

COMMUNICATIEAANPAK DIGITALE GEGEVENSUITWISSELING GEBOORTEZORG

Voor je ligt de handreiking Communicatie voor de **implementatie van digitale gegevensuitwisseling** in de **geboortezorg** in jouw regio. Met deze interactieve handreiking weet jij binnen een handomdraai hoe je naar de drie voornaamste doelgroepen kan communiceren. Klik op een van de icoontjes voor meer informatie over de doelgroep waar jij meer van wilt weten.

Doelgroepen



Om een andere doelgroep te bekijken, klik hier



Communicatiedoelstellingen



Kennis

Zorgverleners kennen de mogelijkheden van **digitale gegevensuitwisseling** in de geboortezorg, weten welke voordelen dit oplevert en hoe het werkt voor zowel de zorgverlener als voor de cliënt.



Houding

Ze zijn bereid hun **werkprocessen** aan te passen en gegevens digitaal uit te wisselen.



Gedrag

Ze dragen met hun enthousiasme, kennis en ervaring bij aan een **brede implementatie** binnen de geboortezorgorganisaties in de regio en informeren en helpen ze zwangere vrouwen over de toepassing van digitale gegevensuitwisselingen via o.a. het PGO.



Effect

De zorgverleners zijn actief betrokken en voelen zich gewaardeerd. Er komen door verschillende invalshoeken oplossingen in zicht die de zorgverleners écht aanspreken waardoor draagvlak voor digitale gegevensuitwisseling ontstaat.



“Communicatieboodschappen”

Boodschap

Je bent als zorgverlener in de geboortezorg onmisbaar om de kwaliteit van de geboortezorg flink te kunnen verbeteren. Veilige digitale gegevensuitwisseling levert hier een grote bijdrage aan en zorgt ervoor dat jij en de cliënt de **juiste informatie op het juiste moment** beschikbaar hebben.

Daarnaast draagt jouw kennis en ervaring bij aan een passende oplossing voor de regio. Met jouw inzet en enthousiasme zorg je ervoor dat de implementatie binnen de geboortezorgorganisaties mogelijk wordt en daarvoor zijn wij jou dankbaar.

Bewijs

Zorgverleners worden actief betrokken binnen het project om **de stem van de zorgverlener** te laten horen zodat de realisatie van digitale gegevensuitwisseling op een dusdanige manier plaatsvindt dat het aansluit bij **de wensen van de zorgverlener** (en de cliënt) en het meerwaarde oplevert. Bovendien worden zorgverleners op de hoogte gehouden van de vorderingen binnen het project, zodat zichtbaar wordt waar we staan en wat er van hen verwacht wordt.

Beleving

De zorgverlener voelt zich betrokken bij het project en gewaardeerd om de bijdrage die hij/zij levert. Doordat de toekomstige voordelen voor de zorgverlener worden ingezien, is de zorgverlener gemotiveerd om digitale gegevensuitwisseling te **realiseren** en zijn of haar collega zorgverleners ook te **enthousiasmeren** over deze nieuwe werkwijze.

Wil je meer weten over de communicatiestrategie en het campagnemanagement voor deze doelgroep? Klik dan op de pijl.





Zorgverleners actief betrokken binnen het project

- Zij vormen als belangrijke **eindgebruikersgroep** de basis voor keuzes die gemaakt gaan worden. Zet hen ook in deze positie en geef in je communicatie voorbeelden waaruit dit blijkt.
- Informeer hen over belangrijke ontwikkelingen uit andere werkgroepen, de stuurgroep en landelijke ontwikkelingen. Bedenk of je losse communicatiemiddelen wilt inzetten om de personen die direct in je project betrokken zijn hierover te informeren.
- Discussieer en brainstorm met hen en gebruik deze uitkomsten in je communicatie.
- Maak zichtbaar wat je met elkaar al bereikt hebt. Soms voelt het nog erg ver weg, maak kleine stappen zichtbaar zodat men ook ziet dat er progressie wordt gemaakt.
- Kijk of je hen kan inzetten om de communicatie naar de achterban te verzorgen. Laat hen stukjes schrijven voor je nieuwsbrief, laat ze de voortgang van de werkgroep toelichten bij (regio)bijeenkomsten etc.

