



Jan Megens (KNGF).

Jaap Luchies (MKB Adviseurs).

Marketing in de zorg; een gezond perspectief!

KNGF en MKB-adviseurs bieden samen een marketingworkshop in de regio aan. Uitgangspunt van de workshop is de eigen praktijkomgeving van de deelnemers. Door middel van een theoretische onderbouwing en praktische oefening bent u na twee dagdelen in staat marketingprincipes concreet voor uw praktijk toe te passen. De workshop biedt fysiotherapeuten handvatten om op een gestructureerde wijze dienstverlening te optimaliseren. Auteur: Jan Megens

'Markt mij ('n) zorg' was de titel van een van de dagprogramma's van het KNGF-congres 2008. Dit dagprogramma had als doel fysiotherapeuten mee te nemen in de diverse aspecten van het ondernemen in de zorg. Onder leiding van een ludieke dagvoorzitter hebben een aantal sprekers hun mening gegeven over de mogelijkheden van ondernemen in de zorg. Het dagprogramma werd spectaculair afgesloten door de hardlopende cabaretier Dolf Jansen. De diverse aspecten van het ondernemerschap zijn later in workshops verder uitgelicht. In een van deze workshops stond marketing centraal. De titel 'JOUW – praktijk-marketing' met als motto 'Op zoek naar de KIP (Kans, Investeren, Promotie) met

de gouden eieren' was voldoende om 40 fysiotherapeuten te verleiden om deel te nemen, en werd dus bijzonder goed be-

Jouw praktijk- marketing: op zoek naar de KIP met de gouden eieren!

zoekt. De deelnemers aan de workshop gaven naderhand aan dat inhoud, uitvoering en resultaat van deze workshop 'goed staan'. Sterker nog: het leidde tot beweging en actie bij de deelnemers.

Workshop Dit succes is de aanleiding geweest voor de initiatiefnemers, Jan Megens (KNGF) en Jaap Luchies (MKB Adviseurs), om deze workshop uit te werken naar een scholing van twee dagdelen. Door de unieke combinatie van KNGF en MKB Adviseurs worden kennis en actualiteit op een bijzondere manier bijeengebracht en gecombineerd. Het doel van de nieuw ontwikkelde workshop is praktijkhouders/fysiotherapeuten kennis te laten maken met marketingbegrippen en deze concreet toe te laten passen voor de eigen praktijk. Het uitwerken van marketingbegrippen leidt ertoe dat de ogenschijnlijke tegenstelling tussen marketing en zorg wordt overbrugd. Het aanbieden van dit nieuwe begrippenkader leidt tot het optimaliseren van bestaande dienstverlening of het creëren van nieuwe dienstverlening, en in de meeste gevallen tot meer rendement.

Op interactieve wijze worden theorie en praktische vaardigheden met elkaar afgewisseld. Dit wordt onder andere bereikt door uit te gaan van de individuele werken praktijkomgeving van de deelnemers. Op de eerste dag krijgen fysiotherapeuten op ongewone wijze theorie aangeboden en worden ze uitgedaagd om vanuit de eigen werkomgeving een marketingplan te maken. Na dag een kan er gebruik worden gemaakt van een tussentijds telefonisch consult waarbij vragen kunnen worden gesteld. Deze extra service wordt aangeboden om dag twee optimaal voor te bereiden. Op dag twee worden reflecties gegeven op de ontwikkelde marketingplannen en er worden nog een aantal praktische tips gegeven. Ook de mogelijkheid om van elkaar te leren wordt natuurlijk benut. Deze aanpak leidt tot concrete resultaten.

 Vraagt u uzelf af wat de invloed van slaagerzangers en U2 is op de marketing van uw praktijk en wilt u zich inschrijven voor de workshop? Kijk dan op www.mkbadviseurs.nl en kies 'KNGF' in de bovenste navigatiebalk.