

Start hier!
› Inleiding

Leren & Motiveren

Financiën

Ontwikkelen & ontwerpen

Kennismaken

Gebruik starten
› Productevaluatie

Gebruik voortzetten
› Integratie in behandelprotocol
› Business case

Routekaart poster
Productklapper
Vitrinekast





Inleiding

Dit is de Routekaart voor de implementatie van eHealth toepassingen. Deze routekaart is speciaal ontwikkeld voor mensen werkzaam in de zorg en voor ondernemers die zorgtechnologie (of eHealth) aanbieden. De Routekaart helpt bij het navigeren in het proces om nieuw zorgtechnologie te implementeren. Het is geen navigatiesysteem, dat precies vertelt waar naartoe je moet om het einddoel te bereiken. De Routekaart geeft inzicht in het proces van implementatie, laat zien waar je in het proces bent en geeft informatie over de verschillende rollen en activiteiten die bij succesvolle implementatie van belang zijn. Want een ondernemer, die zijn toepassing of product op de markt brengt, heeft andere vragen dan een medewerker in de thuiszorg, die een cliënt ondersteunt om de toepassing te gaan gebruiken. De Routekaart helpt om te zien waar de 'andere kant' behoefte aan heeft of tegenaan loopt. Dat is geen vast proces met een duidelijk begin en eind, maar een proces waarin je soms een stapje terug of opzij zet om vervolgens weer verder te komen.

De ultieme wens van zorgmedewerkers is om alle technologie in één systeem te kunnen gebruiken... een wens die niet op korte termijn gerealiseerd kan of zal worden. De implementatie van zorgtechnologie is geen makkelijk proces. Het vraagt investeringen van zorgorganisaties en zorgondernemers om elkaar te leren begrijpen en elkaars taal te spreken. Deze Routekaart biedt een praktische ondersteuning om dit proces te vergemakkelijken.

Deze eHealth Routekaart is ontwikkeld door Hogeschool van Amsterdam en Waag i.s.m.
GezondheidFabriek LZorg Woonzorg Flevoland
Dezzel Media Dugour Electronics Almere Breedband Video Services
MedicineMen ZorgBel Breedveld & Schröder
Zetacom illi Engineering Van Bragt Management
Big Data Value Center QuantBase

Dit onderzoek is tot stand gekomen met steun van het
Europese Fonds voor Regionale Ontwikkeling (EFRO) van de Europese Unie



Gebruik

Het gebruik van deze Routekaart is veelzijdig en gericht op zowel zorgprofessionals als ondernemers. De zorgprofessionals zijn zorgverleners, teamleiders, innovatiemangers en bestuurders. Waar nodig maken we onderscheid tussen zorgverleners en het management van zorginstellingen.

Als zorgprofessional kun je de Routekaart gebruiken bij de implementatie van een specifiek product of service. De ondersteuningsmiddelen in de verschillende fases helpen in de afstemming met ondernemers.

Daarnaast is de Routekaart een communicatiemiddel dat je binnen je zorgorganisatie kunt inzetten. Je kunt je team informeren waar jullie je bevinden in het proces van implementatie van dit product. Hang een geprinte Routekaart in een werkruimte en maak met stickers of pinnetjes duidelijk waar jullie staan met het product. Binnen veel zorgorganisaties worden meerdere toepassingen tegelijkertijd geïmplementeerd. In dat geval biedt de Routekaart de ondersteuning aan medewerkers om aan te geven op de kaart waar zij zich in het proces bevinden en dit met hun collega's te delen.

Als ondernemer is de Routekaart een praktisch hulpmiddel om aan zorgorganisaties kenbaar te maken waar je mee bezig bent, kun je het proces van implementatie schetsen en verwachtingen helder krijgen. Daarnaast kun je de Routekaart bij zorgorganisaties te introduceren om daarmee de implementatie van je product te ondersteunen.



