

Van traditioneel zorgpad naar moderne patiëntreis

De beste zorg, op het juiste moment
en via het juiste kanaal





INLEIDING

“Wat nu als we de bestaande (vaak primair fysieke) zorgprocessen durven loslaten, en echt open vanuit de behoefte van patiënten en gemak gaan kijken.”

Dat digitale services grote kansen bieden om de zorg nog makkelijker, efficiënter én beter te maken, daar twijfelt niemand nog over. Digitaal informatie ontvangen, zelf thuis metingen doen en je vragen digitaal stellen aan je zorgverlener of de afdeling, is in veel ziekenhuizen en zorgorganisaties intussen al heel normaal.

En er is in de afgelopen (corona)jaren ook veel ingezet op het omzetten van sommige fysieke consulten naar beeldbelconsulten. Deze stijging van digitaal contact is ook duidelijk terug te zien in de factsheets over digitale zorg die de Nederlandse

Vereniging van Ziekenhuizen (NVZ) ieder kwartaal uitbrengt. Het zijn mooie stappen, zeker als je je bedenkt hoe groot de druk was en helaas ook nog steeds is in de zorg door de coronacrisis en met de inhaalzorg als gevolg.

Toch liggen er nog veel aanvullende kansen om processen in de zorg te verbeteren en patiënten meer gemak te bieden. De zorgsector denkt veel vanuit bestaande processen en eigen agenda's. We zien dat fysieke afspraken worden vervangen door digitale afspraken en papieren formulieren worden vervangen door een webformulier of een losse PDF. Regelmatig krijgen we bij BeterDichtbij ook de vraag om de fysieke wachtkamer na te bootsen in een digitale omgeving, waardoor de patiënt ook digitaal in een wachtkamer moet wachten op de zorgverlener. Voor een patiënt leveren deze



letterlijke digitale vertalingen van fysieke zorg zeker meerwaarde op. Het scheelt immers reisbewegingen en veel tijd, vaak van niet alleen de patiënt zelf maar vaak ook zijn partner of andere naasten. Maar digitale diensten hebben de zorg meer te bieden dan alleen de letterlijke omzettingen van alle bestaande stappen. Zodat een grotere bijdrage geleverd kan worden aan de uitdagingen in de zorg, en we ook met minder mensen dezelfde goede zorg te bieden. Bovendien kan zo daadwerkelijk aansluiting worden gevonden bij de snel ontwikkelende maatschappij waar digitalisering en bijkomend (self-)service heel normaal zijn.

Wat nu als we de oude (vaak primair fysieke) zorgprocessen durven los te laten, en echt open kijken vanuit de behoefte van patiënten, de wensen van zorgverleners en de haalbaarheid nu en in de toekomst voor de zorgorganisaties zelf. Starten op een wit blad, vanuit de basis: goede zorg bieden op een zo eenvoudig mogelijke manier. Dan laten we het traditionele zorgpad los en komen we bij

de moderne patiëntreis. Waarbij er contact is op het moment dat het nodig is in plaats van op vaststaande momenten. En waarbij de wijze van dit contact past bij de situatie en medische noodzaak. Want zo geef je je patiënten meer regie en houd je als zorgverlener extra vinger aan de pols. Voor meer gemak en tijdsbesparing. De juiste zorg, op het juiste moment, via het juiste kanaal.

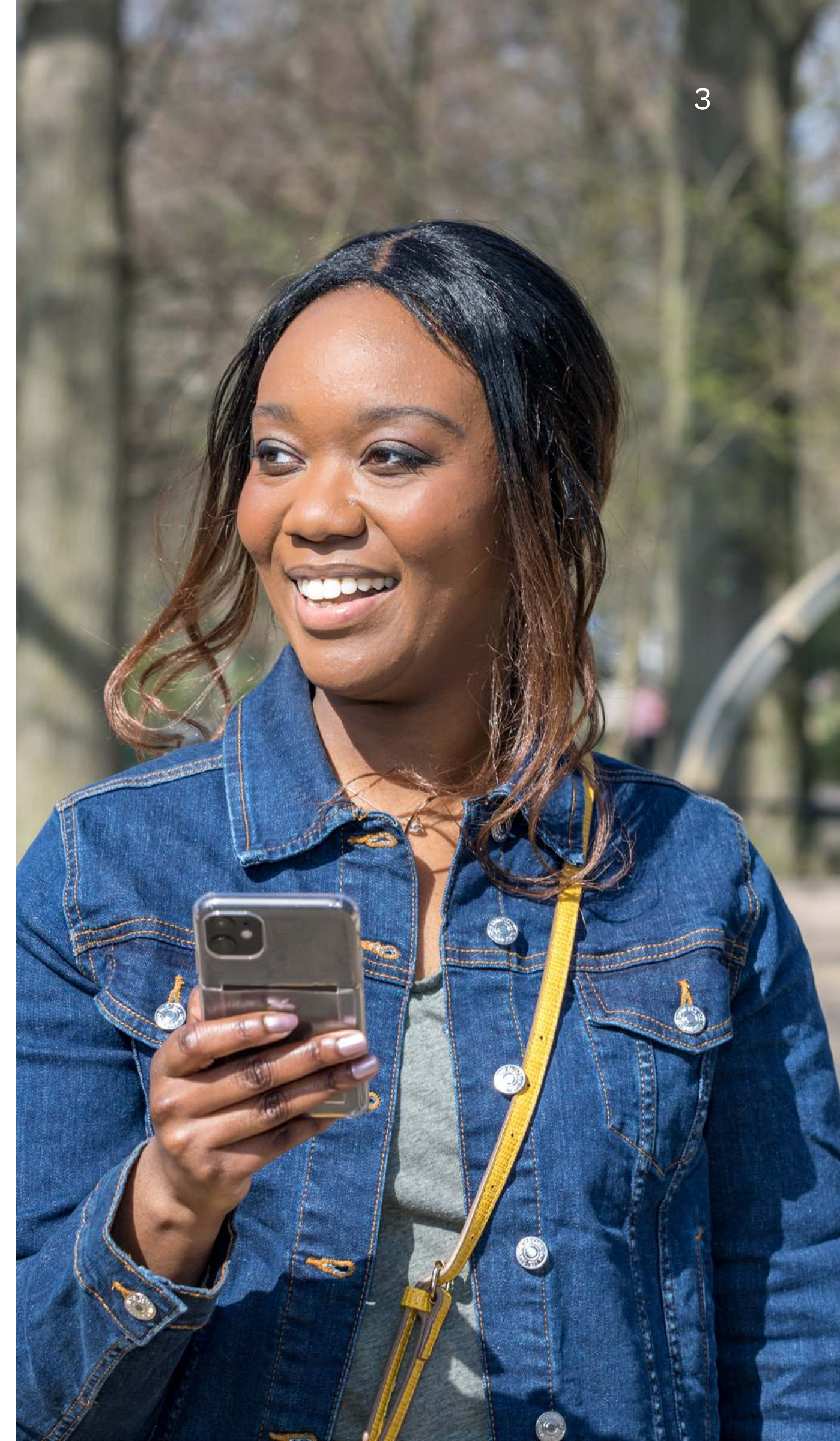
In dit whitepaper doen we een aanzet voor zo'n moderne patiëntreis. Met dank aan de bijdragen van de aan BeterDichtbij deelnemende ziekenhuizen, zorgorganisaties en partners. We hopen dat deze uitwerking inspireert en input oplevert voor de gesprekken die je voert in je eigen organisaties om hier verder mee aan de slag te gaan. Heb je een aanvullend voorbeeld van succesvolle inzet van digitaal contact in de patiëntreis, wil je hier met ons verder over van gedachten wisselen of wil je ook met BeterDichtbij aan de slag? We horen het graag van je.

