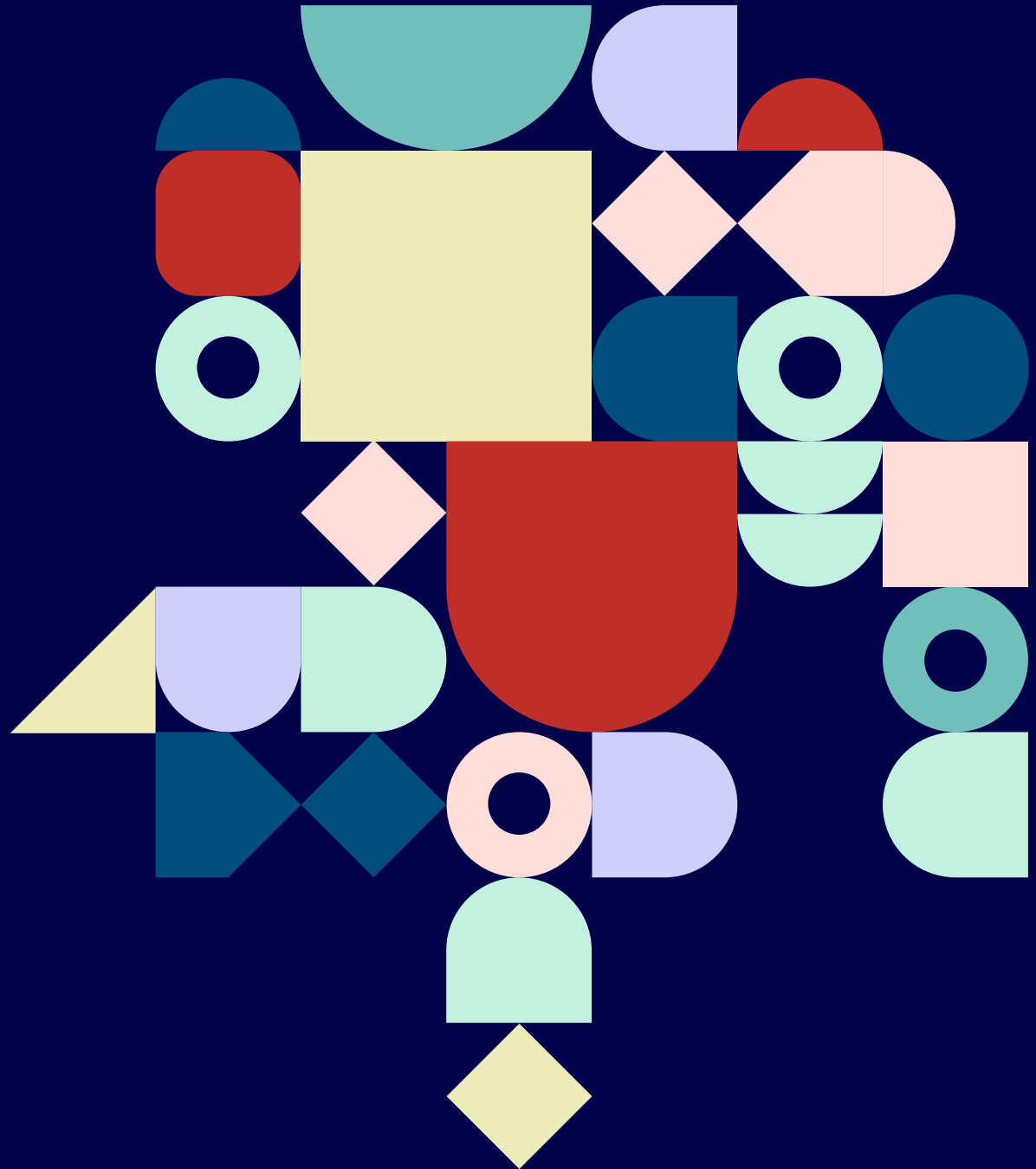


FITZ

ZORG

Marketing en zorgbemiddeling

8 & 9 oktober 2025



Advies & projecten

Adviseur

- Strategisch, tactisch en operationeel advies
- Procesoptimalisatie
- Positionering afdeling
- Pakketselectie systemen

Projectleider en Projectmedewerker

- Aanvragen (her)indicaties
- Implementatie systemen
- Data en management informatie
- Implementatie procesoptimalisaties
- Implementatie strategisch, tactisch en operationele adviezen.

