

心理諮商所與心理治療所網站經營經驗 初探：中部地區兩例個案之訪談分析

葉寶玲

玄奘大學應用心理學系助理教授

摘要

本研究主要目的在了解心理諮商所與心理治療所網站之經營經驗，以及如何因應所遭遇的困難，期望對於未來有志從事這方面心理諮商與治療工作實務者以及尚在探索自身要投入的場域的準諮商師們作為參考，增進心理諮商與治療領域私人執業方面發展的認識，也期望未來能有更多關於私人執業其他層面的探討。本研究採取現象學質性研究法，訪談兩位中部地區心理諮商所與心理治療所負責人，將錄音資料轉騰後進行編碼。研究結果發現架設網站動機是為了宣傳與行銷；架設過程有許多的選擇如關鍵字、部落格或網站；網站內容差異呈現出所方獨有的特色；網站管理與維護的安排有多種方式與因應；發展其他搭配網站的行銷方式。最後，提出一些架設心理諮商所與心理治療所網站的建議。

關鍵詞：心理諮商所、心理治療所、網站、網路行銷

壹、前言

從考選部(2012)統計資料可以發現，2002年至2012年2月，共有886名臨床心理師與1,971名諮商心理師考試及格，接近三千名的心理師工作場域可能分布在學校、醫院、社區以及政府部門。同時，在2001年心理師法經立法院三讀通過，法源的依據讓資深心理師可以正式成立心理諮商所或心理治療所，心理師成為衛生署管轄的醫事人員，更加速心理諮商所與心理治療所的成立。Stokes, Mathews, Grenyer與Crea(2010)定義私人執業是指心理師自己獨立經營與

提供心理服務和收費。而心理諮商所與心理治療所正屬於私人執業的範疇之一。

台灣諮商心理師公會全聯會(2010)針對諮商心理師的調查發現目前諮商心理師主要在學校執業，但是有282人(占25.11%)屬於兼職於各機構的行動心理師，而林家興、謝昀蕻、孫正大(2008)調查中也可以發現，218位諮商心理師中有22人(10.09%)規畫未來五年內自行開業，可見有不少心理師逐漸轉移到學校之外的場域，有自行開業構想的心理師也逐漸增加。對於已經發展十年的心理諮商所與心理治療所經營

通訊作者：葉寶玲 電子郵件：Plyeh2@yahoo.com.tw

的狀況，尚屬於實務工作的部分，不見有人對此方面進行研究和了解。當今是一個科技起飛迅速的時代，網路成為從實體走向虛擬的一個重要的行銷媒介。因此，許多心理諮商所與心理治療所紛紛跟上時代的腳步，建置網站以增加服務或產品的曝光率，同時藉著網路行銷的特性，取得競爭優勢，整合產品說明、促銷、廣告等行銷活動。因此，本研究嘗試先從心理諮商所與心理治療所

網站經營的向度，訪談心理諮商所與心理治療所負責人，對當前心理諮商所與心理治療所架設網站以及呈現行銷訊息內容的經驗作初步的了解，期望對於未來有志從事這方面心理諮商與治療工作實務者以及尚在探索自身要投入的場域的準諮商師們作為參考，增進心理諮商與治療領域私人執業方面發展的認識，也期望未來能有更多關於私人執業其他層面的探討。

表 1：接受訪談的心理諮商所與心理治療所負責人之基本資料

受訪者	性別	年齡	臨床工作年資	心理諮商所或心理治療成立時間
A	女性	50多歲	20年以上	約1年
B	男性	40多歲	15年	約4年

貳、研究方法

基於上述之動機與目的，本研究採取現象學質性研究法進行研究。首先研究者透過電話和當面邀請的方式，獲得一位心理諮商所以及一位心理治療所負責人同意接受訪談，受訪者的基本資料如表1。

