



Zorgmarketingplatform.nl

Zorgmarketing in de praktijk

7 juni 2007

Welkom!



Programma

- | | |
|-------|------------------------------|
| 16.30 | Opening en introductie |
| 16.45 | Zorgmarketing Onderzoek 2007 |
| 17.30 | Invoeren van marketing |
| 18.15 | Broodjesbuffet |
| 19.00 | Klanten winnen en houden |
| 20.00 | Afsluiting en borrel |



Zorgmarketingplatform.nl

- Wat is het?
- Wie is het?
- Wat doet het?
- Wat zijn de plannen?



Wat is het Zorgmarketingplatform?

- Kennisplatform van en voor bestuurders en managers in de zorg
- Doel is het uitwisselen van kennis en ervaring op marketinggebied en versterken van de marketingfunctie van zorginstellingen
- Informeel netwerk/gebeuren



Wat doet het Zorgmarketingplatform?

- Bijeenkomsten
- Workshops
- Onderzoek
- www.managementkennisbank.nl
- www.zorgmarketingplatform.nl



Wie is het Zorgmarketingplatform.nl?

- U!
- Sjors van Leeuwen, Indora Managementadvies
- Jordi Damen, VPSO en Managementkennisbank.nl



Wat zijn de plannen?

- Najaarsbijeenkomst
- Vervolgstappen onderzoek
- Online kennisbank uitbreiden
- Onderzoek naar samenwerking met NIMA, vakgroep Marketing in de Gezondheidszorg



Zorgmarketing Onderzoek

Tussentijdse resultaten

7 juni 2007



Doelstellingen online onderzoek

- Inzicht in “marketingvolwassenheid” van zorginstellingen en zorgsector
- Inventariseren wat er speelt op marketinggebied
- Inzicht in de problemen die in de zorgmarketing praktijk spelen
- Inventarisatie van gewenste ondersteuning, kennis, kunde en opleidingen



Uitvoering onderzoek

- Online enquête
www.zorgmarketingonderzoek.nl
- Doelgroep zijn managers en bestuurders van zorgorganisaties
- Via e-mail nieuwsbrief is de uitnodiging tot het invullen van de enquête verstuurd



Bereik onderzoek

- Doelgroep: 1030 geïnteresseerden en geregistreerde (zorg) bezoekers
- Respons op e-mail nieuwsbrief: 437 lezers (42%)
- Respons op Zorgmarketing Onderzoek: 115 juist ingevulde enquêtes (11%)
- Detailrespons per deelsector volgt in het najaar



Respondenten per deelsector

Bij wat voor soort organisatie werkt u?		
Antwoord	Aantal	Percentage
Ziekenhuis	24	21%
Thuiszorg	37	32%
Verzorging en verpleging	27	23%
Gehandicaptenzorg / GGZ	15	13%
Jeugdzorg	2	2%
Maatschappelijk werk	2	2%
Welzijn	2	2%
Overig	6	5%



Onderzoeksvragen

- Welke marketingfase?
- Organisatie van de marketingfunctie?
- Eindverantwoordelijk voor marketing?
- Wat is het marketingbudget?
- Welke marketingvraagstukken spelen er?
- Belangrijkste marketing speerpunten?
- Grootste obstakels invoeren marketing?
- Aan welke marketingkennis en kunde hebben zorgorganisaties behoefte?



Welke marketingfase

In welke marketingfase bevindt uw organisatie zich?	
Antwoord	Percentage
Bewustwording en oriëntatie	29%
Inrichten marketingfunctie en -organisatie	21%
Opstellen marketingstrategie	18%
Opstellen marketingplan	13%
Uitvoeren marketingplan	5%
Uitvoeren marketingacties	5%
Uitvoeren marketingstrategie	2%
Uitvoeren reclame en promotie	2%
Geen antwoord	0%



Organisatie marketingfunctie

Hoe is de marketingfunctie georganiseerd? Welke zaken zijn in uw organisatie aanwezig?

