
Rondetafelgesprek Waardecreatie Lidz voor VVT organisaties

Miriam van Hattum
Coördinator Lidz

Aanleiding



- 5% verlies aan deelnemers; betreft 20% van Care organisaties
- Wie is de klant: organisatie/ medewerker?
- Welke waarde leveren we voor welke klant?
- Huidige verdienmodel versus visie 2020

Doelstelling

Op 1 mei 2016 zijn conclusies getrokken en aanbevelingen gedaan aan het bestuur van Lidz over de aanpassing van het huidige businessmodel zodat de visie van Lidz tot aan 2020 gerealiseerd kan worden en Lidz voldoet aan de vereiste waardecreatie van deelnemers uit Care organisaties waarbij het aantal deelnemers in 2020 minimaal 60 organisaties omvat waarvan minimaal 25% Care organisaties.

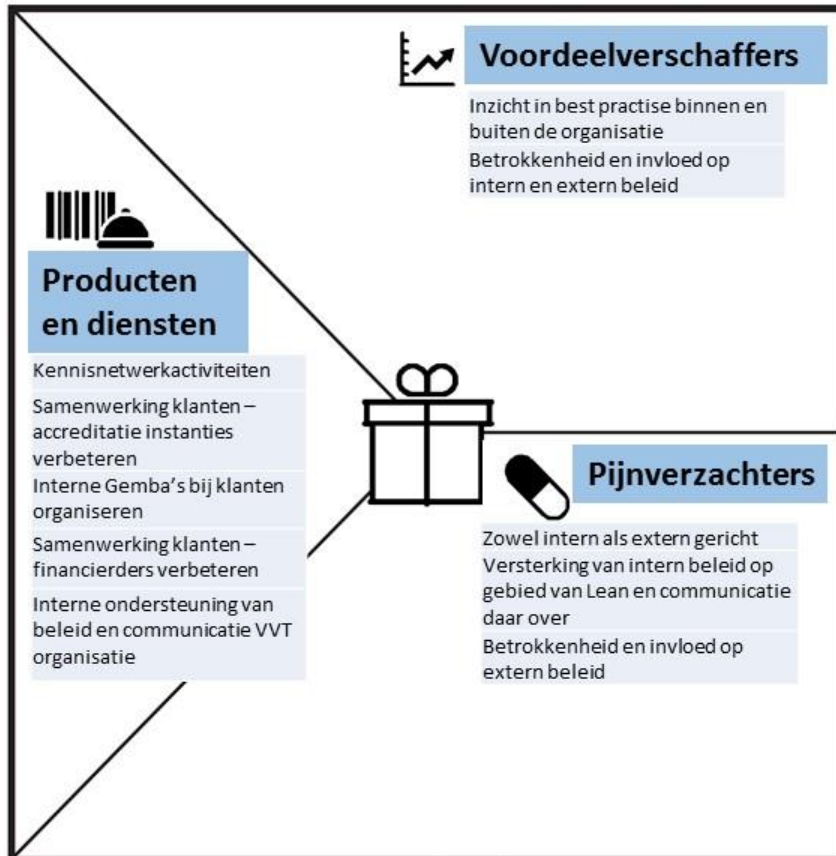
Focus: VVT organisaties

Resultaten: Waardepropositie



Waardepropositie Lidz-SOLL

Klantsegment *Care organisaties*



Voordelen

Consensus / communicatie intern beleid	22
Best practice in- en extern	17
Competenties medewerkers	13
Eenduidig/ gedoseerd extern beleid	9
Niet denken maar doen	9
Indicatoren	4
Werving medewerkers	4
Integrale toetsing	4
Tijd	4
Budget	4
Deskundigheid opdrachtgever	4
Cultuuromslag	4