研究者本身為質性研究重要工具之一，個人與專業上的經驗、訓練及觀點均可能影響資料蒐集分析與解釋以及研究可信度之建立。本研究中研究者為諮商心理學博士，修過高等質性研究課程，從事與發表過一些質性研究，在本研究中擔任訪談者與分析者角色。協同編碼者為諮商心理學博士，女性，修過高等質性研究課程，從事與發表過一些質性研究，均具有質性研究經驗且願意投入本研究，協助研究者減少偏見以反

映資料所陳述的意義。

訪談時間方面，與受訪者A的兩次訪談時間為2011.8.31和2011.9.9；與受訪者B的訪談時間為2011.9.21和2011.9.28，每次均進行約2-3小時。訪談前提供訪談大綱給受訪者參考，如下：

- 1.您認為網站設立對心理諮商診所經營管理上有何影響及助益？
- 2.請描述當初您架設心理諮商網站的過程？如何考量與決定內容的多寡以及需要性？
- 3.平時的網站管理方面您如何安排？
- 4.架設網站至今您遭遇過甚麼困難嗎，您如何克服？
- 5.除了透過網站行銷與推廣之外，在經營心理諮商診所方面您運用了哪些方式？經驗如何？
- 6.您提供未來心理診所架設網站方面哪

些建議？

訪談開始前說明訪談的目的，並請受訪者填寫研究同意書。訪談所蒐集到的資料，依循下面程序進行分析：

- 1.整理訪談資料：訪談結束得到的錄音檔案，以逐字稿方式聽打下來。本研究中逐字稿序號的意義為：A2-002指受訪者A第二次訪談——第二句對話。
- 2.歸類與命名：先閱讀每一份逐字稿，找出意義單元劃線後，作概念命名。然後從意義單元的編碼中形成主題與類別，將意義寫成關鍵語句，而將相同主題的部分群聚在一起，成為類別。兩位研究者若有不一致之處，進行討論和說明後，取得名稱上的共識。
- 3.引用在文中：對於兩位受訪者觀點的相同與相異之處加以統整，引用在所撰寫的本文中。
- 4.兩位編碼者之編碼資料所得到的相互同意度為0.86，可支持本研究的編碼具有可靠的信度。資料分析結束，將分析結果寄給受訪者，請其依據研究檢核表內容逐項加以檢核，檢核結果符合度達95%，顯示本研究結果具相當可信度。

參、研究結果

依據本研究目的進行訪談後，整理出的結果共包含七個部分，逐項說明於下：

(一)網站架設的目的和效果

當初網站設立主要都是為了宣傳和行銷的效果。其中，B認為本身多關注臨床的工作上，行銷方面能力較弱，後

來受其他心理師影響才逐漸正視此議題。

因為我們在那個案第一次打電話來諮詢的時候，我們都會有一個項目，就是問他說：「你怎麼知道我們這個單位的」，那發覺透過網站的很多(A1-01)。

對我而言我比較專注在軟硬體，還有怎麼樣把臨床工作實務做好，接案的流程或是接案的品質，至於行銷或管理或媒體，這部分是很弱、很薄弱，所以一直擺放著、擺放著……增加到五位共同執業心理師，有臨床跟諮商心理師的學弟、學妹，這部分也興起了一般的壓力跟討論，需要在網頁這個部份著力(B1-01/05)。

(二)網站架設與否的決定

決定是否架設網站時可能出現幾種選擇，A表示曾經考量過要使用關鍵字搜尋、部落格或網站。經過一些嘗試，後來發現關鍵字的確有一些宣傳效果，同時也選擇比較正式的網站。B在友人協助下選擇以程式語言而非套裝軟體撰寫網頁，也考量過網址的問題。

關鍵字是我先生說要用的，每一次帳單來我還會怪他，花那麼多錢到底有沒有必要……那中間有空了一兩個月吧，果真會有影響喔，那個真正進來的量，稍微有影響，後來我就說看起來還是恢復好了，我先生又重新把它恢復，所以我們現在都還是持續用關鍵字(A1-05)。

