

Update 60

Collega's een verslag over de klank bord vergadering welke vanmiddag bij het KNGF heeft plaats gevonden.

De vergadering was door de afdeling Communicatie & Events VAN HET kngf uitgeschreven en het onderwerp was de KNGF "eindejaar campagne" De klankbordgroep bestond uit 11 personen waarvan 3 kantoor (afd communicatie) medewerkers, 5 RGF of KNGF bestuursleden, 1 afgevaardigde van reclame bureau People en 2 leden van het KNGF waarvan ik er 1 was. Ik noem hier bewust geen namen omdat het hier niet ter zake doet.

Vooraf gesteld denk ik dat wanneer er daadwerkelijk een klankbord groep gehoord moet worden het goed zou zijn om m.n. meer leden uit te nodigen en daarnaast wat marketing/reclame professionals die geen fysiotherapeut zijn er bij te betrekken. Het is ondanks de m.i. te grote delegatie KNGF officials binnen deze klankbordgroep een levendige discussie geworden waarbij de groep zich in twee kampen opsplijste

Het ene kamp, waartoe ik behoorde, wilde met het geringe budget welke er voor een landelijke campagne kon worden ingezet, een heel gefocuste campagne gaan voeren.

Het andere kamp zag toch meer in een campagne waarbij de fysiotherapeut beter op de zorgkaart gezet werd als de specialist in bewegen.....

Mat andere woorden de directieve groep wil meer Actiematig tewerk gaan, waarbij de actie moet bestaan uit het met naam en toenaam adviseren van polissen waarbij de patiënt verzekerd kan zijn van een goede fysiotherapeutische dekking.

De andere groep zag meer in het "branden" van de onze naam fysiotherapie en aan te geven waartoe wij in staat kunnen zijn.

Persoonlijk was ik gelukkig dat we een professional in ons midden hadden die direct kon duidelijk maken dat wanneer je maar zo'n gering reclame budget beschikbaar hebt het onmogelijk is een brede boodschap te communiceren en dat zoiets als "branden" veel meer tijd kost. Even voor jullie duidelijkheid het idee om ons product en zijn beschikbaarheid in de markt helderder te communiceren is absoluut belangrijk en ik pleit er dan ook voor dat het

KNGF een structureel beleid op gaat zetten om gedurende een periode van 3 tot 5 jaar onze naam en product duidelijk te verankeren binnen het zorgsysteem. Maak de klanten ook duidelijk dat wanneer ze (goed) aanvullend verzekert zijn het eigen risico geen rol meer speelt bij de afname van fysiotherapeutische zorg. (Ik denk namelijk dat de angst daarvoor deels heeft geleid tot de omzet daling binnen de fysiotherapie). Maar deze complexe boodschap moet je niet nu trachten te communiceren, we moeten nu actiematig denken.....

Het is het einde van het jaar en onze huidige klanten willen in ieder geval een goed advies van de fysiotherapeut hebben over welke polissen hun fysiotherapeutische zorg goed dekt in 2013.. Voor mij opvallend was het feit dat de communicatie medewerkers van het KNGF gesteund door senior medewerkers van het KNGF ook zelf een voorkeur aangaven om op dit moment te kiezen voor de door mij voorgestane actiematige eindejaar campagne, gericht op consument voorlichting mbt de goede zorgpolis.

Zoals ik vorig jaar heb laten zien schroom ik zelf er niet voor om de goede maar ook de slechte polissen bij naam te noemen. Maar ik kan instemmen wanneer het KNGF dit jaar zou kiezen om alleen de goed presterende polissen te promoten. Bedenk wel dat wanneer je echt een statement in de markt wil zetten het goed zou zijn om ook de slechte polissen bij naam te noemen, daarmee heb je grotere kans om "free publicity" te krijgen binnen andere nieuwsmedia (eenvandaag, Paul&Witterman etc)

In ieder geval is het duidelijk dat deze vergadering de einde jaar campagne actie matig wil inrichten en dus de consument advies wil geven. Deze bevindingen worden naar het bestuur KNGF gecommuniceerd. .

Dan zal het bestuur moeten beslissen of ze dit advies gaan volgen, als ze dat doen dan komt de beslissing naar voren, op welke criteria de polissen beoordeelt gaan worden. Ik neem aan dat een ieder mijn drie criteria nu wel kent, maar mocht het KNGF het vergeten zijn....bij deze nog 1keertje

- Vrije toegankelijkheid polis zonder medische beperkingen
- Consument moet onbeperkte fysiotherapeutische zorg kunnen inkopen (Of zoals leden zich uitgesproken hebben minimaal 33 zittingen)
- De polis moet een fatsoenlijk restitutie tarief vergoeden aan de klant welke kiest voor een ongecontracteerde zorgverlener (leg bij voorbaat vast wat wij "fatsoenlijk" vinden)

Ik ben dus benieuwd welke keuze het KNGF bestuur in deze gaat maken.

Helaas is het budget voor deze campagne erg laag, ook wanneer het budget verdubbelt wordt, wat het voornemen van het bestuur is, is dit eigenlijk nog veel te weinig. Ik pleit er dan ook voor dat er in de KNGF begroting jaarlijks minimaal een budget van 500.000 euro einde jaar campagne wordt vrijgemaakt en een zelfde bedrag er jaarlijks komt om ons

beroepsgroep/product gedurende de eerste 10 maanden van het jaar te positioneren binnen het zorgstelsel.

Met het beperkte budget moet je scherpe keuzes maken waarbij ik het voorstel heb gedaan om in drie landelijke dagbladen een pagina grote advertentie te plaatsen met ons advies. Daarnaast wat radioreclame in te kopen om juist de aandacht te richten op het uitkomen van deze advertenties in die reeds genoemde dagbladen.

Naast deze dure reclames zou er voor de collega's in het land folders en posters moeten komen voor in de wachtkamer. Daarnaast links en webpagina's welke leden op hun website kunnen plaatsen met daarnaast een duidelijke handleiding hoe en wat de therapeut aan voorlichting kan geven aan zijn patiënten.

Het KNGF kan daarnaast met grote uitgeverijen van regionale/plaatselijke weekkranten afspraken maken waarbij er voor de lokale fysiotherapeut tegen een zeer gereduceerde plaatsings prijs lokaal op dezelfde manier als landelijk informatie verschaft kan worden. Hierbij moet het zo zijn dat wij als plaatselijke spelers een centraal punt bellen, welke het KNGF zal aangeven. Op dit telefoon nummer kan ieder collega of wanneer men wil de gezamenlijke collega's van die desbetreffende stad aangeven dat ze deze advertentie pagina in hun plaatselijke weekblad willen publiceren. Deze reclame kosten zijn gering en men kan dan je eigen of gezamenlijke naam/logo aanleveren welke binnen de advertentie vermeld wordt. Ja dit gaat u enige honderden euro's kosten , maar bedenk wel dat de tijd van achteroverleunen voorbij is en wij ons in een harde zakelijke markt bevinden.

Natuurlijk zou het ook heel goed kunnen dat de kosten door alle praktijken in die plaats gezamenlijk gedragen worden wat dan ook nog eens onze samenhang als beroepsgroep zou ondersteunen

Ik hoop echt dat ik op jullie allemaal kan rekenen wanneer deze actie echt plaats gaat vinden.

Bij deze mijn verslag aangaande deze vergadering en volgende week woensdag 31 oktober is het definitieve besluit van het KNGF bestuur bekend en weten we wat er gaat gebeuren. Ik heb mijn best gedaan nu is het aan het bestuur KNGF welke richting wij in gaan slaan.....

Mvg

Henk Jansen