Vriendelijke groet, namens het hele team,



Godfried Bogaerts

Oprichter en directeur BeterDichtbij
gbogaerts@beterdichtbij.nl





HOOFDSTUK 1

Op weg naar de moderne patiëntreis

Door betere dienstverlening naar efficiëntere processen

Betere service en processen door inzicht in de klantreis

Als je een online bestelling doet die via PostNL wordt thuisbezorgd word je via de mail op de hoogte gehouden van de status van de bezorging. En als je niet thuis bent in het tijdblok waarop PostNL aangeeft dat je de bezorger kunt verwachten, kun je op dezelfde dag nog doorgeven dat het pakket ook bijvoorbeeld in de tuin of de carport mag worden neergezet. Zo mis jij je pakket niet waar je je op hebt verheugd, en de bezorger heeft geen last meer van die dichte deur: die heeft zijn bezorging kunnen doen. En wie bijvoorbeeld ook graag zijn boodschappen thuis laat bezorgen door online supermarkt Picnic, komt waarschijnlijk eerst op een (lange) wachtlijst. Maar in plaats van een lange stilte tot je aan de beurt bent om als klant ingeschreven te worden, krijg je bij Picnic regelmatig ‘wachtverzachters’ toegestuurd met bijvoorbeeld gratis artikelen en updates over de wachttijd. Hoe langer je moet wachten, hoe meer gratis artikelen. Zo wordt wachten ineens niet meer alleen vervelend, en ontwikkelt Picnic al meteen meer verbinding met aanstaande klanten.

Het zijn aansprekende voorbeelden waarbij de klant met digitale toepassingen een betere ervaring krijgt. En hoe het bedrijf of de organisatie erachter daardoor de processen nog beter kan inrichten, klanten aan zich kan binden en tijd kan besparen. Om dit mogelijk te maken, hebben deze bedrijven hun klantreis heel zorgvuldig in kaart gebracht. Ze weten precies wat mensen doen om hun

informatie over een service of product te vinden, hoe vaak ze bevestiging zoeken, met welke vragen ze de klantenservice bellen en met welke emoties. Omgekeerd weten ze zelf zo ook precies welke informatie ze van hun klant nodig hebben om deze zo goed en snel mogelijk te kunnen helpen. Ze kennen hun klanten door en door, en stemmen hun contactmomenten steeds verder af op de behoefte van hun klanten. En kunnen daardoor op een efficiëntere manier een grote impact maken. Inderdaad, precies wat de zorg nodig heeft.

Breder kijken dan je eigen organisatie en eigen processen

Als je deze gedachte doorvertaalt naar ziekenhuizen liggen hier nog veel mogelijkheden. In ziekenhuizen is het klassieke poliproces vaak nog leidend met daarachter alle agenda's en interne werkroosters. En niet de reis van de patiënt, inclusief alle vragen en zorgen die hij heeft. Na verwijzing naar het ziekenhuis, kom je als patiënt daarom vaak op een wachtlijst te staan voor behandeling of de eerste afspraak, terwijl je zelf nog geen actie kan ondernemen. Jij wordt benaderd door de poli en moet wachten op de eerste brief thuis met daarop de datum en tijd voor de afspraak (zonder afstemming met jou of je wel kunt). Het resultaat is onrust, logischerwijs. Je wordt niet zonder reden doorverwezen en wilt graag weten waar je aan toe bent. Als je dan een tijdje niets hoort, ga je je afvragen of het wel goed is doorgekomen, en gaan intussen de (lichamelijke) klachten wel gewoon door. Om nog maar te zwijgen



over de praktische zaken rondom een afspraak in het ziekenhuis. Vrij regelen, vervoer organiseren, de juiste poli vinden, kosten maken voor parkeren. Het vraagt veel van mensen, terwijl ze tegelijk onzeker zijn over hun gezondheid.

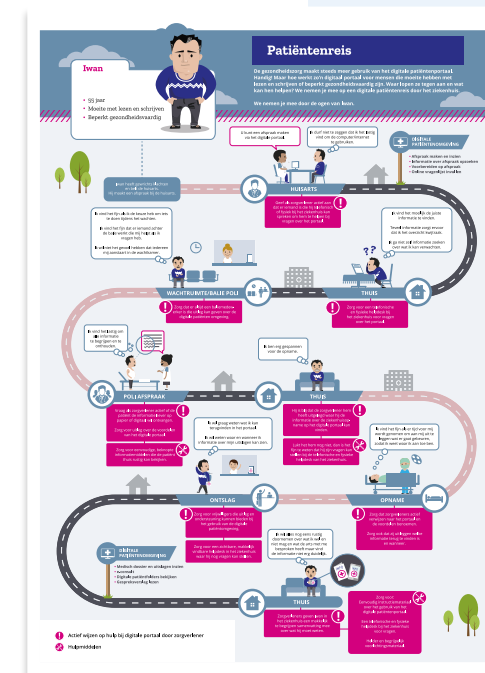
Hier liggen belangrijke verbeterkansen voor de ziekenhuissector. Patiënten, die dezelfde dag ook consument zijn bij een Picnic en PostNL, zijn een hoog serviceniveau, eigen regie en eenvoudige digitale diensten gewend. Zij kunnen en willen graag participeren in hun behandeling. Dit biedt kansen om tijd te besparen van zorgverleners en interne zorgprocessen te vereenvoudigen. Wat hard nodig is nu we met steeds minder zorgverleners steeds meer mensen moeten behandelen.

De behoeften van je patiënten laten leiden

Wat zijn fases waar je patiënten wachten op contact? Waar kan jij hen alvast van

informatie voorzien of via een vragenlijst de eerste afspraak alvast laten voorbereiden? Wat zijn de frustratiemomenten van patiënten en waar kun je je patiënten verrassen met een extraatje, waardoor je je meer gezien voelt en het ziekenhuis nog wat dichterbij voelt? Door de reis van je patiënten in kaart te brengen, kom je gegarandeerd tot mooie kansen voor meer verbinding met je patiënten, een betere dienstverlening én een efficiëntere manier van werken. Want met een beter geïnformeerde patiënt, korte of zelfs minder (fysieke) consulten, en meer gemak voor zowel zorgverleners als patiënten, bespaar je tijd en energie van zowel patiënten als zorgverleners.

We nemen je graag mee in een blauwdruk van een moderne patiëntreis die je ook voor jouw ziekenhuis of zorgorganisatie kunt maken.



Digitale zorg voor alle patiënten: patiëntreis Pharos

Hoe kan iedereen zoveel mogelijk gebruik maken van de mogelijkheden van digitale zorg, ook als je niet zo gezondheidsvaardig of digitaal vaardig bent? Pharos, landelijk expertisecentrum dat gezondheidsverschillen terugdringt, ondersteunt ziekenhuizen en andere zorgorganisaties bij deze belangrijke vraag. Een van de hulpmiddelen die Pharos ontwikkelde, is de patiëntreis van Iwan (55 jaar) die moeite heeft met lezen en schrijven en beperkt gezondheidsvaardig is. Deze patiëntreis, gebaseerd op onderzoek naar de toegankelijkheid van patiëntportalen, laat zien hoe belangrijk het is om informatie op het juiste moment (en gedoseerd) en in de juiste vorm (beeld, video, etc.) uit te wisselen. Digitale zorg voor iedereen kan alleen als zorgverleners en hun organisaties ondersteuning op maat bieden aan mensen, fysiek in het ziekenhuis of aan de telefoon. Deze patiëntreis is een coproductie waar zorgverleners en andere medewerkers in het ziekenhuis, patiënten – óók mensen die moeite hebben met lezen en schrijven! – vanaf het begin aan samenwerkten. Zo is inzichtelijk gemaakt wat patiënten én zorgverleners nodig hebben.

[Bekijk de gehele patiëntreis](#)





Samen werken aan sterke use cases, inclusief passende bekostiging

Allegro Medical werkt samen met onder meer ziekenhuizen en GGZ-organisaties aan zorgvernieuwing. Dit doet het ervaren adviesbureau vanuit het zorgpad, in zogenoemde use cases.

Een use case kan eenvoudig zijn, bijvoorbeeld het opvragen van herhaalrecepten via BeterDichtbij. Maar soms zijn ze complex, zoals een nieuw palliatief regionaal zorgpad. De use case wordt vormgegeven door de zorgprofessionals zelf. Samen met hen wordt gekeken waar de kansen voor zorgvernieuwing liggen, zoals met technologie of door anders te werken. Ook de patiënt wordt hierbij betrokken. De realisatie van het nieuwe zorgpad kan bestaan uit implementatie van de benodigde technologie, het begeleiden van de verandering op de werkvloer, maar ook het organiseren van duurzame bekostiging, een belangrijke voorwaarde voor het slagen van de use case.

