

# Het belang van strategie binnen de fysiotherapie

# Wat gaan we bespreken?

- Korte introductie
- Kennisoverdracht
- Vragen
- Opdracht en vervolg
- Evaluatie
- Afsluiting

# Korte introductie

- Persoonlijke achtergrond
- Mind your market

# Wie ben ik?



# Mijn passies



# Mind your market



# Mind your market



## Fysiotherapiepraktijken

Is het traditionele verdienmodel van de fysiotherapeut nog voldoende? In de huidige markt komt de fysiotherapeut voor nieuwe uitdagingen te staan. Behalve fysiotherapeut ben je ook ondernemer, en dat ondernemerschap wordt steeds belangrijker.



## Commerciële bedrijven in de gezondheidszorg

Heb ben je als commerciële organisatie slagvaardiger? Mind your market is je partner in het verbeteren van commerciële prestaties. Zo steek jij er als groothandelaar, supplier of toeleverancier met kop en schouders bovenuit.



## Kennisinstituten en opleidingen

Als kennispartner van SOMT University of Physiotherapy verzorgt Mind your market gastcolleges en toetsingen aan professionals uit het veld. Centraal staan marketingstrategie, – planning en propositionontwikkeling voor de fysiotherapeut.

# Mind your market



## Onze hoofdactiviteit

We begeleiden onze opdrachtgevers op het gebied van strategieontwikkeling, implementatie en uitvoering hiervan. Dit doen we binnen onze opdrachtgevers voor en in samenwerking met het management, teams en individuele medewerkers.



# Het belang van strategie binnen de fysiotherapie

# De wereld veranderd constant

Wie kent ze nog?



Wie kent ze niet?



# Onze Toekomst?

## Een paar omgevingsfactoren

- De (zorg)consument
- Marktverzadiging
- De zorgverzekeraar
- Branchevervaging
- Technologische ontwikkelingen
- Veranderingen in stakeholders

# Corona als extreme omgevingsfactor

## De constante hoofdvraag voor elke organisatie



**“Wat is het plan van de eigen organisatie om in de toekomst succesvol duurzaam te kunnen blijven voortbestaan?”**

Rekening houdend met de dynamiek van de interne- en externe omgeving waar de organisatie mee geconfronteerd wordt.”

## **Vergroot een strategie de kans op duurzaam organisatiesucces?**

**“JA, dit blijkt uit de vele wetenschappelijke bedrijfskundige onderzoeken die er wereldwijd zijn gedaan binnen organisaties.”**

De ING Bank heeft recent een publicatie gedaan m.b.t. tot de toekomst van de Nederlandse MKB-sector.

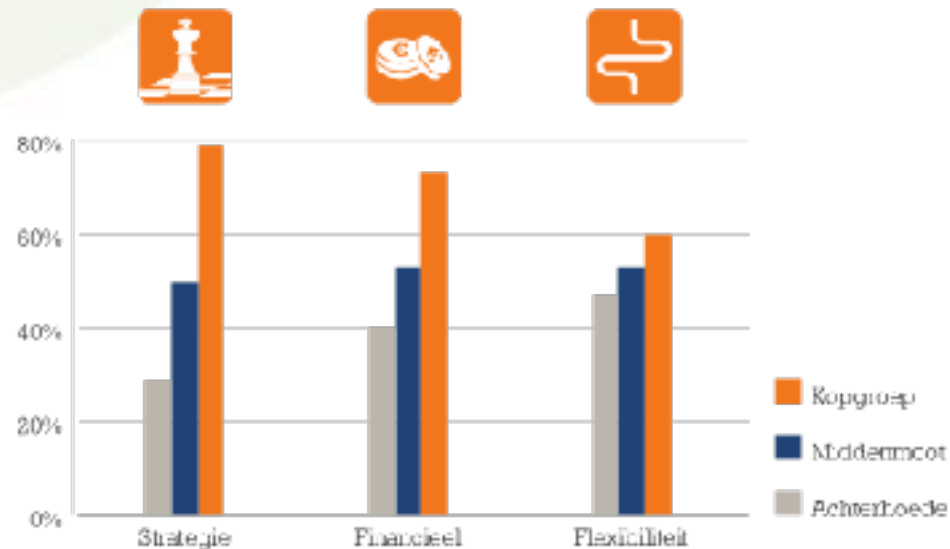
# De realiteit binnen de fitheid MKB Nederland



Bron: onderzoek ING Bank MKB 2025

# De realiteit binnen de fitheid MKB Nederland

## Fitheid van het mkb



Bron: onderzoek ING Bank MKB 2025

### Kenmerkend voor de kopgroep:

1. Financiële positie voldoende
2. Uitgeschreven strategisch plan (94%)
3. Innovatief
4. Flexibel genoeg om in te spelen op veranderingen

### Opvallend:

1. 54% valt binnen middenmoot
2. De middenmoot zal zijn best moeten doen om niet in de achterhoede te geraken.
3. De meeste bedrijven in de achterhoede beschikt over een matige of slechte financiële positie



## Een vraag tussendoor



**“Aan welke ingrediënten denk je als het gaat om een goede organisatiestrategie?”**

# Wat is strategie dan precies?

## Afkomst van het woord

Strategos

Stratos = leger

Agein = leiding geven

Het Griekse oorlogsbestuur (strategos) dat zich bezighield met het leidinggeven  
En analyseren van alles zaken omtrent de strijd en daarmee in verband staande problemen.

