

Inspiratiegids

Inspiratie bij het maken van een Value Case voor eHealth in de 1^e lijn

Datum: 1 juni 2015

Auteurs: Bart Koppens (TNO, Universiteit Maastricht)

Denise van der Klauw (TNO)

Yvonne Jansen (TNO)

Joan Vermeulen (Universiteit Maastricht)

De Inspiratiegids is ontwikkeld door het Center for Care Technology Research (CCTR) en TNO in opdracht van ZonMw.

TNO rapportnummer: TNO 2015 R10841



Centre for Care Technology Research

1. Wat is het nut van deze Inspiratiegids?

Zorgverzekeraars vragen steeds vaker naar een Business Case van een gezondheidscentrum. Dit vraagt veel aandacht van mensen binnen het gezondheidscentrum die vaak geen ervaring hebben met het ontwikkelen van zo'n Case. Het verlenen van zorg staat als prioriteit 1 op de agenda, niet het maken van een Business Case. Toch vinden zorgverzekeraars het steeds belangrijker dat gezondheidscentra zakelijk nadenken over hun bedrijfsvoering, dit alles met de achterliggende gedachte om de kosteneffectiviteit te verhogen. Een andere insteek om de Inspiratiegids te gebruiken is wanneer er nieuwe ideeën binnen het gezondheidscentrum zijn over een nieuw aan te bieden service. Hoe zal deze service binnen het budget georganiseerd worden, wat gaat dit voor veranderingen met zich meebrengen organisatorisch gezien, of is er wellicht behoefte voor de aanvraag van extra Segment 3 gelden? Een ander nut van de gids zou kunnen zijn, het kiezen van een bepaald product welke door verschillende producenten aangeboden wordt. Hoe beslis je welk product het beste bij de huidige organisatie past, wat levert het op qua kostenbesparing? Voor al deze zaken is het verduidelijkend om een Value Case te maken. Zo krijg je inzicht en concrete cijfers wat innovatie voor de gehele organisatie kan betekenen. Deze gids biedt handvatten om uiteindelijk tot een Value Case te komen waarbij eHealth toepassingen ook zijn geïntegreerd. De Inspiratiegids bestaat uit twee delen. Het eerste deel richt zich tot het maken van waardepropositie, hierbij wordt er gekeken naar de toevoegende waarde van de innovaties, wat dit betekent voor de dienstverlening en wat voor veranderingen dit met zich mee brengt. Het tweede deel richt zich op het maken van een Business Case, waarbij de nadruk meer ligt op zowel de opbrengsten als kosten. Deze twee delen gecombineerd maken samen een goed en doorgrond Value Case! Een kanttekening van uit het projectteam: Sommige genoemde zaken lijken open deuren, maar de ervaring leert dat vaak juist praktische zaken worden vergeten. Deze praktische zaken zijn hierdoor alsnog benoemd in de Inspiratiegids.

2. Voor wie is deze Inspiratiegids?

Deze Inspiratiegids helpt managers of coördinatoren van gezondheidscentra die eHealth toepassingen zouden willen implementeren in hun gezondheidscentrum. Om eHealth toepassingen te kunnen implementeren, zal er eerst goed nagedacht moeten worden over een aantal zaken. Wat heeft het te bieden? Wat kost het? Welke veranderingen brengt het met zich mee? De assumptie van de Inspiratiegids is dat er van de manager of coördinator wordt verwacht dat hij/zij sessies organiseert en tijdens de bijeenkomsten een korte presentatie verzorgt en de daaropvolgende brainstormsessie en discussie kan leiden. Uiteraard kunnen dit ook twee personen zijn die nauw samenwerken. In deze Inspiratiegids krijg je meer informatie over de bijeenkomsten en hoe je deze kan organiseren.

3. Welke kennis is vooraf nodig?

In de eerste paragraaf van deze handleiding zijn er wellicht termen voorbij gekomen die niet bekend zijn. Dit is verder geen probleem aangezien deze gaandeweg verhelderd worden.

De kennis die vooraf wel nodig is, staat hieronder opgesomd. Deze lijst is natuurlijk ook goed als checklist te gebruiken!