Vaak zijn het de ‘voorlopers’ die starten met de use case, maar de aanpak is gericht op opschalen. Dat is belangrijk om in de toekomst meer zorg

met dezelfde middelen te kunnen bieden. Na een succesvolle pilot gaat de vrijblijvendheid er vanaf: iedere patiënt kan gebruik maken van het nieuwe zorgpad, onafhankelijk van de specialist of behandelaar waar de patiënt zorg krijgt. Gedurende de pilot wordt de business case steeds verder uitgewerkt en start het gesprek met de verzekeraar over de bekostiging.

“De bekostiging moet vóór opschaling geregeld zijn. Bekostiging is en blijft een uitdagend onderwerp, maar doordat we het zo concreet maken met een use case, lukt duurzame bekostiging vaak. De use cases bevatten namelijk altijd perspectief op hoe we met dezelfde mensen en hetzelfde budget, meer zorg kunnen bieden. Inmiddels hebben we al heel wat zorgpaden op deze manier toekomstbestendig gemaakt. BeterDichtbij kan hier als breed toepasbare digitale dienst vaak goed toegepast worden door zorgverleners.”



Denise van Gorp
Partner en projectmanager
bij Allegro Medical

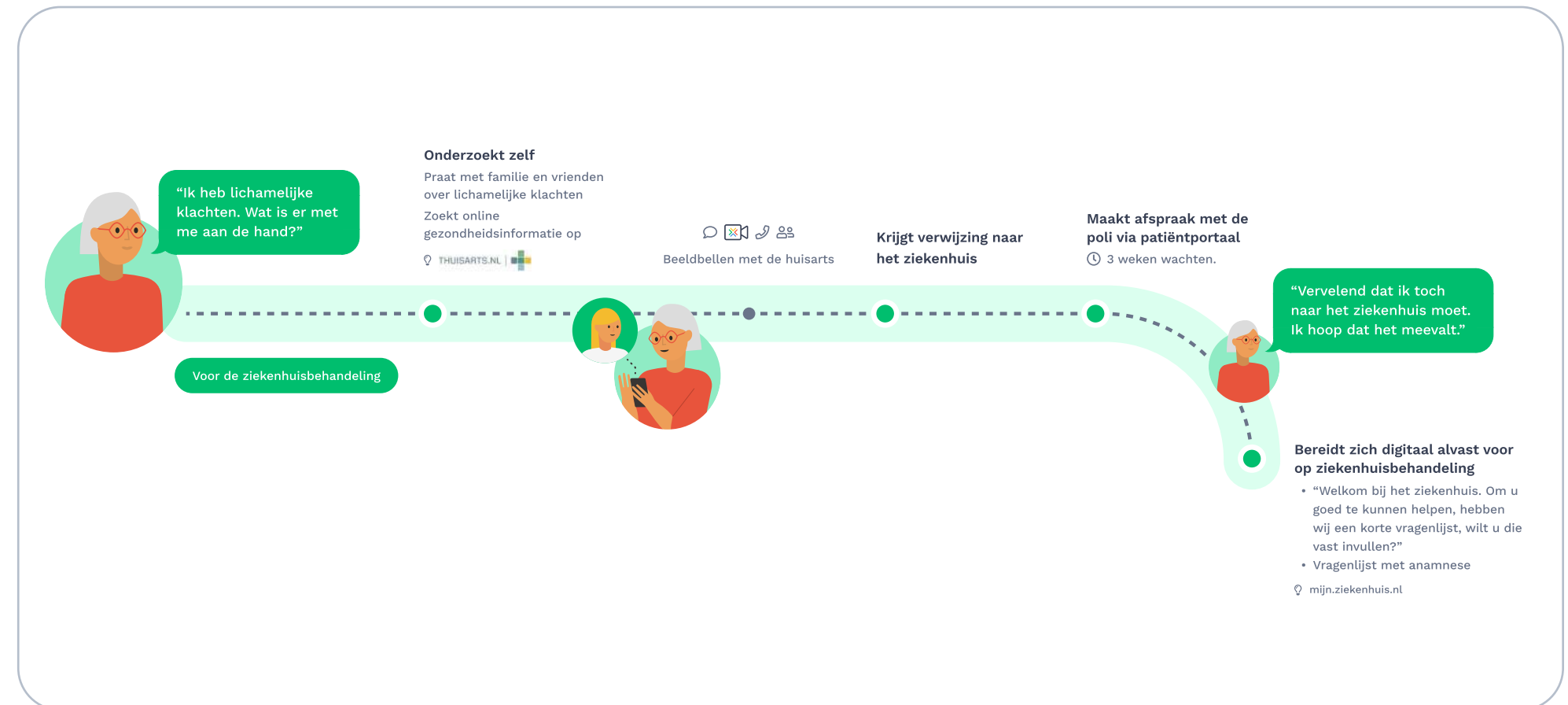


Kim Verheij
Consultant bij Allegro
Medical

HOOFDSTUK 2

Zelfzorg en contact met de huisarts

Van lichamelijke klacht tot ziekenhuisverwijzing



Waar het zorgpad in het ziekenhuis pas begint na de verwijzing van de huisarts, start de patiëntreis al bij het allereerste moment dat iemand lichamelijke klachten voelt.

Om te achterhalen wat er aan de hand is, gaan mensen bijvoorbeeld online op zoek of met mensen in hun eigen omgeving in gesprek hierover. Ze krijgen adviezen van anderen, en vinden op een platform als Thuisarts.nl adviezen wat zelf te doen en wanneer wel of niet contact op te nemen

met de huisarts. Soms wordt hier zo al in een vroeg stadium andere zorginformatie en kennis gebruikt, bijvoorbeeld via de patiëntenvereniging, een online forum of de GGD.

Helpen deze adviezen niet of blijven de klachten aan wordt een afspraak met huisarts gemaakt. Dit contact met de huisarts kan plaatsvinden via een bericht met foto, beeldbellen of telefonisch. Is lichamelijk onderzoek nodig, dan wordt een fysieke afspraak ingepland. Op basis van het contact bepaalt de huisarts het beleid of doorverwijzing naar het ziekenhuis.

Dit is het moment waarop de patiëntreis voor het ziekenhuis begint en waar gouden momenten liggen om patiënten al aan het ziekenhuis te verbinden door goede (digitale) service, informatie en voor te bereiden op het spreekuur. Dit doe je als ziekenhuis door al vroeg in de patiëntreis duidelijkheid te verschaffen over de vervolgstappen, vragenlijsten zoals anamneses in te laten vullen en patiënten goed ook zelf te laten na denken over de mogelijkheden door bijvoorbeeld keuzehulpmiddelen of de 3 goede vragen aan te reiken. Het eerste contact met de zorgverlener krijgt hierdoor direct meer

diepgang omdat zowel hij als zijn patiënt goed voorbereid zijn en over dezelfde informatie beschikken. En de patiënt heeft niet het idee dat hij wacht tot de eerste afspraak, maar de zorg is in zijn beleving al gestart.

💡 Inspirerende voorbeelden uit andere sectoren



Coolblue helpt je kiezen

Voor het aanschaffen van een nieuwe computer, wasmachine of koptelefoon nemen mensen vaak even de tijd. Ze inventariseren wat ze nodig hebben, oriënteren zich op verschillende merken en lezen de beoordelingen van anderen door om zelf een beeld te vormen wat het beste past. Coolblue helpt hierbij met keuzehulpen. Die kun je online vinden, maar ook de klantenservice kan je hierbij helpen via telefoon of mail. Commercieel natuurlijk slim, want zo kun je je aanbod goed onder de aandacht brengen. Maar ook vanuit het

oogpunt van service is het een slimme strategie: je helpt mensen kiezen wat het beste bij hen past, en waar ze voor lange tijd plezier van hebben.

Dit voorbeeld uit een heel andere sector, kun je ook toepassen in de zorg. Want ook het kiezen voor een ziekenhuis of een behandeling, is iets wat je als patiënt zorgvuldig wilt doen. Via goede content of keuzehulpen kun je hier als ziekenhuis je patiënten actief bij ondersteunen.

Zwitsal bereidt je voor op de komst van je baby



Als je een baby verwacht, komt er veel op je af. Wat moet je nu precies geregeld hebben voordat je kindje geboren is, en wat mag je absoluut niet vergeten? Zwitsal weet maar al te goed dat aanstaande ouders naar deze vragen googlen, en heeft daarom uitgebreide informatie hierover op de eigen website geplaatst die via Google goed te vinden is. Inderdaad, dit is helemaal niet de core business van het verzorgingsmerk voor baby's, maar Zwitsal sluit als producent hiermee wel heel goed aan op de reis van potentiële klanten. En zo is de verbinding al vast gemaakt, met een grotere kans vervolgens dat ouders de verzorgingsproducten ook gaan aanschaffen.

