

Webinar 'Patient Journey'

Met Ilonka Coenraad
23 juli 2020

Huisregels:



Chat

Dit webinar wordt opgenomen 

Hoe gebruik je Patient Journeys?



Oprichter Patient Journey Lab

Ilonka Coenraad

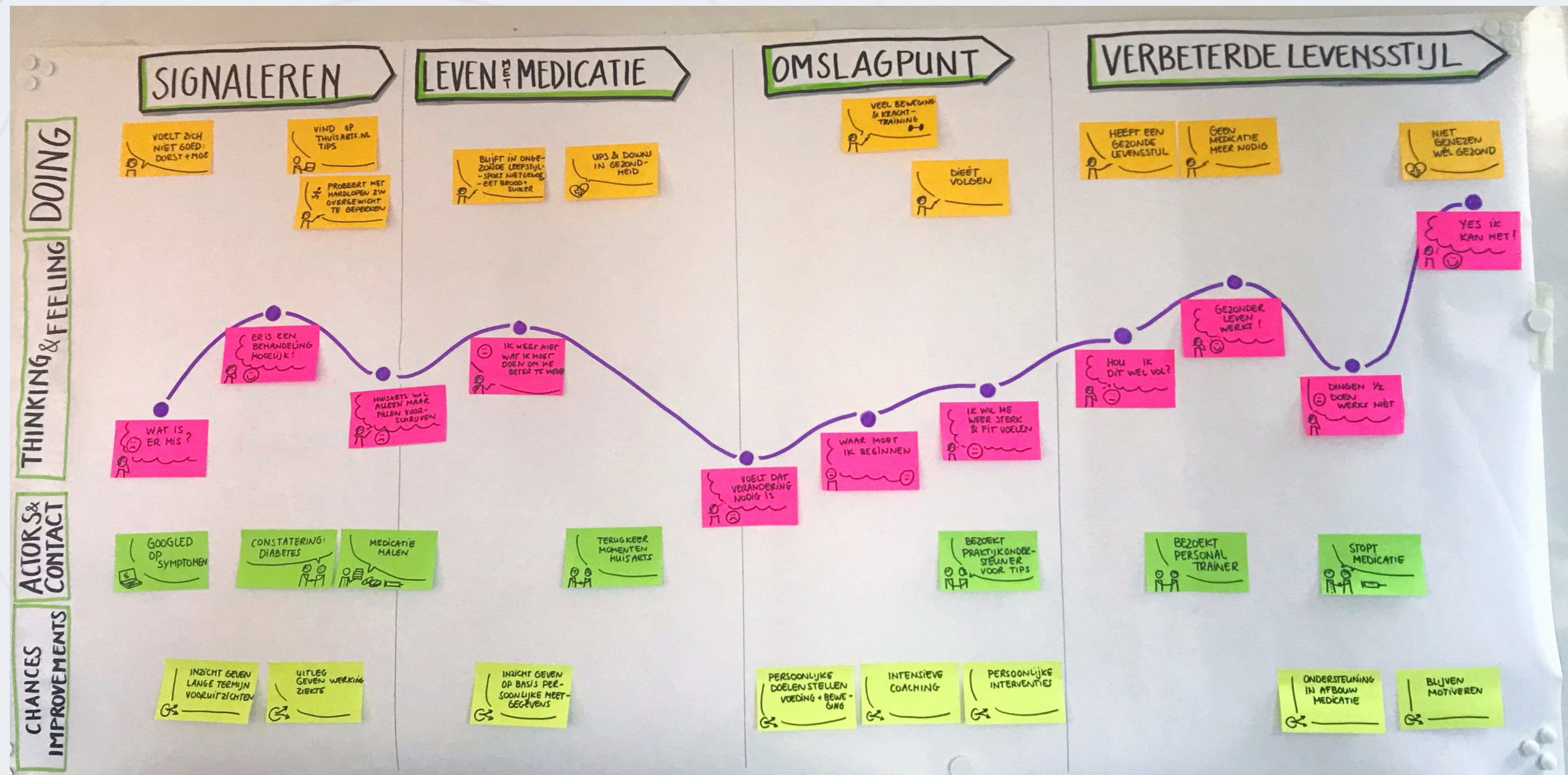


Hoofd online
communicatie bij
Amsterdam UMC
2014-2018

Projecten 2018 - 2020



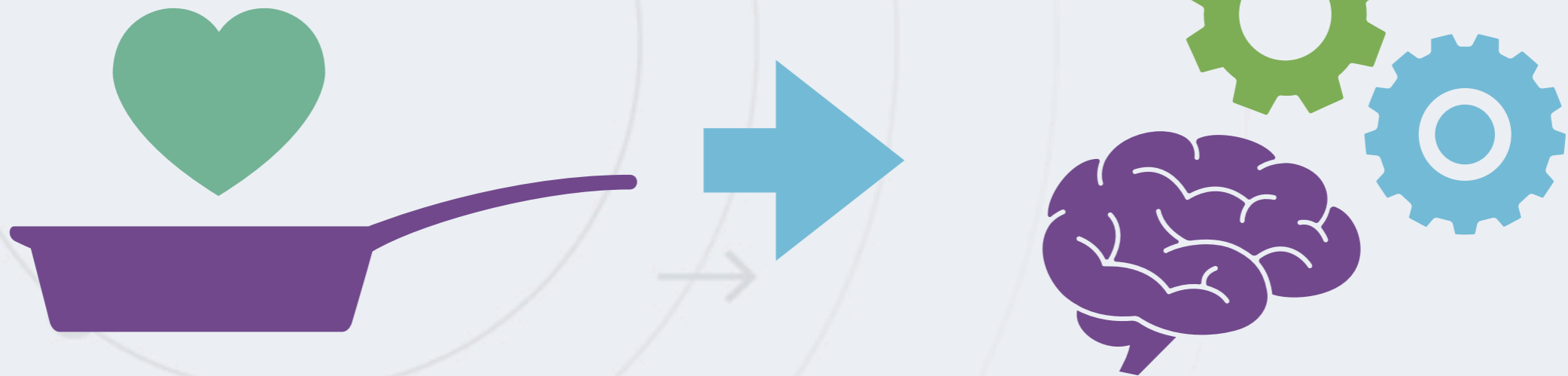
Wat is een patient journey?



