen merk je dan je onrustig wordt. Je ontdekt spanning in je lijf, je krijgt gedachten en je voelt bepaalde emoties. Dat is goed! Laat ze er gewoon zijn. Ervaar dat je ze hebt. Als je ze gaat wegduwen of negeren, worden ze alleen maar groter en gaan ze je in de weg zitten.

Laat vervolgens deze gedachten, emoties of lichamelijke ongemakken los. Je kunt bijvoorbeeld een douche boven je voorstellen die alles afspoelt en meeneemt in een putje de aarde in. Je kunt ook al je spieren aanspannen en weer ontspannen. Gedachten kun je als een

wolk voorbij laten drijven of je geeft ze een 'label' waarna ze gemakkelijker verdwijnen. Als je aan de vuilniszak denkt die vervangen moet worden geef je dit bijvoorbeeld het label 'huishouden'.

- ◆ Oefeningen. Je kunt bijvoorbeeld yogaoefeningen doen om je gedachten tot rust te brengen. Een oefening die goed werkt is de volgende:  
Beweeg je kin naar je borst en leg vervolgens je hoofd in je nek. Herhaal deze beweging rustig 6x.  
Beweeg vervolgens je linkeroor naar je linkerschouder en dan je rechteroor naar je rechterschouder. Herhaal dit ook 6x.  
Je zult merken dat je gedachten rustiger zijn geworden.
- ◆ Een wandeling in de natuur. Door te bewegen ontspant je geest zich. Zeker als je dat in de natuur doet, omdat je dan de rust van de natuur in je eigen systeem brengt.

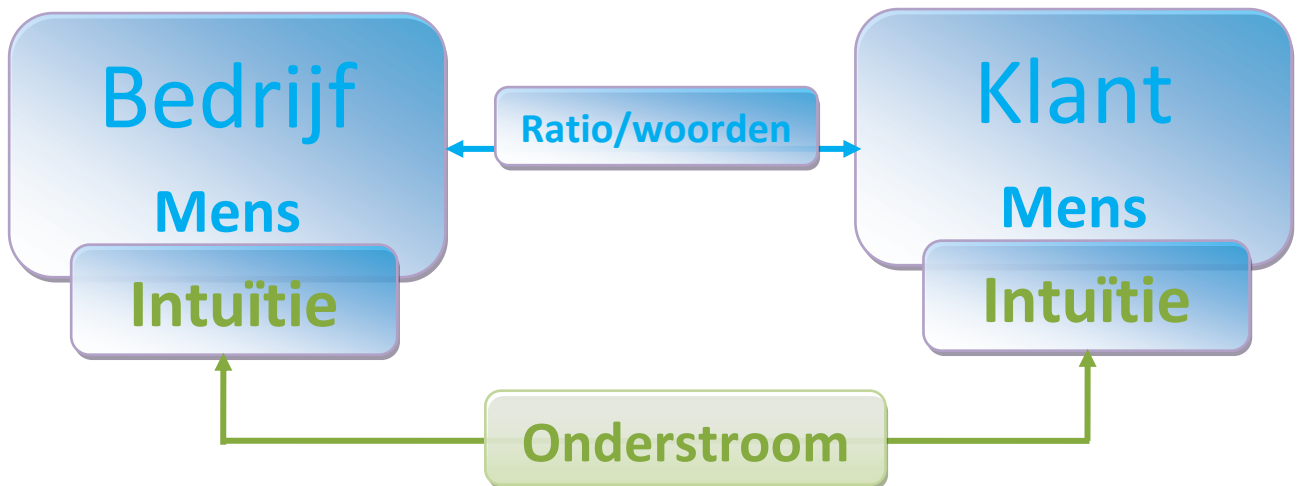
### Wat is intuïtieve marketing?

Door je intuïtie in te zetten bij het benaderen van je klanten en alle andere activiteiten die tot doel hebben je product of dienst te ruilen voor geld kun je een nieuw spectrum aan hulpmiddelen aanboren in je marketing.

