

Positioneren in de kraamzorg

Afstudeerscriptie



kraamzorg

1 op 1

Pamela van Klaveren
s1072163
COM4B
Hogeschool Leiden
Communicatie
CO416AO

Anna Kowalska
Elianne Caljouw
Uta Schmidt

'Kraamzorg 1 op 1'
Marian Bakker

17/08/2015
Versie 2

Samenvatting

Het bedrijf 'Kraamzorg 1 op 1' heeft een website waarop kraamverzorgenden zichzelf kunnen koppelen aan kraamvrouwen en andersom. De huidige positionering heeft het bedrijf nog onvoldoende op de kaart gezet. Opdrachtnemer Pamela van Klaveren heeft een onderzoek uitgevoerd voor de opdrachtgever 'Kraamzorg 1 op 1' over het positioneren van het bedrijf.

De probleemstelling van het onderzoek is: *Wat moet 'Kraamzorg 1 op 1' doen om zich te onderscheiden, zodat het succesvol kan concurreren binnen de kraamzorgmarkt?* De doelstelling van dit onderzoek is: *inzicht krijgen in de concurrenten, doelgroepen en de key success factors van het bedrijf, ten einde een positioneringsadvies en aanbevelingen voor de website te kunnen geven.* Ten eerste heeft er deskresearch plaatsgevonden naar de kraamzorgbranche, de rol van de verloskundige in het keuzeproces van de kraamvrouw en mogelijke theorieën omtrent positionering. Dit heeft als doel om uiteindelijk met behulp van de theorie de probleemformulering te kunnen beantwoorden.

Er is gekeken naar verschillende theorieën, waarna uiteindelijk gekozen is voor het 3C-model van Ohmae (1982). Op basis van deze theorie zijn drie hypothesen gesteld. De methode van onderzoek is kwalitatief en bestaat uit half- gestructureerde interviews. Daarnaast vindt er deskresearch plaats.

Vervolgens heeft er kwalitatief onderzoek plaatsgevonden aan de hand van half- gestructureerde interviews met de verschillende doelgroepen. De doelgroepen zijn kraamverzorgenden die als zelfstandige zonder personeel werken door heel Nederland en kraamvrouwen die zich al aangemeld hebben bij 'Kraamzorg 1 op 1'.

De drie hypothesen, op basis van de theorie van Ohmae (1982), zijn getoetst:

- 1) Door de key succes factors van het bedrijf te kennen en gebruiken kan er positief gepositioneerd worden tegenover de concurrenten en de klanten tevreden te houden.
- 2) Als het bedrijf inspeelt op een deel van doelgroep, dan heeft het bedrijf een grotere kans om beter te concurreren met de concurrent.
- 3) Als het bedrijf alle verschillen tussen het bedrijf en de concurrenten benadrukt of een nieuw concept in de markt zet, dan kan de concurrent het niet kopiëren.

Uit het onderzoek is gebleken dat deze hypothesen aangenomen kunnen worden. Uit de eerste deelvraag blijkt dat de key success factors van 'Kraamzorg 1 op 1' een combinatie is van een uniek concept en contracten met zorgverzekering en NBVK. Een ander sterk punt van 'Kraamzorg 1 op 1' is dat er gedurende de kraamperiode één gezicht is en dat van tevoren bekend is wie dat is. De concurrentiepositie op de kraamzorgmarkt is erg gunstig voor 'Kraamzorg 1 op 1', dankzij haar unieke concept. Wel moet er rekening mee worden gehouden dat er concurrenten zijn, die een concept hebben dat steeds meer op dat van 'Kraamzorg 1 op 1' gaat lijken.

De wensen en behoeften van de kraamvrouwen en kraamverzorgenden zijn ook nader onderzocht door middel van interviews. Hieruit blijkt dat kraamvrouwen over het algemeen tevreden zijn over de organisatie van de processen van 'Kraamzorg 1 op 1', maar toch liever de kraamverzorgenden in de persoonlijke kring zoekt. De respondenten zijn tevreden met het inschrijfproces, de bemiddeling en de afhandeling met de verzekering. De kraamverzorgenden geven aan dat ze heel blij zijn met 'Kraamzorg 1 op 1'. Het bedrijf ook aanraden aan andere kraamverzorgenden. Een minpunt volgens de kraamverzorgenden is dat het bedrijf niet bij alle verloskundigenpraktijken bekend is.

Uiteindelijk zijn door middel van de resultaten conclusies getrokken die leiden tot de beantwoording van de probleemstelling. De probleemformulering is als volgt beantwoord:

Het bedrijf 'Kraamzorg 1 op 1' moet de volgende key success factors benadrukken: het unieke concept en contracten met NBVK en zorgverzekeraar.

'Kraamzorg 1 op 1' moet meer naamsbekendheid bij de verloskundigenpraktijk, daarmee de kraamvrouwen, creëren om zich te onderscheiden van de concurrent.

Ook moet 'Kraamzorg 1 op 1' zich focussen op een kleinere doelgroep: vrouwen met een bepaalde levensovertuiging of religie en vrouwen die meer aandacht nodig hebben en vrouwen die meer eisen aan een kraamverzorgende hebben, al dan niet door een slechte ervaring met gewone kraamzorg om succesvol te concurreren op de kraamzorgmarkt.

INHOUDSOPGAVE

1. Inleiding	3
2. Situatieschets	4
2.1 <i>Interne analyse</i>	4
2.2 <i>Externe analyse</i>	4
2.2.1 <i>DESTEP</i>	4
2.2.2 <i>Concurrentieanalyse</i>	6
2.3 <i>SWOT-analyse</i>	6
3. Probleemformulering	8
3.1 <i>Aanleiding</i>	8
3.2 <i>Probleemstelling</i>	8
3.3 <i>Doelstelling</i>	8
3.4 <i>Deelvragen</i>	8
3.5 <i>Doelgroepen</i>	9
3.6 <i>Grenzen</i>	10
4. Theoretisch kader	11
4.1 <i>Begrippen</i>	11
4.2 <i>Definitie</i>	11
4.3 <i>Theorie</i>	12
4.4 <i>Conceptueel model</i>	14
4.4.1 <i>Strategisch voordeel</i>	15
4.4.2 <i>Strategieën</i>	16
4.5 <i>Hypothesen</i>	17
5. Methodologie	18
5.1 <i>Deskresearch</i>	18
5.2 <i>Methode per deelvraag</i>	18
5.2.1 <i>Begrippen</i>	18
5.2.2 <i>Wat zijn de key success factors van 'Kraamzorg 1 op 1'?</i>	18
5.2.3 <i>Hoe ziet de concurrentie eruit op de kraamzorgmarkt?</i>	19
5.2.4 <i>Welke wensen en behoeften hebben kraamverzorgenden?</i>	19
5.2.5 <i>Welke wensen en behoeften hebben kraamvrouwen?</i>	20
5.3 <i>Operationalisatie</i>	20
5.3.1 <i>Doelgroepen</i>	20
5.3.2 <i>Verantwoording onderwerpen topic guide</i>	21
5.3.3 <i>Verbatims en analyseschema's</i>	22
5.3.4 <i>Evaluatie methodologie</i>	22
6. Resultaten	23
6.1 <i>Wat zijn de key success factors van 'Kraamzorg 1 op 1'?</i>	23
6.2 <i>Hoe ziet de concurrentie eruit op de kraamzorgmarkt?</i>	24
6.3 <i>Welke wensen en behoeften hebben kraamverzorgenden?</i>	26
6.3.1 <i>Wensen en behoeften</i>	26
6.3.2 <i>Website verbeteringen</i>	27
6.3.3 <i>Enquêtes</i>	27
6.4 <i>Welke wensen en behoeften hebben kraamvrouwen?</i>	28
6.4.1 <i>Deskresearch</i>	28
6.4.2 <i>Wensen en behoeften</i>	28
6.4.3 <i>Website verbeteringen</i>	30

7. Conclusies	31
7.1 <i>Beantwoording deelvragen</i>	31
7.1.1 Wat zijn de key success factors van 'Kraamzorg 1 op 1'?	31
7.1.2 Hoe ziet de concurrentie eruit op de kraamzorgmarkt?	31
7.1.3 Welke wensen en behoeften hebben kraamverzorgenden?	31
7.1.4 Welke wensen en behoeften hebben kraamvrouwen?	32
7.2 <i>Beantwoording probleemstelling</i>	32
7.3 <i>Conclusies hypothesen</i>	33
8. Aanbevelingen	34
8.1 <i>Aanbevelingen</i>	34
8.1.1 Aanbeveling 1	34
8.1.2 Aanbeveling 2	34
8.1.3 Aanbeveling 3	35
8.1.4 Aanbeveling 4	35
8.2 <i>Evaluatie</i>	36
9. Implementatieplan	37
Literatuurlijst	41
Bijlagen	43
<i>Bijlage I: topic guide 1</i>	43
<i>Bijlage II: topic guide 2</i>	45
<i>Bijlage III: topic guide 3</i>	47
<i>Bijlage IV: zoekplan</i>	49
<i>Bijlage V: concurrenten</i>	50
<i>Bijlage VI: feiten en cijfers kraamzorgmarkt</i>	58
<i>Bijlage VII: verbatims</i>	59
Interview 1: medewerkers, respondent 1 en 2	59
Interview 2: kraamverzorgende, respondent 3	61
Interview 3: kraamverzorgende, respondent 4	64
Interview 4: kraamverzorgende, respondent 5	67
Interview 5: Kraamverzorgende, respondent 6	70
Interview 6: kraamvrouw, respondent 7	73
Interview 7: kraamvrouw, respondent 4	76
Interview 8: kraamvrouw, respondent 8	78
<i>Bijlage VIII: analyseschema's</i>	81
Welke wensen en behoeften hebben kraamverzorgenden?	81
Welke wensen en behoeften hebben kraamvrouwen?	95
Enquêtes	103
<i>Bijlage IX: organogram</i>	105
<i>Bijlage X: logboek</i>	106

1. Inleiding

Iedere vrouw die zwanger is moet nadenken over kraamzorg. Welke organisatie laat ze in haar huis om voor haar en haar pasgeboren baby te zorgen? Welke organisatie kan dat het beste? Welke organisatie geeft haar het veiligste gevoel of past het beste bij haar waarden en normen? Voor sommige vrouwen een lastige keuze.

Het bedrijf 'Kraamzorg 1 op 1' is een nieuw bedrijf binnen de kraamzorgmarkt en een dochteronderneming van 'de Waarden'. Het bedrijf is opgericht in 2014. 'Kraamzorg 1 op 1' is een concept waarbij de kraamvrouwen en kraamverzorgenden voor elkaar kiezen doormiddel van een matchsysteem. Het systeem is daarom vergelijkbaar met een datingsite, maar dan voor kraamverzorgenden en kraamvrouwen. Hierbij is de kraamvrouw de zwangere vrouw en de kraamverzorgende degene die de zwangere vrouw verzorgt.

Door het grote aantal kraamzorgorganisaties is er momenteel een organisatie explosie. Dit houdt in dat er veel organisaties op dezelfde markt opereren, hierdoor is het voor de consument moeilijk om de verschillen tussen deze organisaties te zien. Hierdoor is het wenselijk voor 'Kraamzorg 1 op 1' om de huidige positie in de markt te evalueren en om de positionering aan te passen aan de doelgroep als dit nodig is. Daarnaast is het concept van 'Kraamzorg 1 op 1' een innovatief concept welke nog niet bestaat op de kraamzorgmarkt. Het innovatieve concept houdt in, dat er met zzp'ers wordt gewerkt. Het is op dit moment niet duidelijk of de huidige positionering aanslaat bij de doelgroep en of deze positionering een voordeel geeft ten opzichte van de concurrentie.

Het onderzoek is uitbesteed aan Pamela van Klaveren. De probleemstelling van het onderzoek luidt als volgt: *Wat moet 'Kraamzorg 1 op 1' doen om zich te onderscheiden, zodat het succesvol kan concurreren binnen de kraamzorgmarkt?* De bijbehorende doelstelling luidt als volgt: *Inzicht krijgen in de concurrenten, doelgroepen en de key success factors van het bedrijf, ten einde een positioneringsadvies en aanbevelingen voor de website te kunnen geven.* Het probleem zal worden onderzocht door middel van deskresearch en kwalitatief onderzoek. Aan het eind van het onderzoek wordt de probleemstelling beantwoord, wordt er een implementatieplan opgesteld en zijn er aanbevelingen voor de website geformuleerd.

In dit onderzoek zijn alleen kraamverzorgenden en kraamvrouwen geïnterviewd die al bekend zijn met 'Kraamzorg 1 op 1'. Daarnaast wordt alleen met Nederlandstalige respondenten gesproken. Het onderzoek richt zich alleen op de positionering en de aanbevelingen voor de website, omdat het bedrijf voornamelijk alleen de website gebruikt, om het 'product' te verkopen.

Zoals de doelstelling aangeeft, zal dit rapport inzicht geven in de concurrentie, doelgroepen en de key success factors van 'Kraamzorg 1 op 1' om vervolgens de probleemformulering te kunnen beantwoorden.

Het rapport begint in hoofdstuk twee met een situatieschets. Na de probleemformulering in hoofdstuk drie begint het onderzoek met de constatering dat er sprake is van een positioneringsprobleem. Vervolgens is er gekozen voor een theoretisch en een conceptueel model. In hoofdstuk vijf is er per deelvraag gekozen voor methoden van onderzoek, hier is gekozen voor literatuuronderzoek en kwalitatief onderzoek in de vorm van interviews. Hoofdstuk zes laat de resultaten zien met daarna de conclusies en aanbevelingen in hoofdstuk zeven. Als laatste is in hoofdstuk acht het implementatieplan te vinden.

2. Situatieschets

Het bedrijf 'Kraamzorg 1 op 1' is een platform voor kraamvrouwen en kraamverzorgenden die als zzp'er werken. De twee doelgroepen kunnen elkaar vinden op de website. Op de website kunnen aanstaande moeders kiezen welke kraamverzorgende er bij hen over de vloer komt. Er is geen wisseling van kraamverzorgenden in de kraamweek en het is van tevoren bekend wie er bij hen in huis komt. De kraamverzorgenden zijn ook flexibeler met het indelen van de uren dan kraamverzorgenden die aangesloten zijn bij een organisatie.

Door middel van een interne en externe analyse is er vooronderzoek gedaan naar 'Kraamzorg 1 op 1' en de concurrenten. De situatieschets is gemaakt om het probleem af te bakenen en richting te geven aan het onderzoek. De volledige SWOT-analyse is te vinden aan het einde van de situatieschets.

2.1 Interne analyse

Aan de hand van het boek: *Positioneren*, van Riezebos & Van der Grinten (2011) is er een interne analyse gemaakt. Aangezien 'Kraamzorg 1 op 1' een klein bedrijf is, zijn niet alle elementen van de interne analyse gebruikt, omdat niet alle elementen aanwezig zijn in het bedrijf. De elementen die wel zijn gebruikt zijn: structuur, cultuur, missie en visie.

Er is nog geen echte historie in het bedrijf, omdat het nog maar één jaar bestaat. Volgens Riezebos & Van der Grinten (2011) is historie het verhaal dat de oprichting van een organisatie vertelt. Het bedrijf is opgezet om vrouwen en kraamverzorgenden een medium te geven om elkaar te vinden. Het bedrijf vindt het belangrijk dat de klik tussen kraamvrouw en kraamverzorgende aanwezig is. Met behulp van het bedrijf willen ze daarom de kraamvrouw de beste kraamweek geven door ze zelf een kraamverzorgende te laten kiezen. Dit is de missie, het doel, van het bedrijf. Dit doel wil het bedrijf nastreven door met dit bedrijf meer mensen te bereiken dan op dit moment het geval is.

De overkoepelende organisatie heet 'Kraamzorg de Waarden'. Voor de klanten is 'Kraamzorg 1 op 1' een op zichzelf staande organisatie, er wordt niet gecommuniceerd dat 'Kraamzorg 1 op 1' een dochterorganisatie is. Er is geen sprake van submerken, merken die zichtbaar onder 'Kraamzorg 1 op 1' vallen. Het organogram van Kraamzorg de Waarden is terug te vinden in bijlage IX.

2.2 Externe analyse

In deze paragraaf is de externe analyse te vinden. Onderdelen hiervan zijn de DESTEP-analyse en de concurrentieanalyse.

2.2.1 DESTEP

Demografische elementen

Uit cijfers van het CBS statline (2015) blijkt dat het gemiddeld aantal kinderen per moeder is gehalveerd sinds 1960 tot 1,679. Daarnaast is de gemiddelde leeftijd van een moeder bij haar eerste kind van 26,4 gestegen naar 29,4. De gemiddelde leeftijd van de vader bij het eerste kind van de moeder is daarbij van 32 gestegen naar 32,4. Het aantal levendgeborenen dat volgens verwachting in 2015 geboren gaat worden is: 178.091. Dit is minder dan in 2014. In 2014 is ook de verwachting hoger dan het werkelijke aantal levendgeborenen (CBS statline, 2015). Daarnaast is de gemiddelde leeftijd van cliënten in twaalf jaar tijd gestegen van 28 jaar naar 30 jaar. Het is niet bekend of dit ook het gemiddelde is van moeders met een eerste kind (Actiz, 2015).

Economische elementen

Per 2013 is de eigen bijdrage van gezinnen omhooggegaan van €3,90 naar €4,00, hierdoor betalen gezinnen meer voor de kraamzorg. Van de kraamzorguren moet een gedeelte worden betaald door het gezin zelf, het overige wordt door de zorgverzekeraar betaald (Actiz, 2015). Daarnaast zijn er plannen vanuit de verzekeraars Actiz en IGZ om de eigen bijdrage af te schaffen om gezinnen te stimuleren waarbij de kosten een belemmering zijn voor het afnemen van het aantal benodigde kraamzorguren. Dit kan leiden tot een toename van het aantal zorguren (Strategisch plan, 2014).

Sociaal- culturele elementen

Een trend binnen de kraamzorg is bevallen in het ziekenhuis. Tegenwoordig bevalt meer dan 70% van de vrouwen in het ziekenhuis, daarvan krijgt meer dan de helft ook een keizersnede. Doordat er meer keizersneden plaatsvinden zijn er meer uren afgenomen bij de kraamzorginstellingen (Actiz, 2015).

Technologische elementen

Er zijn weinig technologische veranderingen in de kraamzorgbranche. Er zijn ontwikkelingen waarbij er steeds meer op internet gebeurt. Gezinnen kunnen steeds beter op internet oriënteren over de mogelijkheden van kraamzorginstanties.

Ecologische elementen

Het is tegenwoordig steeds belangrijker om MVO (maatschappelijk verantwoord ondernemen) door te voeren in de bedrijfsstrategie. Dit is vaak ingevuld als het zorgen dat de afval dat een bedrijf produceert zoveel mogelijk gereduceerd moet worden in combinatie met het goed zorgen voor de medewerkers en de omgeving van het bedrijf (Geboortecollectief, 2015).

Er zijn niet veel ecologische veranderingen van invloed op de organisatie. Veel van de activiteiten van 'Kraamzorg 1 op 1' gebeuren online. Ook maken ze geen gebruik van transport. De kraamverzorgenden maken wel gebruik van transport, maar dit zijn officieel klanten van het bedrijf en geen onderdeel van 'Kraamzorg 1 op 1'. Ze zijn gevestigd in het hoofdkantoor van 'kraamzorg de Waarden' en zijn officieel medewerkers van 'de Waarden'.

Politieke elementen

Regels voor zzp'ers bij bemiddelingsbureaus gaan aan het eind van 2015 waarschijnlijk veranderen. De vraag is of ze voor een bemiddelingsbureau als zzp'er kunnen blijven werken of dat de kraamverzorgenden dan in dienstverband zijn. De belastingdienst vindt werken voor bemiddelingsbureaus namelijk 'schijnzelfstandigheid'. Dit levert veranderingen op in de situatie van kraamverzorgende zzp'er (NBVK, 2015). Als er daadwerkelijk besloten is dat de kraamverzorgende dan in dienstverband werkt, is de kans groot dat het aantal kraamverzorgenden bij 'Kraamzorg 1 op 1' zal stijgen. Veel kraamverzorgenden die als zzp'er werken willen dit blijven doen en zullen via 'Kraamzorg 1 op 1' meer verdienen per zorg en nog steeds een zelfstandige kraamverzorgende blijven.

Begin 2010 is het advies van de stuurgroep van de kraamzorg 'een goed begin' verschenen. Hiermee moet de hoge babysterfte in Nederland worden teruggedrongen. De minister wil dat er met pilots integrale geboortezorg gewerkt wordt, er is hier nog maar weinig mee geëxperimenteerd. In deze pilots wordt er beter samengewerkt tussen de verschillende instanties. In combinatie met de daling van de geboortecijfers concludeert kraamzorg de Waarden dat het denkbaar is dat de huishoudelijke zorg wordt afgeschaft en/of het aantal kraamzorguren teruggebracht.

Aan de andere kant is het in het kader van de aanpassing van het LIP (Landelijk Indicatie Protocol) mogelijk dat er juist minder uren worden toegewezen (Strategisch plan, 2014). Het LIP, bepaalt hoeveel zorguren er per gezin worden gegeven door de kraamzorginstelling. Het is nog niet duidelijk wanneer het LIP gaat veranderen.

Daarnaast is besloten om kraamzorg voor het jaar 2015 in het basispakket van de verzekering te houden. Dit betekent dat iedereen toegang heeft tot kraamzorg.

2.2.2 Concurrentieanalyse

Uit bijlage V, tabel 6 blijkt hoeveel concurrenten op de markt aanwezig zijn. De concurrentieanalyse aan de hand van Porter (1985) is te vinden in hoofdstuk 6.

De concurrentie op de kraamzorgmarkt is erg gunstig voor 'Kraamzorg 1 op 1'. Dankzij het contract met de NBVK, de brancheorganisatie, is het voor andere bedrijven lastig om een soortgelijk bedrijf op te zetten voor kraamverzorgenden die werken als zzp'er. Een organisatie heeft namelijk een contract met de zorgverzekeraar nodig, anders wordt de kraamzorg van de cliënt niet vergoed. Als dit niet vergoed wordt zullen veel cliënten en andere kraamzorginstelling kiezen. De brancheorganisatie zorgt ervoor dat kraamverzorgende die werken als zzp'er weten dat ze bij 'Kraamzorg 1 op 1' terecht kunnen en werken samen met 'Kraamzorg 1 op 1' om het beste eruit te halen voor de kraamverzorgenden. Daarnaast richt 'Kraamzorg 1 op 1' zich op vrouwen die wat willen kiezen en niet alle kraamvrouwen in een bepaald werkgebied, zoals een aantal van de concurrenten wel doen.

Ook de kraamzorgbranche is in beweging. In 2012 zijn er volgens Actiz in totaal 98 aanbieders van kraamzorg. 34% daarvan zijn bedrijven die ook andere zorg dan kraamzorg aanbieden, zoals RST Zorgverleners. 66% zijn bedrijven die alleen kraamzorg aanbieden. Zelfstandigen zonder personeel zijn niet meegerekend in deze cijfers (Actiz, 2015). Alle cijfers zijn terug te vinden in bijlage VI. Daarnaast is gebleken dat werken met zzp'ers niet veel voorkomt, maar dat er veel goede ervaringen zijn bij doelgroepen, die meer aandacht vragen of nodig hebben (Willems, 2014).

De organisaties die door 'Kraamzorg 1 op 1' als directe concurrenten worden gezien zijn: De Kraamvogel, Isis Kraamzorg, Careyn, de Waarden en RST zorgverleners. Deze bedrijven worden als concurrent gezien, doordat ze opereren in hetzelfde werkgebied en deze bedrijven de meest bekende organisaties zijn in de verschillende regio's.

2.3 SWOT-analyse

Hieronder is de SWOT-analyse (Wehrich, 1982) te vinden. De resultaten zijn gebaseerd op de interne en externe analyse, die in de situatieschets zijn beschreven. Er wordt een analyse gemaakt om de sterktes en zwaktes van de organisatie duidelijk te maken. Onder tabel 1 wordt er uitleg gegeven.

Sterktes	Kansen
- Contract met NBVK en verzekeraars - Nieuw en onderscheidend concept	- Verandering regeling bemiddelingsbureaus en zzp'ers - Kraamzorg in het basispakket - Duurzaamheidsbeleid
Zwaktes	Bedreigingen
- Geen duidelijke missie en visie - Weinig middelen voor marketing	- Organisatie explosie - Niet alle zorgverzekeraars hebben een contract met 'Kraamzorg 1 op 1' - Teruglopende inkomsten - Kraamzorgorganisaties met zzp'ers

Tabel 1; SWOT-analyse

Sterktes

Zonder de contracten met de zorgverzekeraars en de NBVK staat 'Kraamzorg 1 op 1' niet zo sterk als dat het nu staat. Daarnaast heeft 'Kraamzorg 1 op 1' een nieuw en

onderscheidend concept. Dit concept is nog niet eerder op de markt gebracht en is na één jaar ook nog niet aanwezig, naast 'Kraamzorg 1 op 1'. Het concept biedt voordelen voor de kraamverzorgenden, die op deze manier meer uren kunnen declareren. Ook is de kraamverzorgende flexibeler met het indelen van de uren. Voor de kraamvrouw is het van tevoren bekend welke kraamvrouw er komt werken in de kraamweek en dat er geen wisseling in kraamverzorgenden plaatsvindt.

Zwaktes

Uit de interne analyse blijkt dat het bedrijf goed weet wat het wil, maar dit nog niet ten gehore kan brengen in de missie en visie. Er is nog geen missie en visie gecommuniceerd, daardoor is het voor de doelgroep niet duidelijk wat ze willen bereiken bij 'Kraamzorg 1 op 1'.

Daarnaast heeft 'Kraamzorg 1 op 1' weinig middelen voor marketing, op deze manier is het lastig om de kennis van 'Kraamzorg 1 op 1' bij de doelgroep te vergroten.

Kansen

Als er besloten wordt dat het werken voor een bemiddelingsbureau door een zzp'er wordt gezien als vast dienstverband, dan zullen veel zzp'ers niet meer voor bemiddelingsbureaus willen werken. Ze zullen vervolgens overstappen naar 'Kraamzorg 1 op 1', omdat ze hier meer geld kunnen declareren bij de zorgverzekering en hierdoor meer gaan verdienen. Doordat kraamzorg in het basispakket blijft, is het mogelijk om ook de doelgroep die iets minder te besteden heeft te kunnen bedienen.

Momenteel is er geen duurzaamheidsbeleid bij 'Kraamzorg 1 op 1', dit is wel een kans om het bedrijf nog verder te onderscheiden van de concurrenten. Aangezien de concurrenten geen zichtbaar duurzaamheidsbeleid voeren.

Bedreigingen

De kraamzorgmarkt kent veel organisaties, waardoor er momenteel een organisatie explosie is. Naast het feit dat er veel organisaties zijn, zijn de organisaties die met zzp'ers werken een bedreiging, omdat zij volgens hetzelfde concept kunnen gaan werken.