- Kennis over de huidige manier van werken.
 - o Wat zijn bijvoorbeeld protocollen binnen het gezondheidscentrum?
 - o Welke systemen zijn er allemaal en hoe worden deze gebruikt?
 - o Hoeveel patiënten staan er geregistreerd en hoeveel zorg gebruiken zij?
 - o Welke groepen patiënten gebruiken veel zorg?

Tip: Betrekken van collega's kan zorgen voor het sneller verkrijgen van de nodige informatie.

- Kennis over de inkomsten en uitgaven
 - o Hoeveel geld wordt er verdiend?
 - o Wat zijn uitgave posten?
 - o Hoeveel geld is er beschikbaar gesteld vanuit een zorgverzekeraar voor innovatie?

Tip: Mocht je zelf geen kennis hebben van financiën, betrek een collega die dit wel heeft.

- Kennis over Segment 3 gelden met zorgverzekeraars
 - o Heb ik al een aanvraag staan?
 - o Hoeveel budget krijg ik nog vanuit de zorgverzekeraar voor innovatie?

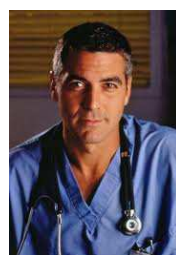
Tip: Vraag gerust de informatie op bij de zorgverzekeraar.

- Kennis over contracten met leveranciers
 - o Zit ik nog vast aan een contract om een product van ze te gebruiken?
 - o Wat kost het om dit contract eventueel te beëindigen?

Tip: Vraag gerust informatie over de huidige contracten bij de leveranciers zelf.

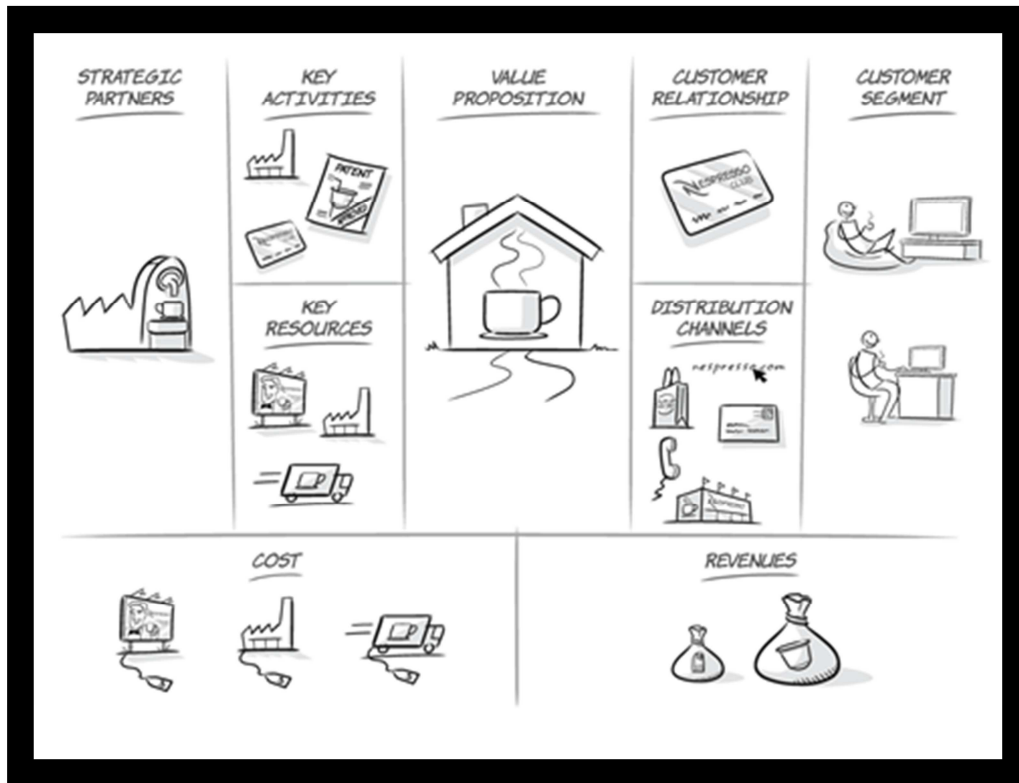
4. Wat gezondheidscentra en koffie gemeenschappelijk hebben

De vergelijking van koffie met een gezondheidscentrum lijkt wellicht vergezocht, maar als je verder kijkt, zijn er duidelijk overeenkomsten te vinden. Beide hebben, na een lange tijd van weinig innovatie, te maken met belangrijke vernieuwingen. Voor de koffie gaat het om de introductie van 'pads' en 'cups', In het gezondheidscentrum om de introductie van technologie zoals patiëntportalen, videobellen en zelfmeetapparatuur.