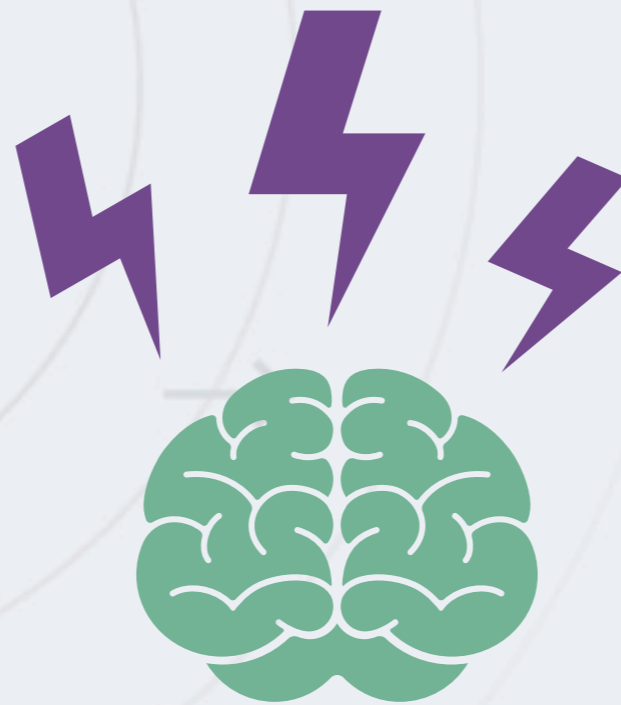
Design proces



Empathie is het belangrijkste ingrediënt van Design Thinking



Door je ervaring van de patient te onderzoeken kan je inspelen op de momenten dat patiënten stress ervaren.



**Patient journeys helpen je
om waarde te creëren vanuit
patiënt perspectief.**



Patienten in een ziekenhuis

Stressreductie



Hoop



Zelfstandigheid



The Elements of Value Pyramid

Products and services deliver fundamental elements of value that address four kinds of needs: functional, emotional, life changing, and social impact. In general, the more elements provided, the greater customers' loyalty and the higher the company's sustained revenue growth.

SOCIAL IMPACT



Self-transcendence

LIFE CHANGING



Provides hope



Self-actualization



Motivation



Heirloom



Affiliation/belonging

EMOTIONAL



Reduces anxiety



Rewards me



Nostalgia



Design/aesthetics



Badge value



Wellness



Therapeutic value



Fun/entertainment



Attractiveness



Provides access

FUNCTIONAL



Saves time



Simplifies



Makes money



Reduces risk



Organizes



Integrates



Connects



Reduces effort



Avoids hassles



Reduces cost



Quality



Variety



Sensory appeal



Informs



Waardepyramide van Bain & Company

Voorbeeld patient journey

PROJECT: Voorbeeld Case MAP: Voorbeeld Frans door Patient Journey Lab

Frans



Frans is sinds twee jaar met pensioen. Daar had hij erg veel zin in. Thuis blijven en klussen rond het huis leek hem heerlijk. Het bevalt ook uitstekend. Een van zijn beste vrienden is ook al met pensioen en ze fietsen samen. Zijn zoon heeft net een huis gekocht en Frans helpt hem met klussen.

	DIAGNOSE			BEHANDELING			NA DE BEHANDELING	
	Thuis	Huisarts	In het ziekenhuis	Adempauze voor behandeling	Behandeling	Ontslag	Herstel	weer werken
Process	Klachten bij de huisarts Laboratorium onderzoek	Huisarts verwijst door naar internist; afspraak na 3 weken	Onderzoeken in het Ziekenhuis. Bloedonderzoek . Darmonderzoek	Gesprek met huisarts of verpleegkundige	Operatie en Chemo Onder meer met ziekenhuisopname (ca 4 dagen)	Ontslag	Bijkomen	Nieuwe realiteit
Wat doen /denkt Frans	Vraag zich af wat hij heeft.	krijgt een vermoeden, is in spanning	Frans brengt veel tijd door met afspraken plannen en wachten in het ziekenhuis.	Frans besluit naar de huisarts te gaan om te praten over wat hij kan verwachten	Voorbereiden op opname. Wachten. Zoekt naar bijwerkingen en oplossingen.	Gesprek met arts Bijkomen thuis	Ultrusten en omgaan met gevolgen. Gaat naar de bedrijfsarts	Zoekt leefstijl advies en nieuw evenwicht in zijn leven
Visueel								
Contactpunten	Friends	Face to face Building	Face to face Building Laptop	Face to face Friends	Laptop Face to face Vehicle Face to face	Friends	Face to face	Face to face Friends Google
Actoren	Zijn vrouw stuurt hem naar de huisarts.	Huisarts. "Priklab" voor bloedonderzoek Vrienden en familie	Ziekenhuis Wachtkamer Onderzoekskamer / apparatuur Internist Vrienden en familie	Huisarts Bedrijfsarts Verpleegkundige Wachtlijst Lotgenoten Vrienden en familie	Specialisten Verpleegkundigen Psycholoog Lotgenoten Vrijwilligers in het ziekenhuis Operatie / behandelkamer Vrienden en familie	Specialisten Verpleegkundigen Psycholoog Lotgenoten Vrijwilligers in het ziekenhuis Vrienden en familie	Psycholoog Huisarts en POH Lotgenoten Patiëntenverenigingen Vrienden en familie	Psycholoog Huisarts en POH Lotgenoten Paramedici Patiëntenverenigingen Vrienden en familie
Emotie	Onzekerheid	Spanning	Angst	Optimisme en keuzestress	Besef van afhankelijkheid Bewustwording Vertrouwen	Opluchting Dankbaarheid	Valt in een 'gat' moeheid frustraties	Moeheid Acceptatie
Emotie lijn	anticipation	vigilance	fear	anticipation	acceptance	serenity	annoyance	acceptance
Kansen	Afhankelijk van het doel	van de journey	Procesverbetering.	Communicatie of marketing	Innovatiee	Door Patient Journey Lab	www.patientjourneylab.nl	030-3030373

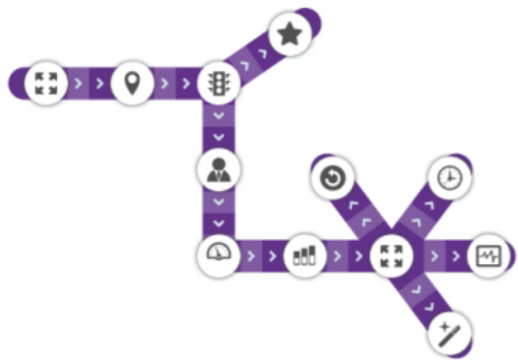
Een visualisatie van een patient journey



