



TCM BLOG

Von Brigitte Linder



TCM Business Marketing

Marketing und TCM – was sind Strategien, um Patienten zu binden und neue zu gewinnen?

Marketing ist unter TCM-Praktikern im Allgemeinen kein beliebtes Wort. Ich glaube, der Grund liegt darin, dass wir uns als Therapeuten lieber darauf konzentrieren, unseren Patienten zu helfen, als unsere «Dienstleistungen» zu bewerben. Leider kann es lange dauern, bis durch Mundpropaganda neue Patienten gewonnen werden. Deshalb müssen wir proaktiv vorgehen und einen stetigen Zustrom neuer Patienten generieren. In Australien ist die Fluktuationsrate für Komplementärmediziner (CM) hoch (95 %). Das bedeutet, dass nur 5 % aller Absolventen länger als fünf Jahre in der Branche bleiben! Darüber hinaus ist der Druck von Organisationen wie Friends of Science in Medicine, die sich aktiv gegen die Komplementärmedizin einsetzen, indem sie beispielsweise an Universitäten schreiben und versuchen sie davon abzuhalten, Ausbildungen in Komplementärmedizin anzubieten, von grosser Bedeutung. In diesem Artikel behandeln wir zwei einfache Strategien, die einen reichlichen Patientenstrom zur Folge haben.

Was wir als Therapeuten mit unseren bestehenden Patienten tun können

Die Beziehung zwischen dem Patienten und dem Psychologen oder Psychotherapeuten wird als therapeutische Allianz bezeichnet und gilt als wesentlicher Faktor für das Ergebnis einer psychologischen Therapie.

Wenn Therapeuten muskuloskelettale Therapien anwenden, spricht man von Interaktionen zwischen Patienten und Therapeuten. Laut einem im Mai 2016 veröffentlichten Forschungsbericht, der auf einer

qualitativen systematischen Überprüfung und Metasynthese basiert, beeinflusst eine Mischung aus zwischenmenschlichen, klinischen und organisatorischen Faktoren die Interaktion zwischen Patienten und Therapeuten. Weitere Forschungen sind erforderlich, um diese spezifischen Faktoren einzugrenzen.

Als TCM-Therapeuten sind wir in erster Linie «Körper-Therapeuten», da die meisten von uns Akupunktur als Modalität anwenden. Aber als TCM-Therapeuten hören wir auch von den Emotionen, psychologischen Zuständen sowie den Belastungen und Herausforderungen unserer Patienten. Wir sind darauf angewiesen, diese Details über ihren Geisteszustand zu hören, denn oft hilft uns das bei der Verfeinerung unserer chinesischen Medizindiagnose.

Diese breite Palette erfordert hohe Kommunikationsfähigkeiten von uns, damit wir mit den vielen Aspekten und zum Teil schwierigen Situationen im Behandlungsraum zurechtzukommen. Wir müssen uns auch aktiv davor zu schützen, zu sehr von den «Geschichten» unserer Patienten beeinflusst zu werden.

Wie wichtig ist die therapeutische Allianz bzw. die Interaktion zwischen Patienten und Therapeuten für uns? Untersuchungen zufolge bestimmt die Bindung oder Beziehung zwischen Arzt oder Therapeut und Patient die Behandlungsergebnisse. Obwohl die Quantifizierung dieser Faktoren unklar ist, können wir uns vorstellen und haben auch erfahren, dass eine gute «Verbindung», «Bindung» oder «Beziehung» zu unseren Patienten unerlässlich ist. Die folgenden Punkte beschreiben Einflüsse aus einem Forschungsbericht und spiegeln sich in meiner Praxis wider.

Klare Kommunikationsfähigkeiten, insbesondere aktives Zuhören

Aktives Zuhören bedeutet, dass der Patient seine Geschichte erzählen kann und wir Behandler aktiv mit allen Sinnen zuhören. Es bedeutet, völlig bei unseren Patienten präsent zu sein und unsere Patienten wissen zu lassen, dass wir sie verstanden haben. Es bedeutet ebenfalls, dem Gespräch Raum, Respekt, Zuversicht und Wärme zu geben, damit sich die Konsultation entfalten kann.

Empathie ausdrücken und empfinden

«Empathie ist die Fähigkeit, zu verstehen oder zu fühlen, was eine andere Person innerhalb ihres Bezugsrahmens erlebt, und bedeutet somit die Fähigkeit, sich in die Lage einer anderen Person hineinzusetzen.» Empathie bedeutet nicht, Mitleid mit unseren Patienten zu empfinden, sondern dem Ausdruck der Gefühle Raum zu geben und unser Verständnis auszudrücken. Der Forschungsbericht zeigte, dass mangelndes Einfühlungsvermögen die Bindung zwischen Therapeuten und Patienten negativ beeinträchtigt.