Tijdelijke inzet

- Medewerker frontoffice
- Administratief ondersteunend zorgbemiddelaar
- Zorgbemiddelaar
- Adviseur zorgbemiddelaar
- Coördinator/Teamleider
- Manager

Opleiding & ontwikkeling

Praktijkopleiding Zorgbemiddeling

- 5-daagse praktijkopleiding
 - Open inschrijving
 - Incompany
- Praktijkopleiding voor de ervaren zorgbemiddelaar
- Maatwerk praktijkopleidingen
 - 2-daagse praktijkopleiding GGZ
 - 3-daagse praktijkopleiding Regionaal Coördinatiepunt
 - Webinar ANW kortdurende zorg
 - 1-daagse praktijkopleiding samenwerking zorgadministratie en zorgbemiddeling

Dynamiek+

- Team ontwikkeling
- Persoonlijke ontwikkeling
- Verandertrajecten & (systeem) implementaties
- Opleidingen

Netwerk & kennisdeling

- Ronde tafel
- Hét event voor zorgbemiddelend Nederland
- Kennisdocumenten
- Nieuwsbrief

Workshops

- Positionering en uitdagingen
- Lege bedden problematiek
- Klantreis
- Data, ChatGPT en robotisering
- Regionale samenwerking
- Maatwerk workshop

Wij werken voor & samen met o.a.

VVT

Gehandicaptenzorg

GGZ & Jeugdzorg

Zorgkantoor

In gesprek met managers Zorgbemiddeling

■ FITZ Zorg(t) Event ■

*Wat is marketing in de zorg, en welke rol speelt
zorgbemiddeling daarin?*



Kitty Oerbekke

Zorgbemiddelings-
specialist



Ine Paridaans

Marketingexpert

Inhoud

- Wat is marketing
- Zorg en marketing
- Zorgbemiddeling en marketing

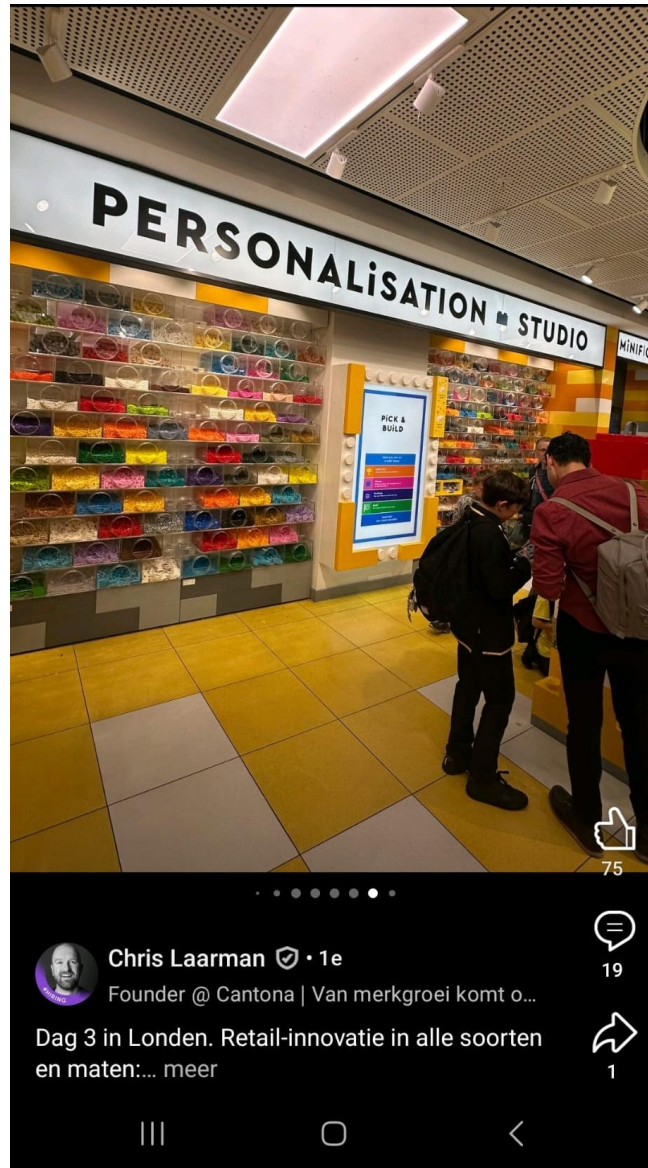
Wat is marketing?

Marketing vertegenwoordigt de klant en andere externe doelgroepen in een organisatie. Marketing zorgt ervoor dat er **waarde gecreëerd wordt** voor deze klanten/doelgroepen én voor de organisatie.

Marketing heeft daarmee bedrijf brede **invloed en impact** op:

- Product
- Prijs
- Plaats
- Promotie
- Personeel (in de dienstverlening)
- Innovatie

- Personaliseren
- Aansluiten bij doelgroep en trends





Chris Laarman • 1e

Founder @ Cantona | Van merkgroei komt o...