Het model op de volgende pagina laat zien hoe intuïtie zich verhoudt tot meer rationele methoden zoals de 4 P's. Met behulp van je intuïtie kun je contact maken met de energetische onderstroom, het onderbewuste. Hierdoor kun je veel sneller signalen oppikken en kun je veel gemakkelijker weten wat de goede aanpak is of juist niet. Ook kun je door middel van je intuïtie signalen uitzenden naar de markt op dit energetische niveau. Deze signalen, is mijn ervaring, zijn altijd krachtiger dan wat je in woorden uitzendt. Het mooiste is natuurlijk als onderbewuste en bewuste signalen dezelfde boodschap uitzenden.

In mijn workshop "Intuïtieve Marketing" en in mijn coaching zie ik regelmatig dat er onderbewust echter hele andere signalen worden uitgezonden. Dan is de ondernemer heel erg bang voor succes, of is hij nog helemaal niet klaar voor veel klanten, of mag de ondernemer van zichzelf eigenlijk geen geld verdienen of weet hij eigenlijk niet zeker of dit wel het product of dienst is waarmee hij de markt in wil.

Daarom is het zinvol om ook naar die onderbewuste, energetische laag te kijken als je met ondernemen in het algemeen of marketing in het bijzonder aan de slag gaat.



### Grip op de onderstroom

Er zijn verschillende manieren om contact te maken met de onderstroom en om de energetische onderstroom te gebruiken in je marketing.

- ◆ Marketingopstellingen.

Hierbij zet je mensen in de ruimte die elementen van jouw marketing representeren. Bijvoorbeeld je bedrijf, je product, de klant en jezelf. Vervolgens geven deze mensen informatie over hoe ze zich op die plek voelen en wat er nodig is om het systeem meer in evenwicht te brengen zodat ook de relatie van jouw bedrijf met de potentiële klanten weer in evenwicht is.

Eenzijds geeft deze methode inzicht in wat er speelt bij de ander doordat de representanten die informatie geven. Anderzijds kun je opstellingen ook gebruiken om informatie uit te zenden in de onderstroom door bijvoorbeeld representanten te verplaatsen of uitspraken naar elkaar te laten doen.

- ◆ Visualisaties

Door in een geleide meditatie beelden op te laten komen, krijg je toegang tot de onderstroom. Zo kun je op een eenvoudige manier informatie vergaren die je anders niet of moeilijk zou kunnen krijgen. Ook kun je in een visualisatie een gewenst beeld creëren en je zult merken dat dit ook vorm zal krijgen in de fysieke wereld.

- ◆ Intuïtiekaarten

Je kunt als je een (marketing)vraag hebt ook een intuïtiekaart trekken. Deze geeft, afhankelijk van het type kaart dat je gebruikt, vaak verbluffend inzicht in wat je kunt doen of juist zou moeten laten.

Bij al deze methoden is het van belang je te realiseren dat intuïtie iets is waar je mee moet experimenteren en spelen. Het is niet altijd direct helder hoe jouw intuïtie met je communiceert.

## Meer doen met je intuïtie

Als je meer wilt doen met je intuïtie kun je op diverse manieren je intuïtie verder ontwikkelen. Wil je specifiek aan de slag om je intuïtie zakelijk in te zetten, dan kun je terecht bij een van mijn workshops en trainingen. Kijk hiervoor op de website [www.IntuïtiefOndernemen.nl](http://www.IntuïtiefOndernemen.nl).

Er zijn ook veel boeken over dit onderwerp.

## Boeken over intuïtie, je onderbewuste en intuïtief ondernemen

- ◆ Flow en de kunst van het zakendoen, Jan Bommerez. Een heel goed boek over zelfontwikkeling als weg naar het gebruik van meer intuïtie in je werk (vooral gericht op ondernemen en verkopen)
- ◆ Het spel tussen bewuste en onbewuste, Paul Liekens. Een NLP kijk op het onbewuste en intuïtie.
- ◆ Gebruik je intuïtie, Kathryn Harwig. Een praktisch boek met een soort cursus hoe je je intuïtie verder kunt ontwikkelen
- ◆ Het slimme onbewuste, Ap Dijksterhuis. Een psychologisch onderzoek naar de rol van je onbewuste in je leven. Met een wel heel interessante conclusie.
- ◆ De kracht van het Nu, Eckhart Tolle. In dit boek beschrijft Eckhart Tolle hoe je los kunt komen van je analytische geest. Dat is één van de belangrijke voorwaarden om bij je intuïtie te komen.
- ◆ De stilte spreekt, Eckhart Tolle. Nog een boek van deze schrijver. Stilte is ook een hele mooie ingang voor je intuïtie.
- ◆ De hele olifant in beeld, Marja de Vries. In dit boek heeft Marja alle inzichten uit verschillende religies en wijsheidstradities gebundeld tot een aantal wetten. Vervolgens heeft ze in de wetenschappelijke literatuur gezocht naar bewijsmateriaal voor deze wetmatigheden. Wat hieruit volgt is een interessant overzicht van de universele wetten in ons leven en de wetenschappelijke onderbouwing daarvan.

