

E-book

ZO BRENG JE JOUW

ZORG in beeld



**IN 5 EENVOUDIGE
STAPPEN**

- MOOR COMMUNICATIE -



GOEDE COMMUNICATIE GEEFT GRIP!

Maartje Bertens - Moor Communicatie

**Laat jouw
patiënt/cliënt/klant
NIET DWALEN**

De wereld van zorg en welzijn is altijd in beweging. Mensen worden mondiger, zorgvragen complexer en zorgprofessionals schaarser. Dat vraagt om een andere aanpak!

Een aanpak waarin woord en beeld samenkomen en elkaar aanvullen. Communicatie-uitingen die rust en houvast bieden in een wereld vol emoties, ingewikkelde materie en complexe mogelijkheden.

**Benieuwd hoe je dat doet?
Je leest het in dit E-book!**

Hoe informeer jij jouw patiënt, cliënt of klant? Geef jouw doelgroep houvast.

MAAK EEN ZORGPAD



 **Zorgpad = een logische reeks van zorgschakels**

Een zorgpad geeft:

- Een cliënt, klant of patiënt inzicht in het behandelproces: dit is wat we gaan doen, zo ziet jouw pad eruit.
- Helderheid en rust bij de patiënt, klant of cliënt: dit zijn de stappen die we gaan nemen en bij deze professionals kun jij terecht met vragen.
- Een cliënt, klant of patiënt inzicht in zijn of haar invloed op het proces: op deze punten in het traject kun jij aangeven welke kant we op gaan.



Wanneer zet je een zorgpad in?

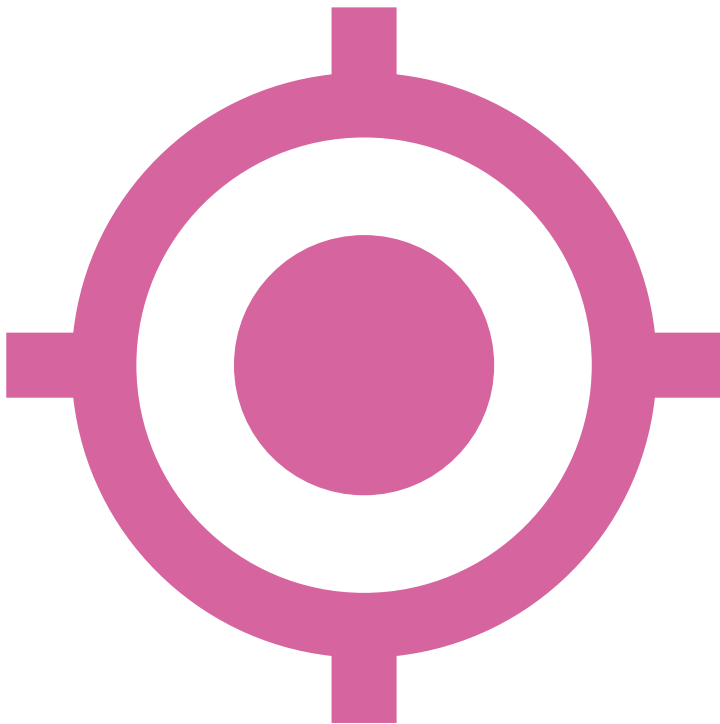
- Bij de start van de zorgverlening *Als informatiehulpstuk ('Hoe ziet het traject eruit?')*
- Bij een tussenstop of keuzemoment *Als keuzehulpstuk ('welke afslag gaan we nemen?')*
- Bij de afsluiting van een traject of behandeling *Als evaluatiehulpstuk ('wat hebben we gedaan?')*

BEPAAAL

STAP 1

HET DOEL

Een zorgpad, zorgprogramma of zorgreis geeft zowel de doelgroep als de zorgverlener houvast.



Een goed zorgpad start met een

helder doel

zoals een reis start met een reisbestemming. Waar wil je naartoe? Wat wil je zien, meemaken, voorkomen?

