

indholdsfortegnelse

| | |
|--|----|
| Indholdsfortegnelse | 1 |
| Den gode idé - fra drøm til virkelighed | 2 |
| Idé skabelse og udvikling | 3 |
| Efter idéen og hvad så ? | 4 |
| De første overvejelser | 7 |
| Vejen til succes | 12 |
| Klinikken | 13 |
| Markedet | 14 |
| Analyse af klinikken | 21 |
| Analyse af dig selv | 23 |
| Dine ressourcer | 25 |
| Personlige ressourcer og mål | 26 |
| Terapeutens rolle | 27 |
| Kommunikation | 28 |
| Ydelserne | 29 |
| Udvikling | 30 |
| Forsikring | 33 |
| BAC forsikring - sygedagpenge | 34 |
| Salg og markedsføring | 35 |
| Reklamens 10 gyldne bud | 48 |
| Service | 50 |
| Samarbejdspartnere | 52 |
| Kvalitet | 53 |
| Hygiejne | 55 |
| Arkiv | 56 |
| Klientjournal | 57 |
| Datatilsynets lovgivning vedr. klientjournal | 59 |
| Priser og betaling | 75 |
| RAB (Registreret Alternativ Behandler) | 77 |
| KODA og Gramex afgift | 78 |
| Dropbox | 79 |
| SKATs regler | 80 |
| Fup firmaer og bondefangere | 93 |

Den gode idé - fra drøm til virkelighed

Det hele starter på et tidspunkt med en idé, en idé om at starte en klinik eller måske en idé om at arbejde med at give behandlinger.

Det er ud fra denne idé at klinikken opstår af og drives af, det er derfra at lyst og motivation til drift og udvikling kommer.

Der kan være forskellige årsager til at idéen om egen klinik opstår:

- Lyst til at behandle.
- Lyst til at arbejde med mennesker.
- Lyst til at lære noget nyt.
- Lyst til at ændre sit liv.

Uanset hvordan idéen er opstået, giver den en række spørgsmål vedrørende mange forskellige ting, som f.eks.

- hvilken behandlingsform ? (er nok forud bestemt for de fleste).
- lovgivning ?
- hvor - hjemme eller i lejede lokaler ?
- moms ?
- skal det være en levevej eller bijob ?
- hvordan påvirker det min og min families hverdag / fritid ?
- er der kunder til det ?
- og meget mere.

Idé skabelse og udvikling

Opgaven formuleres

f.eks. som et åbent spørgsmål.

Brainstorming

Ingen kritik og vurdering.

Alle idéer og forslag er velkomne.

Kom med mange idéer og forslag(kvantitet)

Bryg gerne videre på andres idéer og forslag.

Sorteringsfasen

Udtynding.

Kategorisering.

Sortering.

Videreudvikling af resten.

Vurdering og analyse af idéen

Kan den virkelig holde til noget (er der penge i den).

Efter idéen og hvad så ?

Dine ressourcer:

- uddannelse.
- erfaring.
- anden erfaring -herunder livserfaring.

Ydelserne:

- primær ydelse.
- sekundær ydelse.
- andet ?

Analyse af klinikken:

- stærke sider.
- svage sider.
- muligheder.
- trusler.

Analyse af dig selv:

- stærke sider.
- svage sider.
- muligheder.
- trusler.

Markedet:

- markedsbeskrivelse.
- hvor skal min klinik placere sig ?
- min rolle.
- konkurrenter/kollegaer.

Salg og markedsføring:

- salgsmateriale.
- hvad skal jeg gøre ?
- hvordan gør jeg ?
- hvor og hvordan med reklamering.
- hvad må jeg / må jeg ikke ?
- 10 gyldne regler vedr. reklame.

Udvikling:

- fremtiden.
- fornyelser.
- uddannelse.

Serviceydelser:

- hvad er service ?
- hvordan opfatter klienten min service ?

Personlig kvalitet:

- klientens forventninger.
- klientens tilfredshed.
- kvalitetsmål / kvalitetskontrol.

Klinikken:

- fast adresse.
- mobil klinik.
- åbningstider - faste ?
- telefontider.

Priser:

- prispolitik.
- pris differentiering.
- rabatordninger.
- kredit.
- tabsrisiko

Betaling:

- kontant.
- dankort.
- bankoverførsel.
- Mobile Pay.
- Swipp
- iZettle

Klient journal:

- lovgivning.
- indhold.

Arkiv:

- elektronisk / papir.
- lovgivning.
- hvordan kan det bruges.

De første overvejelser:

- din klinik.

Har jeg lyst til at indrette et eller to værelser hjemme til klinik og evt. venteværelse eller vil jeg hellere leje nogle lokaler og derved holde privatliv og arbejde mere adskilt.

Der er også mulighed for at leje lokaler sammen med anden/andre og på den måde drage fordel af et fælles kliniksamarbejde.

På de følgende sider er der nogle tomme skemaer der kan anvendes til opstilling af fordele og ulemper, samt nogle skemaer med eksempler på fordele og ulemper til ovennævnte.

Hvad skal klinikken hedde / skal den have et navn ?

- ydelserne.

Hvilke ydelser skal folk kunne få hos mig.

Skal det kun være behandlinger eller skal der mulighed for andet f.eks. køb af varer.

- kunderne.

Hvor skal kunderne komme fra ?

Hvem henvender jeg mig til ?

- hvad gør min klinik speciel ?

Skal klinikken have et specielt image ?

Skal folk kunne få noget specielt hos mig, som de ikke kan få andre steder ?

Klinikvejledning - Klientbehandling

| Klinik i hjemmet | |
|------------------|---------|
| Fordele | Ulemper |
| | |

| Klinik i lejede lokaler | |
|-------------------------|---------|
| Fordele | Ulemper |
| | |

Klinikvejledning - Klientbehandling

| Klinik sammen med anden/andre | |
|-------------------------------|---------|
| Fordele | Ulemper |
| | |

| Klinik selv | |
|-------------|---------|
| Fordele | Ulemper |
| | |

Klinikvejledning - Klientbehandling

| Klinik i hjemmet | |
|---|--|
| Eksempler | |
| Fordele | Ulemper |
| Ingen transporttid Kan udnytte spildtid Nemt at modtage akutte kunder Ingen husleje Evt. bedre P-muligheder | Klienterne kommer ind i ens hjem Svært at undgå sammenblanding af arbejder og fritid / privatliv Svært at sige nej til kunder Støj fra andre i huset Offentlig transport ? |

| Klinik i lejede lokaler | |
|---|---|
| Eksempler | |
| Fordele | Ulemper |
| God adskillelse af arbejde og fritid Mulighed for mere central placering | Transporttid Husleje Dårlig / ingen udnyttelse af spildtid Anden støj Frokost Transport af vasketøj og andet |

Klinikvejledning - Klientbehandling

| Klinik sammen med anden/andre | |
|--|---|
| Eksempler | |
| Fordele | Ulemper |
| Sparringspartnere Kan supplere hinanden Kollegaer i dagligdagen Netværk Fælles om udgifter Hyggeligt "konkulegaer" | Afhængig af andre Er ikke sin egen herre |

| Klinik selv | |
|-------------------|---|
| Eksempler | |
| Fordele | Ulemper |
| Er sin egen herre | Ingen kollegaer i dagligdagen Ingen sparringspartnere tæt på |

Vejen til succes

Målsætning

Bliv klar over hvad målet er.

Erkend at succes ikke kun er penge - men også glæde, lykke, sundhed og det at nyde hverdagen (arbejdsglæde).

Motivation

Hvad vil jeg virkelig ?

Hvorfor vil jeg dette ?

Hvad er jeg parat til at yde/ofre for sagen ?

Er det nok til at nå målet ?

Prioritering

Læg en klar rækkefølge af målsætningerne.

Koncentration

Ret den stærkeste energi mod det svageste punkt.

Vær præcis

- i din tankegang.

- i ord, billeder og ønsker.

Etabler en indre kraft og vilje og erkend dine muligheder og dine begrænsninger

- Tænk positivt.

Klinikken

Der er forskellige måder at drive klinik på, f.eks. en af nedenstående, eller en blanding af disse.

Fast adresse

Fast adresse, kan enten være i eget hjem eller i lejede lokaler, ligesom det kan være i klinikfællesskab med andre behandlere.

Mobil klinik

Mobil klinik, kan være når man kører til forskellige virksomheder og giver behandling til enten virksomhedens kunder eller ansatte.

Mobil klinik kan også være at man kører til sine kunder og giver behandlinger i deres hjem.

Åbningstider ? - faste ?

Skal der være åbningstider - skal de være faste ? Der er fordele ved begge dele. Det er op til ens temperament.

Med åbningstider, der ved folk hvornår man er der, men det betyder så også at man jo også skal være i klinikken selv om man ingen behandlinger har i nogle timer.

Uden åbningstider er det lidt mere fleksibel, men kan planlægge lange og korte dage mellem hinanden og firdage samt evt. weekend dage.

Telefontider ?

Telefontider er en måde at få samlet telefonopringningerne til klinikken til, måske en eller to timer om dagen, men samtidigt er man bundet til telefonen i de tider.

Markedet

Det er muligt at lave en markedsundersøgelse der kan vise hvilke behov dine kommende kunder kan få dækket hos dig, med dine ydelser og hvor vidt de har disse behov dækket ind andre steder fra på nuværende, med de ydelser der i forvejen findes på markedet.

Der er en hel række spørgsmål der belyse mange af de ting, her er nogle eksempler:

Hvilken målgruppe henvender jeg mig primært til ?

Hvilken målgruppe henvender jeg mig sekundært til ?

Hvor mange vil købe mine ydelser ?

Hvor mange udbydere med lign. tilbud findes der ?

Er markedet dækket ?

Hvilken salgsindsats er mest effektiv ?

Hvor lang tid går det før jeg er kendt af mange ?

Hvor meget kan jeg omsætte ?

Hvor mange ydelser ligner mine (opfylder samme behov) ?

Hvorledes adskille mine ydelser sig fra andre, der opfylder samme behov ?

Skal jeg samarbejde med nogle, eller kan jeg selv ?

Klienterne:

Hvilke mennesker kan have interesse i at købe mine ydelser ?

- køn.
- alder.
- uddannelse.
- job.
- husstandsindkomst.

Bopæl.

- ejerbolig.
- lejerbolig.
- civil status.

Er de bruger af ydelser tilsvarende mine ?

Er de klienter hos en af konkurrenterne/kollegaerne ?

Hvor ofte ønsker de behandling ?

Hvordan får jeg fat i de mulige kunder ?

Konkurrenterne / kollegaerne

Hvem er mine direkte konkurrenter ?

Hvor mange klienter har de ?

Hvor er de beliggende ?

Hvad er deres priser ?

Hvad er deres forretningsbetingelser ?

Hvor stor en salgsindsats gør de ?

Hvor stor en andel af det totale marked har de ?

Hvad tilbyder de ?

Hvem samarbejder de med ?

Hvordan er deres klinik indrettet ?

Hvilken kvalitet tilbyder de ?

Hvorledes er deres økonomiske situation ?

Kan/skal/vil jeg samarbejde med dem ?

Er det en trussel for min klinik ?

Er det muligheder for min klinik ?

Skema til vurdering af konkurrenterne

| Hvem | Stærk | Svag | Muligheder | Trusler |
|------|-------|------|------------|---------|
| | | | | |

Konkurrenceparametre:

Mine ydelser er efterspurgte fordi ..

Hvad er de vigtigste konkurrenceparametre på det marked, jeg opererer på ?

- ydelsernes karakter.
- ydelsernes særpræg.
- kvaliteten.
- prisen.
- klinikkens beliggenhed.
- klinikkens indretning.
-
-
-

Hvilke muligheder har jeg på dette marked ?

Hvilke trusler kan ødelægge mine muligheder ?

Strategi i en markedssituation med mange tilsvarende udbydere:

- øge graden af service.
- øge kvaliteten.
- specialisere sig i produkter.
- specialisere sig i ordrer.
- geografisk placering.

Virksomheder som kunder

Der er forskellige ting der kan overvejes / forberedes hvis man tænker på at have virksomheder.

Virksomhedens beliggenhed.

Virksomhedens branche.

Virksomhedens størrelse.

Virksomhedens personalesammensætning.

De væsentligste arbejdsopgaver.

Hvor mange personer gør hvad ?

Arbejdsrutiner.

Virksomhedens ledelsesstil.

Virksomhedens personale politik.

Virksomhedens åbningstid.

