

SpotOnMedics



Gebruikersevent



**Inspelen op de markt en ontwikkelingen**

Theater: 'Data uit omgeving handig gebruiken voor marketing'

Datum: 3 oktober 2019

Tijd: 16.00 - 16.30 uur

*Spreker: Adja Strijker, ROS Steunpunt KOEL*



## “SAMEN OP REIS”

400+

GASTEN  
AANWEZIG

20+

VERSCHILLENDE  
GASTSPREKERS

1

DOEL  
VOOR OGEN

Hi, welkom op deze masterclass!



**ADJA STRIJKER**  
*ROS Steunpunt KOEL*

**THEATER**

*Sales en marketing*

16:00 - 16:30

## Wat kunt u van deze sessie verwachten?

- Associaties met jouw aanbod
- Keuzeprocess van klant
- Marketing

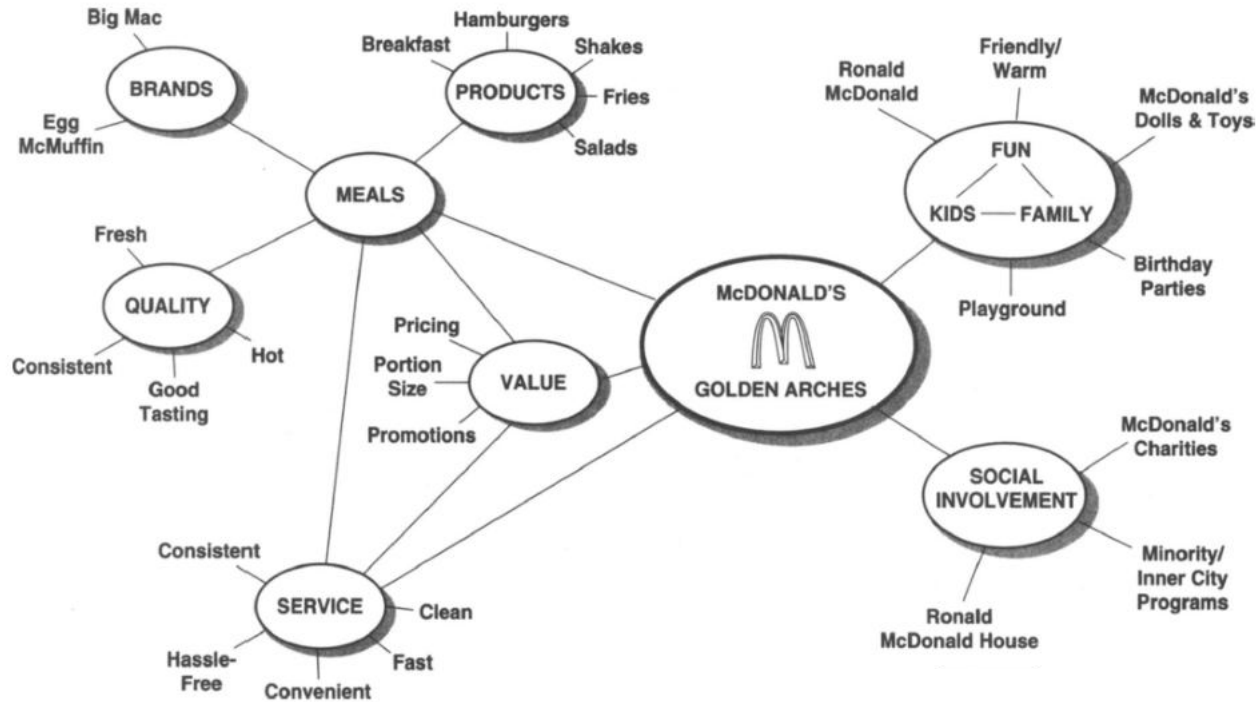
## Opwarmertje

- Website
- Elevator pitch

[www.menti.com](https://www.menti.com)

**325040**

# Brand Association Network



## Brand Association Network in de praktijk

- Wat biedt je aan als praktijk?
- Wat beloof je de klant/patiënt?
- Wat voor verwachtingen creëer je?
- Wat is je merk-verhaal?

