

Ruimte en kansen voor innovatie en briljante businessmodellen in de zorg

Waar hebben we het over?

- Problemen en schaarste worden opgelost met innovatie
- Kenmerken en uitdagingen briljante business modellen
- Briljante cases voor 5 gevraagde doorbraken in de zorg

Presentatie: Jennifer op 't Hoog, 16 april 2015

Twitter: @jenopthoog #wikibusinessmodels

Site: www.wikibusinessmodels.com



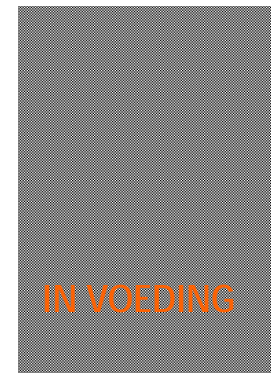
2013



2014



2015



2016

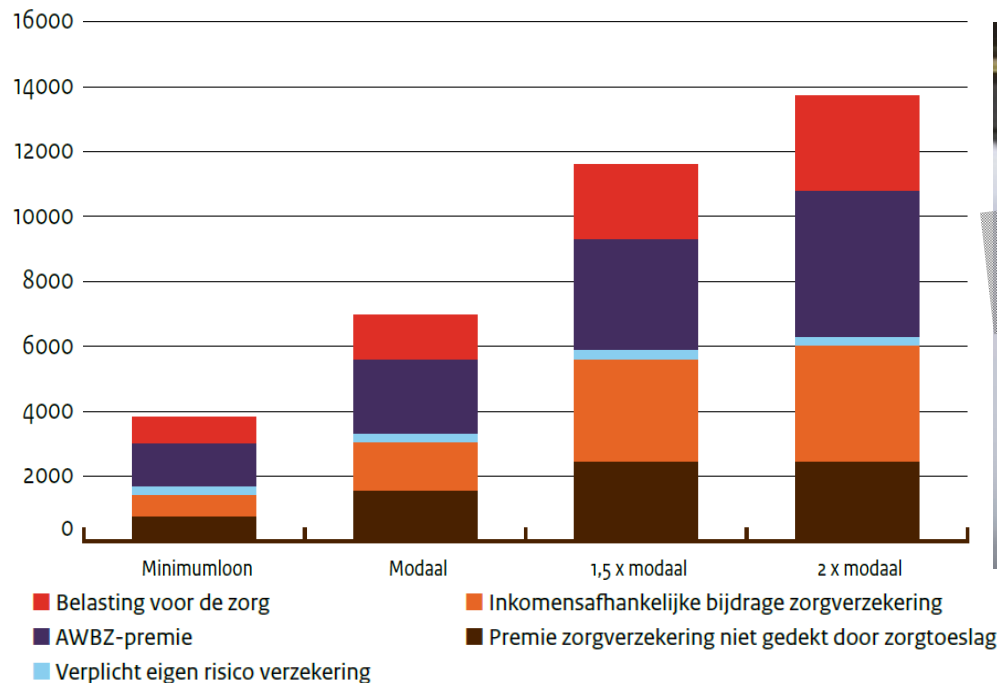
achmea 

Wat is de vraag achter het antwoord "Innovatie"?

De druk neemt toe en de stijging in de zorgvraag is op termijn niet te dragen door stijgende kosten en dalend arbeidspotentieel... Dus dat gaat niet gebeuren!

Een doorsnee gezin besteedt nu 23,5% van het inkomen aan zorg.

Volgens ramingen van het SCP zijn in 2030 140.000 mensen extra nodig in de zorg



'Door ontstane personeelstekorten kunnen de toegankelijkheid en de kwaliteit van de zorg ernstig onder druk komen te staan'
Nivel, Technologie in de zorg thuis, 2013