Hvor mange personer vil have gavn af mine ydelser.

Hvem tager personalepolitiske beslutninger ?

Hvem er min kontaktperson ?

Hvilke ydelser kan jeg tilbyde ?

Skal jeg komme til dem eller skal de komme til mig ?

Hvordan skal mit tilbud de ud ?

Mister jeg for meget tid i klinikken ?

Ved virksomheder med mange ansatte:

Bliver jeg for sårbar med så stor en kunde ?

Kan jeg klare det selv, eller skal jeg samarbejde med andre ?

Analyse af klinikken

Analyse af klinikken

Udfyld skemaerne så ærligt som muligt, spørg evt. en der kender dine evner.

| Klinikkens styrker | Klinikkens svagheder |
|-----------------------|----------------------|
| | |
| Klinikkens muligheder | Klinikkens trusler |
| | |

Klinikvejledning - Klientbehandling

| Eksempler | |
|---|--|
| Klinikkens styrker | Klinikkens svagheder |
| God beliggenhed Gode parkeringsforhold Gode tilkørselsmuligheder | Dårlig beliggenhed Dårlige parkeringsforhold Dårlige tilkørselsforhold |
| Klinikkens muligheder | Klinikkens trusler |
| Mange virksomheder i lokalområdet Mange private husstande i lokalområdet Mange kollegaer i lokalområdet | Mange konkurrenter i lokalområdet Den økonomiske situation |

Når skemaerne er udfyldt er det med at vurdere styrker og svagheder, smat muligheder og trusler op mod hinanden.

Hvis der er for mange svarheder, så er det med enten at få fjernet nogle af dem eller få tilføjet flere styrker.

Er der overvejende trusler frem for muligheder, så gælder det samme her, enten få fjernet nogle trusler eller få skabt flere muligheder.

Analyse af dig selv

Analyse af dig selv

Udfyld skemaerne så ærligt som muligt, spørg evt. en der kender dine evner.

| Dine styrker | Dine svagheder |
|-----------------|----------------|
| | |
| Dine muligheder | Dine trusler |
| | |

Klinikvejledning - Klientbehandling

| Eksempler | |
|--|--|
| Dine styrker | Dine svagheder |
| God faglig uddannelse Menneskekender Rutineret Familieforhold | Ikke færdig med uddannelse Mangler rutine Familieforhold |
| Dine muligheder | Dine trusler |
| Efter/videre uddannelse Familieforhold Samarbejde med andre behandlere | Familieforhold Mange konkurrenter Præstationsangst |

Her gælder så de samme ting som ved analysen af klinikken:

Når skemaerne er udfyldt er det med at vurdere styrker og svagheder, samt muligheder og trusler op mod hinanden.

Hvis der er for mange svagheder, så er det med enten at få fjernet nogle af dem eller få tilføjet flere styrker.

Er der overvejende trusler frem for muligheder, så gælder det samme her, enten få fjernet nogle trusler eller få skabt flere muligheder.

Dine ressourcer

Uddannelse

Hvilken uddannelse har du indenfor behandler området ?

Har du en uddannelse indenfor området ?

Erfaring

Har du erfaring arbejde i klinik eller behandling af mennesker ?

Har du erfaring inden for området ?

Anden erfaring - herunder livserfaring ?

Hvad har du lavet i dit liv ?

Tænk på at det er hele dit liv indtil nu der har formet dig til den du er.

Personlige ressourcer og mål

Grundlag og motiver for at starte egen virksomhed:

Se skemaer på de følgende sider:

Min erfaring:

Min økonomi.

Mine stærke sider:

Mine svage sider:

Mine muligheder:

Mine trusler:

Mine mål:

Forventninger til indtjeningen:

År 1:

År 2:

År3:

Min personlige indsats:

År 1:

År 2:

År3:

Arbejdstid:

Arbejdsdage:

Fritid:

Ferie:

Min funktion i virksomheden:

Terapeutens rolle

Som terapeut har du en betroet rolle, forstået på den måde at klienterne betror sig til dig og du får ting at vide som de ikke engang fortæller til deres samlever.

Klienterne forventer af dig at du er faglig dygtig og har kompetencer til det du laver (ellers var de jo ikke kommet til dig), de regner med at det du siger, er det de **skal** gøre, hav det i tankerne du snakker med dine klienter og de spørger dig om råd.

HUSK at bevare den gode etik ved behandling og i klinikken.

- Overhold lovgivning og de etiske regler du evt. er underlagt via din brancheforening
- Lov ikke helbredelse
- Vær 100 % på ved hver behandling
- Husk du har tavshedspligt
- Ken din egen begrænsning - sig fra og send evt. videre til anden behandler
- God klinisk praksis
- Osv.....

Husk før sagde man "Det er kun læger der må stille diagnoser..."

Nu hedder det behandlere må gerne stille diagnoser, bare de ikke udgiver sig som læge når de gør det.

En diagnose er i bund og grund bare at vurdere hvad klienten fejler/har af problemer, så vi kan udføre en behandling, for at hjælpe.

Kommunikation

En god kommunikation med klienten før, evt. under og efter behandlingen er vigtig for at opnå det bedste resultat og for klientens tryghed.

Lidt om kommunikation:

- Navn og erhverv (præsenter dig og spørg til klientens erhverv)
- Sygdomme / skader der kan give anledning til forholdsregler under behandlingen.
- Hold dig til nødvendig kommunikation, så koncentrationen ikke mistes.
- Vær opmærksom på at klienten måske har brug for / ønsker ro.
- Hårdheden i din behandling (fx. massage) er den i orden.
- Hvordan virker behandlingen.
- Bag efter: hvordan har klienten det og hvordan er den umiddelbare effekt.
- Tal ikke om dig selv.

Ydelserne

Primær ydelse

Primær ydelsen er som regel behandlinger der udføres på klinikken.

Der er flere forskellige måder der kan udføres behandlinger på f.eks. i klinikken, ude hos folk privat eller på virksomheder.

Sekundær ydelse

Sekundær ydelse kan også være andre typer af behandlinger end de primære behandlinger man giver.

Andet ?

Andet kan være salg af diverse produkter og det kan være andre ting der tilbydes end deciderede behandlinger.

Andet kan også være noget helt specielt, enten en ydelse der kun fås hos dig eller en vare der kun kan købes hos dig.

Salg af produkter i klinikken udgør op til ca. 20 % af omsætningen dvs. ca. 5 - 10 % af indtjeningen, så der er altså grundlag for en øget indtjening, hvis man har lyst til at sælge produkter.

Mersalg ?

Merindtægt ?

Udvikling

Virksomhedens immunforsvar:

Ligesom mennesker har et immunforsvar, der beskytter mod farer og trusler, så har virksomheden også et immunforsvar der kan beskytte mod trusler fra omverdenen.

Virksomhedens immunforsvar opbygges af følgende:

- Et godt økonomisk fundament.
- En god faglig uddannelse.
- En kundekreds, som fornyes og vokser hele tiden.
- Et solidt bagland.
- En positiv livsindstilling.
- Fremtidsorienteret udvikling.
- Videre- og efteruddannelse.
- Produktudvikling.

Forretningspolitik

- Produktpolitik.
- Prispolitik.
- Kvalitetspolitik.
- Rabatpolitik.
- Betalingsbetingelser.
- Garantier.
- Servicepolitik.
- Personalepolitik.

Administrative rutiner

- Bogføring.
- Momsafregning.
- Fakturering.
- Debitorbehandling.
- Regnskab.
- Revisorkontakt.
- Varebestilling.

Salgsarbejde

- Udformning af salgsmateriale.
- Telefonopringninger.
- Korrespondance.

Distribution

Hvordan får kunderne ens varer / ydelser?

Fordele

Ulemper

Klinik med fast adresse:

Klinik i eget hjem

Klinik i lejede lokaler

Mobil klinik:

I virksomheden

I sportsklubben

I institutionen

Hos kunderne privat

Klinik sammen med andre

Forsikring

Det er vigtigt at have en god forsikring i klinikken, det gælder både for sig selv og for klienterne.

En god ulykkesforsikring, heltids så der ikke kommer nogen tvivl om det er fritid eller arbejdstid, hvis der sker noget.

En god klinikforsikring (erhvervsforsikring), der dækker hvis klienterne kommer til skade ved en ulykke (falder, falder ned fra briksen, eller blot vrikker om på foden).

Ligeledes er det godt at have en forsikring der dækker fejlbehandling og det er der faktisk ikke ret mange forsikringer der gør, det eneste jeg har hørt om pt. er Tryg, men der kan selvfølgelig være andre.

En erhvervsforsikring koster ca. kr. 1.000,-

Mange brancheforeninger har en erhvervsforsikring inkluderet i deres kontingent.

BAC forsikring - sygedagpengeforsikring

BAC sygedagpengeforsikring er under Økonomistyrelsen se link:

www.oes.dk/forsikring

På Økonomistyrelsens hjemmeside er der også en pjece i PDF format (er vedlagt bagerst i kompendiet som bilag sammen med dp 200C anmodningsskema).

Det er normalt dagpengeafdelingen i bopælskommunen der administrere sygedagpengene.

Salg og markedsføring

Hvad er salg og markedsføring

Eksempel:

Reklame

Er, når du fortæller at du er en god behandler.

PR - Public relations:

Er, når nogen taler om dig som en god behandler.

Salg:

Er, når du opsøger kunden og viser varens egenskaber.

Service:

Er, når du leverer varens støtteydelse ud over det forventede.

Hvad må jeg / må jeg ikke ?

Det har indtil for nyligt ikke været lovligt at reklamere med at man er lægeeksamineret eller blot eksamineret behandler, men dette er ændret, således at det nu er tilladt.

Der må ikke være urigtige oplysninger i reklamer/ markedsføringsmateriale.

Systematisk kommunikation

Hvem Ønsker jeg at fortælle noget ?

Hvad Ønsker jeg at fortælle ?

Hvornår Ønsker jeg at gøre det ?

Hvordan Ønsker jeg at gøre det ?

Hvorfor Vil jeg gøre det ?

Modtageren/ -ne Vurderes.

Analyseres.

Identificeres.

Antallet bestemmes.

Salgsmateriale

Hvad skal jeg vælge der er jo et hav af muligheder...

En vigtig ting man skal holde sig for øje er at der skal være en rød tråd igennem ens salgsmateriale så der opstår en genkendelighedseffekt, denne effekt er uundværlig hvis man skal have det optimale ud af sit salgsmateriale.

Valg af salgsmateriale har meget med personligt temperament at gøre, her er en liste over nogle af mulighederne og et par kommentarer til disse:

Internet

Hjemmeside - Facebook

Din / klinikkens hjemmeside er en vigtig ting i markedsføringen, alle har efterhånden adgang til Internet og alle bruger det mere og mere og dette vil ikke blive mindre i fremtiden.

Få din hjemmesideadresse ud så mange steder som muligt, via visitkort, foldere, opslag, reklamer og meget mere...

HUSK stadig optimering af din hjemmeside.....

Nyhedsbreve

Lav mulighed for at folk kan tilmelde sig nyhedsbrev fra dig

Mailadresse

Få din mailadresse ud lige så mange steder som din hjemmesideadresse.

Tryksager

Brochurer

Brochurer kan udformes på mange forskellige måder og omdeles via post, gå ben, andre klinikker og saloner (f.eks. hos frisører), på messer og til venner og bekendte.

Løbesedler

Løbesedler er en forkortet udgave af en brochure, som kan omdeles / udbringes på stor set samme måde.

Visitkort

Uundværligt til at få gjort sig kendt.

Aftalekort

Kan evt. være på bagsiden af visitkortet.

Salgsbreve

Kan f.eks. være breve stilet til virksomheder eller institutioner.

Skiltning

Vær opmærksom på regler vedr. skiltning spørg evt. kommune.

A-Skilte (løse skilte).

Fast monterede skilte.

Annoncer

Stopeffekt

Stopeffekten skal få folk til at stoppe ved annoncen når de lader blikket stryge ned over f.eks. avissiden.

Budskab

Budskabet skal være klart og tydeligt, så folk ved hvad der reklameres for.

Tilbud

Evt. tilbud fremhæves.

Stamoplysninger

Logo, navn, adresse, telefon og evt. geografisk placering (f.eks. hvis man ligger tæt op af noget kendt).

Hvor ?

Aviser.

Fagblade.

Telefonbøger.

Lokalforeningers blade.

.....mere...

Andre metoder:

Taxareklame

Taxareklamer er en måde at få sig gjort synlig på, den ses af alle, ubevidst og af rigtig mange bevidst.

