

De klant weet het beter!

In mijn vorige blog 'Van EGOsysteem naar ECOsysteem' schreef ik al over de noodzakelijke transformatie naar netwerkgeneeskunde: een veel opener en op samenwerking gericht systeem. In die blog schetste ik enkele voorbeelden hoe medisch specialisten onderling, het medisch team met de patiënt en ziekenhuizen onderling beter zouden kunnen samenwerken om tot hogere kwaliteit van zorg te komen. Er is daarnaast natuurlijk nog een andere vorm van samenwerking, namelijk die tussen ziekenhuizen en de industrie. Met een hip woord heet dat ook wel cocreatie.

Gebrek aan samenwerking is gemiste kans

Er is jarenlang een behoorlijk grote scheiding geweest tussen deze twee groepen. Leveranciers ontwikkelden op eigen houtje producten, vaak gebruikmakend van de nieuwste wetenschappelijke inzichten. Dit leidde tot producten die op medisch niveau top-of-the-bill zijn, maar die eigenlijk beter zouden kunnen worden ingepast in de processen in ziekenhuizen.

Deze situatie is in de loop der jaren gelukkig wel verbeterd, maar van echt nauwe samenwerking is bij de meeste leveranciers nog altijd geen sprake. En dat is een gemiste kans, zowel voor het ziekenhuis als voor de leverancier. Want is het niet zo dat een leverancier zijn producten veel beter kan afstemmen op de behoefte van medische teams als zij echt inzicht hebben wat er op de werkvloer gebeurt? En is het niet zo dat de beste ideeën voor productverbetering juist op de werkvloer ontstaan, bij degenen die dagelijks met de apparatuur werken?

Luister naar gebruikers

Sectra werkt al jarenlang vrij intensief samen met klanten. En dat moet ook als je je producten bijvoorbeeld wilt voorzien van een gestroomlijnde workflow met de juiste tools. We betrekken vaak een aantal ziekenhuizen met meerdere specialisaties bij de ontwikkeling van een bètaproduct. Je kunt immers niet honderden ziekenhuizen opnemen in je productontwikkelteam. Dat zou onwerkbaar worden.

Maar wat wél kan, is honderden klanten via een portal met ons én met elkaar laten praten. Wij noemen onze portal Userinfluence. Klanten kunnen 'm gebruiken voor alles wat ze kwijt willen. Ze kunnen via de portal onderling met

elkaar en met de ontwikkelaar communiceren, ze kunnen vragen stellen aan ons en het is mogelijk prototypes in te zien en uit te proberen. Wij vinden het natuurlijk vooral leuk als het platform wordt gebruikt voor opbouwende feedback: welke functionaliteiten mis je in de module die ontwikkeld wordt? Wat vind je niet handig werken en welke ideeën heb jij om dat te verbeteren?

Blij met input klanten

Om deze feedback te stimuleren rijken we ieder jaar zelfs een Userinfluencer Award uit, dit jaar gewonnen door Chris van der Loo, PACS-beheerder bij het OLVG. Chris is slim, maar ook kritisch. Hij is niet snel tevreden, gaat altijd op zoek naar manieren om dingen nog handiger, slimmer of beter te maken. Je zou dat lastig kunnen noemen. Maar wij belonen dat gedrag juist. Wij vinden het alleen maar fijn als klanten kritisch opbouwende feedback geven voor verbetering van onze oplossing. Ons motto is namelijk: de klant weet het beter! Dus Chris en al die andere klanten die hun feedback met ons delen: BEDANKT! Dankzij jullie inbreng kunnen wij nóg betere producten ontwikkelen.

Elise Prosman, Marketing Manager bij Sectra

