

Bei Selbstzahler-angeboten interessiert Ihre Patienten und Kunden vor allem eine Frage!

Wenn man die Websites, Plakate und Infobroschüren über den medizinischen Gesundheits-trainingsbereich oder -kursbereich vieler Physiotherapie-Praxen genauer untersucht, fällt einem meist immer der gleiche Fehler auf: Es wird zu wenig über den Nutzen der Angebote für den Patienten und Kunden informiert! Dabei ist die Entscheidung Ihrer Patienten und Kunden für Ihre Selbstzahlerangebote vor allem von einer bestimmten Frage abhängig: „Welchen Nutzen habe ich persönlich von diesem Angebot?“ Wie und womit beantworten Sie diese Frage?



Foto: iStock.com/Sunlight19

Zu viele Informationen, die keinen Kaufwunsch auslösen

Leider steht bei den meisten Werbemedien und Informationsbroschüren für den Gesundheitstrainingsbereich das formale Konzept des Angebotes im Mittelpunkt der Kommunikation: Es wird beschrieben, wie ein Training im entsprechenden medizinischen Trainingsbereich abläuft. Da wird erklärt, dass es Mitgliedschaften oder 10er-Karten gibt. Es wird erklärt, welche Inhalte der neueste §20SG-BV-Präventionskurs hat. Es wird erläutert, was alles Inhalt des Testverfahrens für den Einstieg in ein Training ist. Man informiert über die Qualifikationen der Mitarbeiter oder der Kursleiter. Es wird erklärt, dass es eine medizinisch fundierte Diagnostik gibt. Man gibt den Umfang der betreuten Trainingszeiten an, etc., etc., etc. Vom Nutzen eines gesundheitsorientierten Trainings für den Patienten und Kunden weit und breit keine Spur! Dabei gibt es genügend Studien, Untersuchungen und Artikel zum Nutzen eines Kraft-, Beweglichkeits- und Ausdauertrainings für die Gesundheit Ihrer Patienten und Kunden. Einen Kaufwunsch erzielen Sie nur dann, wenn Sie konsequent den Nutzen in den Mittelpunkt Ihrer Kommunikation über Ihre Selbstzahlerangebote stellen. Setzen Sie genau an diesem Punkt mit der Werbung und den Informationen für Ihren Gesundheitstrainingsbereich und -kursbereich an!

Rücken Sie den Nutzen in den Werbemittelpunkt!

Achten Sie bei der Erstellung Ihrer nächsten Werbe- und Informationsmaterialien darauf, dass Sie nutzenorientierte Punkte für den Patienten und Kunden in den Mittelpunkt rücken. Verdeutlichen Sie umfassend, welche persönlichen Vorteile ein regelmäßiges Training bringt. Mit der folgenden Leitfrage finden Sie mit Sicherheit viele Vorteile, die mit Ihren Angeboten verbunden sind. Zu Ihrer Orientierung habe ich schon ein paar nutzenorientierte Antworten angefügt. Selbstverständlich sollten Sie sich diese Frage immer stellen und beantworten, bevor Sie über Ihre spezifischen Angebote informieren.

Leitfrage: Welchen Nutzen hat ein regelmäßiges Gesundheitstraining / eine regelmäßige Kursteilnahme?

- Ein gezieltes Muskelaufbautraining beugt nachweislich Rückenproblemen vor
- Gezielte Krafttrainingsimpulse helfen, einer Osteoporose vorzubeugen.
- Kraft und Ausdauertraining spielen die wichtigste Rolle, um Herz-Kreislaufkrankungen vorzubeugen.
- Bewegungsmangel ist eine der wichtigsten Ursachen von Bluthochdruck, Diabetes und Übergewicht. Regelmäßiges Gesundheitstraining kann davor schützen.
- Einer der Gründe für Pflegebedürftigkeit ist eine schwache Muskulatur. Selbst im hohen Alter kann man durch gezieltes Training eine Vervielfältigung des Kraftniveaus erzielen.
- Ein gezieltes Training der Beweglichkeit entlastet die Gelenke und beugt Verschleiß und Schmerzen vor
- Mit mehr Kraft, Beweglichkeit und Ausdauer fällt der Alltag leichter

Entwickeln Sie die passende Liste für Ihre Gesundheitstrainingsangebote!

Fortsetzung auf Seite 8



THERAPRO

Fachmesse + Kongress für Therapie, Rehabilitation + Prävention

Willkommen bei der TheraPro 2020

Lassen Sie sich inspirieren und nutzen Sie das breite Angebot der Aussteller! Holen Sie sich in Vorträgen, Seminaren und Workshops neue Anregungen für Ihre Patienten, für Ihre Praxis, für Ihre Profession!

Beim *physiokongress* und beim *Süddeutschen Verbände-Symposium* erwartet Sie ein spannendes Programm mit aktuellen Themen und Top-Referenten.

Süddeutsches
Verbände
Symposium
2 0 2 0

physiokongress

Wir freuen uns auf Sie.

Messe Stuttgart

7. – 9. Februar 2020 | Freitag – Sonntag

Bleiben Sie am Puls der Zeit!