En taxa reklame er med til at skabe genkendelighedseffekten, som er vigtig i forbindelsen med markedsføring.

Der er mange måder der kan reklameres på / i taxier, der er lige fra modellen med en streamer på bagruden til den totale indpakning og så er der nogle vognmænd der kører med løbereklamer bag på forsæderne.

Der er nogle ting man skal være opmærksom på i forbindelse med en taxareklame, især hvis der er tale om en indpakning af hele bilen.

Hvor lang tid vil jeg have taxaen til at køre med min reklame ?

Der er reklameselskaber der arrangerer etårige aftaler, men de er forholdsmæssigt dyre da prisen for indpakningen er den samme uanset om der er tale om et eller to år.

Prisen for en indpakning ligger typisk mellem kr. 12.000,- og 25.000,- + moms (2009) afhængig af hvad man ønsker.

Det er en fordel hvis man selv skaber kontakten til en vognmand og laver en aftale med, typisk over to år, da det er to år(og 250.000 km) en taxa skal køre før den er frikørt, vognmanden er ikke momsregistreret, så ved at lave aftalen direkte med ham, så sparer man momsbeløbet, hvorimod et reklamebureau skal have dels fortjeneste og moms oveni.

Vognmanden får typisk kr. 1.000,- pr. md. (2009) for at køre med reklamen

Når der skal laves en aftale med et reklamebureau, så er det vigtigt at alle forhold kommer med, på de følgende sider er der et eksempel på en samarbejdsaftale.

Ligeledes er det også vigtigt at man får lavet en aftale med vognmanden vedr. kørsel, på de følgende sider er der ligeledes et eksempel på en aftale.

Udnyt mulighederne f.eks. fælles visitkort...

Radiospots

Radiospots er en måde hvorpå man kan komme ud til en bestemt målgruppe, når man vælger den radiostation der skal reklameres på.

Ved produktion af radioreklame er salgskonsulenterne på radiostationen gode samarbejdspartnere.

Husk på at der er stor forskel på priser for radiospots og salgskonsulenterne normalt er forhandlingsvillige.

Prøvebehandlinger

Prøvebehandlinger er en måde at få folk til at komme og prøve ens behandlinger og så kan man håbe på at de kommer igen og/eller taler positivt om en til andre.

Prøvebehandlinger kan foregå i klinikken, på messer eller hos forskellige forretninger f.eks. en Matas eller lign.

Messer

Der findes et hav af messer, hvorpå man kan købe sig til en standplads. Her er det op til ens temperament og lyst.

Det kan være en fordel at gå sammen med andre om en standplads, så der altid er nogle til at fortælle og nogle til at give prøvebehandlinger.

Udstillinger

Udstillinger ligger sig tæt op af messer, men der gives som regel ikke prøvebehandlinger på disse.

Workshops

Workshop, hvor man arbejder med klienterne / kunderne, f.eks. en massage workshop, hvor folk kan lære nogle grund teknikker til husbehov, er anden en måde at sælge sin behandling på, samt gøre klinikken kendt.

I workshoppen får folk indarbejdet ens behandlinger og det giver en god oplevelse af, hvad behandlingen er og hvad den kan give. Desuden giver det også lyst til mere..altså at komme i klinikken og få behandling af dig.

Gavekort

Gavekort kan bl.a. til den lokale sportsforening, når det holder sommerfest, det giver et par mulige kunder, ved at der kommer nogle der ellers ikke ville være kommet af sig selv og det giver en meget god omtale og reklame når gavekortene gives ud, som gevinster eller præmier.

Samarbejdsaftale vedr. taxareklame

Der er mellem nedenstående parter indgået følgende samarbejdsaftale:

| | | |
|--------------------------|---|-----------------|
| GertVinnie.dk | & | inter-com |
| Koldingvej 98, Dybvadbro | | Ladegårdsvej 22 |
| 6040 Egtved | | 7100 Vejle |

Omfang: Indpakning af taxa med vejrbestandig folie, billeder og tekst, Holdbarhed til fri kørsel er opnået. Min. 24 måneder fra opstartsdato og 250.000 km opkørt.
Demontering af folie ved aftaleudløb.

Varighed: Opstart 15. marts 2009 – slutdato i henhold til ovenstående.

**Reklame-
placering:** Førerside – Passagerside – Kølerhjelms – Bagende - Tag

**Grund-
farve:** Folie. Farve i henhold til brochure udleveret af GertVinnie.dk

**Tekst &
billede:** I henhold til bilag A + skrift på tag:

Klinikvejledning - Klientbehandling

(GertVinnie.dk Kropsterapi Wellness)

Firmaprofil: GertVinnie.dk

Bilfabrikat: Mercedes Vito

Pris: Aftalt til 17.995,- kr.

Reklame-fee: Aftales særskilt med taxavognmand

Evt. autoskade: Evt. autoskade der måtte skade folien dækkes af bilens forsikring.

GertVinnie.dk er ikke erstatningsansvarlig for udbedring af evt. opståede skader i kontraktforløb.

Evt. folieskader udbedres i løbet af 2 uger.

Kræver en evt. skade, at bilen skal males/lakeres før montering af folie, må der pga. hærkning af det malede/lakerede område, forventes en ekspeditionstid på 4 uger.

Under montering og demontering dækkes evt. skader af inter-com`s værkstedsforsikring.

Afgifter: Alle priser er ekskl. moms

Godkendelse: Endelig godkendelse fremsendes pr. mail til inter-com

Tillæg: Bilag A

Klinikvejledning - Klientbehandling

Aftalen vedr. den månedlige fee er et fortroligt anliggende mellem GertVinnie.dk og Vognmand

Aftalen tiltrådt:

Kolding den 24. februar 2009

Kolding den 24. februar 2009

GertVinnie.dk

inter-com / Ole Dam

Kontrakt

Iflg. Aftale mellem klinikkens navn og adresse og vognmandens navn og adresse, er nedennævnte aftale indgået om indpakning af taxi med reklame.

Det drejer sig om reklamer påmonteret af Inter-com Kolding påsat taxa nr. xxx-xxxx 1 stk. Mercedes Vito 115.

Reklamen påmonteres af Inter-com Kolding og taxavognmanden har ikke været involveret i farve, tekst eller udseende. Prisen for tryk og påsætning er vognmanden uvedkommende og er alene et andragende mellem Inter-com og "klinikkens navn".

Ligeledes bliver afmontering af reklame betalt af "klinikkens navn" og er vognmanden uvedkommende.

Reklamen påmonteres ovennævnte taxi den 1.1.2009 og skal forblive siddende på bilen i 2 år.

Skulle taxaen ikke nå at blive frikøbt på 2 år, så tages kontrakten op til forhandling, således at der gives mulighed for en forlængelse af tiden, hvorpå reklamen sidder på bilen.

Der er aftalt en pris på kr. 3.000,- pr. 3. måned, og der betales forud. Beløbet er forfaldent til betaling senest den 10/4 - 10/7 - 10/10 - 10/1.

Beløbet bedes overført til xxxx - xxxxxxxx.

Såfremt bilen bliver skadet og dette har betydning for reklamens udseende, så er det vognmanden, der via hans bilforsikring sørger for at skaden på reklamen bliver udbedret.

Det er ikke tilladt at sætte andre reklamer eller streamers på bilen, der dækker billeder eller tekst på den monterede reklame - eneste undtagelse er streamers i bagruden.

Dato og underskrift Vognmand

Klinikken

Klinikvejledning - Klientbehandling

Salg- og markedsføringsplan

| Tiltag | Hvor | Hvordan | Hvornår | Pris |
|------------------------|------|---------|---------|------|
| Hjemmeside | | | | |
| Nyhedsbreve | | | | |
| Brochurer | | | | |
| Løbesedler | | | | |
| Visitkort | | | | |
| Aftalekort | | | | |
| Salgsbreve | | | | |
| Skiltning | | | | |
| Annoncer | | | | |
| Taxareklame | | | | |
| Radiospots | | | | |
| Prøvebehandlinger | | | | |
| Messe | | | | |
| Udstillinger | | | | |
| PR materiale | | | | |
| Workshops | | | | |
| Gavekort | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| Specielle begivenheder | | | | |
| Højtider | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

HUSK at følge op på markedsføringen

- spørg klienterne hvor dig har set / hørt om dig.

Reklamens 10 gyldne bud

God reklame kan ikke sælge et dårligt produkt.

- Udgangspunktet for god markedsføring er et godt produkt eller tilbud.

Hjernen accepterer kun informationer, som passer til tidligere viden eller erfaringer.

- Det er lettere at skabe en ny position for et produkt, end at ændre forbrugernes opfattelse af det samme produkt.

Den, der siger det først, siger det bedst.

- Den, der kommer først med et nyt budskab, produkt eller idé opnår en sikker førsteplads på produksiden.

Ingen markedsføring kan fungere uden intern opfølgning.

- Forståelse for og kendskab til formålet med et reklametiltag samt kendskab til produktet / tilbuddet, spiller en afgørende rolle for resultatet.

Med mindre din reklame er baseret på en god idé, vil den passere som et skib i natten.

- Ingen vil se dig.

Den, der vil fortælle alt bliver sjældent hørt.

- For at få succes er det vigtigt at forstå begrænsningens kunst og kunne vælge noget fra, for til gengæld at satse stort på det, der er sagens kerne.

Reklamer der ikke kender sit mål, når sjældent frem.

- Hvis man ikke kender målgruppen for reklamen, hvem skulle så ?

Ethvert budskab skal være forståeligt.

- Hvis modtageren ikke fatter budskabet, er reklamen spildt (f.eks. fagudtryk eller lign.).

Tænk stort, men i små træk.

- Hvis man vil indtage et marked, må man indtage en lille afgrænset del ad gangen, men til gengæld anvende alle sine ressourcer på netop dette område.

Mennesker handler med mennesker.

- Ingen reklame kan erstatte det personlige salg og i sidste ende er det de menneskelige egenskaber og karakterer, der afgør om varen kan afsættes.

Service

Service og serviceydelser

Hvis du gerne vil have at klienterne opleve din behandling positiv og synes at du yder en gode service, så er det et par tips her om hvad du kan/skal:

- Smile.
- Holde øjenkontakt, men være diskret.
- Udvis en høj hygiejne, både med dig selv og med klinikken og dens indretning.
- Være udhvilet og velplejet.
- Vise udelt opmærksomhed.
- Nævne klientens navn.
- Vise engagement.
- Afspejle klientens kropssprog.
- Tale med klienten, ikke til klienten.
- tale i samme stemmeleje og med samme hastighed, som klienten.
- Udtale dig positivt om klientens person, handlinger og holdninger.
- Give konstruktiv kritik af klientens livsførelse.
- Vis respekt for klienten, uanset køn, race, religion og kultur.
- Være åben, ærlig kend dine begrænsninger.
- Være god til dit job og stolt af det du laver.
- Optræde naturligt og afslappet.
- Tilpasse din behandling til klientens situation.
- Give klienten mere end han/hun forventer.

Husk ydelserne du og diner konkurrenter / kollegaer giver er ret ens -
Det er menneskerne bag der gør forskellen.

Service medarbejderens typer:

Klientvinder

- Positiv, høflig, ærlig.
- Resultatorienteret.
- Begejstret.
- Informativ.
- Rolig og ansvarlig.
- Overtalende.
- Fleksibel.

Klientstøtter

- Aktivt lyttende.
- Forstående.
- Adfærd tilpasset klienten.
- Formidler af dialogen.
- Varm og oprigtig.
- Stiller spørgsmål.

Klientskræmmer

- Krænkende.
- Selvhævdende.
- Dominerende.
- Angribende.
- Egocentreret.
- Ydmygende.

Klienttaber

- Ja-siger.
- Selvfornægtende.
- Undskyldende.
- Tilbageholdende.
- Usikker.
- Fornægtende.

Samarbejdspartnere

Som behandler har man mange samarbejdspartnere både inden for det etablerede system og indenfor det alternative område, man kan f.eks. lave "åben klinik" i fællesskab.

Desuden kan skoler, virksomheder og forsikringsselskaber også indgå.

Eksempler på samarbejdspartnere:

- Læger.
- Sygeplejersker.
- hjemmehjælpere.
- Fysioterapeuter.
- Ergoterapeuter.
- Kiropraktorer.
- Tandlæger.
- Psykologer.
- Psykoterapeuter.
- Alternative behandlere.
- Skoler / børnehaver.
- Virksomheder.
- Forsikringsselskaber.
- Behandlingscentre.