Zorgprofessionals:

- **Ondernemers vinden het belangrijk om zorgprofessionals in de ontwikkeling van hun product te betrekken.** Zij willen graag de ontwikkeling samen starten.
- **Wees je ervan bewust dat het ontwikkelen van eHealth producten veel tijd kost.** Ondernemers ontwikkelen hun product in fases, waarbij functionaliteiten stapsgewijs gerealiseerd worden. Sommige functionaliteiten kunnen pas na enige tijd effectief rendement opleveren, denk bijv. aan data of tijd gedreven oplossingen.
- **Geef feedback op de bestaande functionaliteiten of vragen die ondernemers hebben.**
- **Geef duidelijk aan of je nog andere of nieuwe wensen ten aanzien van het product hebt.** Maar realiseer je dat ondernemers niet alle wensen direct kunnen realiseren.
- **Sta open voor samenwerking met ondernemers, ook als het product nog in een vroege fase van ontwikkeling is of het rendement nog niet direct zichtbaar is.** Juist je inhoudelijke bijdrage en inzicht in de dagelijkse werkzaamheden zijn van belang om bruikbare producten te ontwikkelen. Door een iteratief proces van samenwerken ontstaan de juiste invulling voor zorgvragen.

Nieuwe eHealth toepassingen en zorginnovaties ontstaan niet vanzelf. Ondernemers hebben een idee voor oplossingen in de zorg, of worden gevraagd om een oplossing te ontwikkelen. De basiswaarde voor een geslaagde toepassing is dat deze daadwerkelijk bijdraagt aan het verbeteren van de zorg. Daarbij staat de zorgvraag van cliënten centraal “wat zit er tussen de huidige situatie en wat een cliënt graag wil bereiken”, en hoe kunnen technologische innovaties daarbij ondersteunen. Dit kan zijn in het verbeteren van processen, en daarmee tijdswinst, en hogere kwaliteit van zorg en leven voor cliënten. Een nauwe samenwerking tussen ondernemers en zorgprofessionals is cruciaal om succesvolle zorgtoepassingen te ontwikkelen en succesvol te implementeren in de praktijk.

Enkele praktische handreikingen:

Ondernemers:

- **Ga vanaf het eerste moment in gesprek met zorgprofessionals.** Bespreek hoe hun dagelijkse praktijk eruit ziet, hoe zij werken. Maar bespreek ook waar zij in hun werk tegenaan lopen, waar ze knelpunten zien in de zorg voor hun cliënten. Wellicht dat je in jouw team iemand kan betrekken met een achtergrond in zorg en technologie.
- **Stel de zorgvraag van cliënt en/of zorgprofessional centraal.** Zorg ervoor dat de zorgvraag het uitgangspunt is en blijft.
- **Ontwikkel oplossingen samen met zorgprofessionals en cliënten/patiënten.** Werk het concept van de oplossing in samenwerking met zorgprofessionals uit. Zij beschikken niet over de technische expertise of ontwerp vaardigheden, maar hebben kennis over het gebruik en de dagelijkse praktijk, waar de oplossing straks gebruikt gaat worden. Dit helpt om het uiteindelijke product goed te laten aansluiten bij de zorgpraktijk. Vraag bij (product-)evaluaties met de doelgroep niet alleen naar verbeteringen van het product, maar vraag ook door naar de (onderliggende) behoeftes en mogelijke knelpunten
- **Blijf de zorgprofessionals betrekken, ook bij maken en testen van prototypes.** Door de zorgprofessionals in de verdere ontwikkeling te betrekken, is er een continue check op toepasbaarheid en acceptatie in de praktijk.

FASE 2 KENNISMAKEN

Tools: Routekaart Poster
(digitale) Productklapper
 Vitrinekast



Zorgprofessionals:

- **Vraag ondernemers of zij hun producten willen introduceren.** Dit kan tegenwoordig vaak zowel fysiek als online. Maak gebruik van de mogelijkheden, laat je open informeren en geef duidelijk aan waar je naar op zoek bent en informeer de ondernemer over de achtergrond en zorgvragen van cliënten waar je mee werkt (uiteraard zonder persoonsgegevens te vermelden)
- **Maak gebruik van instructievideo's, online handleidingen en beeldbellen.** Veel ondernemers onderschrijven deze behoefte van zorgprofessionals (en cliënten) en bieden deze opties aan.
- **Vraag of een testproduct op locatie beschikbaar is.** Veel ondernemers zijn bereid om testproducten aan te bieden. Zorg ervoor dat de producten ook daadwerkelijk uitgetest worden en voorkom dat producten ongeopend weer aan de ondernemers geretourneerd worden.
- **Ben realistisch over de technische mogelijkheden.** Ondernemers onderkennen en onderschrijven het belang van zo min mogelijk technische barrières in het gebruik van producten (bijv. 1 login voor meerdere applicaties). Het is voor hen niet altijd technisch mogelijk of financieel haalbaar om uit te voeren.
- **Nodig ondernemers ook uit als er informatiebijeenkomsten op jouw locatie georganiseerd worden, of vraag hen voor een lunchlezing.** Ondernemers gaan graag het gesprek aan, voor hen is jullie feedback belangrijk bij de ontwikkeling en implementatie van hun producten.

De introductie van nieuwe zorgtoepassingen draait om verwachtingen afstemmen. Verwachtingen die zorgprofessionals hebben over het product. En verwachtingen van ondernemers over het beoogde gebruik van het product en hoe zij feedback willen ontvangen. Daarom is het belangrijk om bij de introductie van een product deze onderlinge verwachtingen duidelijk te maken naar elkaar. Dat kan ook met behulp van deze routekaart: waar sta jij nu?

De tijd die zorgprofessionals tot hun beschikking hebben is beperkt. Voor hen is het belangrijk om snel tot de kern door te kunnen dringen: Voor wie is het product? Wie gebruikt het? En hoe zet je het in? De volgende praktische handreikingen dragen bij om producten succesvol te introduceren en elkaars taal te leren spreken:

Ondernemers:

- **Stel een testmodel van je product beschikbaar.** Het is voor zorgprofessionals heel fijn om het product te kunnen zien, oppakken en uitproberen. Nog voordat ze je product bij cliënten of patiënten gaan inzetten. Het geeft hen een idee wat het product is.
- **Zorg voor heldere uitleg.** Zorgprofessionals hebben vaak weinig tijd om veel te lezen. Daarom is een korte instructievideo, waarop het doel van je product en het gebruik van je product getoond wordt, heel waardevol. Zorg dat instructieteksten en informatie op je website beknopt zijn en gebruik taal die aansluit.
- **Introduceer je product in een gesprek of demonstratie.** Geef toelichting op je product. Focus daarbij op de uitleg over het dagelijkse gebruik. De achterliggende principes of technologie kunnen later toegelicht worden. Probeer hier een brede groep zorgprofessionals bij te betrekken en sluit aan bij momenten waarop medewerkers bij elkaar zijn of komen.
- **Licht ook de meest voorkomende problemen en oplossingen toe.** Zorgprofessionals willen graag weten waar ze aan toe zijn. Besteed ook aandacht aan problemen of eenvoudige technische zaken (zoals het vervangen van een lege batterij, het herstarten van de applicatie etc.), waar zij mee te maken kunnen krijgen. Wat kunnen ze zelf en waar kunnen ze met overige vragen terecht?
- **Vermeld duidelijk of het product in aanmerking komt voor vergoeding.**
- **Verstrek informatie over je product aan innovatiemanagers, innovatieteam of ambassadeurs binnen zorginstellingen.** Veel zorginstellingen hebben een innovatiemanager of een team dat zich richt op innovaties. Dat kan een eerste ingang zijn om je product te introduceren.

ROUTEKAART POSTER

Fase 2 Kennismaken



Routekaart Poster:

Print deze poster (op de volgende paginas in kleur of zwart/wit) uit. Hang de poster op in een centrale ruimte, waar teamleden vaak aanwezig zijn. Geef op de poster aan welke producten of toepassingen momenteel gebruikt of getest worden.

Introduceer het gebruik van de Routekaart in interne nieuwsberichten of communicatie, zodat teamleden weten dat de poster er is en met welk doel.