Innovaties als koffiecups, zelfmeetapparatuur en internet veranderen de relatie met de klant of de patiënt. Maar de invloed van innovaties gaat verder: Innovaties veranderen de relatie met (nieuwe) leveranciers, ze zorgen dat medewerkers andere activiteiten gaan doen en dat inkomsten en uitgaven veranderen. Kortom, om de echte waarde van innovatie te zien, is het nodig om een innovatie van te voren eens goed onder de loep te nemen. Hierdoor ontstaat een completer beeld van wat de innovatie doet veranderen in de huidige manier van werken. Kijk maar eens naar het Business Model Canvas van koffieleverancier Nespresso, zoals hieronder afgebeeld in figuur 1. Een Business Model Canvas kan gebruikt om een totaalbeeld te vormen van je bedrijf. Het projectteam is van mening dat een

Business Model Canvas nuttig kan zijn voor het maken van een Value Case. Daarom is dit Canvas ook opgenomen bij het maken van een waardepropositie.



Figuur 1. Business Model Canvas Nespresso.

5. Waarom een Value Case van pas komt

Innovatie begint met enthousiasme en gedrevenheid. Maar hoe krijg je iedereen mee met vernieuwing? Hoe zorg je dat iedereen zich gaat inzetten om op een nieuwe manier te werken? Inspiratie is belangrijk, omdat innoveren vaak lastiger blijkt dan het lijkt. Innovatie komt zelden vanzelf van de grond. Medewerkers stellen bijvoorbeeld kritische vragen over hoe ze met het online afspraken systeem moeten omgaan. Of patiënten hebben klachten over de zelfmeetapparatuur of het videobellen voor de huisarts blijkt niet optimaal te werken.

Het helpt daarom om vooraf de vernieuwing op hoofdlijnen te bekijken en hier met collega's samen over na te denken en te discussiëren. Welke nieuwe producten of diensten gaan we aan de patiënt bieden? Welke aanpassingen binnen de organisatie zijn nodig? En wat kan en mag het kosten en welke opbrengsten verwachten we?

Vaak kan je nog niet in detail over een innovatie nadenken. Soms zal je daarom samen met collega's aannames moeten doen en inschattingen moeten maken. Een Value Case is een tussenstap in het innovatieproces, waarbij jullie:

- inzichtelijk maken wat belangen van verschillende stakeholders zijn
- gezamenlijk een visie kunnen bepalen op een innovatie
- realistische doelen kunnen stellen die jullie van de innovatie verwachten en
- een basis maken om de onderhandelingen met eHealth leveranciers in te gaan.

Het maken van de Value Case is een essentiële stap om je als gezondheidscentrum goed voor te bereiden op gesprekken met leveranciers van de eHealth toepassingen. In deze Inspiratiegids maken we een Value Case met behulp van een waardepropositie (naar het voorbeeld van Nespresso, het Business Model zoals hierboven afgebeeld) en een Business Case.

6. In 10 stappen naar een inspirerende Value Case

Belangrijk is om de Value Case van jullie gezondheidscentrum stapsgewijs aan te pakken en de juiste collega's te betrekken. Maar waar begin je? Wie vraag je er bij? Om je op weg te helpen, staan hieronder 10 stappen om tot een waardepropositie en Business Case te komen, welke samen een Value Case vormen.

Stap 1: Maak een inventarisatie van alle collega's die straks met eHealth te maken hebben

- Denk eens na wie straks met eHealth te maken gaan krijgen. Om inspiratie op te doen, benoemt het voorbeeld hieronder al een aantal belangrijke personen.
- Kijk nu nog eens naar het lijstje. Wie van je collega's neemt uiteindelijk de besluiten over de vernieuwing? Schrijf deze op een aparte lijst.
- Wie binnen het gezondheidscentrum is er op de hoogte van de financiën? Maak ook een aparte lijst van mensen die je meer informatie over de kosten en opbrengsten van de vernieuwing kunnen geven.

