

# KOMPAS voor je praktijk

Jouw ruimte als trouwste bondgenoot

Praktische tips voor coaches,  
1 op 1 consulenten en adviseurs

# Jouw werkruimte doet er toe

## Wat verwacht JIJ van een praktijkruimte?

Als ik bij een coach op bezoek ga, dan weet ik wel waar ik terecht zal komen. **Praktijkruimtes zien er immers vaak hetzelfde uit:** een bureau met twee stoelen, twee zeteltjes en een kunstwerk of poster aan de muur. Ahja, en de obligate plant in de hoek.

## Is dit erg?

Nee, je interieur is niet je business. Jij als coach zal het moeten waarmaken. Maar ... natuurlijk komt er een maar, hierdoor laat je een **potentiële trouwe bondgenoot voor je bedrijf links liggen.**

Jouw praktijkruimte kan immers de **verbinding met je klant** versnellen en de **klantloyaliteit** doen stijgen. Twee elementen die meespelen in het succes van je bedrijf.

# Jouw klant ziet alles

**Wij, mensen, zijn geprogrammeerd om onze omgeving te scannen.** Dit is een erfenis van ons oerbrein dat binnen enkele seconden moet oordelen of een omgeving veilig en/of interessant is.

Bewust of onbewust, ons brein heeft het gezien en gaat ermee aan de slag. Hoor je niets meer van een klant na een eerste kennismakingsessie? Beslist een klant om de samenwerking niet meer te verlengen? Zelfs als hij met rationele redenen komt, kan de omgeving een rol hebben gespeeld.

**Het is een subtiliteit waar we ons vaak niet bewust van zijn** maar die een belangrijke rol speelt in onze klantrelatie. Misschien daagt het als ik de vraag anders stel:

**Als het zo belangrijk is om naar buiten te komen met een consistente marketing (website, socials, flyers,...), kan je dan het effect van de fysieke omgeving waarin je je klant effectief ontvangt zomaar negeren?**

# Hoe praat jij via je bedrijfsruimte?

In deze hands-on gids geef ik je **praktische tips** hoe je je praktijkruimte kan laten praten voor je bedrijf.

Hoe je zorgt dat jouw klant helemaal mee is met jouw bedrijfsverhaal en **je ruimte een trouwe bondgenoot wordt** in de opbouw van je klantrelatie.



# Strong $\neq$ New

Een sterke bedrijfsomgeving creëer je **door aan de juiste knoppen te draaien**. We gaan voor een **sterke impact** in plaats van een nieuwe indruk.

# Voor wie is dit kompas?

Type praktijkruimte

# Verwachting

Deze gids focust op praktijkruimtes met volgende kenmerken:

- er is een **1 - 1 klantrelatie**;
- er is ruimte voor gesprek: klanten komen bij jou met een probleem of een vraag. Dit vraagt tijd. Sessies duren al snel een uur en er zijn ook vaak meerdere sessies. Ongeacht je type van dienstverlening, vraagt de ruimte toch een zekere **rust en veiligheid**;
- je ontvangt regelmatig **nieuwe klanten**;
- Bij dokters en specialisten spreken we over een patiëntenrelatie in plaats van een klantrelatie. Deze gids is dan minder geschikt. Laat mij weten als jij ook graag advies ontvangt.



# Aan de juiste knoppen draaien

| Je branding

| AS-IS

| Inrichting

| Aandacht

# Je branding

Merkidentiteit - persoonlijkheid



# De basis

Je branding vertalen naar je ruimte is essentieel voor een consistent verhaal.

## **Heb jij je branding scherp?**

Noteer voor jezelf nog eens de eigenschappen van je merk: Why, How, What, je drie kernwaarden en, als je dit hebt, de vertaling naar je branding: logo, kleuren, font, sfeerbeelden.

Bij eenmanszaken is je merk en je persoonlijkheid vaak verweven. Kom jij zelf als merk naar buiten? Neem dit dan ook als vertrekpunt voor je ruimte.