Als verloskundigen met kraamverzorgenden gaan samenwerken en zo een eigen praktijk openen is het concept bijna hetzelfde als bij 'Kraamzorg 1 op 1'. Aangezien dit nog niet veel gebeurt, is de dreiging klein. Daarnaast heeft 'Kraamzorg 1 op 1' niet met alle zorgverzekeraars een contract, dit zorgt ervoor dat 'Kraamzorg 1 op 1' met name in het Noorden van Nederland geen sterke positie heeft (Bakker & Eijkelenboom, 2015).

Doordat er meer bevallingen in het ziekenhuis zijn, hoeven kraamzorginstellingen minder uren te besteden aan deze gezinnen. De kraamzorginstellingen lopen hierdoor ook inkomsten mis. Bovendien zijn er door het dalende aantal geboortes minder inkomsten.

3. Probleemformulering

De probleemformulering van dit onderzoek bestaat uit: de aanleiding, probleemstelling, doelstelling, deelvragen, doelgroep en grenzen van het onderzoek. De probleemformulering vormt de leidraad van het onderzoek.

3.1 Aanleiding

'Kraamzorg 1 op 1' is een dochteronderneming van Kraamzorg de Waarden. 'Kraamzorg 1 op 1' is een jaar geleden gestart. 'Kraamzorg 1 op 1' is een platform voor kraamverzorgenden die als zzp'er werken en kraamvrouwen. De twee doelgroepen kunnen elkaar vinden op de website. Op de website kunnen kraamvrouwen daardoor kiezen welke kraamverzorgster er over de vloer komt. Er is geen wisseling van kraamverzorgenden in de kraamweek en het is van tevoren bekend wie er in huis komt. De kraamverzorgenden zijn ook flexibeler met het indelen van de uren dan kraamverzorgenden die aangesloten zijn bij een organisatie. Dit zijn een aantal van de voordelen vergeleken met de al bestaande organisaties die kraamzorg verlenen.

De bestaande organisaties in de kraamzorgmarkt bieden ook kraamzorg, maar bij deze organisaties is niet bekend welke kraamverzorgende er komt in de kraamweek. Ook is niet te garanderen dat er één vaste kraamverzorgende is voor de hele kraamweek. Ook kunnen deze kraamverzorgenden de uren niet heel flexibel indelen, doordat ze zijn gebonden aan instructies vanuit de organisatie.

Door het vele aantal kraamzorgorganisaties is er momenteel een organisatie explosie. Hierdoor is het wenselijk voor 'Kraamzorg 1 op 1' om een onderscheidende positie in de markt te vinden. Daarnaast is het concept van 'Kraamzorg 1 op 1' een innovatief concept, een concept dat nog niet bestaat op de kraamzorgmarkt. Er is wel een duidelijke positionering, blijkt uit eerder onderzoek van Willems (2014). Het is op dit moment niet duidelijk of de huidige positionering aanslaat bij de doelgroep en of deze positionering een voordeel geeft op de concurrentie.

3.2 Probleemstelling

De volgende probleemstelling vormt de centrale vraag van het onderzoek. Aan het einde van het onderzoek zal er antwoord worden gegeven op deze probleemstelling:

Wat moet 'Kraamzorg 1 op 1' doen om zich te onderscheiden, zodat het succesvol kan concurreren binnen de kraamzorgmarkt?

De beantwoording van de probleemstelling is terug te vinden in hoofdstuk 7.

3.3 Doelstelling

De doelstelling van dit onderzoek luidt als volgt:

Inzicht krijgen in de concurrenten, doelgroepen en de key success factors van het bedrijf, ten einde een positioneringsadvies voor 'Kraamzorg 1 op 1' en aanbevelingen voor de website te kunnen geven.

De definitie van 'key success factors' en 'concurrenten' zal nader worden toegelicht in hoofdstuk 4.1.

3.4 Deelvragen

Op basis van de probleemstelling zijn er vier deelvragen geformuleerd. De deelvragen zijn ook gebaseerd op de theorie van Ohmae (1982). De theorie van Ohmae zegt: *"In the construction of any business strategy, three main players must be taken into account:*

the corporation itself, the customer, and the competition". De deelvragen zijn daarom ingedeeld in de drie elementen van Ohmae (1982, p.91).

Organisatie

- Wat zijn de key success factors van 'Kraamzorg 1 op 1'?

Uit de probleemstelling blijkt dat 'Kraamzorg 1 op 1' er achter wil komen hoe het zich moet onderscheiden ten opzichte van de concurrentie. Door de key success factors van het bedrijf te kennen kan bepaald worden op welke vlakken 'Kraamzorg 1 op 1' zich onderscheidt, dit kan vervolgens gebruikt worden in de positionering. Daarnaast is uit de theorie van Ohmae (1982, p. 91-93) te lezen dat het onderzoeken van de key success factors een onderdeel is van één van de drie C's: company. Uit de doelstelling die gebaseerd is op de theorie van Ohmae (1982), is ook te vinden dat het belangrijk is om de key success factors van het 'Kraamzorg 1 op 1' te onderzoeken.

Concurrentie

- Hoe ziet de concurrentie eruit op de kraamzorgmarkt?

Om zich te kunnen onderscheiden van de concurrentie, is de concurrentie in kaart gebracht. Aan de hand van de key success factors en de concurrentieanalyse uit hoofdstuk 6 is een goed beeld te vormen over hoe het bedrijf zich kan onderscheiden ten opzichte van de concurrentie. Daarnaast is concurrentie een tweede C van de drie C's: competitors (Ohmae, 1982, p.91 - 93). Uit de doelstelling die gebaseerd is op de theorie van Ohmae (1982), is ook te vinden dat het belangrijk is om de concurrenten van 'Kraamzorg 1 op 1' te onderzoeken.

Klanten

- Welke wensen en behoeften hebben kraamvrouwen?

Het begrip 'wensen en behoeften' wordt nader uitgelegd in hoofdstuk 4.1. De laatste C van Ohmae is: customers (Ohmae, 1982). Kraamvrouwen behoren tot de klanten en de doelgroep van 'Kraamzorg 1 op 1'. Via deze deelvraag kan worden bepaald wat de doelgroep wil van de organisatie, zodat de organisatie zich daarop kan richten in de positionering. Deze deelvraag sluit ook aan op de doelstelling van het onderzoek, waarin is bepaald dat de doelgroepen een onderdeel van het onderzoek moeten zijn, volgens de theorie van Ohmae (Ohmae, 1982). Ook zal worden onderzocht wat de concurrentie is in de ogen van de doelgroep.

- Welke wensen en behoeften hebben kraamverzorgenden?

Het begrip 'wensen en behoeften' wordt in hoofdstuk 4.1 nader verklaard. De laatste C van Ohmae is: customers (Ohmae, 1982). Kraamvrouwen behoren tot de klanten en de doelgroep van 'Kraamzorg 1 op 1'. Via deze deelvraag kan worden bepaald wat de doelgroep wil van de organisatie, zodat de organisatie zich daarop kan richten in de positionering. Deze deelvraag sluit ook aan op de doelstelling van het onderzoek, waarin is bepaald dat de doelgroepen een onderdeel van het onderzoek moeten zijn, volgens de theorie van Ohmae (Ohmae, 1982). Ook zal worden onderzocht wat de concurrentie is in de ogen van de doelgroep.

3.5 Doelgroepen

De doelgroep van dit onderzoek ligt gelijk aan de doelgroepen van 'Kraamzorg 1 op 1'. Als eerste zijn er de kraamverzorgenden. Dit zijn kraamverzorgenden die werken als zzp'er en dus niet in loondienst werken voor een andere organisatie.

Als tweede zijn er de kraamvrouwen. Voor 'Kraamzorg 1 op 1' zijn dit kraamvrouwen die baat hebben bij een kraamverzorgende die als zzp'er werken. Dit zijn vaak vrouwen die zelf willen kiezen welke kraamverzorgende ze willen of die een negatieve ervaring met een organisatie hebben gehad. Voor het onderzoek is deze tweede doelgroep beperkt tot de kraamvrouwen die zich al hebben aangemeld bij 'Kraamzorg 1 op 1'.

3.6 Grenzen

In dit onderzoek is alleen rekening gehouden met het positioneringsadvies van het bedrijf en daarmee de aanbevelingen voor de website. Er zal een implementatieplan komen en aanbevelingen voor de website, maar dit wordt niet door de onderzoeker uitgevoerd. Het onderzoek zal zich binnen de grenzen van Nederland afspelen en alle respondenten zullen in het Nederlands aangesproken worden. Aangezien er een grote doelgroep is door heel Nederland zal daarin een selectie worden gemaakt, zodat niet de hele doelgroep in het onderzoek betrokken hoeft te worden. De selectie zal gemaakt worden uit het huidige klantenbestand van 'Kraamzorg 1 op 1'.

4. Theoretisch kader

Uit de aanleiding in hoofdstuk 3 blijkt dat er sprake is van een organisatie explosie. Dit is een reden om na te gaan of de huidige positionering nog aanslaat en een voordeel geeft tegenover de concurrenten. Het lijkt daarom om een positioneringsprobleem te gaan. Aan de hand van drie definities zijn relevante theorieën gevonden. Als laatste is de gekozen theorie verder besproken met de bijbehorende hypothesen. Als eerste worden de gebruikte begrippen uit de probleemformulering nader verklaard.

4.1 Begrippen

De begrippen die in de probleemformulering zijn gebruikt worden in deze paragraaf nader toegelicht.

Key success factors

Zoals Ohmae het beschrijft: *"When resources of capital, people and time are scarce as they are today, it is vital to concentrate them on key functional or operating areas that are decisive for the success of your particular business"* (Ohmae, 1982, p. 42). Hieruit is opgemaakt dat key success factors, factoren zijn in de organisatie die beïnvloed kunnen worden door: kapitaal, mensen en tijd. Deze key success factors hebben een belangrijke rol in het bedrijf.

Wensen en behoeften

In dit onderzoek worden wensen en behoeften gedefinieerd als: wat klanten verlangen van een organisatie, zoals bijvoorbeeld meer betrokkenheid bij de gemeenschap of betere service (Ohmae, 1982, p.99). In dit geval zijn de klanten :de kraamvrouwen en kraamverzorgenden.

4.2 Definitie

Deze paragraaf zal dieper ingaan op de definitie van positionering. Om vast te stellen of het daadwerkelijk om een positioneringsprobleem gaat, zijn verschillende definities besproken.

Allereerst is er gekeken in het boek: Positioneren (Riezebos & Van der Grinten, 2011, p.20). Daarin staat de volgende definitie van positionering: *"positioneren houdt in dat een brand manager een beargumenteerde keuze maakt welke aspecten van de merkidentiteit moeten worden benadrukt. De gekozen aspecten moeten voor de (potentiële) doelgroep relevant zijn en het merk onderscheiden van de concurrenten"*.

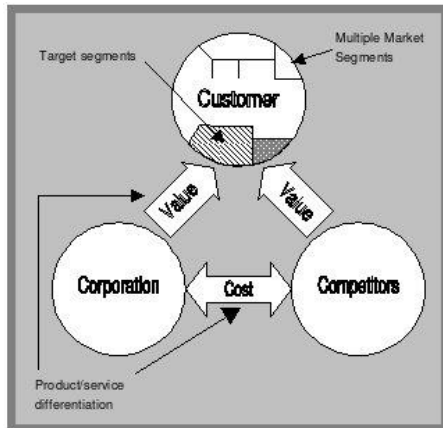
Ook het boek van Floor & van Raaij (2010, p. 12) doet een uitspraak over de definitie van positionering. Deze luidt als volgt: *"de positie van een merk ten opzichte van andere merken in de perceptie van een consument"*.

De definitie van Floor & van Raaij (2010, p. 12) is niet in overeenstemming met de probleemformulering, omdat het hier niet gaat over het creëren van een onderscheidende positie. De definitie van positionering die het dichtst bij de probleemformulering komt is de definitie beschreven in het boek van Riezebos & Van der Grinten (2011, p.20): *"positioneren houdt in dat een brand manager een beargumenteerde keuze maakt welke aspecten van de merkidentiteit moeten worden benadrukt. De gekozen aspecten moeten voor de (potentiële) doelgroep relevant zijn en het merk onderscheiden van de concurrenten"*.

Er is gekozen voor de definitie van Riezebos en Van der Grinten, omdat deze theorie de meeste overeenkomsten vertoont met de probleemformulering. Er is nu met zekerheid vastgesteld dat er een positioneringsprobleem is, doordat de definitie van 'positionering' overeenkomt met de probleemformulering.

4.3 Theorie

Nu er is vastgesteld dat het om een positioneringsprobleem gaat, zijn er verschillende theorieën uitgelicht. Ze zullen op chronologische volgorde worden besproken, ook zijn de kritische noten bij het model besproken.



Afbeelding 1; 3C-model (Ohmae, 1982, p.92)

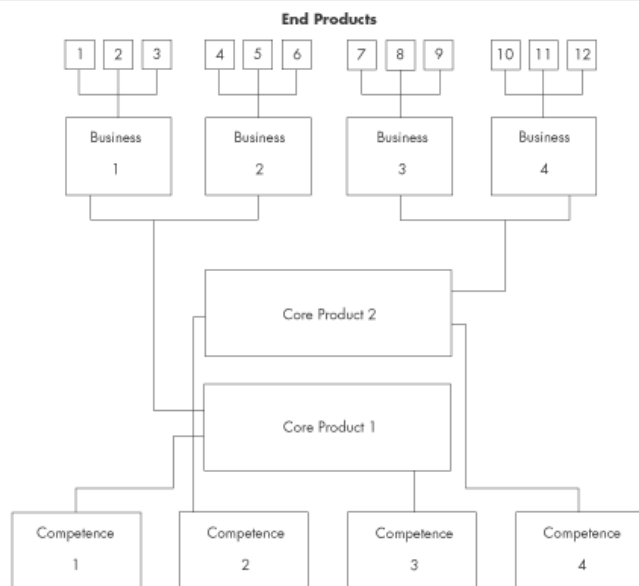
Een model dat een voorspellende waarde heeft over positionering is het model: 3C: Company, Customer, Competition van Kenichi Ohmae (1982). Het model laat zien dat de organisatie in de positionering rekening moet houden met de drie C's: het bedrijf, de concurrenten en de klanten/doelgroepen. Het combineert een inside-out met outside-in benadering. In de inside-out benadering zijn de sterke punten van het bedrijf benadrukt, dit is de c van company. Bij de outside- in benadering komen de andere twee C's aan bod. Volgens de outside-in benadering is het belangrijk om te kijken naar de doelroepen en de concurrenten en om de positionering daarop aan te passen. Het laat zien dat er een competitief voordeel komt door de 3C's te begrijpen en hier een balans in aan te brengen. Ook geeft focussen op één C de beste strategie volgens Ohmae (1982).

Dit model past goed bij de probleemformulering, omdat het kijkt hoe het bedrijf zichzelf positief kan positioneren ten opzichte van de concurrentie en de key success factors als bedrijf kan gebruiken om de klanten tevreden te maken/houden en nieuwe klanten aan te trekken. Ohmae constateerde in 2005 dat het model te oud is voor de huidige markt die snel verandert en waarin de doelgroepen en concurrenten niet duidelijk meer zijn (Ohmae, K., 2005). Hij raadt aan om twee componenten toe te voegen: Country en Currency. Deze twee componenten zijn vooral belangrijk bij internationale bedrijven. Country focust zich vooral op de overheid en daarmee vooral de veranderende regelgeving die de organisatie beïnvloedt. Currency gaat over wisselkoersen (Drucker, Ohmae, Porter & Peters, 1990). Daarnaast is het volgens Porter (2004) in een strategie niet goed om op meerdere aspecten tegelijk te focussen, dit leidt bijna nooit tot succes.

Het boek '*the mind of the strategist*' van Ohmae (1982) is gebaseerd op Japanse bedrijven en Japanse strategieën. De auteur vertelt dat er wel degelijk verschillen zitten in de westerse en japanse cultuur. Volgens de Ohmae (1982, p. 214 – 241) zijn er vier verschillen:

- De organisatieconcepten zijn anders in Japan.
- In Japan gaat het om de consumentenmarkt veranderen in de Westerse cultuur niet.
- Organisaties zijn als mensen in Japan.
- De Japanse overheid gedraagt zich, in tegenstelling tot de Westerse overheid, als coach in plaats van gezagvoerder.

Het model van Ohmae past ook goed bij 'Kraamzorg 1 op 1', omdat de organisatie zichzelf wil onderscheiden tegenover de concurrenten. Ook moet er rekening worden gehouden met de klanten, omdat er geen andere inkomsten zijn dan het inschrijfgeld van de klanten. Het is dus van belang dat de klanten tevreden zijn, anders zijn er voor 'Kraamzorg 1 op 1' geen inkomsten meer.

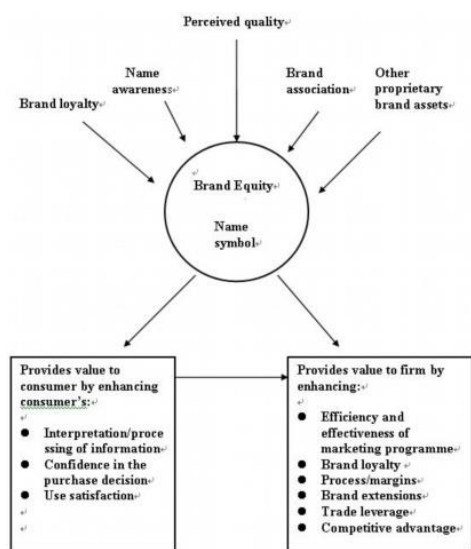


The corporation, like a tree, grows from its roots. Core products are nourished by competencies and engender business units, whose fruit are end products.

Afbeelding 2; Core competencies model (Hamel, G., Prahalad, C.K., 1990)

Eén van de modellen die over positionering gaat is het model: Core competencies van Gary Hamel en C.K Prahalad (1994). Dit model voorspelt hoe er door de kerncompetenties een competitief voordeel verkregen kan worden. Een kerncompetentie kan alleen effectief zijn als de kerncompetenties effect hebben op de klantervaring van het eindproduct, als ze niet oneindig herbruikbaar zijn voor andere producten en markten en als het niet makkelijk is voor concurrenten om de kerncompetenties te imiteren (Hamel, G., Prahalad, C.K., 1994).

Dit model voorspelt alleen dat het bedrijf verbeterd kan worden door de kerncompetenties te gebruiken en te versterken. Door de inside-out benadering zijn niet alle factoren rondom het bedrijf meegenomen en is er gebruik gemaakt van een eenzijdige benadering van de strategie. Dit past niet goed bij de probleemformulering, omdat er in dit model niet gekeken wordt naar andere factoren die de strategie van een bedrijf beïnvloeden, zoals klanten en concurrentie. Dit model geeft dus geen compleet beeld van de invloeden die belangrijk zijn voor een strategie, volgens de definitie van Riezebos & Van der Grinten (2011).



Dit model past ook niet bij 'Kraamzorg 1 op 1', omdat het geen rekening houdt met de wensen en behoeften van de klant die in de verzadigde kraamzorgmarkt heel erg belangrijk zijn. Als 'Kraamzorg 1 op 1' niet aansluit bij de wensen en behoeften van de klanten, heeft 'Kraamzorg 1 op 1' geen inkomsten meer.

Rond 1990 vonden marketing onderzoekers dat een merk het meeste waardevolle deel van de organisatie was. David Aaker heeft naar aanleiding van die inzichten een model gemaakt dat merkwaarde erkent en meet. Hij heeft merkwaarde als volgt gedefinieerd: "de waarden die verbonden zijn aan het merk, bijvoorbeeld: de naam en symbolen, die de waarde van een product of dienst vermeerderen of verminderen" (Aaker, 1991). Het voorspelt dat de volgende aspecten bepalend zijn voor de merkwaarde: merkloyaliteit, merkbekendheid, waargenomen kwaliteit, merk

Afbeelding 3; Brand equity (Aaker, 1991)

associaties en andere merk gebonden aspecten.

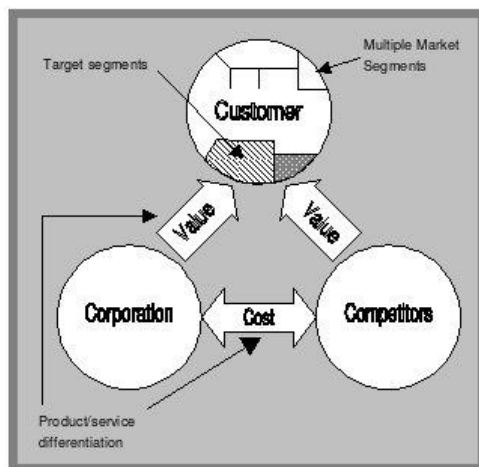
Het creëren van deze aspecten creëert merkwaarde.

Door meer merkwaarde kan het merk groeien en zich differentiëren van de concurrenten. Ook zal het meer waarde geven voor de klanten, wat herhalingsaankopen tot gevolg heeft (Aaker, 1991). Er zijn wel modellen om merkwaarden in kaart te brengen, maar ondanks veel onderzoek is er nog steeds geen eenduidig beeld over wat merkwaarde precies is en hoe merkwaarde het beste gemeten kan worden. Onderzoekers zijn het hier nog over niet eens.

Ook dit model maakt gebruik van een inside-out benadering, zoals hierboven beschreven. Dit model beschrijft niet hoe een bedrijf gepositioneerd moet worden in de markt om te kunnen concurreren, maar hoe er een sterk merk gebouwd moet worden vanuit de organisatie. Dit model sluit niet aan op de probleemformulering en de gebruikte definitie van positionering.

Voor het model van Aaker (1991) geldt hetzelfde als voor het model van Hamel en Prahalad. Het model past niet bij 'Kraamzorg 1 op 1' door de eenzijdige benadering van positionering van de organisatie.

4.4 Conceptueel model



Afbeelding 4; 3C-model (Ohmae, 1982)

Voor dit onderzoek is er gekozen voor het model van Kenichi Ohmae (1982). Het model past bij de probleemformulering door de outside-in en een inside-out benadering. Dit is een belangrijk aspect van het model, omdat dit een strategie oplevert die rekening houdt met alle invloeden waar een bedrijf mee te maken heeft. Hierdoor kan er een betere strategie worden aangemeten. De voorspellende kracht van het model is dat als de drie C's worden gebalanceerd, dat er een goede, duurzame strategie uit zal komen waarmee succesvol kan worden geconcentreerd. Andere modellen houden zich ook bezig met onderscheiden tegenover de concurrentie, maar nemen de concurrentie niet mee in het onderzoek. De voorgaande modellen hebben

beiden alleen een inside-out benadering, maar de theorie van Ohmae combineert een inside-out

benadering met een outside-in benadering.

In een markt waarin veel andere bedrijven concurreren is het belangrijk om alle aspecten op een markt mee te nemen. Daarnaast is Ohmae een van de vijf 'management goeroes' en heeft hij een goede reputatie op het gebied van management (Economist, 2009, p. 1). De kritische noot dat het model te oud zou zijn voor de huidige markt, is in dit marktsegment niet van toepassing. In de huidige markt wordt veel in de anonimiteit gedaan, maar de doelgroepen zijn geregistreerd, doordat ze zijn ingeschreven op de website van 'Kraamzorg 1 op 1'. De concurrenten zijn ook geregistreerd bij de verzekeringen, omdat de doelgroep anders niets bij hun afneemt, omdat het niet wordt vergoed door de verzekeringsmaatschappij.

Ohmae (2005) raadt aan om twee componenten toe te voegen: Country en Currency, zoals te lezen in hoofdstuk 4.3. Eén van de componenten die Ohmae (2005) aanbeveelt, maar niet is gebruikt, is Currency. Aangezien er niet internationaal wordt geopereerd door het bedrijf, is er geen sprake van wisselkoersen. Daarom is het component: Currency, niet gebruikt in het onderzoek. Het component: Country, is wel al meegenomen in de probleemformulering. Country richt zich op de overheid en de regelgeving vanuit de overheid. Het component: Country is daarom wel van toepassing op de probleemformulering.

Daarnaast is het volgens Porter (2004) in een strategie niet goed om op meerdere aspecten tegelijk te focussen, dit leidt bijna nooit tot succes. In tegenstelling tot Porter (2004) is de theorie van Ohmae (1982) wel degelijk succesvol toegepast (Witzel, 2004).

4.4.1 Strategisch voordeel

Ohmae(1982, p. 39-82) beschrijft ook vier manieren om strategisch voordeel te behalen en daarnaast ook drie soorten strategieën binnen deze manieren om strategisch voordeel te behalen voor een organisatie.

Strategie is een andere vorm van planning, omdat het iets anders oplevert, namelijk strategisch voordeel op de concurrent. Om dit strategische voordeel op de concurrent te behalen heeft Ohmae vier strategieën beschreven (Ohmae, 1982).

- 1) KFS: key success factors for succes. Met deze strategie zal het bedrijf moeten concurreren met de oude/bestaande producten. Deze producten moet zo samengesteld zijn dat ze verschillen van de concurrent. Deze verschillen moet de organisatie benadrukken om een strategisch voordeel te kunnen behalen op de concurrenten (Ohmae, 1982, p.39).
- 2) Relative superiority: relatieve superioriteit. Deze strategie gaat ervanuit dat met oude/bestaande producten juist niet moet concurreren en de concurrentie vermijden. Het is belangrijk om de zwaktes van de concurrent te benadrukken, omdat er geen verschil is tussen de producten van het eigen bedrijf en de concurrent. Dit kan door gebruik te maken van producten die niet concurreren met de concurrenten of door de activa van de organisatie te laten verschillen met die van de concurrent (Ohmae, 1982, p.39).
- 3) Aggressive initiatives: agressieve initiatieven. Met nieuwe en/of creatieve producten de concurreren op de markt. Deze strategie is veelal gebruikt in situaties waarin de markt langzaam groeit en de concurrentie een vaste en stabiele positie heeft binnen deze markt. In deze strategie beschrijft Ohmae dat de normale manier van zakendoen in die markt opgeschud moet worden. De manier van zakendoen moet veranderen door het nieuwe en/of creatieve product (Ohmae, 1982, p.39).
- 4) Strategic degrees of freedom: strategische vrijheidsgraden. Kort samengevat: niet concurreren met nieuwe en/of creatieve producten. Ohmae beweert dat de inzet van innovatie succes garandeert in een concurrentiestrijd. Dit kan door nieuwe markten te maken en nieuwe producten te fabriceren (Ohmae, 1982, p.40).

Binnen deze strategieën moet er rekening gehouden worden met de 3 C's die Ohmae beschrijft in zijn theorie. Zoals vermeld in hoofdstuk 3.4 zijn dit: het bedrijf, zijn klanten en zijn concurrenten. Een goede strategie stemt de key success factors af op de klantbehoeften. Niet onbelangrijk is dat dit beter gedaan moet worden dan dat de concurrent doet. Als er gekozen is voor een focus op één van de 3 C's, moeten deze wel aansluiten op de andere twee. Ohmae heeft voor de organisatie, de klanten en de concurrenten verschillende strategieën beschreven (Ohmae, 1982, p. 91-98).