Vertaal je dit voorbeeld door naar de zorgsector, dan kun je patiënten natuurlijk goed voorbereiden op hun afspraak door ze vooraf al de informatie over de organisatie of behandeling toe te sturen bijvoorbeeld. Ook een online dienst als Moet Ik Naar De Dokter is een voorbeeld van hoe je als patiënt zelf kunt inschatten of het wel nodig is om naar de huisarts te gaan, en zo niet, dan helpt deze dienst je om de juiste zelfzorg te vinden via bijvoorbeeld Thuisarts.nl. Ziekenhuizen kunnen gelijksoortige stappen zetten door het goed inrichten van hun eigen website en ook daar gebruik te maken van content van betrouwbare partners. Zo staan ook steeds meer ziekenhuisbehandelingen uitgebreid op Thuisarts.nl.

De patiëntreis voor de ziekenhuisbehandeling



Indiveo: de juiste informatie op het juiste moment

Het is voor patiënten en hun naasten vaak moeilijk om alle informatie van de arts of verpleegkundige in zich op te nemen. Emoties en zorgen over de eigen gezondheid spelen hier natuurlijk een grote rol in. Begrijpelijke voorlichting voorafgaand of na afloop van diagnostiek, de behandeling of het consult, kan hierbij goed helpen.

En dat doet Indiveo mét en voor ziekenhuizen via begrijpelijke animaties: Divi's. De animaties zijn in gebruik in al ruim 30 ziekenhuizen, en samen met de ziekenhuizen en andere partners zijn er al meer dan 300 Divi's ontwikkeld. De groeiende bibliotheek met Divi's is beschikbaar voor alle Indiveo-klanten, waarbij alle animaties in de basis hetzelfde zijn, en de 'omlijsting' zoals 'het nuchterbeleid' op maat kan worden ingericht door het ziekenhuis zelf. Op verzoek van deelnemende ziekenhuizen zijn de Divi's ook geïntegreerd in het BeterDichtbij platform, zodat ze voor zorgverleners eenvoudig en op het juiste moment in de patiëntreis gedeeld kunnen worden met de patiënt. Die kan ze zo - al dan niet met zijn/haar partner - waar, wanneer en hoe vaak hij wil bekijken op zijn mobiele telefoon.

“Goede voorlichting maak je door de ogen van de patiënt. Wat is de informatiebehoefte, wat is relevant en begrijpelijk. Op welk moment en in welke vorm bied je dit aan: digitaal of fysiek, en in een gesprek of via uitleg-animaties voorafgaand aan een gesprek? Mooi voorbeeld vind ik het endoscopieprekeur. Verpleegkundigen leggen aan patiënten uit wat sedatie is en hoe de scopie verloopt. Patiënten komen hiervoor naar het ziekenhuis. Veel informatie voor de patiënt, op een spannend moment, dus die informatie beklijft maar beperkt. En voor de verpleegkundigen is het elke keer hetzelfde verhaal, elke keer opnieuw. Dit spreekuur is grotendeels vervangen door voorlichting via de Divi's waarbij verpleegkundigen bij gerichte vragen van de patiënt alleen nog een telefonisch consult doen. Overigens: dat consult is natuurlijk ook nog te vervangen door een apgesprek met berichten via BeterDichtbij. Je bespaart hierdoor zoveel tijd, die verpleegkundigen vervolgens weer aan directe zorg kunnen besteden. En de patiënt is beter geïnformeerd, gewoon vanuit huis.”



Ralph Koppers
longarts Medisch Centrum
Leeuwarden en initiatiefnemer Indiveo

Eenvoudig contact met de eigen huisarts én de zorgverleners van het ziekenhuis

Wie patiënt is bij één van de huisartsen van Eerstelijns Centrum Tiel, kan zijn of haar vragen ook via BeterDichtbij stellen. Om te controleren of het nodig is om te langs te komen, tussen afspraken door vragen te stellen en om van de huisarts of POH-informatie eenvoudig digitaal te ontvangen. De doktersassistenten handelen de vragen altijd af, en is het nodig dat de huisarts of POH de vraag afhandelt, dan wordt die doorgezet. En is het nodig om elkaar te zien, maar is het niet noodzakelijk om elkaar fysiek te zien, dan kunnen zorgverleners ook een beeldbelafsprak doen via BeterDichtbij. Ook het ziekenhuis in Tiel, Ziekenhuis Rivierenland, zet digitaal contact via BeterDichtbij in. Zo hebben patiënten in deze regio één app voor contact met én hun huisarts én zorgverleners van het ziekenhuis.

“Ik bespaar er tijd mee, en mijn patiënt is makkelijker gerustgesteld en beter geïnformeerd. Helemaal in het begin waren we er wel beducht voor dat we overspoeld zouden worden met vragen. Dat blijkt in de praktijk minimaal te zijn.”

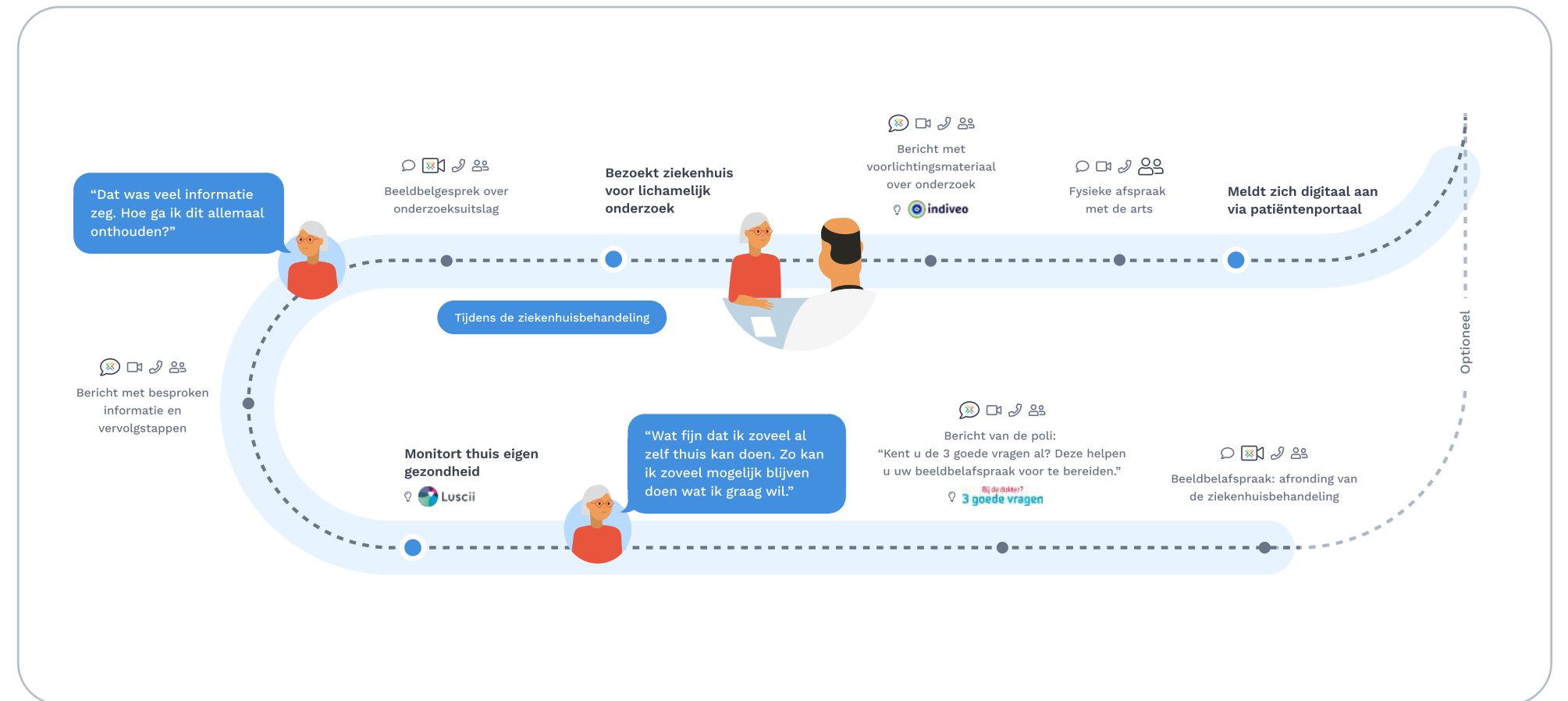


Rob Edelbroek
Huisarts bij Eerstelijns
Centrum Tiel

HOOFDSTUK 3

In behandeling bij het ziekenhuis

Digitaal als het kan, fysiek als het moet



De patiënt is voorbereid en heeft digitaal de eerste afspraak gemaakt met de poli of zorgverlener. Nu kan hij zich gaan aanmelden voor het eerste ziekenhuiscontact.