# Vertaling van je branding

Als je merk helder is, is een handige volgende stap om **een moodboard** te creëren dat bij je merk past. Pinterest is ideaal om een moodboard samen te stellen maar je kan dit ook fysiek doen met oude tijdschriften. Eén gouden regel: blijf weg van interieurfoto's :)

Verzamel:

- **Foto's** die de sfeer van jouw merk weergeven (rustig, dynamisch, veilig, avontuurlijk,...). Weet je niet waar te beginnen? Kijk eens op stockwebsites zoals unsplash of istock en type hier je merkwaarden in. Ook pinterest zelf levert inspiratie bij het opzoeken van je waarden.
- **Quotes** en/of woorden: bij voorkeur in het font dat ook bij jouw merk past.
- **Kleuren**: voeg de kleuren toe die je al gebruikt. Kijk eens welke kleuren je nog kan toevoegen (het woord 'kleurenpalet' bij Pinterest geeft heel wat inspiratie). Ga je voor sober of kleurrijk, voor zachte tinten of heldere kleuren,... kleuren bepalen mee de stemming.
- **Texturen** dragen bij tot het karakter: harde of zachte, grillig, sierlijk, strak,...
- **Patronen en vormen**: zoek via 'abstract art' naar de juiste vormen en patronen die bij jouw merk passen.

# Vertaling van je branding

Verzamel al je inspiratie bij elkaar en maak er een mooi geheel van. Blijf combineren tot je tevreden bent.

## **Zie je je merk al tevoorschijn komen?**

Dergelijk moodboard is sowieso handig om consistent naar buiten te komen met je merk.

Het aanbod en keuze is zo groot dat we heel makkelijk verleid worden om van het pad af te wijken (yep, ik zondig hier ook aan). Een moodboard moet ook niet vast staan, net als je bedrijf evolueert het doorheen de tijd.

[Bekijk hier het moodboard van studio KOMPAS.](#)

# AS-IS

Clean up



# AS-IS

Ons brein maakt automatisch associaties. Via je eerdere communicatie via website, berichten, socials,... komt je klant al met een bepaalde verwachting. **Het is aan jou om die verwachting in je praktijk verder te zetten.**

Opruimen is dus de boodschap. Dit betekent niet dat je ruimte 'kaal' moet zijn, het betekent dat elk object moet passen bij je merkidentiteit en/of bedrijfsdoelen.

**Bekijk elk object in je ruimte bewust. Draagt het bij aan wat jij aan je klant wilt vertellen? Past het bij het moodboard dat je eerder gemaakt hebt? Twijfel je, doe het even 'in de neutrale doos'. Staat het haaks op je merkidentiteit, weg er mee.**

Wees hier grondig in, een vuilblik of schoonheidsproduct, een doos met nieuwe voorraad notebooks,... ze dragen niet bij aan de klantbeleving. Jij ziet zo'n objecten niet meer staan, maar een nieuwe klant of een klant die maar een paar keer komt, scant een ruimte (on)bewust, ons oerbrein remember...

Je vormgeving, je why en je merkidentiteit stoppen niet aan je voordeur. Screen je ruimte even grondig als je website.



# Enkele voorbeelden

Sta jij en/of je merk voor beweeglijk, flexibel, verandering dan passen grote statige objecten niet in je ruimte.

Rode of felgele objecten zijn in strijd met je traject dat meer rust moet brengen voor je klant.

