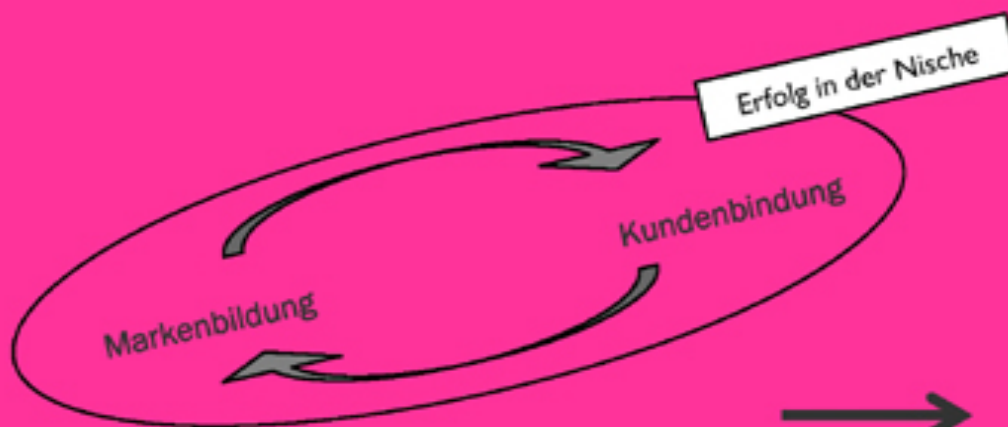




Selbstständig als Gesundheits- psychologin

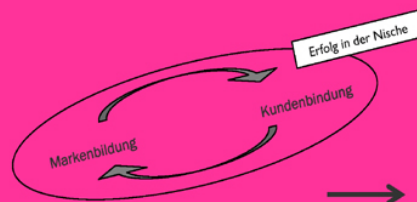


- Nischenfindung
- Markenbildung
- Kundenbindung

Anne Katrin Matussek



Selbständig als Gesundheits- psychologin



- Nischenfindung
- Markenbildung
- Kundenbindung

Anne Katrin Matyssek

Selbständig

als Gesundheitspsychologin

- **Nischenfindung**
- **Markenbildung**
- **Kundenbindung**

Books on Demand

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

***Mit großem Dank an
Professor Doktor Gerd Kaluza.***

Ohne ihn gäb's dieses Buch nicht.

Das Buch ist kein Rechtsratgeber.
Ich habe die Inhalte nach bestem Wissen und Gewissen recherchiert,
aber ich hafte für nichts.