4.4.2 Strategieën

Klant gebaseerde strategieën

Ohmae stelt dat het segmenteren van de doelgroep en focussen op één of enkele segmenten leidt tot strategisch voordeel. Hierin beschrijft hij twee manieren:

- 1) Segmenteren naar de doelstellingen, oftewel behoeften van de klant.
Verschillende klantgroepen kunnen worden gesegmenteerd naar de verschillende behoeften die deze klanten hebben bij een product of levensstijl.
- 2) Segmenteren naar de mogelijkheden van de organisatie.
Als de organisatie niet de capaciteit heeft om alle gekozen segmenten te dienen, moet de organisatie kiezen welke het wel en niet bedient vanwege de gelimiteerde capaciteit van het bedrijf (Ohmae, 1982, p. 99 – 109).

Organisatie gebaseerde strategieën

Het doel van de organisatie gebaseerde strategieën is het maximaliseren van de sterke aspecten van de organisatie tegenover de concurrent. Ohmae stelt hier dat de key success factors of succes verder verbeterd moeten worden om de concurrent voor te blijven.

Binnen deze strategie heeft Ohmae drie punten aangewezen die belangrijk zijn voor de organisatie gebaseerde strategie.

- 1) Selectiviteit en sequensen
Om te winnen als organisatie in de markt hoeft het niet goed te zijn in alle aspecten. De organisatie kan een groot voordeel behalen door maar op één of enkele factoren te focussen in plaats van op alle aspecten van de organisatie.
- 2) Maken of kopen
Een organisatie moet beslissen of sommige producten niet beter bij een leverancier besteld kunnen worden, dan dat de organisatie het zelf fabriceert.
- 3) Verbeteren van kosteneffectiviteit
Het verbeteren van de kosteneffectiviteit kan op drie manieren:
 - De kosten meer verlagen dan de concurrent.
 - Grotere selectiviteit in het aannemen van orders en aanbieden producten.
 - Het hebben van een grote functie in andere delen van het bedrijf of in andere bedrijven (Ohmae, 1982, p. 110 -125).

Concurrent gebaseerde strategieën

Concurrent gebaseerde strategieën gaan over het kijken naar mogelijke bronnen van differentiatie in de functies van aankopen, design tot sales en verkopen. Ohmae (1982) heeft twee strategieën om differentiatie tot stand te laten komen.

- 1) De kracht van het imago.
Als het voor een bedrijf lastig is om zich te onderscheiden door middel van de prestaties, is het imago de enige manier om zich te positief differentiëren van de concurrenten.
- 2) Voortbouwen op de verschillen in de winst- en kostenstructuur.
Als de kosten van de organisatie te hoog zijn om dezelfde lage prijs te bieden als de concurrent, moet de organisatie zich functioneel differentiëren. Dit kan op service, inkomsten voor service zijn inkomsten die door een prijsverlaging van de concurrent nog steeds blijven bestaan. Inkomsten door service zijn inkomsten die over het algemeen stabiel zijn dan de inkomsten uit nieuwe producten (Ohmae, 1982, p. 126 – 135).

Ohmae (1982, p. 132) zegt hierbij wel dat positieve differentiatie niet altijd leidt tot een goede strategie.

4.5 Hypothesen

In deze paragraaf worden de geformuleerde hypothesen benoemd. De hypothesen zijn gebaseerd op het conceptueel model en de theorie van Ohmae (1982). De hypothesen doen een voorspelling over de uitkomst van het onderzoek.

Er zijn een aantal hypothesen te formuleren bij de theorie. Allereerst schrijft Ohmae (1982, p. 92) het volgende: *"In terms of these three key players, strategy is defined as the way in which a corporation endeavors to differentiate itself positively from its competitors, using its relative corporate strengths to better satisfy customer needs"*.

Hiermee is een hypothese geformuleerd die aansluit bij de probleemformulering:

Door de key success factors van het bedrijf te kennen en te gebruiken kan er positief gepositioneerd worden tegenover de concurrenten de klanten tevreden te houden.

Als tweede zegt Ohmae (1982, p.99) dat: *"to establish a strategic edge over its competition, therefore, the corporation will have to segment the market, it must identify one or more subsets of customers within the total market and concentrate its efforts on meeting their needs"*. Ohmae zegt hier dat je je moet concentreren op een deel van de markt en moeten inspelen op hun wensen en behoeften, in plaats van de volledige markt met alle verschillende wensen en behoeften. De hypothese die hieruit voortvloeit is:

Als je inspeelt op een deel van de doelgroep, dan heb je een grotere kans om beter te concurreren met de concurrent.

Als laatste zegt Ohmae (1982, p.55) dat: *"to formulate a corporate strategy that will be difficult for a competitor to imitate, the company either develops a completely new product or makes use of a position of relative superiority"*. Hier bedoelt Ohmae dat als de producten nagenoeg gelijk zijn met die van de concurrent, dan moet het bedrijf een nieuw product maken of elk verschil tussen de organisatie en de concurrenten benadrukken. De laatste hypothese volgt hieruit:

Als het bedrijf alle verschillen tussen het bedrijf en de concurrenten benadrukt of een nieuw concept in de markt zet, dan kan de concurrent het niet kopiëren.

Kortom, gebaseerd op de theorie van Ohmae (1982), worden de volgende hypothesen gesteld:

- 4) Door de key success factors van het bedrijf te kennen en gebruiken kan er positief gepositioneerd worden tegenover de concurrenten en de klanten tevreden te houden.
- 5) Als het bedrijf inspeelt op een deel van doelgroep, dan heeft het bedrijf een grotere kans om beter te concurreren met de concurrent.
- 6) Als het bedrijf alle verschillen tussen het bedrijf en de concurrenten benadrukt of een nieuw concept in de markt zet, dan kan de concurrent het niet kopiëren.

5. Methodologie

In dit hoofdstuk wordt per deelvraag besproken welke methode van onderzoek het beste past. Er is onderscheid gemaakt tussen kwalitatief en kwantitatief onderzoek. Het zoekplan dat van tevoren is opgesteld is te vinden in bijlage IV. Daarna is de operationalisatie te vinden. Hierin is de verantwoording voor de doelgroep, de doelgroep grootte en de onderwerpen van de topic guide te vinden. Daarnaast zal worden uitgelegd hoe de verbatims en analyseschema's tot stand zullen komen en hoe deze zullen worden gebruikt in het onderzoek. Als laatste is er een evaluatie van de methodologie te vinden.

5.1 Deskresearch

Eerst heeft er deskresearch plaatsgevonden om na te gaan wat de definitie van positionering precies is. Deze informatie is gebruikt om tot het theoretisch kader met het conceptuele model te komen. Er is in verschillende literatuur naar het woord positionering gezocht, om een goed beeld te krijgen van de verschillende definities. De definitie die uiteindelijk is gebruikt: *"Positioneren houdt in dat een brand manager een beargumenteerde keuze maakt welke aspecten van de merkidentiteit moeten worden benadrukt. De gekozen aspecten moeten voor de (potentiële) doelgroep relevant zijn en het merk onderscheiden van de concurrenten"* (Riezebos & Van der Grinten, 2011, p. 20).

Daarnaast is er gezocht naar informatie over de kraamzorg. Hierbij werd vooral gekeken naar de hoeveelheid aan concurrenten, trends en het aantal baby's dat geboren is en de verwachtingen hierin. Dit is te vinden in bijlage V en VI. Ook is ontdekt dat als er via Google naar '1 op 1 kraamzorg' wordt gezocht, het bedrijf niet als één van de resultaten naar boven komt.

5.2 Methode per deelvraag

In deze paragraaf is per deelvraag besproken welke methode gebruikt is. Om een goed antwoord te geven op de deelvragen en uiteindelijk de probleemstelling is er voor onderstaande methodes gekozen.

5.2.1 Begrippen

In onderstaande paragraaf worden een aantal begrippen uitgelegd zoals deze gebruikt gaan worden in het onderzoek.

Concurrenten op de kraamzorgmarkt

Onder concurrenten op de kraamzorgmarkt vallen de organisaties die afspraken hebben met zorgverzekeraars en ook kraamzorg regelen voor kraamvrouwen. Organisaties die geen afspraken hebben met zorgverzekeraars zijn geen concurrenten.

Wensen en behoeften

Onder wensen en behoeften vallen alle aspecten die te maken hebben met de keus voor een kraamzorgorganisatie en/of kraamhulp. Wensen en behoeften zijn alle aspecten die de doelgroep noemt als iets wat ze prettig ervaren of iets dat ze missen aan de producten van 'Kraamzorg 1 op 1'.

5.2.2 Wat zijn de key success factors van 'Kraamzorg 1 op 1'?

Aan de hand van de interne analyse uit het boek positioneren van Riezebos & Van der Grinten (2011) is er deskresearch gedaan. Er is gekozen voor deze methode, omdat de theorie in het boek grote overeenkomsten vertoont met de theorie van Ohmae. Met de deskresearch zal gezocht worden naar key success factors van 'Kraamzorg 1 op 1' die al bestaan en misschien al worden benut.

Voor de interne analyse is naast de deskresearch een kwalitatieve methode gebruikt: het interview. Het interview zal worden gehouden met de medewerkers van 'Kraamzorg 1 op 1'. De twee medewerkers zullen tegelijkertijd worden geïnterviewd. Hieruit worden conclusies getrokken over de key success factors van het bedrijf vanuit de beleving van de medewerkers. Dit interview wordt niet verwerkt in een analyseschema, omdat dit als doel heeft om voornamelijk achtergrondinformatie te vergaren voor de interne en externe analyse.

Er is gekozen voor een interview, omdat de beleving van de twee medewerkers voorop staat (Verhoeven, 2011). Het is belangrijk om de beleving van de medewerkers te kennen, omdat deze de key success factors moeten uitdragen (Verhoeven, 2011). Het half-gestructureerde interview is te vinden in bijlage I. Aangezien er twee medewerkers zijn bij 'Kraamzorg 1 op 1' zullen deze tegelijkertijd worden geïnterviewd. In de interviews met de doelgroep wordt ook gevraagd naar de key success factors van 'Kraamzorg 1 op 1'.

Op deze manier kunnen de respondenten elkaar aanvullen waar nodig is. Nadeel kan zijn dat recente besluiten omtrent bijvoorbeeld zorgverzekeringen en beleidsveranderingen niet in literatuuronderzoek zijn te vinden en daarmee niet meegenomen kunnen worden (Verhoeven, 2011). Daarom is besloten om gedurende het hele onderzoek nieuwe regels en besluiten mee te nemen, zodat de conclusie actueel is.

5.2.3 Hoe ziet de concurrentie eruit op de kraamzorgmarkt?

Aan de hand van deskresearch en een interview wordt de huidige kraamzorgmarkt onderzocht. Dit interview zal een gedeelte zijn in het interview voor de key success factors, zoals beschreven in de vorige paragraaf. Er wordt vastgesteld welke bedrijven vanuit 'Kraamzorg 1 op 1' als concurrent worden gezien. Er is gekozen voor deskresearch, omdat dit de snelste manier is om alle bedrijven in kaart te brengen. Aangesloten bedrijven staan veelal op internet vermeld. Ook hier wordt rekening gehouden met opkomende bedrijven en veranderende contracten met bijvoorbeeld zorgverzekeraars.

Daarnaast wordt er onderscheid gemaakt in bedrijven die op dezelfde markt opereren en dus met zzp'ers werken en bedrijven die als concurrentie worden gezien door 'Kraamzorg 1 op 1'. Uiteindelijk zijn de resultaten verwerkt in het vijfkrachtenmodel van Porter (1985), beschreven door Riezebos & Van der Grinten (2011). De concurrenten zullen ook worden beschreven met doelgroep en positionering, zodat er een duidelijk beeld ontstaat van de concurrenten. De volledige concurrentieanalyse is te vinden in bijlage V. Ook deze veranderingen worden tot het einde van het onderzoek gemonitord om een accurate en actuele beantwoording van de probleemstelling te realiseren.

5.2.4 Welke wensen en behoeften hebben kraamverzorgenden?

Er is gebruikt gemaakt van een kwalitatieve methode, het interview. Er zal gezocht worden naar de belangrijke eigenschappen van kraamvrouwen, zodat de selectie op de website geoptimaliseerd kan worden. Ook is er gevraagd wat zij verlangen van de website als medium. De relatie met de verloskundige wordt ook kort onderzocht, omdat deze een spil tussen kraamzorginstelling en kraamvrouwen zou moeten zijn. Er zal ook kort worden gevraagd naar andere bedrijven waar de kraamverzorgenden mee werken, zodat dit kan worden gebruikt voor de concurrentieanalyse. De doelgroep bestaat uit kraamverzorgenden zonder personeel, zoals beschreven in hoofdstuk 3.5. Er is gekozen voor deze methode van kwalitatief onderzoek, omdat de beleving van de geïnterviewde voorop staat (Verhoeven, 2011).

De interviews zullen plaatsvinden op een locatie naar keuze van de respondent, de respondenten werken onregelmatige uren en zijn niet veel op één plek aanwezig, daarom

is het gebruik van Skype ook een optie. Bij voorkeur vindt het interview plaats in hun eigen huis in de vrije tijd. De respondenten zullen per e-mail worden benaderd om mee te doen met het onderzoek. Er is gekozen voor een half-gestructureerd interview. Een half-gestructureerd interview is een interview waarin er een duidelijke structuur in de vragen is, maar waar er wel ruimte is om van deze volgorde af te wijken als het gesprek hierom vraagt (Verhoeven, 2011). Hiernaast worden ook enquêtes gebruikt die al eerder zijn afgenomen door 'Kraamzorg 1 op 1'. Uit deze enquêtes zullen alleen de vragen met betrekking tot de website gebruikt worden. Het analyseschema is te vinden in bijlage X, tabel 5.

5.2.5 Welke wensen en behoeften hebben kraamvrouwen?

Er wordt gebruikt gemaakt van kwalitatieve methoden. Om de selectiecriteria op de website te verbeteren, zal de respondent gevraagd worden naar belangrijke eigenschappen van kraamverzorgenden, de algemene tevredenheid van de website en de wensen en behoeften ten aanzien van de website. Ook zullen er vragen worden gesteld over wat zij verlangen van de website als medium. De relatie met de verloskundige komt ook kort aan bod, omdat deze een spil tussen kraamzorginstelling en kraamvrouwen zou moeten zijn. Daarnaast wordt er gezocht naar het keuzegedrag van vrouwen voor een kraamzorginstelling. Ook zal worden gevraagd naar de huidige en gewenste communicatie van 'Kraamzorg 1 op 1' naar deze doelgroep. De doelgroep van deze deelvraag zijn kraamvrouwen zoals beschreven in hoofdstuk 5.3.1. Hierin zijn vooral de vrouwen die zich ingeschreven hebben zonder voorkeur voor een kraamverzorgende belangrijk, omdat deze onbevooroordeeld voor 'Kraamzorg 1 op 1' kozen. Er wordt ook kort gevraagd welke organisaties er voorheen zijn gebruikt als de kraamvrouw meerdere kinderen heeft.

Er is gekozen voor deze methode van kwalitatief onderzoek, omdat de beleving van de geïnterviewde voorop staat (Verhoeven, 2011). De respondenten zullen per e-mail benaderd worden om mee te doen met het onderzoek. De interviews zullen in de thuissituatie van de respondent plaatsvinden. Als dit niet mogelijk is, kan het interview worden afgenomen via Skype. Dit is om het de respondent op een vertrouwde plek te interviewen. Er is gekozen voor een half-gestructureerd interview, omdat de eigen inbreng van de respondent belangrijk is voor het eventueel verbeteren van de website of de organisatie. Eigen inbreng is belangrijk, omdat dit de doelgroep is die de website moet gebruiken. Met de eigen inbreng kan worden vastgesteld wat het belangrijkste is voor deze groep, hiermee kan een kortste route worden aangemaakt op de website. Door een kortere route op de website, verbetert de tevredenheid over de website (Broek, Koetsenruijter, Jong en Smit, 2010).

5.3 Operationalisatie

In de eerste subparagraaf zijn de onderwerpen die in de topic guides worden gebruikt verantwoord. De topic guides voor de interviews zijn te vinden in bijlage I tot en met III. De verantwoording van het uitwerken van de verbatims en het gebruik van analyseschema's komt ook terug in deze paragraaf. Alle andere handelingen van de onderzoeker zijn terug te vinden in bijlage XI. De belangrijke begrippen zijn in hoofdstuk 4.1 nader toegelicht.

5.3.1 Doelgroepen

In deze paragraaf is besproken hoe groot de doelgroep van het onderzoek is. Ook wordt besproken hoe de doelgroep wordt benaderd voor het onderzoek en hoe deze worden gescreend.

Kwalitatief onderzoek is statistisch gezien nooit representatief. Het gaat hier om de beweegredenen van de doelgroep en daarvoor is een kleinere doelgroep ook geschikt (Meier & Mandemakers, 2007). Er is gekozen om tussen de acht en twaalf interviews te houden om genoeg informatie te vergaren.

Er is gekozen om twee medewerkers te interviewen, aangezien er 2 medewerkers dagelijks met 'Kraamzorg 1 op 1' werken. Voor de doelgroepen kraamverzorgenden en kraamvrouwen worden er drie respondenten per doelgroep geïnterviewd. Mocht dit niet genoeg informatie opleveren of de informatie is niet bruikbaar genoeg, dan wordt er per doelgroep bekeken of er meer interviews nodig zijn en of dit mogelijk is. Tabel 2 laat het respondentenschema zien.

Respondenten	Aantal
Medewerkers	2
Kraamverzorgenden	3
Kraamvrouwen	3
Totaal	8

Tabel 2; Respondentenschema

Voor de doelgroep kraamverzorgenden is het belangrijk dat werken als zzp'er en aangemeld zijn bij 'Kraamzorg 1 op 1', hierdoor kan er een beter beeld gevormd worden over hoe het bedrijf aansluit bij de wensen en behoeften van deze doelgroep. De respondenten worden willekeurig uit het klantenbestand gehaald. Het is wel van belang dat ze nog steeds actief zijn op de website van 'Kraamzorg 1 op 1'. Alle gesprekken worden opgenomen om later verbatims te kunnen maken.

Voor de doelgroep kraamvrouwen geldt hetzelfde als voor de doelgroep kraamverzorgenden. De respondenten moeten zich aangemeld hebben bij 'Kraamzorg 1 op 1' en tenminste een match gehad hebben met een kraamverzorgende. Ze moeten minstens een match hebben, omdat ze dan pas echt in contact met 'Kraamzorg 1 op 1' hebben gehad. Ook deze doelgroep wordt willekeurig uit het klantenbestand gehaald. Het klantenbestand laat zien of ze nog actief zijn en of ze al een match hebben gehad. Alle gesprekken worden opgenomen om later verbatims te kunnen maken.

De onderzoeker neemt contact op met de medewerkers door via e-mail een afspraak te maken op het kantoor in Schoonhoven. De kraamverzorgenden en kraamvrouwen worden als eerst via e-mail benaderd. Het verdere contact kan via telefoon of e-mail gaan. Er wordt door de onderzoeker een e-mail gestuurd met de vraag of de doelgroep geïnterviewd wil worden. De onderzoeker stelt zich in de e-mail ook voor als een afstudeerstudent bij de organisatie 'Kraamzorg 1 op 1'. Als dit niet genoeg respondenten oplevert zal er bij 'Kraamzorg 1 op 1' gekeken worden naar andere mogelijkheden om de respondenten te werven.

De respondenten zullen anoniem in het rapport worden verwerkt, alleen de onderzoeker weet de namen van de respondent, deze informatie zal niet bekend worden gemaakt aan derden of aan het bedrijf 'Kraamzorg 1 op 1'.

5.3.2 Verantwoording onderwerpen topic guide

Medewerkers

Er is gebruik gemaakt van drie onderwerpen: structuur, cultuur en concurrentie. Aangezien 'Kraamzorg 1 op 1' een nieuw concept heeft, is er niet veel bekend over deze onderwerpen die nodig zijn voor het vaststellen van de key success factors en het minimaliseren van de directe concurrenten. Onder het onderwerp structuur vallen organisatiestructuren, organisatievormen en de hiërarchische lijnen (Riezebos & Van der Grinten, 2011). Ook de cultuur van het bedrijf is onduidelijk, hier worden vragen over gesteld die in lijn zijn met de interne analyse, zoals beschreven door Riezebos & Van der Grinten (2011). Voor de concurrentieanalyse worden vragen gesteld over mogelijke concurrenten, zoals beschreven door Porter (1985). De topic guide is te vinden in bijlage I.

Kraamverzorgenden

De topic guide is te vinden in bijlage II. Het interview begint met een korte inleiding en inleidende vragen over de arbeidsjaren van de respondent en de keuze voor het werken als zzp'er. Het eerste onderwerp is: wensen en behoeften. Volgens Ohmae is het belangrijk om de wensen en behoeften van de klanten te weten om een beter inzicht te hebben in de markt (Ohmae, 1982, p.99). Er zijn vragen gesteld over de verwachte werkzaamheden van de organisatie, de reden voor de keuze voor deze organisatie en eventuele op- of aanmerkingen voor de organisatie. Het tweede onderwerp heet: websiteverbeteringen. Aangezien 'Kraamzorg 1 op 1' als product de website aanbiedt, is de ervaring op de website belangrijk. Er is gevraagd naar de algemene tevredenheid, punten die gemist worden en de selectiecriteria om een goed advies over de website te kunnen geven.

Kraamvrouwen

De topic guide is te vinden in bijlage III. Het interview begint met een korte inleiding en inleidende vragen over het aantal kinderen en de leeftijd van deze kinderen. Het eerste onderwerp is: wensen en behoeften. Volgens Ohmae is het belangrijk om de wensen en behoeften van de klanten te weten om een beter inzicht te hebben in de markt (Ohmae, 1982, p.99). Er zijn vragen gesteld over de verwachte werkzaamheden van de organisatie, de reden voor de keuze voor deze organisatie en eventuele op- of aanmerkingen voor de organisatie. Het tweede onderwerp heet: websiteverbeteringen. Aangezien 'Kraamzorg 1 op1' als product de website aanbiedt. Is de ervaring op de website belangrijk. Er is gevraagd naar de algemene tevredenheid, punten die gemist worden en de selectiecriteria om een goed advies over de website te kunnen geven.

5.3.3 Verbatims en analyseschema's

Nadat de interviews zijn gehouden worden de verbatims geschreven aan de hand van de opnames. Alles wordt letterlijk in de verbatims overgenomen. Aan de hand van deze verbatims worden de analyseschema's geschreven. De labels die in de analyseschema's gebruikt worden zullen worden afgeleid van het antwoord van de respondent. De labels vormen een samenvatting van het antwoord van de respondent.

5.3.4 Evaluatie methodologie

Voor de doelgroep kraamvrouwen is het aantal respondenten niet gehaald, omdat deze niet bereidwillig waren om deel te nemen aan het onderzoek. Een aantal kraamvrouwen heeft afgezegd. Een ander groot deel heeft niet gereageerd. Eén van de voornaamste redenen hiervoor was dat een aantal vrouwen nog geen match heeft met een kraamverzorgende en hierdoor geen of nauwelijks contact met 'Kraamzorg 1 op 1' heeft gehad. Daarnaast zijn een aantal vrouwen alleen op de website aanwezig op verzoek van de kraamverzorgende, zodat alle uren vergoed worden. Er zijn in totaal twee volledige interviews met kraamvrouwen geweest en vier interviews met kraamverzorgenden.

Er is wel een interview geweest met een zwangere kraamverzorgende, maar deze was als zwangere alleen op de website aanwezig, zodat haar kraamverzorgende alle uren kreeg vergoed van de zorgverzekering. Het gedeelte van haar interview is te vinden in bijlage VIII, interview 7.

6. Resultaten

In dit hoofdstuk zijn per deelvraag de resultaten te vinden. De resultaten zijn gebaseerd op de interviews en de deskresearch, zoals beschreven in hoofdstuk 4 en 5.

6.1 Wat zijn de key success factors van 'Kraamzorg 1 op 1'?

Deze deelvraag viel onder het onderwerp: organisatie. De resultaten zijn gebaseerd op deskresearch en interviews.

Eén van de sterke punten van het bedrijf is het contract met de NBVK, de brancheorganisatie, dit geeft een voordeel op andere bedrijven. De concurrenten hebben geen contracten, omdat ze ook niet met zzp'ers werken,

Tijdens de deskresearch is er vastgesteld dat niet alle zoekwoorden voor 'Kraamzorg 1 op 1' optimaal benut zijn. Als er gezocht wordt naar '1 op 1 kraamzorg', is 'Kraamzorg 1 op 1' niet één van de resultaten. De merkarchitectuur is duidelijk. 'Kraamzorg 1 op 1' lijkt een op zichzelf staand bedrijf, terwijl het in feite onderdeel is van Stichting de Waarden. Er zijn ook geen submerken aanwezig bij 'Kraamzorg 1 op 1'.

Het bedrijf heeft geen missie of visie en scoort daarmee zwak. Een klant weet precies of het bedrijf bij hem/haar past als diegene de missie en visie leest, daarom is het belangrijk om een duidelijke missie en visie te hebben. Er heerst wel een familiecultuur, er zijn geen hiërarchische lijnen merkbaar en de sfeer is open en vriendelijk. Dit maakt het bedrijf een mix van alle identiteiten die een bedrijf kan hebben volgens Riezebos & Van der Grinten (2011).

Daarnaast is de volgende propositie gebruikt: "De beste match tussen aanstaande moeder en kraamverzorgende". Er is geen gesegmenteerde doelgroep. Op dit moment wil 'Kraamzorg 1 op 1' elke aanstaande moeder en elke kraamverzorgende die werkt als zzp'er aanspreken. Aan de hand van een eerder onderzoek (Willems, 2014) is gebleken dat de volgende doelgroepen geschikt zijn voor 'Kraamzorg 1 op 1':

- Vrouwen die veel belang hechten aan een goede klik met de kraamverzorgende.
- Vrouwen met een bepaalde religie of levenswijze/-beschouwing.
- Vrouwen die de Nederlandse taal niet goed spreken.
- Vrouwen met een slechte eerdere ervaring met de kraamzorg.
- Kwetsbare vrouwen.

Aangezien 'Kraamzorg 1 op 1' nog geen actief en uitgebreid duurzaamheidsbeleid heeft, is het belangrijk om de trends op dit gebied te bekijken en te bepalen welke van invloed zijn op de organisatie.

De medewerkers zijn officieel in dienst bij kraamzorg de Waarden. Kraamzorg de Waarden heeft de: 'Richtlijn voor maatschappelijke verantwoordelijkheid van organisaties'. Hierin is één van de kernthema's: arbeidsomstandigheden, deze richtlijnen zijn er om een veilige en gezonde werkplek te garanderen (FNV Rateyourcompany, 2015).