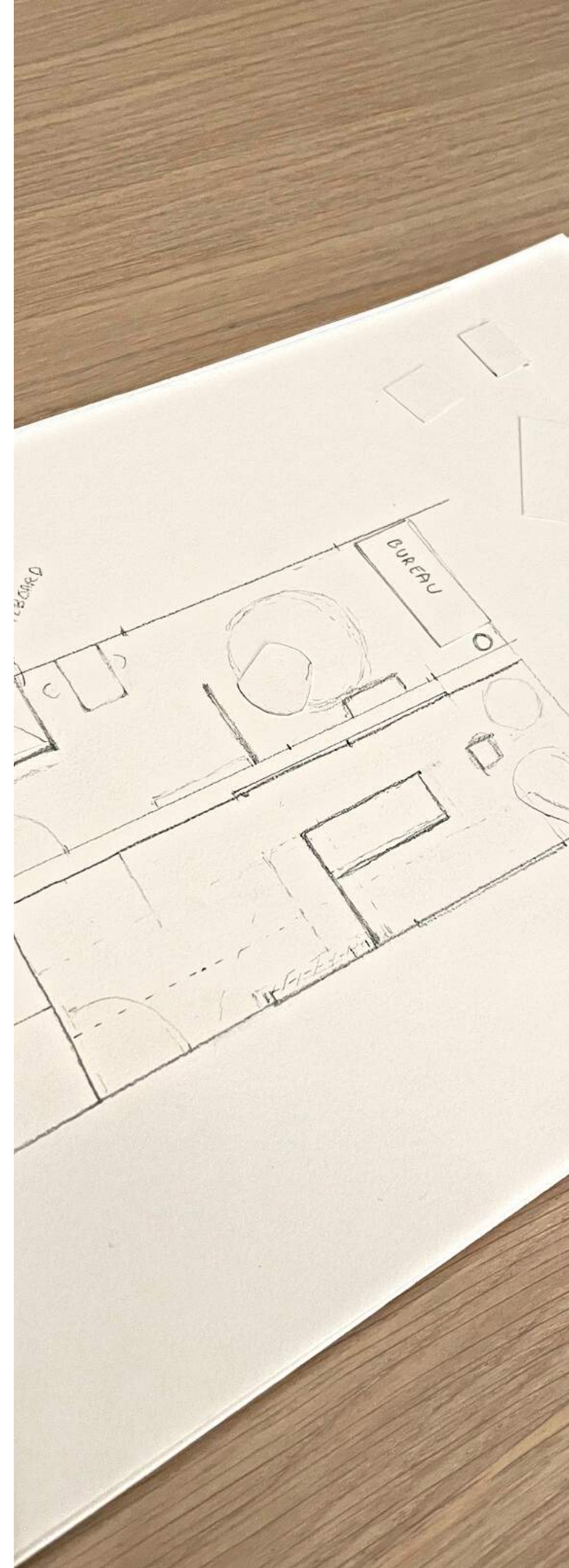
Een fotokader van een hippe stad terwijl jij een natuurcoach bent?  
Dit brengt je klant in de war.



Be strong,  
be consistent

# INRICHTING

Oriëntatie - meubels - deco



# Oriëntatie

## De weg van je klant

Wanneer we door een ruimte wandelen, gaat onze blik van het ene aandachtspunt naar het andere. **Beslis zelf waar je klant zijn blik op valt en vertel zo over je merk.**

Vind je dit moeilijk? Laat iemand die je praktijk niet zo goed kent, met een camera tegen het lichaam de ruimte verkennen. Het opgenomen filmpje kan jou veel vertellen: wat ziet de persoon eerst, wat valt er op, waar staat de persoon stil,...



# Een bureau?

Vaak heeft een praktijkruimte een bureau in een dwarse opstelling met een stoel aan elke kant.

Zo'n opstelling resulteert in een bepaalde associatie bij je klant: doktersbezoek, een onderwijzer (mondeling examen help! ), financiële bank, overheidsdienst (nog meer help!) .... Deze associatie staat aan de ene kant voor **legitimiteit** maar creëert dus ook **afstand**. Is dit een gewenst doel in jouw bedrijf?

**Vraag je af welke functie dit bureau heeft** en of deze functie vervuld moet worden in de ruimte waarin je klanten ontvangt.

# Een bureau?

## Neem het volgende mee in je beslissing:

- indien je je ruimte ook gebruikt voor gefocust werken maar je geen afstand wilt creëren met je klant, plaats dan je bureau tegen een muur of onder een raam. Voorzie hierbij licht om gefocust te werken dat apart werkt van de sfeerverlichting bij een klantgesprek. Zorg ook dat alle administratieve bijkomstigheden uit het zicht van je klant zijn.
- heb je de mogelijkheid om je bureau weg te laten? Gewoon doen. Een bureau staat voor geconcentreerd werken, individualiteit, geslotenheid,... niet altijd zaken die je wilt bekomen in je klantrelatie.
- heb je een werkvlak nodig voor een sessie met je klant?  
Overweeg als alternatief een ronde of vierkante tafel. Zo kan je naast je klant gaan zitten in plaats van tegenover je klant.

# Zitcomfort

In een praktijkruimte zijn de zetels of fauteuils een belangrijk element. Je wilt immers dat **het gesprek comfortabel verloopt**. Hierbij enkele concrete tips:

- Jouw klant kent de ruimte veel minder goed dan jezelf. Wanneer de klant zit, heeft hij bijgevolg best **zicht op de deur en het raam**. Zicht op de uitgang zal ons oerbrein veiligheid bieden, zicht op het raam zorgt er voor dat de persoon zijn bioritme kan behouden. Een sessie duurt snel 1 tot 2 uur of langer. Ook al heb je misschien de neiging de omgeving uit te sluiten, het is duurzamer om het **contact met natuurlijk licht zoveel mogelijk te behouden**.
- Ga voor **assymmetrie**. Een symmetrische inrichting is een uitdaging om in stand te houden. Assymmetrie is dynamischer, geeft meer flow en voelt natuurlijker. Contradictorisch geeft dit in veel gevallen juist vertrouwen. Tenzij je praktijk een sacrale uitstraling heeft, is symmetrie zelden de juiste optie.
- Denk na over mogelijke **aandachtstrekkers vanuit de stoel van de klant**. Dit is het ideale gezichtsveld om een gewenste boodschap over te brengen.