Impressum

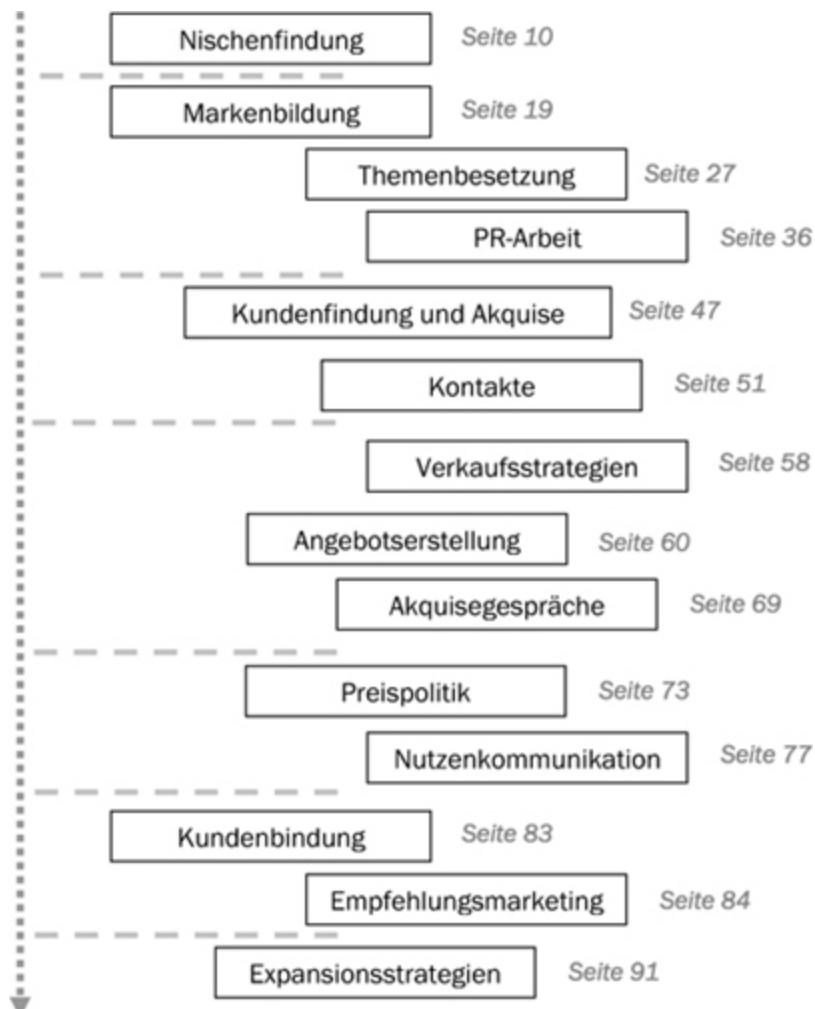
© 2010 Anne Katrin Matyssek

Herstellung und Verlag: Books on Demand GmbH, Norderstedt

ISBN: 978-3-8391-7862-1

Auf einen Blick:

So machen Sie sich als Gesundheitspsychologe oder Gesundheitspsychologin selbständig



Inhaltsverzeichnis

Warum Gesundheit ein lohnendes Thema ist –
Vorwort

1 Wie Sie Ihre Nische finden

„Ich mach’ einfach Stressbewältigung!“

- Was wollen Sie wirklich?
- Was sucht der Markt im Bereich Gesundheit?
- Wie stellen Sie sich auf – spitz oder breit?

2 Wie Sie aus sich eine Marke machen

„Ich biete Gesundheit - da brauch’ ich keinen schwarzen Anzug!“

- Wie besetzen Sie Ihr Thema?
- Wie gestalten Sie Ihren Marktauftritt?
- Wie erfährt die Welt von Ihnen?

3 Wie Sie Ihre Kunden finden

„Ich bin super, aber ich hab’ halt kein Vitamin B!“

- Wie akquiriert man als Gesundheitspsychologe?
- Wo tummeln sich Ihre Kunden?
- Wie gestalten Sie den Kundenkontakt?

4 Wie Sie das Thema Gesundheit verkaufen

„Ich bin fit, und ich mache Sie gesund!“

- Was versprechen sich Ihre Kunden? Was versprechen Sie?
- Wie kommen Sie an den ersten Auftrag?
- Wie zeigen Sie, was Sie können?

5 Wie Sie Ihre Preise durchsetzen ***„Ich bin dem Kunden bestimmt zu teuer!“***

- Wie viel Geld ist „anständig“?
- Wie überzeugen Sie den Kunden vom Preis?
- Was, wenn der Kunde nicht will?

6 Wie Sie Ihre Kunden binden ***„Ich kann doch den Kunden nicht hinterherlaufen!“***

- Wie machen Sie aus Einzelkunden Dauerkunden?
- Wie werden Kunden zu Empfehlern?
- Wie halten Sie Ihre Kunden auf dem Laufenden?

7 Wie Sie Ihren Laden am Laufen halten ***„Ich geh’ jetzt an die Börse!“***

- Wann rechnet sich Ihr Geschäft?
- Wie können Sie expandieren?
- Wie geht’s weiter?

Nachwort

Anhang

- Literaturtipps
- Stichwortverzeichnis
- über die Autorin

Warum Gesundheit ein lohnendes Thema ist

Sie wollen sich selbständig machen als Gesundheitspsychologe oder als Gesundheitspsychologin? Gratuliere! Sie haben sich ein Thema ausgesucht, das in den kommenden Jahren an Bedeutung zunehmen wird. Aber das wissen Sie sicher längst, sonst hätten Sie sich nicht darauf spezialisiert. Der Konjunkturforscher Nefjodow beschreibt anhand der sogenannten Kondratieff-Zyklen, dass sich Gesundheit – und insbesondere die psychosozialen Aspekte von Gesundheit – in den Industrienationen zu dem boomenden Wirtschaftssektor schlechthin entwickeln wird.

Und Sie sind live dabei ...

Vor Ihnen liegt ein Buch, das gespickt ist mit Erfahrungsberichten. Ich bin Ihren Weg schon vor ein paar Jahren gegangen und bin sehr glücklich damit. Ich hätte mir aber zu Beginn meiner Tätigkeit ein Begleitbuch wie dieses hier gewünscht, um nicht alle Fehler selber begehen zu müssen. Dementsprechend finden Sie hierin viele Verweise auf Fallstricke und Fettnäpfchen, die Sie meiden sollten. Der besseren Anschaulichkeit wegen habe ich einige Geschichten über missglückte Gehversuche eingeflochten. Vielleicht können Sie sich diese Erfahrungen sparen ...

In finanzieller Hinsicht gibt es sicher lohnendere Themen als Gesundheit. Gesundheit ist zwar ein boomender Sektor und für viele das höchste Gut, das alle Jahre wieder auf der Wunschliste ganz oben steht – aber Geld dafür ausgeben,

das will man dann doch nicht. Die Töpfe, die in Unternehmen für Betriebliche Gesundheitsförderung zur Verfügung stehen, sind um ein etliches kleiner als die für Vertriebsstrainings, zum Beispiel. Und Gesundheit „bei für Privatpersonen“ ist es ähnlich.