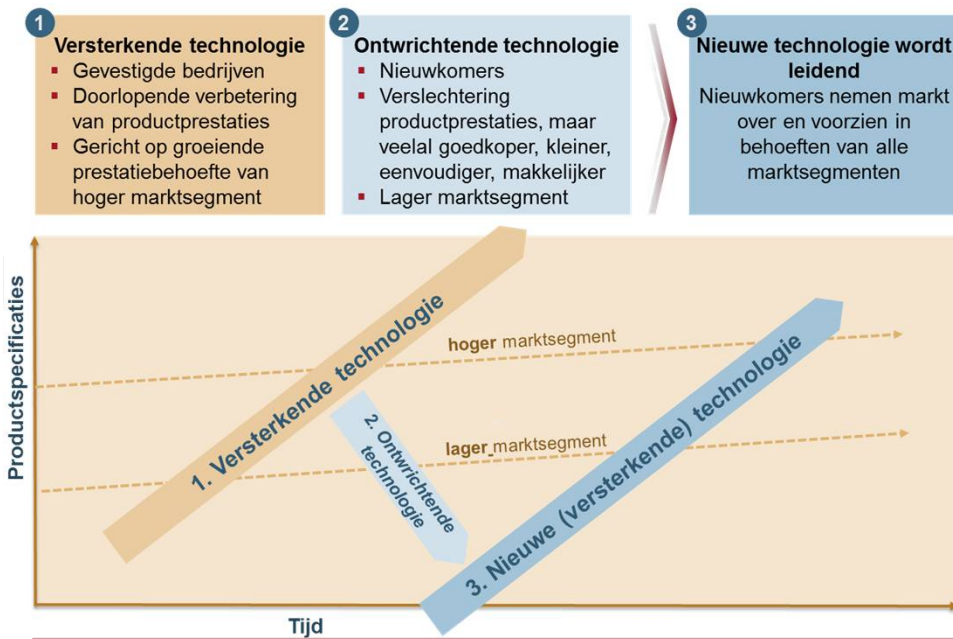
'Tekort wijkverpleegkundigen maakt indicatiernorm lastig'
Zorg+Welzijn, 2014





Lessen uit andere sectoren

Hoe werken die innovatieve doorbraken: Het principe van ontwrichtende technologie

Innovatie kan leiden tot ontwrichting van bestaande structuren en ordeningen.

Ook binnen de zorg zijn er voorbeelden van het principe van ontwrichtende technologie zoals (bloed)diagnose.

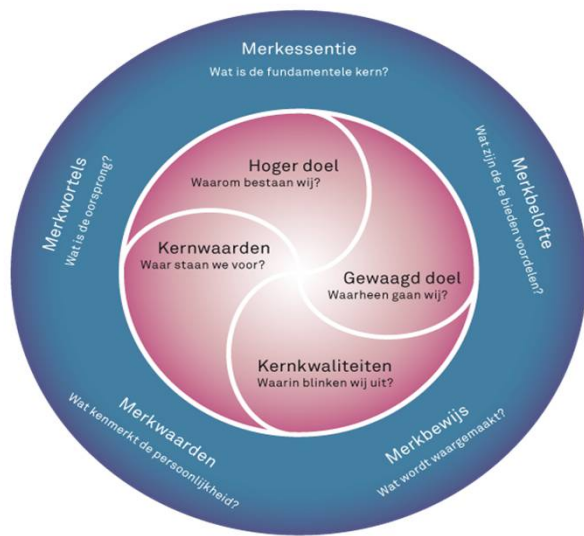


				
Technologie	Bloedmonster onderzoek onder Microscop	Bloedmonster onderzoek in Centraal Laboratorium	Table top en hand held devices	Home testing equipment
Lead users	Arts/specialisten	Laboranten	Huisartsen	Patiënten

Innovaties in technologische toepassingen brengen nieuwe toetreders in bestaande markten. Vroegere marktleiders worden gereduceerd tot nichespelers of uit de markt gedrukt.

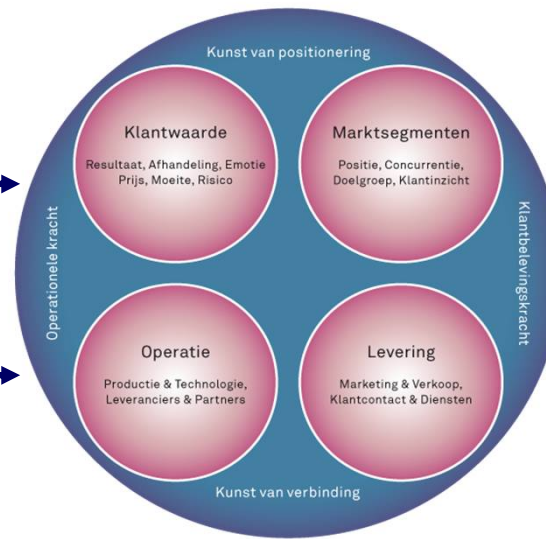
3 overkoepelende kenmerken van briljante businessmodellen

Input:
1. Gedreven vanuit visie en positionering
(Waarom?)