# Marketing in de zorg

1. **Wat is je aanbod?**
2. **Wie wil je bereiken?**
3. Marktsegmentatie
4. Hoe bereik je de doelgroep?
5. Hoe behoud je de doelgroep?



## 1. Wat is je aanbod

- Bekkenterapie
- Revalidatie heup
- Kinderfysio
- ....

## 2. Wie wil je bereiken?

*vrouwen rond geboorte van kind/30 jaar*

*kans neemt toe met leeftijd (65+)*

*tot 14 jaar – marketing op ouders!*

# Marketing in de zorg

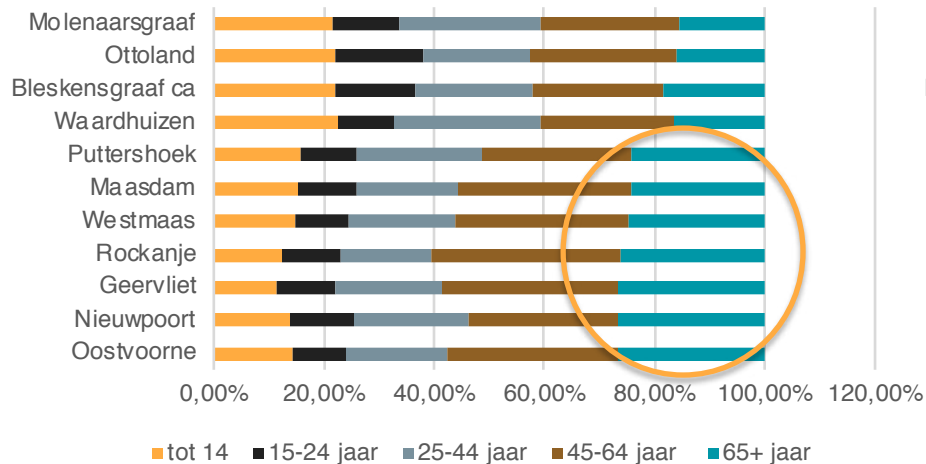
1. Wat is je aanbod?
2. Wie wil je bereiken?
- 3. Marktsegmentatie**
4. Hoe bereik je de doelgroep?
5. Hoe behoud je de doelgroep?

### 3. Marktsegmentatie

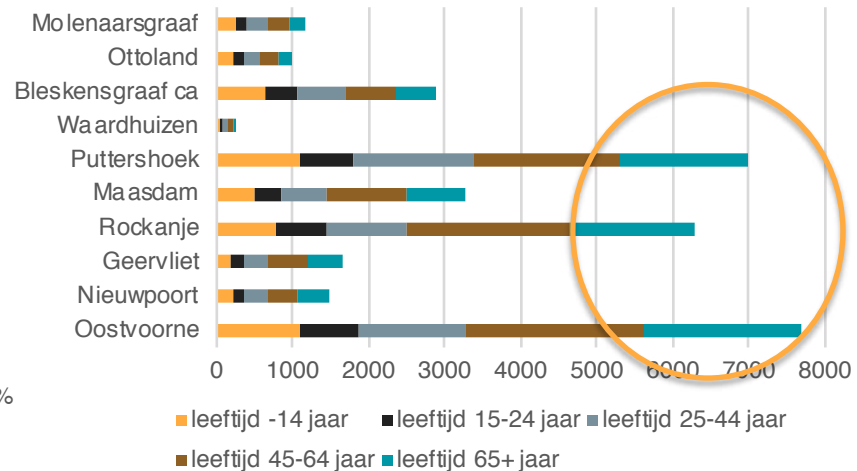
Demografisch	Geografisch	Sociaaleconomisch	Psychografisch	Gedrag
Leeftijd	Regio	Inkomen	Persoonskenmerken	Loyaliteit
Levensfase (gezinssamenstelling)	Grootte stad	Beroep	Leefstijl	Mate van gebruik
Geslacht	Wijkindeling	Opleiding		Gebruiksfrequentie
Afkomst				
Cultuur				
Religie				