Start hier!
› Inleiding

Leren & Motiveren

Financiën

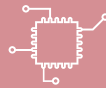
Ontwikkelen & ontwerpen

Kennismaken

Gebruik starten
› Productevaluatie

Gebruik voortzetten
› Integratie in behandelprotocol
› Business case

- Routekaart poster
- Productklapper
- Vitrinekast



Start hier!
| Inleiding

Leren & Motiveren

Financiën

Ontwikkelen & ontwerpen

Kennismaken

Gebruik starten

Productevaluatie

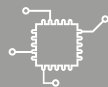
Gebruik voortzetten

Routekaart poster
Productklapper
Vitrinekast

Integratie in behandelprotocol
Business case

 eHealth
Gebruikers
Gilde

Routekaart
voor implementatie van eHealth toepassingen in de zorg



(DIGITALE) PRODUCTKLAPPER

Fase 2 Kennismaken



Digitale productklapper:

Op dit moment worden de laatste voorbereidingen getroffen voor ontwikkelen van een digitale productklapper. Mocht deze online staan vind je hier de link.

VITRINEKAST

Fase 2 Kennismaken



Het implementeren van nieuwe zorgtechnologie start met de kennismaking. Kennismaken met nieuwe producten gaat verder dan weten dat een product bestaat. Juist het kunnen bekijken en oppakken van een product helpt zorgprofessionals in deze kennismaking. Het helpt ook om een beeld te krijgen van het gebruik en kunnen bepalen welke cliënten of bewoners baat kunnen hebben bij dit product.

Een vitrinekast is een uitgelezen mogelijkheid om nieuwe producten onder de aandacht te brengen bij medewerkers, ook bij cliënten zelf. De term 'vitrinekast' is een breed begrip. Dit kan een daadwerkelijke vitrinekast zijn, die in de centrale hal of in een veel gebruikte overleg/werkkamer geplaatst wordt. Maar een paar planken naast de receptie of bij de koffieautomaat werkt ook uitstekend.

Management zorgorganisatie:

- **Organiseer en faciliteer 'een vitrinekast'.**
- **Besprek dit met de teamleiders en/of innovatie-manager.**
- **Kies een plek die goed toegankelijk is en veel gebruikt wordt en organiseer de aankleding (kast of planken oid).**
- **Nodig ondernemers uit om hun producten uit te stallen.** Dit kan soms ook een flyer zijn (niet alle ondernemers hebben een fysiek product).
- **Zorg dat de producten om de paar maanden ververs worden (maak het een taak voor het management of wijs een medewerker hiervoor aan).**

FASE 3 GEBRUIK STARTEN

Tools: Productevaluatie /
 Vragenlijst



Zorgprofessionals:

- **Neem de uitleg of ondersteuning bij het gebruik van producten goed door.**
- **Een telefonische vraag geeft ondernemers ook direct de gelegenheid om te informeren naar hun product.** Deze feedback is waardevol voor de verbetering van hun dienstverlening.
- **Plan evaluatiemomenten in, op het moment dat je met een nieuw product gaat werken of dit gaat uitproberen.** De evaluatiemomenten kosten tijd, maar bieden de mogelijkheid om ervaringen uit te wisselen. Zowel jij als de ondernemer investeert hierin, met als doel om tot toepassingen of producten te komen die beter aansluiten bij de zorgvragen.
- **Wellicht is het makkelijker om vanuit jouw locatie te werken met vaste contactmomenten.** Stem dit af met je leidinggevende / innovatiemanager of bestuursleden. Je kunt bijv. denken aan maandelijkse innovatie-café's.
- **Soms bestaat er een gebruikersgroep voor een specifiek product.** Neem deel aan deze gebruikersgroep. Ook professionals uit andere locaties of andere instellingen nemen hier aan deel. Dit biedt de gelegenheid om ervaringen uit te wisselen en tips te geven. Doe hier je voordeel mee!
- **Wissel jouw ervaringen over een product uit met je directe collega's.** Bespreek de dingen waar je tegenaan loopt, maar ook de dingen die goed werken en deel handige tips over het gebruik. Of vraag collega's die met een product werken, naar hun ervaringen.
- **Stem het gebruik van een product af op de zorgvraag, maar ook op het lerende vermogen van de cliënt.** De motivatie van cliënten om te gaan met nieuwe producten speelt een belangrijke rol bij het succesvol gebruik.