Dat kan gelukkig op steeds meer plekken digitaal, wat zowel de patiënt als zorgverlener natuurlijk tijd bespaart in het ziekenhuis zelf. Op basis van de al vooraf ingevulde anamnese, kan de keuze voor het onderzoek worden gebaseerd. Eventueel kan de patiënt vooraf al informatie over het

onderzoek krijgen via voorlichtingsmateriaal van bijvoorbeeld Thuisarts.nl of Indiveo. En het contact tussen zorgverlener en patiënt om de uitslag van een onderzoek te bespreken? Als het nodig is doe je die fysiek en als het niet per se hoeft, kan het ook via beeldbellen, telefonisch contact of soms volstaat zelfs alleen een kort digitaal bericht. Maar laten we eerlijk zijn: niet alle zorg kan en hoeft altijd digitaal. Het is een middel om het doel te bereiken: de beste zorg bieden. En om de kracht van de relatie te versterken. Zoals in elke relatie is het belangrijk elkaar soms ook fysiek te zien voor de verbinding of waar de situatie dit

vraagt (lichamelijk onderzoek of ernstige uitslagen bespreken).

En door tussentijds kort asynchroon digitaal contact te hebben via een bericht, vinden patiënten bevestiging, kunnen ze hun eventuele zorgen makkelijk kwijt en informatie altijd nalezen. En kan je als zorgverlener extra vinger aan de pols houden. Dit bericht tussendoor kan soms zelfs geautomatiseerd worden (zie borstkliniek case van Franciscus Gasthuis & Vlietland ziekenhuis). Het resultaat is dat je consulten soms kunt verplaatsen en soms zelfs voorkomen. Als je immers

via digitaal contact al weet dat het goed gaat met de patiënt of eventueel medicatie kunt bijstellen waarom zou je elkaar dan alsnog moeten zien in het ziekenhuis? Digitaal contact geeft die context, waarmee de zorg beter wordt. Dankzij de goede voorbereidingen gaat het echte gesprek vervolgens sneller de diepte in en kunnen gezamenlijk keuzes voor de beste vervolgstappen gemaakt worden. En digitaal kun je natuurlijk ook ondersteunen bij zelfzorg, bijvoorbeeld door oefeningen toe te sturen, of contact te onderhouden terwijl de patiënt thuis zijn bloeddruk of hartritme blijft meten.

💡 Inspirerende voorbeelden uit andere sectoren



Online inchecken voor je vlucht bij Transavia

Net als in de ziekenhuissector, is de luchtvaart ook een sector waar logistiek en processen een grote rol spelen in de dienstverlening. En waar de klanten vaak met veel spanning en emoties hun reis doorlopen. Transavia is al jaren voorloper als het gaat om analyses van de klantreis en de doorvertaling naar oplossingen in bijvoorbeeld digitale services. Sterker: bij Transavia werken geen marketeers meer, maar heten die nu customer journey specialisten. Op basis van fysiek én digitaal gedrag, wordt continu geanalyseerd of die ene knop of die andere online content doet wat is beoogd. Ook krijgen sommige mensen een andere kleur label aan hun handbagage zodat de bemanning van het vliegtuig weet dat het hier gaat om iemand met extra zenuwen of vliegangst. Juist in een markt waarin mensen veel stappen doorlopen of onzekerheid ervaren, is inzicht in de klantreis belangrijk. Zo kun je je

klanten de controle geven die ze zoeken, en informeren op de juiste momenten en als organisatie tijd besparen omdat mensen je zo minder gaan bellen en vaker op tijd komen en voorbereid zijn.

Als ziekenhuis heb je natuurlijk ook al veel informatie beschikbaar over de achtergrond en het gedrag van je patiëntenpopulatie. Je weet waar ze vandaan komen, hoe hun leeftijdsopbouw is maar ook zaken als hoe ze je ziekenhuis website bezoeken. Hier is nog meer over te leren als je hier actief onderzoek naar doet. En vraag de gastheren en gastvrouwen bij de ingang regelmatig wat bij hen de meestgestelde vragen zijn, en je weet welke informatieborden of bewegwijzering je nog verder kunt verbeteren. Marketing is zo niet meer producten willen verkopen maar je klanten helpen om jouw dienst beter af te kunnen nemen waardoor je ook als organisatie zelf je eigen doelstellingen weet te realiseren (bv. efficiënter werken of looproutes bij poliklinieken optimaliseren).



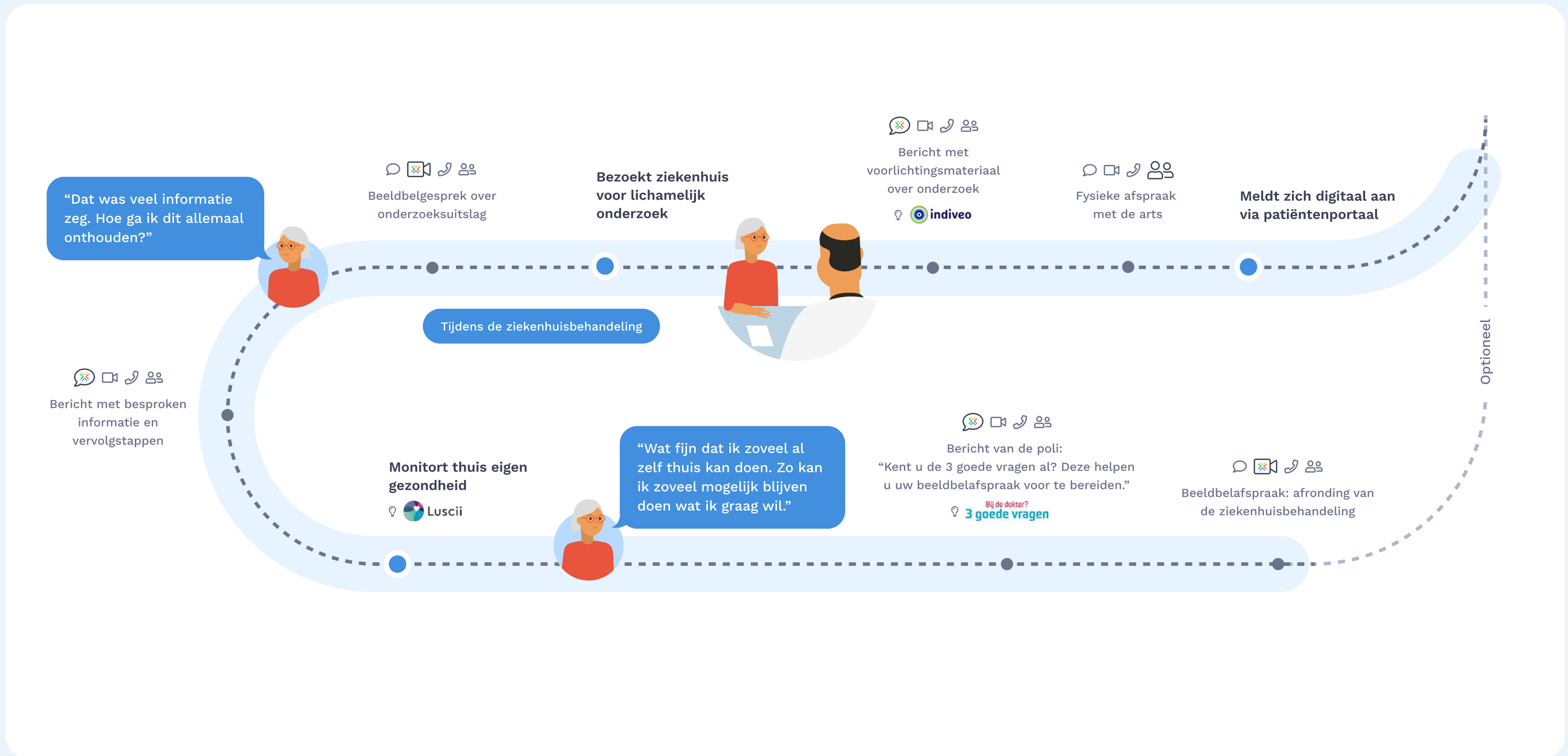
Zelf aan de slag met een hypotheek met IkbenFrits

Het online hypotheekplatform Frits is in korte tijd een belangrijke speler geworden in de wereld van de hypotheekadviseurs. Mensen kunnen hier digitaal hun hypotheek afsluiten. En daarbij ga je natuurlijk niet over een nacht ijs. Daarom deelt het platform op verschillende plekken en momenten actief kennis met potentiële klanten, om zelf als consument een zo goed mogelijk beeld te vormen over welke hypotheek bij je past en wat je mogelijkheden zijn. Denk aan een uitgebreide kennisbank met online artikelen maar ook aan webinars waarbij je alles leert over de financiële gevolgen van het kopen van een eerste of volgende huis.