Kvalitet

Kvalitet kan udtrykkes som:

funktionel kvalitet
+ smagsmæssig kvalitet
= klientens oplevede kvalitet

Kvalitet opstår, når vi stiller krav til det arbejde vi udfører.

Kvalitet er lig med opfyldte fastlagte krav.

Kvalitet er at gøre arbejdet rigtigt første gang - hver gang.

Kvalitet er at rette de fejl og mangler der måtte opstå.

Det er ikke et spørgsmål om at være størst, det er om at være bedst.

Fejl stjæler tid, gør det rigtigt første gang, så "om igen" arbejde undgås.

Ingen reklamationer er ikke nødvendigvis et udtryk for god kvalitet, men nærmere, at vi ikke følger med i, hvad der rør sig hos kunderne.

Fordele ved høj kvalitet

- Du skaber tillid og respekt omkring dig
- Du øger dine muligheder for at tiltrække nye kunder.
- Du øger din kliniks positive image.
- Du øger dine muligheder for forretningsudvikling.
- Du begår færre fejl og tingene skal ikke laves om.
- Du undgår kritik og reklamationer.
- Du styrker dit selvværd og din selvrespekt.
- Du opnår en højere livskvalitet.

Lever kvalitet og forlang kvalitet

- Ellers er du med til at afskaffe den.

God kvalitet koster ikke penge

- Det er manglen på kvalitet der koster penge.

Hygiejne

Hygiejnen skal være i orden og det gælder både på klinikken, for terapeuten og for klienterne.

Hygiejnekrav til terapeuten:

- Rent tøj.
- Håndvask før og efter behandling - rene hænder og negle.
- Langt hår skal evt. sættes op.
- Ren briks/lagen (bed evt. klienterne om at tage lagen med).
- Olien må aldrig komme tilbage i flasken.
- Velplejede hænder.
- God personlig hygiejne - også mundhygiejne.
- HUSK at melde afbud ved sygdom.
- Undlad parfume.

Hygiejnekrav til klienten:

- Velsoignerede - evt. Have været i bad.
- De skal melde afbud ved sygdom.

Arkiv

Arkivet i klinikken består af to ting, dels klientarkivet og dels det skattemæssige regnskab.

Klientarkivet er omtalt under klientjournal.

Det skattemæssige regnskab kan man vælge enten selv at kaste sig ud i eller hyre en revisor til opgaven. Det kommer an på hvor regnskabsminded man selv er og om lysten er til det, ellers er det en fordel at lade en revisor tage sig af den opgave.

Regnskabet skal gemmes i nogle år, før var det 5 år for alt og nu er det 3 år for nogle ting og 5 år for andre ting, snak med revisoren hvis du er i tvivl om hvad der skal gemmes i 5 år, eller gem det hele i 5 år. Se mere under afsnittet SKATs regler.

klientjournal

Klientjournal må kun optages med klienternes samtykke iflg. Datatilsynet.

Klientjournalen er et vigtigt redskab i klinikken, den indeholder stamoplysningerne på klienterne så som

- navn
- adresse.
- telefonnr.
- mobilnr.
- mailadresse.
- fødselsdato.

Her ud over kan den indeholde oplysninger om:

- sygdomme de har.
- ulykker.
- skader.
- medicin, navn, type og forbrug.
- arbejde.
- familieforhold.
- søvn.
- ryger/ikke ryger.
- operationer.
- stress.
- allergi.
- fordøjelse.
-og meget meget mere.....

Klientarkivet

Klientarkivet er så der hvor alle klientjournalerne er samlet, det kan enten være på papir eller på elektronisk form.

HUSK at klientjournaler skal opbevares og evt. destrueres iht. lovgivningen, se afsnittet "**Datatilsynets lovgivning vedr. klientjournal**"

Datatilsynets lovgivning vedr. klientjournal

Lovgivning (følgende er en direkte kopi fra datatilsynet hjemmeside

<http://datatilsynet.dk/erhverv/alternative-behandlere/>)

Alternative behandlere

Hvorfor er alternative behandlere omfattet af persondataloven?

En alternativ behandler skal overholde persondataloven, fordi behandleren har en række oplysninger om personer (klienter), der søger behandling.

Persondataloven indebærer, at en alternativ behandler kun må indsamle, opbevare, registrere, bruge og/eller videregive oplysninger om sine klienter, hvis lovens regler giver ret til det.

Hvornår må en alternativ behandler behandle personoplysninger?

Det er reglerne i persondatalovens §§ 5, 6, 7 og 8, som fortæller, hvornår en alternativ behandler må behandle personoplysninger.

Udtrykket **behandling** af oplysninger dækker over en række forskellige måder at håndtere personoplysninger på. Udtrykket omfatter således for eksempel både indsamling, systematisering, registrering, opbevaring, brug og videregivelse af oplysninger.

En alternativ behandler har normalt både **følsomme og ikke-følsomme oplysninger** registreret om sine klienter for at kunne tilrettelægge behandling af klienten og/eller yde rådgivning.

Ikke-følsomme oplysninger er f.eks. identifikationsoplysninger, så som klientens navn, adresse, telefonnummer og fødselsdato.

Sådanne almindelige oplysninger vil normalt kunne registreres, i det omfang den alternative behandler skal bruge oplysningerne som led i aftalen med klienten.

Reglerne om behandling af ikke-følsomme oplysninger findes i lovens § 6.

En **følsom oplysning** er f.eks. en oplysning om helbredsforhold, herunder misbrug af nydelsesmidler, alkohol m.v., seksuelle forhold og væsentlige sociale problemer.

Følsomme oplysninger er omfattede af bestemmelserne i lovens §§ 7 og 8.

Den alternative behandler må som udgangspunkt kun registrere følsomme oplysninger om en klient, hvis oplysningerne er nødvendige, og klienten har givet udtrykkeligt samtykke.

Hvordan skal samtykket udformes og indhentes?

Et **samtykke** er en aktiv tilkendegivelse, hvor klienten giver tilladelse til, at den alternative behandler registrerer oplysninger om sig.

Persondataloven stiller ikke noget krav om, at et samtykke skal være skriftligt for at opfylde kravet om at være et udtrykkeligt samtykke. Men det er den alternative behandler, der skal kunne godtgøre, at der foreligger et samtykke fra klienten.

Datatilsynet anbefaler derfor, at den alternative behandler får et skriftligt samtykke fra klienten til sin registrering af følsomme personoplysninger.

Hvis man er i tvivl om, hvorvidt en samtykkeerklæring opfylder lovens krav, kan man altid spørge Datatilsynet.

Hvornår skal en alternativ behandler anmelde sig til Datatilsynet?

Med persondataloven er der indført en ordning, hvor private virksomheder m.v., herunder alternative behandlere, i en række tilfælde skal anmelde deres behandling af personoplysninger til Datatilsynet.

Hvis en alternativ behandler indsamler, registrerer, opbevarer, bruger og/eller videregiver **følsomme oplysninger** om sine klienter, skal den alternative behandler anmelde behandlingen til Datatilsynet og indhente tilsynets tilladelse.

Den alternative behandler må derfor vurdere, om vedkommende har følsomme oplysninger - dvs. oplysninger om klienternes rent private forhold - registreret f.eks. i sit edb-system eller i sit manuelle (papirbaserede) sags-/klientkartotek.

Helbredsoplysninger er følsomme oplysninger. Behandling af disse oplysninger vil derfor skulle anmeldes.

Følsomme oplysninger er f.eks. også oplysninger om klientens **racemæssige** eller **etniske** baggrund, **seksuelle forhold** eller klientens **politiske**, **religiøse** eller **filosofiske** overbevisning.

Følsomme oplysninger er endvidere oplysninger om **væsentlige sociale problemer** og andre **rent private forhold**. Det kan f.eks. være oplysninger om ulykkestilfælde, selvmordsforsøg eller længerevarende arbejdsløshed.

Der skal foretages anmeldelse til Datatilsynet, og tilsynets **tilladelse** skal foreligge, **inden** behandling af personoplysninger påbegyndes.

Hvordan anmelder du behandling af personoplysninger til Datatilsynet?

Anmeldelse kan ske elektronisk via Datatilsynets hjemmeside på adressen www.datatilsynet.dk.

Under menupunktet Anmeldelsesblanketter vælges den blanket, der hedder **Privat virksomhed**. En anden mulighed er at få Datatilsynet til at sende den anmeldelsesblanket, der skal bruges af private virksomheder.

Blanketten kan bestilles på tlf.nr. 3319 3200 mellem kl. 9 og 14 eller ved e-mail til dt@datatilsynet.dk.

Når du udfylder blanketten, er det vigtigt, at du under feltet **Behandlingens betegnelse** skriver **Klientjournal**.

Ved udfyldelse af blanketten kan du få hjælp i den vejledning, der er skrevet om udfyldelse af blankettens felter. I den elektroniske blanket findes hjælpeteksterne ved at klikke på spørgsmålstegnene i de enkelte felter. Hvis du udfylder papir-blanketten, er vejledningen til blanketten hæftet ved blanketten.

I fortegnelsen på Datatilsynets hjemmeside har du mulighed for at finde anmeldelser, som andre alternative behandlere har foretaget. Måske indeholder en sådan anmeldelse formuleringer, som du gerne vil bruge i din egen anmeldelse - og som også er beskrivende for din virksomhed. Hvis du vil bruge en anden anmeldelse som kladde, kan du ved hjælp af en særlig funktion i anmeldelsessystemet genbruge anmeldelsen.

Hvordan anmelder du på en nem og hurtig måde?

Datatilsynet har også lavet en kladde, som alternative behandlere kan bruge, når de skal anmelde deres behandling af personoplysninger.

Hvis du anmelder din behandling af personoplysninger elektronisk, kan kladden overføres til din egen anmeldelse, så du kun skal tilrette de felter, hvor tilsynet har skrevet "udfyldes individuelt", og/eller hvor du synes, at din egen anmeldelse skal have et andet indhold end kladden. Du skal selv sørge for, at anmeldelsen svarer til de behandlinger af personoplysninger, som du foretager.

Det er den alternative behandleres **ansvar**, at anmeldelsen svarer til de behandlinger, som foretages.

[Gå til Datatilsynets kladde til anmeldelse af klientjournaler i forbindelse med alternativ behandling.](#)

Når du har fået kladden frem, er det nemmest, hvis du vælger **Genbrug hele blanketten som kladde**.

Hvad sker der, når Datatilsynet har modtaget anmeldelsen?

Når en anmeldelse er modtaget hos Datatilsynet, vil der blive sendt en kvittering. I kvitteringen er angivet en adresse og et password, så du kan rette anmeldelsen via internettet. Dette gælder, både hvis den er sendt via internettet, og hvis anmeldelsen er sendt på en papirblanket, idet Datatilsynets medarbejdere taster papirblanketten ind i det elektroniske anmeldelsessystem. **Du skal ikke foretage rettelser, før du har hørt fra Datatilsynet.** Hvis der viser sig et behov for yderligere oplysninger, eller hvis der skal ændres i anmeldelsen, vil Datatilsynet kontakte dig.

Når Datatilsynet har vurderet, om anmeldelsen kan godkendes, og på hvilke vilkår tilladelsen vil kunne gives, vil du modtage et brev. Samtidig vil tilsynet iværksætte opkrævning af det gebyr på 1.000 kr., som skal betales for tilladelsen, jf. persondatalovens § 63, stk. 2, nr. 2. Først når betaling er sket, vil Datatilsynets tilladelse blive sendt til dig.

Når Datatilsynet har godkendt din anmeldelse, vil den blive offentliggjort i fortegnelsen over anmeldte behandlinger. Fortegnelsen findes på tilsynets hjemmeside. I fortegnelsen kan personer se, hvem der har fået en tilladelse fra Datatilsynet.

Datatilsynets kladde til anmeldelse af klientjournaler i forbindelse med alternativ behandling

Benyt anmeldelse som kladde.

Afkryds de felter, du ønsker at genbruge, eller genbrug hele blanketten.

Blankettype: Privat virksomhed

Anmeldelse af behandlinger af oplysninger om rent private forhold der foretages for en privat dataansvarlig.

Der søges samtidig om Datatilsynets tilladelse.