Pijnpunten

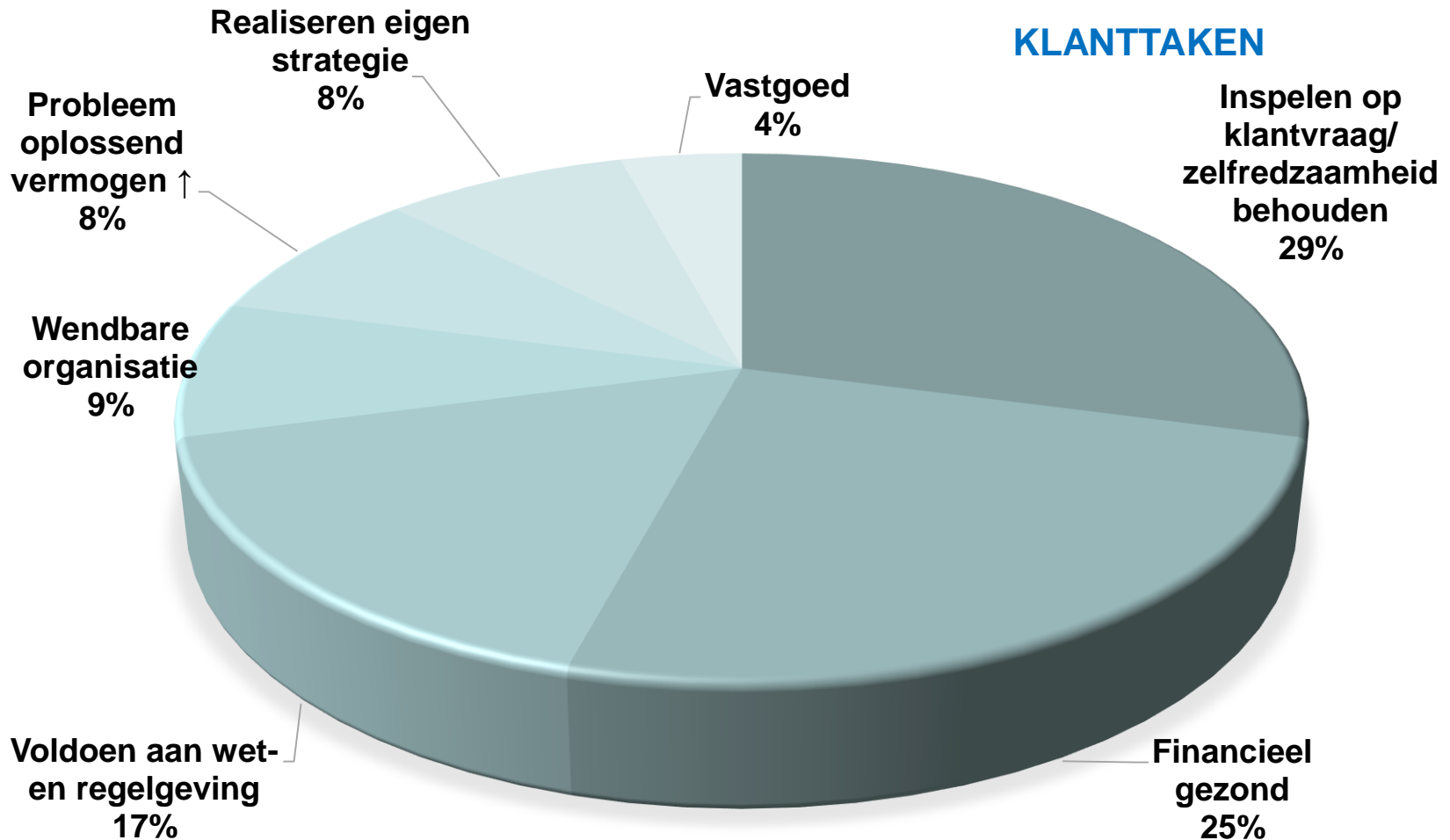
Intern/ individueel gericht	18
Capaciteits problematiek	18
Intern beleid/prioriteiten	15
Deskundig/ vaardig medewerker	12
Wisselend/ ad hoc extern beleid	9
Afstemmen klant - medewerker	6
Budget	6
Ontbreken indicatoren	3
Weerstand personeel	3
Imago	3
Digitale ondersteuning	3
Tijd	3



Klanttaken

Inspelen op klantvraag/ zelfredzaamheid behouden	29
Financieel gezond	25
Voldoen aan wet- en regelgeving	17
Wendbare organisatie	8
Probleem oplossend vermogen ↑	8
Realiseren eigen strategie	8
Vastgoed	4