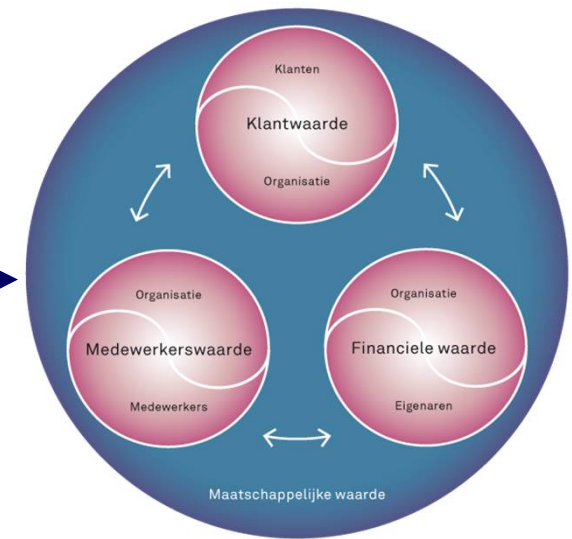
Visie en merkpositionering

Throughput:
2. Volhardend in business model
(Hoe?)



Business transformatie model (BTM)

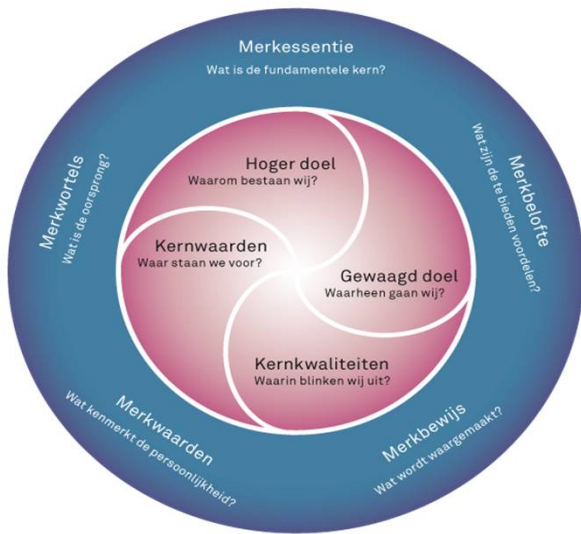
Output:
3. Waardecreatie voor alle partijen
(Wat?)



Waardecreatie keten

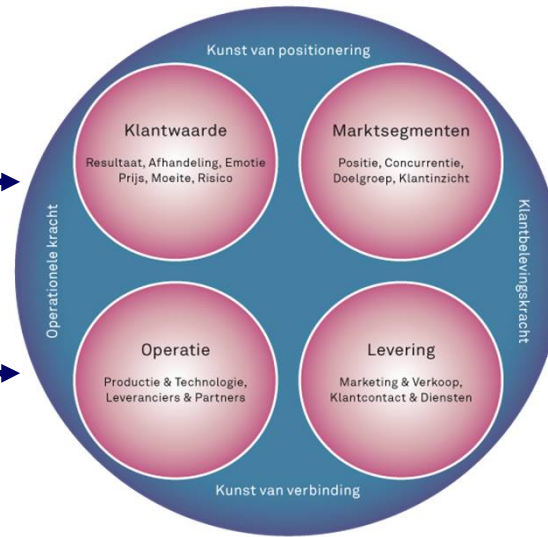
Succes is geen garantie voor de toekomst... er is ook nog een fase 4

Input:
1. Gedreven vanuit visie en positionering (Waarom?)



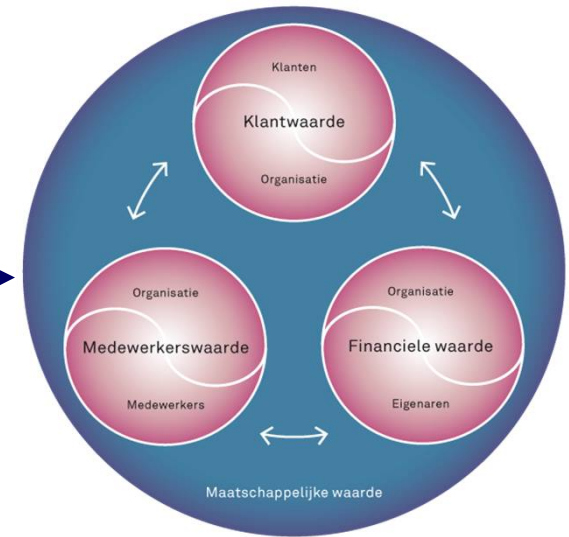
Visie en merkpositionering

Throughput:
2. Volhardend in business model (Hoe?)