Antwoord	Percentage
Communicatie & PR afdeling	21%
Marketingverantwoordelijke	17%
Communicatie & PR manager	17%
Marketingmanager	9%
Klantbezoeker en -adviseur (B2C)	7%
Marketingafdeling	6%
Marketingwerkgroep/project/overleg	6%
Communicatie & PR werkgroep/project/overleg	6%
Productmanager	6%
Accountmanager (B2B)	5%



FTE marketingfuncties

Hoeveel medewerkers (FTE's) houden zich bezig met de uitvoering van de marketingfunctie (zie de vorige vraag)?

Antwoord	Percentage
Minder dan 1 FTE	28%
1 FTE	20%
2 FTE	21%
3 FTE	9%
4 FTE	4%
Meer dan 4 FTE	12%
Geen antwoord	0%



Eindverantwoordelijke marketing

Wie is eindverantwoordelijk en portefeuillehouder voor marketingzaken in uw organisatie?

Antwoord	Percentage
Bestuurder	44%
Directeur	28%
Manager stafafdeling	12%
Manager business unit	6%
Manager lijnafdeling	3%
Niemand	2%
Geen antwoord	0%



Marketingbudget

Hoe groot is het marketingbudget van uw organisatie per jaar?

Antwoord	Percentage
Minder dan 0,05% van de totale bedrijfsomzet	34%
Tussen 0,05% en 0,1% van de totale bedrijfsomzet	21%
Tussen 0,1% en 0,5% van de totale bedrijfsomzet	8%
Tussen 0,5% en 1% van de totale bedrijfsomzet	8%
Meer dan 1% van de totale bedrijfsomzet	2%
Geen antwoord	0%

- 0,05% = bij 100 miljoen omzet is dit minder dan 5 ton aan bestedingen



Marketingvraagstukken prioriteit

○ Willen →

○ Doen →

Herkenbaar in eigen organisatie?

Marketingvraagstukken prioriteit

Wat zijn belangrijke marketingvraagstukken voor uw organisatie voor de komende twee jaar? U kunt meerdere antwoorden selecteren. Geef met een getal de belangrijkheid aan (1=onbelangrijk, 10=zeer belangrijk).

Accountmanagement (B2B)			Concurrentiestrategie		
Antwoord	Absoluut	Percentage	Antwoord	Absoluut	Percentage
1	5	6%	1	1	1%
2	2	2%	2	1	1%
3	9	11%	3	3	3%
4	1	1%	4	2	2%
5	4	5%	5	2	2%
6	7	8%	6	7	7%
7	12	14%	7	21	21%
8	31	37%	8	35	34%
9	7	8%	9	24	24%
10	6	7%	10	6	6%
	84			102	
Communicatie & PR			Customer Relationship Management (CRM)		
Antwoord	Absoluut	Percentage	Antwoord	Absoluut	Percentage
1		0%	1	1	1%
2	2	2%	2	5	5%
3		0%	3	5	5%
4		0%	4	2	2%
5	2	2%	5	5	5%
6	5	5%	6	10	11%
7	15	15%	7	17	18%
8	42	41%	8	23	25%
9	29	28%	9	15	16%
10	8	8%	10	10	11%
	103			93	

Marketingvraagstukken prioriteit

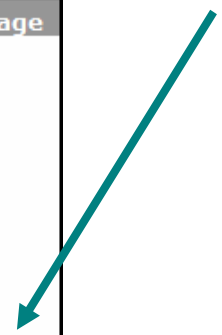
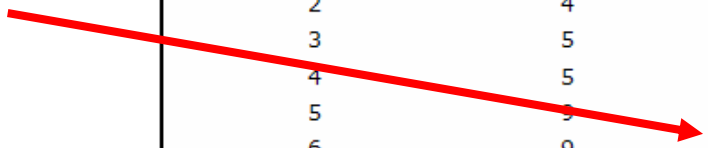
Wat zijn belangrijke marketingvraagstukken voor uw organisatie voor de komende twee jaar? U kunt meerdere antwoorden selecteren. Geef met een getal de belangrijkheid aan (1=onbelangrijk, 10=zeer belangrijk).