Dag 3 in Londen. Retail-innovatie in alle soorten en maten:... meer



Chris Laarman • 1e

Founder @ Cantona | Van merkgroei komt o...

Dag 3 in Londen. Retail-innovatie in alle soc en maten:... meer



Chris Laarman • 1e

Founder @ Cantona | Van merkgroei komt o...

Dag 3 in Londen. Retail-innovatie in alle soorten en maten:... meer



Chris Laarman • 1e

Founder @ Cantona | Van merkgroei komt o...

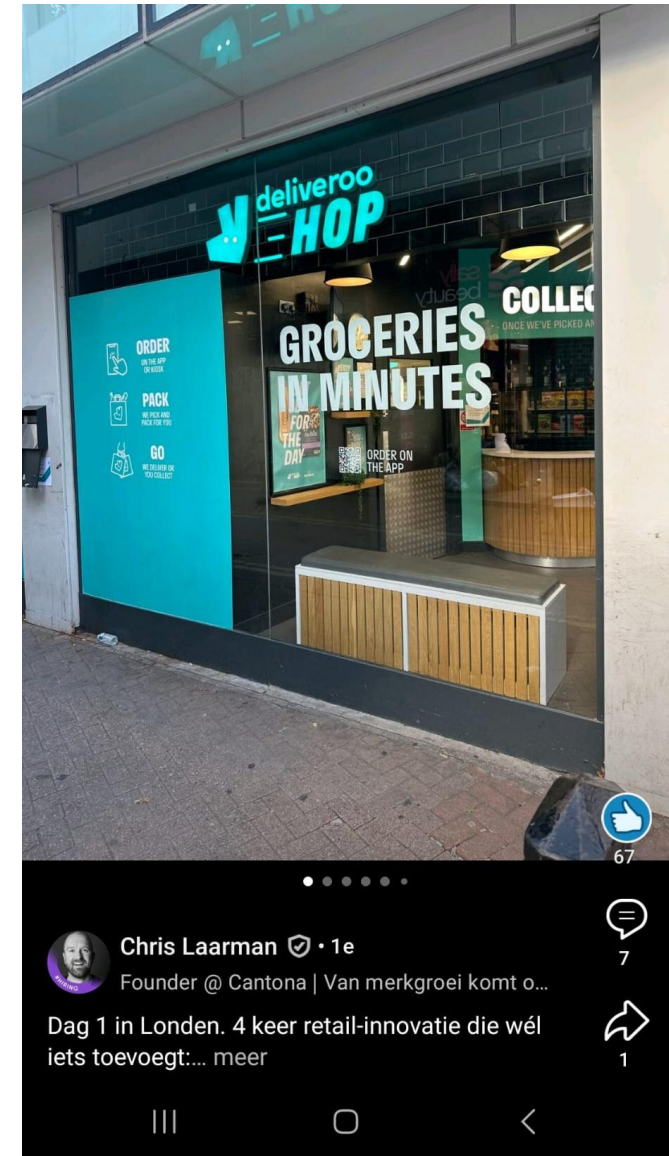
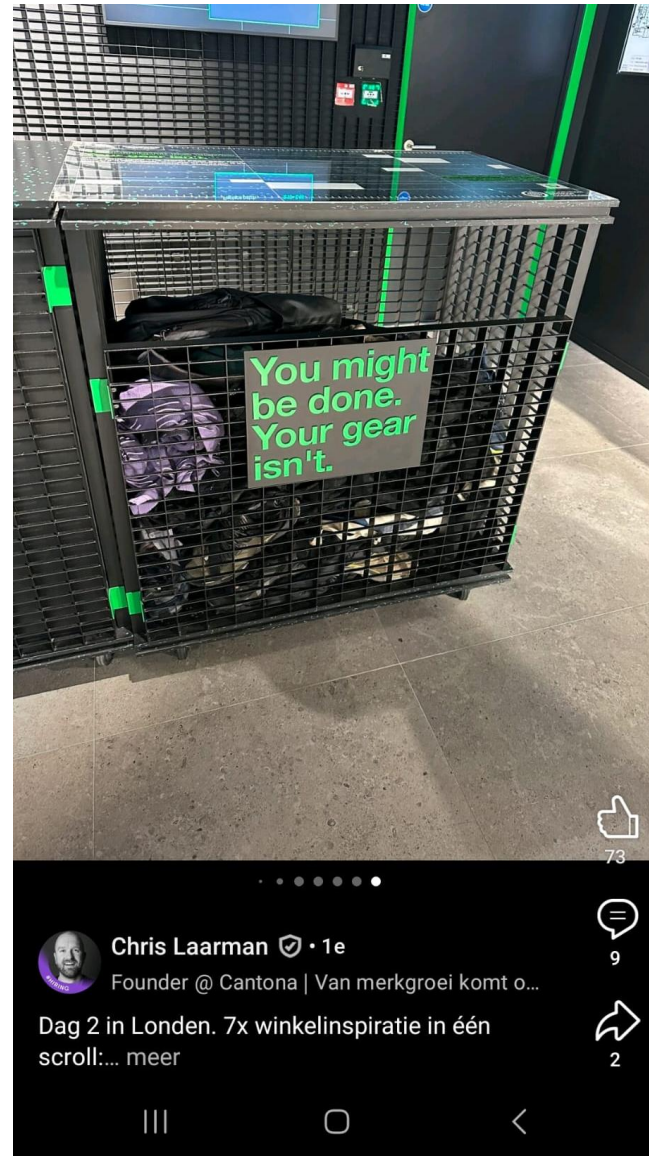
Dag 3 in Londen. Retail-innovatie in alle soorten en maten:... meer