Bemærk! Hvor andet ikke udtrykkeligt er angivet, vil de oplysninger, der fremgår af anmeldelsesblanketten, blive offentliggjort i Datatilsynets Fortegnelse over anmeldte behandlinger. Fortegnelsen er offentligt tilgængelig på Datatilsynets hjemmeside. Felter markeret med * **skal** udfyldes.

| | |
|---|---|
| 1. Dataansvarlig | Navn* |
| | <input type="checkbox"/> Udfyldes individuelt |
| | Adresse* |
| | <input type="checkbox"/> Udfyldes individuelt |
| | Tlf.nr.* |
| <input type="checkbox"/> Udfyldes individuelt | |
| E-mail | |
| <input type="checkbox"/> | |
| Evt.J.nr./ID.nr. | |
| <input type="checkbox"/> Udfyldes kun, hvis der er behov for det internt. | |

Klinikvejledning - Klientbehandling

| | |
|--------------------------------|--|
| | <p><input checked="" type="checkbox"/> Oplysningerne opbevares hos den dataansvarlige og/eller</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Oplysningerne opbevares hos databehandler</p> <p>Databehandlerens navn <input type="checkbox"/> Udfyldes kun hvis personoplysninger behandles af andre end den dataansvarlige eller dennes ansatte.</p> <p>Databehandlerens adresse <input type="checkbox"/></p> <p><input type="checkbox"/> Den dataansvarlige er etableret i et tredjeland, og der er udpeget en repræsentant i Danmark</p> <p>Repræsentantens navn <input type="checkbox"/></p> <p>Repræsentantens adresse <input type="checkbox"/></p> |
| 2. Betegnelse og formål | <p>Behandlingens betegnelse:* <input type="checkbox"/> DT kladde - Alternativ behandler (behandlingens betegnelse skal være 'Klientjournal')</p> <hr/> <p>Formål og evt. delformål:*</p> <p><input type="checkbox"/> Kan eksempelvis udfyldes således: Behandling af oplysninger om klienter der modtager eller har modtaget behandling.</p> |

| | |
|--------------------------------------|--|
| <p>3. Generel beskrivelse</p> | <p>Følgende typer af behandling indgår: <input type="checkbox"/> Kan eksempelvis udfyldes således: Indsamling, registrering, opbevaring, brug, ajourføring og sletning af personoplysninger.</p> <hr/> <p>Oplysningerne behandles:</p> <p><input type="checkbox"/> elektronisk og/eller <input type="checkbox"/> manuelt</p> <p>Der behandles følgende følsomme oplysninger:</p> <p><input type="checkbox"/> Racemæssig eller etnisk baggrund</p> <p><input type="checkbox"/> Politisk overbevisning</p> <p><input type="checkbox"/> Religiøs overbevisning</p> <p><input type="checkbox"/> Filosofisk overbevisning</p> <p><input type="checkbox"/> Fagforeningsmæssige tilhørsforhold</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Helbredsforhold, herunder misbrug af medicin, narkotika, alkohol m.v.</p> <p><input type="checkbox"/> Seksuelle forhold</p> <p>Der behandles følgende andre oplysninger om enkeltpersoners rent private forhold:</p> <p><input type="checkbox"/> Strafbare forhold</p> <p><input type="checkbox"/> Væsentlige sociale problemer</p> <p><input type="checkbox"/> Andet</p> |
|--------------------------------------|--|

Klinikvejledning - Klientbehandling

| | |
|---|---|
| 4. Kategorier af registrerede og oplysningstyper | <p>Der behandles oplysninger om følgende kategorier af personer:*</p> <p>A) <input type="checkbox"/> Klienter</p> <p>B) <input type="checkbox"/></p> <p>C) <input type="checkbox"/></p> <p>D) <input type="checkbox"/></p> <p>E) <input type="checkbox"/></p> <p>Der behandles følgende typer af oplysninger om de ovenfor angivne kategorier af personer:*</p> <p>ad A) <input type="checkbox"/> Dette kan eksempelvis være: Stamoplysninger, herunder navn, adresse, telefonnummer og fødselsdato samt helbredsoplysninger.</p> <p>ad B) <input type="checkbox"/></p> <p>ad C) <input type="checkbox"/></p> <p>ad D) <input type="checkbox"/></p> <p>ad E) <input type="checkbox"/></p> |
| 5. Modtagere | Oplysningerne kan overføres til følgende modtagere eller kategorier af modtagere: <input type="checkbox"/> Udfyldes individuelt efter behov, men typisk: Oplysninger videregives ikke. |
| 6. Tredjelande | Der påtænkes overført oplysninger til tredjelande: [] ja [X] nej |
| 7. Sikkerhed | Generel beskrivelse af de foranstaltninger, der iværksættes af hensyn til behandlingssikkerheden: <input type="checkbox"/> Kan f.eks. være: Fysisk sikkerhed: Udfyldes individuelt. EDB-mæssig sikkerhed: Udfyldes individuelt. |
| 8. Påbegyndelse | Tidspunkt for påbegyndelse af behandling:* <p>Dato <input type="checkbox"/> Udfyldes individuelt</p> |

| | |
|---|--|
| 9. Sletning | Tidspunkt for sletning af oplysningerne:* <input type="checkbox"/> Udfyldes individuelt, kan være: Sletning foretages på anmodning af den registrerede og senest 5 år efter sidste kontakt. |
| Bemærk: <ul style="list-style-type: none">• Datatilsynets tilladelse skal foreligge inden behandlingen iværksættes.• Ændringer skal meddeles Datatilsynet.• Den dataansvarlige skal selv opbevare en kopi af anmeldelsen.• Tilladelse koster 1.000 kr. - opkrævning vil blive fremsendt særskilt. | |

Eksempel på kvittering fra Datatilsynet:



Vinnie og Gert
Ladefoged Jensen
Koldingvej 98,
Dybvadbro,
6040 Egtved

Att.: Vinnie og Gert Ladefoged Jensen

23. oktober 2008

Vedrørende anmeldelse til Datatilsynet af følgende behandling: Alternativ behandling -klientjournal

Datatilsynet
Borgergade 28, 5.
1300 København K

Datatilsynet kvitterer hermed for modtagelsen af anmeldelsen, som nu vil blive vurderet af tilsynet.

CVR-nr. 11-88-37-29

Hvis det ved tilsynets behandling viser sig, at der skal foretages rettelse i anmeldelsen, vil De selv kunne gøre dette på følgende adresse på internettet:

Telefon 3319 3200
Fax 3319 3218

<http://anmeld.datatilsynet.dk/frontend/5.asp>

E-post
dt@datatilsynet.dk
www.datatilsynet.dk

De skal indtaste følgende password: qzypdg05

J.nr. 2008-42-1101
Sagsbehandler

Hvis De har indsendt anmeldelsen på papir, kan De på den nævnte adresse se den indtastede anmeldelse, og De vil kunne foretage eventuelle rettelser via internettet.

Martin Madsen
Direkte 3319 3257

De skal ikke rette, før Datatilsynet har bedt om dette. Kontakt Datatilsynets sagsbehandler, hvis De bliver opmærksom på noget, der skal rettes, inden De hører fra tilsynet.

Vi vil kontakte Dem igen, når vi har set nærmere på anmeldelsen.

Med venlig hilsen

Martin Madsen

Efter kvitteringen kommer svarbrev (eksempel):

www.gertvinnie.dk I/S

Koldingvej 98

Dybvadbro

6040 Egtved

Sendt til: kontakt@gertvinnie.dk

18. december 2008

Vedrørende anmeldelse af behandlingen "Klientjournal"

Datatilsynet

Borgergade 28, 5.

1300 København K

CVR-nr. 11-88-37-29

I henhold til persondatalovens¹ § 48 har www.gertvinnie.dk I/S den 23. oktober 2008 anmeldt behandlingen "Klientjournal" til Datatilsynet, samt ansøgt om tilladelse i henhold til lovens § 50, stk. 1, nr. 1.

Telefon 3319 3200

Fax 3319 3218

Det fremgår herefter af sagen, at www.gertvinnie.dk I/S er dataansvarlig for de oplysninger, der indhentes og registreres om virksomhedens klienter.

E-post

dt@datatilsynet.dk

www.datatilsynet.dk

Behandlingens formål er ifølge anmeldelsen at behandle oplysninger om klienter, der modtager eller har modtaget behandling.

J.nr. 2008-42-1101

Det fremgår af den generelle beskrivelse af behandlingen, at der sker indsamling, registrering, opbevaring, ajourføring, brug og sletning af personoplysninger.

Sagsbehandler

Martin Olsen

Direkte 3319 3248

Behandlingen omfatter registrering af personoplysninger, herunder navn, adresse, e-post, telefonnummer og fødselsdato. Der behandles endvidere helbredsoplysninger.

¹ Lov nr. 429 af 31. maj 2000 om behandling af personoplysninger med senere ændringer. Loven kan findes på Datatilsynets hjemmeside, www.datatilsynet.dk, under punktet "lovgivning".

Om sikkerhedsforanstaltningerne er det oplyst, at de manuelle oplysninger opbevares aflåst. De elektroniske oplysninger opbevares på eksterne medier, som opbevares aflåst.

Persondatalovens behandlingsregler

Persondatalovens § 6, stk. 1, indeholder forskellige regler for, hvornår registrering, videregivelse og anden behandling af ikke-følsomme oplysninger såsom navn, adresse og fødselsdato må ske.

Efter § 6, stk. 1, nr. 1, må behandling finde sted, hvis den registrerede har givet sit udtrykkelige samtykke hertil. De nærmere krav til et sådant samtykke findes i lovens § 3, nr. 8, se nedenfor.

Efter § 6, stk. 1, nr. 2, må behandling finde sted, hvis behandlingen er nødvendig af hensyn til opfyldelsen af en aftale, som den registrerede er part i, eller af hensyn til gennemførelsen af foranstaltninger, der træffes på den registreredes anmodning forud for indgåelsen af en sådan aftale.

Det er Datatilsynets umiddelbare vurdering, at de oplysninger af ikke-følsom karakter, som en klient selv afgiver i forbindelse med en aftale om behandling, normalt må registreres i medfør af lovens § 6, stk. 1, nr. 2.

Oplysninger om helbredsmæssige forhold – dvs. en fysisk persons tidligere, nuværende og fremtidige fysiske eller psykiske tilstand samt oplysninger om medicinmisbrug og misbrug af narkotika og lignende nydelsesmidler, samt andre følsomme oplysninger, som f.eks. oplysninger om fagforeningsmæssige tilhørsforhold - må efter lovens § 7, stk. 1, som udgangspunkt ikke behandles.

Efter § 7, stk. 2, nr. 1, må behandling af sådanne følsomme oplysninger dog blandt andet ske, hvis den registrerede har givet sit udtrykkelige samtykke til behandlingen.

Det er Datatilsynets umiddelbare vurdering, at der med et udtrykkeligt samtykke fra den registrerede kan behandles oplysninger om helbredsforhold i forbindelse med behandlingsforløbet.

Persondatalovens krav til samtykke

Klinikvejledning - Klientbehandling

I persondatalovens § 3, nr. 8, er den registreredes samtykke defineret som *enhver frivillig, specifik og informeret viljestilkendegivelse, hvorved den registrerede indvilger i, at oplysninger, der vedrører den pågældende selv, gøres til genstand for behandling.*

Et samtykke skal således meddeles i form af en viljestilkendegivelse fra den registrerede. Heraf følger, at et samtykke som udgangspunkt skal meddeles af den registrerede selv. Der er dog intet til hinder for, at et samtykke meddeles af en person, som af den registrerede er meddelt fuldmagt hertil.

Der gælder ikke noget formkrav til et samtykke. Der kan således være tale om såvel skriftligt som mundtligt samtykke fra den registrerede, ligesom samtykket også vil kunne gives digitalt. Da bevisbyrden for, at der foreligger et samtykke, der opfylder lovens krav, påhviler den dataansvarlige, må det dog anbefales, at et samtykke i videst muligt omfang afgives skriftligt.

Herudover skal der være tale om et specifikt samtykke. I kravet herom ligger, at et samtykke skal være konkretiseret i den forstand, at det klart og utvetydigt fremgår, hvad det er, der meddeles samtykke til. Det skal således af et meddelt samtykke fremgå, hvilke typer af oplysninger der må behandles, hvem der kan foretage behandling af oplysninger om den samtykkende, og til hvilke formål behandlingen kan ske.

Endelig skal samtykket være informeret i den forstand, at den samtykkende skal være klar over, hvad det er, vedkommende meddeler samtykke til. Den dataansvarlige må således sikre sig, at der gives den registrerede tilstrækkelig information til, at den pågældende kan vurdere, hvorvidt samtykke bør meddeles.

