

Update 69

Collega's

Het doet me goed eindelijk te kunnen constateren dat wij ons als beroeps groep naar buiten presenteren, het begin is er.....

Hebt u al een uur radio kunnen luisteren of TV kunnen kijken zonder een spotje te hebben vernomen van een zorgverzekeraar?

De collega's die mij kennen weten dat ik al vele jaren bezig ben om de fysiotherapeuten wakker te schudden uit hun dagdroom waarin wij als beroepsgroep denken dat inzetten op het leveren van alleen kwaliteit, vanzelf vruchten zal afwerpen en we daarmee onze positie in de gezondheidsmarkt veilig stellen. De collega's die dit nog steeds denken laat ik in hun waarde maar aub beste collega lees vooral mijn updates door en kijk wat er om u heen gebeurt.

Door deze kwaliteits gericht houding zijn wij als beroepsgroep alleen naar binnen toe gericht geweest met het KNGF voorop als vaandeldrager. Maar in deze tijd redden we het niet op die manier. Wij als beroeps groep maar ook jij als individueel collega bent er verantwoordelijk voor om onze boodschap naar de "markt" te schreeuwen.....ja u leest het goed schreeuwen. Het KNGF is zich dit in ieder geval gaan realiseren en heeft een start gemaakt met de Pluimpolis campagne.

Onze Zorgverzekeraars doen niet anders dan van zich afschreeuwen. Ik heb gisterenavond bijgehouden hoeveel ZV reclames er waren in de TV reclame blokken.

Wat bleek.....40% van de reclame blokken deze week zijn gevuld met ZV reclame.....en maar vertellen hoe goed en transparant ze zijn.....over "Het van de daken afschreeuwen wie je bent " betreft. Dat het belangrijk is om te vertellen hoe goed je bent hoeft je een ZV niet te vertellen.

Dit ligt duidelijk anders bij de fysiotherapeut die vaak in de schaduw van de andere zorgverleners opereert.

Wij moeten hetzelfde doen als de zorgverzekeraar, vertellen hoe goed wij zijn en wat wij voor de maatschappij kunnen betekenen. Het vak fysiotherapie is een goedkope therapie vorm welke er voor zorgt dat veel patiënten niet in de duurdere tweede lijns zorg terecht komen. Gelukkig bevestigen wetenschappelijke studies deze stelling steeds vaker, denk daarbij aan het "Beter in Beter uit" en het "Claudicatio protocol". Investeren in fysiotherapie doet de kosten van de totale zorg verminderen en dat is toch wat wij allen willen!!!!.

Daarnaast kunnen wij de consumenten, onze potentiële klanten, van kostbare informatie voorzien door ze kennis te laten maken met de Pluimpolis adviezen en/of mijn Goed/Topvoorelkaar polis advies. Wij als beroepsgroep doen onze klanten te kort wanneer wij ze niet wijzen op het belang van een goede AV polis. Denk eraan dat het voor de klant goed is om te weten wat de voordelen van een goede AV polis zijn, en laten we aub de consument laten weten wat hun rechten zijn wanneer men de AV polis afsluit. (zoals geen verrekening met eigen risico , voorkomen van het betalen van de eerste 20 zittingen enz.)

Na het uitbrengen van mijn polis advies dmv mijn oranje poster stromen de reacties binnen van collega's die acties ondernemen. Een voorbeelden:

- Bijna iedereen draait mijn lay out uit en hangt hem op in de wachtkamers
- Posters worden zelf bij de reprozaken besteld en tot A1 grote vergroot
- Poster wordt op A4 formaat gebruikt als brochure
- Interviews in locale kranten worden gegeven
- Advertenties worden in locale weekbladen geplaatst
- Ik hoor van collega's dat adviezen enorm gewaardeerd worden door klanten
- Flyers worden huis aan huis bezorgt
- Lokale TV advertenties
- Overal op facebook zie je de poster verschijnen
- Uitgeven van nieuwsbrieven en nieuwsmails aan patiënten

Naast het feit dat ik blij ben dat ik bedolven wordt onder een lawine van complimenten die jullie sturen en waarin jullie aangeven mijn acties en het uitbrengen van de advies poster zeer te waarderen wordt ik nog blijer van de verschillende reacties waarin binnen een regio meerdere collega's zich verzamelen en ze gezamenlijk een media campagne voeren. Juist het terug keren naar samenhang en vandaar uit het voeren van acties geeft mij moed en hoop om te denken dat al het werk niet voor niets is geweest de afgelopen jaren.

Maak nog blijer om in deze laatste drie weken nog harder onze boodschap door te geven aan de consument. Het kost niets maar vraag iedere bezoeker hoe hij volgend jaar verzekerd is en vertel hem wat het belang van een AV verzekering is. Doe dit aub want het kost u niets.

Poliskosten

Ik heb een paar verzoeken gehad om volgend jaar ook de poliskosten te vermelden op de consumenten advies poster/advertentie. De reden waarom men dit vroeg was dat de beste polis van de Amersfoortse ook erg prijzig is. (Niet vreemd denk ik....)

Ik heb dit overwogen maar het maken van deze selectie is al heeeel veeel werk, omdat dit proces zorgvuldig moet gebeuren. Nog meer parameters in brengen geeft meer kans op fouten. En wat dacht u van diverse collectieviteiten die kortingen geven voor de consument, hoe wil je dat in beeld brengen???

Ik geef een voorbeeld met Menzis basis zorg polis en extra verzorgt 3 polis

Menzis kost Basis 106 euro/mnd EV3 36,70 euro/mnd

PMA/Menzis kost Basis 93,50 euro/mnd EV3 33,03 euro/mnd

Door gratis lid te worden van PMA (www.pma.info) bespaart de consument zo'n euro 16,17 per persoon per maand voor dezelfde polis en kan hij aan het einde van het jaar ook nog een bonus terugvragen per verzekerde. (Was dit jaar euro 18,- pp)

Jullie begrijpen om dat alles uit te zoeken en mee te nemen in mijn polis advies poster is onbegonnen werk.

Collega's gebruik deze Menzis / PMA informatie in uw communicatie naar uw klanten.

Hang de mogelijkheid in de wachtkamer en laat in uw gesprekken met de klant naar voren komen dat jij geld kan besparen door dit soort constructies. Jullie klant is maar wat blij met dit soort tips.

Hebben jullie meer TIPS voor de Top/BetervoorElkaar polissen, mail dit dan zodat ik die door kan geven aan de rest van de beroepsgroep

Mvg

Henk Jansen

Mijn verzoek blijft:

Stuur mijn updates door aan zoveel mogelijk collega's en laat een ieder zich aanmelden voor het ontvangen van mijn updates....

info@fysiotherapieinnood.nl

of

info@curtain-hardware.com