Freundlichkeit und Sinn für Humor

Ein freundliches Wort und ein Lächeln bewirken viel. Jeder weiss, Humor erobert die Herzen der Menschen und bringt Leichtigkeit. Freundlichkeit oder Gastfreundschaft (der Patient als Gast in unseren Kliniken) und kosten nichts. Freundlichkeit wird oft mehrfach belohnt, auch wenn Sie möglicherweise der Meinung sind, dass jemand Ihre Freundlichkeit nicht verdient.

Ermutigung und Zuversicht

Es gibt nichts Schöneres, als Patienten zu inspirieren und sie zu ermutigen, ihre Gesundheit als Priorität anzusehen. Achten Sie

darauf, zu akzeptieren und zu respektieren, wo der Patient steht und nicht dort, wo Sie als Therapeut sind! Ein wenig Ermutigung gibt Ihren Patienten das Selbstvertrauen, den Weg zu Gesundheit und Ausgeglichenheit Schritt für Schritt weiterzugehen. Patienten möchten, dass ihre Therapeuten überzeugte TCM-Therapeuten sind (die wissen, was sie tun), aber achten Sie darauf, nicht zu selbstsicher zu wirken, was als Arroganz interpretiert werden kann und einer positiven Beziehung entgegensteht.

Einfache und klare Erklärungen

Bei der Anwendung praktischer Fertigkeiten legen Patienten Wert auf eine einfache Erklärung ihres Problems, wie wir ihnen helfen (es lösen) und warum wir Behandlungsmethoden, Kräuter, Bewegung, Ernährung und Lebensstiländerungen empfehlen. Patienten sind eher an Bord, wenn sie den (ihren) Plan kennen. Es ist auch wichtig, die Behandlungsziele zu besprechen. Durch das Setzen von Zielen werden die gegenseitigen Erwartungen auf ein gemeinsames Niveau gebracht.

Technische Fähigkeiten und Fachwissen

Therapeuten müssen über die entsprechenden Fähigkeiten für eine Behandlungsmethode verfügen. Das Fachwissen stärkt das Vertrauen des Patienten in den Behandler und die Modalität, was dazu beiträgt, eine solide und positive Beziehung aufzubauen. Wenn mich beispielsweise Patienten zu Nahrungsergänzungsmitteln fragen, sage ich als erstes immer, dass ich in diesem Bereich keine Ausbildung habe, aber dass mein Verständnis dieses oder jenes ist. Für eine detaillierte Analyse müssten sie aber einen Heilpraktiker sehen, welcher in diesem Bereich Qualifikationen hat.

Patienten benötigen Behandlungen, die individuell abgestimmt sind
Ein Patient, der massgeschneiderte Behandlungsmethoden und -pläne erhält, baut mit grösserer Wahrscheinlichkeit Vertrauen zu einem Therapeuten auf. Das Rahmenwerk der chinesischen Medizin bietet einen geeigneten Wissensschatz, um diesem Bedürfnis gerecht zu werden. Es ist wichtig, den Patienten gegenüber zu erwähnen, dass unsere Behandlungen vollständig auf ihre Situation zugeschnitten sind. Es ist leicht zu verstehen, dass sich Ihre Patienten dadurch wertgeschätzt und gut versorgt fühlen.

Zeit ist viel wert

Wir alle wissen, dass gute Dinge Weile haben wollen und Zeit zu verschenken (wo immer es möglich ist) ist eine gute Investition für unsere Patienten und uns selbst. Wenn also jemand mehr Zeit braucht, benötigt jemand anderes weniger und am Ende des Tages funktioniert alles. Das ist jedenfalls in den letzten 20 Jahren meine Erfahrung. Ich arbeite zurzeit nur mit einem Behandlungsraum, aber wenn Patienten länger auf meinem Tisch liegen, dann ist es meistens so, dass der nächste Patient verspätet eintrifft. Geben Sie Ihren Patienten Zeit zum Entspannen und bauen Sie Vertrauen und starke Beziehungen zu ihnen auf.

Flexibilität bei Terminen und Betreuung

Es ist uns wichtig, auf die Bedürfnisse unserer Patienten einzugehen, und wir sind bestrebt, unser Bestes zu geben. Es ist auch grossartig, flexibel zu bleiben (natürlich muss es für uns stimmig sein) und auch mal zu betreuen, wenn sie keinen Termin haben und einfache Ratschläge brauchen. Dies wird die Patienten ermutigen, Vertrauen aufzubauen.