是先透過一個網路公司……他就先幫我設一個部落格……我先生講說，部落格一般是比較個人化……後來我才知道，因為網站是比較屬於正式啦(A1-06/07/08)。

當初只是在開幕的時候，一位志工老師協助建構了一個架構，可是內容一直都沒有去增添或整理、撰寫，或者是專人來維護(B1-05)。

原先寫的網頁是用程式語言寫的，所謂手工，它就不借用任何的網頁套裝軟體……程式語言可以建議保留這樣程式穩定度很高，甚至可以調整色溫，但是套裝軟體就沒辦法那麼細緻(B1-19)。

現在已經瞭解了，就是轉址到.org.tw，這個差異很大，.com.tw就是營利事業，公司行號、企業，後來就是有這樣理念……最長遠的還是.org……如果是基金會性質的，通常一定是非營利事業，那大部份就會.org.tw(B1-10)。

(三)網站內容的考量

架設網站時，考量網站的內容主要是心理師的照片、資歷、特殊專長、網頁文字、網頁風格、互動功能幾方面。A關注在放照片與否、資歷的份量、網頁字體等，而B則關注網頁風格、友站連結、網頁互動的功能、出版品販售等。

我到現在還是堅持就是不放，就不要放，因為避免太多的投射(A1-11)。

截長就盡量不必要的盡量把它刪掉，讓大家看起來，看起來都很，即使資歷多也不要差異太大，這樣感覺會比較平均一點(A1-21)。

我就堅持用標楷體，有一些文字，服務團隊裡的文字我全部用標楷體，至少感覺上比較柔軟，比較溫潤的感覺(A2-08)。

目前書院建構的網頁風格是獨樹一格，是可以中西融合，但是又比較傾向於中

式(B1-25)。

網頁一開始的印象可能是風格，名稱、主題，簡介底下就是有這個名稱、主題、地點、電話、連絡方式，如果可以放在最前面，最一目了然最好(B2-02)。如果心理治療所友站連結的部分，可能連結到國內相關的助人工作者的主管機關，衛生署、衛生局、繼續教育的系統，以及一般民眾想知道有立案的、沒立案的一些民間機構、心理工作室，這些如果整理得好的話，應當是很有幫助的(B2-05)。

後來比較了解friendly的搜尋或內容能夠清晰明確的易了解、易搜尋，就是要以民眾的、client center、民眾的需求、民眾的眼光來設計，原先的草圖並沒有……那時候才慢慢增加說要把民眾的需求考慮進來，譬如說預約的方式、連絡電話開(B1-11)。

曾經有同事、學姐開心理治療所，跟衛生局接洽他想要販賣張老師出版社的書……衛生局公部門都比較保守，他們認為這個是已經就目前來講沒有嚴格規範，但是是建議說在衛生局訂定的標準的項目以外，可能就不建議……販賣書籍就不在專業服務的範圍裡面(B2-13)。

(四)網站管理與維護

在網站管理方面，A和B有幾種共同的作法：請網站公司變更內容、助理或實習生協助管理、請網頁設計朋友協助、所長自行管理、靜態網頁暫時不需太多人力管理等。如：

我只是最近六月份再請他加一個「聯絡我們」，其它的話過去，過去是沒有這一項，頂多位置排放，順序稍微改一

下，但是沒有太大的改變(A1-12)。

我請助理管理……我們討論完再透過助理再跟網站公司溝通下來的結果，我覺得還是很容易有一些誤差……助理可能不太了解我們真正諮商所的訴求是什麼，所以他把那個順序一變動以後，我發覺還是不理想，不理想後來我也沒有請助理，我就全部靠自己，我要更動什麼我自己全部自己弄好(A1-13)。

比較細節有牽涉到網頁的專業知識，我不是很懂，只是知道一個大概……然後我們只要學會去修後台維護的最新消息就好了，其他部分如果要修，可能再邀請程式語言的老師來大改造……這個實習生他是以他所學是可以做出完全一樣的頁面，只是沒有把握可以跟程式語言完全一樣，譬如說畫面是不是穩定度各方面(B1-21)。