Als je kijkt naar de klassieke voorlichtingsavonden die ziekenhuizen organiseren, dan worden die ook steeds vaker online aangeboden. En door die sessies ook later terug te kunnen kijken en eventueel te combineren met een 'kennisbank' met artikelen rondom dat onderwerp, neem je patiënten verdiepend mee in de mogelijkheden rondom een behandeling, ingreep of onderzoek vanuit het ziekenhuis bijvoorbeeld. Het ziekenhuis pakt zo, mogelijk samen met zorgpartners, actief een autoriteit rol in eigen regio op deze gebieden.

www.ikbenfrits.nl

De patiëntreis tijdens de ziekenhuisbehandeling



Vernieuwd zorgpad met digitaal contact voor Franciscus Borstkliniek

Ind 2021 heeft de borstkliniek van Franciscus Gasthuis en Vlietland het zorgpad volledig onder de loep genomen, om zo de kansen met digitale communicatie in kaart te brengen en te vergroten.

In samenwerking met D&A Consultants en BeterDichtbij is het ziekenhuis hiermee aan de slag gegaan. De reis van de patiënt en de vraag hoe zorgverleners zo goed mogelijk met hen in contact kunnen komen via bijvoorbeeld BeterDichtbij stond centraal in het traject. Er is gewerkt vanuit het Design Thinking principe. Zo heeft een groep zorgverleners vanuit verschillende rollen binnen Franciscus Borstkliniek in een eerste workshop het huidige zorgpad nauwkeurig doorgenomen op kansen voor digitaal contact. Vervolgens is een concept vernieuwd zorgpad uitgewerkt, ook

gebaseerd op deskresearch (inclusief een analyse van het huidige telefonisch contact en verdiepende interviews met patiënten). Tot slot is in een tweede en laatste workshop het zorgpad definitief vormgegeven en zijn werkafspraken gemaakt. Het resultaat is een duidelijk hybride zorgpad, met draagvlak vanuit alle zorgverleners, waar sinds livegang elke dag volop gebruik van wordt gemaakt. Alle patiënten krijgen BeterDichtbij aangeboden, in korte tijd zijn dat al enkele duizenden patiënten die digitaal in contact zijn met hun zorgverlener. Franciscus heeft op basis van dit traject een blauwdruk ontwikkeld, welke momenteel aangeboden wordt op andere plekken in het ziekenhuis. Op deze manier streeft het ziekenhuis ernaar eind 2023 aan alle patiënten BeterDichtbij aan te kunnen bieden.

"Wie te maken krijgt met borstkanker, gaat een onzekere tijd in. Goed en makkelijk contact met je eigen zorgverleners, is cruciaal voor patiënten van de Franciscus Borstkliniek. Met digitale communicatie via BeterDichtbij willen we voorzien in die behoefte aan zekerheid, vertrouwen en veiligheid. Tegelijk horen we terug dat de behandeling voor vrouwen en mannen met borstkanker zo minder belastend is: ze kunnen op hun eigen moment contact leggen of een antwoord teruglezen. Het appen is ook fijn voor de zorgverleners op de Borstkliniek, zij hebben nu meer tijd voor de complexere patiënten die nog wel telefonisch contact behoeven".



Lotte van Selm
Consultant Digitale Zorg Franciscus Gasthuis & Vlietland

Thuis hartfunctie meten met cardiologie Spijkenisse Medisch Centrum

Patiënten van Spijkenisse Medisch Centrum kunnen thuis hun hartfunctie meten met KardiaMobile. Hiermee is het ziekenhuis een van de eerste van Nederland die standaard op deze manier werkt. De KardiaMobile is een klein, rechthoekig apparaatje ter grootte van een creditcard met daarop twee elektroden waarmee simpel zelf thuis een ECG kan worden gemaakt. Het apparaatje is gekoppeld aan een app op de telefoon van de patiënt die vervolgens de gegevens via de BeterDichtbij app veilig doorstuurt naar de cardiologie afdeling van het ziekenhuis.

Kardia wordt bij bepaalde patiënten ingezet om te achterhalen hoe hun hartfunctie is. Het gaat dan om patiënten die bij het Zuid-Hollandse ziekenhuis komen met hartritmeklachten. Vroeger stuurden de artsen hen naar huis met een holterapparaat op het lichaam, waarmee zij 24 of 48 uur lang het functioneren van het hart konden meten. Dit grote apparaat is voor de patiënt echter heel onhandig en onprettig. Met de Kardia Mobile kan de patiënt heel simpel zelf metingen doen door een aantal keer per dag twee vingers op het apparaatje te leggen. De gegevens van deze ECG's worden eenvoudig via de BeterDichtbij app naar de cardioloog gestuurd en zo kan hij of zij achterhalen wat er aan de hand is.

HOOFDSTUK 4

Nazorg en thuiszorg na de ziekenhuisbehandeling

Een nieuwe fase, met vertrouwde digitale diensten

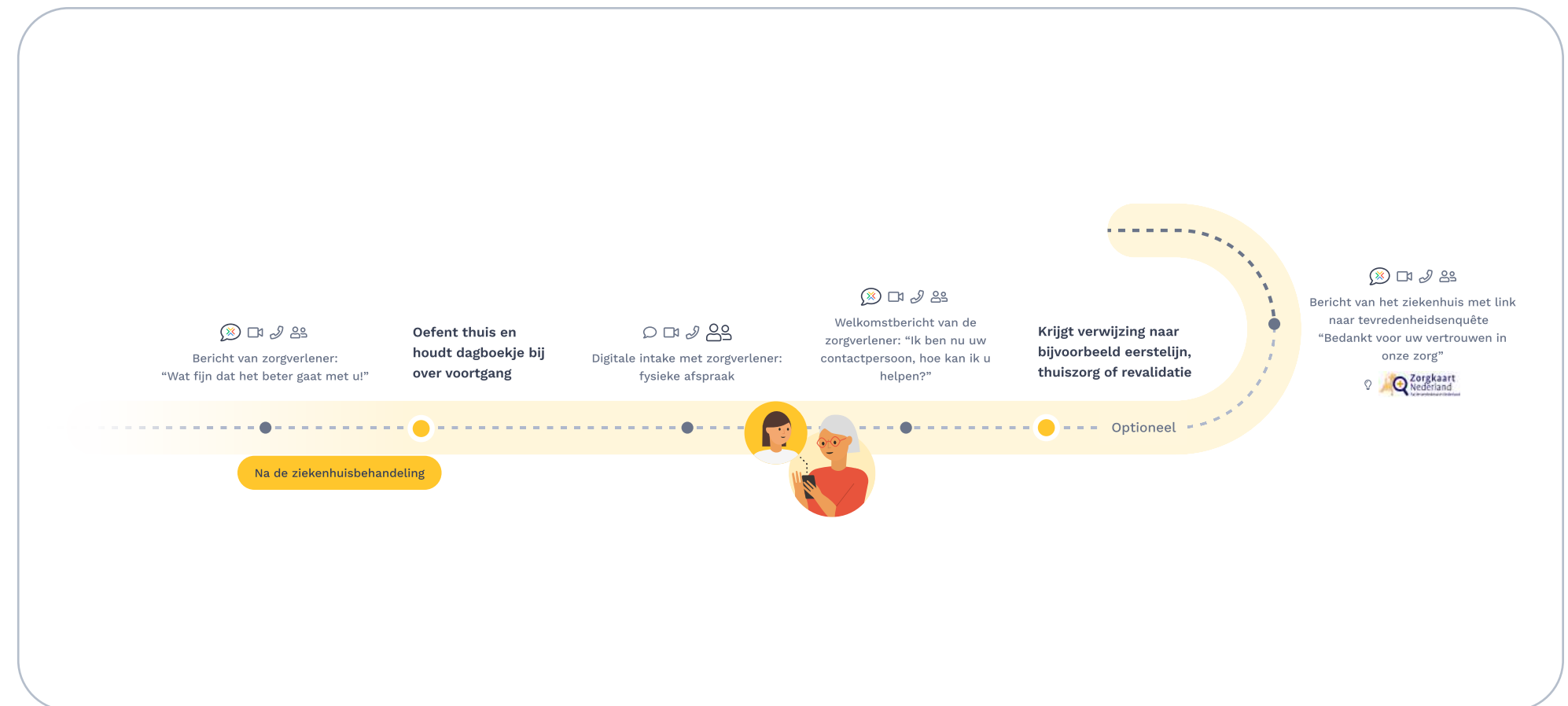
Als ziekenhuis is de behandeling weliswaar voorbij, maar na ontslag uit het ziekenhuis of afronding van de poliklinische afspraak, ligt er nog een mooie kans voor meer verbinding met je patiënten.