Mein Ziel ist es, jeden Tag mit meinen Patienten all diese Feinheiten zu optimieren. Allerdings gebe ich zu, dass meine TCM-Klinik Höhen und Tiefen hat und nicht immer optimale Leistungen erbringt. Aus diesem Grunde bin ich der Meinung, dass diese kurze Zusammenfassung eine gute Erinnerung für uns ist, unsere Umgangsformen weiterzuentwickeln, um die therapeutische Allianz mit unseren Patienten zu stärken und das Ergebnis unserer Behandlungen bestmöglich zu beeinflussen.

Was wir tun können, um neue Patienten zu gewinnen

Ich bin fest davon überzeugt, dass TCM-Therapeuten grundsätzlich hervorragende Arbeit mit Patienten leisten, mit denen sie bereits Kontakt hatten und die möglicherweise schon seit langer Zeit zur Behandlung kommen. Oftmals ist es etwas schwieriger, uns und unsere «Dienstleistungen» bekannt zu machen und potenziellen Patienten darzubieten. Das fällt mir persönlich besonders schwer, deshalb musste ich Strategien entwickeln, die für mich funktionieren. Die folgenden Taktiken sind nicht nur kostengünstig, sondern ich habe diese seit einiger Zeit auch angewendet:

Visitenkarten, Website, Google-Profil und ein guter «Pitch»

Wenn Sie sich für das Minimum entscheiden, empfehle ich Ihnen, zumindest Visitenkarten mit Ihrem bevorzugten «Branding» zu haben. Vergessen Sie nicht, sie überallhin mitzunehmen (auch im Urlaub); potenzielle Patienten können überall und jederzeit erscheinen. Wenn Sie es bewerkstelligen können, dann sollten Sie eine Website haben. Ich kenne heute noch Therapeuten, die keine eigene Website haben wollen. Dies ist für mich unvorstellbar. Die Website beweist, dass Sie existieren, dass sie es ernst meinen, und gibt Patienten einen ersten Eindruck wer Sie sind, wie und wo Sie

arbeiten und wie viel es kosten wird, wenn sie einen Termin mit Ihnen buchen.

Ein Google-Profil ist praktisch, da wir hier in Australien keine Erfahrungsberichte von Patienten erwähnen dürfen. Dennoch liegt ein Google-Profil ausserhalb «unserer direkten Kontrolle», und wenn Patienten anderen öffentlich mitteilen möchten, dass sie eine gute Erfahrung mit Ihnen gemacht haben, dann ist ein Google-Profil die richtige Wahl. Das bedeutet auch, dass Ihr Standpunkt auf Google Maps angezeigt wird, sodass Patienten, die einen Therapeuten suchen, Sie leicht finden können.

Ich würde Sie auch ermutigen, an einem «Pitch» zu arbeiten. Ein Pitch ist eine kurze, gesprochene Zusammenfassung über Ihre Vision und welchen Patienten sie vor allem helfen. Das ist nicht einfach, aber wenn Sie daran denken, jemanden in einem Fahrstuhl zu treffen, und Sie werden gefragt, was Sie tun, was sagen Sie ihm dann in einem Zeitfenster von 30 Sekunden oder kürzer? «Ich heisse Brigitte. Ich bin ausgebildete und registrierte TCM-Therapeutin und unterhalte mich mit Menschen in verschiedenen Stadien ihres Lebens zum Thema Balance. In der chinesischen Medizin dreht sich alles um Yin und Yang, und mit Akupunktur und chinesischer Kräutermedizin können wir einen besseren Fluss und eine bessere Interaktion zwischen Yin und Yang erreichen, sodass sich jeder einzelne besser fühlen kann.» Dies ist ein Beispiel für einen prägnanten Pitch. In der Regel stellen interessierte Patienten mehr Fragen zu unserer Arbeit und wie wir dieses Gleichgewicht erreichen und uninteressierte Personen haben die Tendenz, nicht weiter auf ein Gespräch einzugehen.

Chats, Vorträge, Präsentationen

Als ich nach Phillip Island (Australien, Victoria) zog, kannte ich nicht viele Leute, aber ich bin Toastmasters beigetreten, weil ich grosse Angst vor öffentlichen Reden hatte und Englisch nicht meine Muttersprache war. Durch Toastmasters habe ich gelernt, spontaner und ausgehelter zu sprechen. Um meine neuen Fähigkeiten zu verfeinern, ging ich zu jedem örtlichen Club in meiner Gegend, und sprach über chinesische Medizin. Ich verfeinerte den Vortrag je nach Publikum. Dies hat grosses Interesse an der chinesischen Medizin in meiner Gegend geweckt und viele dieser Patienten kommen noch heute zu mir.

