

Data en investering

Actuele data en meer informatie over onze Masterclass kunt u vinden op onze website www.alsemstrategie.nl

Incompany

Alsem Strategie biedt de Masterclass ook "incompany" aan. Dit is met name zinvol als u verschillende personen in uw organisatie heeft die tezamen behoefte hebben aan een verdieping in zorgmarketing. Voordeel is dat we tijdens het incompany traject gezamenlijk tot concrete merk- en marketingbeslissingen komen en een breed draagvlak creëren.

Informatie en aanmelden

Voor meer informatie kunt u bellen met Alsem Strategie op telefoonnummer 050 - 535 22 44 of mailen naar info@alsemstrategie.nl. Aanmelden kan ook via onze website www.alsemstrategie.nl

Programma

Dag 1: Strategische Zorgmarketing en Innovatie

09.30 Ontvangst en opening Masterclass

10.00 Kern van (zorg)marketing en SWOT aanpak voor de zorg

13.00 Klantgerichte innovatie

15.00 Interactieve sessie met de deelnemers

18.00 Diner en overnachting

Dag 2: De zorgklant en klantgerichtheid

09.00 Positionering, merkbeleid en reputatiemanagement in de zorg

13.00 Identiteit en zorgsturing

15.00 Reflectie en eigen implementatie

16.30 Einde module 1

Tussen dag 2 en dag 3 werken de deelnemers aan een aanzet tot een strategisch marketing- en merkplan voor de eigen zorgorganisatie

Dag 3: Merkbeleid en strategische keuzes

09.30 Presentaties en evaluaties marketingplannen deelnemers (het maken van strategische keuzes)

16.00 Management- en implementatiedilemma's in de zorg

18.00 Diner en overnachting

Dag 4: Communicatie in de zorg

09.00 Implementatie van zorgmarketing

11.00 Campagneontwikkeling voor de zorg

14.00 Interactieve sessie en voorbereiding op implementatie

16.30 Einde module 2

Na dag 4 werken de deelnemers aan de uitwerking van het strategisch marketingplan

Dag 5: Implementatie van zorgmarketing

Op deze slotdag bespreken de deelnemers en de docenten op welke wijze het strategisch marketingplan succesvol kan worden geïmplementeerd. De kleinschaligheid van de groep garandeert voldoende persoonlijke aandacht.

ZorgfocuZ

Het incompany adviestraject kan ook aangevuld worden met diepgaand, kwalitatief onderzoek naar de voorkeuren en meningen van uw stakeholders, zoals patiënten, verwijzers en verzekeraars. Deze 'klantinformatie' is een belangrijke basis voor merkbeslissingen voor uw organisatie. Dit unieke combinatie traject bieden wij aan onder de naam ZorgfocuZ, samen met marktonderzoekbureau Enneüs. Voor meer informatie kijk op www.zorgfocuz.nl



ACTUELE INZICHTEN VERTAALD NAAR
DE ZORGPRAKTIJK EN UW EIGEN INSTELLING
INTERACTIEVE MEERDAGSE MASTERCLASS
MARKETING EN **BRANDING** IN DE ZORG
KLEINSCHALIG EN PRAKTIJKGERICHT

MASTERCLASS

STRATEGISCHE ZORGMARKETING

De vitaminepil voor uw zorgorganisatie!

In een vijfdaagse Masterclass Strategische Zorgmarketing wordt u vanuit de marketingtheorie meegenomen naar uw eigen zorgorganisatie. Uniek is de brug die geslagen wordt tussen de laatste theoretische kennis naar uw eigen toepassing in de praktijk. Een combinatie van topsprekers uit de marketing en de zorg garanderen een uitgebalanceerd en zeer interactief programma.

Waarom een masterclass zorgmarketing?

U weet als geen ander dat de zorgsector wordt geconfronteerd met meer veranderingen dan welke andere sector dan ook. Toenemende vraag, marktwerking, schaalvergroting: ontwikkelingen die u noodzakelijk maken om te weten wat u biedt en wat uw toegevoegde waarde is. Zowel richting cliënten maar ook naar andere stakeholders zoals verzekeraars en uw eigen mensen. En ook op de arbeidsmarkt is een goed imago belangrijk om werknemers aan te trekken. Onderwerpen als marktstrategie, positionering, dienstenkwaliteit, merkbeleid en marketingcommunicatie worden in toenemende mate voor u van belang. Maar wel binnen de grenzen die zorgmarkten met zich meebrengen.

Wat houdt de masterclass in?

De essentie is dat wordt gestart met algemene fundamentele marketingprincipes die toepasbaar zijn in de zorg. Daarna wordt in een aantal stappen "afgedaald" naar het toepassen van marketing in de eigen zorgpraktijk van de deelnemers. Deelnemers presenteren eigen ideeën waarover wordt gediscussieerd. Daarnaast is er aandacht voor de implementatie van de verworven (innovatieve) inzichten in de beleidskaders van de organisatie. Met andere woorden hoe krijgen we de organisatie mee? Door de unieke individuele aanpak van deze Masterclass bent u na afloop gegarandeerd in staat concrete stappen te ondernemen.

Wat levert de masterclass u op?

De masterclass is bestemd voor directieleden, bestuursleden, managers en adviseurs in de zorg en bestaat uit drie modules van tweemaal twee dagen en een slotdag. U wordt geïnspireerd door de topdocenten en door de interactie met andere deelnemers. Na afloop bent u op de hoogte van de mogelijkheden en uitdagingen van zorgmarketing en bent u in staat marketing in uw eigen organisatie inhoud en aansturing te geven.