Wie betrek je bij het maken van de Value Case?

Het verschilt per gezondheidscentrum wie je uitnodigt bij het maken van de Value Case. Denk bijvoorbeeld aan:

- Zorgverleners (huisarts, praktijkondersteuner, fysiotherapeut etc.). Zij kunnen hun patiënten nieuwe diensten gaan aanbieden, zoals een videoconsult, online training of thuismonitoring.
- Assistenten. Zij zijn het aanspreekpunt voor de patiënt en hun kennis en ervaring met een online afspraken- en triagesysteem zijn straks van groot belang.
- Medewerkers die binnen het gezondheidscentrum zich bezig houden met het beheer van het IT systeem. Zij krijgen straks ook te maken met het beheren van accounts van patiënten.

Stap 2: Nodig iedereen 3-4 weken van tevoren uit voor de eerste bijeenkomst

- Voor de eerste bijeenkomst nodig je iedereen uit die je bij de eerste stap hebt opgeschreven. Worden het teveel mensen? Nodig dan in ieder geval één vertegenwoordiger van elke beroepsgroep uit en de mensen die besluiten zullen nemen.

- Reserveer een afspraak voor minimaal 2 uur in een vergaderzaal waar het mogelijk is om gebruik te maken van een flip-over, beamer of bijvoorbeeld een smartboard.
- Probeer de bijeenkomst te laten aansluiten bij een vergadering of bijeenkomst waar al een groot deel van de collega's aanwezig is.
- Soms is alleen aan het eind van de dag een moment waarop iedereen kan. Denk dan ook aan iets te eten voor alle deelnemers, zodat iedereen energie heeft en houdt.
- In de afspraak geef je een enthousiaste, korte beschrijving van de innovatie en nodig je iedereen uit om mee te denken hoe jullie dit in de praktijk kunnen toepassen. In het informatiepakket vind je een voorbeeldtekst voor de uitnodiging.

Stap 3: Bereid de eerste bijeenkomst voor

- In de eerste bijeenkomst kan je, net als bij Nespresso, werken met een Business Model Canvas om een waardepropositie te maken. Op [de website](http://www.businessmodelgeneration.com/canvas/bmc) (URL: <http://www.businessmodelgeneration.com/canvas/bmc>) vind je hier meer informatie over. Het deel 'opbrengsten' (revenues) en 'kosten' (costs) slaan we nog over.
 - o **Tip:** Het filmpje op de bovengenoemde website geeft je in 2 minuten een handig overzicht!
- De vakjes 'toegevoegde waarde', 'activiteiten' en 'bronnen' zijn het belangrijkste in deze eerste fase. Schrijf twee doelen bij deze vakjes op jij het meest belangrijk vindt voor jullie gezondheidscentrum.
- Afhankelijk van de doelen kies je een passende werkvorm. Op de volgende pagina vind je een suggesties die passen bij verschillende doelen.
 - o **Tip:** Een makkelijke manier om snel groepen te maken is om vooraf alvast een indeling te maken en direct mensen aan te wijzen. Dit gaat soms sneller dan dat je mensen zelf een groepje laat maken.
- Bij deze inspiratiegids zit een voorbeeldpresentatie voor de bijeenkomst. Hierin staan per doel en werkvorm een aantal voorbeeldpagina's voor de presentatie
- Pas op basis van je doelstellingen de tijdsplanning in de presentatie aan voor de bijeenkomst. Houd rekening met voldoende tijd voor discussie.
- Wijs iemand aan die aantekeningen maakt van de discussie. Je kan ook foto's maken van flipovers of de bijeenkomst opnemen met je smartphone of een audiorecorder.
- Reserveer voor jezelf de dag na de eerste bijeenkomst ongeveer 1 uur om de aantekeningen uit te werken (stap 5).

Tijdens de voorbereidingen is het handig om regelmatig collega's te enthousiasmeren voor de bijeenkomst en alvast te peilen hoe ze tegenover eHealth staan.

Doelen en werkvormen

Het is afhankelijk van het doel en de tijd, welke werkvorm(en) je kiest. Hieronder zijn wat doelen beschreven. Maak gerust je eigen combinaties!

