



Wim Kaptein

Voorlichting: Collectief werken aan een beter imago

We moeten als branche erkennen dat ons vak niet altijd evenveel wordt gewaardeerd. Orthopedische schoenen zouden lelijk zijn, ons werk te duur en ons vak onbekend en dus onbemind. En dat is een groter probleem dan we in eerste instantie willen toegeven. Het is dus voor ons allen van groot belang dat ons imago een flinke duw ophoog krijgt. Uiteraard werken we daar als individuele bedrijven hard aan, maar ons als collectief presenteren is daarbij evenzeer nodig. Vandaar dat het bestuur van de NVOS de werkgroep Educatie en Voorlichting (E&V) in het leven heeft geroepen. Deze werkgroep ontwikkelt diverse middelen en voorlichtingsmateriaal om onze branche bij diverse doelgroepen te profileren.

Doelstellingen werkgroep

Om tot te kunnen bepalen welke doelgroepen benaderd moeten worden en op welke manier, heeft de werkgroep E&V eerst de problemen in kaart gebracht en daar doelstellingen uit afgeleid. De volgende problemen werden onderkend:

- **Bij voorschrijvers/verwijzers:** Er is onvoldoende kennis over wat een orthopedisch schoentechnisch bedrijf kan betekenen bij het oplossen van voetproblemen. Daarnaast is niet bekend wat de verschillen zijn tussen de diensten en producten van de podotherapeut en die van de orthopedisch schoentechnicus.
- **Bij patiënten(verenigingen):** Helaas heerst vaak nog steeds het hardnekkige vooroordeel van de oubollige, lelijke en zware schoen. Ook is niet voldoende bekend wat een orthopedisch schoentechnicus kan betekenen voor het welzijn van de patiënt.
- **Bij zorgverzekeraars:** Producten van podotherapeuten en podologen worden steeds meer vergoed, daarentegen komen onze leveringen door bezuinigingen steeds meer onder druk te staan. We zijn 'te duur'. Er wordt een substitutie verlangd van orthopedische schoenen naar de 'goedkopere' producten als semi-orthopedische schoenen en aanpassingen aan confectieschoenen.
- **Bij scholieren:** De onbekendheid met en de vooroordelen over onze branche zorgen ervoor dat maar weinig scholieren ons vak in overweging zullen nemen bij de beroepskeuze. De NVOS wil daarom zorgen voor een continue instroom op langere termijn.

Hieruit blijkt dat er nogal wat onbekendheid en misvattingen zijn over onze branche. De enige manier om deze weg te nemen is ons duidelijke te profileren en door educatie en voorlichting onze branche op een professionele manier te presenteren.

Per doelgroep zijn daartoe vervolgende deze doelstellingen opgesteld:

- Voorschrijvers/verwijzers moeten op de hoogte worden gebracht van de –uitgebreide- vakkennis van de orthopedisch schoentechnicus en de toegevoegde waarde daarvan in het verhelpen van voetproblemen van patiënten. Ook andere zorgverleners – als fysiotherapeuten, verpleegkundigen etc. zijn een belangrijke doelgroep om ons in dit kader op te richten.
- De vooroordelen bij patiënten moeten worden weggenomen door ze meer bekend te maken met orthopedische schoentechniek de nieuwste mogelijkheden en technieken. We moeten nu eindelijk eens afrekenen met het eenzijdige beeld van die lelijke, lompe en zware schoen.
- Ons imago bij de zorgverzekeraars moet beter worden. Dat kan door met de zorgverzekeraar overeenstemming te bereiken over wensen en eisen van een hoogwaardig orthopedisch schoentechnisch

product. Ook van de orthopedische schoentechnicus wordt hierbij verlangd dat er een attitudeverandering plaatsvindt; we zijn immers contractueel –én moreel- verplicht het goedkoopst adequate hulpmiddel te verstrekken

- Om ons vak te continueren is het van groot belang scholieren bekend te maken met ons vak en ze ervoor te interesseren. Ons vak moet ook in overweging genomen worden bij het maken van de beroepskeuze.

En nu verder...

De werkgroep E&V is het afgelopen jaar actief geweest om de doelstellingen te bepalen en daaraan gekoppeld uiteraard de middelen te bedenken waarmee de doelstellingen behaald moeten worden. De middelen die onder andere ingezet kunnen worden zijn folders, mailing, posters, presentaties, open dagen en symposia, website en cd-roms.

Het is duidelijk dat het ontwikkelen van een dergelijk uitgebreid pakket aan promotiemiddelen een flink budget vraagt. Inmiddels is de aanvraag voor financiering deze ontwikkelen aangevraagd én grotendeels goedgekeurd door de OFOM.

Versillende projecten zijn dan ook al in werking gezet:

- In de ALV van 6 november jongstleden is het nieuwe logo van de NVOS aangenomen. Dit logo heeft een frissere en jongere uitstraling dan het vorige. Ook dit zal bijdragen aan een positiever beeld van onze branche (*zie kader*).
- De eerste ontwerpen van folders e.d. zullen de komende maanden tot stand gaan komen.
- Aan de nieuwe website wordt al gewerkt, de opzet is bepaald, de offertes bij diverse website-designers zijn aangevraagd. Op dit moment vinden de afrondende gesprekken plaats en in januari zal de start zijn van de bouw van de NVOS website, waarna de nieuwe website rond april online zal zijn.

De komende tijd zal de hele ontwikkeling in een stroomversnelling raken. We kunnen als branche dan ook niet langer wachten met ons actief, informerend en fervent op te stellen.

De werkgroep E&V wil ook uw medewerking in dit kader vragen: een groot deel van het promotiemateriaal dat nu vanuit de branche ontwikkeld wordt, komt uiteraard ook voor u als ondernemer ter beschikking. Het is echter niet zo dat uw eigen brochures e.d. daarmee overbodig worden. Juist in de combinatie kunt u zich als ondernemer professioneel presenteren zonder daarbij uw eigen identiteit te verliezen!