## Boeken over creëren vanuit je onderbewuste of met je intuïtie

- ◆ De creatiespiraal, Marinus Knoope. Een klassieker over het vervullen van je wensen door gebruik te maken van intuïtie en synchroniciteit
- ◆ Stap voor stap van wens naar werkelijkheid, Geert Kimpen. Hij beschrijft hierin 10 'wetten' die je helpen om je eigen werkelijkheid te creëren.
- ◆ Het geluk in jezelf, Deepak Chopra. Veel boeken van hem zijn interessant. Dit boek gaat specifiek over hoe mensen in elkaar zitten en hoe je geluk kunt ervaren.
- ◆ The Deeper Secret (NL), Annemarie Postma. Een verdieping op The Secret waarbij Annemarie een aantal extra wetten toevoegt die je helpen om jouw eigen wereld te scheppen.
- ◆ Het grote boek van de creativiteit, George Parker. George is een zeer boeiend spreker en illusionist. In dit boek geeft hij een handleiding om te creëren gebaseerd op een aantal interessante uitgangspunten.
- ◆ De essentie van Synchronisch leven, Deepak Chopra. In dit boek licht Deepak toe hoe synchroniciteit ontstaat en hoe je het kunt gebruiken. Synchroniciteit is betekenisvol toeval en is zeer direct gekoppeld aan het gebruik van je intuïtie.

- ◆ De kracht van beelddenken, Ghislaine Bromberger. In dit boek geeft ze handleiding hoe je visualisaties en andere beelddenktechnieken in kunt zetten om in groepen tot strategievorming te komen.

### Boeken over bedrijfsopstellingen

- ◆ Dynamiek in familiebedrijven, Dynamiek in familiebedrijven. Dit boek gaat in op de typische eigenschappen van familiebedrijven waarbij familierelaties en –loyaliteit verward kan raken met zakelijke relaties en loyaliteit. Het boek geeft ook inzicht hoe je in familiebedrijven het bedrijfsbelang en het familiebelang in het juiste perspectief kunt plaatsen.
- ◆ Het succes van organisatieopstellingen, Bert Hellinger, Guntard Weber. In dit boek zijn diverse workshops van Bert Hellinger rondom organisatieopstellingen vastgelegd. Het geeft inzicht in de methodiek en in de inzichten die daaruit zijn ontstaan.
- ◆ Systemische Organizeeropstellingen, M. Holitzka. Dit boek beschrijft de wetmatigheden van bedrijven vanuit een systemisch perspectief. Het geeft inzicht in de principes die ‘onder water’ spelen in bedrijven en tussen bedrijven.
- ◆ Systemisch Adviseren, Siebke Kaat. Dit boek geeft je handvatten hoe je zonder de methodiek van opstellingen toch de kracht van deze zienswijze kunt gebruiken in het kijken naar en werken aan organisaties.
- ◆ Vleugels voor verandering, Jan Jacob Stam. In dit boek neemt Jan Jacob Stam je mee in een eigentijdse kijk op organisatieverandering en –ontwikkeling. Hij beschrijft problemen die veel in bedrijven voorkomen en hoe je daarmee op een systemische manier kunt omgaan. Hierdoor zul je de problemen op een fundamenteel niveau aanpakken en oplossen.
- ◆ Het verbindende veld, Jan Jacob Stam. In dit boek zijn inzichten, voorbeelden uit de praktijk, persoonlijke ervaringen en een theoretische omkadering van vijf jaar werk met de systemische benadering van werk- en organisatievragen bijeengebracht.