

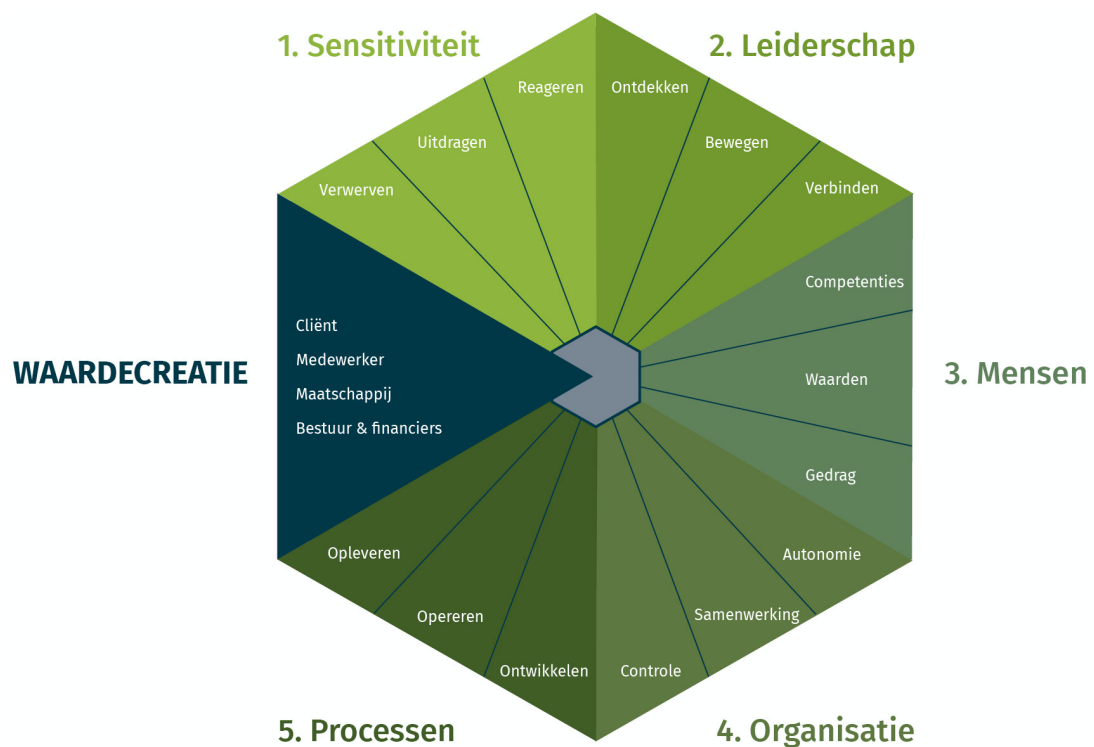
Market Orientation Score in de zorg

De Market Orientation Score als roadmap is opgevat als een duurzame en diepgaande strategie&organisatie oefening voor het directieteam, dat met de Market Orientation Score een gedeelde en marktgerichte KPI in handen wil hebben om te vertalen naar een strategieplan met 5 groeipaden.

Waarom de Market Orientation Score met uw zorgorganisatie?

U wil meer betekenen voor uw cliënten en medewerkers en een duidelijke marktgerichte positie innemen. U wil een geprefereerde instelling zijn voor verwijzers, verzekeraars en ketenpartners. De Market Orientation Score is een instrument waarmee u de marktgerichtheid van uw organisatie objectiveert. Zo plaveit u de weg met inzichten naar ontwikkeling van relevant zorgaanbod.

1 5 groeipaden naar waardecreatie voor cliënten, medewerkers, maatschappij, bestuur en financiers.