Ook wel krijgskunde genoemd.

# Wat is strategie dan precies?

## Definitie strategie vanuit de krijgskunde

De kunst om de beschikbare krachten in stelling van het leger gebundeld in stelling te brengen en tot actie over te laten gaan op het zwakste punt waar de tegenstander niet alleen zwakker is, maar waar bovendien de mogelijkheid bestaat deze een belangrijk verlies toe te brengen, zonder de eigen bereikte positie in gevaar te brengen.

# Wat is strategie dan precies?

## Strategie in het moderne bedrijfsleven

Een strategie is een door een organisatie gekozen koers gericht op het realiseren van de door haar geformuleerde doelstellingen, rekeninghoudend met de langetermijnafstemming tussen de eigen organisatie en haar externe omgeving.



# Wat is het doel van (organisatie) strategie?

## Het ultieme doel

Het creëren van superieure en duurzaam onderscheidende waarde voor alle stakeholders. Om hiermee een uiteindelijk een positieve plek te verwerven in het brein van deze stakeholders.



## Een vraag tussendoor



**“Bedenk nog eens een voorbeeld waaruit blijkt dat er een positieve breinpositie is gerealiseerd bij een cliënt?”**

# Het verschil tussen het begrip strategie en tactiek

## Het verschil in planningshorizon

### Strategie

Een plan met een planningshorizon van meer dan 12 maanden.

### Tactiek

Een plan dat een planningshorizon van maximaal 12 maanden.

### Operatie

Is de daadwerkelijke uitvoering van de geplande tactiek.

# De plaats van strategie binnen het strategisch marketingplan


## Gestructureerde planning

Denk aan het bouwen van een huis. Het fundament is het strategisch plan waaruit alle andere zaken voortvloeien.

Strategie is de basis waarmee je het bestaan en voortbestaan van de eigen organisatie kan blijven monitoren en optimaliseren.







Strategy without tactics is the  
slowest route to victory.  
Tactics without strategy is the  
noise before defeat

Sun Tzu

## Wat zijn de ingrediënten van een organisatie strategie?

- Organisatie identiteit
- Strategische doelstellingen
- Marktscope (doelgroepen)
- Middelen (financieel, mensen, inventaris etc.)
- Groei en/of concurrentiestrategie (op welke wijze gaan we de strijd aan?)
- Synergie (hoe werkt alles binnen de organisatie samen en versterken deze elkaar?)
- Kritische succesfactor (de stijgbeugel?)
- Ruimte (hoeveel speelruimte is er om binnen een bepaalde doelmarkt succesvol te kunnen bewegen?)
- Frictie (welke obstakels komen we mogelijk tegen tijdens de uitvoering van ons plan?)
- Tijd (voorbereidingstijd, timing, aanpassingsvermogen, wanneer omstandigheden veranderen, kansen zich voordoen en ook snel voorbij kunnen gaan)

# Organisatie identiteit

## Ingrediënten

- Visie
- Missie
- Kernwaarden
- Kerncompetenties

## Voorwaarden

- Visueel
- Communicatief
- Gedrag



## Perspectieven

- Management
- Medewerkers
- Stakeholders

## Inside – outside

## Wat zijn de randvoorwaarden van een organisatiestrategie?

- Esprit du Corps
- Doorzettingsvermogen
- Data (informatievoorziening)
- (Marketing) strategische planning is een continu proces!
- Flexibiliteit
- Consistentie (alles is afgeleid en terug te leiden aan de organisatiestrategie)
- Besef dat marketingmiddelen slechts tools zijn die ingezet kunnen worden om een organisatiestrategie te helpen realiseren. Maar deze tools zijn nooit het startpunt als het gaat om het plannen van lange termijnstrategie. Denk aan de hiërarchie van strategie, tactiek en operatie

## Esprit du Corps

- Geloven we als team in de koers van de eigen organisatie?
- Zijn we vindingrijk en flexibel bij veranderingen en tegenspoed?
- Hebben we vertrouwen in het management en elkaar?
- Voelen we ons onderdeel van een winnend team?
- Vieren we onze successen samen?



## Doorzettingsvermogen

- Een organisatiestrategie ontwikkelen is een uitdaging, maar de grootste uitdaging zit hem in het op lange termijn uitrollen hiervan!
- Heeft het management het vermogen om samen met haar organisatie de gestelde doelstellingen te bereiken ondanks tegenslagen op de weg er naar toe?





# Strategie opdracht

**“Formuleer drie kernwaarden voor jouw organisatie.”**

Kies 1 van deze kernwaarde en werk uit op welke wijze deze kernwaarde op alle drie de niveaus consequent en consistent gestalte krijgt richting de externe omgeving.



# Feedback opdracht

Om jullie op weg te helpen ben ik i.s.m. Spot on Medics bereid mijn feedback te geven op jullie uitwerking..

Voor 30 juni 2020 mailen aan mij op [dani@mindyourmarket.nl](mailto:dani@mindyourmarket.nl)

O.b.v. daarvan nemen ik contact met je op om dit door te spreken. Dit kan bijvoorbeeld via Skype.

Telefonisch kan er ook een afspraak ingepland worden via:  
06-5478 3978.

# Jullie vragen?

# Evaluatie

# Afsluiting