Bepaal als organisatie of professional wat het doel is. Wat is het eindpunt van jouw zorgpad?

TIP



ZET DE JUISTE MENSEN BIJ ELKAAR

Organiseer een brainstormsessie met alle betrokkenen van het zorgpad. Denk hierbij aan (vakinhoudelijke)specialisten, coördinatoren, zorgprofessionals, assistenten, maar ook de cliënt of patiënt en zijn of haar familie. Op die wijze kun je alle hoeken van het traject belichten en verzamel je zoveel mogelijk bruikbare informatie.

STIPPEL

STAP 2

DE REIS UIT

Hoe ziet het traject van jouw organisatie eruit? Welke behandeling(en) of processen ondergaat jouw cliënt, patiënt of klant? Langs welke 'tussenstops' komt jouw doelgroep? Benader jouw zorgpad als een reis die jouw doelgroep gaat maken.

Reis

- Wat is je bestemming?
- Ga je met het vliegtuig of pak je de auto?
- Bepaal je zelf de route of wordt jouw route bepaald?
- Welke bagage neem je mee?
- Heb je vaccinaties nodig?
- Welke tussenstops doe je aan?

Zorgpad

- Wat is het uiteindelijke doel van het (zorg/behandel)traject?
- Is het traject kort en intensief? Of langdurig en opbouwend?
- Wat moet jouw doelgroep vooraf weten?
- Welke trajecten heeft jouw doelgroep al doorlopen?
- Welke keuzemomenten zijn er tijdens een behandeling/traject?

Probeer het traject binnen jouw organisatie in hoofdlijnen op papier te zetten.

TIP



MAAK MEERDERE VERSIES

Heb je meerdere trajecten? Maak dan meerdere versies.

Of werk bijvoorbeeld met beslisbomen: kies je voor traject a? Volg dan route x.

DENK

AAN JOUW DOELGROEP

STAP 3

Match met je doelgroep

Wie wil jij bereiken? En wat zijn de kenmerken van jouw doelgroep? Denk hierbij aan leeftijd, interesses en het kennisniveau.

Welke benaderwijze spreekt jouw doelgroep aan: jij of u?/ kort en krachtig of juist verhalend?/ online of juist offline?

Match met je organisatie

Wat wil jouw organisatie uitstralen? Laat jouw zorgpad, qua uitstraling en vorm matchen met jouw organisatie. Wil je gastvrijheid uitstralen? Laten zien dat in jullie organisatie de patiënt/cliënt een stem heeft? Tonen dat kwaliteit en slagvaardigheid hoog in het vaandel staan? Is jouw organisatie vooruitstrevend en innovatief of juist al jaren 'oud en vertrouwd'?

Match met je doel

Wat wil je bereiken? Laat je met jouw zorgpad zien welke stappen een cliënt of patiënt kan verwachten? (zoals bij een overzichtelijke instructie op papier) Of geef je een patiënt/cliënt juist de ruimte om zelf te kiezen welke afslag hij of zij neemt? (zoals bij een interactieve website) Neem je een patiënt of cliënt mee op reis in een informatief animatiefilmpje? Of toon je jouw zorgpad in een overzichtelijke infographic waar een patiënt/cliënt zélf het tempo bepaalt?

FORMULEER

JOUW BOODSCHAP

Een heldere tekst maakt jouw zorgpad aantrekkelijk, toegankelijke en begrijpelijk. Hoe doe je dat?



STAP 4

Sluit aan bij de voorkennis van jouw doelgroep

Wat weet jouw doelgroep? Zijn het nieuwkomers of juist ervaringsdeskundigen? Is dit hun eerste kennismaking met jouw organisatie? Wat weet jouw patiënt/cliënt of klant al van een ziekte, behandeling of traject? Is jouw doelgroep thuis in de begrippen uit jullie vakgebied?

Sluit aan bij de belevingswereld van jouw doelgroep

Wat leeft er bij jouw doelgroep? Hoe staan zij in het leven? Welke personen, ontwikkelingen en gebeurtenissen spelen een rol in hun dagelijks leven?