### 3. Marktsegmentatie

% Top 5 oudste en top 5 jongste inwoners



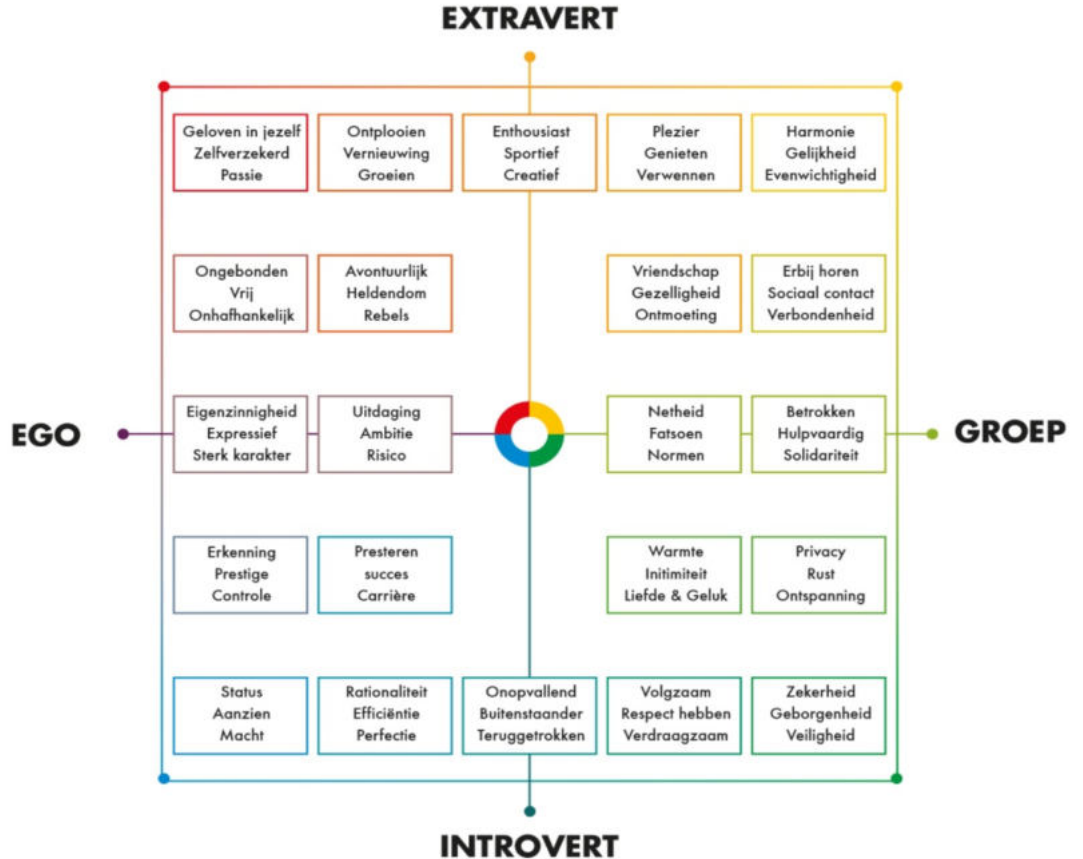
Aantallen



### 3. Marktsegmentatie

	Bevolking leeftijd 65+ jaar [2018]	Kwetsbare ouderen 65+ jaar [2019]	Bevolking leeftijd 85+ jaar [2018]
Molenaarsgraaf	180	38	10
Ottoland	155	26	5
Bleskensgraaf ...	525	133	115
Waardhuizen	40	6	0
Puttershoek	1.690	395	220
Maasdam	795	160	65
Rockanje	1.640	371	220
Geervliet	435	84	55
Nieuwpoort	390	106	70
Oostvoorne	2.050	477	290

### 3. marktsegmentatie



### 3. Marktsegmentatie

- Openbare data
  - [www.waarstaatjegemeente.nl](http://www.waarstaatjegemeente.nl) (VNG)
  - [www.hoegezondiszhz.n](http://www.hoegezondiszhz.n) (En andere GGD sites)
  - <https://opendata.cbs.nl/statline/#/CBS/nl/>
  - [www.volksgezondheidenzorg.info](http://www.volksgezondheidenzorg.info) (RIVM)
  - [www.gezondheidinsociaaldomein.nl](http://www.gezondheidinsociaaldomein.nl) (ketenbreed)
  - [www.zorgprismaopenbaar.nl](http://www.zorgprismaopenbaar.nl) (Vektis basisverzekering)
  - [www.opendisdata.nl](http://www.opendisdata.nl) (Nza, diagnosecodes 2<sup>e</sup> lijn)

# Marketing in de zorg

1. Wat is je aanbod?
2. Wie wil je bereiken?
3. Marktsegmentatie
4. **Hoe bereik je de doelgroep?**
5. Hoe behoud je de doelgroep?