Alles wat jij wil weten over het ziekenhuis



Wat is jouw route door het ziekenhuis



Jouw route polikliniek



Jouw route dagcentrum AMC



Jouw route dagziekenhuis



Jouw route meerdere dagen



1

Marketing en
communicatie



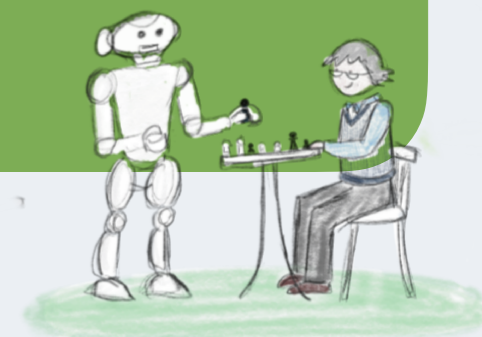
2

Proces
verbetering

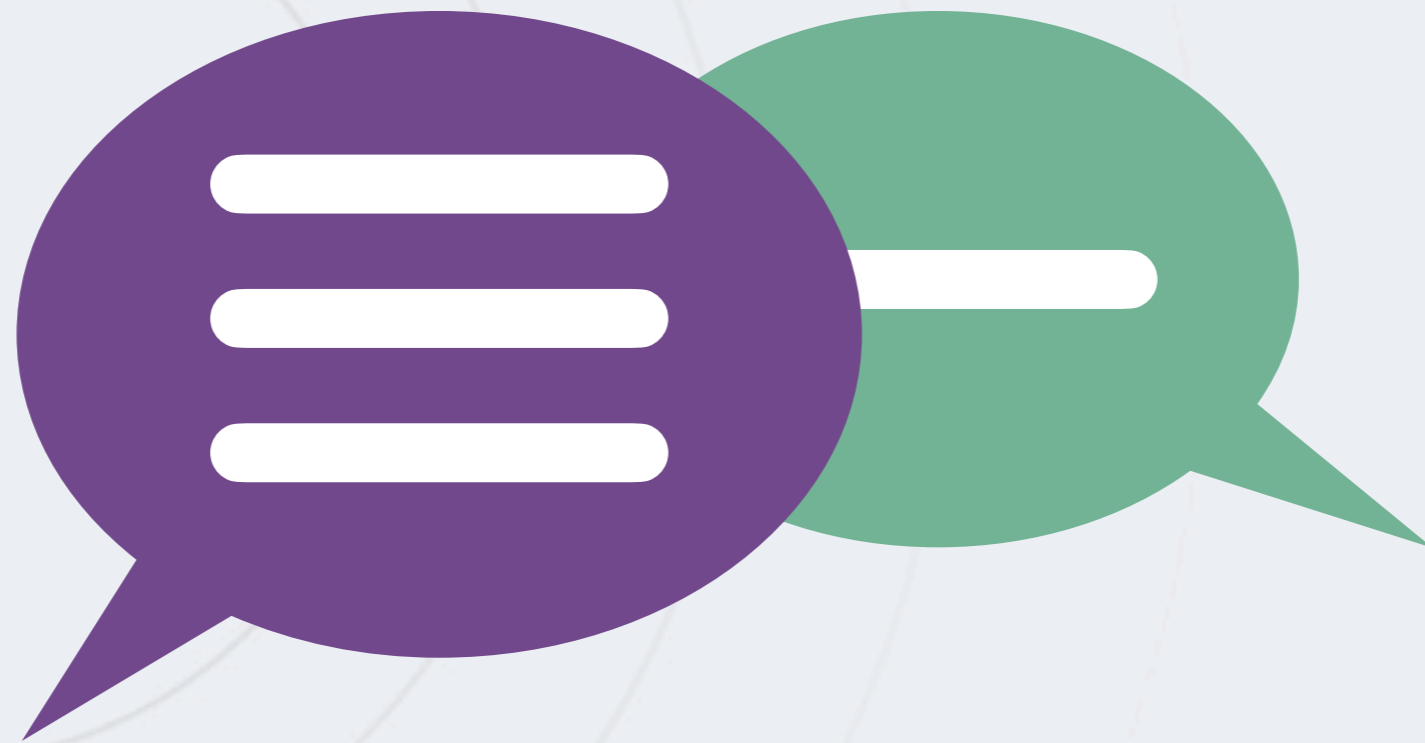


3

Innovatie



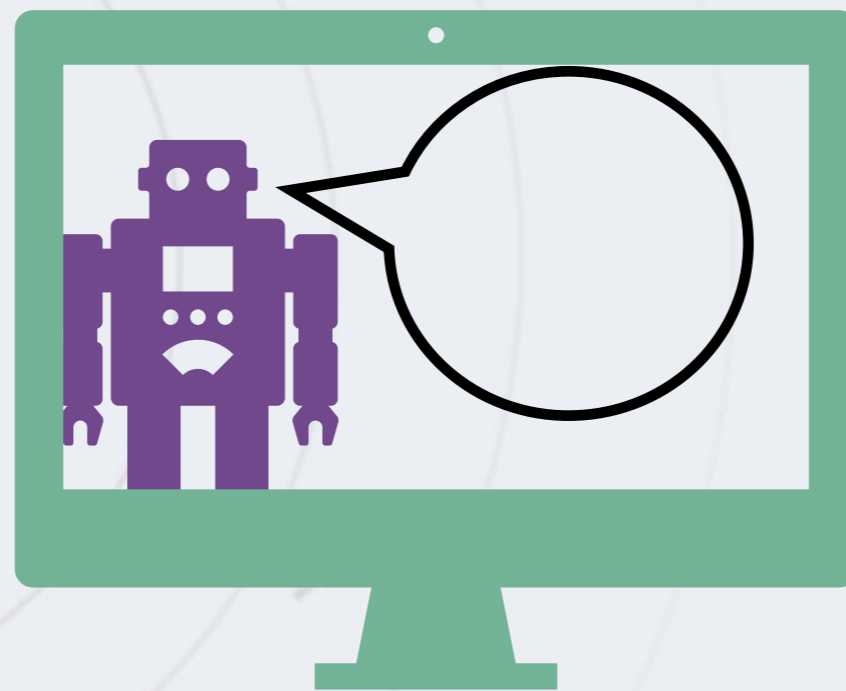
Marketing en communicatie



Procesverbetering



Innovatie



Balans in innovatie



Een voorbeeld

Neo natal app: Zorgpunt



**2 apps:
een voor ouders en een
voor verpleegkundigen**

**Geen koppeling nodig
met het EPD**

**Bepalen welke content
belangrijk is**

Centraal beheer content

Patiënt ervaring in kaart brengen



1

Interviews stakeholders en doelgroep

2

Workshops persona en/of journey

3

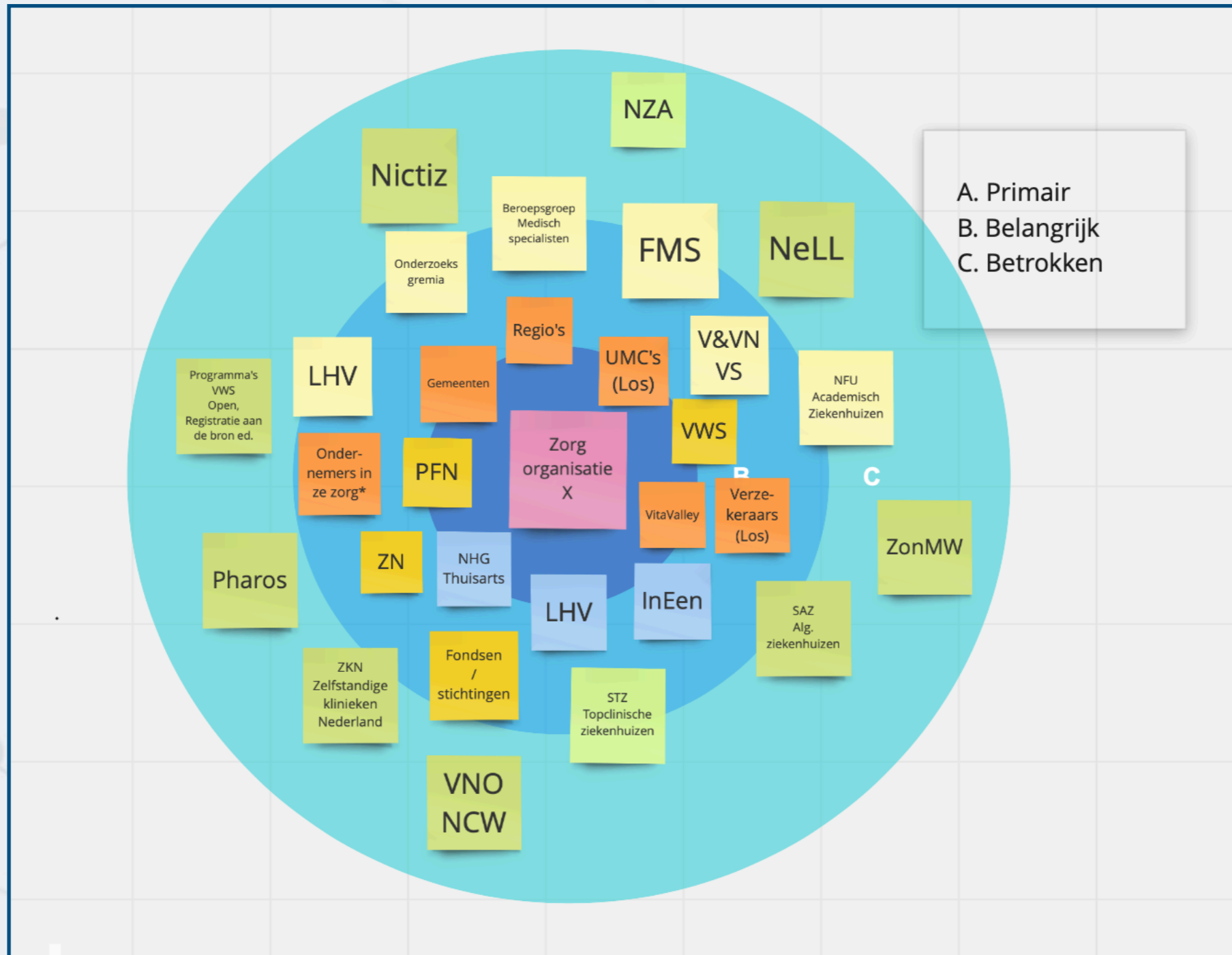
Aanvullen journey

4

Ideeën presenteren / toetsen



Stakeholder analyse



Actoren analyse

Actoren m.b.t. de patientervaring



- A. Primair
- B. Belangrijk
- C. Betrokken

Hoe onderzoek je de patiëntervaring?

- Interviews
- Focusgroepen
- Workshops
- Observatief onderzoek
- Data online, EPD, CRM
- Kwantitatief onderzoek

Persona's

Sara, 28

"Mijn familie is alles voor mij"



MBO opleiding
Balie-medewerkster bij de gemeente
Almere
Getrouwd met Simon (33)
20 weken zwanger

Persoonlijke informatie