Zorgprofessionals zijn een belangrijke schakel in het gebruik van zorgtoepassingen. In veel gevallen introduceren zij het product en helpen cliënten om het product zelfstandig te gebruiken. Met het oog op de beperkte tijd die zorgprofessionals aan zorginnovaties kunnen besteden, is het belangrijk dat de ingebruikname zo soepel mogelijk verloopt. Dit vraagt een actieve rol en bijdrage van de zorgprofessional, met goede ondersteuning vanuit de ondernemer.

Denk hierbij aan:

Ondernemers:

- **Verstrek korte en bondige informatie over het gebruik van je product.** Gebruik geen uitgebreide tekstuele informatie, maar een korte handleiding of instructievideo's, die zorgprofessionals kunnen bekijken. De algemene informatie en achtergrond van je product hebben zorgprofessionals bij de kennismaking kunnen doornemen.
- **Zorg dat je product simpel in gebruik is.** Dit geldt niet alleen voor de gebruikersinterface, maar ook voor de installatie en technische randvoorwaarden.
- **Verstrek een schema om eerste (technische) problemen zelf op te lossen.**
- **Vermeld duidelijk contactgegevens (een telefoonnummer, e-mailadres, whatsapp, chat) voor urgente problemen.**

PRODUCTEVALUATIE

Fase 3 Gebruik starten



Doel:

Dit is de vragenlijst 'Implementeren van eHealth'. Deze lijst kun je gebruiken tijdens het proces van implementeren van nieuwe zorgtechnologie (ook wel eHealth toepassingen) binnen jouw organisatie. Het heeft als doel om inzichtelijk te maken, waar je staat en welke uitdagingen jij en jouw collega's of medewerkers ervaren.

Gebruik:

Iedere medewerker die betrokken is bij het gebruik van de eHealth toepassing kan deze vragenlijst invullen. Deze checklist biedt geen 'kant-en-klare' oplossingen, maar het beantwoorden van de vragen nodigt uit om op de zorgtechnologie en het gebruik te reflecteren. De inzichten kunnen binnen het team en verder binnen de organisatie gedeeld worden en meegenomen worden in de besluitvorming over structureel gebruik van de zorgtechnologie. Ook kun je de inzichten gemakkelijk delen en bespreken met de leverancier. Dit biedt de mogelijkheid om het gebruik en de implementatie van de eHealth toepassing te optimaliseren.

De checklist bestaat uit meerdere onderdelen. Ieder onderdeel heeft betrekking op verschillende fases waarin een zorgtoepassing gebruikt wordt. Daarom kun je deze vragenlijst op meerdere momenten gebruiken. De vragen komen overeen met de verschillende fases, zoals deze in de routekaart zijn beschreven. Daarmee kun je de checklist over een langere periode gebruiken en invullen.

Voor het invullen van de vragenlijst zie volgende pagina.

VRAGENLIJST

Fase 3 Gebruik starten



Algemeen:

Naam:

Rol in organisatie:

Ambassadeur voor toepassing: nee/ja, namelijk:

Product:

Getest product (eHealth toepassing):

Testperiode:

Introductie:

Hoe bepaal je of een toepassing geschikt is voor een gebruiker?

Welke ondersteuning wil je bij het kiezen van een applicatie?

- Productklapper
- Persoonlijke uitleg
- Keuzehulp volgens een classificatiesysteem zoals de OMAHA
- overig, namelijk;

Gebruik:

Hoe lang heb je gewerkt met het product?

Bij hoeveel cliënten heb je het "ingezet"?

Wilden alle cliënten meedoen in het gebruik van de toepassing? Zo nee, waarom niet?

Hoe/aan wie kun je vragen over het product stellen?

- Leverancier
- Innovatie-manager of projectleider
- Ambassadeur
- Anders namelijk; ...

Gebruiksgemak:

Was het product makkelijk of moeilijk in gebruik? Waarom?

Voldoet het product aan de verwachtingen? Waarom wel / niet?

Heb je voordeel van het gebruik van het product?