Blog, Advertorials, eNews und Social Media

Ich glaube an die Kraft, potenzielle Patienten über alle Aspekte der chinesischen Medizin aufzuklären. Wie funktioniert Akupunktur? Warum verwenden wir Formeln und nicht einzelne Kräuter? Was sind Moxibustion, Schröpfen, Gua Sha und Tui Na? Was ist Qi Gong? Wie diagnostizieren wir, worauf konzentriert sich die Behandlung, usw.? Es gibt zahlreiche Themen, die wir nutzen können. Social Media ist nicht jedermanns Sache; es ist nicht meins. Ich habe mich für kurze Advertorials (300 Wörter) entschieden, zum Beispiel zum Thema Heuschnupfen und wir hatten zwei Jahre lang einmal im Monat einen festen Platz in unserer Lokalzeitung. Somit wurden auch Patienten erreicht, die noch Zeitung lasen. Für ausführlichere Artikel hatte ich einen Blog auf der Website. Diese längeren Artikel (800 – 1'500 Wörter) ermöglichten uns, einige der Konzepte unserer medizinischen Systeme zu erklären, wie zum Beispiel die fünf Elemente und das Zang-Fu-System, oder in das Thema der Meridiane und Akupunkturpunkte einzutauchen.

Diese Informationen können auch als E-News an Ihre Patienten verschickt werden. Dabei kann es sich um eine kurze, monatliche

oder zweimonatliche Mitteilung handeln, die Sie versenden. Patienten können diese Informationen auch an ihre Kollegen, Familie und Freunde weiterleiten. In diesen E-News können Sie auf Ihre Blog-Beiträge verweisen und diese verlinken, damit interessierte Patienten mehr zu einem bestimmten Thema lesen können. Ausserdem liest nicht jeder gerne, daher ist YouTube eine weitere Möglichkeit, gute und bewanderte Botschaften zur TCM zu verbreiten – es gibt so viele Möglichkeiten für unterschiedliche Kommunikationsstile und -ansätze. Der beste Weg, Ihr «Marketing-Projekt» zu starten, ist die Suche nach einer Methode und einem Kanal, der am besten zu Ihnen passt.

Social Media ist bei manchen beliebt und bei anderen nicht. Tatsache ist, dass Menschen viel Zeit auf verschiedenen Social Media-Kanälen verbringen. Denken Sie daran, dass die Hauptaktion jedoch das «Scrollen» ist, und deshalb müssen «Posts» auffällige Bilder integrieren, damit die Aufmerksamkeit erregt wird. Beiträge müssen kurz und bündig sein. Möglicherweise haben Sie Ihre Lieblingsplattform, also nutzen Sie diese zu Ihrem Vorteil. Ich habe gelernt, dass ein Engagement möglicherweise erst dann zustande kommt, wenn man sechs Monate lang regelmässige Beiträge postet. Sie erfahren, welche Beiträge am meisten ankommen, welche Kommentare hervorrufen und welche nicht. Wenn Beiträge einen persönlichen Touch haben, und etwas über Sie preisgeben, werden sie beliebter. Obwohl wir in der heutigen Zeit versuchen, Informationen zu verarbeiten, die dem Lesen von 180 Zeitungen pro Tag entsprechen, sind wir immer noch auf der Suche nach sinnvollem Austausch und Verbindungen mit anderen Menschen. Ich glaube, es gibt viele Möglichkeiten, wie wir auf authentische Weise mit unseren «Anhängern» in Kontakt treten und gleichzeitig potenzielle Patienten über die Vorteile der chinesischen Medizin aufklären können.

Angesichts der Tatsache, dass das schulmedizinische System aus verschiedenen Gründen bei unseren Patienten nicht immer beliebt ist, sind wir JETZT in der besten Position, die Welt über die «Magie» des TCM-Systems aufzuklären. Daher ermutige ich Sie, einen oder mehrere Kanäle zu nutzen, um unser medizinisches System weit und breit bekannt zu machen. Wir kennen es am besten, deshalb können wir am meisten darüber reden.

Referenzen:

<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3198542/>

<https://www.harleytherapy.co.uk/counselling/what-is-the-therapeutic-alliance.htm>

<https://www.mentalhelp.net/blogs/understanding-the-therapeutic-alliance/>

<https://www.psychologytoday.com/au/blog/straight-talk/201801/therapeutic-alliance-ruptures>

https://www.huffpost.com/entry/therapeutic-alliance_b_1554007