## 4. Hoe bereik je de doelgroep?

**Aanbod:** Bekkenbodetherapie

**Marktsegmentatie:** Vrouwen rond zwangerschap (30-40)

Demografisch	Geografisch	Sociaaleconomisch	Psychografisch	Gedrag
Leeftijd	Regio	Inkomen	Persoonskenmerken	Loyaliteit
Levensfase (gezinssamenstelling)	Grote stad	Beroep	Leefstijl	Mate van gebruik
Geslacht	Wijkindeling	Opleiding		Gebruiksfrequentie
Afkomst				
Cultuur				
Religie				

## 4. Hoe bereik je de doelgroep?

### Marketingmix 6xP

Hoe kun je je dienst zo aanpassen dat het past bij je doelgroep?



## 4. Hoe bereik je de doelgroep?

- Internet
  - Vindbaarheid/advertenties
  - Google Analytics
  - Reviews
- Sociale media
- Flyers
- Mond tot mond reclame?

*“Elke euro die je investeert kun je beter investeren in iemand die ja zegt”*

## 4. Hoe bereik je de doelgroep?



**JUST DO IT.**

**JUST DO IT.**

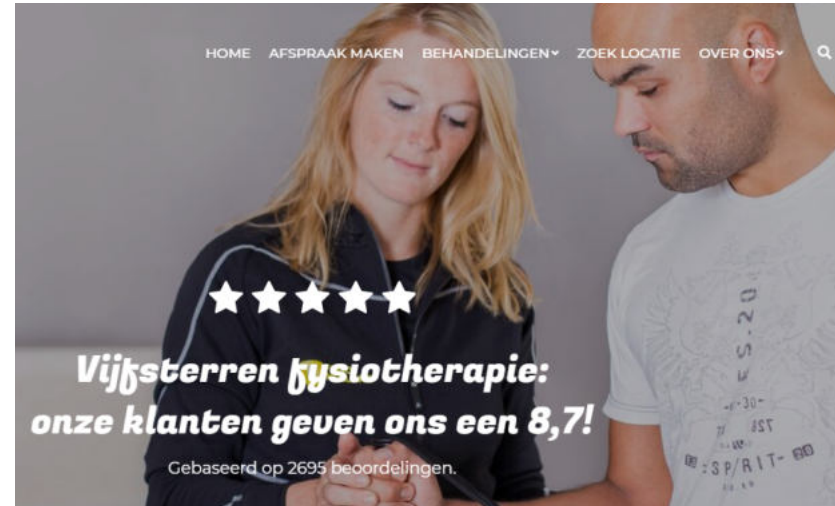
**JUST DO IT.**

# Marketing in de zorg

1. Wat is je aanbod?
2. Wie wil je bereiken?
3. Marktsegmentatie
4. Hoe bereik je de doelgroep?
5. **Hoe behoud je de doelgroep?**

## 5. Behouden doelgroep

- Hoe ging de aankoop?
- Was het wat ze verwacht hadden?
- Schrijven ze een review?
- Komen ze terug?
- Vertellen ze het verder?



