

## Fysiotherapie in het nieuws

Afgelopen zaterdag zit ik in een afhaal restaurant en terwijl men het door mij bestelde menu klaar maakt en ik met mijn vrouw tijdens het wachten de tijd dood door wat te lezen van wat op de leestafel ligt. Esther pakt het blad "vrouw" en ik pak de Telegraaf. Binnen een paar minuten ziet Esther een pagina grote advertentie van het KNGF met de polis pluimen en terwijl ik de Telegraaf neerleg zie ik dat de hele achterpagina ook bedekt is met de bekende polispluimen, en of de duvel er mee speelt hoor ik op de radio een reclame spot die adviseert dat de lezer vooral op [www.defysiotherapeut.com](http://www.defysiotherapeut.com) moet kijken voor een goed aanvullende verzekering advies.

Nee mensen dit verzin ik niet maar overkwam mij werkelijk. Ondanks dat jullie weten dat ik nog veel bezwaren heb op de selectie criteria voor de polispluimen ben ik blij met alle aandacht welke wij als beroepsgroep voor onze boodschap vragen.

Natuurlijk kreeg daarna verschillende klachten binnen van met name collega's die ongecontracteerd werken, want die zien hun belangen helemaal niet door de polispluimen behartigd. Ik moet deze groep ook gelijk geven maar laten we ook reeel zijn, hadden jullie je een jaar geleden voor kunnen stellen dat het KNGF ooit het lef zou hebben om kleur te bekennen. Dus collega's JA ik ben tevreden met deze eerste stappen die het KNGF zet om fysiotherapie ook als marketing instrument te vermarkten. Ik zal er voor vechten dat we volgend jaar minimaal een dubbel budget hebben voor deze campagne en dat de selectie criteria strenger worden, maar tegelijk ook reeds in het voorjaar bij u maar ook bij de ZV bekend zijn.

Mijn duim gaat daarom omhoog voor het KNGF en dus voor onze beroepsgroep.

## Andere campagne acties

Opvallend was een actie van een van onze collega's die ons verhaal in het parochieblad in Rossum plaatste.

Weer andere collega's hebben hun krachten verenigd door flyers te laten drukken en deze met zijn alle in de woonplaats te verspreiden

Collega's we hebben nog 15 dagen om onze boodschap duidelijk te verspreiden, laat mij weten wat u doet om de consument goed voor te lichten en tegelijkertijd ons mooie en kosten effectieve vak nogmaals onder de aandacht te brengen

Mvg

Henk Jansen