Zorgverleners in de geboortezorg, niet actief binnen het project betrokken

- Houd hen op de hoogte van de belangrijkste ontwikkelingen van het project. Overspoel hen niet met informatie en zorg dat voortgang concreet wordt gemaakt.
- Informeer hen over de voordelen die digitalisering hen en hun cliënten oplevert met het doel hen te enthousiasmeren voor deze nieuwe manier van werken.
- Maak duidelijke content, beeldend, met (praktijk)voorbeelden, benadruk de voordelen maar ben ook eerlijk over eventuele nadelen en uitdagingen in het project. Bij voorkeur wordt het verhaal verteld door **collega zorgverleners** (de ambassadeurs).
- Geef aan dat je ook hun input/feedback op prijs stelt en geef duidelijk weer wanneer en hoe je ook hen om input vraagt (Organiseer je een demo-avond voor viewers? Hoe en wanneer toets je ideeën van de werkgroep bij de achterban?)

Belangrijk: toets regelmatig hoe zorgverleners tegen het project en zijn toepasbaarheid en haalbaarheid kijken. Zorg dat je inzichtelijk hebt waar vragen of onzekerheden zitten en hoe groot de groep is die dit ervaart. Pas daar je communicatie op aan. Sceptici er tussen? Zie de tip!

Tip: Hoe om te gaan met zorgverleners die sceptisch zijn over (delen) van dit project?

- Geef ze de mogelijkheid hun zorgen of vragen te uiten en laat blijken dat je ze hebt gehoord (vragenuur met terugkoppeling nadien bijvoorbeeld).
- Laat de groep meedenken, zo zien ze dat ze zelf invloed hebben op het geheel. Dit kan bijvoorbeeld door ze uit te nodigen voor een regionale of landelijke eindgebruikersgroep.
- Informeer de groep over behaalde stappen/mijlpalen. Zorg dat de informatie op verschillende manieren bij ze komt, zodat zij op meerdere momenten en bij voorkeur via verschillende afzenders (andere zorgverleners, projectorganisatie, eventueel bestuurders) informatie krijgen.
- De content is gericht op wat het de zorgverlener (en de cliënt) oplevert om met de oplossing te gaan werken en het verhaal wordt bij voorkeur door een ambassadeur verteld.



Om een andere doelgroep te bekijken, klik hier



Communicatiedoelstellingen



Kennis

Cliënten zijn bekend met de mogelijkheden van **digitale gegevensuitwisseling** in de geboortezorg en met het werken met een **PGO** en weten welke voordelen dit oplevert voor hen.



Houding

Zij zijn **gemotiveerd en enthousiast** over deze manier van werken.



Gedrag

Ze maken gebruik van een PGO om **eigen gezondheidsgegevens** in te zien en toestemming te verlenen. Ook delen zij hun ervaringen met naasten.



“Communicatieboodschappen”

Boodschap

Voor en tijdens je zwangerschap en rond de geboorte van je baby kom je met verschillende zorgverleners in contact. Al deze zorgverleners verzamelen gegevens van jou en slaan deze veilig op voor andere zorgverleners die bij jouw zwangerschap/geboorte van jouw kind betrokken zijn.

Jij hebt **de regie** over jouw gegevens en bepaalt welke betrokken zorgverleners jouw gegevens mogen inzien. Zij krijgen hiermee inzicht in de gegevens die bij andere zorgverleners uit de geboortezorg zijn vastgelegd, waarmee zij zo goed mogelijk aansluitende zorg kunnen leveren. Iedereen beschikt dan over dezelfde gegevens en jij hoeft maar één keer je verhaal te doen.

Je kunt jouw medische gegevens daarnaast zelf veilig via je **Persoonlijke GezondheidsOmgeving (PGO)** ophalen bij de zorgverleners die bij je zwangerschap en de geboorte van je kind betrokken zijn.

Beleving

De cliënt weet dat ze **de beste zorg** krijgt, omdat haar gegevens veilig zijn opgeslagen en voor alle zorgverleners die bij haar zwangerschap/geboorte van haar kind betrokken zijn **inzichtelijk** zijn. Ze kan zelf haar gegevens inzien en heeft regie over deze gegevens. Ze kan eenvoudig via haar PGO regelen wie haar gegevens mag inzien.

Wil je meer weten over de communicatiestrategie en het campagnemanagement voor deze doelgroep? Klik dan op de pijl.