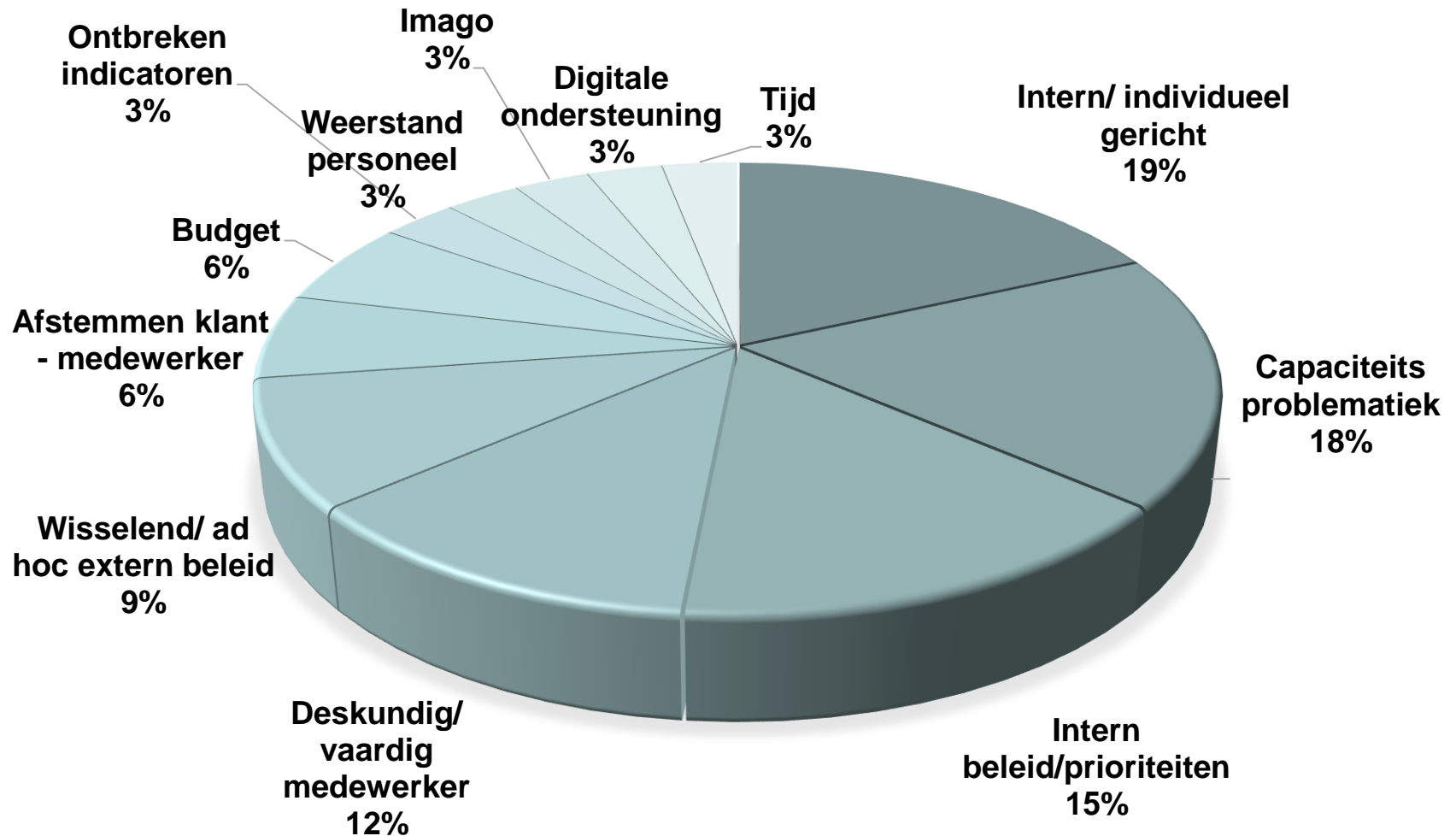
Resultaten: Waardepropositie



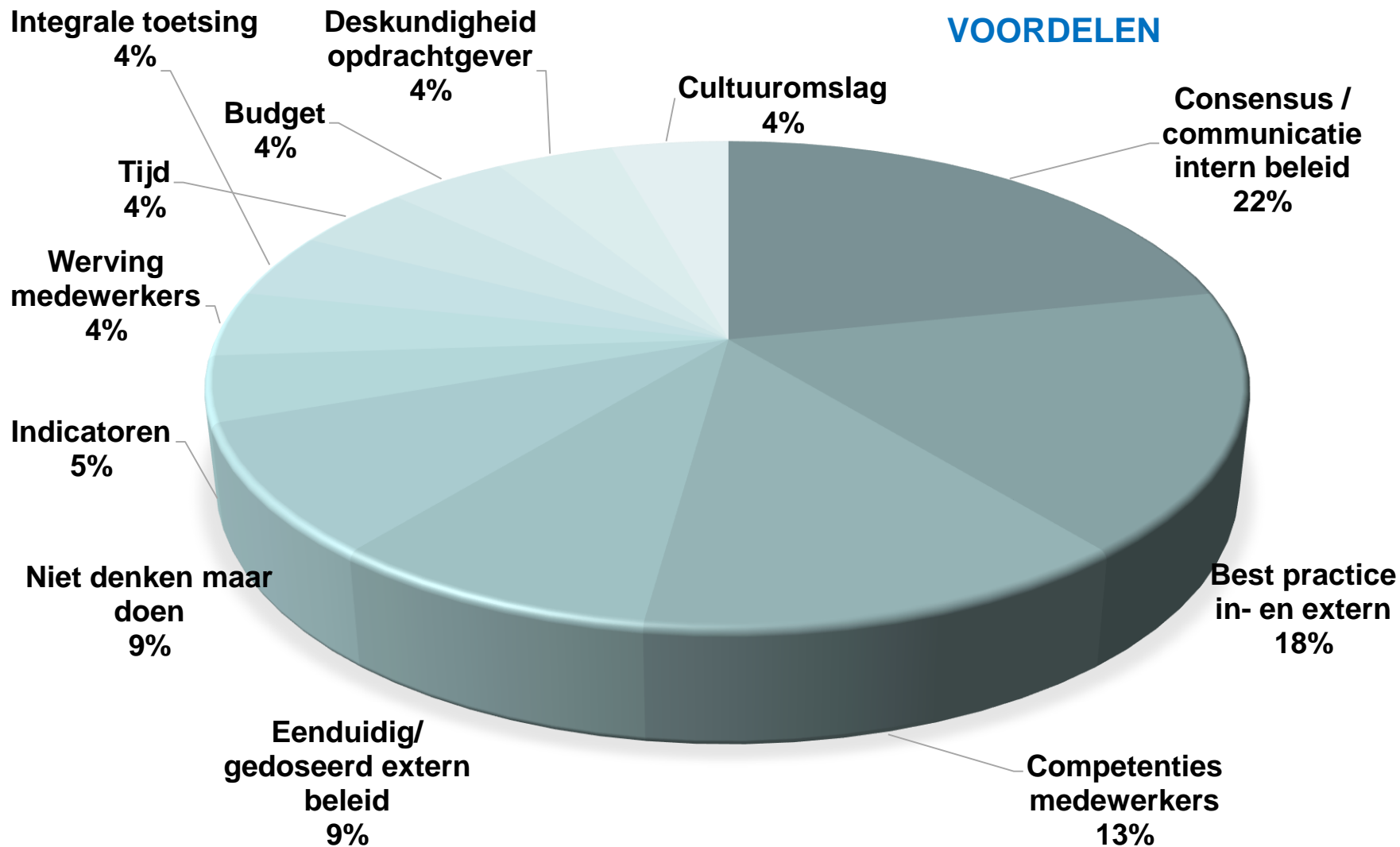
Resultaten: Waardepropositie



PIJNPUNTEN



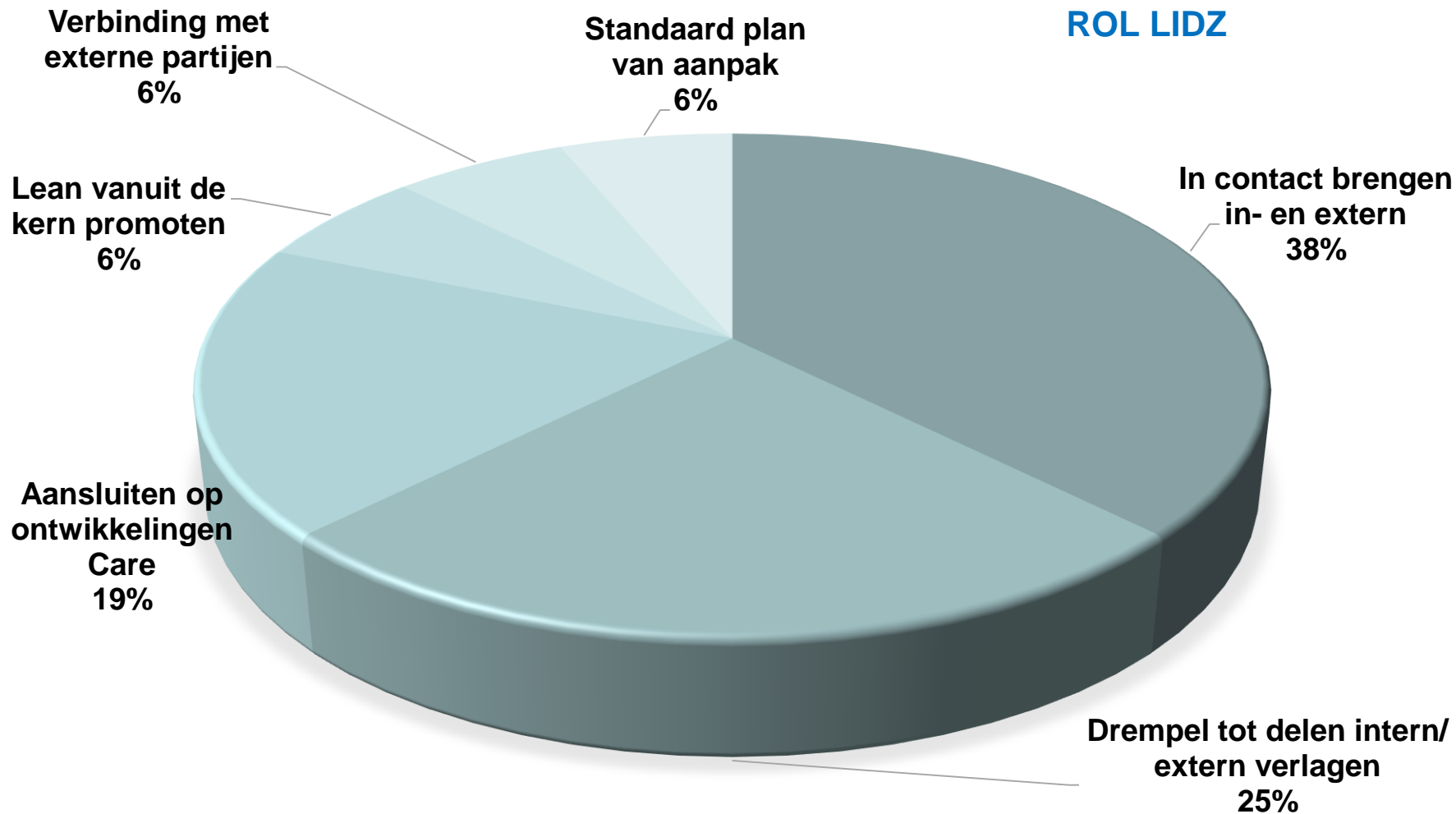
Resultaten: Waardepropositie



Resultaten: Waardepropositie



ROL LIDZ

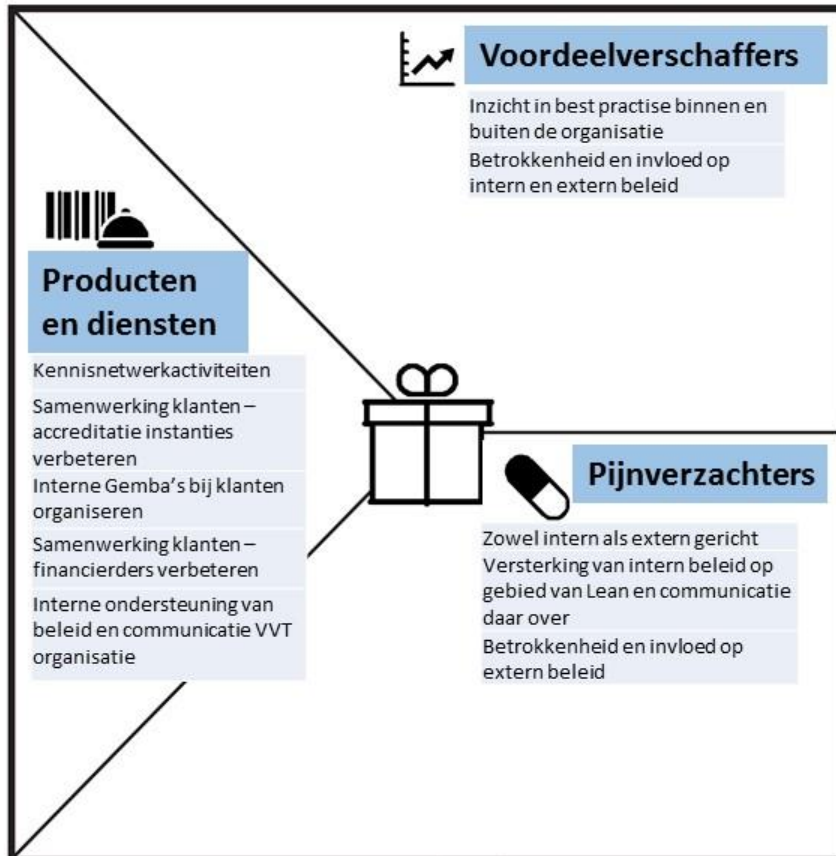


Resultaten: Waardepropositie



Waardepropositie Lidz-SOLL

Klantsegment *Care organisaties*



Voordelen

Consensus / communicatie intern beleid	22
Best practice in- en extern	17