Sara is dolblij met haar zwangerschap. Haar gezin en familie zijn belangrijk voor haar. Haar vriendenkring bestaat met name uit de neven en nichten die ook in Nederland wonen en hun vrienden. Simon kent ze van haar werk. Hun nieuwe huis inrichten is haar hobby. Ze ziet er altijd verzorgd uit en deelt beauty- en fitnessvlogs met haar vriendinnen. Haar man is Nederlands en ICT beheerder (36 uur/week). Samen verdienen ze 1,5 keer modaal. Ze wonen in een nieuwbouwhuis, drie straten van haar schoonouders. Die verheugen zich op twee dagen oppassen per week. De ouders van Sara wonen ook in Nederland. Ze heeft ook nog veel familie in Turkije. Haar moeder is ziek. De artsen weten nog niet wat ze mankeert. Haar ouders spreken minder goed Nederlands. Sara gaat zoveel mogelijk mee naar de afspraken.

Zorgsituatie

Ze is erg sportief en zelden ziek. Op dit moment is ze 20 weken zwanger van haar eerste kind.

Type zorgconsument

- Resultaatgerichte zorgcliënt
- Pragmatisch (circa 41% van NL)
- Zelfredzaam en veeleisend
- Hecht aan keuzevrijheid
- Is actieve informatiezoeker

Digitale vaardigheden



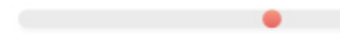
Open voor verandering



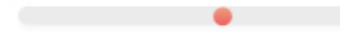
Zelfredzaam



Zorgmijder Zorgzoeker



Onbezorgd Bezorgd



Motivaties

Ze wil genieten van het leven en haar gezin en familie. Sara heeft een Fitbit en sport veel om slank te blijven.

Frustraties

Wanneer ze het gevoel heeft anders behandeld te worden of wanneer ze niet begrepen wordt.