CRM-systeem			E-mailmarketing		
Antwoord	Absoluut	Percentage	Antwoord	Absoluut	Percentage
1	2	2%	1	6	8%
2	5	6%	2	12	15%
3	7	8%	3	7	9%
4	6	7%	4	8	10%
5	9	11%	5	10	13%
6	7	8%	6	11	14%
7	16	19%	7	10	13%
8	13	16%	8	10	13%
9	10	12%	9	2	3%
10	8	10%	10	2	3%
	83			78	
Direct marketing			Interne marketing		
Antwoord	Absoluut	Percentage	Antwoord	Absoluut	Percentage
1	5	6%	1	2	2%
2	6	8%	2	4	5%
3	13	16%	3	3	4%
4	8	10%	4	4	5%
5	9	11%	5	4	5%
6	9	11%	6	10	12%
7	13	16%	7	16	20%
8	7	9%	8	22	27%
9	5	6%	9	11	13%
10	4	5%	10	6	7%
	79			82	

Marketingvraagstukken prioriteit

Wat zijn belangrijke marketingvraagstukken voor uw organisatie voor de komende twee jaar? U kunt meerdere antwoorden selecteren. Geef met een getal de belangrijkheid aan (1=onbelangrijk, 10=zeer belangrijk).

Internetmarketing			Klantenservice/Contactcentrum		
Antwoord	Absoluut	Percentage	Antwoord	Absoluut	Percentage
1	2	2%	1	2	2%
2	4	5%	2	7	8%
3	5	6%	3	3	3%
4	2	2%	4	2	2%
5	8	10%	5	6	7%
6	8	10%	6	10	11%
7	20	24%	7	12	13%
8	20	24%	8	24	27%
9	10	12%	9	15	17%
10	4	5%	10	8	9%
	83			89	
Klantbezoek en -advies (B2C)			Klanten werven		
Antwoord	Absoluut	Percentage	Antwoord	Absoluut	Percentage
1	2	2%	1	0	0%
2	4	5%	2	4	4%
3	5	6%	3	2	2%
4	5	6%	4	1	1%
5	9	11%	5	3	3%
6	9	11%	6	9	9%
7	9	11%	7	15	15%
8	21	26%	8	28	29%
9	11	14%	9	18	18%
10	6	7%	10	18	18%
	81			98	



Marketingvraagstukken prioriteit

Wat zijn belangrijke marketingvraagstukken voor uw organisatie voor de komende twee jaar? U kunt meerdere antwoorden selecteren. Geef met een getal de belangrijkheid aan (1=onbelangrijk, 10=zeer belangrijk).

Klantgroepen en klantsegmentatie			Klanttevredenheid		
Antwoord	Absoluut	Percentage	Antwoord	Absoluut	Percentage
1		0%	1		0%
2	4	4%	2	1	1%
3	1	1%	3		0%
4	3	3%	4		0%
5	4	4%	5	1	1%
6	11	12%	6	3	3%
7	12	13%	7	5	5%
8	31	34%	8	32	32%
9	14	15%	9	35	35%
10	12	13%	10	23	23%
	92			100	
Klantloyaliteit en klantbehoud			Kwaliteit van dienstverlening		
Antwoord	Absoluut	Percentage	Antwoord	Absoluut	Percentage
1		0%	1		0%
2	3	3%	2	1	1%
3	1	1%	3		0%
4	1	1%	4		0%
5	2	2%	5	1	1%
6	3	3%	6	3	3%
7	13	15%	7	5	5%
8	28	31%	8	24	25%
9	24	27%	9	37	39%
10	14	16%	10	24	25%
	89			95	

Marketingvraagstukken prioriteit

Wat zijn belangrijke marketingvraagstukken voor uw organisatie voor de komende twee jaar? U kunt meerdere antwoorden selecteren. Geef met een getal de belangrijkheid aan (1=onbelangrijk, 10=zeer belangrijk).