Doel	Werkvorm	Tips	Onderdeel Business Model Canvas
Informeren	Een presentatie over het Business Model en de vernieuwing biedt overzichtelijke informatie Duur: 20 minuten	In het informatiepakket vind je een presentatie.	Algemeen
Inspireren	Een inspirerend filmpje en een brainstorm Duur: 30 minuten	Filmpje 'Start with Why' Brainstorm: Vraag de deelnemers op een post-it te schrijven welk 'cadeautje' ze zouden willen geven aan (sommige) patiënten. Dit kan van alles zijn! Bespreek de post-its in een open discussie.	Toegevoegde waarde
Meedenken	Brainstorm in kleine groepjes Duur: 45 minuten	Vraag de deelnemers in groepjes van 3 of 4 mensen het proces uit te tekenen van de patiënt mét eHealth. Je begint bij 'de patiënt komt binnen en dan...'. Welke veranderingen zijn nodig als een eHealth toepassing wordt geïmplementeerd?	Activiteiten en bronnen
Motiveren	Open discussie Duur: 20 minuten	Vraag de deelnemers wanneer zij vinden dat de vernieuwing een succes is. Als de patiënten gezonder zijn? Als er minder complicaties optreden? Als medewerkers meer tevreden zijn?	Toegevoegde waarde en opbrengsten
Reflecteren	Brainstorm en discussie Duur: 20 minuten	Vraag elke deelnemer op een post-it minimaal 3 positieve punten van de vernieuwing en 3 tips op te schrijven. Vat de punten samen en laat de deelnemers aan elkaar verhelderende vragen stellen.	Toegevoegde waarde activiteiten

Stap 4: De eerste bijeenkomst

- Check voor de bijeenkomst of de flip-over klaar staat en of de beamer werkt.
- Denk tijdens de bijeenkomst aan drie basisregels:
 - o Zorg dat iedereen voldoende aan het woord komt. En liefst ook evenveel aan het woord.
 - o Laat collega's hun zorgen en twijfels uitspreken, maar rond de discussie af als de bijeenkomst in een negatieve spiraal dreigt te komen. Probeer kritiek en negatief commentaar zoveel mogelijk te vertalen naar positieve kansen en mogelijkheden.
 - o Houd tijdens de bijeenkomst de tijd goed in de gaten.
- Tijdens de sessie zal discussie ontstaan. Niemand weet tenslotte precies hoe straks de vernieuwing er uit gaat zien in de praktijk. Als er onzekerheid is, kan je voorstellen om een inschatting te maken of aanname te doen (hieronder vind je tips!).
- Sluit de bijeenkomst af met afspraken en eventuele taken voor de deelnemers en spreek vervolgstappen af. Plan bijvoorbeeld alvast de datum voor de volgende sessie.

Inschattingen en aannames

Tijdens een Value Case bijeenkomst in een gezondheidscentrum ontstaat discussie of een slimme spirometer voor alle COPD-patiënten geschikt zal zijn. Een huisarts zegt dat minimaal 85% van de patiënten door de spirometer niet meer op controle hoeft te komen. Een praktijkondersteuner geeft aan dat dit genuanceerder ligt. Zij verwacht dat de jonge patiënten hun ziekte zelf onder controle kunnen houden, maar dat de oudere patiënten meer begeleiding nodig hebben. Het onderscheid is belangrijk voor het opstellen van de werkprocessen en het geld dat nodig is voor begeleiding. De manager van het gezondheidscentrum die de sessie leidt, beëindigt de discussie door aan te geven dat het nog onduidelijk is hoe patiënten zullen omgaan met de nieuwe technologie. Zij stelt voor dat tijdelijk bij het kopje 'doelgroep' twee categorieën komen: Jongere en oudere patiënten. Het onderscheid helpt de groep om er rekening mee te houden dat de slimme spirometer mogelijk niet op alle patiënten hetzelfde effect heeft. In de praktijk zal pas blijken hoe patiënten er daadwerkelijk mee om zullen gaan.