- Community
- Beleving
- Combineren van diensten

FITZ

- Duurzaamheid
- Snelheid en gemak
- Online en Offline gecombineerd



Zorg en marketing

Focus marketing en communicatie bij veel zorgorganisaties op;

- Interne communicatie
- Arbeidsmarkt communicatie

Toekomst; een category manager in de zorg

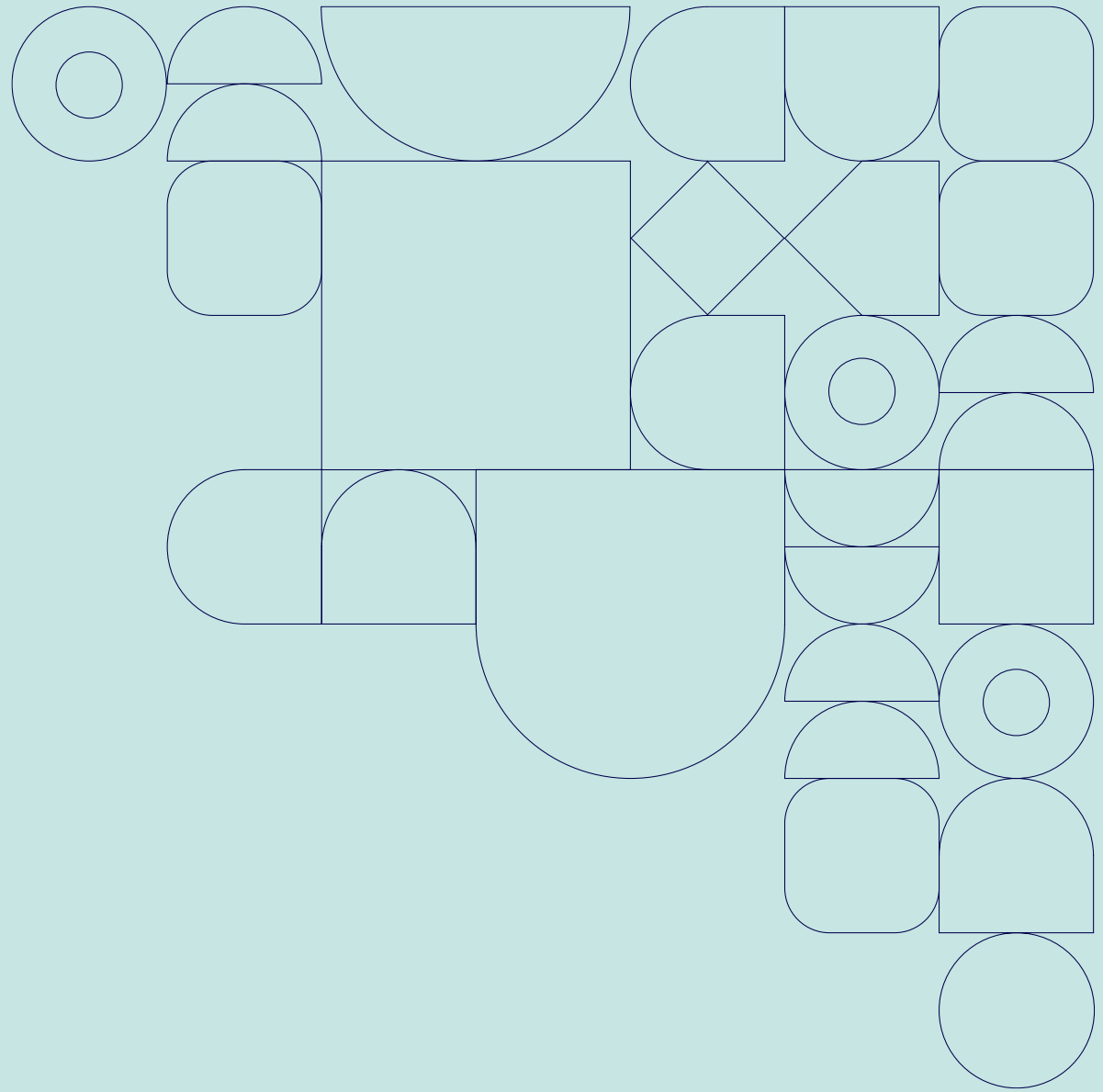
Wat is marketing in de zorg?

