

Vloggen voor gezondheid

14 april 2017

Zij vormen een ideale manier om een informatieve boodschap op een aansprekende of ludieke manier onder de aandacht te brengen. In de vorm van een vaste rubriek op de eigen website, Facebook, YouTube, Vimeo, Instagram en apps voor Video-chats open je een goed bezocht informatiekanaal met een grote reikwijdte.

Voor e-health schept het Vlog interessante mogelijkheden bij het voorlichten van patiënten, positieve gezondheid en het begeleiden of instrueren van cliënten thuis. Dit zowel bij gezondheid, Leefstijl en Welzijn (GLW).

Waarom een videoblog?

Video spreekt aan, vertelt in beelden meer dan in woorden en beklijft in hoge mate. Een beeld zegt meer dan 1.000 woorden en beleven, identificeren met of inleven is een zeer actieve vorm van engagement en informatieoverdracht. Bij geslaagde Vlogs is het aantal volgers vele malen hoger dan bij andere digitale of gedrukte media.

Kenmerkend voor dergelijke korte online videoreportages is, behalve het aansprekende onderwerp, ook de met de volgers klikkende presentator. Dat kan op basis van charisma of autoriteit maar ook op herkenbaar voor of iemand uit de doelgroep zelf zijn.

Ook educational entertainment

Daarnaast is er ook het effect van educational entertainment (EE). Het genre film betreft ook mensen die anders niet zo gauw naar het betrokken onderwerp zouden kijken. De 'vermaaksverpakking' wekt de interesse en engagement. Zorg + Welzijn wees al in 2015 op het belang van Vloggen als aanslaand communicatiemiddel naar het sociale domein.

Interessante communicatie-aspecten

Vlogs hebben veel meer in hun mars dan je op het eerste gezicht denkt. Ten eerste Imago en branding. Herkenbaarheid van jouw organisatie of van jouzelf als specifieke zorg / hulpverlener. In de gezondheidszorg bijvoorbeeld een Vlog van de thuiszorgverpleegkundige, huisarts, specialist of psycholoog. Je wordt daarmee een eigen merk en gezicht. Dat is doeltreffende marketing.

Er is een duidelijke behoefte bij (al of niet specifieke) gebruikersgroepen aan goede en korte praktische uitleg en FAQ-onderwerpen. Vlogs passen vaak naadloos in aanwezige andere social media en online communicatiemiddelen. Zij zijn tevens goed bruikbaar bij het verslagleggen of aanvullen van gezondheidsevenementen en preventiecampagnes.

Een ander aspect vormt het toepassen als instructieclips bij e-learning.

Makkelijk te verspreiden

Vlogs zijn eenvoudig (viraal) te verspreiden op zowel YouTube en nieuwsbrieven (links) als websites en apps voor videochats en -distributie. Ook is directe streaming (live) relatief simpel

mogelijk. Met behulp van een encoderkastje en passend provider-abonnement heb je zo een rechtstreeks kanaal op Facebook, YouTube, Vimeo en videowebsite. Kortom een eigen live gezondheidskanaal op social media. Vlogs zijn de voor ontvanger beschikbaar of de gewenste tijd, locatie en presentatievorm.

Noshow en blended care

Het bekend zijn via Vlogs kan het aantal noshows, slecht op het consult voorbereide cliënten of onterechte opvattingen over het zorgaanbod aanmerkelijk terugdringen. Bekend en aansprekend maakt bemind, gemotiveerd en betrokken voorbereid.

Vlogs kunnen blended care en online begeleiding prima ondersteunen. Dit zowel als bekendmaken met de zorgverlener(s) en aanvullende informatie als het instructief ondersteunen van interventies. Wie is het, wat doen ze, wat heb ik nodig en hoe voer ik dat uit.

Voorbeelden Vloggen bij e-health

Inmiddels zijn er al tal van bekende medische Vloggers. Wij noemen de online psycholoog, zowel zelfstandige praktijken als de institutionele GGZ. Kijk bijvoorbeeld eens op of het YouTube-kanaal van Najla Edriouch met sessies voor jongeren.

Op Libelle TV zit Vlogger dokter Rutger en ook de Hartkliniek Nederland heeft een Dokter Vlog (Nee, niet die van StarTrek).

Steeds meer huisartsen-websites hebben Vlogs over de medewerkers en praktische medische tips voor hun patiënten. Dat geldt ook voor vloggende specialisten, paramedici. Tandartsen vloggen tussen de gebitselementen en thuiszorgmedewerkers voor hun cliënten thuis.

Niet alleen Vloggen door professionals

Voor de hand ligt natuurlijk dat de professionals in de e-health zelf aan het Vloggen gaan. Niets mis mee, mits zij maar een goede klik met de beoogde doelgroep en een geschikte boodschap hebben. Let tevens op drempelvrees dat nog onontgonnen talent weerhoudt om te Vloggen. En de privacy uiteraard.

Daarnaast het zogenaamde 'peer Vloggen.' Een aansprekend of gezaghebbend persoon uit de doelgroep zelf. Hij of zij trekt met de voorbeeldfunctie of rolmodel de aandacht van de desbetreffende doelgroep.

Groot bereik

Dat werkt niet alleen bij jeugdigen maar ook bij volwassenen, ouderen en andere ethniciteiten. De professional ondersteunt hierbij de 'peervlogger' met bruikbare informatie en beantwoordt daarnaast ook vragen.

Een aardig positief health-voorbeeld is www.healthysisters.nl. Twee (Marokkaanse) zussen die het is gelukt af te vallen door te hardlopen en gewoon gezonder te eten door authentieke gerechten net wat gezonder te maken en minder brood te eten. Zij laten zien hoe zij dit doen via social media (facebook, youtube, Instagram en een boek). Zij komen uit Helmond en begeleiden ook hardlooptroepen en geven les of maken filmpjes in opdracht.

Vindt de juiste 'rolmodel-Vlogger' en de GLW-boodschap gaat al een lopend e-health-vuurtje rond.

Hoe te doen?

Aanvankelijk moest je zelf maar uitvinden hoe een Vlog met de smartphone of (video-)camera plus distributie-app te maken. Tegenwoordig staan er duidelijke instructiefilmpjes op YouTube, zijn er kant-en-klare productiesetjes te koop en bieden professionele bedrijven hun diensten aan.

Echt moeilijk is het allemaal niet. Wel een kwestie van een pakkend onderwerp, flair & wat durf en toegang tot de bijpassende social media. Let verder altijd op goed beeld en geluid anders haken de kijkers al snel af!