



PFF

MARKEDSFØRING VED ETABLERING

Ved nyetablering av et institutt må det tidlig i denne fasen skapes kontakt mellom instituttet og potensielle brukere samt distriktets leger. Denne kontakten er svært viktig for at instituttet skal klare å opparbeide seg en solid pasienttilstrømning, og opprettholde denne i fremtiden. Det må avsettes midler til dette i budsjettet.

Første kontakt

Ved førstegangskontakt med en lege bør denne få tilstrekkelig informasjon om praksisens tilbud og utøvernes (fysioterapeutenes) faglige kvalifikasjoner. Man bør spesielt gjøre oppmerksom på tilbud som er av en spesiell karakter, som for eksempel spesialkompetanse, treningsfasiliteter og åpningstider. Det er best å ta personlig kontakt samtidig som en leverer relevante opplysninger skriftlig.

Opprettholde kontakt

Dersom den første kontakten er vellykket, er mye gjort. Men det er svært viktig å opprettholde denne kontakten i lengden. Dette bør gjøres ved å sende gode epikriser/meldinger til legen om behandlingsforløp og være lett tilgjengelig ved bruk av spesielt EPJ-system og telefon. Men det er ikke greit å være overivrig og sende for hyppige meldinger av mindre betydning til fastleger som i forveien må håndtere en stor mengde informasjon i sine journalsystemer. Ikke la telefonen ringe i det uendelige uten å ta den, da dette fort skaper misnøye hos personene som forsøker å komme i kontakt med deg. En opplysende tekst på telefonsvareren om åpningstider, evt. telefontid og annen tilgjengelighet (SMS – e-post mv..) er viktig. Det er også en god ide å ha en mobiltelefon det kan henvises til ved akutt behov for kontakt.

Annonsering

Oppføring i nettbaserte søketjenester er viktig. Her anbefales en nøktern form, slik at ikke distriktets privatpraktiserende fysioterapeuter blir «ofre» for annonseselgere, til å tegne større og finere annonser enn kollegene, for å komme foran disse ved søk. Dette tjener ikke noen hensikt, og kan lett komme i strid med Helsepersonelloven, de etiske retningslinjene til PFF og øvrige organisasjoner, samtidig som det blir unødvendig dyrt.

I startfasen er markedsføring gjennom sosiale medier nødvendig for å gjøre publikum oppmerksom på praksisens eksistens og dens tilbud. Markedsføringen bør ha en nøktern, opplysende form og ikke fremheve egne kvalifikasjoner på bekostning av kollegers. Spesialkompetanse bør fremheves der dette finnes.



Husk alltid på at den mest effektive markedsføringen skapes ved å ha fornøyde pasienter som forteller dette til kolleger, venner og familie. Derfor; først og sist – lever tjenester av høy kvalitet!