

Pragnę także zwrócić uwagę na pytania, jakie się zadaje w internecie, otóż kompletnie myli się marketing z podstawowymi wymogami, przepisami sanitarnymi, a reklama zabiegów naturalnych metod, masażu czy kosmetyki zdaje się często obiecywać więcej, niż cała akademicka medycyna razem wzięta. Gdzieś po drodze traci się umiar między zdrowym rozsądkiem, a pustymi obietnicami. Może właśnie w tym miejscu warto odpowiedzieć sobie na pytanie gdzie jest granica między promowaniem masażu a specjalistycznym marketingiem.

Na początku zaplanowałem napisanie książki o promocji i marketingu, ale i o pasji życia, jaką swojego czasu stał się dla mnie masaż. Jednak w międzyczasie kilka zdarzeń przekonało mnie do zmiany formy tej książki. Znajdziecie państwo w niej sposoby promowania masażu, ogólnych informacji, ale także własnych koncepcji, doświadczeń, alternatywnych sposobów promowania. Ufam, iż podane sugestie dotyczące promowania będą zapewne przydatne nie tylko masażystom, ale również w innych zawodach. Mniemam, iż uda mi się przekonać państwa do ściślejszej, ale bezpośredniej współpracy z innymi środowiskami. Warto wyczuć, gdzie kończą się nasze kompetencje i czas zaproponować klientowi inne rozwiązania, opcjonalne i co najważniejsze nauczyć się, że czasem w praktyce masażysty najważniejsze jest potrafić odmówić wykonania zabiegu, kiedy są ku temu przyczyny nie tylko związane z przeciwwskazaniami, ale np. sposobem zachowania klientów.

W książce znajdują się także fragmenty artykułów archiwalnych, oraz przemyślenia w postaci krótkich opowiadań. Ufam, iż taka mieszana forma przekazu będzie bardziej praktyczna.

Dodatkowo co jest ważne z uwagi na migrację i coraz więcej rezydentów z zagranicy, zamieszczam kilka uwag, ułatwiających kontakt z pacjentami. Dziś coraz liczniejsze grona terapeutów i masażystów zajmuje się masażem także za granicą, jak i wykonuje zabiegi wielu rezydentom w kraju. Potrzebna jest w tym przypadku nie tylko znajomość języka, ale także przyzwyczajień, odmienności kulturowej i odpowiedniego podejścia do człowieka.

Kiedy w 1997 roku napisałem i wydaliśmy z Ewą Mikułą pierwszą książkę pt. „Współczesny Masaż – terapia profilakty-



ka relaksacja”, w literaturze polskiej nie było jeszcze publikacji traktującej temat masażu nie tylko od strony teorii i praktyki danej metody, ale książki traktującej o profesji masażysty. Także i w tamtej było wiele sugestii dotyczących prowadzenia praktyki, z czasem znalazły podatny grunt.

W moim przypadku, czyli autora obecnej książki zamieszczam uwagi traktujące o doświadczeniach przede wszystkim z praktyki masażu i metod rozumianych jako body work (bodywork pisane razem lub osobno) – praca z ciałem. Ufam jednak, iż będą one inspiracją w pełni użyteczną dla wszystkich prowadzących jakiegokolwiek gabinet masażu, fizjoterapii, gabinet lekarski, naturalnych metod, orientalnych masażu, zabiegów kosmetycznych, prowadzonych indywidualnie lub w ramach większej sieci gabinetów, ośrodków, SPA.

Co rozumiemy przez pojęcie profesjonalny

Na początku podstawowe pytanie: - Co rozumiemy przez pojęcie profesjonalny?

Profesjonalny gabinet rozumiany jest jako miejsce, gdzie wykonuje się na wysokim poziomie i zawodowo zabiegi w zamian za określone korzyści finansowe.

Profesjonalizm to również praktyka w ramach oficjalnie funkcjonującego gabinetu, ale także poza nim: czyli u pacjenta w domu, biurze czy szersza praktyka w firmie, hotelu oraz podczas okazjonalnych spotkań na konferencjach, targach, szkoleniach.

Profesjonalny dosłownie i potocznie ma podstawowe znaczenia, ale dla wielu ma jeszcze jedno, może najważniejsze.

Profesjonalnie - czyli poważnie, praktyka na serio.



Życząc inspirującej lektury, zapraszam do dyskusji na jej temat, oby poprawiła ona jakość usług. *Na początek może takie hasło przewodnie:*

Aby masaż w ogóle wykonać, wystarczy spełnić niewiele warunków. Ale jeśli chcemy, aby to był w pełni profesjonalny masaż, powinniśmy dołożyć wszelkich starań, aby od początku do końca wykonywany był z pełnym profesjonalnym zaangażowaniem.