Informatiebronnen

- Haar vriendinnen
- De huisarts en behandelaars
- De verloskundige
- Google maar weet niet wat ze moet vertrouwen

H&M

Riviera
Maison

DILLE & KAMILLE

patient
journey
lab

Empathy map



Frustraties

Motivaties

Minder zelfredzamen

Kenmerkend

- Hulp vertrouwd en dichtbij
- De huisarts is een gerespecteerd vertrouwenspersoon met autoriteit
- Sterke familiebanden
- Vaker contacten met directe omgeving

Veelal lager tot
middelbaar opgeleid



Verspreid over alle
leeftijdscategorieën



Veelal gehuwd of
samenwonend

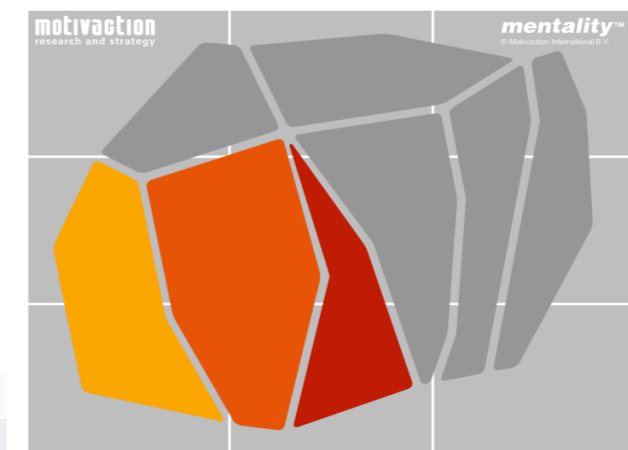


Vinden het belangrijk om
dichtbij familie te wonen



Aandachtspunten

- Niet altijd bewust van goede voeding
- Genieten en verwennen soms belangrijker dan (altijd maar) verantwoord leven
- Minder focus op sport
- Vaker moeite met veel informatie
- Heeft meer tijd nodig voor nieuwe technologische ontwikkelingen
- Voelt zich soms minder gemakkelijk bij geïndividualiseerde samenleving
- Financieel minder draagkrachtig



Pragmatici

Kenmerkend

- Gemotiveerd om gezond te eten en om te sporten
- Zich oriënteren en keuzen maken is relatief makkelijk
- Weegt informatie kritisch af
- Is bereid doelen te stellen en deze na te streven
- Is bereid nieuwe dingen uit te proberen
- Gaat handig om met nieuwe technologieën
- Beschikt vaker over uitgebreid sociaal netwerk
- Relatief veel financiële draagkracht

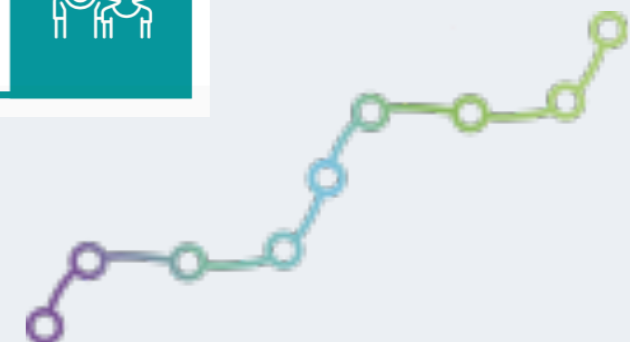
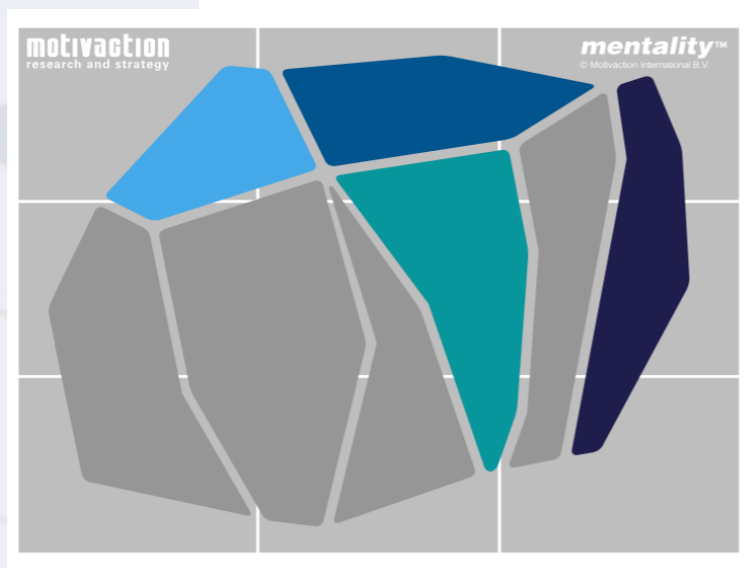
Aandachtspunten

- Kiest voor risicovolle sporten, kans op blessures
- Druk leven zorgt soms voor ongezond leefpatroon
- Vrienden/familie niet altijd dichtbij
- Legt zichzelf soms te veel druk op

Veelal middelbaar tot hoog opgeleid

Verspreid over alle leeftijdscategorieën

Veelal gehuwd of samenwonend



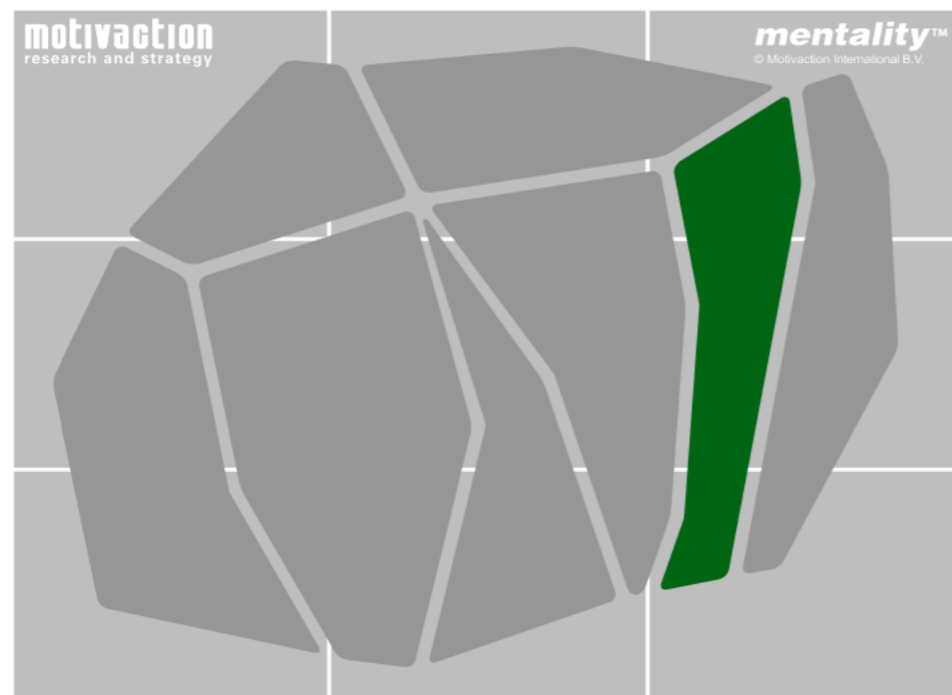
Maatschappij critici

Kenmerkend

- Aandacht voor zowel fysiek als mentaal welzijn, balans en onthaasting
- Bewuste voedingskeuzen
- Verdiept zich in mogelijkheden, keuzen en achtergronden
- Groot vertrouwen in eigen invloed op gezondheid
- Groot sociaal netwerk, zet zich graag in voor anderen

