

BIJLAGE

TOELICHTING: De 7 strategieën met mogelijke activiteiten:

1. Informerende strategie =

We moeten ervoor zorgen dat de doelgroep weet dat de vernieuwing bestaat en dat het ingevoerd gaat worden.

VOORBEELDEN VAN ACTIVITEITEN:

- persbericht
- lezing of presentatie op congres- en studiedagen
- e-mail
- mailings van folders of brochure
- artikel in vakblad of publiekstijdschrift
- rapport
- prikbord
- de wandelgangen
- LinkedIn groepen
- tweets
-

2. Motiverende en draagvlakvergroten- de strategie =

De doelgroep moet geïnteresseerd raken in de vernieuwing en zich bij de vernieuwing betrokken voelen.

VOORBEELDEN VAN ACTIVITEITEN:

- persoonlijk contact
- tweegesprek
- netwerkbijeenkomsten
- inschakelen sleutelfiguren en opinieleiders
- intercollegiaal contact
- invitational conference
- begeleidingsgroep samenstellen die gedurende het project al kan meepraten over de relevantie en toepassing van de resultaten
- bijeenkomsten
- feedback op basis van metingen of observaties
- reminders (zoals stickers of signalen in computerprogramma's)



3. Educatieve strategie=

De doelgroep moet de vernieuwing kunnen toepassen. Dat vraagt om de nodige kennis en vaardigheden.
Bedoeld om mensen kennis en vaardigheden aan te leren zodat zij de verandering in praktijk kunnen uitvoeren

VOORBEELDEN VAN ACTIVITEITEN:

- educatieve (computer)programma's
- workshops
- vaardigheidstrainingen
- kwaliteitscirkels
- consensusgroepen
- instructie en ondersteuning van een getrainde collega
- scholing door opinieleiders en onder hun begeleiding oefenen, demonstratie, gastcollege
- training
- intervisie
- buddy-systeem van elkaar opleiden en Begeleiden
-

4. Organisatorische strategie =

We moeten de knelpunten in de organisatie oplossen die de vernieuwing in de weg staan.

VOORBEELDEN VAN ACTIVITEITEN:

- iets veranderen in de rol of taak van de zorgverlener (bijvoorbeeld een nieuwe taak erbij voor de doktersassistent)
- samenwerkingsverbanden of teams samenstellen waarin allerlei disciplines werken aan de zorgvernieuwing en betere resultaten
- ketenzorg opzetten rond een bepaalde aandoeningen (zoals COPD)
- aandacht voor kennismanagement (zoals elektronische patiëntendossiers)
- met regelmaat meten en analyseren van prestaties - nieuwe werkprocessen ontwerpen
- de communicatie (in- en extern) verbeteren
-

5. Faciliterende strategie

De doelgroep moet kunnen terugvallen op iets of iemand om te kunnen veranderen en om die verandering vol te houden.
Bedoeld om in belangrijke randvoorwaarden te voorzien die een vernieuwing succesvol helpen invoeren

VOORBEELDEN VAN ACTIVITEITEN:



- aanleren verbetervaardigheden en projectmanagementvaardigheden
- telefonisch advies
- detacheren van de onderzoeker in de gebruikerspraktijk
- gericht advies over de toepassing van de inzichten
- bijeenkomst waar belanghebbenden elkaar kunnen ontmoeten rond een aantal vraagstellingen
- een vertaalslag van de bevindingen naar bijvoorbeeld richtlijnen
- instrument om tot keuzes te komen bij beslissingen in praktijk of beleid
-

6. Patiëntgerichte strategie

We moeten patiënten inzetten om de vernieuwing succesvol te maken.
Bedoeld om vanuit de patiënten de druk te vergroten om een vernieuwing toe te passen

VOORBEELDEN VAN ACTIVITEITEN:

- schriftelijke aanmoediging om vragen te stellen tijdens de consulten
- klachten en commentaren bijhouden en analyseren
- investeren in therapietrouw (om ervoor te zorgen dat het nieuwe ook daadwerkelijk wordt gebruikt)
- organiseren van bijeenkomsten waar patiënten leren actiever om te gaan met hun chronische ziekte (zelfmanagement)
-

7. Marktgerichte strategie =

We moeten de druk opvoeren zodat mensen de vernieuwing gaan toepassen
Bedoeld om het gevoel van urgentie te vergroten, door een relatie te leggen tussen de vernieuwing en de (financiële) gevolgen

VOORBEELDEN VAN ACTIVITEITEN:

- cijfers over prestaties publiek maken
- meedingen naar kwaliteitskeurmerk van verzekeraars
- de organisatie nog beter positioneren en profileren
- zorgen dat de vernieuwing vergoed kan worden via de verzekering
-