*Wie kijkt er naar reviews voordat  
ze een product of dienst kopen?*

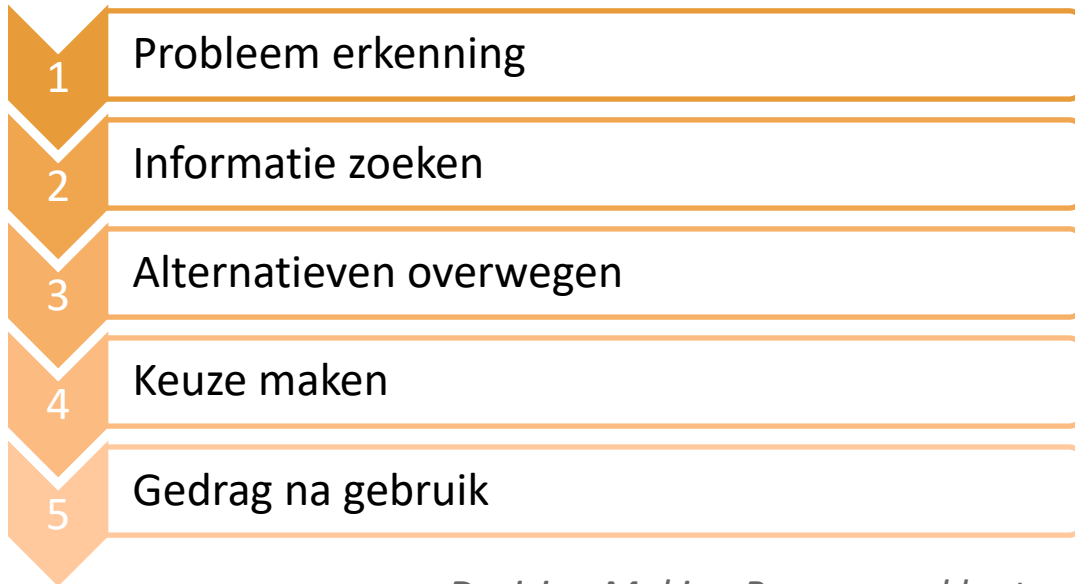


*Ja*



*Nee*

## Conclusie



*Decision Making Proces van klant*



## Met een knipoog naar...

1. Het leveren van zinnige en effectieve zorg.
2. Het leveren van zorg waar behoefte aan is.
3. Het creëren van behoefte als daar een maatschappelijke noodzaak toe is.



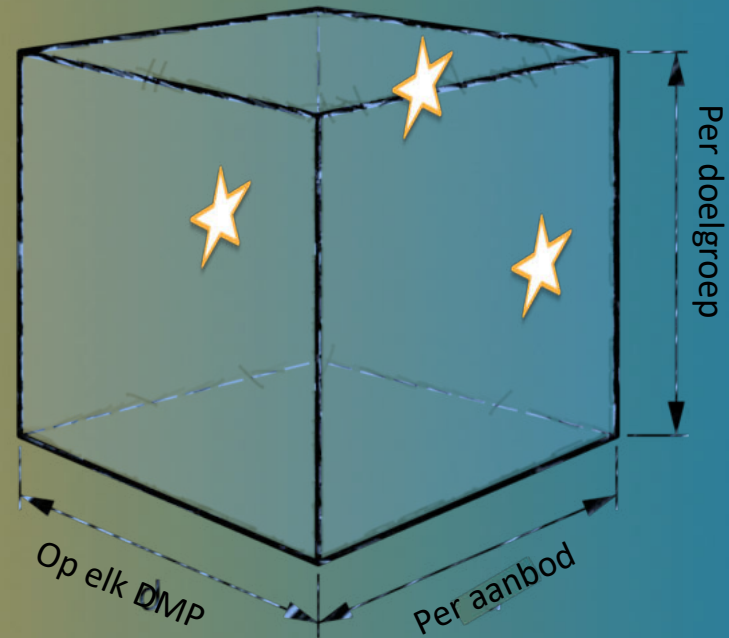
Vragen? Reacties? Suggesties?



## Nog even resumé...

Goede marketing bevat een goede mix van:

- Aanbod  
*aangepast op doelgroep dmv 6P model*
- Doelgroep  
*met goede marktsegmentatie*
- Op elk vlak van Decision Making  
Proces van klant



## Take Home Message:

“Elke euro die je investeert kun je beter investeren in iemand die ja zegt/het nodig heeft. De zorg is al duur genoeg!”

SpotOnMedics



+  
Gebruikersevent

Blijft u straks ook  
nog even borrelen?