Aandachtspunten

- Soms (te) hoge eisen en verwachtingen
- Te veel eigen onderzoek leidt soms tot onzekerheid en vertroebelt het beeld van de werkelijke mogelijkheden
- Door kritische houding soms wat wantrouwend



Relatief vaak hoog opgeleid



Verspreid over alle leeftijdscategorieën



Relatief veel 45-jarigen en ouder



Veelal gehuwd of samenwonend



Relatief vaker alleenstaand, gescheiden of weduwe/naar



Zorgprofielen

Minder zelfredzamen

Pragmatici

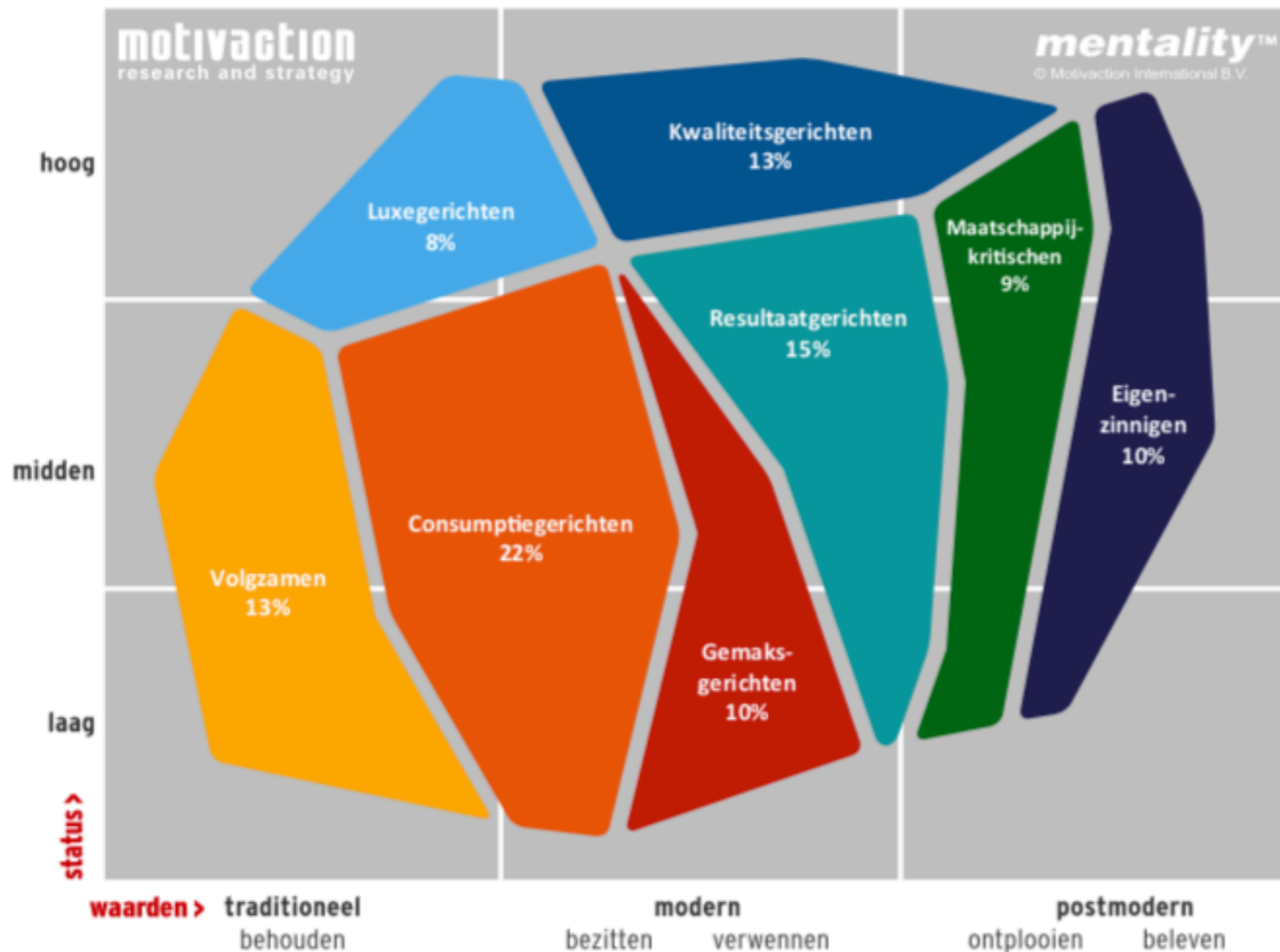
Maatschappijkritischen

Volgzamen
Consumptiegerichten
Gemaksgerichten

Resultaatgerichten
Luxegerichten
Kwaliteitsgerichten
Eigenzinnigen

Maatschappijkritischen

ZorgMentality



Whitepaper

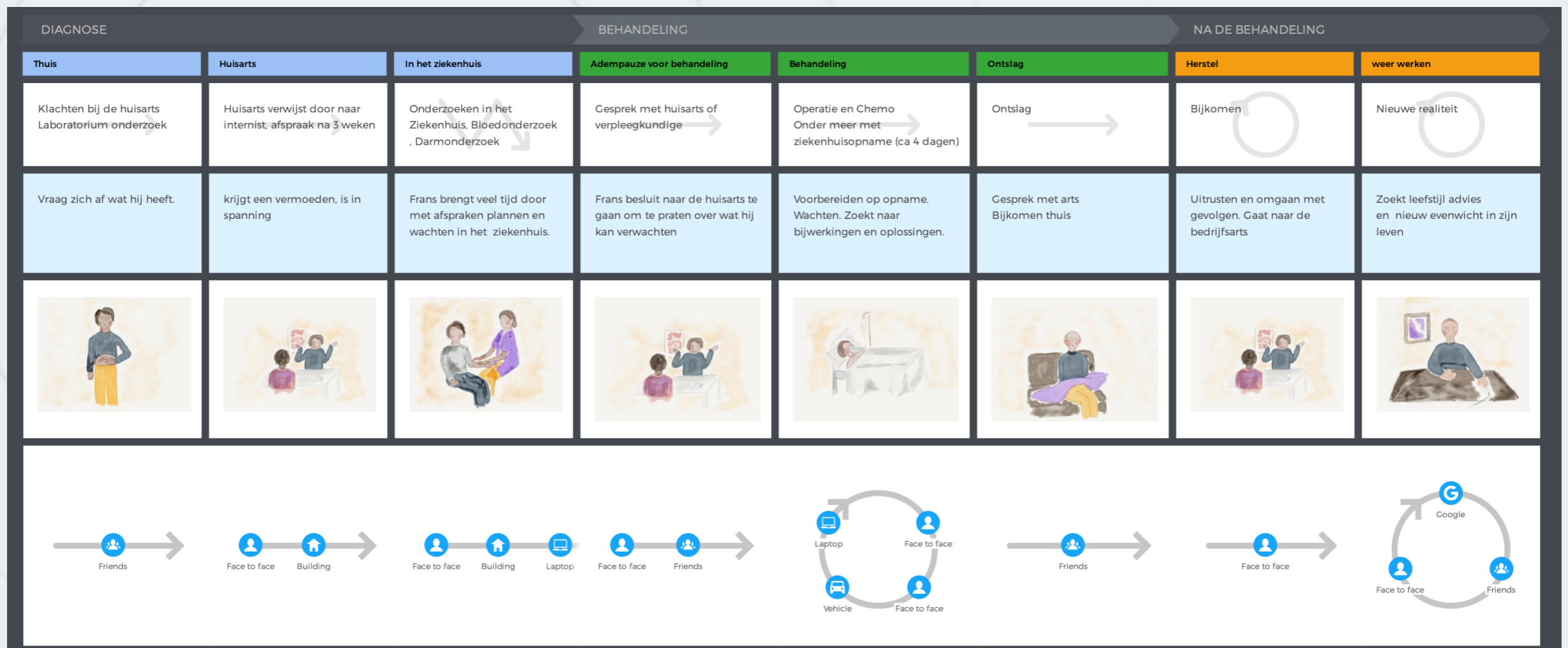
<https://www.motivaction.nl/kennisplatform/publicaties/whitepaper-wat-werkt-bij-wie>

In 2018 gebruikt voor de persona's gemaakt door het informatieberaad:

<https://www.informatieberaadzorg.nl/publicaties/brochures/2018/09/10/boekje-informatiereizen-in-de-zorg>