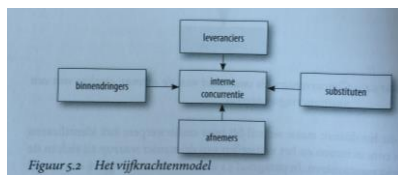
Samenvatting

De key success factors van 'Kraamzorg 1 op 1' zijn volgens de medewerkers: het klantcontact en daarnaast de motivatie van de medewerkers. Daarnaast zijn ze een uniek concept in de markt, zoals blijkt uit de concurrentieanalyse in de situatieschets. Uit onderzoek van Willems (2014) komt naar voren dat voor een bepaalde doelgroep 'Kraamzorg 1 op 1' heel geschikt is. Deze doelgroep bevat: vrouwen die veel belang hechten aan een goede klik met de kraamverzorgende, vrouwen met een bepaalde religie of levenswijze/-beschouwing, vrouwen die de Nederlandse taal niet goed beheersen, vrouwen met een slechte eerdere ervaring met de kraamzorg en kwetsbare vrouwen. Er is vanuit de respondenten niets gezegd over het missende duurzaamheidsbeleid.

6.2 Hoe ziet de concurrentie eruit op de kraamzorgmarkt?

Deze deelvraag valt onder het onderwerp: concurrenten. De resultaten zijn gebaseerd op een interviews en deskresearch.

Uit bijlage V, tabel 6 blijkt hoeveel concurrenten op de markt aanwezig zijn. Aan de hand van de concurrentieanalyse, afbeelding 6, is de analyse gemaakt. Dit model is beschreven in het boek positioneren van Riezebos & Van der Grinten (2011). Het model maakt onderscheid tussen interne concurrentie, leveranciers, substituten, afnemers, binnendringers. Alle concurrenten die door 'Kraamzorg 1 op 1' als directe concurrent worden gezien, zullen worden geanalyseerd aan de hand van positionering in bijlage V, tabel 5. De positionering en de doelgroep van de desbetreffende concurrenten is in kaart gebracht en vergeleken met het concept van 'Kraamzorg 1 op 1'. In bijlage Y, interview 1 is het verbatim met de medewerkers over de concurrentie te vinden.



Afbeelding 5; Concurrentieanalyse (Porter, 1985)

Alle concurrenten die door 'Kraamzorg 1 op 1' als directe concurrent worden gezien, zijn geanalyseerd aan de hand van positionering in bijlage VI, tabel 5. Hieruit blijkt dat maar twee directe concurrenten inzetten op kraamzorg die niet standaard is, kraamzorg die naar de eigen wensen ingevuld kan worden. Alleen is het bij geen van de concurrenten mogelijk om je eigen kraamverzorgende te kiezen. Ook kan er niet worden gegarandeerd dat er wisseling van kraamverzorgende plaatsvindt in de kraamweek.

Hieronder is de uitwerking van de concurrentieanalyse van Porter (1985) zoals beschreven in het boek: Positioneren van Riezebos & Van der Grinten (2011, p.118) te vinden. Uit interviews met de kraamvrouwen blijkt dat 'Kraamzorg 1 op 1' wordt gezien als alternatief voor kraamzorg de Waarden. Om het aantal interne concurrenten kleiner te maken, zijn alleen de organisaties opgenomen die door 'Kraamzorg 1 op 1' als concurrent worden gezien.

Interne concurrentie

Onder interne concurrentie worden al bestaande concurrenten verstaan. Kraamzorginstellingen die nu ook al op de markt opereren en werken met zzp'ers.

Er zijn bemiddelingsbureaus, maar hier wordt geen concurrentie van verwacht. Een bemiddelingsbureau wordt ingehuurd om een gezin te koppelen aan een kraamverzorgende die als zzp'er werkt. De zzp'er staat dan onder contract bij het bemiddelingsbureau. Een voorbeeld hiervan is M. Boer bemiddelingsbureau. De tarieven zijn hoger dan bij 'Kraamzorg 1 op 1' en door de nieuwe regeling weten kraamverzorgenden niet of ze nog als zzp'er kunnen werken als ze aangesloten zijn bij een bemiddelingsbureau. Het kan zijn dat kraamverzorgenden vervolgens in vast dienstverband moeten werken. Als dit gebeurt is de kans groot dat veel kraamverzorgenden zich vervolgens aansluiten bij 'Kraamzorg 1 op 1'.

De organisaties die door 'Kraamzorg 1 op 1' als directe concurrenten worden gezien zijn: De Kraamvogel, Isis Kraamzorg, Careyn, de Waarden en RST zorgverleners, ook al werken deze niet met zzp'ers. Deze organisaties worden als concurrenten gezien, doordat het de meest bekende organisaties zijn in het werkgebied van 'Kraamzorg 1 op 1'. De positionering en doelgroep van deze bedrijven is onderzocht en is te vinden in bijlage V, tabel 5.

Leveranciers

Leveranciers voor een kraamzorginstelling zijn de verzekeraars, zij zorgen ervoor dat het product op de markt kan worden gezet.

Zorgverzekeraars kunnen praktisch gezien een eigen kraamzorginstelling opzetten en hebben daarbij automatisch een contract bij één zorgverzekeraar. Er is in het verleden een zorgverzekeraar geweest die dit gedaan heeft, maar hier is niet veel over bekend (Bakker & Eijkelenboom, 2015). Er is dus op het moment geen dreiging, maar zorgverzekeraars zoals CZ, Agiz, Menzis en Ohra, zouden praktisch gezien een bedreiging kunnen gaan vormen, doordat dit grote organisaties zijn en daarmee veel cliënten al aan zich kunnen binden. Er wordt van deze groep ook geen dreiging verwacht (Bakker & Eijkelenboom, 2015).

Substituten

Onder substituten vallen de organisaties die al op de kraamzorgmarkt bestaan, maar die met vaste kraamverzorgenden werken. Dit zijn dus de organisaties die niet met zzp'ers werken.

De substituten voor 'Kraamzorg 1 op 1' zijn de andere kraamzorginstellingen die al bestaan, zoals te vinden is in bijlage V, tabel 6. Eigenlijk is 'Kraamzorg 1 op 1' een substituuut voor alle andere instellingen in de tabel. Dit maakt de positie voor 'Kraamzorg 1 op 1' erg gunstig. De andere bedrijven bestonden al met een bekend concept, 'Kraamzorg 1 op 1' is de markt opgedrongen met een substituuut voor het bestaande concept.

Afnemers

De afnemers zijn in dit geval de klanten, onder de klanten van 'Kraamzorg 1 op 1' vallen kraamvrouwen en kraamverzorgenden.

Kraamverzorgenden kunnen gaan samenwerken met verloskundigen en zo een eigen bureau opzetten. Dit zal alleen weinig concurrentie opleveren vanwege de contracten met de zorgverzekeraars. Het is lastig om deze contracten te krijgen. Dit is wel de enige manier om een concept als 'Kraamzorg 1 op 1' na te bootsen.

Binnendringers

Er is geen echte binnendringer op de markt aanwezig aangezien het concept van Kraamzorg 1 op 1 uniek is en niemand deze methode nog gebruikt. Door de vele contracten met zorgverzekeraars die nodig zijn om dit concept te realiseren is het daarom ook lastig nog een bedrijf met dit concept op de markt te zetten. Onder de categorie binnendringers kunnen wel de volgende bedrijven vallen: De Kraamvogel, Isis Kraamzorg, Careyn, Kraamzorg de Waarden en RST zorgverleners, omdat deze bedrijven wel over de contracten bezitten, maar het onwaarschijnlijk is dat hen met zzp'ers gaan werken, door het contract met de brancheorganisatie wat 'Kraamzorg 1 op 1' bezit.

Samenvatting

Uit de concurrentieanalyse blijkt dat 'Kraamzorg 1 op 1' niet veel echte concurrenten heeft door het unieke concept dat het bedrijf heeft. Uit de interviews blijkt dat 'Kraamzorg 1 op 1' als alternatief voor de concurrentie wordt gezien, dit blijkt ook uit de concurrentieanalyse in de situatieschets. Ook heeft 'Kraamzorg 1 op 1' een voordeel positie op de concurrentie die met zzp'ers werken door het contract met de NBVK. Geen enkele concurrent laat in zijn positionering merken dat de kraamverzorgende kan worden gekozen en dat er geen wisseling van kraamverzorgende in de kraamweek plaatsvindt.

6.3 Welke wensen en behoeften hebben kraamverzorgenden?

In deze paragraaf komen de resultaten uit de deskresearch en interviews voor deelvraag 3. Deze deelvraag valt onder het onderwerp klanten.

6.3.1 Wensen en behoeften

De wensen en behoeften van de doelgroep zijn onderzocht door middel van interviews. In bijlage VIII staan alle tabellen waar in hoofdstuk 6.3.2 en 6.3.3 aan gerefereerd is.

Tabel 9 bevat een inleidende vraag over het dienstverband als zzp'er in de kraamzorg.

Uit tabel 10 blijkt dat respondent 3 en 5 aangeven als zzp'er te zijn begonnen, omdat ze onder andere veel voorkeursgezinnen hadden. Daarnaast is de vrijheid en het persoonlijk contact ook een reden om als zzp'er te beginnen.

Verwachtingen

Alle respondenten verwachten van 'Kraamzorg 1 op 1' dat de facturatie correct wordt afgehandeld. Dit komt naar voren in tabel 11. Daarnaast verwacht respondent 4 dat 'Kraamzorg 1 op 1' klanten voor haar werft. Om goed te functioneren hebben respondenten 3 en 4 vooral goede voorbeelddocumenten nodig, respondent 5 en 6 hebben nodig dat de facturatie correct wordt afgehandeld. Alle respondenten zijn dan ook tevreden over 'Kraamzorg 1 op 1'. Respondent 3 vindt wel dat er te veel protocollen bij komen. De antwoorden zijn ook terug te vinden in tabel 13.

Uit tabel 14 blijkt dat de geïnterviewde kraamverzorgenden over het algemeen tevreden zijn met 'Kraamzorg 1 op 1'.

Waarom 'Kraamzorg 1 op 1'?

Respondent 3, 4 en 6 geven aan voor 'Kraamzorg 1 op 1' te hebben gekozen voor de betere vergoeding. Dit houdt in dat in de meeste gevallen de client een dele vergoed krijgt, ook zijn de kosten voor het aanmelden bij 'Kraamzorg 1 op 1' aanzienlijk lager. Respondent 4 vermeldt ook dat ze voor het bedrijf heeft gekozen, omdat het geen kraambureau is. Respondent 5 heeft om dezelfde reden voor 'Kraamzorg 1 op 1' gekozen, dit is te vinden in tabel 12.

In tabel 15 is te vinden dat naast 'Kraamzorg 1 op 1' de doelgroep ook met kraambureaus en bemiddelingsbureaus werkt. Ook trekken de kraamverzorgenden klanten aan in hun eigen netwerk. De respondenten is gevraagd wat ze zouden willen veranderen aan 'Kraamzorg 1 op 1'. Respondent 3 geeft aan een snellere uitbetaling te willen. Respondent 5 wil meer bijeenkomsten om ervaringen uit te wisselen en respondent 6 wil dat de formulieren op de website sneller geüpdatet worden. Deze antwoorden zijn te vinden in tabel 16.

In tabel 17 is te vinden dat het concept van 'Kraamzorg 1 op 1' duidelijk is voor de kraamverzorgenden. Respondenten 3, 4 en 5 hebben uitleg gekregen via collega's en respondent 6 via de NBVK. 'Kraamzorg 1 op 1' wordt ook aan andere kraamverzorgenden aangeraden vanwege het goede tarief en de goede zorgplannen.

In tabel 18, 19 en 20 is te vinden dat de kraamverzorgenden 'Kraamzorg 1 op 1' aanraden aan andere kraamverzorgenden vanwege het concept.

Communicatie

Het inschrijfproces van de kraamverzorgenden levert geen klachten op en verloopt soepel en is duidelijk. De communicatie van 'Kraamzorg 1 op 1' is door respondenten 4 en 5 als fijn en persoonlijk ervaren. In tabel 21 is te vinden dat de overige communicatie ook bevalt, zoals e-mails en folders, ook respondenten 3 en 6 zijn er tevreden over. Ook zouden ze 'Kraamzorg 1 op 1' aanraden aan andere kraamverzorgenden vanwege het concept.

In tabel 22 staat dat de respondenten wensen dat de communicatie in de toekomst niet verandert en hetzelfde blijft. Volgens alle geïnterviewde respondenten is 'Kraamzorg 1 op 1' geschikt voor alle kraamverzorgenden die als zzp'er werken. Respondenten 4, 5 en 6 geven aan dat alleen niet iedere kraamverzorgende geschikt is om als zzp'er te werken. De volledige antwoorden zijn te vinden in tabel 23.

In tabel 28 en 29 geven respondent 3, 5 en 6 aan dat verloskundigenpraktijken 'Kraamzorg 1 op 1' niet kennen of niet noemen, vaak worden kraamverzorgenden die als zzp'er werken wel persoonlijk genoemd door verloskundigen.

Theorie

De antwoorden van de respondenten zijn in lijn met de theorie, omdat uit de theorie van Ohmae (1982) blijkt dat als er geluisterd moet worden naar de behoeften van de klanten. Dit is besproken in de klant gebaseerde strategie in hoofdstuk 4. 'Kraamzorg 1 op 1' heeft de doelgroep gesegmenteerd naar behoeften en levensstijl van de doelgroep. In plaats van kraamverzorgenden heeft het zich gefocust op kraamverzorgenden die als zzp'er werken. Deze focus blijkt goed te werken voor de doelgroep.

6.3.2 Website verbeteringen

Uit tabel 24 blijkt dat respondenten allemaal aangeven tevreden te zijn over de website. Respondent 4 beschrijft het als 'mooi en strak'. Respondent 3 valt over het feit dat gezinnen waarvan ze de aanvraag heeft afgewezen tussen de aanvragen blijft staan.

In tabel 25 is te lezen dat de belangrijkste selectiecriteria voor kraamvrouwen door kraamverzorgenden de volgende criteria zijn: taal, niet-roker/roker en woonplaats.

In tabel 26 is te lezen dat respondent 3 op de website de volgende punten mist: aantal kilometers in het profiel van de kraamverzorgende en kraamvrouw en een uitleg bij de formulieren. De kilometerstand is vooral belangrijk voor kraamverzorgenden die alleen in de eigen buurt werken. Respondent 4 zou graag zelf kraamvrouwen willen aanmelden voor zorg bij haar via 'Kraamzorg 1 op 1'. Respondent 5 miste naast de bijeenkomsten niets op de website. Respondent 6 wilde graag zien dat er op de homepage ook bij staat dat de kraamverzorgende voor de kraamvrouw kan kiezen en niet alleen de kraamvrouw voor de kraamverzorgende kan kiezen.

Respondent 3 en 4 wilden ook graag inzicht in de kant van de kraamvrouw en de eigen beoordeling en het profiel van de collega's. Respondent 6 vroeg zich af of de formulieren op de website niet via 'Kraamzorg 1 op 1' besteld konden worden. Deze opmerkingen zijn te vinden in tabel 27.

6.3.3 Enquêtes

Uit een vorige enquête blijkt dat de kraamverzorgenden over het algemeen tevreden zijn over de werking van de website. Hier en daar zijn wat tips, zoals meer informatie op het kaartje, meer inzicht in de website zonder account en meer duidelijkheid over het verlengen van het abonnement. Ook deze resultaten worden meegenomen in de aanbevelingen. Het analyseschema is te vinden in bijlage VIII, tabel 8.

Doordat er te weinig kraamvrouwen konden deelnemen aan het onderzoek, zoals beschreven in hoofdstuk 6.4, is er gekozen om een extra kraamverzorgende te interviewen.

Samenvatting

De respondenten zijn over het algemeen tevreden met de website van 'Kraamzorg 1 op 1'. Er zijn een aantal punten waarop de website qua uiterlijk verbeterd moet worden volgens de respondenten. Ook inzicht in de kant van de kraamvrouw is iets waar de kraamverzorgenden naar vragen. Meer inzicht in de website zonder account is ook iets wat uit de enquêtes naar voren komt.

De meeste zzp'ers zijn begonnen, omdat de vrijheid en het persoonlijk contact belangrijk zijn voor de kraamverzorgenden. De verwachtingen voor 'Kraamzorg 1 op 1' zijn: facturatie afhandelen en zorgen dat alles soepel verloopt voor kraamverzorgenden en kraamvrouwen. De behoeftes van de respondenten zijn: voorbeelddocumenten en een eigen invulling, doordat er te veel protocollen bijkomen. De wensen zijn snellere uitbetaling, meer bijeenkomsten om ervaringen te delen en snellere updates van formulieren.

Over het algemeen zijn de kraamverzorgenden tevreden over de organisatie en de communicatie van 'Kraamzorg 1 op 1'. De kraamverzorgenden werken ook met andere bureaus maar prefereren 'Kraamzorg 1 op 1'. Ze raden het bedrijf dan ook aan.

Verloskundigenpraktijken noemen bij het intakegesprek met de kraamvrouw niet de organisatie 'Kraamzorg 1 op 1', wel worden de zelfstandige kraamverzorgenden genoemd. Deze kraamverzorgenden verwijzen de kraamvrouw vervolgens door naar 'Kraamzorg 1 op 1'.

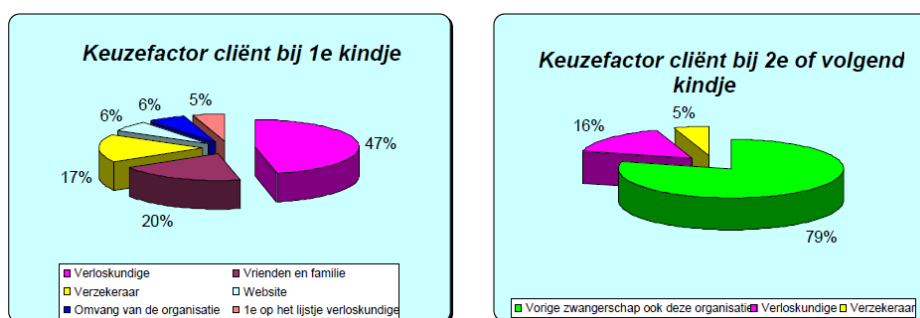
6.4 Welke wensen en behoeften hebben kraamvrouwen?

In deze paragraaf zijn de resultaten van de deskresearch naar de relatie met kraamvrouwen en verloskundigen. Ook de resultaten uit de interviews met de kraamvrouwen zijn in deze paragraaf te vinden. Deze deelvraag valt ook onder het onderwerp: klanten.

6.4.1 Deskresearch

Het keuzegedrag van kraamvrouwen is bepaald door de mening van de verloskundige, haar directe omgeving en de zorgverzekeraar. Websites zijn in minder dan 25% van de gevallen geraadpleegd, voordat de keuze is gemaakt. De zorgverzekeraars sturen niet in de keuze van de kraamvrouw.

In afbeelding 5 zijn de keuzefactoren van kraamvrouwen bij een eerste en twee kindje te zien. Hier is te zien dat in beide gevallen de verloskundige een grote rol speelt in het beslissingsproces van kraamvrouwen (Brink, 2007). Dit onderzoek is iets verouderd, maar volgens de resultaten van de interviews is dit onderzoek nog steeds relevant, omdat de respondenten aangeven dat de verloskundigen nog steeds een grote rol speelt in de keuze van de kraamvrouw.



Afbeelding 6; Keuzefactoren bij kraamvrouwen (Brink, 2007)

6.4.2 Wensen en behoeften

De wensen en behoeften van de doelgroep zijn onderzocht door middel van interviews. In bijlage VIII staan alle tabellen waar in hoofdstuk 6 aan gerefereerd is.

Tabel 30 bevat een inleidende vraag over het aantal kinderen en de leeftijd van deze kinderen.

Verwachting kraamzorg en 'Kraamzorg 1 op 1'

Alle respondenten geven aan een kraamverzorgende te verwachten die deskundig is en vlot in de omgang, zoals te lezen in tabel 31. Daarnaast geven respondent 4 en 8 in tabel 32 aan dat ze een zzp'er hebben gekozen op basis van hun eigen netwerk, deze respondenten hadden al twee andere kinderen. Respondent 7 is via de verloskundige bij een zzp'er terecht gekomen en daarmee bij 'Kraamzorg 1 op 1'.

De respondenten geven in tabel 33 aan dat ze via de kraamverzorgende bij 'Kraamzorg 1 op 1' terecht gekomen zijn. Dit heeft als reden dat de kraamverzorgende anders niet alle uren vergoed krijgt. Van 'Kraamzorg 1 op 1' wordt voornamelijk verwacht dat ze alles afhandelen met de verzekering. Respondent 7 geeft in tabel 34 ook aan dat ze screening van de kraamverzorgende verwacht. Respondent 4, 7 en 8 hebben alle drie niet gekozen voor 'Kraamzorg 1 op 1', maar voor een kraamverzorgende die als zzp'er werkt en die de gezinnen via 'Kraamzorg 1 op 1' heeft aangenomen. De respondenten hebben voor een zzp'er gekozen, omdat ze het belangrijk vinden dat ze van tevoren weten wie er in huis komt, blijkt uit tabel 35. Respondent 8 geeft ook aan dat ze het belangrijk vindt voor haar andere kinderen dat er in de kraamweek één vaste kraamverzorgende is.

Organisatie

Uit tabel 37 blijkt dat het voor respondent 4 duidelijk was wat 'Kraamzorg 1 op 1' voor haar kon betekenen, omdat zij zelf als kraamverzorgende via 'Kraamzorg 1 op 1' werkt. Voor respondent 7 en 8 was het ook duidelijk, omdat de kraamverzorgende dit van tevoren heeft uitgelegd. In tabel 36 valt te lezen dat ze niets aan de organisatie van 'Kraamzorg 1 op 1' willen veranderen, omdat het soepel verloopt en er geen problemen zijn voorgekomen.

De respondenten raden het ook andere vrouwen aan om een zzp'er te kiezen, omdat ze het als heel fijn ervaren hebben dat ze van tevoren weten wie er in de kraamweek komt. Hierin wordt niet zozeer 'Kraamzorg 1 op 1' genoemd, maar wel de kraamverzorgende. De volledige antwoorden zijn te vinden in bijlage 38.

Communicatie

Er zijn geen op- en aanmerkingen op het inschrijfproces, omdat dit volgens de respondenten 'soepel en 'vlotjes' verloopt, zoals te vinden in tabel 39, 40 en 41. 'Kraamzorg 1 op 1' is vrijwel niet in contact geweest met de kraamvrouwen. Respondent 8 geeft aan dit wel prettig te vinden. Respondent 7 en 8 willen in de toekomst ook niet meer benaderd worden via 'Kraamzorg 1 op 1', als er nog een zwangerschap volgt willen ze dit direct met de vorige kraamverzorgende regelen. Een kraamverzorgende wordt liever in de persoonlijke kringen gezocht en niet op 'Kraamzorg 1 op 1', dit blijkt uit tabel 42.

Uit tabel 43 blijkt dat 'Kraamzorg 1 op 1' voor veel mensen nieuw is en dat brengt onzekerheden met zich mee. De respondenten zijn het eens over het feit dat 'Kraamzorg 1 op 1' geschikt is voor iedere kraamvrouw. Respondent 8 denkt dat als er meer informatie was geweest over 'Kraamzorg 1 op 1' dat het bedrijf eerder in overweging hadden genomen. Respondent 7 is wel bij het eerste kindje op de mogelijkheden van 'Kraamzorg 1 op 1' gewezen, maar gaat naar een andere verloskundigenpraktijk.

De verloskundige speelde bij respondent 7 en 8 een grote rol in het kiezen van een kraamzorgorganisatie, blijkt uit tabel 48. In tabel 49 is te vinden dat de respondenten denken dat meer vrouwen voor 'Kraamzorg 1 op 1' kiezen als ze door de verloskundige op de organisatie worden gewezen.

Theorie

De antwoorden van de respondenten zijn in lijn met de theorie, omdat 'Kraamzorg 1 op 1' bij deze doelgroep moet segmenteren naar de mogelijkheden van de organisatie, zoals

besproken in de klant gebaseerde strategie in hoofdstuk 4. 'Kraamzorg 1 op 1' heeft niet genoeg capaciteit om de hele doelgroep te bereiken, doordat niet alle verloskundigen 'Kraamzorg 1 op 1' aanbevelen. Ze richten zich daarom op de verloskundigenpraktijken die dit wel willen en op de kraamverzorgenden. Op deze manier bereikt 'Kraamzorg 1 op 1' de doelgroep kraamvrouwen.

6.4.3 Website verbeteringen

De respondenten is ook gevraagd naar de website, de antwoorden zijn te vinden in tabel 44. Respondent 4 geeft aan tevreden te zijn en het een overzichtelijke website te vinden. Respondent 8 is ook tevreden en vindt de website duidelijk.

De belangrijkste selectiecriteria van de respondenten uit tabel 45 zijn: taal en opleiding. Respondent 8 vond het geloof van de kraamverzorgende ook belangrijk. Voor respondent 7 is het belangrijk dat de kraamverzorgende niet rookt.

De kraamvrouwen zijn het unaniem eens dat ze niets missen op de website, ze zijn niets tegengekomen op de website dat ze missen, blijkt uit tabel 46 en 47. Ook zeggen respondent 7 en 8 dat ze het programma niet gebruikt hebben om op zoek te gaan naar een kraamverzorgende, die hadden ze immers al gevonden. Er moest alleen een match gemaakt worden met de gekozen kraamverzorgende voor de verzekering.

Samenvatting

De website is volgens de respondenten duidelijk en ze zijn daarom ook tevreden over de website. Ze hebben de website dan ook niet gebruikt om actief naar een kraamverzorgende te zoeken.

Uit de deskresearch blijkt dat de verloskundige voor 47% invloed heeft op de keuze van een kraamvrouw voor een kraamzorgorganisatie. Vanaf het tweede kindje is de grootste keuzefactor de organisatie die bij de vorige kraamweken is gebruikt. De verloskundige heeft nog wel invloed, maar niet zo groot.

De kraamvrouwen verwachten vooral deskundigheid van de kraamverzorgenden. De respondenten komen vooral aan de kraamverzorgenden via de eigen kenniskring of verloskundige. In deze gevallen gaat het om de kraamverzorgende persoonlijk en niet de organisatie 'Kraamzorg 1 op 1'. Ze komen uiteindelijk bij de organisatie terecht doordat de verzekering niet alles vergoedt.

Voor de kraamvrouwen is het belangrijk dat er één kraamverzorgende is voor de gehele kraamweek. Ook is het belangrijk dat er van tevoren bekend is wie er in de kraamweek komt. De respondenten raden een zzp'er dan ook aan andere kraamvrouwen aan. In het vervolg benaderen ze de vorige kraamverzorgende liever persoonlijk, dan dat ze via 'Kraamzorg 1 op 1' op zoek gaan naar een nieuwe kraamverzorgende. Ze geven wel aan dat als ze eerder hadden geweten van een zzp'er, dat ze daar eerder voor hadden gekozen.

