

Få succes med

MEDICAL FITNESS



Exercise is Medicine, punktum. Spørgsmålet er bare, hvem der skal beriges med at udbyde og levere ydelserne. Til glæde og gavn for fremtidens sundhedsforbrugere. Denne artikel henvender sig til alle sundhedsprofessionelle, som ønsker at forfølge en større bid af den kage, som hedder det private sundhedsmarked.

■ Tekst: **Allan G. Nørgaard** / Foto: **Shutterstock**

Det private sundhedsmarked havde i 2015 en anslået samlet størrelse i Danmark på astronomiske 21,0 mia. kr. Og med en forventet årlig vækstrate på 3-4 procent er det et område, der rummer masser af fremtidigt potentiale. Internationalt arbejdes der med området under begrebet Medical Fitness, og mit bud på den definition er: Evidensbaseret fysisk aktivitet til ikke-raske udbudt i en faglig kompetent og menneskelig rummelig ramme. For en af faldgrupperne, når der skal arbejdes med dette segment, er, at "ikke raske" kræver en helt anden tilgang fra udbydernes side. Og netop det emne behandles i denne første artikel om medical fitness.

Mange kender til "The boiled frog syndrome", og resultatet af dette eksperiment kan vi lære rigtig meget af. Kort fortalt, så vil en frø, som bliver dumpet ned i kogende vand, forsøge at hoppe ud af gryden i en pokkers fart igen. Til gengæld, hvis den bliver placeret i en gryde med lunkent vand, så vil man med gradvis temperaturstigning rent faktisk kunne koge frøen til døde, uden at den forsøger at forlade gryden.

KYS FRØEN – altså på den rigtige måde

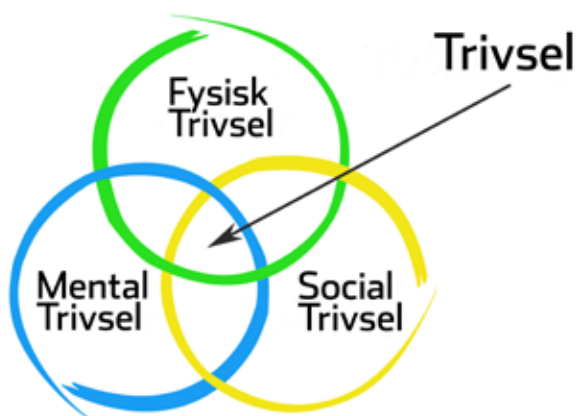
Historien bruges som en metafor for folks evne og/eller villighed til

Definitionen på det private sundhedsmarked er: Ydelser og produkter som er selvbetalt af privatperson eller virksomhed, både med og uden tilskud fra det offentlige.

at kunne tilpasse sig henholdsvis små og store ændringer. Så hvis en utrænede skal i gang med fysisk aktivitet, hvordan vil du så kysse den frø? Med kogende vand eller en temperatur der passer?

De første par sessioner er altafgørende for sundhedsforbrugerens motivation på den lange bane. Og det kan være mere end svært at dosere rigtigt i forhold til træningsmængde og intensitet. Så er vi reelt klar over, hvilket smertebillede I/vi udløser hos den utrænede i forlængelse af et workout? For ømhed i restitutionsfasen opleves vidt forskelligt. Doseres der til den rigelige side, så vil din frø forlade gryden. For den smerte, som er relateret til muskelømhed hos den utrænede, vil simpelthen være så voldsom, at flugtinstinktet vil blive aktiveret. Lad os kigge på, hvordan vi kan beholde "frøen" nede i gryden.

Trivsels Sweetspot

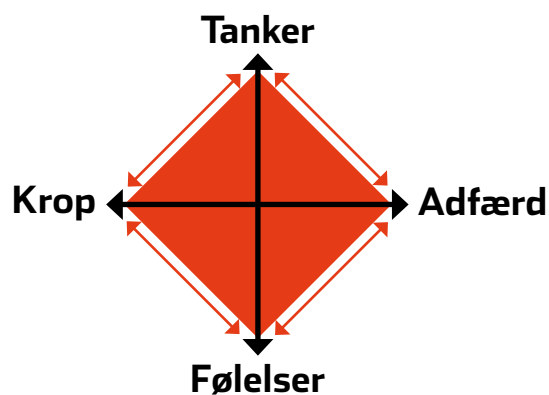


For der er heldigvis andre elementer, som indgår i kundens oplevelse og perceptionen af trivselsfremme. Og du kan derfor vælge en anden og langt mere effektiv strategi for at hjælpe dine medical fitness kunder godt i gang end blot at fyre op under den fysiske træning. Lad os antage at hovedbegreberne for trivsel er baseret på noget fysisk, noget mentalt og noget socialt. Diagrammet viser et trivsels sweetspot i midten, hvor alle tre hovedbegreber har indflydelse. Hvis kunden oplever positiv effekt på trivselskontoen, så vil kunden formodentlig komme tilbage. Igen og igen.

Den fysiske træning ved du sikkert alt om. Men du bør i den grad også stå klar med en solid plan for, hvordan du vil adressere den mentale og den sociale indsats. Og mit råd er, at du netop skal fokusere betydeligt mere på disse to områder ved kundens indledende besøg hos dig.