Business transformatie model (BTM)

Output:
3. Waardecreatie voor alle partijen (Wat?)

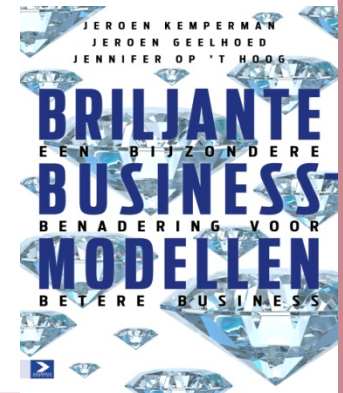
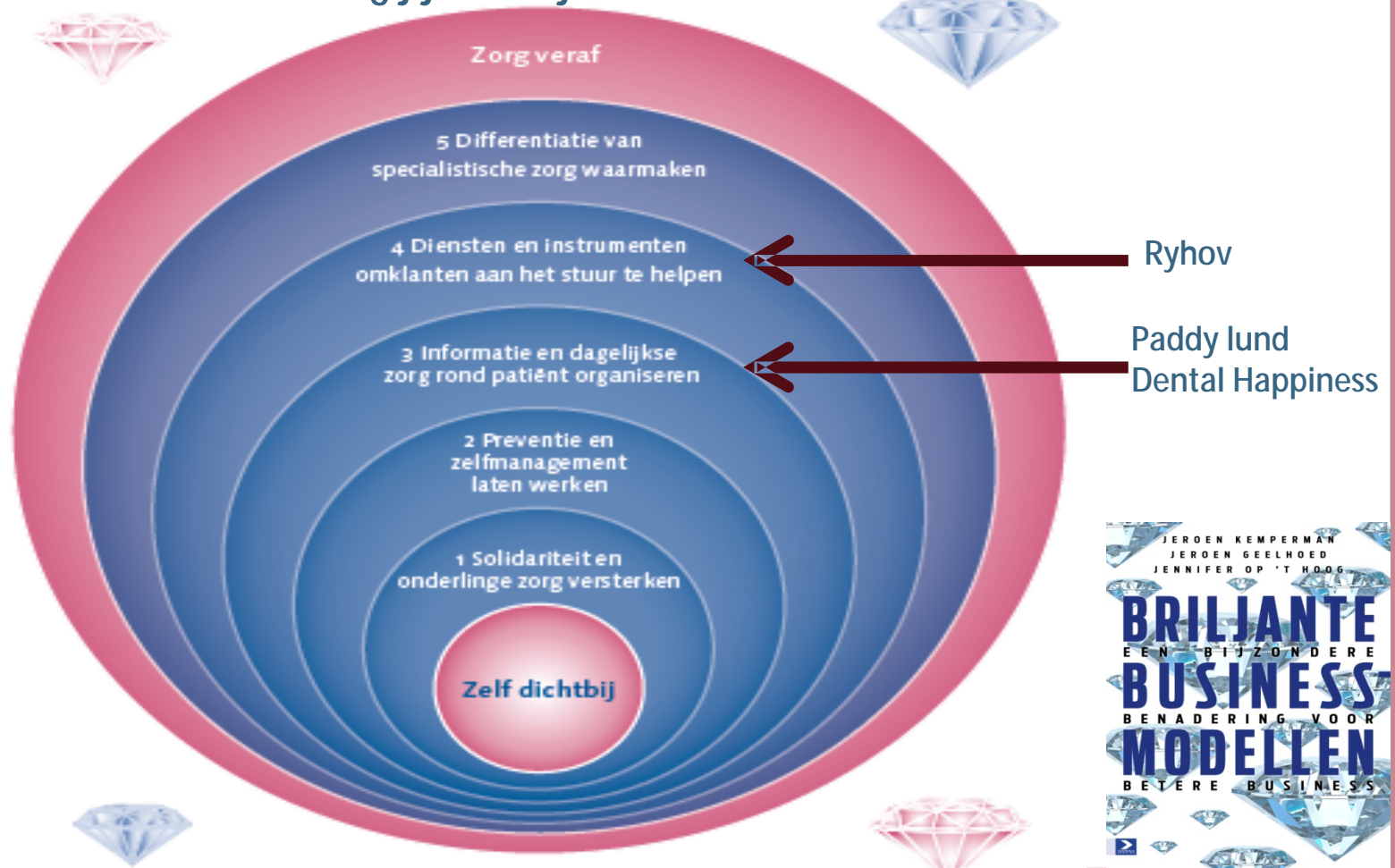