Stap 5: Oogsten van resultaat (deel 1)

- Je hebt de eerste stap gezet in het maken van de waardepropositie: Gefeliciteerd!
- Kijk nog eens naar je aantekeningen: Welke aanpassingen kan je maken aan de waardepropositie?
- Stuur de aangepaste waardepropositie naar de deelnemers van de sessie en vraag of zij de punten uit de discussie herkennen.
- Vraag ook informeel aan collega's wat zij van de resultaten vinden. Hebben zij nog aandachtspunten en aanvullingen?
- Kijk nog eens naar je lijstje van mensen die besluiten nemen. Het is vooral belangrijk dat zij zich uitspreken over de ontwikkelde waardepropositie. Als je van hen niet direct een reactie krijgt: maak een agendapunt in een aankomend overleg.

Stap 6: Nodig de 'juiste personen' uit voor een tweede bijeenkomst 2 weken later

- Bijeenkomst twee richt zich tot het maken van een Business Case, zodat er duidelijk gekeken kan worden naar de kosten en baten.
- Voor de tweede bijeenkomst nodig je de collega's uit die aansluiten op het doel van de bijeenkomst. De tabel hieronder geeft per doel een suggestie wie je uit zou kunnen nodigen. Probeer voor jezelf te beargumenteren waarom je voor een specifiek doel kiest. Het is natuurlijk jouw beslissing welke personen er ook daadwerkelijk uitgenodigd worden!
- Het is ook mogelijk om extra bijeenkomsten te organiseren wanneer één bijeenkomst als belemmering wordt gezien of wanneer je meerdere doelen zou willen coveren. Hierbij moet wel rekening gehouden worden met de tijd en eventueel tempo van het project.
- Reserveer een afspraak voor minimaal 2 uur in een vergaderzaal waar het mogelijk is om gebruik te maken van een flip-over, beamer of bijvoorbeeld een smartboard.
- Probeer de bijeenkomst te laten aansluiten bij een vergadering of bijeenkomst waar al een groot deel van de collega's aanwezig is.
- Soms is alleen aan het eind van de dag een moment waarop iedereen kan. Denk dan ook aan iets te eten voor alle deelnemers, zodat iedereen energie heeft en houdt.
- In de afspraak geef je een enthousiaste, korte beschrijving van wat er verwacht wordt van de deelnemers tijdens de tweede bijeenkomst. Hieronder vind je een voorbeeld uitnodiging.
- De voorbereiding op bijeenkomst 2 is afhankelijk van het doel van deze bijeenkomst. De tabel hierboven geeft een aantal mogelijke doelen weer, inclusief een omschrijving voor de invulling van de bijeenkomst.

Doel	Waarom?	Wat ga je doen?	Wie nodig je uit?	Werkvorm	Voor- en nadelen	Tips
Informereren Detailniveau: -	Veranderingen zichtbaar maken ten opzichte van huidige situatie, zodat iedereen weet wat er gaat veranderen en hoe dit gaat gebeuren.	De coördinator maakt voorafgaand aan de bijeenkomst de Business Case in grote lijnen en presenteert deze tijdens de bijeenkomst. Vorbereiding: 90-120 min.	De deelnemers van bijeenkomst 1.	Presentatie over de huidige situatie en nieuwe situatie aan de hand van de Business Case Duur: 45 min.	+Beperkte tijdsbesteding voor de deelnemers -Vorbereiding kost tijd -Weinig ruimte tot discussie	Stel bij het voorbereiden van de Business Case gerichte vragen aan personen die over onderwerpen informatie hebben (financiën, tijdsbesteding).
Toekomst perspectief Detailniveau: +/-	Een eerste inzicht in de verschillen tussen de huidige situatie en de situatie met eHealth. Wat moet ik investeren qua tijd of geld.	Tijdens de bijeenkomst maken de deelnemers een Business Case op basis van gefundeerde inschattingen. Vorbereiding: 15 min	Financiële personen eventueel aangevuld met enkele strategische personen uit bijeenkomst 1.	Discussie of brainstorm Duur bijeenkomst: 90 min.	+Weinig voorbereidingstijd -Business Case wordt gemaakt op basis van gefundeerde aannames door enkele (strategische) personen. -Niet alle medewerkers zijn (nog) betrokken wat er voor hen gaat veranderen qua tijd en geld.	In de uitnodiging vooraf aan de tweede bijeenkomst vragen om na te denken over gefundeerde aannames. Mogelijkheid tot uitnodigen van externe partijen die eHealth toepassingen gaan leveren.
Totaalbeeld vormen Detailniveau: ++	Een volledig overzicht van de kosten en opbrengsten van de vernieuwing aan de hand van een Business Case. Daarbij eventueel de eerste stappen richting implementatie weergeven/bespreken.	Stel per eHealth toepassing 1 persoon aan die 'expert' wordt van de toepassing. Deze persoon maakt een korte presentatie over de verandering in de tijdsbesteding in de situatie voor en na de vernieuwing. De organisator van de bijeenkomst coördineert de bijdragen. Vorbereiding: 30 min per eHealth toepassing voor de 'expert'+ 60 min voor coördinator	De personen die een deelpresentatie voorbereiden plus 'financiële' personen	Korte presentatie door de personen die een deelpresentatie hebben voorbereid, gevolgd door invullen Business Case via de website http://www.businesscase-eerstelij.nl/ Duur bijeenkomst: 60-90 min.	+op detailniveau overzicht van de verschillen tussen de huidige en nieuwe werkwijze in tijd en geld. +beperkte voorbereidingstijd voor coördinator ivm uitbestedingen. +direct betrokkenheid personeel. -Voor de bijeenkomst is een gecoördineerde voorbereiding nodig.	Benoem een expert die straks zal werken met de eHealth toepassing. Bijvoorbeeld een doktersassistente voor het planningsysteem. Overhandig de experts een overzicht van vragen die voorbereid moeten worden. Een voorbeeld is te vinden in het informatiepakket. Bestaande use cases bieden aanknopingspunten. Deze zijn te vinden in het informatiepakket.

