



MASTERCLASS ZIEKENHUISCONTRACTERING

5 OKTOBER 2023

1

Introductie



Casper Klijn



Patrick Hondsmark



Tim Pellens



2

Aanleiding programma

- **Veel intramurale producten**
- **Access in ziekenhuis is beperkt**
- **Contractering is key**
- **DOEL sessie: challengen & inspireren**



© Masterclass Ziekenhuiscontractering 2023



3

3

Agenda

- 14.00 Welcome**
- 14.05 ValueProof | Setting the scene**
- 14.30 Ipsos | Establishing the scene**
- 15.15 Break**
- 15.30 Axon | Manage the scene**
- 16.15 Q&A**

© Masterclass Ziekenhuiscontractering 2023



4

4



5



6

A promotional graphic for ValueProof. The top left features the ValueProof logo, which consists of a blue hexagon with a white 'VP' inside, followed by the text 'VALUEPROOF' in large blue letters and 'smarter marketing' in smaller blue letters below it. The background is a city skyline at sunset. On the right, a man in a suit is tearing open his white shirt to reveal a blue superhero-style chest. The main text 'ACCOUNTMANAGEMENT IS VOOR SUPERHELDEN' is written in large, bold, white letters across the center. At the bottom left, it says 'ValueProof, The Netherlands'.

VALUEPROOF
smarter marketing

ACCOUNTMANAGEMENT
IS VOOR SUPERHELDEN

ValueProof, The Netherlands

© Masterclass Ziekenhuiscontractering 2023



7

A photograph of railroad tracks curving through a grassy field. A semi-transparent white box is overlaid on the tracks, containing text. The text reads 'Ziekenhuiscontractering' followed by a bulleted list: '• Lange weg!', '• Balancing act', and '• Op het goede spoor blijven'.