Ledenorganisatie en loyaliteitsprogramma			Marketingmix		
Antwoord	Absoluut	Percentage	Antwoord	Absoluut	Percentage
1	5	6%	1	3	4%
2	5	6%	2	2	3%
3	4	5%	3	5	7%
4	4	5%	4	2	3%
5	7	9%	5	3	4%
6	9	12%	6	8	11%
7	15	19%	7	13	17%
8	15	19%	8	23	31%
9	9	12%	9	11	15%
10	5	6%	10	5	7%
	78			75	
Marketingmanager			Marketingfunctie en -organisatie		
Antwoord	Absoluut	Percentage	Antwoord	Absoluut	Percentage
1	5	7%	1	2	2%
2	4	5%	2	3	4%
3	8	11%	3	4	5%
4	5	7%	4	3	4%
5	3	4%	5	5	6%
6	9	12%	6	5	6%
7	14	19%	7	15	19%
8	12	16%	8	20	25%
9	8	11%	9	20	25%
10	5	7%	10	4	5%
	73			81	

Marketingvraagstukken prioriteit

Wat zijn belangrijke marketingvraagstukken voor uw organisatie voor de komende twee jaar? U kunt meerdere antwoorden selecteren. Geef met een getal de belangrijkheid aan (1=onbelangrijk, 10=zeer belangrijk).

Marketingplan			Martsegmentering		
Antwoord	Absoluut	Percentage	Antwoord	Absoluut	Percentage
1	1	1%	1	1	1%
2	1	1%	2	5	6%
3	1	1%	3	1	1%
4	2	2%	4	2	3%
5	1	1%	5	5	6%
6	5	6%	6	6	8%
7	11	13%	7	11	14%
8	28	33%	8	26	33%
9	23	27%	9	16	21%
10	13	15%	10	5	6%
	86			78	
Marktonderzoek en klantonderzoek			Merkenbeleid en positionering		
Antwoord	Absoluut	Percentage	Antwoord	Absoluut	Percentage
1		0%	1	1	1%
2	1	1%	2	4	5%
3	1	1%	3	2	3%
4		0%	4	5	6%
5	5	5%	5	4	5%
6	5	5%	6	4	5%
7	8	9%	7	11	14%
8	25	38%	8	19	24%
9	26	29%	9	23	29%
10	10	11%	10	7	9%
	91			80	

Marketingvraagstukken prioriteit

Wat zijn belangrijke marketingvraagstukken voor uw organisatie voor de komende twee jaar? U kunt meerdere antwoorden selecteren. Geef met een getal de belangrijkheid aan (1=onbelangrijk, 10=zeer belangrijk).

Multi-channel management			Online dienstverlening (e-service)		
Antwoord	Absoluut	Percentage	Antwoord	Absoluut	Percentage
1	5	7%	1	7	9%
2	6	9%	2	5	6%
3	2	3%	3	4	5%
4	4	6%	4	2	3%
5	6	9%	5	4	5%
6	13	19%	6	7	9%
7	14	20%	7	20	26%
8	11	16%	8	16	21%
9	6	9%	9	8	10%
10	2	3%	10	5	6%
	69			78	
Naamsbekendheid en imago			Online zorgverlening (e-zorg)		
Antwoord	Absoluut	Percentage	Antwoord	Absoluut	Percentage
1		0%	1	7	10%
2	1	1%	2	7	10%
3		0%	3	4	5%
4	1	1%	4	4	5%
5	1	1%	5	3	4%
6	6	6%	6	12	16%
7	7	7%	7	17	23%
8	26	27%	8	10	14%
9	35	37%	9	8	11%
10	18	19%	10	1	1%
	95			73	

Marketingvraagstukken prioriteit

Wat zijn belangrijke marketingvraagstukken voor uw organisatie voor de komende twee jaar? U kunt meerdere antwoorden selecteren. Geef met een getal de belangrijkheid aan (1=onbelangrijk, 10=zeer belangrijk).