#TheraPro

www.therapro-messe.de

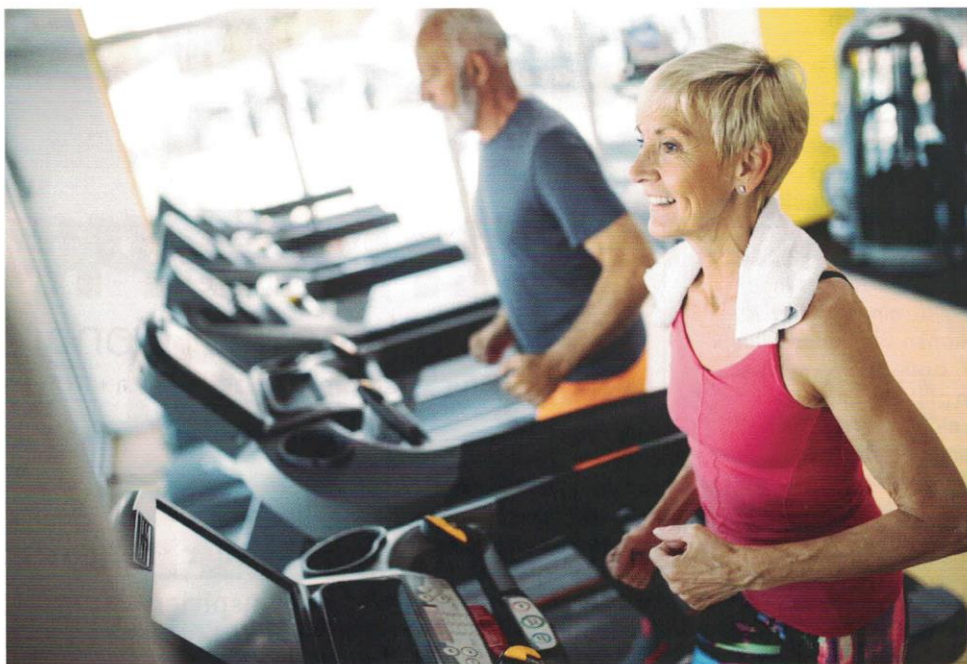


Foto: iStock.com/nd3000

Es gibt noch viele weitere Vorteile und Nutzenargumente, die Sie je nach Angebot und Konzept Ihres Gesundheitstrainingsbereichs anfügen könnten. Folgender Lückentext kann Ihnen helfen, darauf zu kommen:

Wenn Sie an unserem
-Angebot/Kurs teilnehmen, hat das folgenden Nutzen für Sie:

Das Angebot / der Kurs

schaftt.....

fördert.....

stärkt.....

sorgt für.....

erleichtert.....

erweitert.....

reduziert.....

verhindert.....

ermöglicht.....

erspart.....

sichert....

schützt vor.....

befreit von.....

erhöht.....

Sie können diese Liste mit weiteren Prädikaten ergänzen, wenn sie Geschmack an diesem spielerischen Vorgehen gewonnen haben. Sie sollten in jedem Fall für jedes Gesundheitstrainingsangebot

eine solche Liste anfertigen. Es bringt Ihnen sehr schnell viele Nutzen- und Vorteilsargumente für Ihre nächsten Informationsbroschüren, Plakate und Aushänge. Übrigens: Sie können diese Liste für alle Ihre Selbstzahlerangebote nutzen. Sie funktioniert auch mit Fango, Kinesiotape, Stoßwelle, usw. Probieren sie es einfach aus!

Binden Sie Ihr Praxisteam ein

Entwickeln Sie die oben beschriebenen Nutzenargument in jedem Fall mit Ihrem Praxisteam. Das hat den Vorteil, dass

auch jedem Mitarbeiter bewusst wird wie wertvoll Ihre Gesundheitstrainingsangebote für die Patienten und Kunden sind. Dies wiederum erhöht die Beratungsqualität und die Motivation Ihrer Praxismitarbeiter, Ihre Gesundheitsangebote den Patienten und Kunden aktiv anzubieten, steigt enorm.

Fazit

Seien Sie sicher: Wenn Ihre Patienten und Kunden sich damit beschäftigen, ob Sie eines Ihrer Gesundheitstrainingsangebote annehmen sollen, interessiert Sie vor allem eine Frage: „Welchen konkreten, persönlichen Nutzen habe ich von diesem Gesundheitstrainingsangebot?“

Wenn Sie diese Frage positiv beantworten können und der Preis Ihres Angebotes zum Portemonnaie Ihrer Patienten und Kunden passt, haben Sie einen neuen Selbstzahler für Ihre Physiotherapiepraxis gewonnen! Das Ganze erfordert natürlich eine professionelle Vorbereitung. Diese lohnt sich jedoch außerordentlich.



Zur Person:

Ralf Jentzen

ist Sportwissenschaftler, seit 1999 Inhaber der Unternehmensberatung für Physiotherapiepraxen, Coactiv Consulting – Ralf Jentzen, Internationaler Gastdozent an der Zuyd University of Applied Science Heerlen (NL) im Studiengang Physiotherapie, Betriebswirtschaftlicher Beirat des VDB-PHYSIOTHERAPIEVERBANDES, und Referent für betriebswirtschaftliche Themen auf den Branchenmessen MEDICA, TheraPro, therapie Leipzig, FIBO und Gutachter und Experte für Gründungskonzepte und Wachstumskonzepte von Gesundheitsdienstleistungsunternehmen der IHK Aachen. Er hat in den letzten 17 Jahren über 600 Beratungs-Projekte in der Physiotherapie erfolgreich durchgeführt und unzählige Seminare zu betriebswirtschaftlichen Themen gehalten.

Sein Wohnort und Unternehmensstandort ist Alsdorf bei Aachen.

Kontakt: www.coactiv.de