Marketing vertegenwoordigt de klant en andere externe doelgroepen in een organisatie. Doel van marketing: *waarde leveren aan klanten en duurzame bedrijfsvoering voor de organisatie.*

- **Product:** Wat is het aanbod producten en diensten? Denk aan wonen, dagbesteding, e-health, preventie, behandeling etc. Kwaliteit is van groot belang.
- **Prijs:** Financiering grotendeels door wet- en regelgeving bepaald (schotten), daarnaast particuliere mogelijkheden. Positionering en onderscheidend vermogen t.o.v. andere organisaties / samenwerkingspartners essentieel. Waar zijn we van én waar zijn we niet van.
- **Plaats/Distributie:** Wat biedt je fysiek en/of digitaal aan?
- **Promotie:** Alle communicatie om product of dienst te promoten. Denk aan PR, social media en reclame.
- **Innovatie:** Schakelen op veranderende zorgvraag / medewerkerstekort.
 - Sociale innovatie (netwerk betrekken)
 - Technologische innovatie
- **Personeel:** Arbeidsmarkt vraagstuk belangrijk

Essentieel: Geluid van buiten naar binnen brengen!

Zorgbemiddeling en marketing



FITZ

Klantgeluid van buiten naar binnen

- De wensen van klanten signaleren en naar binnen halen. Dat betekent;
 - lezen (wat is er al bekend),
 - (door)vragen,
 - luisteren,
 - vastleggen en
 - (op)volgen van de klantvraag.
- Voor het vastleggen: Steeds vaker een **CRM naast het ECD**. **Tip:** Ken jij het naslagwerk “Systemen en Zorgbemiddeling” van FITZ al? In dit document staat een overzicht van de door zorgbemiddeling gebruikte ‘CRM’ systemen.
- Signalen over locaties, teams, organisatie van externen oppikken, om daar vervolgens met de locaties, teams en organisatie actie op ondernemen. Denk aan signalen over kwaliteit van zorg. Het gaat om zowel de positieve als negatieve signalen. Bijvoorbeeld waarom willen cliënten juist wel/niet ‘wonen’ op specifieke locaties. En heb je als organisatie vervolgens data beschikbaar die deze signalen ondersteund?

Klantbeleving vergroten

- Focus klantreis voor Zorgbemiddeling op “Toegang tot zorg”
- Klantreis continue blijven verbeteren. Let op; klantreis niet te verwarren met uitwerking van Interne processen en werkinstructies.
- Medewerkers hart voor de zorg én visitekaartje van de organisatie. Daarnaast; het goede verhaal vertellen over de organisatie, locaties/teams en aanbod.
- Klantreis en Persona
 - Klanten: o.a. Cliënt(vertegenwoordiger) en/of verwijzers?
 - Kenmerken?
- Personaliseren (voorbeeld apps; niet elke gebruiker heeft dezelfde interface)
- Zorg’vragen’ en vervolgens ‘ontvangen’ is een live-event, daar voldoende oog voor? Zie bijlage “Wat hebben zorgbemiddeling en Kopen zonder kijken met elkaar gemeen”?
- Toegankelijke communicatie: <https://ishetb1.nl>
- Kaart van team Zorgbemiddeling bij overlijden cliënt

IS HET B1?

Een B1-woord is een makkelijk woord. Een woord dat bijna iedereen begrijpt. Maar of een woord B1 is, is soms lastig te zeggen. Deze site helpt je erbij. Niet alle woorden staan erin. Daarom kun je ze zelf toevoegen. En je kunt erover meepraten op LinkedIn.

test hier je woord

Zoek

Externe trends en ontwikkelingen

- Demografische ontwikkelingen

- **Leestip:** Whitepaper *“Eerder ziek en langer gezond”*

<https://reablenederland.nl/kennisbank/eerder-ziek-en-langer-gezond/>

- Regiobeelden

<https://www.regiobeeld.nl/>

- Prognose model zorg en welzijn

<https://prognosemodelzw.nl/>

- Speelveld met andere (zorg) aanbieders

- Ontwikkeling zorgvraag en aanbod

- Ontwikkeling wet- en regelgeving

- AI inzetten voor klantcontact, denk aan:

- Chatbot
- AI telefoongesprekken

Elke regio in Nederland kent zijn uitdagingen, ook op het gebied van gezondheid, zorg en welzijn. Regiobeeld.nl helpt u die specifieke uitdagingen scherp te krijgen. Met regionale data op thema's als zorggebruik, bevolkingsontwikkeling en leefstijl. Regiobeeld.nl biedt u informatie over heden, verleden en toekomst.

