

Blijf investeren!

De afgelopen jaren waren roerig binnen de fysiotherapie. We hebben ons steeds meer toegelegd op de patiënt met specifieke klachten. We hebben onze nascholing erop aangepast, onze therapieruimtes erop ingericht. Daarnaast hebben we onze oren en ogen gericht op de verzekeraar. Onze afhankelijkheid bij het ondernemen en onze therapiekeuzes lijken langzamerhand wel op verzekeringsfysiotherapie. Stroomdiagrammen bepalen wat onze klinische keuzes zouden moeten zijn. Allemaal erg helder en duidelijk. En vanuit het oogpunt van een sturende 'autoriteit' ook erg begrijpelijk en een vooruitgang.

Maar zijn we niet doorgeslagen in onze afhankelijkheid? Staat de patiënt nog wel centraal? Is er nog ruimte voor klinisch redeneren? Is er nog wel ruimte voor ondernemen?

Een probleem is dat patiënten niet altijd in de ontstane hokjes passen. Vele zijn de afgelopen jaren tussen de wal en het schip geraakt. Deze patiënten voelen zich binnen de fysiotherapie niet meer gehoord of serieus genomen. Misschien ook terecht, want niet alle patiënten horen thuis bij de fysiotherapeut. We zijn echter kenners van bewegen en zolang dat centraal staat, vind ik dat patiënten wel degelijk thuis horen binnen de fysiotherapie. Maar wat doen we dan tegen-

woordig met de mensen die aankloppen bij ons, maar wiens belastbaarheid onder de trainingsgrens ligt? Sturen we deze mensen naar huis of laten we deze mensen onder het mom van 'fysiofitness' in groepen oefenen? Stel dat je wat aan die lage belastbaarheid kan doen? Gewoon als ondersteunende therapie? Gewoon omdat de patiënt er baat bij heeft. En dat met een ontspanningsprikkel? Niet doen omdat het een hands-off ondersteunende therapie is, omdat het een apparaat is? Is dat in het belang van de patiënt?

En dan is daar nog het ondernemen binnen de fysiotherapie. Welke factoren spelen een rol? Patiënttevredenheid? Omzet gerelateerd aan unieke patiënten? Effectiviteit van behandelingen? Nieuwe aanwas van patiënten?

Hoe bereik ik deze potentiële patiënten, hoe krijg ik mensen in mijn praktijk, hoe krijg ik de tevredenheid van bestaande patiënten omhoog? Allemaal realistische vragen binnen het ondernemen.

Het antwoord begint met je visie op fysiotherapie. Daarna de beschrijving van je potentiële patiënten (niet alleen je doelgroepen, deze heb je al vele malen bekeken). Wie komen er op basis van geografische locatie naar je praktijk en welke doelgroep laat je liggen tot nu toe? Waarom komen deze mensen niet naar je toe? Hoe bereik je deze patiënten?

Een promotioneel evenement kost geld, evenals investeren in nieuwe therapieën. Ik hoor u al denken: "dat wordt duur." Dat klopt in veel gevallen, maar wat levert het u op? Als het nu meer omzet oplevert, meer unieke patiënten en een hogere klanttevredenheid?

Als ondernemer moet je ook denken als ondernemer. Laat je gerust helpen of begeleiden door een professional. Dat kan heel goed een commerciële partij zijn.

Blijf investeren in je praktijk. Wees innovatief en probeer je horizon te verbreden. Er zijn voldoende initiatieven waarbij je zelfs geen grote initiële investeringen hoeft te doen en die toch uw omzet aanzienlijk kunnen verhogen. Het is tijd, kijk om u heen...

Joris Kobossen is fysiotherapeut en adviseur andullatietherapie bij Home Health Products, Partner van MoveMens Media.

Reageren?

➤ www.movemens.nl