Waardecreatie keten

4. en blijven behouden en vernieuwen

Internationale speurtocht naar businessmodellen om 5 doorbraken te realiseren in zorg

Welke doorbraak draag jij aan bij? Nu en in de toekomst?

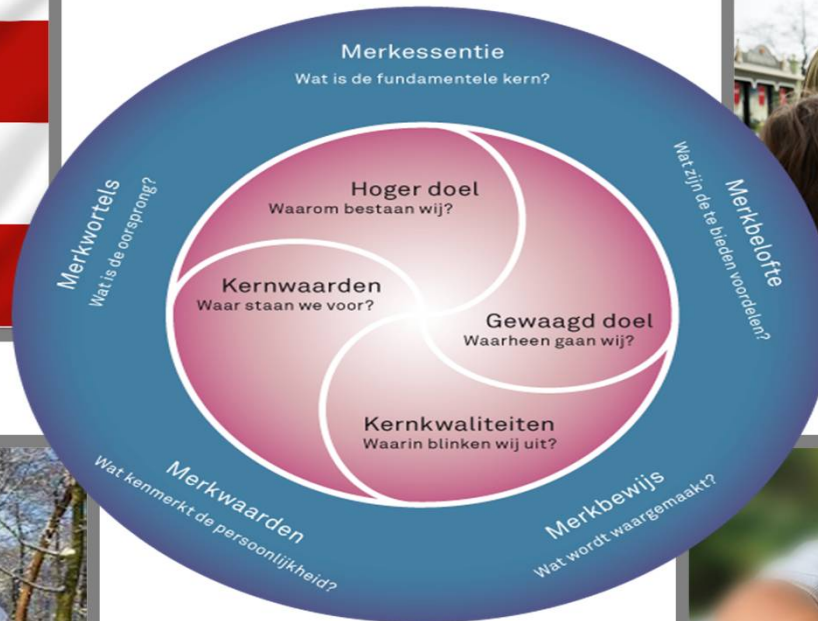


Inspiratie case! De Efteling



WERELD VOL WONDEREN

Visie & Positionering Efteling



Visie en merkpositionering



Businessmodel Efteling



+



Business transformatie model (BTM)

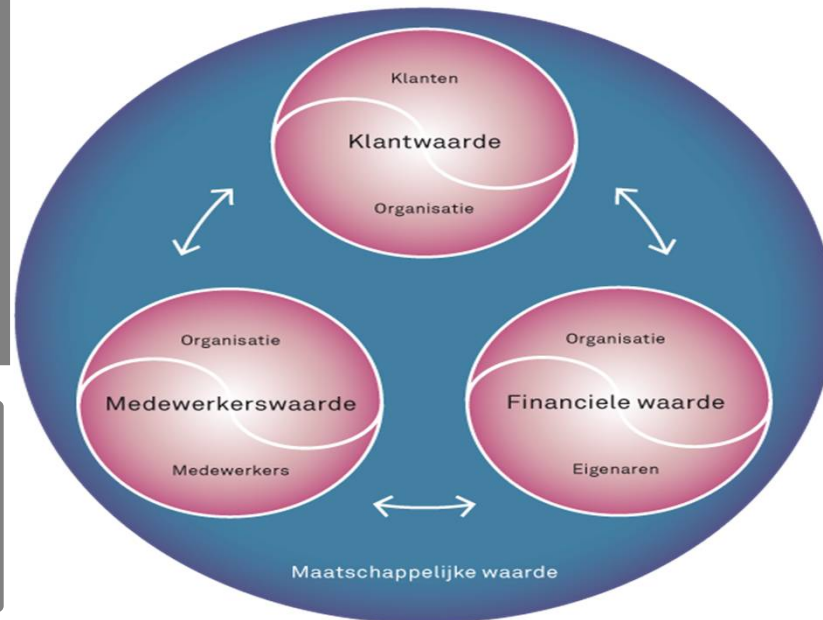


Waardecreatie Efteling



Zelfstandig naamwoord

Gast:
1. wie ergens ontvangen,
verwelkomt of op een bijzondere
wijze behandeld wordt