我們網頁維護的人力跟時間不足，因為他可能需要即時服務、收件回覆，如果我們沒有足夠的人力或能力，這樣就流於空談，石沉大海或失去信用，所以寧可不放，一旦決定放了，我們是一個團隊，可能一周輪班要接信或回信，有管理機制(B2-07)。

(五)網站架設遭遇的困境

架設網站的過程中，A曾經遭遇過的幾項困境如：網路公司案子拖延、人情關係的困擾、助理的能力有限、時間的困擾等，B遭遇的困境是網頁設計能力不足、考量服務人力有限而延遲架設等。

網站公司有時候可能案子多，會拖延，比較沒有自己那麼快，不過我覺得也還好啦，因為總是等個1、2個月(A1-14)。

然後又有一個關係……所以要維護他也不好意思再跟我收錢……我有一陣子真的是很為難，後來我也跟他很坦白講，我說你如果覺得需要費用，我也可以付，但是你這樣拖，對我來講我很沒辦法接受(A1-15)。

助理坦白講他的可能貼花邊的能力很好，可是文字能力還是不夠……怎麼辦，唉呀，管他，睜一隻眼閉一隻眼……到現在都還是無能為力(A1-17)。

還有一個困境就是比較特殊性，就是原先寫的網頁是用程式語言寫的……結果他發現他要去做新資料，5個心理師新資料要更新或放上去，他連結了幾次都失敗(A2-19)。

網頁遲遲無法建構起來，其中有一個顧慮在於這裡，如果網頁建構起來了，我們根本沒有人力可以應接不暇，意思是說網頁建構了，那麼很多人就可能會來，有興趣來了解或是來預約，可是我們沒有足夠的人力，那這樣子就有點失信，好像是說我們提供的服務寫的琳瑯滿目，結果實質上卻提供不出來(B1-35)。

(六)網站之外的其他行銷方式

除了透過網站行銷與推廣之外，A提及在經營心理諮商所或心理治療所運用與網站搭配的其他行銷方式如DM夾報、接受採訪、透過演講、提供免費諮詢，B提到利用人脈資源、花錢做廣告等。

開幕的時候會配夾報，我有一張DM，DM的一邊是我開的所有的團體，另外一邊是提供我們所裡面的簡介(A1-51)。

當初開幕是有發新聞稿，然後透過邀請

新聞媒體過來這樣子，那之後就沒有類似的活動了(A1-60)。

後來我也覺得不用，因為後來我的方式是，媒體他們都要聳動的，我覺得這樣不好(A1-61)。

因為我過去也都到很多社區、學校演講，我就透過社區、學校演講(A1-63)。我就用了兩種方法，一種方法就是我在我的講綱後面，譬如我的講綱一定要印給他嘛，譬如今天講兩個小時，我講綱如果是一面或者一半，一定角落裡面我放個我的資料，譬如說我是所長，然後什麼什麼，我的所是什麼合法諮商所，然後地址電話，不是，電話然後網站，打一小塊，然後必要的時候，如果今天上課一定要用ppt，我就放幾張我們所裡面的照片(A1-66)。

我們也透過免費演講出去，台中地區的，免費的親子教育諮詢，用一些免費的活動推出去，那最好就是如果有人來邀請的時候，我是盡量去打知名度(A1-70)。

剛剛所講的就是以前的一些工作經歷的人脈資源，醫院、診所、學校，所謂助人工作者來介紹的，這樣個案的穩定度是最高的，當然慢慢建立口碑而來的，也是另外很高的，專業品質而來的，希望是可以增加這個部分，現有舊的都是各自心理師他原先機構人脈，醫生、老師、助人工作者轉介的個案，帶來的這樣子(B1-34)。