Den registrerede kan på et hvilket som helst tidspunkt tilbagekalde et samtykke, jf. § 38. Virkningen heraf vil i givet fald være, at den behandling af oplysninger, som den registrerede tidligere har meddelt sit samtykke til, ikke længere må finde sted. Derimod kan den registrerede ikke tilbagekalde sit samtykke med tilbagevirkende kraft.

Den registreredes rettigheder

I persondatalovens §§ 28 og 29 findes reglerne om oplysningspligt. Efter disse bestemmelser påhviler det den dataansvarlige ved registreringen af oplysninger at informere den registrerede om bl.a. udstrækningen af registreringen, formålet hermed samt yderligere oplysninger, der er nødvendige for, at den registrerede kan varetage sine interesser. De skal derfor være opmærksom på, at der er en oplysningspligt over for den registrerede i medfør af ovennævnte bestemmelser i forbindelse med den anmeldte registrering.

Ifølge lovens § 31, stk. 1, skal den dataansvarlige efter begæring fra en person give meddelelse om, hvorvidt der behandles oplysninger om vedkommende. Behandles sådanne oplysninger, skal der på en let forståelig måde gives meddelelse om, hvilke oplysninger der behandles, behandlingens formål, kategorierne af modtagere af oplysningerne og tilgængelig information om, hvorfra disse oplysninger stammer.

Der kan i øvrigt henvises til Datatilsynets rettighedsvejledning.²

Datasikkerhed

Lovens kapitel 11 indeholder regler om behandlingssikkerhed. I § 41, stk. 1, er det fastsat, at personer, virksomheder m.v., der udfører arbejde under den dataansvarlige eller databehandleren, og som får adgang til oplysninger, kun må behandle disse efter instruks fra den dataansvarlige, med mindre andet følger af lov eller bestemmelser fastsat i henhold til lov.

Det følger desuden af § 41, stk. 3, at den dataansvarlige skal træffe de fornødne tekniske og organisatoriske sikkerhedsforanstaltninger mod, at oplysninger hændeligt eller ulovligt tilintetgøres, fortabes eller forringes, samt mod, at de kommer til uvedkommendes kendskab, misbruges eller i øvrigt behandles i strid med loven.

Der skal således træffes forholdsregler med henblik på at forhindre uvedkommendes adgang til oplysningerne.

Datatilsynet skal endvidere anbefale, at der i videst muligt omfang tilrettelægges sikkerhedsforanstaltninger i overensstemmelse med Justitsministeriets bekendtgørelse nr. 528 af 15. juni 2000 om sikkerhedsforanstaltninger til beskyttelse af personoplysninger, som behandles for den offentlige forvaltning.³

Konklusion

Idet Datatilsynet forudsætter, at www.gertvinnie.dk i/S iagttager persondatalovens regler, er tilsynet herefter indstillet på at meddele tilladelse til behandlingen "Klientjournal".

² Rettighedsvejledningen (Vejledning nr. 126 af 10. juli 2000) som kan findes på Datatilsynets hjemmeside, under punktet "lovgivning".

³ Bekendtgørelsen og den tilhørende vejledning findes på Datatilsynets hjemmeside, under punktet "lovgivning".

Klinikvejledning - Klientbehandling

Tilladelse vil blive givet på følgende vilkår:

1. Indsamling, registrering og anden behandling af følsomme oplysninger må alene ske med den registreredes udtrykkelige samtykke. Samtykket skal opfylde persondatalovens krav.

Ovenstående vilkår vil gælde indtil videre. Datatilsynet forbeholder sig ret til senere at tage vilkåret op til revision, hvis der skulle vise sig behov for det.

Eventuelle ændringer i de forhold, der er omfattet af anmeldelsen, skal meddeles Datatilsynet i overensstemmelse med persondatalovens §§ 46 og 51.

Datatilsynet skal henlede opmærksomheden på, at gebyr for tilladelsen udgør 1.000 kr., jf. persondatalovens § 63, stk. 2, nr. 2. Beløbet bedes indbetalt til Danske Bank, Holmens Kanal 2-12, 1092 København K, regnr. 0216 kontonummer 4069058132. Der bedes i den forbindelse henvist til Datatilsynets journalnummer (se forsiden af dette brev), således at Datatilsynet kan identificere indbetalingen.

Endelig tilladelse vil blive udstedt, når Datatilsynet har modtaget betaling.

Med venlig hilsen

Martin Madsen

¹ Bekendtgørelsen og den tilhørende vejledning findes på Datatilsynets hjemmeside, under punktet "lovgivning".

Til sidst kommer så den endelige godkendelse som dokument (eksempel):

www.gertvinne.dk I/S

Koldingvej 98

Dybvadbro

6040 Egtved

Sendt til: kontakt@gertvinnie.dk

Vedrørende tilladelse til behandlingen "Klientjournal"

I henhold til persondatalovens⁴ § 48 har www.gertvinnie.dk I/S den 23. oktober 2008 anmeldt behandlingen "Klientjournal" til Datatilsynet, samt ansøgt om tilladelse i henhold til lovens § 50, stk. 1, nr. 1.

www.gertvinnie.dk I/S har den 23. december 2008 betalt 1.000 kr. til dækning af gebyr i henhold til persondatalovens § 63, stk. 2, nr. 2.

I den anledning meddeler Datatilsynet hermed

TILLADELSE

til behandlingen "Klientjournal".

Tilladelse gives på følgende vilkår:

1. Indsamling, registrering og anden behandling af følsomme oplysninger må alene ske med den registreredes udtrykkelige samtykke. Samtykket skal opfylde persondatalovens krav.

Ovenstående vilkår er gældende indtil videre. Datatilsynet forbeholder sig ret til senere at tage vilkåret op til revision, hvis der skulle vise sig behov for det.

Der henvises i øvrigt til Datatilsynets brev af 18. december 2008.

Anmeldelsen vil snarest blive offentliggjort i fortegnelsen på Datatilsynets hjemmeside.⁵

Med venlig hilsen

Martin Madsen

⁴ Lov nr. 429 af 31. maj 2000 om behandling af personoplysninger med senere ændringer.

⁵ www.datatilsynet.dk.

Priser og betaling

Prispolitik, vil jeg sælge behandlinger billigt og have mange kunder igennem, eller vil jeg sælge behandlinger til høj pris og markedsføre det som eksklusive behandlinger, eller vil jeg ligge et sted i mellem ?

Prisen for ens behandlinger, hvad skal folk give, eller hvad er jeg værd ?

Det kan godt være svært at prissætte sig selv og sine behandlinger, men der er flere muligheder for lidt "hjælp", f.eks. hvad koster tilsvarende behandlinger ude i byen og synes jeg selv det er dyrt, billigt eller ok ?

Det er en fordel ikke at starte med en lav pris, da man hurtigt vil finde ud af at det ikke er så let lige at hæve prisen, især ikke hvis man har tryk foldere og markedsført sig til en bestemt pris.

Hvilke behandlingsformer har jeg og skal der være en fast behandlingspris eller skal der være pris differentiering på behandlingerne ?

Hvis man har forskellige behandlingsformer, så skal der tages stilling til om der skal være forskellige priser for behandlingerne eller om man vil tage den samme pris pr. behandling.

Skal jeg lave rabatkort og hvordan skal de fungere ?

Ved behandlinger med samme pris kan der laves forskellige rabatordninger, f.eks. 10-turs kort og lignende.

Rabatordninger kan have sine fordele, der er mulighed for at få flere kunder, ved at gøre dem ikke personlige, så kan det være at der kommer nogle der ikke ville have kommet ellers, ved at en i familien eller nabolaget har et kort som bliver lånt ud.

Skal jeg give kredit, hvad er tabsrisikoen ?

Om man skal give kredit er jo op til den tabsrisiko der er ved det, er det nogle man kender i forvejen, så er det nok sandsynligt at der vil blive betalt og er det nogle man ikke kender, så må man vurdere, hvis man vil give kredit. faren er som regel ikke så stort, da man oftest har både navn, adresse og telefonnr. til sine klienter.

Kontantbetaling.

Kontantbetaling er meget udbredt og det er også den eneste mulighed de fleste klinikker har.

Betalingskort, Mobile Pay, Swipp.

Betalingskort og apps vinder mere og mere frem i klinikkerne, det har tidligere været en bekostelig affære at indføre dankortbetaling, men nu om dage er det blevet lidt billigere også pga. konkurrence fra andre betalingsformer.

Fordelen ved betalingskort eller apps, er at man ikke kommer til at ligge inde med ret mange kontanter i klinikken og så er det en god ting at have hvis man har et varesalg i klinikken, det kan give en mersalg når man ikke løber ind i problemet med for få kontanter.

Bankoverførsel

Det er også muligt at give sine klienter sit kontonummer hvis de ikke har penge med, men der kræver så opfølgning på indbetalingerne bagefter.

Onlinebetaling og booking

Der findes mange systemer der kan håndtere online betaling og booking, se evt. www.geckobooking.dk der er mulighed for at få et system på prøve i en måneds tid og intet opstartsgebyr, samt kort bindingsperiode (3 mdr.) - enkelt system.

RAB (Registreret Alternativ Behandler)

RAB ordningen er beskrevet på sundhedsstyrelsens hjemmeside på følgende link:

<http://www.sst.dk/Tilsyn%20og%20patientsikkerhed/Alternativ%20behandling/Registreringsordning.aspx>

for at blive RAB certificeret skal man bl.a. opfylde nogle uddannelseskrav:

250 timer i hovedfaget.

200 timer i anatomi og fysiologi.

100 timer i sygdomslære.

50 timers psykologi.

10 timers i klinikvejledning og klientbehandling

50 timer i orientering om andre alternative behandlinger (kan være uddannelse i en anden alternativ behandlingsform)

1 time = 45 minutter.

Desuden skal man være i en brancheforening, der er godkendt af Sundhedsstyrelsen til at godkende behandlere.

Man skal løbende videreuddanne sig (det er noget brancheforeningen kontrollerer).

Her ud over kan de enkelte brancheforeninger have deres krav til medlemmerne, for certificering og opretholdelse af certifikatet. Det kan bl.a. være et krav om første hjælp.

Første hjælp kan evt. tages hos beredskabsstyrelsen

www.beredskabsstyrelsen.dk

KODA og Gramex afgift

Alle, der benytter musik på steder, som er offentlige i ophavsretslovens forstand, skal betale vederlag til KODA og Gramex.

Se mere på www.koda.dk hvor der også er en prisberegner.

Prisberegneren er dog kun vejledende, har hørt om adskillige eksempler, hvor folk har skullet betale meget mere, som udgangspunkt, men har kunnet forhandle sig ned til en betydelig lavere pris.

KODA fri musik

Der findes musik på markedet, hvor der ikke skal betales afgift af, der gør sig bl.a. gældende for noget tysk indspillet musik, hvor der medfølger en erklæring om at der ikke skal betales yderligere afgift end det man har givet for musikken da man købte den.

Den musik kan bl.a. købes hos Beautycenter i Vejle www.beautycenter.dk/

Dropbox.com

Dropbox er et back up og dele system der er nem at bruge og giver en god sikkerhed, hvis det er dokumenter og billeder med mere, man gerne vil have back up af.

Det virker ved at der bliver installeret et lille program på ens pc, og der samtidigt oprettes en mappe på www.dropbox.com og hver gang man gemmer et dokument så opdateres det med det samme på nettet.

Det er gratis at bruge op til 8 GB og det virker ved at man får 250 Mb når man oprettes og så får man 250 Mb pr person man anbefaler og som opretter sig.

Over 8 Mb så koster det et beløb

SKATs regler

Moms

Man skal momsregistreres når man forventer at få en omsætning på over kr. 50.000 indenfor en 12 måneders periode (se flg. side).

CVRnr.

Man skal have et CVRnr. når man skal momsregistreres, for at få et CVRnr. skal man anvende startblanketten som man kan finde på

www.virk.dk

CVRnr.

Man skal have et CVRnr. når man skal momsregistreres, for at få et CVRnr. skal man anvende registreringsblanketten som man kan finde på

På www.skat.dk er der vejledninger til bl.a. opstart af virksomhed:

Forside → virksomhed så → før start af virksomhed

Så kommer der links til følgende:

- **Skal virksomheden registreres?**
- **Lån når du starter egen virksomhed**
- **Hvornår er der tale om en erhvervsvirksomhed?**
- **Hvis din virksomhed får ansatte**
- **Hvilken virksomhedsform skal du vælge?**
- **Regnskab og bogføring**
- **Moms, afgifter og skat**
- **Hvis virksomheden handler med udlandet**
- **Få SKAT på besøg i din virksomhed**

Fra SKATs hjemmeside vedr. momsregistrering:

Du skal normalt momsregistreres, hvis du sælger varer og ydelser, som du skal betale moms af. Du behøver ikke blive momsregistreret, hvis du ikke sælger for mindre end 50.000 kr. i løbet af et år.