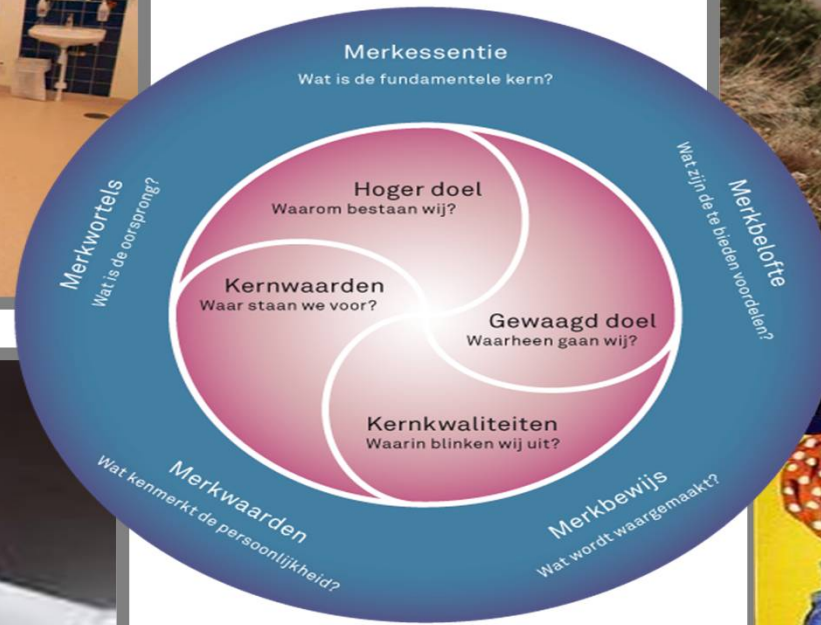
Briljante Lessen van de Efteling

- **Unieke productlevenscyclus door dicht bij haar wortels te blijven én te vernieuwen**
- **De Efteling verkoopt een beleving, en ervaring en verkoopt dit aan een hele brede doelgroep.**
- **De Efteling probeert het park optimaal te benutten, wat bijzondere concepten oplevert.
Denk aan de winter Efteling, en de zomeravonden**
- **Het bestaansrecht van de Efteling is breed gedragen. De gunfactor van de Efteling is daarmee heel groot maar het scheidt ook verwachtingen**

Ryhov

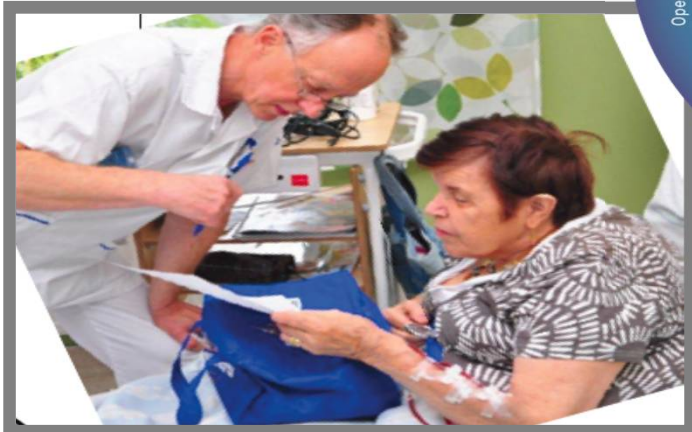
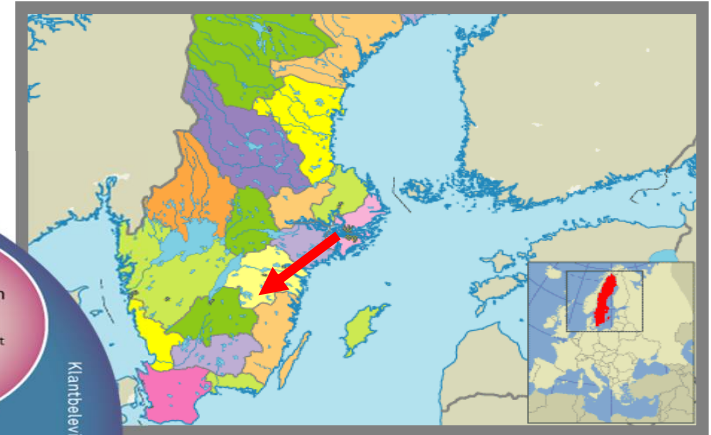