Diagrammet kan således også ses som en pendant til det hjul, som kaldes den kognitive diamant kendt fra psykologiens verden. Her opereres der med faktorerne tanker, adfærd, følelser og krop. En indsats på ét område vil skubbe til de øvrige områder. Det er ualmindelig nyttig viden både for træneren og den trænende. I det hele taget ville jeg på ingen måde holde mig tilbage med også at vise disse diagrammer til dine sundhedsforbrugere. De er visuelt overskuelige og kan hurtigt tilføre den rette mængde forståelse for de potentielle effekter af en række indsatser.

Den kognitive diamant



Vi må have in mente, at der sagtens kan gå flere år, før en tanke om et sundere liv rent faktisk udløser en reel handling i den retning. Prøv lige at lukke øjnene. En ny sundhedsforbruger har henvendt sig til dig, det være sig via e-mail, et socialt medie eller telefon, og nu skal I mødes fysisk for første gang. Nu ved du, at vedkommende (frøen) har været 22 måneder om at tage dette indledende hop, så hvilken velkomst står du klar med for at tilbyde tryghed i denne indledende og (for mange) angstprovokerende fase? I bund



Ønsker du flere kunder fra medical fitness kategorien?

Så er det vigtigt, at du har fokus på det glædesfremmende og det sociale i dine beskrivelser og udsagn. For det kan være med til at vække nogle af de følelser, som man ønsker at komme i kontakt med igen. Og netop følelserne må vi aldrig undervurdere, fordi de er himmelråbende suveræne både i forhold til intelligens og hukommelsesevne. Så i denne kontekst vil jeg i princippet undlade at bruge udsagn såsom: 'Kom i form på 6 måneder', men i stedet opfordre potentielle kunder til at komme på et "Hyggehold på bold".



Når du arbejder med Medical Fitness er det vigtig at holde kunden i hånden og tilbyde tryghed og tilhørsforhold.

og grund er det jo en kæmpe bedrift for sundhedsforbrugeren at være kommet så langt. Så han/hun fortjener i min optik at blive mødt med max. respekt og ydmyghed. Så skal kunden møde en træningsekspert eller en "Director of 1st impressions"?

Jeg er sikker på, at du har svaret rigtigt.

Min anbefaling går således på at drosle ned på fokuset på de fysiske strabadser ved de første par møder, men i stedet sikre, at kunden får noget godt mentalt og socialt med sig derfra. Sørg nu for at holde kunden i hånden og få serveret en ordentlig portion tryghed. Det kan gøres på mange måder. Brug gerne tid på en grundig forventningsstemning med udgangspunkt i processen i stedet for resultatet. Det vil bidrage positivt til en afmystificering og likvidering af en række fordomme og fejlantagelser. Vær også bevidst om, at det aldrig går af mode at give hinanden opmærksomhed og tilgængelighed. De fleste mennesker har et basalt behov for et tilhørsforhold, og derfor er træning på hold med (nogenlunde) ligestillede et særdeles effektivt virkemiddel – begrebet 'people like us' både tiltrækker og fastholder.

I kommunikationsmæssig sammenhæng kan det også give rigtig god mening at anvende denne viden om værdien af at nedtone hele omtalen af det fysiske element. Altså hvis du ønsker flere kunder fra medical fitness kategorien. Anvend og fremhæv det glædesfremmende og det sociale fis og ballade i dine beskrivelser og udsagn. For det kan være med til at vække nogle af de følelser, som man ønsker at komme i kontakt med igen. Og netop følelserne må vi aldrig undervurdere, fordi de er himmelråbende suveræne både i

forhold til intelligens og hukommelsesevne. Så i denne kontekst vil jeg i princippet undlade at bruge udsagn såsom: 'Kom i form på 6 måneder' men i stedet opfordre potentielle kunder til at komme på et "Hyggehold på bold" eller tilsvarende udsagn. De to forskellige budskaber vil vække vidt forskellige følelser, prøv du blot selv at smage lidt på dem.

Der er udgivet flere publikationer i forhold til adhærens, og listen med de faktorer som påvirker fastholdelsesevnen tæller flere end 50 punkter. I denne artikel har jeg gennemgået nogle af de områder, som jeg finder mest relevant i medical fitness sammenhæng. Ønsker du at fordybe dig yderligere, kan jeg eksempelvis nævne og anbefale kompendiet 'Practical strategies to support behaviour change' udgivet af EuropeaActive. Du vil kunne finde masser af inspiration til din fremtidige kommunikation og indsatsområder i denne rapport.

Det var så et hurtigt kursus i kysseteknik. Nu skal du tilrettelægge, hvordan du agter at kysse de kommende frøer i din butik. Og gør du det rigtigt, vil der være mange frøer, som bliver klar til at springe ud som træningsprinsener og prinsesser.



Artiklens forfatter Allan G. Nørgaard, er indehaver af Bonasi.dk. Selskabet tilbyder rådgivning til fysioterapeuter, kiropraktorer m.fl. og distribuerer desuden ergometre til kajak, stand up paddling m.v.