Stap 7: Bereid de tweede bijeenkomst voor

- Maak een gebruikersnaam en wachtwoord aan op de site: <http://www.businesscase-eerstelijnn.nl/>.
 - o Filmpjes op de site geven duidelijke uitleg over hoe te werken met de website.
- Bekijk de PowerPoint presentatie van presentatie sessie 2.
- Zorg dat er een plaats gereserveerd is waar een beamer aanwezig is en/of meerdere computers.
- Kies een doel voor de bijeenkomst, bovenstaand schema geeft drie suggesties. Hierbij zijn ook de voor- en nadelen, handige tips, werkvormen, detailniveau en eventuele voorbereidingstijd etc opgenomen.
- Zorg dat de deelnemers op de hoogte zijn van het doel van de bijeenkomst. Als het doel een totaalbeeld vormen is, zorg er voor dat de experts op de hoogte zijn wat er van hun verwacht wordt. Bij het doel toekomst perspectief bieden, zorg dat de deelnemers nagedacht hebben over gefundeerde aannames.
- Bij het doel toekomst perspectief bieden zou je eventueel een of meerdere externe partijen uit kunnen nodigen voor het geven van een presentatie.
- Als informeren je doel is, zorg dan dat collega's informatie verstrekken over bepaalde onderwerpen zoals financiën of tijdsbesteding.

Stap 8: Tweede bijeenkomst

- Bovenstaand schema biedt inzicht in eventuele werkvormen die passen bij je doel. Je kan dit gebruiken als leidraad of als bron van inspiratie.
- Check voor de bijeenkomst of de beamer werkt en/of er een of meerdere computers aanwezig zijn.
- Overzicht laten zien van bijeenkomst 1. Eventuele vragen uit bijeenkomst 1 beantwoorden.
- Voor de doelen totaalbeeld vormen en toekomst perspectief bieden: gebruik <http://www.businesscase-eerstelijnn.nl/> om met de groep een volledige business case in te vullen. Mocht de groep te groot zijn, verdeel de deelnemers dan in groepen. Zorg dat er dan meerdere computers beschikbaar zijn om te werken.
- Je rol bij het doel toekomst perspectief bieden, is gespreksleider. Zorg dat alle personen een bijdrage leveren tijdens de discussie of brainstorm. Probeer zo nu en dan samen te vatten.
- Bij het doel informeren, kan je er voor kiezen een gewone PowerPoint presentatie te maken, heb je meer tijd en wil je het eens op een andere manier presenteren probeer dan eens Prezi.
- Bespreek en vergelijk de belangrijkste uitkomsten.