# En dan verder

Een tapijt voegt **warmte toe aan een ruimte**. Ook bevordert het de akoestiek. Kies voor kortpolig tapijt zodat mensen met allergieën minder last hebben.

Verder kan je de ruimte inkleden met kastjes en/of boekenplankjes, krukjes, spiegel,... dit is ook weer een kans om de **juiste sfeer die past bij je merk** te creëren. Ga je voor strak of rustiek, voor houtstructuur of kleur. Heb je momenteel een neutrale witte boekenrek of lage kast staan? **Voeg objecten toe die helemaal passen bij je bedrijf**. It does matter.

De obligate plant mag blijven. Haal de natuur naar binnen, dit werkt altijd rustgevend. Maar ga voor meer dan één plant. Plaats je planten in groepjes van 1, 3 of 5 met verschillende groottes bij elkaar. Kies zorgvuldig de locatie van je planten. **Waar wil ik een rustpunt creëren voor mijn bezoeker?**



De meest gemaakte fout in een interieur zijn de verhoudingen. Vaak is een zetel of tapijt te groot of juist te klein. Kijk eens kritisch naar de verhoudingen in jouw ruimte.

Vind je dit lastig? DM mij via [@interieurstudiokompas](https://www.instagram.com/interieurstudiokompas) met een foto en ik geef je mijn feedback.



# Aandacht

'Zorgdragen voor' is de sleutel

# Aandacht

Als er één universele regel is, die terugkomt in elke cultuur maar die wij in de huidige westerse wereld onderwaarden of zelfs durven vergeten, dan is het:

## **Heb aandacht voor je omgeving.**

Een ruimte mag oud zijn, gedateerd en zelfs clashen in kleur en objecten. Wanneer een ruimte onderhouden wordt, dan voelen wij dat (only good thoughts bij het bezoekje aan de bomma :) ).

Een ruimte die regelmatig gepoetst en opgeruimd is, voelt altijd goed. Toch durven wij dat tegenwoordig snel vergeten.

**Wanneer jij je klanten ontvangt in een ruimte die goed onderhouden is, laat jij zien dat je aandacht geeft aan je omgeving, dat je zorg draagt en dat je je zaken op orde hebt.**

Haal die poetsdoek dus maar boven ;)

# Duurzame tips

Ga niet noodzakelijk voor nieuw maar voor straf

# Platformen voor design tweedehands

Beslis je na het lezen van dit ebook dat je praktijkruimte wel wat extra's kan gebruiken? Kijk eerst eens naar tweedehands meubels en deco. Dat is niet alleen duurzamer, vaak hebben ze ook een meer uitgesproken karakter dat perfect kan aansluiten bij je merk.

| Whoppah

| Reliving

| Huur in plaats van koop: <https://www.live-light.com/>

| Laat ook eens weten in je netwerk of op social media wat je zoekt, je zou verbaasd staan van wat we allemaal nog 'ergens' hebben staan.

# Heb jij er zin in?

Met veel aandacht en liefde heb ik deze gids voor jou samengesteld. Ik hoop dan ook dat je veel zin hebt om er mee aan de slag te gaan.

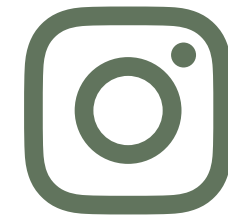
Heb je vragen? Je kan mij bereiken via [info@studiokompas.be](mailto:info@studiokompas.be) of [@interieurstudiokompas](https://www.instagram.com/interieurstudiokompas)

Was dit waardevol? Jij helpt mij door je feedback te geven:

- Via het beantwoorden van 4 korte vragen: [klik hier](#)
- Via jouw socials: **Tag mij @interieurstudiokompas en laat weten wat jij er van vond.**



Connecteer met mij voor meer tips voor je bedrijfsruimte



[@interieurstudiokompas](#)



[LinkedIn](#)