

Datagedreven werken

Als onze regio zelf investeert in inzichten en stuurt op kwaliteit krijg je de waarde van zorg en welzijn.

Strategische keuzes

Vanuit de missie, visie en kernwaarden sturen



Als organisatie wil je waarde leveren. Sturing op passende zorg voor de doelgroep die bij je past.



Zodra je de kernwaarden naar de zorg vertaalt, moet dit in het stuurindicatoren terugkomen.



Nu sturen we vooral op productie en efficiëntie in de eigen organisatie. Dat is suboptimaal.

Klantreis in de waardeketen

- Kijk naar de klantreis in je eigen waardeketen:
 - Waar voeg je de meeste waarde voor je cliënt toe?
 - Heb je dat in beeld, en kun je daar op sturen?
- En kijk ook eens breder naar de behoeften van de doelgroep
 - De klantreis van de cliënt gaat over verschillende aanbieders heen. Wat gebeurt er als we door de keten van zorgaanbieders heen kijken met welzijn erbij?



Hoe positioneer je jouw organisatie?

- Met bestaande data kun je al heel veel inzichten ophalen over wat cliënten en medewerkers het meest waarderen.
- Als je stuurt op je kernwaarden en het leveren van waarde, dan versterkt dat en geeft richting aan het handelen van medewerkers. Doen we de goede dingen om waarde te bieden?

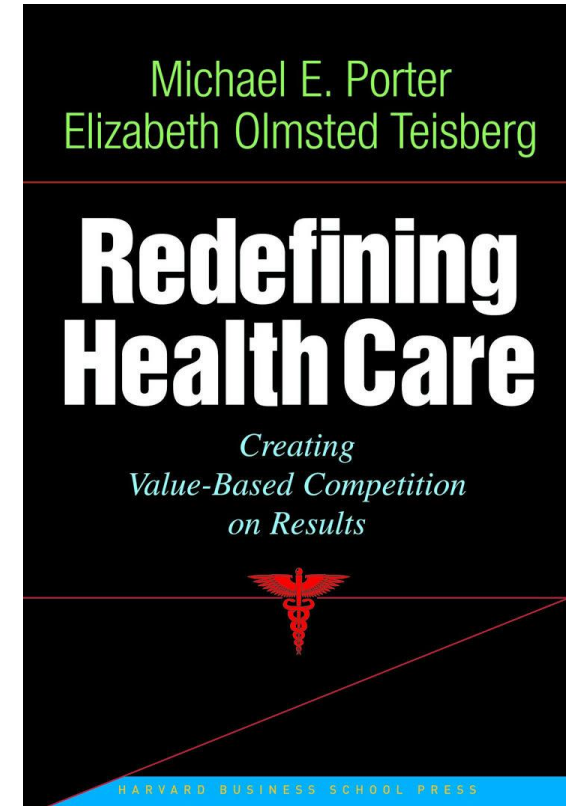


Kwaliteit als kostenstrategie (Porter)

Michael E. Porter & Elizabeth O. Teisberg

Redefining Healthcare; Creating Value-Based Competition On Results, 2006

- Denk je dat het jouw organisatie kan helpen om hierop te sturen?
- Wat zijn de kernwaarden van je organisatie?
- Waar zijn de belangrijkste indicatoren voor jouw organisatie?



In 2024: basisvoorwaarden voor datagedreven werken

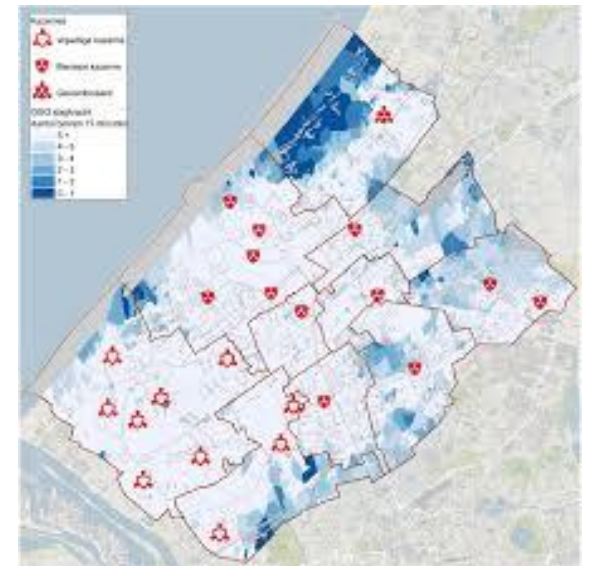
- Randvoorwaarden: infrastructuur voor datagericht werken
 - Omgeving met data-infrastructuur en platform voor het presenteren van inzichten
 - Team in de organisatie opbouwen
-  Techniek
-  Inzichten
-  Adoptie
- Pilots in verschillende teams, 1 project VPT (Lang leven Thuis) gedeeld, vroegsignalering o.b.v. data voor inschatten wanneer het thuis niet meer gaat.

VPT



In 2025: start met regiostrategie

- Stap maken van organisatie naar regio
 - Welke doelgroepen passen bij onze organisatie? Welke wijken en persona's?
 - Analyseren a.d.h.v. gegevens uit de wijk, met segmentatie en trends voor het regiobeeld.



Wat zijn de resultaten van 2025

- ✓ Klantreis touchpoints (uitleg geven hoe dat werkt) in beeld gebracht
- ✓ Datamodel gemaakt
- ✓ Segmentatiemogelijkheden aangebracht
- ✓ Techniek ingericht voor delen, maar is wel maatwerk nodig voor de nieuwe deelnemers
- ✓ Succesvolle en minder succesvolle klantreizen in beeld gebracht om van elkaar te leren

Wat kunnen we met de resultaten (van de regio)

- Door beter inzicht in de regio...
 - Wordt er gericht(er) gepraat met de financiers over passende zorg voor de juiste vergoeding
 - Wordt er strategisch gekozen welk zorgaanbod passend is voor de organisatie en de regio
 - Gaan partijen met meer transparantie en overweging samenwerkingen aan
- Basis voor deelbaar datamodel
- Kans voor collectief regiobeeld?

Hoe kun je meedoen?



- Meld je aan bij ZorgScala of HWW (f.wensink@hwwzorg.nl)
- Nu zoeken we naar partners met lef, de eersten hebben het grootste voordeel!
 - Vanuit die analyse ga je herkennen welke doelgroep bij jouw organisatie past.
 - En je kunt voorspellen wat er voor traject uit volgt en met wie je het beste kunt samenwerken in de zorgpaden.

Waarde creëren is datadelen (lessons learned)

- ✓ Omarmen van gedachtegoed van Porter rondom de klantreis
- ✓ Vanuit missie, visie, kernwaarden sturen op Waarde
- ✓ Meten van geleverde waarde, kwaliteit als kostenstrategie
- ✓ Waarde vanuit de cliënt organiseren, over organisaties heen
- ✓ Resultaten transparant maken en leren met en van elkaar
- ✓ Met verzekeraars (stakeholders) andere focus aanbrengen in gesprekken