Is het product makkelijk te integreren in je huidige werkzaamheden?

- Ja, scheelt werk/tijd
- Maakt niet uit
- Nee, kost nu meer werk/tijd

Moet er nog iets verbeterd worden voordat de toepassing goed kan worden ingezet? Zo ja, wat?

Heb je nog suggesties of feedback voor de leverancier van de toepassing?

Intentie tot langdurig gebruik:

Zou je dit vaker in willen zetten? Waarom wel/niet?

Zo ja, hoe bepaal je welke cliënten in aanmerking komen?

Waarom wil je deze toepassing gebruiken en niet een andere?

Ervaar je nog beperkingen in het gebruik?

Zo ja, welke?

Denk aan: praktische, juridische voorwaarden, tijd, middelen, kwaliteit product.

FASE 4 GEBRUIK VOORTZETTEN

Tools: Integratie Behandelprotocol
 Businesscase



Management zorgorganisatie:

- **Ontwikkel als organisatie een visie op digitalisering en vorm een strategie.**

Daarmee leg je specifieke aandacht op de adoptie van technologie binnen het proces van zorg. Door zorgtoepassingen in de meerjaren visie op te nemen, is het mogelijk om binnen de organisatie in te zetten op structureel gebruik van technologie.

- **Betrek medewerkers in deze visie.** Ga in gesprek over wat belangrijk is in het zorgproces, waar er kansen en uitdagingen liggen. Deze inzichten vormen het uitgangspunt. Het is aan de ondernemers om dit te ondersteunen.

- **Succesvol implementeren is voor grotendeels gebaseerd op sociale factoren.** Creëer tijd, ruimte en geld om tot brede implementatie over te gaan. Richt je daarbij op de medewerkers, zij moeten met de producten werken. Stel contactpersonen in je organisatie als ambassadeur aan.

- **Communicatie draagt bij aan de motivatie.** Stel nieuwe producten breed bekend in je organisatie. Enthousiasmeer en motiveer teamleden en licht de meerwaarde van producten toe. Maak successen breed in je organisatie zichtbaar. Daarmee enthousiasmeer je ook teamleden die minder makkelijk nieuwe producten omarmen.

- **Probeer snel uit. Als een product niet werkt, ga er niet mee door.** Producten worden ingezet omdat er een noodzaak is. Het product moet echt een oplossing zijn voor een probleem. Houd er wel rekening mee dat sommige producten meer tijd nodig hebben om meerwaarde of rendement te laten zien.

- **Organiseer het delen van kennis en de uitwisseling van ervaringen.** Dit kan door het organiseren van trainingssessies, bijeenkomsten of als vast agendapunt in teamvergaderingen.

Implementatie van zorgtoepassingen hangt af van meerdere factoren en vindt plaats rondom de as van zorg - tussen cliënt en zorgprofessional. Betaalbaarheid, gebruiksgemak en de vraag of het gebruik van het product daadwerkelijk iets oplevert, voor cliënt en zorgprofessional. Het ervaren van de meerwaarde van een product draagt bij aan de bereidheid van medewerkers om het product in te zetten.

Ook het management van zorgorganisaties speelt een essentiële rol in de implementatie. Zij creëren de randvoorwaarden voor het team om met de zorgtoepassingen te kunnen werken.

Zorgprofessionals:

- **Bed de innovatie in de reguliere behandeling.** Denk aan inbedding in zorgpaden en digitale zorgomgeving.

- **Deel je ervaringen actief met collega's, leidinggevenden en bestuur (of directie).** Deze ervaringen dragen bij aan het gebruik en uiteindelijk de brede implementatie van innovaties.

- **Financiering van innovaties is lastig.** Het proces om voor vergoeding in aanmerking te komen, blijkt in de praktijk lastig. Zorgverzekeraars hanteren verschillende criteria en vergoedingen kunnen per verzekeraar verschillen. Vraag de ondernemer hier naar, maar houd er rekening mee dat de ondernemer dit niet altijd kan beantwoorden.

- **Ga met je leidinggevende of bestuur in gesprek om andere financieringsmogelijkheden (bijv. deelname aan project, subsidie, cliëntenbelang) te bespreken.** Daarmee kunnen innovaties makkelijker breed geïmplementeerd worden.