7. Conclusies

In dit hoofdstuk zijn conclusies getrokken over de deelvragen, de probleemstelling en de hypothesen, daarna zijn er aanbevelingen gedaan die ertoe leiden dat de doelstelling van het onderzoek gehaald wordt. De aanbevelingen zijn later verwerkt in het implementatieplan dat te vinden is in hoofdstuk 8. Daarnaast zijn de aanbevelingen voor de website ook in dit hoofdstuk te vinden.

7.1 Beantwoording deelvragen

In deze paragraaf is er, gebaseerd op de resultaten, antwoord gegeven op de deelvragen om uiteindelijk de probleemstelling te kunnen beantwoorden. De deelvragen waren onderverdeeld in onderwerpen, zoals Ohmae vermeld in de theorie: organisatie, concurrenten, klanten (Ohmae, 1982).

7.1.1 Wat zijn de key success factors van 'Kraamzorg 1 op 1'?

Deze deelvraag viel onder het onderwerp organisatie. Uit de resultaten van deze deelvraag gecombineerd met de SWOT-analyse uit de situatieschets, kan worden gezegd dat 'Kraamzorg 1 op 1' twee key success factors heeft.

Het **contract met de NBVK en zorgverzekeraars** schept een groot voordeel voor de kraamverzorgenden en een groot voordeel op de concurrentie. Daarnaast kan een kraamverzorgenden in een aantal gevallen op deze manier meer uren declareren dan als ze niet via 'Kraamzorg 1 op 1' werkt.

Als tweede het unieke concept. Door dit unieke concept kunnen de kraamverzorgenden **flexibeler** zijn dan kraamverzorgenden bij een andere organisatie. Voor de kraamvrouwen is het een voordeel, omdat er **van te voren bekend** is wie er de gehele kraamweek bij hun in huis komt. Omdat er afspraken met de kraamverzorgende worden gemaakt, is er **geen wissel van kraamverzorgenden** in de kraamweek.

7.1.2 Hoe ziet de concurrentie eruit op de kraamzorgmarkt?

Deze deelvraag viel onder het onderwerp: concurrenten, zoals besproken in hoofdstuk 3.

De concurrentiedreiging op de markt is groot, maar door het unieke concept is de kans groot om 'Kraamzorg 1 op 1' te onderscheiden van de concurrenten. Er zijn een aantal concurrenten, maar die vormen geen grote dreiging door één van de key success factors van 'Kraamzorg 1 op 1': contract met de NBVK en zorgverzekeraars. Hierdoor is het voor concurrenten lastig om dezelfde voordelen te bieden als 'Kraamzorg 1 op 1'. Voor een zzp'er is 'Kraamzorg 1 op 1' de enige manier om optimaal betaald te worden en gezinnen te kunnen helpen.

Uit de interviews met de respondenten blijkt dat 'Kraamzorg 1 op 1' als alternatief van de andere organisaties wordt gezien en niet andersom.

7.1.3 Welke wensen en behoeften hebben kraamverzorgenden?

Deze deelvraag valt onder het onderwerp: klanten, zoals besproken in hoofdstuk 3. Naar aanleiding van de resultaten zijn conclusies getrokken om deze deelvraag te kunnen beantwoorden.

Uit de interviews met kraamverzorgenden blijkt dat van 'Kraamzorg 1 op 1' wordt gewenst dat de facturatie bij de verzekering correct wordt afgehandeld, zodat kraamverzorgenden en kraamvrouwen hier niet over hoeven na te denken.

Om goed te functioneren hebben de kraamverzorgenden nodig dat de facturatie goed is en dat de documenten en zorgplannen aanwezig zijn. Daarmee wordt ook bedoeld dat updates van de formulieren op tijd plaats vinden.

De communicatie van 'Kraamzorg 1 op 1' naar de kraamverzorgenden middels een nieuwsbrief en tussentijdse e-mails wordt als voldoende ervaren. De respondenten geven dan ook aan dat er geen aanpassingen nodig zijn.

Daarnaast geven de respondenten aan dat veel verloskundigenpraktijken 'Kraamzorg 1 op 1' niet kennen of niet noemen in een intakegesprek met de kraamvrouw. Deze kansen moeten benut worden om de klantenkring te kunnen uitbreiden.

7.1.4 Welke wensen en behoeften hebben kraamvrouwen?

Deze deelvraag valt onder het onderwerp: klanten, zoals besproken in hoofdstuk 3. Naar aanleiding van de resultaten zijn conclusies getrokken om deze deelvraag te kunnen beantwoorden.

Uit de resultaten blijkt dat de verloskundige een grote rol speelt in de keuze van een kraamzorgorganisatie, zeker als het gaat om een eerste kindje. Ook bij kraamvrouwen met meerdere kinderen speelt de verloskundige een grote rol. De organisatie die bij een eerder kindje gebruikt is heeft ook grote invloed op de keuze voor een kraamzorginstelling.

Bij een aantal geïnterviewde respondenten is een zpp'er wel genoemd, maar niet de organisatie 'Kraamzorg 1 op 1'. Respondenten zijn dan ook niet direct bij 'Kraamzorg 1 op 1' gekomen, maar via de gekozen kraamverzorgende. Dit zorgt er voor dat ze niet betrokken zijn bij de organisatie en dit ook niet wensen te zijn.

De kraamvrouwen verwachten dat 'Kraamzorg 1 op 1' de bemiddeling soepel laat verlopen en dat de organisatie alles omtrent de verzekering netjes afhandelt, zodat de klanten daar niet aan hoeven te denken tijdens de kraamweek.

De geïnterviewde respondenten geven aan geen behoefte te hebben aan 'Kraamzorg 1 op 1', omdat ze in het vervolg de kraamverzorgende persoonlijk willen benaderen en niet via 'Kraamzorg 1 op 1'.

7.2 Beantwoording probleemstelling

Aan de hand van de antwoorden op de deelvragen kan er een antwoord worden geformuleerd op de probleemstelling om daarna aanbevelingen te doen om de doelstelling te halen. De probleemstelling luidt: *wat moet 'Kraamzorg 1 op 1' doen om zich te onderscheiden, zodat het succesvol kan concurreren binnen de kraamzorgmarkt?*

Aan de hand van de vier deelvragen is er één conclusie uitgekomen:

'Kraamzorg 1 op 1' moet key success factors benadrukken om een positief te kunnen concurreren met de concurrent. Dit is lijn met de KFS strategie uit hoofdstuk 4. De key success factors die bij 'Kraamzorg 1 op 1' passen zijn: het unieke concept binnen de kraamzorgmarkt dat zorgt voor meer flexibiliteit bij kraamverzorgenden en vertrouwdsheid bij de kraamvrouwen en de contracten met de NBVK en de zorgverzekeraar.

'Kraamzorg 1 op 1' moet ook meer naamsbekendheid genereren bij verloskundigenpraktijken om grotere doelgroepen te kunnen bereiken en te bedienen. De doelgroepen van 'Kraamzorg 1 op 1' zijn nu beperkt tot een paar verloskundigenpraktijken die informatie verstrekken over 'Kraamzorg 1 op 1'. Door dit te doen zal het ook makkelijker worden om te concurreren met de concurrenten.

'Kraamzorg 1 op 1' moet in de communicatie een kleinere doelgroep aanspreken. Zoals de klant gebaseerde strategie van Ohmae in hoofdstuk 4 ook uitlegt. Er moet meer gesegmenteerd worden naar de behoeften en levensstijl. De doelgroep die hierbij zou

passen is: vrouwen met een bepaalde levensovertuiging of religie en vrouwen die meer aandacht nodig hebben en vrouwen die meer eisen aan een kraamverzorgende hebben, al dan niet door een slechte ervaring met gewone kraamzorg.

Dit antwoord komt overeen met de theorie, omdat het model zegt dat de 3 hoofdspelers: organisatie, klanten en concurrenten, gebalanceerd moeten worden, zodat een goede strategie ontstaat. Uit hoofdstuk 7.3 blijkt ook dat de aangenomen hypothesen allemaal zijn aangenomen.

7.3 Conclusies hypothesen

In hoofdstuk 3 zijn de volgende hypothesen gesteld op basis van de theorie van Ohmae (1982):

- 1) Door de key success factors van het bedrijf te kennen en gebruiken kan er positief gepositioneerd worden tegenover de concurrenten en de klanten tevreden te houden.
- 2) Als het bedrijf inspeelt op een deel van doelgroep, dan heeft het bedrijf een grotere kans om beter te concurreren met de concurrent.
- 3) Als het bedrijf alle verschillen tussen het bedrijf en de concurrenten benadrukt of een nieuw concept in de markt zet, dan kan de concurrent het niet kopiëren.

Alle gestelde hypothesen zijn aangenomen. Als eerste is bevestigd door respondent 3, 4, 5 en 6 dat ze het unieke concept en de voordelen daarvan positief vinden en als reden om met 'Kraamzorg 1 op 1' te werken. Dit bevestigt de hypothese, omdat de respondenten daardoor niet voor de concurrent gekozen hebben en daardoor ook nog steeds tevreden zijn met 'Kraamzorg 1 op 1'.

Als tweede blijkt dat 'Kraamzorg 1 op 1' heel geschikt is voor een deel van de markt. Uit de interviews is naar voren gekomen dat niet alle verloskundigenpraktijken werken met zzp'ers. Hierdoor kunnen niet alle doelgroepen bereikt worden. Als er gefocust wordt op de praktijken die wel samenwerken met zzp'ers zal 'Kraamzorg 1 op 1' beter kunnen concurreren met de concurrent. Daarnaast blijkt uit de deskresearch dat 'Kraamzorg 1 op 1' geschikt is voor kraamvrouwen die meer aandacht nodig hebben of een bepaalde religie of levenswijze/-beschouwing hebben.

Als laatste suggereert de derde hypothese dat 'Kraamzorg 1 op 1' de verschillen moet benadrukken of een nieuw product in de markt moet zetten om te voorkomen dat de concurrent het kan kopiëren. In het geval van 'Kraamzorg 1 op 1' is dit beide gebeurd. Er is een nieuw product in de markt gezet en de verschillen met het gewone kraamzorgpakket worden benadrukt. Respondent 7 en 8 geven aan dat als er meer informatie was geweest over 'Kraamzorg 1 op 1' dat ze dan waarschijnlijk voor 'Kraamzorg 1 op 1' hadden gekozen, omdat de verschillen met de gewone kraamzorg ze zo aanspreekt en als 'fijn' is ervaren.

8. Aanbevelingen

In dit hoofdstuk worden de aanbevelingen gedaan. In de aanbevelingen komt naar voren welke acties ondernomen moeten worden op basis van de wensen en behoeften van de doelgroep en de aanbevelingen voor de website vanuit de doelgroep. In de resultaten is te vinden hoe de resultaten aansluiten bij de gekozen theorie in hoofdstuk 4. Daarnaast is er een evaluatie van het onderzoek.

8.1 Aanbevelingen

In deze paragraaf worden alle conclusies samengebundeld tot aanbevelingen. Deze aanbevelingen zijn de input voor het implementatieplan in hoofdstuk 8. In de aanbevelingen voor de website zijn alleen de aanbevelingen te vinden die door de respondenten zijn genoemd en door de onderzoeker als noodzakelijk zijn gezien. De overige aanbevelingen van de doelgroep zijn te vinden in hoofdstuk 6 of bijlage VIII.

8.1.1 Aanbeveling 1

Door beide doelgroepen is genoemd dat de kennis en dus naamsbekendheid van 'Kraamzorg 1 op 1' bij verloskundigen te laag is. Dit kan vergroot worden door bijvoorbeeld advertenties en advertorials te plaatsen in vakbladen die voornamelijk door verloskundigen gelezen worden. Een vakblad voor verloskundigen is het tijdschrift voor verloskundigen (TVV). Dit blad wordt voornamelijk gelezen door verloskundigen en verloskundigen in opleiding. Op deze manier komt ook de volgende generatie verloskundigen met 'Kraamzorg 1 op 1' in aanraking. Daarnaast is ook de doelgroep: kraamvrouwen nog onwetend over 'Kraamzorg 1 op 1'. De kennis van kraamvrouwen over 'Kraamzorg 1 op 1' kan worden vergroot door advertenties in het blad: WIJ jonge ouders en zwanger! Het blad: zwanger!, wordt voornamelijk door verloskundigen uitgedeeld aan de kraamvrouwen en is de ideale manier om de kraamvrouw van kennis over 'Kraamzorg 1 op 1' te voorzien in het beslissingsproces.

Voor beide doelgroepen raadt de onderzoeker aan om advertorials te gebruiken. Dit zijn advertenties, die er niet uitzien als advertenties. In deze advertorials kan duidelijk worden gemaakt wat 'Kraamzorg 1 op 1' voor de doelgroepen kan betekenen en wat de voordelen zijn van 'Kraamzorg 1 op 1'. Door een advertorial te plaatsen in plaats van een advertentie in bovengenoemde bladen lijkt het alsof de boodschap vanuit het tijdschrift komt en dit kan een positiever beeld opleveren (Financieel ondernemen, 2015).

De onderzoeker beveelt aan om de advertorial in de stijl van de website te houden, zodat dit herkenbaar is voor de doelgroep. Dit gaat om kleurgebruik, font, fontgrootte en taalgebruik. Ook een foto in de advertorial is wenselijk, zodat de tekst makkelijker leest en deze de aandacht trekt naar het artikel.

8.1.2 Aanbeveling 2

Volgens de theorie moeten de verschillen met de concurrent worden benadrukt (Ohmae, 1982) om te voorkomen dat de concurrent het product, de website in dit geval, kopieert. De verschillen met de concurrent, de key success factors, moeten daarom benadrukt worden op de website.

Op de homepage van 'kraamzorg 1 op 1' staat momenteel de tekst: "De beste match tussen aanstaande moeder en kraamverzorgende". Zoals een respondent aangaf suggereert dit dat alleen de kraamvrouw een kraamverzorgende kan kiezen, maar dit kan natuurlijk ook andersom. Dit zou beter gecommuniceerd moeten worden. Daarnaast moet in één opslag duidelijk worden wat de voordelen van 'Kraamzorg 1 op 1' zijn, momenteel is dit niet te zien. De alinea onder de zojuist genoemde tekst heeft het niet over: een uniek concept, flexibiliteit en één kraamverzorgende in de kraamweek. Dit moet duidelijk naar voren komen.

Een suggestie van de onderzoeker voor de verandering van deze tekst is dan ook als volgt:

Kraamzorg 1 op 1, waar aanstaande moeders en kraamverzorgende voor elkaar kiezen

Het principe is eenvoudig. De aanstaande moeder plaatst haar kraamzorgaanvraag en de kraamverzorgende biedt haar diensten aan. Kies als aanstaande moeder de perfecte kraamverzorgende en als kraamverzorgende de leukste moeders! Geniet van een zorgeloze en onvergetelijke kraamtijd! Bij Kraamzorg 1 op 1 weet u altijd wie u voor de gehele week in huis haalt. Daarnaast heeft Kraamzorg 1op1 contracten met bijna alle zorgverzekeraars.

Bovenstaande aanbeveling geldt ook voor de kaarten en flyers die gebruikt zijn met dezelfde tekst als die op de website staat. Dit is om alles in één geheel te maken en herkenbaar voor de doelgroepen.

8.1.3 Aanbeveling 3

De doelgroep segmenteren levert volgens Ohmae (1982) een grotere kans op om beter te concurreren met de concurrent. Het is daarom ook verstandig om alle stakeholders, zoals de doelgroep, verloskundigen en huidige klanten te laten weten welke doelgroep vooral geschikt zijn voor 'Kraamzorg 1 op 1'.

De gesegmenteerde doelgroep die door de onderzoeker wordt aanbevolen is:

- Vrouwen met een bepaalde levensovertuiging en/of religie wat reguliere kraamzorg moeilijker maakt.
- Vrouwen die meer eisen van de kraamverzorgende en/of kraamzorgorganisatie door slechte ervaring(en) met eerder kraamzorgorganisaties.
- Vrouwen die meer aandacht nodig hebben, door bijvoorbeeld een taalbarrière.

Via de advertorials uit aanbeveling 1 kan dit worden gecommuniceerd naar verloskundigen en kraamvrouwen. Dit vergroot de kennis over de mogelijkheden van 'Kraamzorg 1 op 1' en zorgt ervoor dat de juiste doelgroep wordt aangesproken.

Via de maandelijkse nieuwsbrief kan deze doelgroep gecommuniceerd worden naar de huidige kraamverzorgenden van 'Kraamzorg 1 op 1'. Uit het onderzoek is namelijk gebleken dat de respondenten de communicatie per nieuwsbrief als fijn en prettig ervaren. Ze hebben aangegeven dat dit niet veranderd moet worden.

In de nieuwsbrief kan bijvoorbeeld worden vermeld dat 'Kraamzorg 1 op 1' heel erg geschikt is voor bovengenoemde doelgroep.

8.1.4 Aanbeveling 4

Uit het onderzoek is naar voren gekomen, dat een voor de hand liggende zoekterm niet het gewenste resultaat gaf. Bij de zoekterm "1 op 1 kraamzorg" stond de website niet bij de resultaten. Daarnaast hebben de kraamverzorgenden, die dagelijks moeten werken met de website, ook een aantal aanbevelingen gedaan.

Om de vindbaarheid van de website te vergroten zal daarom de SEO (Search Engine Optimization) en/of SEA (Search Engine Advertising) verbeterd moet worden. Dit houdt in dat er betaald kan worden om boven in de rij te staan op Google bij bepaalde zoektermen. Ook kan er worden gekozen om de zoektermen bij de website te verbeteren, zodat er meer kans is dat de doelgroep op de website van 'Kraamzorg 1 op 1' terecht komt.

De onderzoeker raadt daarom aan om te brainstormen en te spelen met alle belangrijke woorden die bij het bedrijf passen. Gebruik van de key success factors is noodzakelijk. Gebruik hierbij alle mogelijke combinaties tussen deze woorden als zoektermen. Op deze manier is de kans groter dat als er naar "1 op 1 flexibele kraamzorg" wordt gezocht, dat de website van 'Kraamzorg 1 op 1' als resultaat zal worden getoond. De zoektermen dienen dan ingevuld te worden bij de verschillende pagina's op de website.

Als tweede is het voor de kraamverzorgenden belangrijk dat er inzicht is in de kant van de kraamvrouw. Op de website kan er ingeschreven worden als kraamvrouw of kraamverzorgenden. Deze twee profielen zien niet hetzelfde van de website. De twee profielen hebben ene andere omgeving. Dit is voor hen belangrijk, omdat ze graag willen weten wat de kraamvrouw van haar profiel ziet. Ook moet het in sommige gevallen worden uitgelegd aan de kraamvrouw door de kraamverzorgende, op dit moment is dit erg lastig, omdat de kraamverzorgende niet weet hoe dat werkt als er als kraamvrouw wordt aangemeld op de website.

De onderzoeker beveelt daarom ook aan om een hand-out te maken van elke stap die de kraamvrouw bij de aanmelding maakt. Daarnaast moeten ook de andere pagina's in de hand-out worden opgenomen. Op deze manier hoeft de website niet grondig veranderd te worden en hebben de kraamverzorgenden toch inzicht in de website voor de kraamvrouw.

8.2 Evaluatie

Als 'Kraamzorg 1 op 1' dit onderzoek wil herhalen, moet er met een aantal factoren rekening gehouden worden. Deze factoren zijn beschreven in onderstaande paragraaf.

Doordat de kraamvrouwen niet of nauwelijks bij 'Kraamzorg 1 op 1' betrokken zijn, is de bereidheid om mee te doen laag. Dit is terug te vinden in hoofdstuk 5.4. Hier moet rekening mee gehouden worden als 'Kraamzorg 1 op 1' dit onderzoek wil herhalen. Er moet meer tijd worden ingepland voor het werven van respondenten. Ook zou er bij het meedoen aan het onderzoek een presentje kunnen worden uitgedeeld aan de respondenten.

Daarnaast is gebleken dat het grootste probleem de naamsbekendheid is onder de doelgroep. 'Kraamzorg 1 op 1' is wel bekend onder kraamverzorgenden, maar minder bekend bij verloskundigen en kraamvrouwen. Bij een volgend onderzoek wordt daarom aangeraden om te onderzoeken waarom verloskundigen 'Kraamzorg 1 op 1' niet kennen of niet adviseren. Dit onderzoek zou dan om naamsbekendheid zijn. De naamsbekendheid van 'Kraamzorg 1 op 1' is nog niet groot en zou verbeterd kunnen worden.

Daarnaast is in dit onderzoek geen rekening gehouden met de vraag: hoe kan de organisatie ervoor zorgen dat de doelgroep meer betrokken raakt bij 'Kraamzorg 1 op 1'. Hierdoor kan er in dit onderzoek geen antwoord gegeven worden over de verbetering van de betrokkenheid van de doelgroep. Hier zijn dan ook door de onderzoeker geen aanbevelingen over gedaan.

9. Implementatieplan

In dit hoofdstuk zullen de conclusies en aanbevelingen bij elkaar komen in een implementatieplan. Aangenomen is dat de werkgeverskosten voor één uur €100 bedragen, omdat deze niet bekend zijn bij de onderzoeker. Het nummer achter de actie staat voor het nummer van de aanbeveling. Het bedrijf dat voor 'Kraamzorg 1 op 1' de website beheert is aan de onderzoeker niet bekend gemaakt. De prijzen omtrent werkzaamheden op de website zijn daarom ook bij een ander bedrijf aangevraagd. Het bedrijf dat met 'Kraamzorg 1 op 1' werkt zal bedrijf X worden genoemd. Marian Eijkelenboom en Marian Bakker zijn de twee medewerkers van 'Kraamzorg 1 op 1' en worden dan ook genoemd in het implementatieplan.

Nr.	Wanneer	Wat	Wie	Kosten
1	1-6-2015	Tekst op de homepage aanpassen (2)	Marian Eijkelenboom + Marian Bakker	Content schrijven: €600 (yourstyledesign, 2015) * ¹
2	1-6-2015	Optimaliseer de vindbaarheid in Google (4)	Marian Eijkelenboom + Marian Bakker	Zoekmachineoptimalisatie: €300 (yourstyledesign, 2015) Vergadering: 2 werknemers = €200 Tijd = 1,5 uur Kosten = € 300
3	1-6-2015	Maak een pdf-document voor op de website met een stap voor stap uitleg over het aanmelden als kraamvrouw (4)	Marian Eijkelenboom / Marian Bakker	1 werknemer = €100 Tijd = 2 uur * ² Kosten = €200
4	2-6-2015	Opmaken van nieuwe nieuwsbrief waarin duidelijke doelgroep wordt gecommuniceerd (3)	Marian Bakker	1 werknemer = €100 Tijd = 1 uur Kosten = €100 (Bakker & Eijkelenboom, 2015)
5	2-6-2015	Advertorial creëren die ook de doelgroep communiceert en dit plaatsen in 'WIJ jonge ouders' en/of 'zwanger!' (1)	Marian Eijkelenboom	Zwanger!: Advertentie 1 pagina: €8195, Advertorial 1 pagina: €8195 + €1500 = €9695 (Wij, 2015) ----- WIJ jonge ouders: Advertentie 1 pagina: €9980 Advertorial 1 pagina: €9980 + €1500 = €11.480 (Wij, 2015) ----- Advertentie opmaken: €55 (yourstyledesign, 2015)
6	2-6-2015	Adverteren in het TVV, tijdschrift voor verloskundigen (1)	Marian Eijkelenboom	Advertentie opmaken: €55 (yourstyledesign, 2015) ----- Advertentie 1 pagina: 1 x = €2225 3 x = €2070 6x = €1998 (KNOV, 2015)
7	2-6-2015	Zorg dat kraamverzorgenden een preview krijgen van de output van hun profiel (4)	Marian Eijkelenboom / Marian Bakker	1 werknemer = €100 Tijd = 0,5 uur * ² Kosten = €50

Tabel 3; Implementatieplan

*¹ Aangezien het hier gaat om één zin veranderen zullen de kosten minimaal de helft lager zijn, maar de kosten van het veranderen van bepaalde content kon niet achterhaald worden.

*² Deze tijd is een schatting en is niet naar de werkelijkheid.

*³ De kosten van de werkzaamheden apart konden niet achterhaald worden, daarom vallen de werkzaamheden onder: websiteprogrammeren.

Actiepunt 1

Actiepunt nummer één komt voort uit aanbeveling nummer twee. In de aanbevelingen is al te lezen dat het belangrijk is dat de key success factors worden benadrukt. Ook moet dit bekend worden gemaakt aan de stakeholders van 'Kraamzorg 1 op 1'.

De tekst op de website kan worden aangepast door bedrijf X. De kosten die daarvoor geraamd worden komen uit op €600. In de aanbevelingen staat een aanbeveling voor de nieuwe tekst waarin duidelijk wordt dat de website voor kraamverzorgenden en kraamvrouwen is en niet alleen voor kraamvrouwen.

Marian Eijkelenboom en Marian Bakker kunnen contact opnemen met hun eigen contactpersoon bij bedrijf X. Hierbij moet in de briefing precies verteld worden wat er in de tekst moet komen te staan, zodat er geen miscommunicatie kan ontstaan. Ook wordt aangeraden om deze aanbeveling ook in andere teksten terug te laten komen.

Actiepunt 2

Dit actiepunt komt voort uit aanbeveling nummer vier. Het is belangrijk dat het bedrijf online te vinden is. Voornamelijk omdat het product zich online bevindt. Het is daarom van belang dat Marian Eijkelenboom en Marian Bakker vergaderen en/of brainstormen over zoekwoorden voor de website.

Een manier is om alle key succes factoren te combineren met een gedeelte van de naam van het bedrijf. Het is belangrijk om alle mogelijke combinaties te gebruiken, zodat de vindbaarheid vergroot wordt.

Als alle mogelijke zoekwoorden zijn genoteerd kan er contact worden opgenomen met bedrijf X. Deze kunnen de zoekwoorden toevoegen aan de website, hiermee is de SEO verbeterd. Er kan ook SEA worden toegepast, hierbij wordt er betaald om bovenaan in de lijst van resultaten te staan. Dit kan overwogen worden, maar wordt niet aangeraden, omdat de opdrachtgever heeft aangegeven geen groot budget te hebben.

De kosten voor de vergadering en het optimaliseren van de vindbaarheid komen samen op: € 600.

Actiepunt 3

Het actiepunt is gebaseerd op aanbeveling nummer 4. Het is belangrijk voor de geïnterviewde respondenten om inzicht te krijgen in de kant van de kraamvrouwen. Een aantal kraamverzorgenden heeft aangegeven het te moeten kunnen uitleggen aan de kraamvrouw die nieuw is op de website.

Het is daarom van belang om een stap voor stap hand-out te maken van de pagina's die een kraamvrouw ziet als ze zich aanmeldt voor 'Kraamzorg 1 op 1'. Dit kan worden gedaan door Marian Bakker of Marian Eijkelenboom. Het is de bedoeling dat van elke pagina een screenshot wordt gemaakt. Dit moet achter elkaar worden gezet in een document waar vervolgens een PDF van kan worden gemaakt. De laatste stap is het uploaden op de website. Dit kan door Marian Eijkelenboom en Marian Bakker zelf worden gedaan, hier is bedrijf X niet voor nodig.