Stap 9: Oogsten van resultaat (deel 2)

- Middels bijeenkomst twee heb je een Business Case ontwikkeld, specifiek voor jouw gezondheidscentrum!
- Wanneer er een totaal overzicht gemaakt is, stuur het rond naar alle betrokkenen binnen het gezondheidscentrum, wat is hun opinie? Hebben zij eventueel nog opmerkingen of aanpassingen?
- Maak afspraken met de externe partijen wanneer te beginnen met het implementeren van de eHealth toepassingen.

- Combineer bijeenkomst 1 en 2 om tot je Value Case (waardepropositie + Business Case) te komen.

Stap 10: Presenteer de resultaten

- Het is goed om de collega's op de hoogte stellen van het uiteindelijke resultaat. Goede communicatie draagt bij aan een goede werksfeer.
- Stel de deelnemers aan beide bijeenkomsten via reguliere vergaderingen of nieuwsbrieven op de hoogte van het uiteindelijke resultaat en vervolgacties. Je kunt ook een aparte presentatie of notitie maken om rond te sturen
- Denk er ook aan duidelijk aan te geven welke functies personen (gaan) bekleden, en wie waar hoofdverantwoordelijke voor is.

Wat te doen na stap 10?

Na stap 10 is het tijd om verder te gaan met de implementatie. Nu wellicht vele zaken zijn opgehelderd over de eHealth toepassingen en wat het nu daadwerkelijk gaat opleveren, word het tijd om structurele veranderingen door te gaan voeren. Je hebt kennis vergaard over de eHealth toepassingen, gekeken naar de mogelijke veranderingen/aanpassingen en je hebt alle betrokkenen op de hoogte gebracht. Nu is het tijd voor het daadwerkelijke implementeren en verankeren van de eHealth toepassingen. Om hierbij een handje te helpen zijn er wat tips opgenomen in deze Inspiratiegids. Het is wellicht een goed idee om klein te beginnen wanneer de ervaring met implementeren gebrekkig is.

Implementeren:

Aan de hand van gemaakte doelen worden de toepassingen geïntegreerd in het gezondheidscentrum. Houd deze doelen goed in de gaten, je hebt ze immers opgesteld als beoogde eindsituatie. Het eventueel bijstellen van deze doelen is geen probleem, tenzij het einddoel vooraf bepaald niet meer haalbaar blijkt te zijn. Zaken die kunnen helpen bij het volbrengen van doelen kunnen zijn:

- o Hulpmiddelen: externe expertise/consultant die mee kan denken over hoe de doelen te bereiken, financiële triggers om mensen extra te motiveren etc.
- o Vaardigheidstrainingen: hierbij kan je denken aan een computercursus of vaardigheidstraining hoe resultaten te interpreteren.
- o Informatiematerialen: Folders, email naar betrokkenen etc. Denk hierbij ook aan de betrokken patiënten!

Bepaal en communiceer duidelijk wie het contactpersoon van het implementatieproject is. Zodat alle betrokkenen op de hoogte zijn waar ze met hun vragen en/of aanmerkingen naar toe kunnen.

Verankeren:

Als de doelen zijn behaald wil je er natuurlijk voor zorgen dat de toepassingen zo goed mogelijk gebruikt blijven worden, je hebt immers niet voor niets zoveel moeite gedaan om het van de grond te krijgen. De eHealth toepassingen maken nu deel uit van de processen binnen het gezondheidscentrum. Hieronder nog wat tips om de duurzaamheid in de gaten te houden.

- o Protocollen aanpassen en/of eventueel uitbreiden met betrekking tot de nieuwe situatie.
- o Taakomschrijvingen aanpassen aan nieuwe situatie.
- o Procedures aanpassen welke niet meer up to date zijn.

Voorbeeld Uitnodiging bijeenkomst 2

Beste

Een tweede bijeenkomst zal plaatsvinden op(datum). Het zou prettig zijn als jij daar ook deel van uit zou kunnen maken. Het doel van deze bijeenkomst is(doel) om uiteindelijk tot een eindoordeel/overzicht te komen. Graag vraag ik de volgende voorbereiding: (afhankelijk van het doel). Kritische reflectie of op-/aanmerkingen worden erg gewaardeerd!

Hopelijk tot

Met vriendelijke groet,

.....