Sluit aan bij de voorkeuren van jouw doelgroep

Online of juist offline? Tot in detail op de hoogte of genoeg aan de grote lijnen? Een informatief boek of juist meerdere korte berichten? Denk ook aan de voorkeuren van het netwerk van jouw doelgroep (familie, vrienden, vertegenwoordigers)

TIP



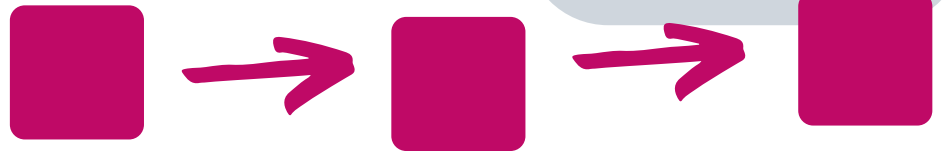
KISS! (KEEP IT SHORT & SIMPLE)

Gebruik korte zinnen - Leg begrippen uit - Ga niet te veel in op details - Betuttel je publiek niet - verduidelijk je woorden met beelden (foto's, illustraties, symbolen) - Zorg voor een duidelijke verhaallijn - deel je informatie op in behapbare stukken.

GEEF VORM

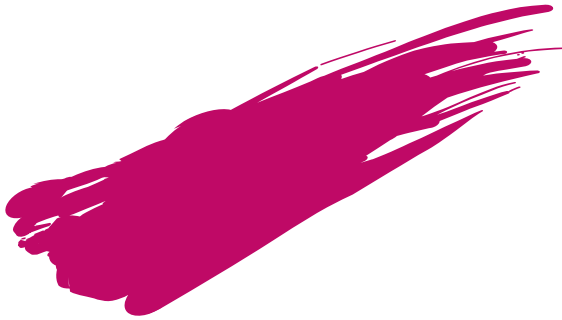
AAN JOUW PLAN!

STAP 5



STRUCTUUR

Breng structuur aan in je verhaal. Deel je inhoud op in blokken. Bepaal wat waar komt te staan. Heb je veel informatie? Kies er dan voor om je informatie op te delen in meerdere uitingen. Bedenk hoe je van het ene informatieblok naar het andere komt.



KLEUR

Kleur kan voor verheldering zorgen. Kleuren zijn het krachtigst als je niet te veel verschillende kleuren inzet. Ga bijvoorbeeld voor grijs of zwart en kies daarnaast voor één of twee aanvullende kleuren uit je huisstijl. Geef hiermee accenten aan, zoals pijlen, kaders of symbolen.

SYMBOLEN

Illustraties of kleine symbolen kunnen jouw document meer 'smoel' geven. Gebruik een stijl die past bij jouw organisatie en huisstijl. Simpel of juist gedetailleerd. Met één enkele lijn kun je vaak al een hoop bereiken.

Werk je veel met abstracte begrippen of managementtermen? Kijk dan eens op sites als <https://thenounproject.com/>. Daar vind je meer dan twee miljoen icoontjes (ook voor lastigere of abstractere begrippen).



Goede communicatie geeft grip!

Na deze 5 stappen heb jij de basis voor jouw zorgpad in handen. Goede, heldere en begrijpelijke communicatie helpt jouw (zorg)organisatie verder en geeft jouw patiënt, cliënt of klant houvast.

Kan jouw organisatie wel wat hulp gebruiken bij het ontwikkelen van een zorgpad? Of bij andere communicatie-uitingen? Moor Communicatie is gespecialiseerd in communicatievraagstukken van zorgorganisaties.



MOOR COMMUNICATIE HELPT!

BENIEUWD WAT MOOR COMMUNICATIE
KAN BETEKENEN VOOR JOUW
ORGANISATIE?

NEEM CONTACT OP:
INFO@MOORCOMMUNICATIE.NL
WWW.MOORCOMMUNICATIE.NL
06 44 11 90 12

VOLG MAARTJE VAN MOOR COMMUNICATIE
OP LINKEDIN