De kosten hiervoor worden geraamd op €200, aangezien er waarschijnlijk twee uur aan zal worden besteed.

Actiepunt 4

Dit actiepunt komt uit aanbeveling nummer drie. Het is van belang om de doelgroep te segmenteren. In de nieuwsbrief moet worden gecommuniceerd welke doelgroepen het beste bij 'Kraamzorg 1 op 1' passen.

Er is bij aanbeveling nummer drie een aanbeveling gedaan over de tekst. De tekst moet een gedeelte van de nieuwsbrief beslaan en het liefst bovenaan staan, zodat het goed opvalt. Hierin moet duidelijk worden dat 'Kraamzorg 1 op 1' alle mensen bedient, maar dat 'Kraamzorg 1 op 1' goed past bij een bepaalde groep kraamvrouwen, zoals benoemd in het hoofdstuk: resultaten.

Het is belangrijk dat de lay-out en de frequentie van de nieuwsbrief hetzelfde blijven.

Deze actie wordt uitgevoerd door Marian Bakker. Het opmaken van de nieuwsbrief duurt ongeveer een uur. De kosten zullen dan ook geraamd worden op €100.

Actiepunt 5

Actiepunt vijf komt voort uit aanbeveling één. Er moet meer kennis komen over 'Kraamzorg 1 op 1' bij de doelgroepen. De advertorial is een verhaal over 'Kraamzorg 1 op 1'.

Aangeraden wordt om de advertorial op te maken zoals de website en alle andere communicatiemiddelen, zodat het herkenbaar is voor de doelgroep. De advertorials kunnen bestaan uit een interview met een kraamvrouw waarin de key success factors duidelijk in naar voren komen. Een foto van de geïnterviewde daarbij is belangrijk.

Beide tijdschriften vallen onder het bedrijf: Wij special media BV (Wij special media, 2015). Er moet voor beide bladen contact opgenomen worden met één van de vier contact personen: Marcel Bakker, Esther Koopman-Beelen, Annie Veerbeek en Denise Bosma. De advertentie moet worden gemaakt door een extern bureau en zelf worden aangeleverd bij de gekozen contactpersoon. Een bedrijf dat advertenties maakt is: yourstyledesign (2015).

Actiepunt 6

Dit actiepunt komt voort uit aanbeveling nummer één. Zoals beschreven in de aanbevelingen is het van belang om de kennis van 'Kraamzorg 1 op 1' bij verloskundigen te vergroten. Dit kan door advertorials te plaatsen zoals bij actiepunt vijf.

Er zijn alleen enkele verschillen met actiepunt vijf. Aangeraden wordt om de advertorial op te maken zoals de website en alle andere communicatiemiddelen, zodat het herkenbaar is voor de doelgroep. De advertorials kunnen bestaan uit een interview met een kraamverzorgende waarin de key success factors duidelijk in naar voren komen. Een foto van de geïnterviewde daarbij is belangrijk.

Marian Eijkelenboom kan contact opnemen met één van de klanten om te vragen of iemand hier interesse in heeft. De contactpersoon van dit tijdschrift is: Dhr. F.N.J.A. Dijkman (KNOV, 2015). De advertentie moet worden gemaakt door een extern bureau en zelf worden aangeleverd bij de gekozen contactpersoon. Een bedrijf dat advertenties maakt is: yourstyledesign (2015).

Het opmaken van de website kost ongeveer: €55

De advertorial voor één keer kost: €2225, voor 3x: €2070 en voor 6x: €1998

Actiepunt 7

Actiepunt nummer zeven komt voort uit aanbeveling nummer vier. Dit actiepunt kan worden gecombineerd met actiepunt drie. Er kan worden gekozen om de hele lay-out en werking van de website te veranderen, maar er kan ook worden gekozen om een preview

van een profiel te maken, zoals de kraamvrouw het ziet. Dit kan in het PDF-document van actiepunt drie worden geplaatst. Op deze manier is er een PDF-document met een overzicht van de pagina's die de kraamvrouw ziet. Dit is dan te gebruiken door de kraamverzorgende en eventueel de kraamvrouw. Dit kan door Marian Eijkelenboom en Marian Bakker zelf worden gedaan, hier is bedrijf X niet voor nodig.

De kosten hiervoor worden geraamd op €50, aangezien er waarschijnlijk een half uur aan zal worden besteed.

Literatuurlijst

Aaker, D.A. (1991). *Managing Brand Equity*. New York: The free press.

Actiz. (2015, 3 20). *feiten en cijfers*. Opgehaald van: actiz: www.actiz.nl/feiten-en-cijfers.

Bakker, M., Eijkelenboom, M. (2015) *Persoonlijke communicatie*. Schoonhoven.

Brink, van der M. (2007) *Keuzegedrag en keuzevrijheid van de klant in de kraamzorg. Hoe te benutten door de aanbieder?* Rotterdam: Erasmus Universiteit.

Broek van den, J., Koetsenruijter, W., Jong de, J., Smit, Laetitia. (2010) *Beeldtaal*. Den Haag: Boom Lemma.

Careyn.nl.(2015) *Home*. Opgehaald van: www.careyn.nl.

Caulkin, S. (Ed.). (1990). *Drucker, Ohmae, Porter & Peters: Management Briefings from the Economist Conferences, 1989 (No. 1202)*. San Fransisco: Economist Publications.

Centraal Bureau van Statistiek. (2015, 4 14).*Statline*. Opgehaald van: <http://statline.cbs.nl/Statweb/publication/?VW=T&DM=SLNL&PA=37422NED&D1=0,4-5,35,43,48&D2=0,10,20,30,40,50,60,62-63&HD=150415-1227&HDR=T&STB=G1>.

Financieel Ondernemen. (2015) *Advertorial*. Opgehaald van: <http://www.financieel-ondernemen.nl/artikelen/547/de-advertorial-wat-moet-u-weten-over-een-advertorial>.

FNV Rateyourcompany. (2015). *Kraamzorg de Waarden*. Opgehaald van: <https://rateyourcompany.nl/bedrijven/de-waarden-kraamzorg/workspace>.

Floor, K., Raaij van, F. (2010) *Marketingcommunicatiestrategie*. Groningen: Noordhoff.

Geboortecollectief. (2015). *Maatschappelijk verantwoord ondernemen*. Opgehaald van: <http://hetgeboortecollectief.nl/maatschappelijk-verantwoord-ondernemen>.

Hamel, G., Prahalad, C.K. (1994). *Competing for the future*. Boston: Harvard Business School Press.

ISIS Kraamzorg.(2015) *Home*. Opgehaald van: www.isiskraamzorg.nl.

KNOV. (2015). *Tijdschrift voor verloskundigen*. Opgehaald van: <http://www.knov.nl/over-de-knov/tekstpagina/546/tijdschrift-voor-verloskundigen>.

Kraamzorg.nl. (2015, 4 20) *Kraamcentrum*. Opgehaald van: http://www.kraamzorg.nl/index.php?ws_id=13962842&sm_id=333184.

Kraamvogel.(2015) *Home*. Opgehaald van: www.dekraamvogel.nl.

Kraamzorg 1 op 1. (2014). *Evaluatieformulieren zzp'er*. Schoonhoven: Kraamzorg 1 op 1.

Kraamzorg de Waarden. (2014) *Strategisch plan*. Schoonhoven.

Meier, U., & Mandemakers, M. (2007). *Kwalitatief marktonderzoek*. Houten: Wolters-Noordhoff Groningen.

NBVK. (2015, 4 04) *Nieuws*. Opgehaald van: www.nbvkinactie.nl.

- Ohmae, K. (1982). *The mind of the strategist*. New York: McGraw-Hill.
- Ohmae, K. (2005) *The next global stage: challenges and opportunities in our borderless world*. New Jersey: Pearson Education.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage*. New York: The Free Press
- Porter, M. E. (2004) *Competitive strategy: techniques for analyzing industries and competitors*. Roseburg: Simon and Schuster.
- Prahalad, C.K. & Hamel, G. (1990). *The Core Competence of the Corporation*. [Digitale versie]. Geraadpleegd op 3 februari 2015 via: <https://hbr.org/1990/05/the-core-competence-of-the-corporation>
- Riezebos, R. & Van der Grinten, J. v.(2011). *Positioneren, stappenplan voor een scherpe positionering*. Den Haag: Boom Lemma Uitgevers.
- RST zorgverleners.(2015) *Home*. Opgehaald van: www.rstzorg.nl.
- Verhoeven, N. (2011). *Wat is onderzoek?* Den Haag: Boom Lemma.
- Waarden.(2015). *Home*. Geraadpleegd op 20 juni 2015 via: www.stichtingdewaarden.nl.
- Weihrich, H. (1982). 'The TOWS Matrix, a tool for situational analysis, long range planning'. p. 54-66.
- Wij special media. (2015) *Adverteren?* Geraadpleegd op 19 mei 2015 via: <http://www.wijspecialmedia.nl/?m=adverterenenwij&s=print>.
- Willems, M. (2014). *Optimaliseren Kraamzorg 1op1: een onderzoek naar optimalisatie van de website*. Schoonhoven: ABSTRACT.
- Witzel, M. (2004). *Management: the basics*. p.14. Oxon: Routledge.
- Yourstyledesign. (2015). *Promotie*. Geraadpleegd op 19 mei 2015 via: <https://www.yourstyledesign.nl/promotie/advertentie-opmaak>.

Bijlagen

Bijlage I: topic guide 1

Wat zijn de key success factors van 'Kraamzorg 1 op 1'? en Hoe ziet de concurrentie eruit op de kraamzorgmarkt?

Algemeen

Dit interview wordt gehouden met de twee medewerkers van 'Kraamzorg 1 op 1', zoals beschreven in hoofdstuk 5.3. Dit interview zal ongeveer een half uur duren. Het zal gaan over de interne en externe analyse van 'Kraamzorg 1 op 1'. Hierbij komen de volgende onderwerpen aan bod: structuur, cultuur en concurrentie. De verantwoording van de keuze van deze onderwerpen is te vinden in hoofdstuk 5.4.

Er is gebruik gemaakt van drie onderwerpen: structuur, cultuur en concurrentie. Onder het onderwerp structuur vallen organisatiestructuren, organisatievormen en de hiërarchische lijnen (Riezebos & Van der Grinten, 2011). Ook de cultuur van het bedrijf is onduidelijk, hier worden vragen over gesteld die in lijn zijn met de interne analyse, zoals beschreven door Riezebos & Grinten (2011). Voor de concurrentieanalyse worden vragen gesteld over mogelijke concurrenten, zoals beschreven door Porter (1985). Er is gekozen voor deze indelingen en deze onderwerpen, doordat deze in lijn zijn met de gekozen structuur zoals beschreven door Riezebos en Van der Grinten (2011).

Structuur

Wat is uw functie binnen 'Kraamzorg 1 op 1'?

Welke rechtsvorm is 'Kraamzorg 1 op 1'?

Aan wie moet u rapporteren?

Wie zijn er allemaal betrokken bij het bedrijf?

Wie maakt er uiteindelijk de beslissingen?

Hoe zou u de structuur van 'Kraamzorg 1 op 1' beschrijven?

Cultuur

Wat zijn de waarden en normen binnen het bedrijf?

Is de cultuur gericht op mensen of het doen van een taak?

Zijn er rituelen? Dingen die altijd gedaan worden binnen het bedrijf?

Zijn mensen/organisaties die een voorbeeld zijn voor het bedrijf? Waar jullie tegenop kijken?

Zijn er ook mensen/organisaties die absoluut geen voorbeeld zijn voor het bedrijf?

Wie heeft officieel de dagelijkse leiding?

Wat is hun manier van leidinggeven, wat zijn karakteristieken van zijn/haar stijl?

Concurrentie

Welke bedrijven worden als directe concurrentie gezien?

Welke bedrijven worden absoluut niet als concurrent gezien, waarom niet?

Zouden de kraamverzorgenden een concurrent kunnen worden, als ze dit zouden willen?

Zijn er mogelijk andere bedrijven die hetzelfde soort diensten aanbiedt?

Zijn er verloskundigen die eenzelfde bedrijf zouden kunnen opzetten?

Kunnen zorgverzekeraars zelf een kraamzorginstantie kunnen opstarten?

Zijn er bedrijven die ook via internet een soort matchingssysteem zouden kunnen gaan gebruiken?

Bijlage II: topic guide 2

Welke wensen en behoeften hebben kraamverzorgenden?

Algemeen

Dit interview wordt gehouden met drie kraamverzorgenden, zoals beschreven in hoofdstuk 5.3. Deze topic guide is opgesteld, zodat alle vragen gesteld kunnen worden. De volgorde van de vragen is niet belangrijk. De onderzoeker kan van de vragen afwijken als het gesprek hierom vraagt. Ook kan de onderzoeker de vragen herformuleren als de onderzoeker dit nodig acht.

Dit interview zal ongeveer een uur duren. Het zal gaan over de wensen en behoeften van de respondenten voor 'Kraamzorg 1 op 1'. Hierbij komen de volgende onderwerpen aan bod: wensen en behoeften en website verbeteringen. De verantwoording van de keuze van deze onderwerpen is te vinden in hoofdstuk 5.4.

De hoofdvraag van dit interview luidt:

Welke wensen en behoeften hebben kraamverzorgenden?

Introductie

- uitleg doel van het onderzoek en het interview
- vragen om interview op te mogen nemen
- vertellen over anonimiteit in rapport
- onderwerpen interview voorleggen

Inleidende vragen

Hoelang bent u al kraamverzorgster?

Waarom heeft u gekozen voor het werken als zzp'er in plaats van in dienstverband?

Wensen en behoeften

Volgens Ohmae moeten de drie C's gebalanceerd worden en daarom is het belangrijk om te weten wat de klanten van het bedrijf vinden en wat ze hiervan verwachten. De wensen en behoeften moeten in kaart gebracht worden. Volgens Ohmae (1982, p.99) is dat wat klanten verlangen van een organisatie. Kortom, wat willen de klanten van een organisatie ontvangen, waar moet het bedrijf volgens hen aan voldoen?

Wat verwacht u van een medium als 'Kraamzorg 1 op 1'?

Waarom heeft u voor 'Kraamzorg 1 op 1' gekozen?

Wat heeft u nodig van een medium als 1 op 1 om goed te functioneren?

Bent u tevreden over 'Kraamzorg 1 op 1'?

Heeft u naast 'Kraamzorg 1 op 1' nog andere manieren om aan werk te komen?
Zo ja, welke?

Wat zou u aan de organisatie van 'Kraamzorg 1 op 1' willen veranderen? Waarom?

Was het voor u meteen duidelijk wat 'Kraamzorg 1 op 1' voor u kon betekenen?

Zou u 'Kraamzorg 1 op 1' aanraden aan andere kraamverzorgsters die als zzp'er werken?

Hoe vindt u het inschrijfproces bij 'Kraamzorg 1 op 1'?

Heeft u op- of aanmerkingen voor het inschrijfproces?

Hoe vindt u de communicatie van 'Kraamzorg 1 op 1'?

Hoe wilt u in de toekomst benaderd worden door 'Kraamzorg 1 op 1'?

Is 'Kraamzorg 1 op 1' geschikt voor iedere kraamverzorgster? Wat denkt u?

Website verbeteringen

Door te doelgroep te vragen of ze iets missen op de website kan er worden vastgesteld of de "kortste route" zoals die is vastgesteld ook werkt voor de doelgroep. Als de doelgroep aangeeft dat er essentiële elementen missen, moet de "kortste route" op de website worden aangepast (Broek, Koetsenruijter, Jong en Smit, 2010).

Bent u over het algemeen tevreden over de website?

De selectie op de website bestaat op het moment uit: Leg de belangrijkste kaarten bovenaan.

Ras	Geloof	Huisdieren	Roker/ Niet-roker	Taal	Opleiding	Woonplaats	Interesses
-----	--------	------------	----------------------	------	-----------	------------	------------

Wat mist u nog op de website?

Heeft u nog andere op- of aanmerkingen voor de website?

Wat is de rol van de verloskundige in het proces?

Worden er kraamvrouwen vanuit de verloskundige naar 1 op 1 gewezen? Waarom wel/waarom niet?

Bijlage III: topic guide 3

Welke wensen en behoeften hebben kraamvrouwen?

Algemeen

Dit interview wordt gehouden met drie kraamvrouwen, zoals beschreven in hoofdstuk 5.3. Deze topic guide is opgesteld, zodat alle vragen gesteld kunnen worden. De volgorde van de vragen is niet belangrijk. De onderzoeker kan van de vragen afwijken als het gesprek hierom vraagt. Ook kan de onderzoeker de vragen herformuleren als de onderzoeker dit nodig acht.

Dit interview zal ongeveer een uur duren. Het zal gaan over de wensen en behoeften van de respondenten voor 'Kraamzorg 1 op 1'. Hierbij komen de volgende onderwerpen aan bod: wensen en behoeften en website verbeteringen. De verantwoording van de keuze van deze onderwerpen is te vinden in hoofdstuk 5.4.

De hoofvraag van dit interview luidt:

Welke wensen en behoeften hebben kraamvrouwen?

Introductie

- uitleg doel van het onderzoek en het interview
- vragen om interview op te mogen nemen
- vertellen over anonimiteit in rapport
- onderwerpen interview voorleggen

Inleiding

Heeft u meerdere kinderen? Zo ja, welke leeftijd?

Wensen en behoeften

Volgens Ohmae moeten de drie C's gebalanceerd worden en daarom is het belangrijk om te weten wat de klanten van het bedrijf vinden en wat ze hiervan verwachten. De wensen en behoeften moeten in kaart gebracht worden. Volgens Ohmae (1982, p.99) is dat wat klanten verlangen van een organisatie. Kortom, wat willen de klanten van een organisatie ontvangen, waar moet het bedrijf volgens hen aan voldoen?

Wat verwacht u van een kraamverzorgende?

Waarom heeft u (deze keer) voor een zzp'er gekozen?

Hoe bent u bij 'Kraamzorg 1 op 1' terecht gekomen?

Wat verwacht u van een medium als 'Kraamzorg 1 op 1'?

Waarom heeft u voor 'Kraamzorg 1 op 1' gekozen? Waarom niet voor een andere organisatie?

Wat zou u verbeteren aan de organisatie van 'Kraamzorg 1 op 1'?

Was het meteen duidelijk wat 'Kraamzorg 1 op 1' voor u kon betekenen?

Zou u 'Kraamzorg 1 op 1' aanraden aan andere vrouwen?

Hoe vindt u het inschrijfproces bij 'Kraamzorg 1 op 1'?

Heeft u op- of aanmerkingen voor het inschrijfproces?

Hoe vindt u de communicatie van 'Kraamzorg 1 op 1'?

Hoe wilt u in de toekomst benaderd worden door 'Kraamzorg 1 op 1'?

Is 'Kraamzorg 1 op 1' geschikt voor iedere kraamvrouwen? Wat denkt u?

Website verbeteringen

Door te doelgroep te vragen of ze iets missen op de website kan er worden vastgesteld of de "kortste route" zoals die is vastgesteld ook werkt voor de doelgroep. Als de doelgroep aangeeft dat er essentiële elementen missen, moet de "kortste route" op de website worden aangepast (Broek, Koetsenruijter, Jong en Smit, 2010).

Bent u over het algemeen tevreden over de website?

De selectie op de website bestaat op het moment uit: Leg de kaarten op volgorde van belangrijkheid.

Ras	Geslacht	Geloof	Huisdieren	Roker/ Niet-roker	Taal	Opleiding	Woonplaats	Interesses
-----	----------	--------	------------	----------------------	------	-----------	------------	------------

Wat mist u nog op de website?

Heeft u nog andere op- of aanmerkingen voor de website?

Welke rol speelt de verloskundige in uw keuze?

Denkt u dat andere vrouwen voor 'Kraamzorg 1 op 1' gaan kiezen als het door de verloskundige wordt genoemd?

Bijlage IV: zoekplan

Het doel van het zoekplan is om bestaande bronnen te vinden, die kunnen helpen om de probleemstelling en de deelvragen te beantwoorden. De randvoorwaarden zijn: er mag niet langer dan twee uur op een relevante zoekterm worden gezocht, in verband met de tijd waarin het onderzoek gedaan moet worden. De bronnen moeten gratis zijn, omdat hiervoor geen budget is. De bronnen mogen over het algemeen niet ouder zijn dan vijf jaar. Als de gevonden bron, die niet ouder is dan vijf jaar, leidt naar een primaire bron die wel ouder is dan vijf jaar, dan de primaire bron wel gebruikt worden. De bronnen mogen in het Engels en Nederlands geschreven zijn, zolang ze ook toegepast kunnen worden in Nederland.

De relevante zoektermen en bronnen zullen in de tabel hieronder beschreven worden:

Zoekterm Nederlands	Zoekterm Engels
Positionering	Positioning
Waarden analyse	Means-end Analysis
Kraamzorginstanties Nederland	-
DESTEP	DESTEP
Zorgverzekeringen	-
Ohmae	Ohmae
Bedrijfsstrategie	Corporate strategy
Verloskundigen	-
Verloskundigenpraktijk	-

Tabel 4; Zoektermen

Relevante bronnen voor het onderzoek kunnen zijn:

Meier, U., Mandemakers, M. (2007) *Kwalitatief marktonderzoek*. Houten: Wolters-Noordhoff Groningen.

Michels, Wil (2010). *Communicatiehandboek*. Groningen/Houten: Noordhoff Uitgevers.

Ohmae, K. (1982). *The mind of the strategist: The art of Japanese Business*. New York: McGraw-Hill.

Riezebos, R., & Grinten van der, J.v. (2011). *Positioneren, stappenplan voor scherpe positionering*. Den Haag: Boom Lemma Uitgevers.

Trompenaars, F., & Coebergh, P.H. (2014). *100+ management models*. Oxford: Infinite ideas.

Verhoeven, N. (2011). *Wat is onderzoek?* Den Haag: Boom Lemma.

Relevante informatiebronnen kunnen zijn:

- EBSO-HOST
- Studieboeken
- Centraal Bureau voor Statistiek
- Google Scholar
- Onderzoeken bekend bij Kraamzorg de Waarden
- Eurib

Bijlage V: concurrenten

Bedrijf	Doelgroep	Marketingboodschap	Gebied
Careyn	Iedereen in het gebied, maar ook: Islamitische, Poolse en Engelstalige vrouwen.	Kraamzorg met kwaliteit	Delen van: Zuid-Holland, Utrecht en Brabant
De Waarden	Iedereen in het gebied, maar ook: Engelstalige en Poolse vrouwen.	Onvergetelijke en onbezorgde kraamtijd	Zuid-Holland, Utrecht, Zeeland, Noord-Brabant
RST zorgverleners	Reformatorisch/Christelijke vrouwen	Deze eerste dagen vergeet ik nooit meer	Zeeland, Brabant
ISIS Kraamzorg	Kraamvrouwen in het noorden, die geen standaard kraamzorg willen	Uitblinkers in bijzonder	Friesland, Groningen en Drenthe
De Kraamvogel	Iedereen in het gebied, maar ook Frans-, Engels- en Poolstalige mensen.	Kraamzorg zoals jij dat wilt met de 'Kraamheld'	Groningen, Overijssel, Friesland, Gelderland, Drenthe, Zuid-Holland, Flevoland, Utrecht, Noord-Holland
M. Boer kraambemiddeling	Jonge ouders	Bewust een zelfstandige professional	Flevoland

Tabel 5; Concurrentieanalyse marketing (Careyn, 2015) (de waarden, 2015) (RST zorg, 2015) (ISIS, 2015) (Kraamvogel, 2015)

Drenthe						
De Kraamvogel NO BV	Blankenstein	400	7943 PH	MEPPEL	0900-5151575	www.dekraamvogel.nl
Ina Koning Verzorging	Sluiskampen	39	9422 AP	SMILDE	0592-412959	www.inakoning.nl
Isis Kraamzorg	Postbus 190	2	8440 AD	HEERENVEEN	088-5122000	www.isiskraamzorg.nl
DZC Kraamzorg	Volmachtend reef	39	9403 KJ	ASSEN	0592-407270	www.dzckraamzorg.nl
VVT Kraamzorg	H. Leefsmastraat	21	7556 JD	HENGLO	088-488000	www.vvt-zorg.nl
Flevoland						
TSN Kraamzorg	Edvard Munchweg	33	1328 MB	ALMERE	036-5482540	www.tsn-kraamzorg.nl

Kraamzorgbe middeling M. Boer	Uiterdijkenw eg	48	8316 RS	MARKNESS E	0527- 29163 7	
Kraamzorg JoNa	Bedrijfsweg	37	8251 KK	DRONTEN	0321- 31192 2	www.kraamzorg-jona.nl
Partula BV	Postbus	103 20	1301 AH	ALMERE	036- 53052 82	www.partula.nl
De Kraamvogel ZO BV	Engelserf	35	3843 BD	HARDERWIJ K	0900- 51515 75	www.dekraamvogel.nl
Isis Kraamzorg	Postbus 190	2	8440 AD	HEERENVEE N	088- 51220 00	www.isiskraamzorg.nl
RST Zorgverleners	Postbus	154	3770 AD	BARNEVELD	0342- 42232 4	www.rstzorg.nl
Naviva	Postbus	219 0	7420 AD	DEVENTER	088- 77776 66	www.naviva.nl
Atenda Almere	Brouwerstra at	6	1315 BP	ALMERE		
Birth-Care	Stationslaan	109	3844 GC	HARDERWIJ K		www.birth-care.nl
Gloria Kraamzorg	Soerabajastr aat	10	1335 GT	ALMERE		www.gloriakraamzorg.nl
ZiNkraamzorg	Esdoornplant soen	9	1326 BW	ALMERE	036- 54908 39	www.zinkraamzorg.nl
BabyCare Kraamzorg, adm.kant.te Bussum	Postbus	80	1400 AB	BUSSUM	0900- 22292 27	www.babycarekraamzorg.nl
Friesland						
Isis Kraamzorg	Postbus 190	2	8440 AD	HEERENVEE N	088- 51220 00	www.isiskraamzorg.nl
Zorgburo De Driehoek	Middenweg	14	8537 SN	ECHTEN FR	0514- 54217 7	www.zorgburodedriehoek.nl
De Kraamvogel NO BV	Blankenstein	400	7943 PH	MEPPEL	0900- 51515 75	www.dekraamvogel.nl
Kraamzus	Celciusweg	2	8500 AD	JOURE	0513- 41888 8	www.kraamzus.nl
ZiNkraamzorg	Rozenburg	16	8302 NL	EMMELOOR D	0527- 61052 9	www.zinkraamzorg.nl
Gelderland						
Bureau Thuiszorg Oost- Nederland	Postbus	32	7000 AA	DOETINCHE M	0314- 34040 7	www.bureauthuiszorg.nl
Kraamz.Betuw e &Gelderse Vallei	Jacob Catsstraat	3 a	4041 XV	KESTEREN	0488- 48215 1	www.bgvallei.nl
Yunio kraamzorg West-Veluwe	Stationsweg	114 - 116	6711 PZ	EDE	0900- 98 64	www.yuniokraamzorg.nl