Kies uw regio

Kies gebiedsindeling

Provincie

Kies een of meerdere provincies

Maak een keuze

[Wis selecties](#)



Praktische voorbeelden

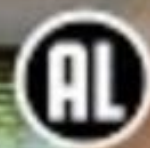
- **Data;**
 - Niet alleen om terug te blikken
 - Vooruitkijken met een Dashboard
- **Prijs:** Uitdaging als de zorgvraag over de schotten heen lijkt te gaan / of geen enkele financier of organisatie zich verantwoordelijk voelt; Tip van FITZ:
 - Instituut voor publieke waarden: “Het grote doorbraak boek”
<https://publiekewaarden.nl/artikelen/het-grote-doorbraakboek>
- **Personeelstekort en wachtlijsten complexe zorg:** Positieve ervaring bij organisatie met hogere salariëring voor medewerkers die binnen de complexe groepen werken. Erkenning deels in geld én dankbaarheid dat zij hun nek uitsteken voor deze doelgroep.
- **Promotie:** Hoeveel tijd/energie stop je als organisatie in de promotie van ‘oud’ aanbod (lege bedden) versus nieuw aanbod?
- **Fusie en verhaal van de organisatie:**
 - Naast het harmoniseren van processen; wat is het verhaal van de (nieuwe) organisatie?
- **Aanmeld-, in-, door- en uitstroomproces** is voor Zorgbemiddeling dagdagelijks werk. Voor zorgprofessionals niet. Voorzie de zorgprofessionals van de juiste informatie op het juiste moment. Bijvoorbeeld cliënt uit zorg: Dan informatie naar professionals: wat wordt wanneer van hen verwacht en wat mogen zij van zorgbemiddeling verwachten.

“Gezien worden om
wie je bent, niet om
de beperking die je
hebt en het geldzakje
dat je bij je draagt”

Ine Paridaans

Wat hebben
zorgbemiddeling en
“Kopen zonder kijken”
met elkaar gemeen?





EEN NIEUW SEIZOEN

KOPEN ZONDER KIJKEN

Kopen zonder Kijken-stel in shock na het zien van hun nieuwe huis

Het hele idee van Kopen Zonder Kijken is dat er een verrassingselement in zit. Alleen was de verrassing voor het stel van deze week, Sophie en Gijs, wel héél erg groot.

Door [Olivier van Kuyen](#) 05 juni 2023, 23:23

 Facebook

 Whatsapp

 Twitter

...



Overvallen door emoties

Wel vertrouwen dat het goed komt

- Marktkennis
- Potentie laten zien

rtl 4

Vraag verhelderen

Expertises
Bijsturen

Knus

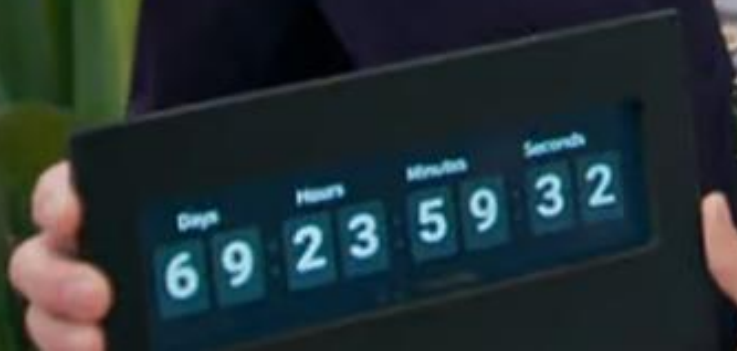
Concessie klok

Bijstellen & slagingskans

Marktkennis

Wat is wel mogelijk

Welke kansen gemist



€ 350.000,-
€ 295.000,-

€ 55.000,-

Budget

Mogelijke eigen middelen
& Zorgvraag vertaald naar benodigde
indicatie

Besteed

Welke (deel) van de zorgvraag is
verzilverd?