Ondernemers:

- **Maak afspraken met zorgprofessionals, ICT-afdeling en directie over langdurig gebruik binnen de instelling.**

- **Zorg voor goede support (idem als bij 'Ingebruikname').**

- **Blijf geregeld contact onderhouden met de zorginstelling (contactpersoon of ambassadeur).** Dit gaat niet altijd over problemen, maar geeft informatie over de gang van zaken in de organisatie en eventuele behoeftes of nieuwe wensen die binnen de organisatie leven.

INTEGRATIE BEHANDELPROTOCOL

Fase 4 Gebruik voortzetten



Integratie behandelprotocol:

Een praktisch hulpmiddel om het gebruik voort te zetten, is ontwikkeld door ZonMw een link naar de website vind je [hier](#). Deze checklist is bedoeld om langdurig gebruik van een product te ondersteunen, en kan ingevuld worden binnen het team of management van de zorgorganisatie.

Op de volgende pagina vind je een borgingschecklist uit het plan van ZonMW.

INTEGRATIE BEHANDELPROTOCOL

Fase 4 Gebruik voortzetten

Borgingschecklist

Hoe kunt u ervoor zorgen dat een verbetering ook echt beklijft? Loop deze checklist door. Kijk of er extra acties nodig zijn en geeft die een plek in uw implementatieplan.

Wat?	Belangrijk? (zet een kruisje)	Welke extra actie is nodig? (vul in)
Ook onder tijdsdruk is de vernieuwing vol te houden		
Ook na een tijdje is iedereen ervan overtuigd dat de vernieuwing belangrijk is		
Sleutelfiguren in de organisatie geven het goede voorbeeld		
De vernieuwing sluit aan op een erkend kwaliteitssysteem (zoals HKZ)		
De vernieuwing is opgenomen in het management sturingssysteem en de rapportages		
De vernieuwing sluit aan bij de visie en het strategisch beleid van de organisatie		
De vernieuwing komt terug als regulier agendapunt bij werkbesprekingen		
Tijdens functioneringsgesprekken worden medewerkers gevraagd naar of zij werken met de vernieuwing		
Bestuur en/of management voelen zich betrokken bij de vernieuwing		
Medewerkers blijven regelmatig op de hoogte van hoe het gaat met de vernieuwing		
Cliënten blijven op de hoogte van hoe het gaat met de vernieuwing		
Er is een kosten-batenberekening gemaakt die aangeeft wat de opbrengsten zullen zijn van de vernieuwing		
Nieuwe medewerkers krijgen informatie en ook scholing in de nieuwe werkwijze		
Er blijft iemand eigenaar van de vernieuwing		
We doen af en toe een (ludieke) opfrisactie		
We vieren onze successen		

BUSINESSCASE

Fase 4 Gebruik voortzetten



Businesscase:

***Op dit moment wordt dit onderdeel nog bewerkt.
Zodra de inhoud compleet is wordt deze op de pagina gedeeld.***



Management zorgorganisatie:

- **Communicatie is belangrijk: successen communiceren is essentieel.** Maak gebruik van intranet, nieuwsberichten en reguliere (interne) communicatiemiddelen die medewerkers lezen en gebruiken.
- **Ondersteun en organiseer het klimaat om innovaties binnen de organisatie/locatie snel op te pakken.**
- **Begin klein en laat steeds meer locaties (indien van toepassing) aanhaken.**
- **Voorkom een 'overload' aan nieuwe zorgtoepassingen.** Te veel nieuwe toepassingen in korte tijd levert veel weerstand bij medewerkers op.
- **Achterhaal waar eventuele weerstand bij teamleden vandaan komt.** Neem weerstanden bij teamleden weg, liefst zo snel mogelijk, door aanvullende uitleg (denk aan het koppelen aan een enthousiaste collega), extra tijd of een training voor medewerkers te organiseren.
- **Onderhoud korte lijnen met teamleden en sta open voor initiatieven van teamleden.** Indien mogelijk: wees als management op de werkvloer aanwezig.
- **Investeer of ondersteun de digitale vaardigheden van medewerkers en creëer een netwerk van medewerkers die meer digitaal vaardig zijn om zo minder digitaal vaardige collega's te helpen.**
- **Investeer enige tijd om je te verdiepen in de processen van ondernemers.** Daarmee leer je enigzins hun 'taal' spreken.
- **Houd er rekening mee dat toepassingen of producten blijven door ontwikkelen.**