LiemersCare B.V.	Guido Gezellestraat	58	6901 KZ	ZEVENAAR	0316-333049	www.liemerscare.nl
St. Th. Midden-Gelderland	Postbus	2188	6802 CD	ARNHEM	026-3761502	www.stmg.nl
Natus Kraamzorg	Waaldijk	67	5327 AB	HURWENEN	0418-661307	www.natus.nl
RST Zorgverleners	Postbus	154	3770 AD	BARNEVELD	0342-422324	www.rstzorg.nl
Naviva	Postbus 2190		7420 AD	DEVENTER	088-7777666	
VTE-Thuiszorg	Het Laar	1	7417 BJ	DEVENTER	0570-685899	
Yunio kraamzorg Oost Gelderland	Amphionstraat	67	7001 DP	DOETINCHEM	0900 - 98 64	www.yuniokraamzorg.nl
Kraamzorg Zuid-Gelderland	Postbus	6810	6503 GH	NYMEGEN	024-3450230	www.z-z-g.nl
Isis Kraamzorg	Postbus 190	2	8440 AD	HEERENVEEN	088-5122000	www.isiskraamzorg.nl
Lancelot	Hoofdstraat	64a	8162 AK	EPE	0578-660252	www.lancelot-kraamzorg.nl
Millennium	Willem de Zwijgerlaan	1	3931 KL	WOUDENBERG	0299-652951	www.zorggroepmillennium.nl
Naviva	Postbus	2190	7420 AD	DEVENTER	088-7777666	www.naviva.nl
Kraamzorg Livia	Gersteland	26	3773 AC	BARNEVELD	0342-843636	www.kraamzorglivia.nl
VVT Kraamzorg	H. Leefsmastraat	21	7556 JD	HENGELO	088-4880000	www.vvt-zorg.nl
Kraambureau Willy Mastenbroek	Johan de Kreijstraat	35	3381 DG	GIESSENBURG	0184-654143	www.kraamzorg-mastenbroek.nl
De Kraamvogel ZO BV	Engelserf	35	3843 BD	HARDERWIJK	0900-5151575	www.dekraamvogel.nl
ZiNkraamzorg het Zonnekind	Oude Maatsestraat	22	6941 SC	DIDAM	0316-294854	www.zinkraamzorg.nl
BabyCare Kraamzorg, adm.kant.te Bussum	Postbus	80	1400 AB	BUSSUM	0900-2229227	www.babycarekraamzorg.nl
Groningen						
Isis Kraamzorg	Postbus 190	2	8440 AD	HEERENVEEN	088-5122000	www.isiskraamzorg.nl
St. Kraamzorg	Postbus	404	9701	GRONINGE	050-	www.kraamzorghetgroenekr

Het Groene Kruis		4	EA	N	3666422	uis.nl
De Kraamvogel NO BV	Blankenstein	400	7943 PH	MEPPEL	0900-5151575	www.dekraamvogel.nl
Limburg						
GroenekruisDomicura Kraamzorg	Postbus	1307	6201 BH	MAASTRICHT	043-3690630	www.groenekruisdomicura.nl
Kraamcentrum Marlies Schellings te Nuth	Postbus	69	6336 ZH	HULSBERG	045-5650145	www.kraampagina.nl
Groene Kruis Kraamzorg	Postbus	694	5900 AR	VENLO	088-6106106	www.groenekruis.nl/kraamzorg
Meander Kraamzorg	Schaesbergeweg	84	6415 AJ	HEERLEN	045-5665466	www.meandergroep.com
Cicogna Kraamzorg	Bolderik	9	6271 EC	GULPEN	043-4504990	www.cicognakraamzorg.nl
Kraamcentrum Echt e.o.	Hubertusstraat	81	6102 AT	ECHT	06-42487625	www.kraamcentrumecht.nl
Noord-Brabant						
St.Thuiszorg Brabant Noord-Oost Oss	Postbus	109	5400 AC	UDEN	0900-8803	www.thuiszorgbrabant.nl
Kraamcentrum DAT	Kroevenlaan	31	4707 BJ	ROOSENDAAL	0165-341334	www.kraamcentrumdat.nl
Kraamzorg Homecare centr. admin.	Doctor Cuyperslaan	64	5623 BB	EINDHOVEN	040-2064444	www.kraamzorg-homecare.nl
IVT Kraamzorg	Hedikhuizerweg	7 a	5222 BC	SHERTOGEN BOSCH	073-6312342	www.ivtkraamzorg.nl
Kraamzorg Vivent	Rijnstraat	10	5215 EK	SHERTOGEN BOSCH	073-6814734	www.vivent.nl
St. Kruiswerk Peelland/De Zorgboog	Postbus	16	5760 AA	BAKEL	0900-5593555	www.zorgboog.nl
Thuiszorg Breda	Postbus	3101	4800 DC	BREDA	076-5265555	www.thuiszorgbreda.nl
Verpleegbureau Mediplan	Berksedijk	5 b	5757 PG	LIESSEL	0493-492998	www.mediplan.nl
PVG kraamburo	Voordijk	25	5454 GB	ST HUBERT	0485-454328	www.kraamburopvg.nl
Thuiszorg Kempenstreek	De Run	5601	5504 DK	VELDHOVEN	040-2308508	www.zuidzorg.nl
Thuiszorg West-Brabant	Postbus	1116	4700 BC	ROOSENDAAL	0165-560200	www.thuiszorgwestbrabant.nl
Van den Akker	Edisonweg	5	5466	VEGHEL	0413-	www.kraamvda.nl

			AR		490010	
Zorgmed	Carmelitesse nstraat	4	5652 EW	EINDHOVE N	040- 25178 30	www.zorgmed.nl
Zuidzorg	Le Sage Ten Broeklaan	11	5615 CP	EINDHOVE N	040- 23085 08	www.zuidzorg.nl
Huispitaal	De Waard	8	4906 BC	OOSTERHO UT NB	0162- 44724 4	www.huispitaalthuiszorg.nl
Kraambureau Willy Mastenbroek	Johan de Kreijstraat	35	3381 DG	GIESSENBU RG	0184- 65414 3	www.kraamzorg-mastenbroek.nl
Noord-Holland						
TSN Kraamzorg	Kleverparkw eg	21E	2032 CA	HAARLEM	023- 75116 20	www.tsn-kraamzorg.nl
De Baker	Banne Buikslootlaa n	63 d	1034 AA	AMSTERDA M	020- 63145 10	www.debaker.nl
Pro Care Zorgbemiddeli ng	Valeriusstraa t	73- 2	1071 MG	AMSTERDA M	06- 54373 530	
Geboortecentr um	de Genestetstra at	2	1054 AX	AMSTERDA M	020- 68538 98	www.geboortecentrum.nl
Geboortecentr um West- Friesland B.V.	Hoofdstraat	231	1611 AG	BOVENKAR SPEL	0228- 35104 0	www.geboortecentrumwestfriesland.nl
De Kraamvogel NW BV	Rhijnvis Feithlaan	154	1813 KV	ALKMAAR	0900- 51515 75	www.particuradekraamvogel.nl
Kanga en Roe Kraamzorg	Gorslaan	10	1441 RG	PURMEREN D	0299- 65295 1	www.kangaenroekraamzorg.nl
Parnassus	Paulus Potterstraat	36	1071 DB	AMSTERDA M	020- 67209 02	www.parnassuszorg.nl
BabyCare Kraamzorg, adm.kant.te Bussum	Postbus	80	1400 AB	BUSSUM	0900- 22292 27	www.babycarekraamzorg.nl
De Omring Thuiskraamzor g	Nieuwe Steen	36	1625 HV	HOORN NH	0229- 20699 9	www.omring.nl
Kraamburo Wonderwereld	Kruislaan	4 a	2131 WD	HOOFFDOR P	023- 55797 87	www.wonderwereld.nu
Kraamzorg Zuider Amstel	Amstelveens eweg	716 -b	1081 JK	AMSTERDA M	020- 61044 20	www.zuider-amstel.nl
ACK-Zorgmaat Kraamzorg B.V.	Burg. de Kievietstraat	24	1111 GN	DIEMEN	020- 60066 67	www.zorgmaat.nl
Babymoon	Zwaluwtong	52	1141 KR	MONNICKE NDAM		www.kraamzorgbabymoon.nl
Kraambureau Etcetera	Waterjuffer	39	1562 LA	KROMMENI E		
Kraamzorg op Maat	Tuinstraat	139 -D	1015 PA	AMSTERDA M		

Amsterdam						
Regionale Kraamzorg Midden Kennemerland	Postbus	1074	1940 EB	BEVERWIJK		
Overijssel						
Attent Thuiszorg/Kraamzorg	Storkstraat	9	7442 LW	NYVERDAL	0548-626365	www.attent-thuiszorg.nl
Beter Thuis Kraamzorg	Eikstraat	60	7556 TW	HENGELO	088-2383737	www.beter-thuis-kraamzorg.nl
Isis Kraamzorg	Postbus 190	2	8440 AD	HEERENVEEN	088-5122000	www.isiskraamzorg.nl
Streekbureau Thuiszorg	Sluiskade Noordzijde	58	7602 HS	ALMELO	0546-480888	www.reggeland.nl
VVT Kraamzorg	H. Leefsmastraat	21	7556 JD	HENGELO	088-488000	www.vvt-zorg.nl
Lancelot	Hoofdstraat	64a	8162 AK	EPE	0578-660252	www.lancelot-kraamzorg.nl
De Kraamvogel ZO BV	Engelserf	35	3843 BD	HARDERWIJK	0900-5151575	www.dekraamvogel.nl
RST Zorgverleners	Postbus	154	3770 AD	BARNEVELD	0342-422324	www.rstzorg.nl
Kraamzorg ZSM	Lutterstraat	4	7581 BV	LOSSER	088-0005215	www.kraamzorg-zsm.nl
Naviva	Postbus	2190	7420 AD	DEVENTER	088-7777666	www.naviva.nl
Zorgbureau Excellent	Kalmoes	19	7676 DH	Westerhaar	06-44734953	
Utrecht						
TSN Kraamzorg	Edward Munchweg	33	1328 MB	Almere	036-5482540	www.tsn-kraamzorg.nl
Stichting Flexicare	Ravenswade	54 bis	3439 LD	NIEUWEGEIN	030-2806000	www.flexicare.nl/kraamzorg/kraamzorg.php
Kraamzorg Houten	Strocamp	87	3992 BT	HOUTEN	030-6353530	www.kraamzorghouten.nl
Kraamzorg Midden-Nederland	Postbus	976	3800 AZ	AMERSFOORT	033-4768050	www.kraamzorgmidden.nl
Kraam & Co	Stationsstraat	36	1391 GP	ABCOUDE	0294-287706	www.kraamenco.nl
Kraam Inzicht	Johan Buziaulaan	57	3584 ZT	UTRECHT	030-6586210	www.kraaminzicht.nl
Kraambureau van Trigt	Aak	45	3751 ZG	BUNSCHOTEN SPAKENB	033-2996433	

RST Zorgverleners	Postbus	154	3770 AD	BARNEVELD	0342-422324	www.rstzorg.nl
Kraamcentrum Elly de Graaf	Oostsingel	74	3751 AV	SPAKENBURG	033-2986166	www.kraamcentrum.nl
Kanga en Roe Kraamzorg	Willem de Zwijgerlaan	1	3931 KL	WOUDENBURG	0299-652951	www.zorggroepmillennium.nl
Yunio kraamzorg Midden Nederland	Regulierenring	2	3981 LB	BUNNIK	0900 - 98 64	www.yuniokraamzorg.nl
Kraamzorg Livia	Gersteland	26	3773 AC	BARNEVELD	0342-843636	www.kraamzorglivia.nl
Samenw.Krv.Utrechtse Heuvelrug	Hoflaan	3	3956 ED	LEERSUM		
Het Kraamzorg Bureau	Heideweg	29	3829 BC	Hooglanderveen	033-4570871	www.hkzb.nl
Zorg in Nederland	Harderwijkweg	7	2803 PW	GOUDA	079-5931720	www.zinkraamzorg.nl
BabyCare Kraamzorg, adm.kant.te Bussum	Postbus	80	1400 AB	BUSSUM	0900-2229227	www.babycarekraamzorg.nl
Kraambureau Willy Mastenbroek	Johan de Kreijstraat	35	3381 DG	GIESSENBURG	0184-654143	www.kraamzorg-mastenbroek.nl
Zeeland						
TSN Kraamzorg	Van Dusseldorpstraat	11	4461 LT	GOES	0113-271743	www.tsn-kraamzorg.nl
St. Prov. Kraamzorg Zeeland	Postbus	53	4460 AB	GOES	0113-224000	www.kraamzorgzeeland.nl
RST Zorgverleners	Graaf Adolfstraat	2	4461 TD	GOES	0113-396396	www.rstzorg.nl
Zuid-Holland						
TSN Kraamzorg	Kleverparkweg	21E	2023 CA	HAARLEM	023-7511620	www.tsn-kraamzorg.nl
Beschuit met Muisjes Kraamzorg vof	Radijsakker	57	2723 TK	ZOETERMEER	079-3431702	www.beschuitmetmuisjeskraamzorg.nl
Zorg in Nederland	Harderwijkweg	7	2803 PW	GOUDA	079-5931720	www.zinkraamzorg.nl
Careyn	Broekmolenweg	20	2289 BE	RYSWYK ZH	015-2148700	www.careyn.nl
De Waarden	Postbus	538	2870 AH	SCHOONHOVEN	0182-325555	www.kraamzorgdewaarden.nl
Kraamzorg De Eilanden	Postbus	1185	3220 BD	HELLEVOETSLUIS	0181-310000	www.kraameiland.nl

Elmar Bureau voor kraamzorg	Molendijk	51 - 53	3262 AH	OUD BEYERLAND	0186-614752	www.elmar-kraamzorg.nl
De Waarden Regio Groene Hart	Postbus	538	2870 AH	SCHOONHOVEN	0182-325555	www.kraamzorgdewaarden.nl
Nedzorg	Watermanweg	40	3067 GG	ROTTERDAM	010-2093641	www.nedzorg.nl
Zorgorganisatie Zorg-Vuldig	Splinterlaan	154b	2352 SM	LEIDERDORP	071-5424075	www.zorg-vuldig.nl
RST Zorgverleners	Kerkstraat	1c	2969 AJ	OUD-ALBLAS	0184-698100	www.rstzorg.nl
Kraamzorg De Drechtstroom	Nicolaas Beetstraat	18	3351 EC	PAPENDRECHT	078-6414698	www.drechtstroom.nl
Aby Care	Lau Mazirelstraat	12	2331 CM	LEIDEN		
Bby Zorg	Postbus	217	2260 AE	LEIDSCHENDAM		www.bbyzorg.nl
Bureau Klasse Kraamzorg	Herenstraat	139	2271 CD	VOORBURG		www.bureauklassekraamzorg.nl
Excellent Care	Nicolaistraat	27	2517 SX	DEN HAAG		www.excellent-care.nl
Floriëntje	Robijnstraat	2	2332 KE	LEIDEN		www.floriëntje.nl
Kraambureau Het Kraamkloppertje	Klinkenbergstraat	41	2136 AB	ZWAANSHOEK		www.hetkraamkloppertje.nl
Little Baby	Berkheydestraat	48	2526 LX	DEN HAAG		
Kraambureau Willy Mastenbroek	Johan de Kreijstraat	35	3381 DG	GIESSENBURG	0184-654143	www.kraamzorg-mastenbroek.nl
Nieuw Leven	Goudkarpersingel	21	2492 NE	DEN HAAG		www.nieuwlevenkraamzorg.nl
PKZ	Regenboogsingel	141	2718 GV	ZOETERMEER		www.pkzkraamzorg.nl
Kraamcentrum SAM	Lau Mazirellaan	446B	2525 WV	DEN HAAG		www.kraamcentrumsam.nl
St. Hulpverlening in Gezinnen	Keizershof	45	2353 ST	LEIDERDORP		
Kraamzorg Uniek	Van Swaanswijckstraat	8	2751 XL	MOERKAPELLE		
Ria's Kraamburo	Kamgras	10	2851 ZS	Haastrecht	0182-502764	
De Kraamvogel ZW BV	Van heuvel Goedhartlaan	121	1181 KK	AMSTELVEEN	0900-515175	www.dekraamvogel.nl
BabyCare Kraamzorg, adm.kant.te Bussum	Postbus	80	1400 AB	BUSSUM	0900-2229227	www.babycarekraamzorg.nl

Tabel 6; Concurrentielijst (Kraamzorg.nl, 2015)

Bijlage VI: feiten en cijfers kraamzorgmarkt

Feiten en cijfers rondom de situatie op de kraamzorgmarkt

In 2012 waren er 98 aanbieders van kraamzorg, hiervan bestond 34% uit aanbieders die ook andere zorg aanbieden en 66% aanbieders die alleen kraamzorg aanbieden. Zelfstandigen zonder personeel zijn hier niet meegerekend (actiz, 2015) (cbs statline, 2015).

Gemiddelde leeftijd cliënten in 2000: 28 jaar

Gemiddelde leeftijd cliënten in 2012: 30 jaar

Onderwerpen 	Levendgeborenen			Gemiddel d kindertal per vrouw	Gemiddeld e leeftijd van de moeder	Gemiddeld e leeftijd van de vader
	Totaal levendgeborene n	Naar geslacht		Gemiddel d kindertal per vrouw	Bij 1e kind	Bij 1e kind van de moeder
		Jongen s	Meisje s			
Perioden 	aantal				jaar	
1950	229 718	118 521	111 197	3,097	26,4	.
1960	239 128	122 796	116 332	3,122	25,6	.
1970	238 912	122 330	116 582	2,572	24,3	.
1980	181 294	92 948	88 346	1,602	25,6	.
1990	197 965	101 561	96 404	1,617	27,5	.
2000	206 619	105 637	100 982	1,723	29,1	32,0
2010	184 397	94 129	90 268	1,796	29,4	32,4
2012	175 959	90 180	85 779	1,723	29,4	32,4

Tabel 7; Cijfers geboortes (cbs statline, 2015)

De prognose voor het aantal levendgeborenen laat een stijging zien voor 2015, maar in 2013 was de prognose ook al hoger dan het werkelijke aantal levendgeborenen. Ook zijn sinds 2013 minstens 70% van de bevallingen in het ziekenhuis, in plaats van thuis. Daarnaast neemt het aantal keizersneden toe.

De kosten voor kraamzorg wordt voor de gezinnen ook duurder. Tot en met 2012 is de eigen bijdrage per uur nog € 3,90. Sinds 2013 is dit € 4 per uur. In 2010 was het bedrag dat als eigen bijdrage is betaald nog €25 miljoen en €257 miljoen door de zorgverzekering (CBS statline, 2015).

Bijlage VII: verbatims

Interview 1: medewerkers, respondent 1 en 2

Wat is uw functie binnen 'Kraamzorg 1 op 1'?

Marian E.: PR & Communicatie

Marian B.: accountmanager

Welke rechtsvorm is 'Kraamzorg 1 op 1'?

Marian B.: BV, die onder Stichting de Waarden hangt.

Aan wie moet u rapporteren?

Marian B.: wij rapporteren aan de directeur en dat is Gerard. En de uiteindelijke verantwoordelijke is Jacqueline, de bestuurder. Maar de gewone dagelijkse dingen doen wij gewoon zelf.

Wie zijn er allemaal betrokken bij het bedrijf?

Maria B. & Marian E.: wij en uiteindelijk Gerard en Jacqueline natuurlijk ook.

Wie maakt er uiteindelijk de beslissingen?

Marian E.: ik en Marian maken gewoon de beslissingen

Hoe zou u de structuur van 'Kraamzorg 1 op 1' beschrijven?

Marian E.: ow, we hebben wel een organogram, deze zal ik je zo wel even meegeven.

Wat zijn de waarden en normen binnen het bedrijf?

Marian E.: no nonsens?

Marian B.: ja we hebben natuurlijk een beroepsprofiel, een code. We hebben natuurlijk sowieso allemaal respect voor elkaar. Wij doen natuurlijk ook altijd alles samen.

Is de cultuur gericht op mensen of het doen van een taak?

Marian B.: uiteraard op mensen. Wij werken met en voor mensen. We vinden het namelijk belangrijk dat de kraamvrouw en de kraamverzorgster een klik hebben met elkaar, zodat de kraamvrouw de best mogelijk zorg krijgt die ze in die week nodig heeft. Daarom zijn wij zo onderscheidend, doordat je zelf je kraamverzorgster kunt kiezen. Wij willen samenwerken met gemotiveerde medewerkers om dit voor elkaar te krijgen.

Zijn er rituelen? Dingen die altijd gedaan worden binnen het bedrijf?

Marian B.: alleen dat we een hapje gaan eten als we afspreken met de zzp'ers.

Zijn mensen/organisaties die een voorbeeld zijn voor het bedrijf? Waar jullie tegenop kijken?

Marian E.: wij zijn daar niet echt mee bezig. Wij zijn gewoon bezig met zorgen dat ons bedrijf goed loopt en dat iedereen geholpen wordt. Wij kijken niet naar andere bedrijven, want die hebben een heel ander concept en een hele andere aanpak.

Zijn er ook mensen/organisaties die absoluut geen voorbeeld zijn voor het bedrijf?

Marian B.: Ja deze dus ook niet. Niemand heeft een concept zoals wij dat hebben, dus in dat opzicht is geen enkel bedrijf een voorbeeld voor ons.

Wie heeft officieel de dagelijkse leiding?

Marian E.: ja wij samen.

Wat is hun manier van leidinggeven, wat zijn karakteristieken van zijn/haar stijl?

Marian E.: niemand van ons heeft echt de leiding, wij doen het gewoon samen , omdat

we elkaar zo goed kennen gaat dat eigenlijk vanzelf. We zijn allebei gewoon recht voor zijn raap en lopen zo even bij elkaar naar binnen als het nodig is.

Welke bedrijven worden als directe concurrentie gezien?

Marian E.: Of je kiest voor een grote organisatie zoals: De Waarden, Careyn, De Kraamvogel of RST zorgverleners of je kiest voor een zzp'er. Ik denk eerder dat wij een concurrent zijn voor hun dan dat hen een concurrent zijn voor ons. Onze doelgroep is anders.

Welke bedrijven worden absoluut niet als concurrent gezien, waarom niet?

Marian B.: Eigenlijk hebben wij geen concurrent, omdat wij een nieuw concept hebben. Kraamvrouwen kiezen ook vaak voor een kraamverzorgster en weten zeker wie er in huis komt. Bij een grote instelling weet je dat nooit zeker, je kunt wel voorkeuren doorgeven, maar je weet niet of dit doorkomt.

Zouden de kraamverzorgsters een concurrent kunnen worden, als ze dit zouden willen?

Marian E.: Dat lijkt me niet, sowieso hebben ze geen contracten. Natuurlijk hebben ze vaak wel een eigen website waarop ze zichzelf promoten, maar de klanten nemen ze dan mee naar 'Kraamzorg 1 op 1', omdat wij wel de contracten hebben zodat ze kunnen declareren bij de zorgverzekering.

Marian B.: Ze kunnen nooit de contracten krijgen die wij hebben.

Zijn er mogelijk andere bedrijven die hetzelfde soort diensten aanbiedt?

Marian E.: Nee, nu zijn wij de enige met een dergelijk concept. Er zijn wel bemiddelingsbureaus, deze hebben wel de contracten, maar die moeten er aan verdienen. Dus de kraamverzorgster krijgt minder. Ook bij een bemiddelingsbureau kun je niet je eigen kraamverzorgster kiezen. Aan het eind van het jaar zal er waarschijnlijk ook een wijziging komen in de VAR, hierdoor weten de kraamverzorgsters niet of ze bij een bemiddelingsbureau nog als zzp'er kunnen werken, of dat ze voortaan in vast dienstverband zijn.

Zijn er verloskundigen die eenzelfde bedrijf zouden kunnen opzetten?

Marian B.: Er zijn verloskundigen die een eigen bureautje opzetten met een groep kraamverzorgsters. Dit vind ik dan wel een concurrent worden. Die verloskundigen bepalen vaak heel waar een kraamvrouwen de zorg afneemt.

Marian E.: Ook las ik dat een kinderdagverblijf een kraamzorgafdeling opzette.

Kunnen zorgverzekeraars zelf een kraamzorginstantie kunnen opstarten?

Marian B.: Ik heb wel gehoord dat er eentje is. Maar in het algemeen doen ze het niet snel. Er zijn wel veel initiatieven.

Marian E.: Die zorgverzekeraar was Achmea dacht ik, maar ze doen het niet snel, of ze zijn er al mee gestopt.

Zijn er bedrijven die ook via internet een soort matchingssysteem zouden kunnen gaan gebruiken?

Marian E.: Ja, dat zou kunnen. Ze hebben de contracten ook, maar werken nog niet met zzp'ers.

Nee, maar als ze zouden besluiten om met zzp'ers te gaan werken, dit zou praktisch gezien kunnen toch?

Marian B.: ja, dat is de marktwerking, maar wij hebben natuurlijk wel nu ook een contract met de brancheorganisatie. Dus het zou kunnen, maar ik acht het onwaarschijnlijk.

Marian E.: Dan moeten ze ook heel veel promoten en onder onze prijs gaan zitten, dat is onwaarschijnlijk. Ook de brancheorganisatie, NBVK, zal niet zomaar overstappen van ons naar een ander bedrijf.

Interview 2: kraamverzorgende, respondent 3

Hoelang bent u al kraamverzorgster?

Bijna 11 jaar, 1 jaar als zzp'er.

Waarom heeft u gekozen voor het werken als zzp'er in plaats van in dienstverband?

Ik kreeg een conflict bij de Waarden en daarnaast vond ik het werk steeds minder leuk worden door alle protocollen en richtlijnen en meer dingen waar ik geen lekker gevoel bij had. Ik kreeg steeds minder een leuk gevoel bij wat ik deed en toen ben ik bij de Waarden gestopt. Eigenlijk een beetje gedwongen.

Wat verwacht u van een medium als 'Kraamzorg 1 op 1'?

Ik verwacht dat wat ze beloven dat ze dat waarmaken. Dat ik op die manier mijn kraamgezinnen kan werken en dat hun het verloop er ook goed van doen. Bijvoorbeeld de facturatie en inschrijving bij de verzekeraar.

Waarom heeft u voor 'Kraamzorg 1 op 1' gekozen?

Omdat je anders slecht aan de bak komt, verzekeraars betalen of veel minder of helemaal niet. Dan krijg je steeds minder gezinnen. Daardoor wordt je ook min of meer verplicht om het via 'Kraamzorg 1 op 1' te doen.

Wat heeft u nodig van een medium als 1 op 1 om goed te functioneren?