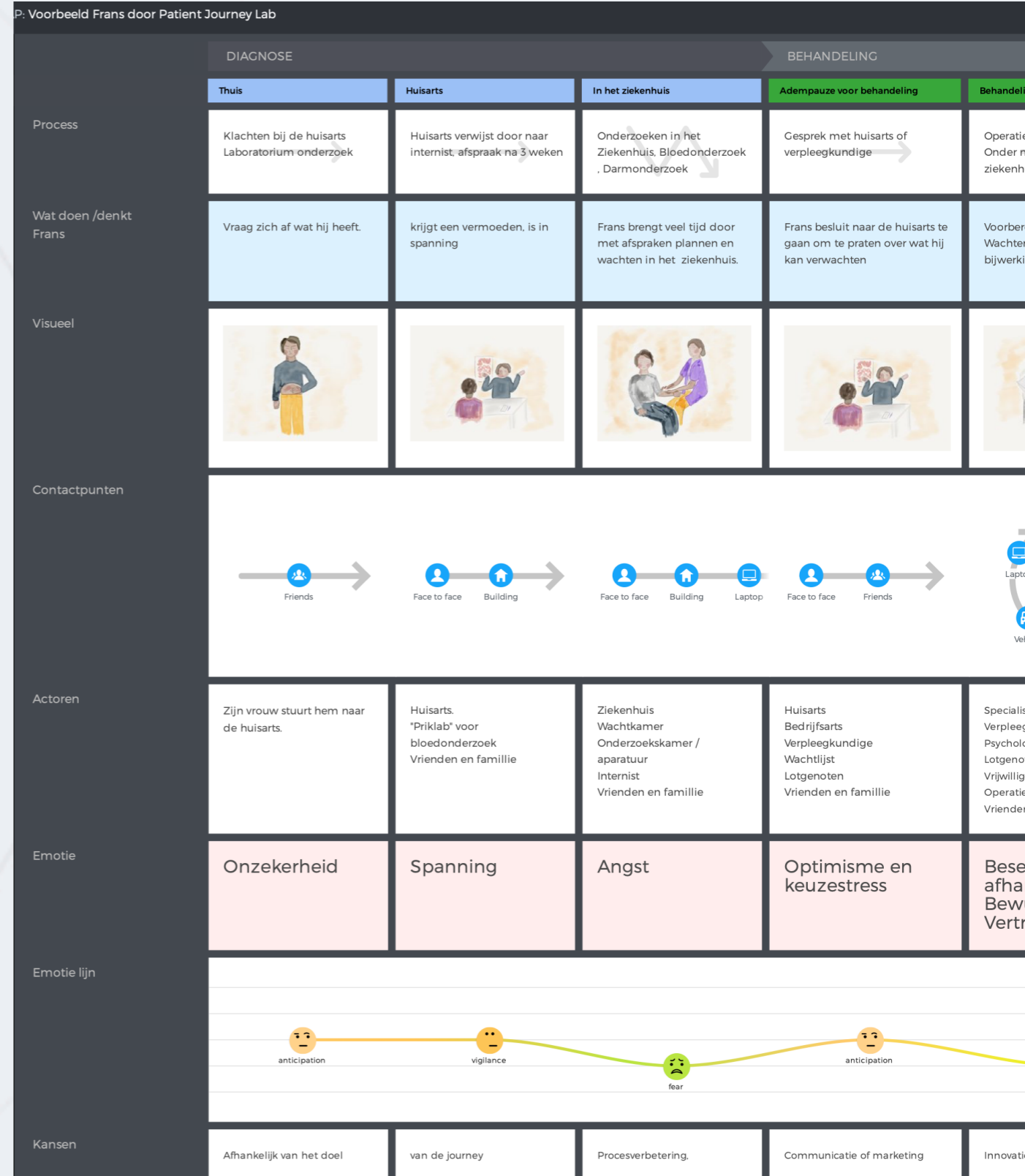
Fases patient journey

diagnose - behandeling - na de behandeling










Regels patient journey

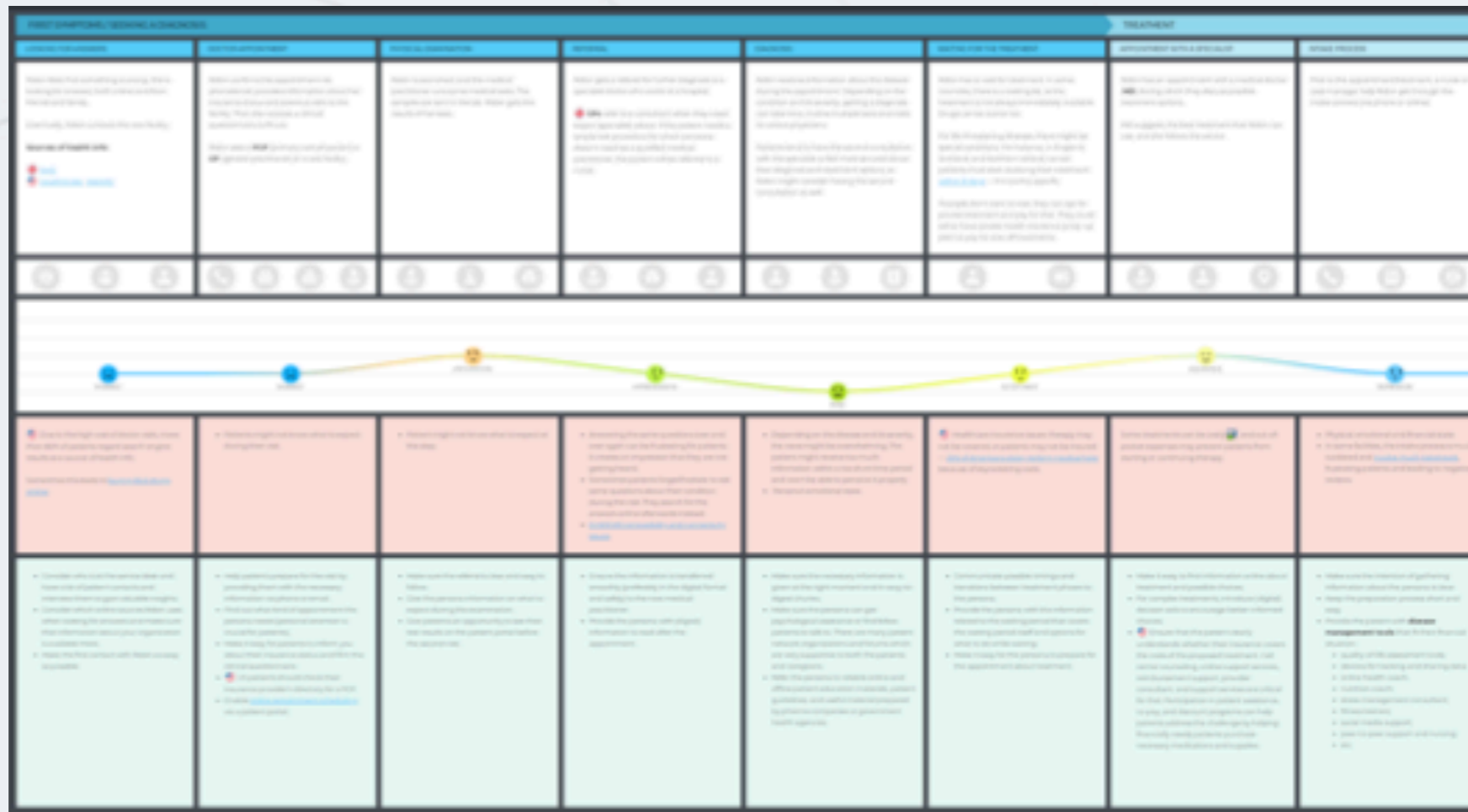
Proces
 Ziet/doet/denkt
 Beeld
 Proces
 Kanalen
 Actoren
 Emoties
 Emotieboog
 Kansen



Template patient journey

Persona name					
 Persona description	DENKT	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
	VOELT	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
	DOET	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
	ERVARING	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> 			
	KANALEN				
	APPARATEN	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
	CONTENT	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Template UXpressia



Downloaden via: <https://uxpressia.com/blog/patient-journey-template>



Tips

1

Begin altijd met het doel van het in kaart brengen de journey.

de journey is niet het doel



Tips

2

**Betrek iedereen
contact met de
patiëntengroep**



Tips

sta open voor wat het
onderzoek brengt

3

Na stap één, komt
stap één.



Tips



4

**Gebruik de journey
om keuzes te maken**

Tips voor ontwikkelen

1

Begin altijd met het doel van het in kaart brengen de journey.