Hvem skal momsregistreres?

De fleste virksomheder, men ikke alle, skal momsregistreres og opkræve 25 procent moms af stort set alle varer og ydelser, de sælger her i landet.

Du skal momsregistreres, så snart du forventer at sælge varer for mere end 50.000 kr. inden for en 12-måneders periode. Du må altså ikke vente, til du har solgt for 50.000 kr. Reglen gælder, uanset om varerne er nye eller brugte, og uanset om du køber dem i eller sælger dem til udlandet. Venter du med at blive momsregistreret, får du måske ikke lov til at trække momsen på dine køb og investeringer fra.

Du skal som udgangspunkt også momsregistreres, hvis du sælger tjenesteydelser. Du behøver dog ikke blive momsregistreret, hvis du sælger ud af dine egne private ejendele.

Er du i tvivl, om du skal momsregistreres eller ej, bør du kontakte SKAT.

Sådan bliver du momsregistreret

For at blive momsregistreret, skal du udfylde 'Startblanketten' på www.virk.dk.

Hvem skal ikke momsregistreres?

Du skal ikke momsregistreres, hvis du kun sælger varer og momspligtige ydelser for 50.000 kr. eller derunder om året (ekskl. moms). Du kan dog vælge at blive registreret. Det vil fx være en fordel, hvis du for det meste sælger til momsregistrerede virksomheder.

Hvis du er blind eller kunstner, kan du sælge for mere, før du skal momsregistreres, ligesom der gælder særlige regler for genbrugsbutikker og for varer og ydelser, der sælges ved velgørende arrangementer. Du kan få mere at vide ved at kontakte SKAT.

Hvis du ikke skal momsregistreres

Hvis du sælger momsfrie varer eller ydelser, skal du ikke momsregistreres. I vejledning 'På vej mod egen virksomhed' kan du læse mere om [momsfrie leverancer](#).

Vær opmærksom på, at de fleste virksomheder, som har momsfrie leverancer, skal registreres for og skal betale lønsumsafgift. Læs mere i vejledningen [Lønsumsafgift](#).

Mere information

[På vej mod egen virksomhed](#)

Læs mere om hvilke virksomheder, der skal betale moms, og find svar på de mest almindelige spørgsmål om skat, moms, afgifter og told, når du starter egen virksomhed.

Kontakt

Ring til SKAT på tlf. 72 22 18 18.

Lønsumsregistrering

Man kan blive lønsumsregistreret hvis man opfylder visse krav mht. uddannelse:

250 timer i hovedfaget.

200 timer i anatomi og fysiologi.

100 timer i sygdomslære.

100 timers øvrig sundhedsfaglig undervisning. (kan være psykologi, andre behandlingsformer med mere.)

10 timers i klinikvejledning og klientbehandling.

1 time = 45 minutter. 1 lektion = 45 min.

Lønsumsafgiften er pt. 4,12 % (2014) for alternative behandlere (se på www.skat.dk)

Man skal først lønsumsregistreres når overskuddet er på mere end kr. 80.000,- indenfor en 12 måneders periode.

Nye krav pr. 27/6 2012:

SKAT har pr. 27/6 2012 indført nye krav vedr. lønsumsregistrering, der er således nu både et **uddannelseskrav** og et **behandlingskrav**.

Husk RAB alene er ikke nok til at blive momsfrataget.

Uddannelseskravet er som nævnt ovenfor og det er således at man skal have 250 timer i alle behandlingsformer man tilbyder, for at behandlingerne er momsfrie.

Der dog nogle dispensations regler citat fra Skat: " Behandlere, der den 1. juli 2012 har drevet virksomhed med levering af momsfratagne sundhedsydelser som hovederhverv i mindst 5 år, kan fortsætte med at levere momsfratagne sundhedsydelser.

Det er en betingelse, at behandlerne opfylder betingelserne for momsfratagelse efter den hidtidige administrative praksis, som er gengivet i Den juridiske vejledning 2011-2, afsnit D.A.5.1.5. Det vil sige, at man opfylder et uddannelseskrav på 660 timer med 250 timer inden for den primære behandlingsform og et behandlingskrav.

Disse behandlere omfattes derfor ikke af styresignalet. "

SKAT anvender EU-retligt begreb ved **behandlingskravet** EU definition:

Det er kun behandling af personer med henblik at forebygge, diagnosticere, behandle og så vidt muligt helbrede sygdomme, eller sundhedsmæssige uregelmæssigheder (anomalier), som kan blive omfattet af momsfritagelsen.

Forebyggelse skal også rette sig mod sygdomme eller sundhedsmæssige uregelmæssigheder.

Ydelserne skal relatere sig til en persons konkrete sygdom eller sundhedsmæssige uregelmæssighed. Ydelserne skal også have et terapeutisk formål. Det vil sige, at der skal være tale om behandling af sygdomme eller sundhedsmæssige uregelmæssigheder (anomalier).

Eksempler på momsfrie behandlinger:

- Egentlig sygdomsbehandling
- Forebyggelse af specifik sygdom

Eksempler på momspligtige behandlinger:

Behandlinger indenfor livsfilosofier, skønhedspleje, personligt velvære, personlig udvikling, meditation, drømmetydning, clairvoyance, coaching, stress, supervision, fjernelse af uønsket hårvækst, tarmskyllning, kropsbehandlinger rettet mod vægt og figurproblemer, herunder kostrådgivning, kan f.eks. ikke blive momsfritaget. Det er der bl.a. taget stilling til i en række domme fra Landsskatteretten og Skatterådet mv.

Dokumentation

SKAT kan forlange dokumentation for, at der bliver udført momsfrie behandlinger. Dokumentation kan være klientkort, journaler eller lignende, hvoraf det fremgår, hvilken diagnose, der er stillet og hvilken behandling der er iværksat.

Der hvor de nye regler får størst betydninger er at man skal føre regnskab over sine momspligtige og momsfrie behandlinger, så der er styr på hvad der skal betales moms af og hvad der skal betales lønsumsafgift af.

Der er vigtigt at huske på at det, i nogle tilfælde, ren faktisk kan betyde at man hverken skal betale moms eller lønsumsafgift, eksempel:

Klinikvejledning - Klientbehandling

Gamle regler:

Klinikken har et overskud før renter på kr. 90.000,-

Lønsumsafgift = 4,12 % af kr. 90.000,- kr. 3.708-

Nye regler:

| | |
|-------------------------|---------------------|
| Momspligtig omsætning | kr. 40.000,- |
| Momsfri omsætning | kr.70.000,- |
| Samlet omsætning | kr.110.000,- |

Momsfri andel $(70.000 \times 100) / 110.000 = 63,00 \%$

Momsfri andel af overskud = 63 % af 90.000 = kr. 56.700,-

Dette er under kr. 80.000,- så der skal ikke betales lønsumsafgift og da den momspligtige omsætning er under kr. 50.000,- skal der heller ikke betales moms

Hvordan kan man holde regnskab med den momspligtige andel ?

Den nemmeste måde er at lave en liste og så notere det løbende.

Bemærkninger til de nye regler:

Pt. Er SKAT stadig ved at finde ud af hvordan de skal administrere de nye regler dels, hvad angår behandlingskravet, altså hvilke ting der kan gå ind under sygdom og forebyggelse og dels mht. kravet om journalførelse og indsigt.

Du kan holde dig opdateret på SKAT's hjemmeside og tilmeld dig evt. deres nyhedsbrev.

Regnskab og bogføring

Hvordan skal jeg gemme regnskabet ?

SKAT kan bede om at se dit regnskab, og du skal kunne dokumentere tallene i regnskabet med bilag på dine udgifter og indtægter. Derfor har du pligt til at gemme regnskabet, bogføringen og alle bilagene på udgifter og indtægter.

Hvor lang tid skal jeg gemme regnskabsmaterialet?

Du skal gemme dit regnskab, bogføring og dine bilag i 5 år regnet fra udløbet af det regnskabsår, som materialet vedrører. Regnskabsmaterialet for 2009 skal du fx opbevare til og med 31. december 2014 - også selv om din virksomhed stopper inden.

Hvordan skal jeg opbevare regnskabsmaterialet?

Du skal sikre dig mod, at regnskabet eller bilagene bliver ødelagt, stjålet eller misbrugt. Fører du fx en del af dit regnskab på en pc, bør du derfor jævnligt tage en sikkerhedskopi og gemme den et andet sted end på din pc.

Handler du med sodavand, slik og chokolade, øl og vin, spiritus eller tobaksvarer, skal du være opmærksom på, at der gælder særlige regler for, hvordan du skal opbevare regnskabet, herunder følgesedler, fakturaer og kvitteringer, som vedrører disse varer. Læs mere i vejledningen **Egen virksomhed - få styr på reglerne**.

Hvilket regnskabsmateriale skal jeg gemme?

Du skal kunne fremlægge bilag som dokumentation for alle tal, du bogfører i regnskabet.

Derfor skal du gemme alle de kvitteringer (købsbilag), du får, når du køber varer og ydelser til virksomheden, ligesom du skal gemme fx følgesedler, kontrakter og rekvisitioner.

På samme måde skal du gemme materiale, som vedrører dit salg, herunder fx fakturaer, kreditnotaer, afregningsbilag, ordresedler og kontrakter. Du skal også gemme aftalebøger, kundekartoteker og lignende.

Får du ansatte, skal du også gemme arbejdskort, lønsedler, kørselsbilag og lignende.

Oplysninger på dine fakturaer og kasseboner

Når du sælger en vare eller en ydelse, skal du som udgangspunkt udstede en faktura.

På fakturaen skal der stå:

- fakturanummer
- den dato, du har udstedt fakturaen
- din virksomheds navn, adresse og SE-/CVR-nummer
- kundens navn og adresse
- varen eller ydelsens art, mængde og pris
- leveringsdato, hvis denne er forskellig fra fakturadato
- momsgrundlaget, pris pr. enhed, evt. prisnedslag, bonus og rabatter, hvis disse ikke er indregnet i prisen pr. enhed
- gældende momssats (25 procent.)
- momsbeløbet.

Hvis fakturabeløbet inklusive moms er under 750 kr., kan du udstede en forenklet faktura med følgende oplysninger:

- Sælgerens navn og momsnummer
- Udstedelsesdato (fakturadato)
- Hvilken vare, du har solgt
- Momsbeløbets størrelse. Du kan dog nøjes med at skrive, at momsen udgør 20 procent af det samlede beløb.

En virksomhed, der udelukkende eller overvejende sælger til private forbrugere, skal udstede en forenklet faktura.

Hvis virksomheden bruger et kasseapparat, er det tilstrækkeligt at udlevere en bon med de samme oplysninger som en forenklet faktura.

Du kan læse mere om fakturaer og kasseboner i vejledningen **Moms - fakturering, regnskab mv.**

Mere information

På vej mod egen virksomhed

I denne vejledning finder du svar på de mest almindelige spørgsmål om bl.a. skat, moms, afgifter og told, når du starter egen virksomhed.

Egen virksomhed - få styr på reglerne

Vejledningen fortæller om de vigtigste regler, når du starter ny virksomhed.

Din løbende bogføring

Stort set alle virksomheder har pligt til at bogføre. Bogføringen kan give dig overblik over, om tingene i virksomheden går, som du regner med, og bogføringen giver dig et grundlag for at lave fx momsregnskab og årsregnskab. Du kan lade andre stå for det, men som virksomhedens ejer er det altid dig, der er ansvarlig for bogføringen.

Hvorfor skal du bogføre?

Bogføringen opfattes tit som en kedelig pligt, men er faktisk det eneste sted, hvor du sort på hvidt kan se, om tingene går, som du regner med. Og det er også det eneste sted, hvor du kan få et overblik over, hvor du kan justere, hvis din virksomhed skal overleve. Det overblik er du ganske enkelt nødt til at have, hvis du skal klare dig i konkurrencen med andre virksomheder.

Du har pligt til at føre et afstemt kasseregnskab over virksomhedens indtægter og udgifter. Det betyder, at hvis der er daglige køb eller salg, har du pligt til at bogføre dette dagligt.

Bogføringen giver dig et grundlag for at lave fx momsregnskab og årsregnskab.