Ziekenhuiscontractering

- Lange weg!
- Balancing act
- Op het goede spoor blijven

8



9



10



11

Uitdagingen van de interne organisatie vragen om een gecoördineerde aanpak

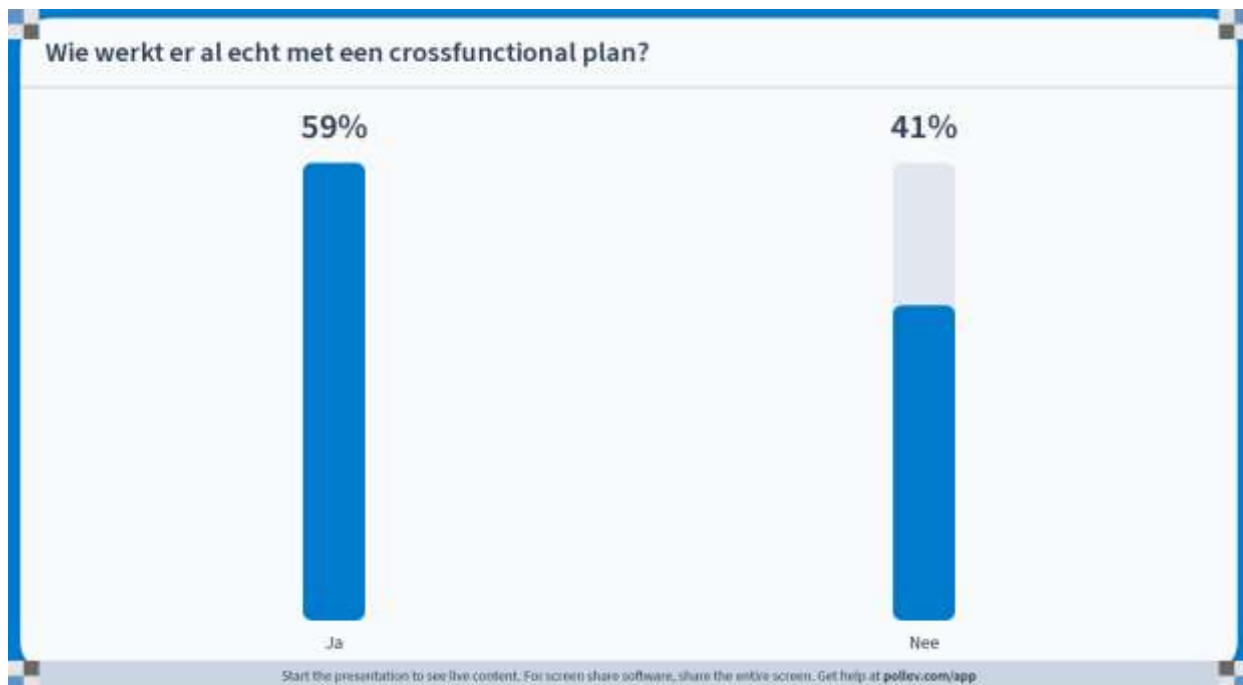


12

Doen we alles goed?

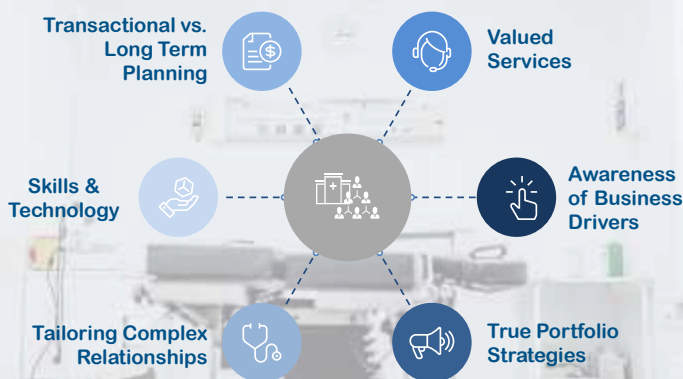


13

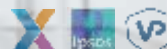


14

Uitdagingen die van invloed zijn op je rol als deelnemer van het crossfunctional team



© Masterclass Ziekenhuiscontractering 2023



15

15

Plan van aanpak

Bepaal je key accounts

Onderzoek en inzicht in de behoeften van je klant

Bepaal je DMU

Ontwerp een geïntegreerd/cross functioneel accountplan

Lever een coherent en op maat gemaakte value proposition

Uitvoering transparent en cross functioneel

Bepaal en meet de gezamenlijke KPI's

16

Het begint bij de DMU

- Schets de DMU volgens het Miller-Heiman* model
- Archetypen in DMU
 - Centrale vragen
 - Drivers
 - Allergieën
 - Sweetspots
- Beschrijf de buying journey om later een 'engagement journey' te ontwikkelen

economical buyer	technical buyer
coach	user

* The New Strategic Selling © Masterclass Ziekenhuiscontractering 2023

17

De rollen in de DMU

Economical buyer	Technical buyer
Coach	User

* The New Strategic Selling © Masterclass Ziekenhuiscontractering 2023

18

Plan & connect

- De rol-/contactmatrix invullen
- Identificeer stakeholders bij de rollen (namen, functietitels)
- Wijs resources (mensen) uit je eigen organisatie toe aan de rollen
- Definiëren wie wat doet in het account

Role	Economic buyer	Technical buyer	Coach	User/Enduser
Task	Decides on the deal	Selects and advises	Helps you and himself	Influences out of own interests (over kwaliteitsbijdrage)
Looking for	RFP, Business case	Fit with specs and impact	Progress in own career	Confidence that this will do more good than bad
	Trusted solution/guarantee on RFP	Differences with others	support from you	Making worklife better
	References	Specs		Support
Who?				
2.				
3.				
4.				
Worries about?				
To be approached by whom?				
When to approach?				

© Masterclass Ziekenhuiscontractering 2023



19

Inspiratie



20



21



Tim Pellens
Tim.pellens@valueproof.nl
035-6958090

Patrick Hondsmark
patrick.hondsmark@ipsos.com
+31 (0)6 15 63 93 57

Casper Klijn
Casper.klijn@axonhealthcare.nl
+31 (0)6 108 91 560

Follow us on LinkedIn

www.valueproof.nl

22