(七)對於網站架設的建議

對於心理諮商所或心理治療所經營者架設網站的主要建議，A認為要以自身的專長與經驗與能力出發、讓網頁吸

引人與常更新、增加友站連結功能；B認為需要建立起網頁互動功能與互動流程、增加網路諮商服務。

有的人告訴我說，其實網站可以做得非常的花俏，對我來講那個不是我的專長，因為我沒有這個能力，變成我要用這個方式去獲得一些人來，我變成還要花更多的錢請人家來做，所以我就不這樣走，靠我自己去演講，或者是帶一些什麼訓練，我覺得還比較有力一點(A1-79)。

網站有時候會吸引人家的注意，我覺得新鮮也是很重，經常要有消息可以貼上去，這個都很重要，人力夠的話這一塊值得經營的(A2-22)。

如果跟別的單位的連結，那些連結的活動，所以有時候放這些東西都是有點像友站連結的感覺，就是說我今天跟你有交換訊息，你有訊息可以連到我這邊來，我也可以連到你那邊去，我覺得友站連結是應該還算有效(A2-24)。

所謂及時回覆的這種網頁互動，那個是動態設計的部分，這勢必可能是將來需要的，因為這個管道是現在年輕人最重要的一部分，是日常生活裡面人際關係溝通重要的一部分，像是即時通、facebook(B1-36)。

將來網站可能也可以考慮更遠一點的叫做網路諮商，牽涉到諮商倫理的部分必須克服，技術上的問題克服，或是專業倫理上實質的問題，這些部份都要考慮(B2-07)。

肆、結語

從上述結果可以發現，受訪者感受到網站行銷的需要與效果，經過一些嘗

試和學習之後決定網站設置的方式，進一步也花了一些時間考量網站要呈現的內容，不同經營者有不同關注的部分與個人的觀點。隨後平日網站的管理與維護，在人力時間和能力等因素的限制下，也遭遇到一些困難，因而不僅採用網站行銷，也進一步藉著很多搭配方式做行銷。最後受訪者對於心理諮商所與心理治療所網站方面也提供一些寶貴的建議。

臺灣私人開業的心理諮商服務需求增加，心理師開業的社會條件逐漸成熟，私人開業成為心理師工作的一個選擇，而近年來心理諮商所與心理治療所正是此新興的職業場域之一（林家興，2005；陳雅婷、王智弘，2007）。早年曾有學者質疑行銷與諮商二者間的適配性，如Kotler與Andreasen(1987)、Stadler(1988)等人。但是，後來學者抱持支持的觀點，僅提醒要留意倫理議題（王金石、朱翠瑾，2003；王智弘，2007；Appelbaum, 1992; Gilchrist, & Stringer, 1992; Pettijohn, Pettijohn, & Taylor, 1995）。由此可見，科技改變人類的生活，網際網路顛覆傳統行銷模式，成為各領域實務上結合運用的對象。因此，心理諮商與治療勢必走上人性與科技雙贏的趨勢，才能符合民眾與求助者的需求。

本研究結果發現網站架設的動機在宣傳與行銷，當心理諮商所與心理治療所設立數量增加，無形中也產生經營的壓力，網站架設可提高競爭力與互動機會，吸引更多網友顧客注意力。雖然兩位受訪者關注的網站內容不同，形成不同的網頁風格，但是都努力朝向讓網站

內容與功能更加豐富的目標前進。此外，當心理諮商所與心理治療所有充足的人力時，網路諮商可能成為心理服務項目的明日之星，也是研究中提及的一個具有發展性的方向。

架設網站與網站管理維護過程需要作出不少的決定，也遭遇到不少的困難。在網路行銷之外，本研究發現也和邱馨慧（2008）、陳儒樺（2010）的研究結果相似，除了網站之外還有許多的行銷方式與策略可以為心理服務所採用。經營心理諮商所或心理治療所已經不是一個模式進行，而是多元、全面性中突顯自身的特色，才容易從藍海市場脫穎而出，而有受到矚目的機會。目前經營心理諮商所或心理治療所的網站乃從摸索與嘗試錯誤開始，在研究所階段的確需要更多臨床教學的專業訓練，學習如何經營或行銷心理診所業務，以及培養獨立開業能力，鼓勵心理師成立與加入獨立執業團體，尋求同行的支持與交換經驗。