Resterend budget
Passend maken

- *Clïënt zelf*
- *Netwerk / vrijwilligers*
- *Hulpmiddelen & technologie*
- *Andere organisaties (sponsoring)*
 - *Eigen organisatie*
 - *Facilitair*

Budget & netwerk

Passend maken

Verbouwen
Inrichten
Stylen
Verhuizen



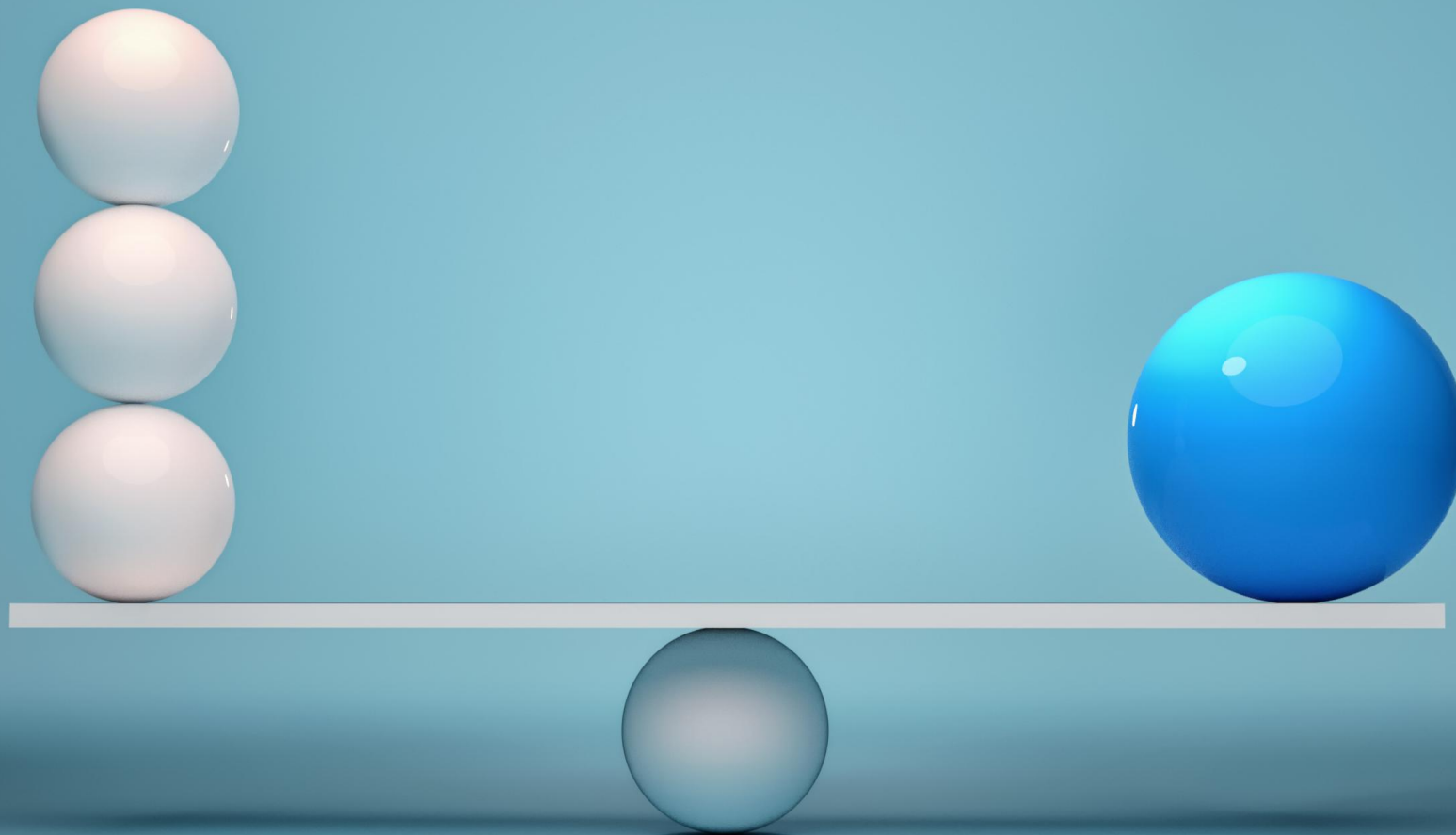


Samengevat

- Overvallen
- In kaart brengen
- Concessies
- Budget en netwerk
- Passend maken

Maar...wat is jouw rol als
Zorgbemiddelaar?

Aan- en verkoopmakelaar



Aankoopmakelaar

“Een huis kopen...hoe doe je dat?”

- Alex van Keulen -

- *Procesbegeleiding!*

“Beter gericht zoeken dan oneindig dwalen”

- Alex van Keulen -

- *Jij kent het zoekgebied*
- *Verwachtingen managen*
- *Voorkomen onverantwoord overbieden*

Verkoopmakelaar

Is Zorgbemiddeling verantwoordelijk voor de verkoop?