Bijvoorbeeld met een bedankje voor het vertrouwen of door actief de ervaringen uit te vragen of met verzoek om een review

achter te laten bij ZorgkaartNederland van de Patiëntenfederatie. Dat kan natuurlijk heel goed digitaal. En als je kritisch kijkt naar dit onderdeel van de patiëntreis, dan zie je vaak snel hoe de zorg voor de patiënt juist ook na een ziekenhuisafspraak of behandeling nog kan doorlopen.

Want na afloop van een behandeling, start voor veel patiënten een nieuwe fase met soms veel impact. Thuiskomen na een operatie, vraagt om aanpassingen in huis en om je eigen zelfvertrouwen weer terug

te krijgen. En als er andere zorg nodig is, bijvoorbeeld vanuit de eerstelijns, revalidatie of de thuiszorg, dan start het contact hier met andere zorgverleners. Deels kun je als ziekenhuis ook in deze fase nog ondersteunen met bijvoorbeeld praktische tips waarvan je weet dat die je patiënten helpen. En anderzijds is het dan aan andere zorgverleners, die wellicht van dezelfde digitale diensten voor de patiënt gebruik maken als het ziekenhuis. Heel prettig voor de patiënt natuurlijk.



💡 Inspirerende voorbeelden uit andere sectoren

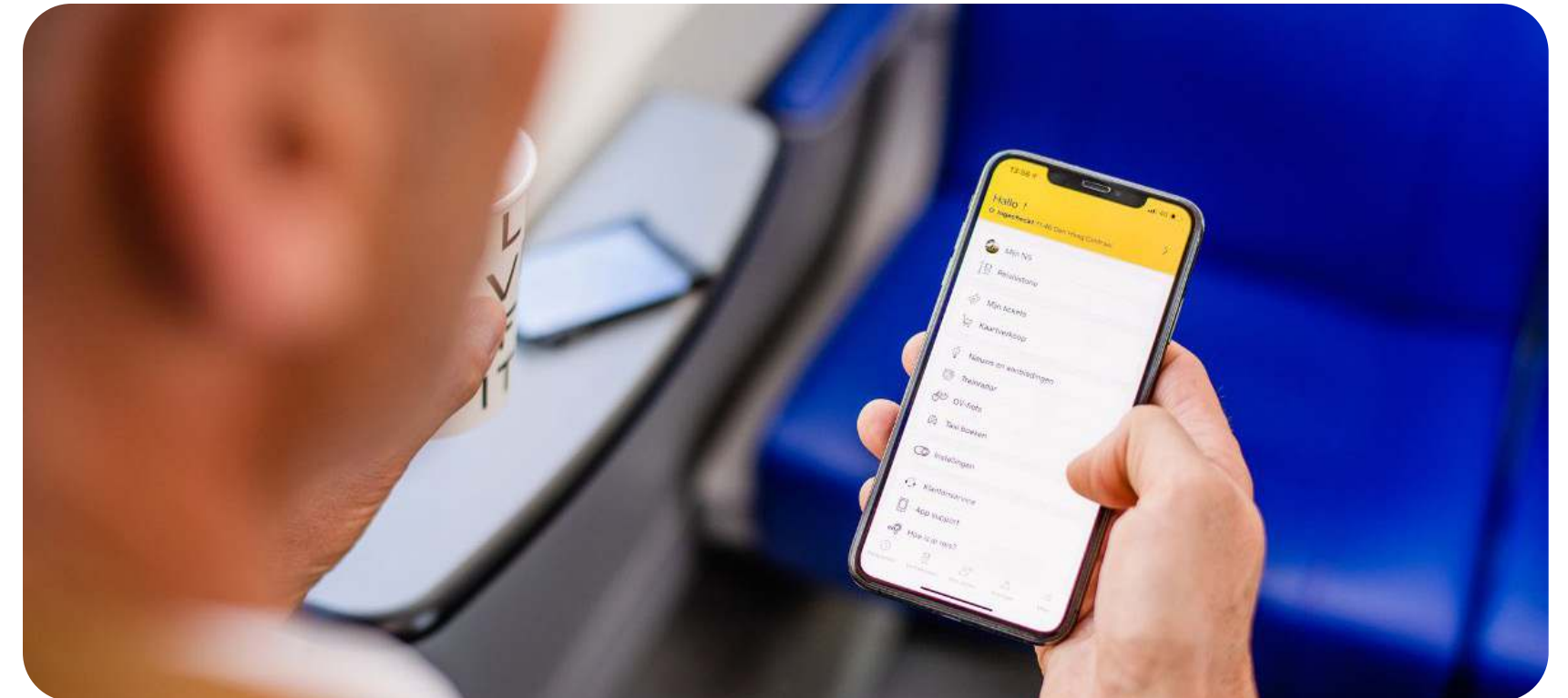


Handgeschreven kaartje van Landal Greenparks na bezoek

Net als veel organisaties vraagt Landal Greenparks iedere bezoeker een enquête in te vullen na een bezoek aan een van de parken. Een vrij eenvoudige manier om de klantreis zo steeds verder te optimaliseren en als organisatie te blijven leren, maar tegelijk ook als onderdeel van diezelfde klantreis. En eentje waar klanten moeite voor doen. Waarin Landal Greenparks het onderscheid maakt is dat zij hun klanten op een persoonlijke manier bedanken hiervoor: alle klanten die de enquête invullen,

krijgen een kaart per gewone post toegestuurd. Vanuit het betreffende park waar ze verbleven zelf, en ja: handgeschreven. Persoonlijker kan bijna niet. Het overtreft de verwachtingen van mensen, waardoor de kans groot is dat ze het onthouden bij het boeken van een volgende vakantie.

Dit voorbeeld is makkelijk te gebruiken ook in het ziekenhuis. Denk aan een handgeschreven kaart een aantal dagen na die ingreep, of na het achterlaten van een beoordeling. Het lijkt veel tijd te kosten maar dit hoeft niet bij het slim organiseren hiervan en het kan ook bijdragen aan het werkplezier van de eigen medewerkers