De journey is niet het doel

3

Na stap een komt stap een

sta open voor wat het onderzoek je brengt

2

Betrek iedereen contact met de patiënten groep

4

Gebruik de journey om keuzes te maken

Journey mapping tools

- Offline:
paper, stickies, markers
- Online whiteboards:
Miro, Mural and Jamboard
- Gespecialiseerde tools:
Smaply, UXpressia, Custullence

<https://www.servicedesignshow.com/customer-journey/tools/>
Custullence video <https://youtu.be/-x4JwnKMCuU>
Smaply video <https://youtu.be/6ehIDMtVpCM>
<https://uxpressia.com/blog/whitepaper-mapping-healthcare>



Tips voor de uitvoering

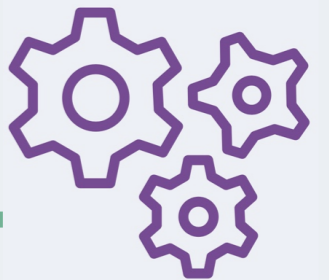
1

Ontwerp voor het midden, test bij de uitersten.



2

Beheer ontwerpen opzetten hoort in de ontwikkelfase.



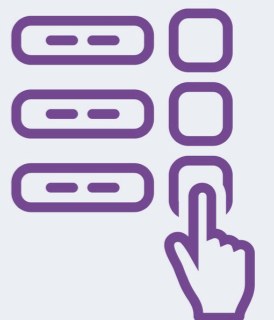
3

Digitale middelen zijn nooit af, het digitaal landschap is altijd in beweging.



4

De gebruikersbehoeften veranderen, blijven meten en verbeteren.



**Tijd voor
vragen**

?

Bedankt!

Pim Ketelaar (pketelaar@vitavalley.nl)

Pasquelle van Ruiten (pvanruiten@vitavalley.nl)

Sanne Kok (skok@vitavalley.nl)

Dorien Faber - SET-up secretariaat

(setup@vitavalley.nl) 06 300 21 330