Clïent kennis laten maken met een PGO

Clïenten moeten geïnformeerd worden over de mogelijkheden van digitale gegevensuitwisseling in de geboortezorg, over het gemak van werken met een PGO en het belang hiervan voor hun gezondheid en die van hun kindje. Zij moeten op een laagdrempelige manier (content voor iedereen begrijpelijk) kennis kunnen maken met een PGO, zodat dit direct ontzorgt (gegevens makkelijk en veilig toegankelijk) en ze zich ondersteund voelen door het inzichtelijk hebben van gegevens. Deze communicatie zal **veelal landelijk** gebeuren (grote campagnes over PGO) dan wel via de lokale zorgverleners.

Informereren, enthousiasmeren en vertrouwen geven

Verloskundigen en andere zorgverleners/organisaties in de geboortezorg spelen hierbij een belangrijke rol. Zij kunnen optreden als ambassadeurs om hun cliënten te informeren, enthousiasmeren en vertrouwen te geven. Verder moeten de middelen elkaar versterken en/of zorgen voor herhaalmomenten van de boodschap. In deze middelen vertellen we de ervaringen van cliënten/ambassadeurs. We zijn daarbij positief kritisch. We vertellen eerlijke verhalen en managen verwachtingen over de mogelijkheden van de PGO. Zeker in de implementatiefase.

Negatieve ervaringen omzetten naar positieve ervaringen

Positieve **ervaringen van cliënten** met digitalisering van de geboortezorg dragen er aan bij dat andere cliënten hier ook gebruik van willen maken. Negatieve ervaringen moeten op de juiste plek terecht komen (via duidelijke communicatie), zodat er iets mee gedaan kan worden en de negatieve ervaring toch nog een positieve ervaring kan opleveren (waarover dan weer verteld wordt).



Benieuwd naar communicatiemiddelen die je kunt inzetten in de verschillende fases van jouw project? Klik op de pijl.



Om een andere doelgroep te bekijken, klik hier



Communicatiedoelstellingen



Kennis

Bestuurders en tactisch managers weten wat de inhoud en effecten van digitale gegevensuitwisseling in de geboortezorg zijn en kunnen de vertaling maken naar de effecten voor zijn/haar organisatie en medewerkers en de meerwaarde op kwaliteit van (netwerk)zorg.



Houding

Zij staan positief tegenover deze ontwikkeling en zien kansen voor nu en in de toekomst.



Gedrag

Ze maken zich hard binnen de organisatie om dit mede gerealiseerd te krijgen. Dit vraagt agendering van budget en capaciteit van IT-, zorg- en overige medewerkers.



“Communicatieboodschappen”

Boodschap

We zetten met het subsidieprogramma VIPP Babyconnect landelijk en regionaal stappen om digitale gegevensuitwisseling in de geboortezorg te realiseren. Momenteel worden gegevens van de zwangere, moeder en het kind door verschillende zorgverleners vastgelegd en op een versnipperde manier met elkaar uitgewisseld. Dit is inefficiënt en foutgevoelig. **De gegevens op elk moment in het zorgproces digitaal inzichtelijk maken voor alle betrokken zorgverleners én de cliënt levert grote voordelen op.**

Bewijs

We informeren je tijdig over **belangrijke mijlpalen en beslismomenten** binnen dit project, zodat jouw organisatie op een goede manier keuzes kan maken over de voortgang en inrichting van de digitale gegevensuitwisseling in de geboortezorg in de regio.

Beleving

Digitale gegevensuitwisseling in de geboortezorg sluit aan bij de visie van jouw organisatie en levert de organisatie grote voordelen op. Doordat de toekomstige voordelen worden ingezien is de bestuurder of manager gedreven om digitale gegevensuitwisseling te realiseren. Hij/zij is bereid dit onderwerp op de bestuurlijke agenda te plaatsen en personen binnen de organisatie te ondersteunen en enthousiasmeren om het binnen de organisatie te laten leven.



Wat levert digitale gegevensuitwisseling in de zorg op voor jouw organisatie?