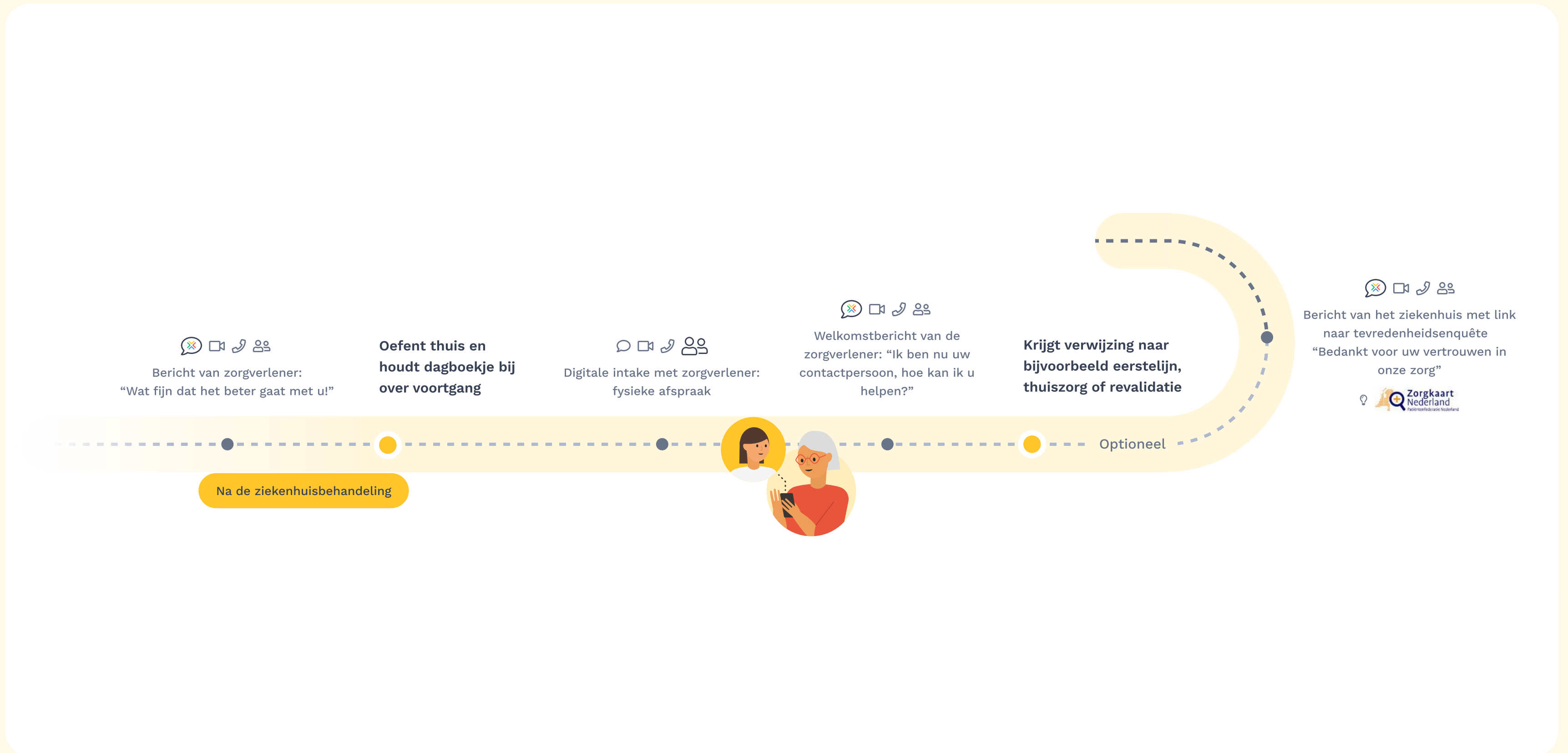


Tips van de NS voor je treinreis

Toen de laatste lockdown voorbij was en thuiswerken niet meer dringend geadviseerd werd, stond de NS voor de uitdaging om mensen weer met de trein te laten reizen. En dat terwijl veel mensen mentaal nog niet toe waren aan reizen met anderen fysiek dichtbij. Daarom stuurde de NS een mail uit naar het gehele klantenbestand met tips voor de treinreis. Daarin kreeg je te lezen wat hoe je de drukte in de trein vooraf al kunt zien en hoe je eventueel van klasse kunt wisselen als je het graag minder druk wilt hebben. Een slim opgezette mail, positief ingestoken.

Ook als ziekenhuis kun je je patiënten natuurlijk van tips voorzien in de nazorg. Bijvoorbeeld als mensen weer thuis zijn en met krukken moeten lopen: hoe loop je trap, hoe voorkom je vallen over een kleedje, etc. Ook kun je de patiënt attenderen op handige plekken waar zij meer informatie kunnen vinden of ze een handig instructiefilmpje sturen dat zij thuis nog keer kunnen bekijken. Zo voorkom je eventuele ongelukken en geef je je patiënten een extra service.

De patiëntreis na de ziekenhuisbehandeling





Minder fysieke dermatologie afspraken door automatische berichten in Tergooi MC

De polikliniek dermatologie van Tergooi MC is koploper in de inzet van digitaal contact met patiënten via BeterDichtbij. Door het inzetten van automatische berichten in BeterDichtbij voorkomen ze fysieke afspraken en krijgen patiënten meer regie over hun behandeling.

Bij een voorstadium van huidkanker krijgen veel patiënten een behandeling met de crème (Efudix®). Aan het begin van dit behandeltraject stuurt Tergooi MC automatisch een BeterDichtbij uitnodiging naar patiënten. Dit gebeurt op het moment dat poli-assistenten een afspraak inplannen voor een online consult. Hiervoor is in het EPD (HiX) een aparte afspraakcode aangemaakt. In het welkomstbericht informeert Tergooi MC patiënten over het online consult en het toesturen van foto's.

Na de automatische uitnodiging volgt een serie van automatische berichten (afspraak acties) gekoppeld aan de afspraakcode. Met daarnaast de inzet van standaardberichten die handmatig worden uitgestuurd. Het zorgpad verloopt als volgt:

- 3 dagen voor de online afspraak krijgen patiënten een automatisch bericht met de vraag om foto's door te sturen van de plekken waar zij de Efudix® crème hebben aangebracht.
- Als er geen foto's zijn doorgestuurd door de patiënt kan er een herinneringsbericht worden gestuurd.
- Tijdens de online afspraak beoordeelt de poli-assistent de foto en kijkt hoe de huid reageert op de Efudix® behandeling.
- De poli-assistent kiest tussen 2 standaardberichten: stoppen of doorgaan met de behandeling.
- 3 maanden na het online consult krijgen patiënten een automatisch bericht met de vraag of ze tevreden zijn met de behandeling. Als ze toch nog afwijkingen aan de huid zien dan wordt een afspraak gemaakt bij de physician assistant. Als de huid er goed uitziet hoeft er geen fysieke controle plaats te vinden.

“Het inplannen van automatische berichten heeft ons onwijs veel tijd bespaard. Met name doordat je meerdere berichten aan één afspraakcode kan koppelen. We zien kansen om BeterDichtbij ook te koppelen aan andere zorgpaden bij ons op de afdeling.”



Leonore van Kasteel
Poliassistentie dermatologie
bij Tergooi MC



Dit is de moderne patiëntreis

De beste zorg op het juiste moment en via het juiste kanaal

In deze blauwdruk, zie je hoe de reis van een patiënt kan verlopen. Waar digitaal de basis is, en fysieke zorg alleen plaatsvindt als het moet. Waar digitale diensten ingezet worden om de patiënt betere service te verlenen en processen van de zorg te verbeteren. En waar de behoefte van de patiënt leidend is. Deze patiëntreis kan uiteraard verder worden ingevuld voor specifieke ziektebeelden, kort durend of chronisch, en specifieke behandeltrajecten.





Samen zorg makkelijker maken voor iedereen



Laagdrempelig communicatieplatform voor service en gemak in de zorg



Initiatief van en voor de zorg, in verbinding met landelijke partners



In gebruik bij ziekenhuizen, huisartsenpraktijken én thuiszorgorganisaties



Gedreven en kundig team met veel ervaring in digitaal en zorg

Samen zorg makkelijker voor iedereen. Dat is waar we elke dag aan werken als hét digitale communicatieplatform in de zorg. BeterDichtbij is een initiatief van alle ziekenhuizen gezamenlijk in Nederland. De vereniging Samenwerkende Algemene Ziekenhuizen (SAZ) en de Nederlandse Vereniging van Ziekenhuizen (NVZ) zijn de belangrijkste participanten in het bedrijf achter het BeterDichtbij platform. De ziekenhuizen nemen het voortouw in de continue doorontwikkeling van de dienst en digitaal contact in de zorg, voor alle Nederlanders. En dat doen zij niet alleen voor hun eigen organisaties, maar voor alle zorgorganisaties in Nederland; van revalidatiecentrum tot paramedische praktijk en van thuiszorgorganisatie tot huisarts.



Colofon

Dit whitepaper is geschreven, ontwikkeld en verspreid door BeterDichtbij, samen met partners.

Redactie: Zonja de Klein, Erica Bouma-Gelle, Lian Angelino en Thymo Rijnveld

Ontwerp: Evers + de Gier
Fotografie: Meinke Bogaerts



BeterDichtbij 

Oudlaan 4
3515 GA Utrecht

info@beterdichtbij.nl
085 – 27 35 398