Competenties medewerkers	13
Eenduidig/ gedoseerd extern beleid	9
Niet denken maar doen	9
Indicatoren	4
Werving medewerkers	4
Integrale toetsing	4
Tijd	4
Budget	4
Deskundigheid opdrachtgever	4
Cultuuromslag	4

Pijnpunten

Intern/ individueel gericht	18
Capaciteits problematiek	18
Intern beleid/prioriteiten	15
Deskundig/ vaardig medewerker	12
Wisselend/ ad hoc extern beleid	9
Afstemmen klant - medewerker	6
Budget	6
Ontbreken indicatoren	3
Weerstand personeel	3
Imago	3
Digitale ondersteuning	3
Tijd	3

Klanttaken

Inspelen op klantvraag/ zelfredzaamheid behouden	29
Financieel gezond	25
Voldoen aan wet- en regelgeving	17
Wendbare organisatie	8
Probleem oplossend vermogen ↑	8
Realiseren eigen strategie	8
Vastgoed	4

Conclusies en aanbevelingen



Om aan te kunnen sluiten op de waarde van Lidz voor care organisaties dient ingezoomd te worden op de kosten en de baten.

Kosten:

Verdienmodel aanpassen op omvang deelnemende organisatie en verbruik van Lidz activiteiten

Conclusies en aanbevelingen



Baten:

Nieuwe Lidz activiteiten

- Producten en diensten bij start intern op VVT organisatie laten aansluiten
 - Policy Deployment
 - Interne Gemba's
- Betere aansluiting in de keten
 - Samenwerking met accreditatie organen en financierders



Rondetafelgesprek



- Welke functie heeft Lean binnen Care organisaties?
- De term Lean roept weerstand op
- Welke beweging willen we binnen de Care op gang brengen?
- Hoe kunnen Care organisaties en Lidz elkaar versterken?