- **Hogere kwaliteit van zorg:** op elk moment in het zorgproces, ook in acute situaties, zijn alle relevante gegevens inzichtelijk zijn voor de betrokken zorgverlener. Daarnaast is digitale gegevensuitwisseling minder foutgevoelig.
- **Tijdsbesparing:** doordat gegevens niet hoeven te worden overgenomen vanuit verwijsbrieven en geen tijd gestoken hoeft te worden in overdrachtsbrieven en onderling contact om informatie te achterhalen.
- Een extra impuls voor **geboortezorg als netwerkzorg:** door de digitale gegevensuitwisseling is inzichtelijk welke zorgverleners betrokken zijn rond de cliënt en wat ieders bijdrage in het geheel is.
- **Meer betrokkenheid van en regie bij de cliënt:** door inzage in eigen gegevens heeft de cliënt meer zicht op haar zorgproces.
- **Tevredener cliënten:** ergernis als de cliënt haar verhaal opnieuw moet vertellen of angst dat essentiële informatie niet beschikbaar is zal verminderen wanneer de digitale gegevensuitwisseling is gerealiseerd.





Communicatiestrategie en campagnemanagement

Bestuurders/ managers zorgorganisaties



Bestuurders/managers vanuit betrokken organisaties binnen het project

- Vertel hen wat de mogelijkheden zijn van digitalisering in de geboortezorg en vooral wat het de **organisatie oplevert** om op deze manier te gaan werken, zodat zij zich actief willen inzetten om dit mogelijk te maken binnen hun eigen organisatie en daarbuiten (voor de regio).
- Content is zakelijk en onderbouwd met cijfers, maar is persoonlijk van toon.
- Ze worden ingezet als ambassadeur om collega's, zorgverleners en IT'ers te motiveren en ondersteunen om digitale gegevensuitwisseling te realiseren binnen de organisatie.

Bestuurders VSV/IGO

- Bestuurders van het VSV zijn veelal zelf zorgverlener of manager/bestuurder van een van de participerende zorgorganisaties. Vanuit hun rol als bestuurder VSV/IGO hebben zij een andere communicatiebehoefte dan wanneer je hen aanspreekt vanuit hun organisatie of beroepsgroep.
- Zorg dat het VSV-bestuur jou als projectleider weet te vinden bij vragen of wensen.
- Informeer het bestuur van het VSV **welke rol je voor het VSV en het bestuur** van het VSV in je projectorganisatie ziet.



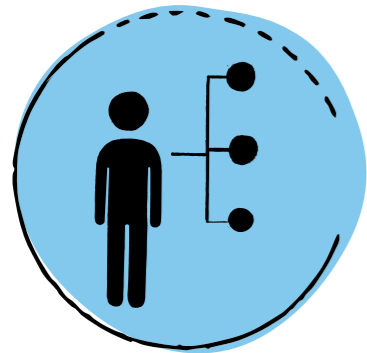
Benieuwd naar communicatiemiddelen die je kunt inzetten in de verschillende fases van jouw project? Klik op de pijl.



Middelenmatrix



Communicatie naar de doelgroepen vindt op verschillende manieren plaats, afhankelijk van de fase in het project. Klik op een van de onderstaande fases om te lezen hoe je de communicatie naar de verschillende doelgroepen kunt aanpakken in die fase.



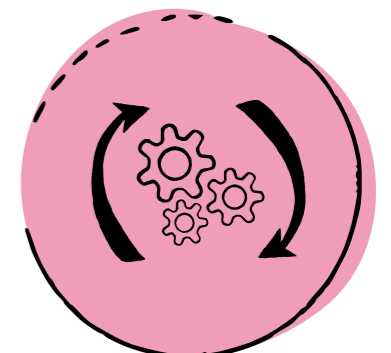
Inventariseren

Inventariseer wie er in jouw partnerschap zit, leer je regio en de stakeholders kennen



Uitvoeren

Ga implementeren, pak het stap voor stap aan en laat zorg en techniek samenwerken.



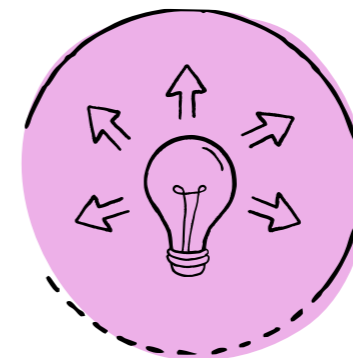
(Her)inrichten

Laat het regionaal partnerschap verder groeien, vraag aanvullende subsidie aan en richt je projectorganisatie in.