2 Waarom werken met Market Orientation Score?

De Market Orientation Score als objectiverend instrument om strategie-implementatie en organisatieontwikkeling op te volgen in de zorgsector

- Zorg wordt een schaarse product. Het aanbod is relatief klein voor het aantal cliënten.
- Relevante zorg begint met een bestuur dat aandacht heeft voor cliënten, medewerkers, samenleving en bestuur & financiers. Om daarnaast een visie en organisatie te ontwikkelen om waarde te creëren voor deze vier groepen. De Market Orientation Score objectificeert de stand van zaken van uw organisatie en geeft inzicht waar u per doelstelling op kan inzetten om de meeste impact te realiseren.
- Of uw organisatie strategisch kiest voor product leadership, "de beste zorg", of customer intimacy, "de patient centraal", de Market Orientation Score geeft u een score op 10 per waardedimensie en biedt u inzicht om uw organisatie verder te laten groeien in het realiseren van de visie.
- Om een overzicht en synthese te verkrijgen over de huidige positie en de afstand tot het doel.

De Market Orientation Score als verbindend concept bij een organisatie brede transformatie

- 100 items over marktgerichtheid om een moment van reflectie in te bouwen voor medewerkers.
- Perceptiemeting om te achterhalen welk gedrag de organisatie vertoont ten aanzien van het ingezette transformatietraject.
- De Market Orientation Score kan het begin of aanknopingspunt zijn wanneer u een urgentie wil creëren naar een gewenste cultuuromslag.

3 Hoe gaan we te werk?



4 Hoe rapporteren we?

Strategische bijsturing: heeft de organisatie een duurzaam waardecreatie kader? De organisatie geeft zelf aan of er op de juiste groeipaden wordt ingezet. De resultaten duidt concreet op welke bouwstenen de juiste koers werd ingezet en waar nood is aan heroriëntatie en geven dus de nodige onderbouw voor een strategische bijsturing. Indien gewenst onder begeleiding van Antenno.

Marktorientatie

Prestatie op de bouwstenen

Impact op waardecreatie

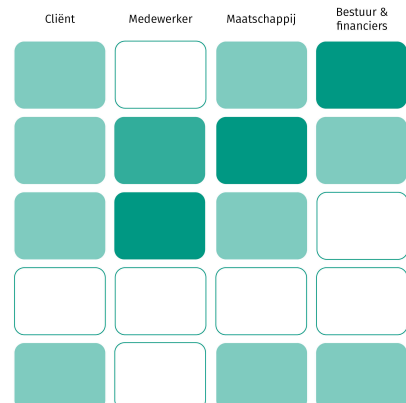
Sensitiviteit

Leiderschap

Mensen

Organisatie

Processen



5 Budget

Het budget voor het doorlopen van de totale Market Orientation Score roadmap:

- <250 VTE: 18.500 euro
- >250 VTE: 23.000 euro

6 Over ons

6.1 Antenno brengt marktgerichte strategieën tot leven

Antenno brengt marktgerichte strategieën tot leven. Wij helpen organisaties en ondernemers om vorm te geven aan een toonaangevende en marktgerichte positionering. Samen bouwen we aan een strategisch kader dat richting geeft. Daarna drukken we het gaspedaal in: we maken tastbare sprongen vooruit op het vlak van organisatie, marketing, communicatie. We nemen organisaties mee in een positieve flow bij externe of interne koerswijzigingen. Onze aanpak wordt aangepast op maat van start-ups, kleine ondernemingen of meer mature spelers. Onze klanten zijn actief in B2B en de publieke sector.

Kerncompetenties: Antenno brengt ondernemende mensen samen met een achtergrond in

- strategie & organisatie consulting
- design en communicatie
- customer experience procesoptimalisatie.

En dat steeds vanuit een doelstelling naar markt- en klantgerichtheid die leidt naar duurzame waarde creatie.

6.2 Rudy Moenaert: strategische marketing

Prof. dr. Rudy Moenaert (1961) is een West-Vlaams academicus. Rudy is hoogleraar strategische marketing aan de TIAS School for Business and Society en tevens academic director van het Executive Master of Marketing Program. Hij publiceerde in toptijdschriften (o.m. Management Science, Journal of Product Innovation Management, Journal of Management Studies). Eerder was hij verbonden aan de Universiteit Gent, TU Delft, VUB, Nyenrode Business Universiteit en Vlerick Business School.