Remy van Waterschoot, marketingmanager GGZ Noord Holland Noord
"De opzet van de masterclass was uitstekend: organisatie, inhoud, sprekers. Niets aan veranderen."

Tom de Voijs, marketingspecialist Stichting Groenhuysen
"Een goede en leuke sfeer binnen de groep en docenten. Daardoor is veel bespreekbaar en wordt er ook veel besproken."

Debra Brouwn, beleidsmedewerker Zorggroep Eerste Lijn
"Leerzaam en inspirerend. Goede afwisseling tussen theorie en praktijk."



Strategische Zorgmarketing

- In discussie met topdocenten, managers uit de zorgpraktijk, collega's en marketingexperts
- Theorie en toepassing van de theorie in de praktijk
- Implementatie in de beleidskaders van de organisatie
- Alle deelnemers krijgen op de eerste dag het standaardwerk 'Strategische Marketingplanning'
- Na afloop ontvangen deelnemers op feestelijke wijze een certificaat
- Goed bereikbare, hoogwaardige en mooi gelegen locatie
- Kleine groep zodat voldoende aandacht voor individuele inbreng en vragen gewaarborgd blijft
- Interactiviteit



Kerndocenten



Dr. Karel Jan Alsem
Directeur Alsem Strategie, merkexpert aan de Rijksuniversiteit Groningen, (kern)docent bij de Academie voor Management en auteur van standaardwerk 'Strategische Marketingplanning' (Noordhoff, 5e editie) en '12 Merken, 13 Ongelukken' (2010). Alsem Strategie is gespecialiseerd in zorgbranding en heeft diverse zorgorganisaties geholpen met merkstrategische keuzes. Alsem heeft een scherp analytisch vermogen voor praktijksituaties en is een inspirerend docent.



Dhr. Kees Verheijke
Kees werkt tegenwoordig als onderzoeker en adviseur bij MediQuest. MediQuest verzamelt informatie over alle zorgaanbieders in Nederland. Het kan hierbij gaan om benchmarks tussen zorgaanbieders, informatie voor zorgverzekeraars en keuze informatie voor patiëntenorganisaties. In dit kader doet Kees veel onderzoek naar de prestatie van organisaties en effecten op hun marktpositie en reputatie. In de rol van tweede kerndocent zal Kees vooral de vertaalslag maken naar de huidige zorgpraktijk met illustraties van actuele cases.

Docenten



Dhr. Frans Bierens
Als manager strategische marketing bij de Isala klinieken ondersteunt Frans Bierens de Raad van Bestuur in de besluitvorming over onderwerpen die te maken hebben met de relatie van het ziekenhuis met zijn omgeving. Hij adviseert op onderwerpen die te maken hebben met de relatie tussen het ziekenhuis en zijn belangrijkste stakeholders: patiënten, huisartsen en andere ziekenhuizen. Verder regisseert hij het proces van onderhandeling met verzekeraars. Het afgelopen jaar is Frans Bierens betrokken geweest met het herontwerpen van de missie en visie van het ziekenhuis.



Drs. Eelco Damen
Damen is voorzitter van de raad van bestuur van Cordaan (ouderenzorg, gehandicaptenzorg en geestelijke gezondheidszorg) in Amsterdam. Damen is onderscheiden als Zorgmanager van het Jaar en heeft daarvoor begin 2007 de prestigieuze ZorgVisie Excellence Trofee ontvangen uit handen van minister Hans Hoogervorst van Volksgezondheid.



Dhr. Floris Hurts
Floris Hurts is marketing- en innovatiespecialist op het gebied van dienstverlening en oprichter/eigenaar van HDNM dienst- en merkontwikkeling bv in Haarlem. Hij adviseert en coacht management van dienstverlenende bedrijven bij het formuleren van een nieuwe kijk op de (on-)uitgesproken behoeften van hun klanten. Dat uit zich in sterkere klantvoorkeur en interne betrokkenheid, lagere verborgen kosten en betere resultaten. Deze benadering is succesvol toegepast bij tientallen dienstenorganisaties in onder meer de gezondheidszorg.



Ir. Jon Schaefer
Als directeur van MediQuest, onafhankelijk onderzoeksbureau dat zich richt op het vergroten van het inzicht in de zorg voor zorgaanbieders, zorgverzekeraars en zorgconsumenten, wordt Jon veel geconfronteerd met marktfragen van partijen in de zorg. Reputatiemanagement en positionering zijn onderwerpen die zorgaanbieders steeds meer bezig houden. Hij wordt veel betrokken bij deze vraagstukken bij zowel zorgaanbieders als bij zorgverkoop / zorginkoop en bij het realiseren van transparantie in de zorg.



Drs. Rafaël Redczus
Als eigenaar van reclamebureau N8w8 maakt Rafaël Redczus helder hoe de toegevoegde waarde van organisaties gecommuniceerd kan worden. Hij was een van de jongste ondernemers van Nederland en ontwikkelde al 15 jaar reclameconcepten voor bedrijven in binnen- en buitenland. Onlangs heeft hij de herlancering van zorgaanbieder Promens Care begeleid met een opvallende invulling als uitkomst. De vele actuele en concrete voorbeelden geven u direct handvatten voor uw eigen marketing- en communicatievraagstukken.



Organisatie

Alsem Strategie

Alsem Strategie is een bureau voor strategische marketingopleidingen en merkconsultancy. Onze missie is om academische marketingkennis toegankelijk te maken, te verbeteren en toe te passen voor de marketingpraktijk. Alsem Strategie beschikt over uitgebreide netwerken in de wetenschap, de reclamewereld, marktonderzoek en topmanagers in verschillende branches zoals zorg, sport en overheid.