Prestatiemeting			Productontwikkeling en innovatie		
Antwoord	Absoluut	Percentage	Antwoord	Absoluut	Percentage
1		0%	1		0%
2	3	4%	2	4	4%
3	2	2%	3	2	2%
4	1	1%	4	1	1%
5	6	7%	5	2	2%
6	6	7%	6	6	7%
7	13	15%	7	12	13%
8	26	31%	8	31	34%
9	22	26%	9	24	26%
10	6	7%	10	9	10%
	85			91	
Product portfoliomanagement			Reclame en promotie		
Antwoord	Absoluut	Percentage	Antwoord	Absoluut	Percentage
1		0%	1	2	2%
2	2	3%	2	5	6%
3	4	5%	3	1	1%
4	3	4%	4	1	1%
5	1	1%	5	4	5%
6	10	14%	6	10	11%
7	19	26%	7	13	15%
8	14	19%	8	32	37%
9	15	21%	9	16	18%
10	5	7%	10	3	3%
	73			87	

Marketingvraagstukken prioriteit

Wat zijn belangrijke marketingvraagstukken voor uw organisatie voor de komende twee jaar? U kunt meerdere antwoorden selecteren. Geef met een getal de belangrijkheid aan (1=onbelangrijk, 10=zeer belangrijk).

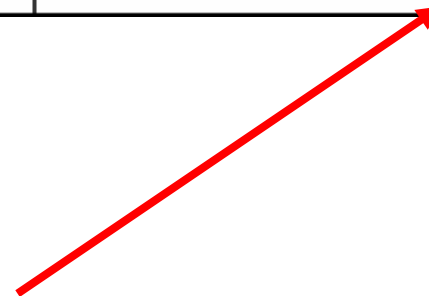
Reputatiemanagement			Telemarketing		
Antwoord	Absoluut	Percentage	Antwoord	Absoluut	Percentage
1		0%	1	12	18%
2	2	2%	2	10	15%
3	1	1%	3	7	10%
4	1	1%	4	4	6%
5	3	4%	5	8	12%
6	4	5%	6	9	13%
7	14	17%	7	9	13%
8	33	39%	8	3	4%
9	19	23%	9	4	6%
10	7	8%	10	2	3%
	84			68	
Strategische marketing			Vraagsturing en klantgerichtheid		
Antwoord	Absoluut	Percentage	Antwoord	Absoluut	Percentage
1	1	1%	1		0%
2	3	4%	2		0%
3	2	2%	3		0%
4	1	1%	4		0%
5	3	4%	5	5	5%
6	4	5%	6	3	3%
7	5	6%	7	9	10%
8	28	34%	8	22	24%
9	28	34%	9	38	41%
10	8	10%	10	15	16%
	83			92	



Marketingvraagstukken prioriteit

Wat zijn belangrijke marketingvraagstukken voor uw organisatie voor de komende twee jaar? U kunt meerdere antwoorden selecteren. Geef met een getal de belangrijkheid aan (1=onbelangrijk, 10=zeer belangrijk).

Website verbetering			Zoekmachinemarketing		
Antwoord	Absoluut	Percentage	Antwoord	Absoluut	Percentage
1	1	1%	1	5	6%
2	1	1%	2	4	5%
3		0%	3	4	5%
4	1	1%	4	6	8%
5	6	7%	5	9	12%
6	5	6%	6	6	8%
7	12	14%	7	7	9%
8	28	32%	8	16	21%
9	17	20%	9	13	17%
10	16	18%	10	7	9%
	87			77	