Plannen

Ga aan de slag met de techniek, met de zorgverleners en de (beheer)organisatie. Maak heldere plannen met een planning.



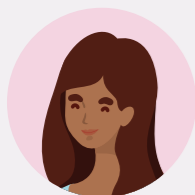
Borgen

Borg het project voor na de projectperiode, duurzaam en blijf innoveren! Vergeet hierbij je eindgebruikers niet, zij zijn in the lead.

Fase (Her)inrichten



'Laat het regionaal partnerschap verder groeien, vraag aanvullende subsidie aan en richt je projectorganisatie in.' Hieronder lees je per doelgroep hoe communicatie in deze fase van het project een rol speelt. Klik op de buttons om inspiratie op te doen via communicatiemiddelen van andere regio's. Voor praktijkvoorbeelden uit deze fase klik op de knop "**Praktijkvoorbeelden**" onderaan de pagina.



Cliënt

Je kunt een kleine groep cliënten benaderen om onderdeel te worden van de projectinrichting, danwel bij landelijke eindgebruikersgroepen. Via verloskundigen/gynaecologen/kraamzorg, moederraden, landelijke organisaties en eindgebruikersgroepen kun je cliënten benaderen om mee te denken in het project en om **de stem van de cliënt** te laten horen.

Voorbeeld middelen

- Digitale uitnodiging / flyer
- Informatiebijeenkomst



Zorgverleners geboortezorg

In deze fase **informeer, enthousiasmeer en activeer** je zorgverleners voor deelname:

- Je informeert (nieuwe) zorgverleners over het subsidieprogramma VIPP Babyconnect.
- Je benadert (nieuwe) zorgverleners die nog niet bij een regionaal partnerschap aangesloten zijn voor deelname (deadline maart 2023).
- Samen met de projectleiding wordt de projectinrichting bepaald en bekeken hoe zorgverleners een centrale plek krijgen in de projectorganisatie.

Voorbeeld middelen

- Algemene informatieset Babyconnect regio
- Website Babyconnect of regionaal partnerschap
- Informatiebijeenkomsten voor geïnteresseerden
- Toelichting tijdens VSV overleggen
- Bijeenkomst met kartrekkers om projectorganisatie in te richten



Bestuurders/ managers zorgorganisaties

Bestuurders en managers van de deelnemende zorgorganisaties dienen geïnformeerd te zijn over de subsidieregeling, de duur en gestelde eisen. Haal verwachtingen naar boven en bespreek ze. **Word zichtbaar voor de organisaties.**

Voorbeeld middelen

- Informatiebijeenkomst
- Vragenuur
- Een op een gesprekken

Praktijkvoorbeelden



Fase Inventariseren



Inventariseer wie er in jouw partnerschap zit, leer je regio en de stakeholders kennen. Hieronder lees je per doelgroep hoe communicatie in deze fase van het project een rol speelt. Klik op de buttons om inspiratie op te doen via communicatiemiddelen van andere regio's. Voor praktijkvoorbeelden uit deze fase klik op de knop "**Praktijkvoorbeelden**" onderaan de pagina.



Cliënt

Bekijk waar **de wensen en behoeften** van de cliënten liggen op het gebied van onder andere PGO, informeren over digitale gegevensuitwisseling tussen zorgverleners en toestemming verlening. Neem de wensen en ideeën mee in je plannen en uitvoering. Deze inventarisatie vindt gedeeltelijk plaats in de landelijke eindgebruikersgroepen, specifieke vragen kunnen regionaal gesteld worden.

Voorbeeld middelen

- Brainstormsessie
- Landelijke eindgebruikersgroep sessies
- Beschikbare informatie vanuit PGO on Air



Zorgverleners geboortezorg

Werk in deze fase aan vertrouwen onderling en bewustzijn voor digitale gegevensuitwisseling:

- Leer jouw regionaal partnerschap (en de regio) kennen.
- Maak met een kleine groep zorgverleners een **inventarisatie van stakeholders, kennis, behoeften en dergelijke binnen de regio**.
- Inventariseer hoe **huidige communicatiestromen** zijn ingericht en hoe je deze kan hergebruiken (hoe communiceert het VSV met zijn leden?). Maak heldere afspraken met je stuurgroep en werkgroepen **wie op welk moment wat communiceert** naar wie. Maak ook een plan hoe je kunt toetsen of informatie aankomt bij de juiste doelgroep. Laat je werkgroep Zorg dit toetsen bij de achterban of toets zelf eens tijdens algemene regiobijeenkomsten.