Zo ja,

- 1. Wie is de opdrachtgever?*
- 2. De verantwoordelijkheid:*
 - 1. Aanbod in beeld brengen (ook in relatie tot andere organisaties)*
 - 2. Waardebepaling*
 - 3. Streven naar hoogst mogelijke opbrengst OF efficiëntste verkoopmethodiek*
 - 4. Goede gesprek over:*
 - 1. Concessies*
 - 2. Hoogste bieder versus voorwaarden*



Vraag- en aanbod

- Meer vraag dan aanbod
- Meer aanbod dan vraag

Voor beide situaties een strategie!

Key:

- “Verkopen” doe je samen
- Mensen aanvoelen en enthousiasmeren over de mogelijkheden die er wel zijn
- Kennis van de markt!

Meer informatie over onze dienstverlening?

Of wil je binnen jullie organisatie of regio een workshop of verdieping op dit thema?

Neem contact op met:



Kitty Oerbekke

Business Unit Manager

+31 (0)6 21580874

koerbekke@fitz.nl



Alison ter Veld

Accountmanager Zorgbemiddeling

+31 (0)6 13646080

aterveld@fitz.nl

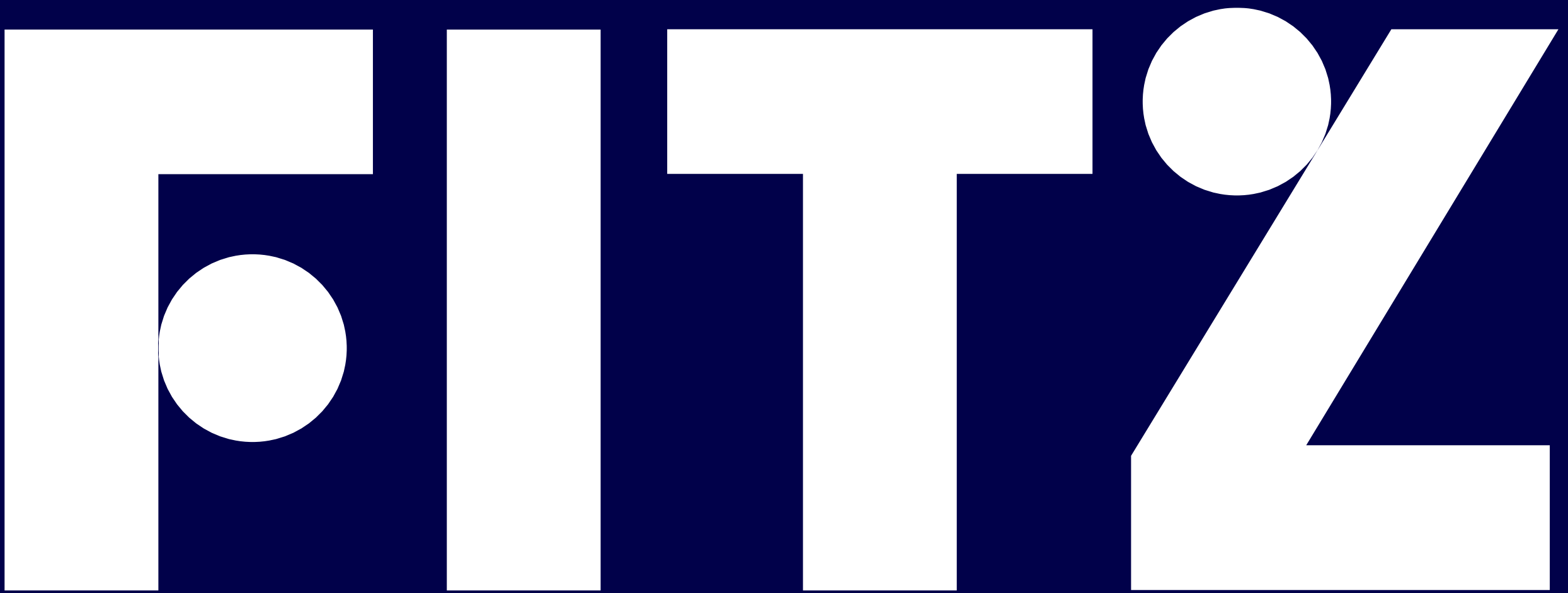


André van Ommen

Accountmanager Zorgbemiddeling

+31 (0)6 22534361

avanommen@fitz.nl



Pythagoraslaan 2
3584 BB Utrecht

info@fitz.nl | fitz.nl
+31 (0) 88 20 54 900