De implementatie van zorgtechnologie vraagt niet alleen om een goed product, maar ook om een goede samenwerking tussen zorgprofessionals, cliënten en ondernemers. Het aantal zorginnovaties binnen zorgorganisaties neemt toe en is een continu proces. Het vraagt van medewerkers een andere houding ten aanzien van hun werk, de inzet van technologie en digitale vaardigheden. Deze veranderende houding staat los van de afzonderlijke producten. Het is een transitieproces, dat binnen iedere organisatie of zelfs locatie anders verloopt. Ondanks de verschillen in organisatiegrootte, beleid en visie, zijn enkele aanknopingspunten beschreven die in een breder kader bijdragen aan dit transitieproces.

Zorgprofessionals:

- **Maak - waar mogelijk - gebruik van bestaande communicatiemiddelen om over het gebruik van de zorgtoepassing te communiceren, zoals het zorgplan.**
- **Deel je ervaringen actief met collega's, leidinggevenden en bestuur (of directie).** Deze ervaringen dragen bij aan het gebruik en uiteindelijk de brede implementatie van innovaties.

Ondernemers:

- **Investeer tijd om je te verdiepen in de processen van zorgorganisaties en het werk van zorgprofessionals.** Daarmee leer je de 'taal' spreken. Neem nieuwe collega's aan die een achtergrond in de zorg hebben.
- **Blijf actief in gesprek met de medewerkers van de zorgorganisatie, zowel met zorgprofessionals als management.** Spreek je doelen uit en expliciteer je verwachtingen.



Een structurele aanpak met betrekking tot zorginnovaties is noodzakelijk. Financiering is - op dit moment - een grote uitdaging. Voor het opzetten van een pilot of de ingebruikname is vaak nog financiering te vinden in subsidie-regelingen. Echter, het structureel gebruik en de tijd die zorgprofessionals hier aan besteden wordt veelal niet vergoed. Daarnaast staan de vergoedingen onder druk.

Samenwerking met zorgverzekeraars is niet altijd vanzelfsprekend. Het vraagt veel expertise op het gebied van regelgeving van de zorgorganisatie. Ondernemers hebben te maken met verschillende vergoedingen per verzekeraar. Ga samen in gesprek met verzekeraars. Het helpt om voldoende bewijslast over de effectiviteit (betere zorg, efficiëntie) te verzamelen.

Daarnaast zijn alternatieve financieringsbronnen mogelijk: cliëntenvereniging, 'vrienden van...' de zorginstelling, crowdfunding actie door instelling, aanschaf door familieleden e.d. Uiteraard is dit afhankelijk van het benodigde budget voor aanschaf en gebruik.

Investeer als organisatie ook zelf in digitalisering. Neem budgetten in je begroting op voor digitalisering - binnen de mogelijkheden. Hiermee verminder je de afhankelijkheid van tijdelijke financieringsbronnen, zoals projectsubsidies.

Financiering blijft een grote uitdaging als het gaat om zorginnovaties. De vergoedingen voor producten kunnen per verzekeraar verschillen, of de voorwaarden om voor vergoeding in aanmerking te komen.

Daarnaast levert een succesvolle implementatie van diverse producten of toepassingen een besparing in tijd op. Maar daardoor ontvangt de zorgorganisatie een lagere prijs voor de zorghandelingen die zij uitvoeren. De "winst" van de implementatie komt niet terecht bij de zorgorganisatie en zorg bij cliënten. Dit is een uitdaging waar zorgorganisaties, maar ook ondernemers, mee om moeten gaan. Het is een uitdaging die een bredere dialoog verdient, waarbij ook financiële instellingen (zoals verzekeraars en gemeenten) betrokken moeten worden.