Voorbeeld middelen

- Stakeholdersanalyse
- Behoeftetepeiling middels enquête, bijeenkomst met mentimeter, planningssessie
- Werkbezoeken / aansluiting VSV overleg
- Maak een overzicht met communicatielijnen



Bestuurders/ managers zorgorganisaties

Bestuurders dienen vanaf de start inventarisatie goed op de hoogte te zijn en meegenomen te worden in **het belang van digitale gegevensuitwisseling** in de geboortezorg voor hun organisatie. Wat betekent het, wat gaat het ze opleveren en wat vraagt dat van hen? Informeer hen en neem hen mee zodat het project bestuurlijk gedragen gaat worden.

Voorbeeld middelen

- Factsheet / memo



Praktijkvoorbeelden



Fase Plannen



Ga aan de slag met de techniek, met de zorgverleners en de (beheer)organisatie. Maak heldere plannen met een planning. Hieronder lees je per doelgroep hoe communicatie in deze fase van het project een rol speelt. Klik op de buttons om inspiratie op te doen via communicatiemiddelen van andere regio's. Voor praktijkvoorbeelden uit deze fase klik op de knop "**Praktijkvoorbeelden**" onderaan de pagina.



Cliënt

Cliënten worden betrokken bij het maken van de uitvoeringsplannen. De communicatie hierover verloopt aan **de kleine groep cliënten** die betrokken wordt bij het project.

Voorbeeld middelen

- Nieuwsbrief
- Brainstormsessie



Zorgverleners geboortezorg

- Zorgverleners zijn in werkgroepen betrokken bij het maken van deze uitvoeringsplannen. De communicatie richting deze werkgroepen zal **intensief** verlopen.
- Aan de overige zorgverleners verschaft je regelmatig informatie over de voortgang en de behaalde (tussentijdse) resultaten. Zo ziet iedereen wat er **concreet** gebeurt.
- Zorg dat zorgverleners die niet in een werkgroep zitten hun vragen en zorgen kunnen uiten. Maak afspraken hoe de achterban input kan geven op de onderwerpen van de werkgroep.
- Zorg dat de afgesproken communicatielijnen naar de achterban, zowel vanuit de werkgroep als stuurgroep, gehandhaafd worden. **Toets** dit regelmatig en ondersteun waar nodig.

Voorbeeld middelen

- Informatiebijeenkomsten
- Vragenuurtjes
- Regionale nieuwsbrief
- Voortgangsmemo



Bestuurders/ managers zorgorganisaties

Geef tijdig bij bestuurders en managers aan welke plannen er zijn gemaakt om dit te realiseren, zodat zij hierin keuzes voor en binnen de organisatie in kunnen maken. Communiceer duidelijke **Go / No go momenten** en geef tijdig aan welke inzet van hen en hun medewerkers verwacht wordt zodat dit mee kan worden genomen in jaarplanningen en begrotingen.

Voorbeeld middelen

- Factsheet / memo
- Stuurgroep terugkoppelingen
- Informatietafel (ziekenhuizen)



Praktijkvoorbeelden



Fase Uitvoeren



Ga implementeren, pak het stap voor stap aan en laat zorg en techniek samenwerken. Klik tevens op de buttons om inspiratie op te doen vanuit ontwikkelde communicatiemiddelen uit andere regio's. Klik op de buttons om inspiratie op te doen via communicatiemiddelen van andere regio's. Voor praktijkvoorbeelden uit deze fase klik op de knop **"Praktijkvoorbeelden"** onderaan de pagina.



Cliënt

In deze fase is de communicatie gericht op cliënten laten weten dat zorgverleners digitaal gegevens kunnen inzien en we geven uitleg over wat zij kunnen verwachten van **het gebruik van een PGO**. Het moet duidelijk zijn dat beide oplossingen (viewer en PGO) nog in de kinderschoenen staat en dat misschien nog niet alle functionaliteiten optimaal werken. Ook moet helder zijn waar cliënten terecht kunnen met vragen/opmerkingen.