Auch bei Privatkunden haben Gesundheitspsychologen es nicht unbedingt leicht. Nach meiner Erfahrung ist es dem Endverbraucher quasi egal, ob da ein Psychologe ein Seminar zur Progressiven Muskelentspannung gibt oder eine Autodidaktin, die „Psychologie immer schon interessant“ fand. Das soll nicht diskriminierend sein (beide können einen Super-Job machen), aber es hat Auswirkungen auf das Honorar bzw. es hat eben keine Auswirkungen, und das macht es für uns Psychologen schwierig: Wieso sollte der Privatmensch bei der Kursgebühr das deutlich höhere Ausbildungsniveau des Psychologen mitbezahlen, wenn er die - aus seiner Sicht - gleiche Leistung auch für ein Viertel des Honorars bekommen kann? Da müssen wir Psychologen schon sehr gute Argumente vorweisen, wenn wir unseren Preis durchsetzen wollen (keine Angst, Sie finden hier im Buch etliche Tipps auch zu diesem Thema).

Wenn Sie sich trotz dieser schwierigen Bedingungen für die Gesundheitspsychologie entschieden haben, dann haben Sie es vermutlich nicht in erster Linie aufs Geld abgesehen. Das Thema Gesundheit ist in anderer Hinsicht lohnend: Wir sind auf der Seite der „Guten“. Wir haben die Moral auf unserer Seite, denn wir arbeiten daran, dass es Menschen besser geht, ohne dass jemand darunter leiden muss. Die Menschen sind dankbar, und das gibt einem unsagbar gute Gefühle. Das ist meine persönliche Erfahrung, die sich durch dieses Buch zieht.

Das Buch hat etliche Redundanzen. Die sind gewollt. Wer liest heute noch ein Buch von vorn nach hinten (selbst wenn wir Autoren das gern so hätten)?! Sie sollen sich in jedem einzelnen Kapitel sofort zurechtfinden, ohne lange hin- und herblättern zu müssen. Die Verweise sind daher auf ein Minimum beschränkt. Um das Buch leicht lesbar und verständlich zu halten, wird auf die Nennung der weiblichen Form (Kundinnen, Psychologinnen) oft verzichtet – das ist nicht böse gemeint. Natürlich beziehen sich die Inhalte gleichermaßen auf Frauen wie Männer.

Folgende Symbole finden Sie im Buch:



Erfahrungsbericht



kleine Denk-und Notizpause



Vorsicht Fehler!



Denk-anstoß

Viel Erfolg auf Ihrem Weg in die Selbständigkeit als Gesundheitspsychologe oder Gesundheitspsychologin wünscht Ihnen von Herzen

Ihre Anne Katrin Matyssek

1 Wie Sie Ihre Nische finden

Ich mach' einfach Stressbewältigung!"

Was wollen Sie wirklich?

Natürlich können Sie „einfach Stressbewältigung“ machen. Aber abgesehen davon, dass das gar nicht sooo einfach ist: Es ist keine Nische. Das machen alle. Gesundheitspsychologen ebenso wie Menschen mit anderem Ausbildungshintergrund. Auch bunte Faltblätter von Yoga- oder Thai-Chi-Lehrern tragen den Titel „Training zur Stressbewältigung“. Und es stimmt ja, ihre Methoden und Techniken sind eine Form der Stressbewältigung. Für den Laien ist der Markt kaum zu durchschauen.

Ich will Ihnen das nicht ausreden, denn als Start ist es ideal geeignet. Wenn Sie zum Beispiel die Fortbildung „Gelassen und sicher im Stress“ von Professor Kaluza absolviert haben, sind Sie sehr gut dafür gerüstet, Seminare zur Stressbewältigung zu geben, die sogar von den Krankenkassen bezuschusst werden (wenn auch nicht wirklich gut bezahlt). Und auch Wirtschaftsunternehmen kaufen ab und zu dieses Seminar ein. Dort können Sie Ihr Honorar damit rechtfertigen, dass das Programm zigfach evaluiert ist und den Segen der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung hat. So etwas imponiert den Menschen, die in Unternehmen die Hand auf dem Geld haben. Das lohnt sich also schon eher.



Ich will Ihnen das schon allein deshalb nicht ausreden, weil mein eigener Weg so begonnen hat: Mit dem Stressbewältigungsseminar von Professor Kaluza.

Aber auch „Stressbewältigung für Manager“ ist noch keine Nische. Seminare mit diesem Titel gibt's einfach zu viele. Und auch zu viele Anbieter auf dem Markt, und das bedeutet immer: niedrige