Marketingspeerpunten 2007

Wat zijn belangrijke marketingspeerpunten voor uw organisatie voor 2007?					
Antwoord	Aantal	Percentage	Antwoord	Aantal	Percentage
Communicatie & PR	53	46%	Website verbetering	11	10%
Klanttevredenheid	46	40%	Merkenbeleid en positionering	10	9%
Kwaliteit van dienstverlening	39	34%	Product portfoliom anagement	10	9%
Naamsbekendheid en imago	29	25%	CRM-systeem	9	8%
Klanten werven	28	24%	Klantbezoek en -advies (B2C)	9	8%
Concurrentiestrategie	27	23%	Reputatiem anagement	8	7%
Productontwikkeling en innovatie	25	22%	Internetmarketing	7	6%
Klantenservice/Contactcentrum	24	21%	Marketingmix	6	5%
Marketingplan	23	20%	Martsegmentering	6	5%
Vraagsturing en klantgerichtheid	23	20%	Redame en promotie	6	5%
Customer Relationship Management (CRM)	21	18%	Direct marketing	5	4%
Accountmanagement (B2B)	18	16%	Zoekmachinemarketing	5	4%
Klantloyaliteit en klantbehoud	18	16%	E-mailmarketing	4	3%
Interne marketing	16	14%	Ledenorganisatie en loyaliteitsprogramma	4	3%
Klantgroepen en klantsegmentatie	16	14%	Marketingmanager	3	3%
Marktonderzoek en klantonderzoek	16	14%	Online dienstverlening (e-service)	3	3%
Strategische marketing	16	14%	Multi-channel management	1	1%
Marketingfunctie en -organisatie	14	12%	Online zorgverlening (e-zorg)	0	0%
Prestatiemeting	12	10%	Telemarketing	0	0%



Obstakels voor marketing

Wat zijn de belangrijkste obstakels bij uw organisatie voor de uitvoering van de marketingspeerpunten voor 2007?		
Antwoord	Aantal	Percentage
Marketingverantwoordelijkheid is onduidelijk	51	44%
Bedrijfsstrategie is onvoldoende duidelijk	49	43%
Onvoldoende tijd en capaciteit	47	41%
Onvoldoende marketingdeskundigheid	46	40%
Onvoldoende marketingbudget	42	37%
Noodzaak wordt onvoldoende gevoeld	41	36%
Gebrek aan missie, visie en doelen	28	24%
Onvoldoende prioriteit	28	24%
Onvoldoende medewerking lijnmanagers	15	13%
Onvoldoende medewerking zorgmedewerkers	14	12%
Onvoldoende medewerking med. specialisten	12	10%
Onvoldoende bevoegdheden	10	9%
Onvoldoende steun bestuur	8	7%
Onvoldoende steun directie en management	6	5%
Onvoldoende medewerking ondernemingsraad	4	3%
Onvoldoende medewerking stafafdelingen	3	3%
Onvoldoende medewerking klantenraad e.d.	3	3%



Behoeftte opleidingen en trainingen

Het Zorgmarketingplatform organiseert regelmatig themabijeenkomsten en workshops. Aan welke opleidingen en trainingen heeft u in 2007 concreet behoefte?

Antwoord	Absoluut	Percentage
Strategische marketing	63	55%
Marktonderzoek en klantonderzoek	56	49%
Marketingplan	47	41%
Customer Relationship Management (CRM)	38	33%
Merkenbeleid en positionering	32	28%
Accountmanagement (B2B)	23	20%
Online zorgverlening (e-zorg)	23	20%
Online dienstverlening (e-service)	19	17%
Website verbetering	15	13%
Zoekmachinemarketing	11	10%
Direct marketing	9	8%
E-mailmarketing	9	8%



Conclusie tussenresultaat (1/2)

- Bewustwordingsproces met veel aandacht voor strategie en plannen, maar weinig concrete uitwerkingen
- Kleine marketingorganisaties met weinig marketingkennis en marketingbudget
- Opleidingsbehoefte ligt vooral op het gebied van strategie- en planontwikkeling
- Marketingfunctie is niet duidelijk aanwezig, vooral Communicatie & PR



Conclusie tussenresultaat (2/2)

- Communicatie, klanttevredenheid en kwaliteit dienstverlening belangrijkste speerpunten voor marketingbeleid (weinig nieuws onder de zon)
- Opvallend: weinig aandacht voor zakelijk relatiebeheer (B2B) met partijen als zorgkantoor, verzekeraar, gemeente, verwijzers
- Zorgsector staat nog (steeds) aan het begin van het marketingtijdperk



Vervolg Zorgmarketing Onderzoek

- Voortzetting onderzoek met meer respons en resultaten per deelsector
- Artikelen, praktijkvoorbeelden (best practices) en workshops o.g.v. onderzoeksresultaten zodat kloof tussen kennis, kunde, beleid en uitvoering kleiner wordt