Visie & Positionering Ryhov (Nierdialyse)

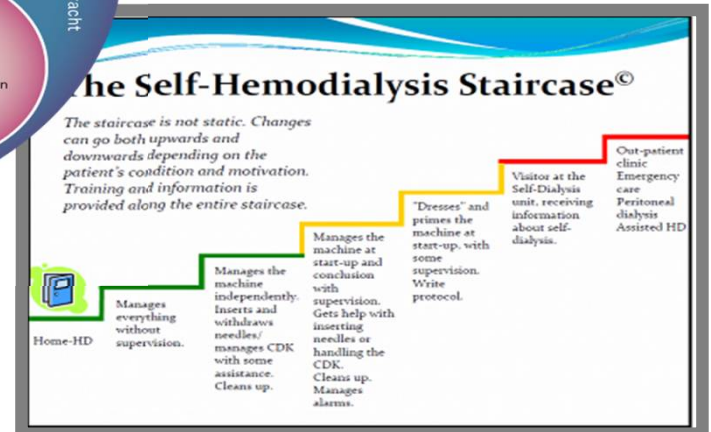


Visie en merkpositionering

Businessmodel Ryhov



Business transformatie model (BTM)



Waardecreatie Ryhov



Waardecreatie keten



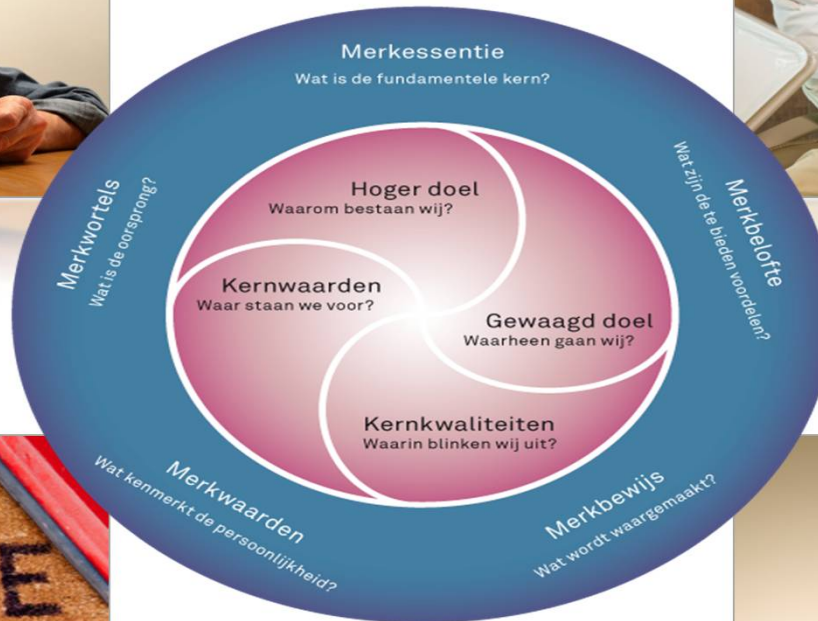
Briljante Lessen van Ryhov

- Zet de patiënt centraal en vertaal dit in processen en rolverdeling
- Maak zorguitkomsten transparant en gebruik deze om de kwaliteit van de zorg te verbeteren
- Benut de kracht van cocreatie. Luister naar klanten en patiënten en innoveer samen
- Betrek medewerkers proactief in kwaliteitsverbeteringen
- Ga van hulpverlener naar coach. In dit geval van verpleegkundige transformeren naar coachen van mensen om de hoogst haalbare kwaliteit van leven te realiseren

Patrick Lund
Dental Happiness



Visie & Positionering Paddi Lund



Visie en merkpositionering

Businessmodel Paddi Lund



Business transformatie model (BTM)

Waardecreatie Paddi Lund



Waardecreatie keten

Briljante lessen Patrick Lund: Dental Happiness

- Ga op zoek naar geluk
- Doe aan strak verwachtingsmanagement
- Kies je klant
- Absolutely critical “non-essentials”
- Kies voor je eigen drijfveren

• Kies voor je eigen drijfveren

Waar zie jij ruimte en kansen voor innovatie in de praktijk?

? ? ? ? ?
? ? ? ? ?
? ? ? ? ?