Du har pligt til at gemme grundbilagene i 5 år efter indkomstårets udløb. Så du skal sikre dig mod, at regnskabet eller bilagene bliver ødelagt, stjålet eller misbrugt. Fører du fx en del af dit regnskab på en pc, bør du derfor jævnligt tage en sikkerhedskopi og gemme den et andet sted end på din pc.

Hvem skal lave bogføringen?

Der er ingen krav til, hvem der skal udføre bogføringen. Du kan fx selv føre kasseregnskabet og overlade hele eller dele af bogføringen til fx en revisor eller et bogføringsbureau. Du kan også vælge selv at stå for hele bogføringen eller at lade en medarbejder eller din ægtefælle eller samlever gøre det.

Har du mod på selv at føre dit regnskab, vil det være en god idé at købe eller lease et mindre bogføringsprogram hos et anerkendt firma. Programmet kan typisk også bruges til fx lagerstyring, prislister og kundekartoteker.

Lader du andre stå helt eller delvis for bogføringen, skal du vide, at det altid er dig, der som virksomhedens ejer er ansvarlig for bogføringen.

Sådan bogfører du

Bogføringen sker i praksis ved hjælp af det, der kaldes "dobbelt bogholderi", dvs. ved

at du på fx en kasse- eller bankkonto bogfører ind - og udbetalinger og på en anden konto som fx varesalg eller varekøb bogfører det tilsvarende beløb.

Du skal derfor oprette en kontoplan for virksomheden. Kontoplanen er en oversigt over, hvordan du skal sortere dine indtægter og udgifter, og hver konto har sit eget navn. Alle indtægter og udgifter af samme type skal bogføres på samme konto hver gang.

En ny virksomhed kan som regel nøjes med én kontoplan med klare og dækkende navne på de enkelte konti, som fx konti for varesalg, varekøb, kontorartikler, bildrift osv. samt konti for kasse, bank og/eller giro.

Du skal oprette særlige konti for bl.a. moms og A-skat.

Vejledning til at bogføre

Vil du vide mere om, hvordan du skal gribe din bogføring an, anbefaler SKAT, at du læser **Bogføringsvejledningen (pdf)** fra Erhvervs- og Selskabsstyrelsen. Her kan du læse, hvordan en virksomhed skal føre sit regnskab, så alle lovens krav bliver overholdt.

Mere information

På vej mod egen virksomhed

I denne vejledning finder du svar på de mest almindelige spørgsmål om bl.a. skat, moms, afgifter og told, når du starter ny virksomhed.

Hvad med årsregnskabet

Du har pligt til at bogføre virksomhedens indtægter og udgifter og til at udarbejde et regnskab for virksomheden, så du til enhver tid kan vise regnskabet til SKAT.

Hvad viser regnskabet?

Årsregnskabet består af en resultatopgørelse (driftsregnskab), en balance (status) og bevægelserne i egenkapitalen.

Resultatopgørelsen viser, hvor mange penge virksomheden har tjent i perioden (indtægter ÷ omkostninger), og om der har været over- eller underskud. Balancen er udtryk for værdien af det, virksomheden ejer eller skylder væk på et givet tidspunkt. Forskellen mellem det, virksomheden ejer, og det, den skylder væk, kaldes egenkapitalen.

Hvis du selv ejer virksomheden

Driver du en personligt ejet virksomhed, skal du opbevare dit årsregnskab og skatteoplysninger, men du skal normalt ikke sende det ind sammen med selvangivelsen. Du skal også optælle varelageret ved regnskabsårets afslutning og lave en oversigt over dine debitorer og kreditorer. Disse opgørelser skal du også opbevare i din virksomhed.

Hvis din virksomhed er et ApS eller A/S

Årsregnskabet for et A/S og et ApS skal normalt have en årsberetning, hvor udviklingen i selskabets økonomiske forhold beskrives på baggrund af årsregnskabet. Årsregnskabet skal revideres af en registreret eller statsautoriseret revisor (det gælder dog ikke små aktie- og anpartsselskaber).

Årsregnskabet skal underskrives af både revisoren, af direktionen og af bestyrelsen. Endelig skal årsregnskabet også godkendes på selskabets generalforsamling. Når årsregnskabet er godkendt på generalforsamlingen og senest 5 måneder efter regnskabsårets afslutning, skal det indsendes til Erhvervs- og Selskabsstyrelsen. Når din virksomhed er et ApS eller et A/S, kan alle bede Erhvervs- og Selskabsstyrelsen om at se din virksomheds regnskab.

Mere information

På vej mod egen virksomhed

I denne vejledning finder du svar på de mest almindelige spørgsmål om bl.a. skat, moms, afgifter og told, når du starter egen virksomhed.

Hvordan skal du lave kasseregnskab ?

Du skal lave kasseregnskab dagligt, hvor du skal registrere alle de ind - og udbetalinger, der sker til og fra kassen.

Du kan selv føre kasseregnskabet eller overlade hele eller dele af bogføringen til fx en revisor eller et bogføringsbureau. Du kan også vælge selv at stå for hele bogføringen eller at lade en medarbejder eller din ægtefælle eller samlever gøre det.

For at myndighederne kan se dit regnskab, har du pligt til at gemme alle bilagene på dine udgifter og indtægter. Det er nemlig ikke nok at vise indtægter og udgifter i regnskabet. Du skal kunne dokumentere tallene i regnskabet med bilag.

Kasseregnskabet

Du skal dagligt føre et kasseregnskab (kassekladde). Her skal du registrere alle de ind - og udbetalinger, der sker til og fra kassen. Du skal ikke nødvendigvis føre et lignende regnskab med ind - og udbetalinger til og fra bank eller giro, men kan nøjes med at bogføre disse ind - og udbetalinger.

Du kan bogføre ind - og udbetalinger til kassen med et samlet beløb, hvis du kan redegøre for sammentællingen i form af en kassestrimmel, særskilt liste eller lignende. Du har pligt til at afstemme kassebeholdningen med kasseregnskabet og bogføre evt. kassedifferencer med det samme.

De vigtigste krav til dit regnskab er:

- Du skal hver dag føre et kasseregnskab over alle ind - og udbetalinger.
- Du skal så vidt muligt dagligt optælle kassebeholdningen og afstemme den med kasseregnskabet.
- Du skal bogføre eventuelle kassedifferencer med det samme.
- Hæver du penge fra kassen privat, eller indskyder du beløb privat, skal det fremgå af kasseregnskabet.
- Du skal kunne fremlægge bilag som dokumentation for alle indtægter og udgifter.

Hvilke udgifter kan du trække fra ?

Når du starter ny virksomhed, har du mulighed for at få fradrag for dine udviklingsomkostninger - fx markedsundersøgelser og advokathjælp. Når virksomheden først er i gang, kan du få fradrag for en række udgifter til bl.a. varekøb og drift.

Når du starter virksomheden

Når du starter ny virksomhed har du mulighed for at få fradrag for dine udviklingsomkostninger. Reglerne tager altså højde for, at vejen fra idé til virkelighed kan være tidskrævende, og at de fleste produkter kræver en vis udviklingsperiode. Det er SKATs praksis, at du i de fleste tilfælde kan få fradrag for de udgifter, du har haft inden for de seneste 6 måneder før virksomhedens start, men jo tættere på starten udgifterne er afholdt, desto større er sandsynligheden for, at du får fradrag for dem.

Dine udviklingsomkostninger kan fx være udgifter til advokat eller revisor for at få udarbejdet virksomhedens kontrakter. Desuden kan du få fradrag for udgifter til markedsundersøgelser. Markedsundersøgelser kan udføres af enten en ansat konsulent eller en konsulentvirksomhed, men kan også være en lokal kontaktpersons vurdering af, om et produkt er egnet til det valgte marked. Vurderingerne kan være nødvendige for at opnå viden om for eksempel specielle lovgivningshindringer, bestemte kutymers og sædvaner og klimatiske forhold på markedet.

Du kan desuden bruge markedsundersøgelserne til at dokumentere overfor SKAT, at der er tale om en seriøs og levedygtig virksomhed. Kommer din virksomhed aldrig i gang, kan du derimod ikke få fradrag for startudgifterne og må så senere regulere din skat for de fradrag, du har fået.

Du skal også være opmærksom på, at der er forskel på etableringsudgifter og driftsudgifter, og du kan ikke trække udgifter til driften fra, før virksomheden er startet. Fra det øjeblik du starter din virksomhed, kan du, som alle andre virksomheder, få fradrag for dine udgifter til fx markedsundersøgelser, revisor og advokat.

Når virksomheden er i gang

Når du først er i gang, er nogle af de udgifter du kan trække fra:

- varekøb, dvs. udgifter til varer, som du har solgt i virksomheden

- husleje for lokaler som virksomheden bruger
- el og varme til virksomheden
- reparation og vedligeholdelse af virksomhedens lokaler
- inventar og maskiner til virksomheden. Større udgifter skal fordeles over flere år - det kaldes afskrivninger
- drift og vedligeholdelse af biler (den del der bruges i virksomheden)
- forsikringer i virksomheden
- revisor- og advokatudgifter
- telefon og netværksudgifter brugt i virksomheden.

Varer, som du tager ud af virksomheden til privat brug, kan ikke trækkes fra.

Du skal kunne dokumentere dine udgifter

Uanset om udgifter er til opstarten eller når virksomheden er i gang, skal du kunne dokumentere (bevise), at du har haft de udgifter, du trækker fra. Dokumentationen kan være regninger, fakturaer og lignende, og du skal derfor gemme dokumentationen for de udgifter, du trækker fra. Du skal gemme bilagene i fem år efter indkomstårets udløb.

Mere information

I vejledningen 'På vej mod egen virksomhed' kan du læse mere om dine muligheder for fradrag i afsnittet Inden du starter og i afsnittet Når du er kommet i gang.

Fradrag for udgifter til større investeringer som inventar og maskiner skal fordeles over flere år - det kaldes afskrivninger. Læs mere om Hvad kan afskrives i virksomhedens skatteregnskab?

Hvis din virksomhed er momsregistreret, kan du også trække momsen fra, når du køber varer og ydelser til virksomheden. Det kan du få momsfradrag for. (Vejledningen 'På vej mod egen virksomhed').

Fup firmaer og bondefangere

Både som nystartet og som etableret virksomhed bliver man udsat for fup firmaer og bondefangere, nogle mere legale end andre.

Det kan være svært at gennemskue de tilbud de kommer med eller lure dem i telefonen.

Det er ofte vejvisere, lokalhåndbøger eller lign. de udgiver sig for i telefonen og hvis ikke man er vågen, så får man lige pludseligt en faktura tilsendt, så man skal passe på med, hvad man siger til dem, tit optages telefonsamtale på bånd.

Med post er det ofte internetregister, f.eks. Dansk Internet Register der spørger om stamoplysninger til deres register, men skal bare udfylde et par felter og indsende skemaet, så sørger de for restenogså at sende en faktura på kr. 7.000,- årlige i 3 år.

Links

Her er en lille samling over links der kan være nyttige.

www.geckobooking.dk Online bookingsystem.

www.chatbreak.dk Her kan du kryptere din mailadresse for at undgå spam.

www.dropbox.com Smart dele og back up system - Gratis til op til 8 GB

www.sst.dk Sundhedsstyrelsen

<http://www.sst.dk/Tilsyn%20og%20patientsikkerhed/Alternativ%20behandling/Registreringsordning.aspx> Beskrivelse af RAB ordningen på Sundhedsstyrelsens hjemmeside.

www.skat.dk Skat

www.virk.dk Indberetning til offentlige myndigheder f.eks. fakturablanketten.

www.koda.dk KODA's hjemmeside.

www.oes.dk/forsikring Økonomistyrelsens forsikringsordning (BAC).

www.startvaekst.dk For iværksættere og virksomheder i vækst.

www.cvr.dk Det centrale virksomhedsregister.

www.eogs.dk Erhvervs og Selskabsstyrelsen.

www.branchekode.dk Branchekodeliste under Erhvervs og Selskabsstyrelsen.

www.beautycenter.dk Beautycenter i Vejle (KODA afgift fri musik).

www.pbs.dk PBS.

Klinikvejledning - Klientbehandling

www.pbs-erhverv.dk/online/PBS-terminalshop/index.html

PBS terminaler.

www.taxireklame.dk TRD Taxi Reklame Danmark.

www.beredskab.dk Beredskabsstyrelsen (første hjælp)

www.geckobooking.dk System til online booking med mere

www.GertVinnie.dk Vores hjemmeside