Voorbeeld middelen

- Toolkit cliënteninformatie (voor zorgverleners)
- Social media
- Persberichten



Zorgverleners geboortezorg

Communicatie is in deze fase initieel gericht op de kleine groep waarmee **de eerste pilot** gaat plaatsvinden. Na een **succesvolle proefimplementatie** wordt dit gecommuniceerd met andere zorgverleners en dienen zij geïnformeerd en betrokken te worden over verdere uitrol/opschaling. Hierin is duidelijke communicatie nodig over wat er van hen wordt verwacht, informatie die zij ook aan cliënten kunnen verschaffen en waar ze bij vragen terecht kunnen. Communicatie met zorgverleners die (net) live gaan zal zeer intensief moeten verlopen.

Voorbeeld middelen

- Toolkit met informatie over viewer
- Toolkit cliënteninformatie (informereren over digitale gegevensuitwisseling zorgverleners en uitwisseling met PGO)
- Informatiebijeenkomsten en training
- Aansluiten bij VSV overleg
- Vragenuurtjes / inloopsessies
- Social Media berichten (ook die zorgorganisaties kunnen gebruiken voor eigen externe communicatie)



Bestuurders/ managers zorgorganisaties

Communicatie zal gericht zijn op **aankondiging van implementatie** en delen van **gerealiseerde implementaties**. Men dient geïnformeerd te worden over het plan van verdere opschaling.

Voorbeeld middelen

- Factsheet implementatieplan



Praktijkvoorbeelden



Fase Borgen



Borg het project voor na de projectperiode, duurzaam en blijf innoveren! Vergeet hierbij je eindgebruikers niet, zij zijn in the lead. Hieronder lees je per doelgroep hoe communicatie in deze fase van het project een rol speelt. Klik op de buttons om inspiratie op te doen via communicatiemiddelen van andere regio's. Voor praktijkvoorbeelden uit deze fase klik op de knop "**Praktijkvoorbeelden**" onderaan de pagina.



Cliënt

Verdere opschaling en bredere bekendheid moeten worden gecreëerd. Communicatie naar de cliënt zal in de regio veelal geborgd worden bij zorgverleners. Grote campagnes gericht op zwangere vrouwen moeten landelijk opgepakt worden door externe organisaties die zich hierop richten (neem bijv. PGO.nl)

Voorbeeld middelen

- Toolkit cliënteninformatie
- Social Media berichten
- Persberichten
- Persoonlijk contact via zorgverlener, moederraad



Zorgverleners geboortezorg

Na de implementatiefase zal opschaling en **bredere bekendheid** moeten worden gecreëerd. Communicatie naar de cliënt zal in de regio veelal geborgd worden bij zorgverleners. Zij moeten hiervoor de juiste informatie hebben en blijven ontvangen en hierin regelmatig voorgelicht worden. Er zal een **beheersorganisatie** moeten worden ingericht. Er moet duidelijk worden gecommuniceerd hoe dit er uit zal zien en wie daarin welke rol heeft. Geef ook duidelijk aan zorgverleners aan waar ze terecht kunnen bij problemen, vragen en ontwikkelwensen voor de toekomst.

Voorbeeld middelen

- Toolkit met informatie over viewer
- Toolkit cliënteninformatie (informereren over digitale gegevensuitwisseling zorgverleners en uitwisseling met PGO)
- Informatiebijeenkomsten en training
- Aansluiten bij VSV overleg
- Vragenuurtjes / inloopsessies
- Social Media berichten (ook die zorgorganisaties kunnen gebruiken voor eigen externe communicatie)



Bestuurders/ managers zorgorganisaties

Bestuurder en managers moeten tijdig worden betrokken en geïnformeerd en in de mogelijkheid zijn vragen te stellen over de manier waarop **digitale gegevensuitwisseling in de geboortezorg regionaal geborgd** gaat worden. Welke afspraken worden hierover gemaakt, met wie, en wat gaat dit kosten? Hoe wordt het geborgd in de organisatie? Het is van belang om, vanuit de wens van de eindgebruiker, het onderwerp digitale gegevensuitwisseling in de geboortezorg, ook na afronding van dit subsidietraject te laten voortbestaan.

Voorbeeld middelen

- Interactieve bijeenkomst
- Factsheet / memo wanneer borging ingericht is
- Stuurgroep terugkoppelingen



Praktijkvoorbeelden