本研究中僅探討心理諮商所與心理治療所網站的經營，至於所內人事或服務的實際狀況，或許是未來研究可以繼續探討的部分，例如成為實習生實習訓練機構的角色或是在社區營運的狀態(Babbage, 2008; Baruch, & Vrouva, 2010; Scott, 2008)。此外，本研究僅訪談兩位所長，分別進行兩次訪談，有一些相關議題並未涉及，未來或許可以進一步了解網站更新的情形、國內心理診所的專業資料庫或資訊網的建構、未來心理診所網站過度發展時的市場區隔議題、心理診所所有無架設網站對行銷與經營績效的影響、網友對心理諮商所與心理治療

所網站之偏好等，更多層面的研究可以讓心理諮商所與心理治療所網站得到品質的提升。

參考文獻

- 王金石、朱翠瑾（2003）。執業心理師專業培養與心理診所專業經營之模式研討。**諮商與輔導**，**215**，16-20。
- 王智弘（2007）。助人專業如何運用媒體以進行專業行銷。**台灣心理諮商通訊**，**204**。2012年7月20日，取自<http://www.heart.net.tw/204-1.html>。
- 考選部（2012）。考選統計。2012年7月20日，取自http://www.moex.gov.tw/main/ExamReport/wFrmExamStatistics.aspx?menu_id=158。
- 社團法人中華民國諮商心理師公會全國聯合會（2010）。**電子通訊會訊**。2012年7月20日，取自<http://www.tcpu.org.tw/front/bin/home.phtml>。
- 林家興（2005）。**心理師執業之路**。台北：心理。
- 林家興、謝昀蓁、孫正大（2008）。諮商心理師執業現況調查研究。**中華輔導與諮商學報**，**23**，117-145。
- 邱馨慧（2008）。**社區輔導機構諮商服務行銷公關策略運作之研究**。國立暨南大學輔導與諮商研究所碩士論文，未出版。
- 陳雅婷、王智弘（2007）。私人開業心理諮商診所的行銷倫理。**應用倫理研究通訊**，**44**，15-21。
- 陳儒樺（2010）。**付費心理諮商行銷組合之研究：顧客觀點**。國立彰化師範大學輔導與諮商學系碩士論文，未出版。
- Appelbaum, S. A. (1992). Evils in the private practice of psychotherapy. *Bulletin of the Menninger Clinic*, *56*, 141-150.
- Babbage, D. R. (2008). Psychological training clinics in Australia and New Zealand: Clinic structure. *Australian Psychologist*, *43*, 257-277.
- Baruch, G., & Vrouva, I. (2010). Collecting routine outcome data in a psychotherapy community clinic for young people: findings from an ongoing study. *Child and Adolescent Mental Health*, *15*, 30-36.
- Gilchrist, L., & Stringer, M. (1992). Marketing counseling: Guidelines for training and practice. *Counseling Education & Supervision*, *31*, 1-9.
- Koler, P., & Andreasen, A. R. (1987). *Strategic marketing for nonprofit organizations*. NJ: Prentice-Hall.
- Pettijohn, C. E., Pettijohn, L. S., & Taylor, A. J. (1995). The relationship between effective selling behaviors. *Journal of Consumer Marketing*, *12*(1), 5-15.
- Scott, D. (2008). From clinic to community: The evolution of a group for women with postpartum mental illness. *Australian Social Work*, *61*, 197-206.
- Stadler, N. (2008). Counselling and psychotherapy in contemporary private practice. *Therapy Today*, *19*, 1742-1748。
- Stokes, D., Mathews, R., Grenyer, B. F. S., & Crea, K. (2010). The Australian psychology workforce 3: A national profile of psychologists in salaries employment or in independent private practice. *Australian Psychologist*, *45*(3), 178-188.