Wat wel heel fijn is, is dat ze heel veel documenten hebben die je kan gebruiken. Zorgplannen en voorbeeldformulieren.

Bent u tevreden over 'Kraamzorg 1 op 1'?

Ja, ik ben wel tevreden. Er zijn altijd dingen waarvan je denkt: lastig dat dat zo is, maar je hebt eigenlijk geen andere keus. Ik vind het wel een goed concept, maar ik krijg de laatste tijd steeds meer het gevoel dat het echt van de Waarden is. Met de protocollen die je opgelegd worden en hoe je je formulieren in moet vullen, maar je bent zzp'er en je werkt wel via 'Kraamzorg 1 op 1', maar ik zou daar meer vrijheid in willen hebben.

Heeft u naast 'Kraamzorg 1 op 1' nog andere manieren om aan werk te komen? Zo ja, welke?

Gewoon direct naar de gezinnen toe. Dus als gezinnen je direct vragen als gezinnen zo verzekert zijn dat de verzekeraar wel direct aan zelfstandigen uitbetaald. Ik vraag altijd aan gezinnen hoe ze verzekerd zijn en of ze mij direct willen uitbetalen. Dan pas laat ik ze inschrijven bij 'Kraamzorg 1 op 1'. Er zijn er een paar die dan echt via de website bij mij terecht komen, maar veel stuur ik erheen, zodat de vergoeding beter is. Ik ben benieuwd of het echt zo van de verzekeraar moet, of dat dat gewoon vanuit de organisatie is.

Wat zou u aan de organisatie van 'Kraamzorg 1 op 1' willen veranderen? Waarom?

Bijvoorbeeld de uitbetaling, daar moet ik nu een maand op wachten. Dat vind ik echt lang. Ik vraag me af of het in alle gevallen zo moet gaan. Ik denk niet dat in alle gevallen het zo is dat 'Kraamzorg 1 op 1' de gelden dan pas binnen heeft, ik denk dat dat eerder is. Bijvoorbeeld het LIP-formulier. Als je eerste indicatie niet veranderd, moet dat toch 3 keer getekend worden, ik snap dat niet. Als er toch niets veranderd hoeft dat toch ook niet getekend te worden. Als ik meer uren moet geven, vind ik het logisch dat er getekend moet worden. Ook de vochtbalans, temperatuurlijsten. Die moet ik bewaren. Het gezin krijgt de kopieën in het boekje en ik moet de originelen die ik eruit scheur bewaren. Maar is dit wel mijn taak? Ik ben toch niet verantwoordelijk voor die formulieren dat is toch de verloskundige?

Was het voor u meteen duidelijk wat 'Kraamzorg 1 op 1' voor u kon betekenen?

Ik had al eerder van 'Kraamzorg 1 op 1', voordat ik ontslag nam. En kennis ervan

genomen. Toen ik uiteindelijk ontslag heb genomen ben ik verder gaan kijken wat het precies was. Hoe dat in elkaar stak en wat ze me te bieden hadden. Er zijn natuurlijk altijd dingen die je pas weet als je het echt gaat gebruiken. Maar in principe was alles duidelijk

Zou u 'Kraamzorg 1 op 1' aanraden aan andere kraamverzorgsters die als zzp'er werken?

Ja, omdat je eigenlijk geen andere keus hebt. Je hebt anders eigenlijk te weinig werk om als zelfstandige te werken. **De grootste reden is dus eigenlijk de inkomsten?** Ja, de inkomsten. Er zijn wel verzekeraar die zo uitbetalen, maar er zijn er bij die maar 50% of 80% uitbetalen. Dan moeten ze de rest zelf betalen of je moet er genoeg mee nemen.

Hoe vindt u het inschrijfproces bij 'Kraamzorg 1 op 1'?

Dat gaat wel goed. Als je natuurlijk net begint, moet je ook voor andere dingen zorgen zoals KVK-nummer en VAR. Maar als je dat allemaal hebt, is het inschrijfproces heel soepel. Dat ligt aan jezelf hoe snel je dat doet.

Heeft u op- of aanmerkingen voor het inschrijfproces?

Nee, dat verloopt soepel.

Hoe vind u de communicatie van 'Kraamzorg 1 op 1'?

Goed, heel tevreden. Je hebt maandelijks een nieuwsbrief en als er tussendoor wat is, krijg je tussendoor nog een mailtje met de stand van zaken. Het is nog wel een jong iets en dat moet ook settelen. Als ik zelf vragen heb mail of bel ik en wordt ik goed te woord gestaan, prima.

Hoe wilt u in de toekomst benaderd worden door 'Kraamzorg 1 op 1'?

Ik heb het gevoel dat hoe het nu gaat dat het eigenlijk voldoende is. Ze houden je op de hoogte van de lopende zaken, ook rond het nieuw jaar hoe het met de verzekeraars gaat.

Is 'Kraamzorg 1 op 1' geschikt voor iedere kraamverzorgster? Wat denkt u?

Dat denk ik niet. Kraamverzorgsters zijn over het algemeen zorgende mensen en je moet ook wat van administratie afweten, maar ik heb wel een tweede kant van me leren kennen. Het is een hele kluit als je nooit iets met verzekeringen of belastingen gedaan hebt. Maar voor zzp'ers is 'Kraamzorg 1 op 1' eigenlijk noodzakelijk.

Bent u over het algemeen tevreden over de website?

Het is nog vrij jong, ik mis niet echt dingen, maar ik denk wel dat sommige dingen aangepast kunnen worden en makkelijker kunnen gaan.

Kunt u daar een voorbeeld van geven?

Bijvoorbeeld 2 of 3 maanden heeft een gezin op mij gereageerd en ik heb gezegd dat ik niet die zorg ga doen. Maar als inlog staat hij nog steeds onder het kopje aanvragen. Er is geen knopje verwijderen of afgewezen. En nu blijft het staan, ik kan nergens een knopje vinden dat ik dat kan verwijderen.

De selectie op de website bestaat op het moment uit: Leg de belangrijkste kaarten bovenaan.

Ras	Geloof	Huisdieren	Roker/ Niet- roker	Taal	Opleiding	Woonplaats	Interesses
-----	--------	------------	--------------------------	------	-----------	------------	------------

Ik denk niet-roker, ik vind het wel erg als mensen roken. Woonplaats, het moet wel echt in mijn eigen regio zijn. Ik wil niet langer als een half uur in de auto zitten. De rest maakt me eigenlijk niet zoveel uit. Het is natuurlijk niet zozeer de woonplaats, maar de

afstand dus eigenlijk de reistijd. Ik ga liever naar Hillegom, daar zit ik binnen een half uur, dan naar Alphen. De afstand is hetzelfde, maar de reistijd is heel erg verschillend.

Wat mist u nog op de website?

Misschien kan er bij je profiel nog gezegd worden hoeveel kilometers je wilt rijden, volgens mij staat er al zoiets bij, maar ik weet het niet zeker. En een uitleg over de formulieren. Er is een nieuw formulier bijgekomen. Er zit geen uitleg bij hoe en wanneer je het moet gebruiken. Misschien een uitleg over de formulieren. Wanneer gebruik je wat en hoe moet je het invullen, want dit is mij nog niet duidelijk. Welke dingen zijn verplicht en welke dingen kun je invullen zoals je zelf wilt.

Heeft u nog andere op- of aanmerkingen voor de website?

Er zijn hele kleine dingetjes, maar niet heel erg groot. Ja dat ene gezin dat dan blijft staan. Ook zou ik graag willen weten wat de kraamverzorgster ziet als ze inlogt. Dat vind ik jammer. Misschien een hand-out hoe het eruit ziet als een kraamvrouwen door de website loopt, bij aanmelden en ook welk bericht ze krijgt als ik vraag om een beoordeling. En misschien een preview van hoe mijn profiel eruitziet. Misschien ook een profiel van een collega, zodat je ideeën op kan doen voor je profiel. Ik vind het inderdaad wel heel handig dat er telefoonnummers en woonplaats van de collega's opstaan, voor als je ziek bent bijvoorbeeld.

Wat is de rol van de verloskundige in het proces?

Niet anders als bij een kraamverzorgster bij een organisatie. Een verloskundige heeft niets te zeggen over een keuze, maar als het gezin een advies vraagt aan de verloskundige, dan mag ze wel zeggen je kunt kiezen uit een organisatie of een zzp'er.

Worden er kraamvrouwen vanuit de verloskundige naar 1 op 1 gewezen?

Waarom wel/waarom niet?

Niet altijd, vaak met een probleem wordt er wel voor een zzp'er gekozen, omdat ze dan zeker weten of deze persoon daar ervaring mee heeft en je dan ook zeker weet dat die persoon in de kraamweek komt werken, met een organisatie weet je toch eigenlijk nooit wie er binnenkomt. Het ligt aan de praktijk of ze het aanbevelen of niet. Eén praktijk hier weet ik dat ze totaal niet met zzp'ers werken en bij een andere heb ik heel erg goede contacten mee. Er is een groepje van zzp'ers. Als er een gezin is, wordt er één gebeld en zo komt het gezin vanzelf bij één van ons terecht. Zo hebben we een contactkring met elkaar. **Maar over het algemeen worden zzp'ers wel genoemd als keuze?** Ja, bij de meeste verloskundigenpraktijken wel.

Interview 3: kraamverzorgende, respondent 4

Hoelang bent u al kraamverzorgster?

Ik werk al twee jaar als kraamverzorgende.

Waarom heeft u gekozen voor het werken als zzp'er in plaats van in dienstverband?

Omdat ik zelf bepaal wanneer ik vrij ben eigenlijk. Voor hetzelfde salaris werk ik de helft minder. Dus ik werk eigenlijk minder voor meer geld. Snap je?

Wat verwacht u van een medium als 'Kraamzorg 1 op 1'?

Ze werven klanten voor mij, dat is wat ik van ze verwacht.

Waarom heeft u voor 'Kraamzorg 1 op 1' gekozen?

Uhm, omdat het niet echt een kraambedrijf is. Er zijn vrouwen die dan bewust zzp'ers kiezen. Dat is toch anders en fijner. Als je voor een bureau als zzp'er werkt, zijn ze niet altijd tevreden. Dan kom je als zzp'er en niet als iemand in dienst en dat vinden de kraamvrouwen dan raar. Nu weten ze wat ze kunnen verwachten dus dat is wel fijn. Ik heb niet voor een bemiddelingsbureau gekozen, omdat ze er teveel geld voor vragen. Bij 'Kraamzorg 1 op 1' betaal ik ongeveer 90 euro voor de facturatie enzovoort. En bij een bemiddelingsbureau vragen ze ongeveer 500 euro per kwartaal. Zoveel werk ik niet dus dan is het me dat niet waard. Iets meer dan 100 euro per gezin.

Wat heeft u nodig van een medium als 1 op 1 om goed te functioneren?

Papieren en het kenniscentrum. Je moet bepaalde punten hebben, als je hier niet aan voldoet kun je in ieder geval niet aanmelden bij 1 op 1. Dat checken ze wel, dat je scholing en alles up-to-date is.

Bent u tevreden over 'Kraamzorg 1 op 1'?

Ja, er zijn geen op- of aanmerkingen. Ze vragen het ook altijd of alles nog goed gaat en er zijn ook wel een aantal dingen opgelost. Ze pakken het wel goed aan eigenlijk. De voordelen zijn natuurlijk wel dat je mensen van tevoren leert kennen. Je kent hun wensen en wat voor soort mensen ze zijn. Dat is fijn, omdat je je dan een beetje kan voorbereiden. Als via een bureau gewoon ergens ingezet word, dan heb je de eerste paar dagen nodig om je aan te passen aan het gezin en dan moet je dat nog ontdekken. Als je er al eerder bent geweest werkt dat veel lekkerder.

Heeft u naast 'Kraamzorg 1 op 1' nog andere manieren om aan werk te komen? Zo ja, welke?

Ja via andere kraambureaus, die bellen mij ook regelmatig en ik heb mijn eigen website met meerdere kraamverzorgsters als een soort aanmeldingsportaal. Die gebruik ik ook om klanten te werven. Via 1 op 1 krijg ik ongeveer iets minder dan de helft van mijn klanten. **Die andere kraambureaus zijn dat organisaties zoals de Waarden?** Ja, zoals de Waarden. Als het druk is dan bellen ze bijvoorbeeld mij om in te vallen. Of je tijd hebt om voor ze te komen werken.

Wat zou u aan de organisatie van 'Kraamzorg 1 op 1' willen veranderen? Waarom?

Nee, ik vind het goed gaan zo. Ik kan niets bedenken wat veranderd zou moeten worden.

Was het voor u meteen duidelijk wat 'Kraamzorg 1 op 1' voor u kon betekenen?

Ja zeker, ook omdat ik collega's heb die mij vertelde dat het bestond en daardoor was het meteen duidelijk wat 1 op 1 voor mij kon betekenen en hoe het allemaal werkte.

Zou u 'Kraamzorg 1 op 1' aanraden aan andere kraamverzorgsters die als zzp'er werken?

Ja aan zzp'ers wel, omdat het tarief om te declareren niet zo hoog is en het is gewoon een hele leuke manier om een advertentie te plaatsen. De kraamvrouw plaatst een

advertentie dat ze op zoek zijn en dan kun je reageren. Het is leuk en persoonlijk. Je weet ook zelf waar je heen gaat en dat is leuker dan dat je gewoon ergens geplaatst wordt en dat je de mensen niet kent.

Hoe vindt u het inschrijfproces bij 'Kraamzorg 1 op 1'?

Ja, ik stond er dezelfde nog op. Dus dat is vrij snel.

Heeft u op- of aanmerkingen voor het inschrijfproces?

Nee

Hoe vind u de communicatie van 'Kraamzorg 1 op 1'?

Ik vind dat ook heel goed. Marian die belt ook gewoon als er problemen zijn en die vraagt hoe het gaat. Ze nemen het heel persoonlijk. En dat is juist het fijne dat persoonlijke contact.

Hoe wilt u in de toekomst benaderd worden door 'Kraamzorg 1 op 1'?

Hetzelfde waarschijnlijk, wij zouden het wel leuk vinden als kraamverzorgster dat je je eigen klanten kan aanmelden. Als je bijvoorbeeld vijf jaar geleden bij iemand hebt gewerkt en die gene is weer zwanger dan moet je hen weer vertellen dat ze via 1 op 1 moeten aanmelden en mij dan moeten zoeken. Sommige mensen vinden dat lastig, die denken hoezo ik ken jou je kan toch gewoon bij mij komen kramen? Dus dan zou het fijn zijn als we zelf een soort link hebben om ze in te schrijven.

Is 'Kraamzorg 1 op 1' geschikt voor iedere kraamverzorgster? Wat denkt u?

Ja en nee, want zodra je via 1 op 1 eigenlijk een overeenkomst maakt met een vrouw die bijvoorbeeld in augustus gaat bevallen, dan zit ik daar eigenlijk wel aan vast. Als ik dan op vakantie wil, zijn er eigenlijk vijf weken waarin zij kan bevallen, dus je moet daarin wel flexibel kunnen zijn. Of je moet geen klanten aannemen in die periode. Als je niet flexibel kan zijn, moet je eigenlijk als zzp'er voor bureaus als de Waarden blijven werken. Je belooft een gezin natuurlijk jouw gezicht en ze kiezen jou uit, het kan natuurlijk gebeuren dat je ziek wordt ofzo, maar daar worden ze niet blij van.

Bent u over het algemeen tevreden over de website?

Ja, ziet er mooi en strak uit, netjes.

De selectie op de website bestaat op het moment uit: Leg de belangrijkste kaarten bovenaan.

Ras	Geloof	Huisdieren	Roker/ Niet- roker	Taal	Opleiding	Woonplaats	Interesses

Het ras maakt me niet zoveel uit, zolang ze maar Engels en Nederlands praten. Althans voor ons niet. Je moet je inspelen in het gezin. Iedereen is anders. Wij komen in een gezin en wij moeten ons daarop aanpassen. Het is voor hun wel belangrijk. Het geloof maakt me ook niet uit. Huisdieren maakt mij ook niet uit. Andere collega's wel, maar ik ben niet bang van dieren en ik ben ook niet allergisch. Een roker/niet-roker, ja. Als ze roken in het huis vraag ik ze vriendelijk of ze dat niet willen doen waar ik bij ben. Natuurlijk vertel ik se sowieso dat het natuurlijk niet gezond is voor een kindje en zal ik het ze adviseren om het niet te doen. Maar er zijn nog steeds gezinnen waarin het wel gebeurd en dan vraag ik het gewoon vriendelijk om het niet te doen zolang ik er ben. Taal, naja je komt er altijd wel uit, maar het is wel fijn als ze gewoon Engels of Nederlands spreken. De opleiding maakt me ook echt niet uit, hetzelfde geldt voor woonplaats en interesses. Het is voor ons wel fijn als in we in wat hoger opgeleide, nette huizen komen, maar iedereen heeft recht op zorg. Dus daar gaan we ook gewoon netjes heen.

Wat mist u nog op de website?

Niets

Heeft u nog andere op- of aanmerkingen voor de website?

Ik zou eigenlijk wel willen weten wat de zwangere ziet als ze zich aanmeld op 'Kraamzorg 1 op 1'. Omdat ik nu zelf ook als zwangere sta aangemeld zie ik dat nu dus wel. Maar het is inderdaad wel leuk om te kijken waar je staat in de lijst en de beoordeling en reviews van jezelf en van je collega's. Ik kan mijn collega's verder niet zien op de website. **Hoe doet u dat als u ziek bent? Heeft u in de buurt collega's of gaat dat via**

'Kraamzorg 1 op 1'? Ja ze hebben een back-uplijst die je gewoon kunt bellen. Dan zie je een bericht opkomen met naam en locatie van de zwangere, en dan zou iemand kunnen gaan want ik ben ziek dan wordt het vaak op die manier opgelost. Als je de profielen van de collega's kan zien kun je natuurlijk wel al mensen van de bel lijst afhaken als er bijvoorbeeld een hond in het kraamgezin is. Kraamverzorgster die aangeven dat ze niet in gezinnen met huisdieren werken, die hoeft je dan niet meer te bellen.

Wat is de rol van de verloskundige in het proces?

Die zorgt dat de kraamvrouw zich aanmeld voor kraamzorg en die raad vaak ook het bureau aan. Negen van de tien keer kiest de kraamvrouw ook het bureau dat de verloskundige aanraadt. Dus het is wel heel leuk als ze vertellen over 1 op 1. Dat is nog niet overal, maar hier in Haarlem wel heel veel. Ze noemen echt 1 op 1 en niet mij als zelfstandige. Als er vrouwen tussen zitten die een beetje kieskeurig zijn, dan zullen ze zeggen bij 1 op 1 kan je er eentje uitkiezen en kun je zelf bepalen wie er bij je in huis komt. Een soort van datingsite. met zulk soort types raden ze het wel aan. Ook bij hele natuurlijke mensen, zoals anti-vaccin. Mensen met een bepaald doel.

Worden er kraamvrouwen vanuit de verloskundige naar 1 op 1 gewezen?**Waarom wel/waarom niet?**

Zie voorgaande

Dus als de verloskundige de zzp'ers meer noemt, dan zullen meer

kraamvrouwen voor zzp'ers gaan kiezen denkt u? We hebben heel veel mensen ook die juist ontevreden waren bij een organisatie en daarom nu iets kleins zoeken als een zzp'er. Ik denk echt negen van de tien klanten die ik heb gehad tot nu toe. Het is wat persoonlijker vind ik en mijn klanten tot nu toe vinden dat ook.

Interview 4: kraamverzorgende, respondent 5

Hoelang bent u al kraamverzorgster?

Ruim 10 jaar inmiddels. Iedereen riep altijd, je bent je roeping misgelopen. Naja dat bleek wel.

Waarom heeft u gekozen voor het werken als zzp'er in plaats van in dienstverband?

Dat kwam eigenlijk een beetje door mijn vriend, die had altijd gezegd dat ik dat wel kon. Ik had altijd heel veel voorkeursgezinnen en waarom zou je dan niet voor jezelf beginnen. In die tijd woonde ik nog alleen met mijn kinderen en dan doe je dat minder snel. Ik ben nu 3 jaar zzp'er. Het gaat alleen maar goed. Mijn vriend heeft daar ook een beetje in gestimuleerd. Zeker toen 'Kraamzorg 1 op 1' op tafel kwam, werd gezegd dat is wat voor jou. Eigenlijk heb ik 'Kraamzorg 1 op 1' niet nodig, ik word veel gebeld en ik krijg veel mailtjes. Ik heb het gewoon druk.

Wat verwacht u van een medium als 'Kraamzorg 1 op 1'?

Ze hebben natuurlijk de website, ze hoeven voor mij niet zoveel te doen. Alleen de rekening naar de verzekering sturen en zorgen dat het vergoed wordt. Ik krijg daar dan wel weer een rekening van, maar dat is prima. Dat is goed geregeld.

Waarom heeft u voor 'Kraamzorg 1 op 1' gekozen?

Het is natuurlijk een heel mooi concept. Ik wist het al heel vroeg, omdat ik Marian Bakker ook ken. Ik heb altijd wel een duwtje in de rug nodig. Maar ik ben blij dat ik het wel goed gedaan heb.

Wat heeft u nodig van een medium als 1 op 1 om goed te functioneren?

Eigenlijk wat ik net al zei, dat ze de facturatie voor mij regelen bij de verzekering. En de website, dat daten. Ik breng vaak veel gezinnen onder bij 'Kraamzorg 1 op 1', je bent een dief van je portemonnee als je het niet zo doet. We doen samen met de andere kraamverzorgers al bijscholing en we hebben groeps gesprekken waarin we gezinnen delen als we met de planning niet uitkomen. Dat doen we al zelf.

Bent u tevreden over 'Kraamzorg 1 op 1'?

Ja, het is gewoon leuk. Op de website begint het. 'Kraamzorg 1 op 1' is voor ons zzp'ers natuurlijk prachtig. Je kunt jezelf redden, je kunt je eigen overeenkomsten gebruiken en je doet zelf je intakegesprekken. Je hebt contact met de mensen. Je hebt geen bureau ertussen en dat is voor ons gewoon mooi.

Heeft u naast 'Kraamzorg 1 op 1' nog andere manieren om aan werk te komen? Zo ja, welke?

Ook bij andere kraambureaus heb ik een soort van gesolliciteerd en afspraken gemaakt. CV en alle spullen opgestuurd. Sollicitatiegesprekken vond ik wel leuk. Ik breng al mijn gezinnen onder bij 'Kraamzorg 1 op 1' of de andere kraambureaus. En de kraambureaus regelen de verzekering. Ik werk voor de kleine kraambureaus, zoals care4you. Dit zijn gewoon kraambureaus die zzp'ers inhuren als het druk.

Wat zou u aan de organisatie van 'Kraamzorg 1 op 1' willen veranderen?

Waarom?

Niets, ik vind het top. Je kunt alles zelf doen en het is een top website voor zzp'ers. We zijn er wel heel erg mee bezig geweest en zijn ook wel bijeenkomsten geweest. Er zijn natuurlijk wel dingen waar wij tegen aanlopen, dat geven wij aan en dat wordt dan geregeld. Ik vind het prima zo, van mij hoeft het niet anders. Ik vind het een prachtig concept. Als dit kan blijven, ja graag. Misschien dan inderdaad meer bijeenkomsten om ervaringen uit te wisselen, dat organiseren we zelf al, maar dat staat niet op de website. Je kan wel via Facebook wel een community maken, maar die is er ook al. We kunnen overal terecht, maar die bijeenkomsten vind ik wel fijn.

Was het voor u meteen duidelijk wat 'Kraamzorg 1 op 1' voor u kon betekenen?

Ja, ik was al vroeg betrokken bij 'Kraamzorg 1 op 1' en was één van de eerste op de website.

Zou u 'Kraamzorg 1 op 1' aanraden aan andere kraamverzorgsters die als zzp'er werken?

Ja, uiteraard. Ik leg hier met behulp van mijn vriend aan ander zzp'ers uit hoe het werkt. We hebben daar speciale bijeenkomsten voor. Ik blijf het zeggen, het is een prachtig concept voor de zzp'er.

Hoe vindt u het inschrijfproces bij 'Kraamzorg 1 op 1'?

Ja, dat ging eigenlijk heel erg goed. Ik ben gewoon gevraagd en heb me aangemeld, account gemaakt en een foto gestuurd. Dat ging heel makkelijk.

Heeft u op- of aanmerkingen voor het inschrijfproces?

Nee, helemaal niets.

Hoe vind u de communicatie van 'Kraamzorg 1 op 1'?

Ja, ik heb heel erg veel persoonlijk contact. Er zijn maar twee, Marian en Marian. Wij kunnen elkaar 's nachts bellen als het nodig is.

Hoe wilt u in de toekomst benaderd worden door 'Kraamzorg 1 op 1'?

Ik denk niet dat dit nodig is. De mailtjes en nieuwsbrieven zijn voldoende. Ik heb daar meer dan genoeg aan.

Is 'Kraamzorg 1 op 1' geschikt voor iedere kraamverzorgster? Wat denkt u?

Ja, dat denk ik wel. Ik ken er één die er mee stopt, die wacht liever op kraambureau dat ze gebeld wordt, want die vind de onzekerheid niets. Het is zelf ondernemen, je moet het wel kunnen. Er is altijd een marge van 5 weken, die kun je niet inplannen. We zijn er wel voor elkaar om elkaar daarmee te helpen.

Bent u over het algemeen tevreden over de website?

Niets, als er iets is waar ik tegen aanloop meld ik dit bij Marian en wordt dit gelijk opgelost. Er zijn natuurlijk wel haakjes en ogen, maar ik ben heel tevreden. Ik zit altijd even op de website te kijken en ik kijk er best wel veel op ook bij de nieuwsbrieven.

De selectie op de website bestaat op het moment uit: Leg de belangrijkste kaarten bovenaan.

Ras	Geloof	Huisdieren	Roker/ Niet- roker	Taal	Opleiding	Woonplaats	Interesses

Ras en geloof is voor mij niet zo belangrijk. Voor de kraamvrouw kan mijn geloof natuurlijk wel belangrijk zijn, maar mij maakt het niet uit welk geloof de kraamvrouw heeft. Huisdieren heb ik ook geen problemen mee. In een kraamgezin mag er natuurlijk sowieso niet gerookt worden, wel buiten roken natuurlijk, maar niet binnenshuis. Maar het maakt mij in principe niet uit of die mensen roken ja of nee. Taal vind ik wel belangrijk, als iemand heel gebrekkig Nederlands spreekt kun je je verhaal zo moeilijk kwijt. En als ze dan ook geen Engels spreken, is dat wel heel lastig. Opleiding maakt me ook niet uit, ik heb veel gezinnen die best wel goed verdienen en iets te besteden hebben. Mijn regio is groot, het maakt me eigenlijk niet zo uit waar ze wonen. Woonplaats is niet belangrijk. Ook de interesses maakt me niet uit. Iedereen is anders, achter ieder deur schuilt weer een ander gezin. Ik kan daar van genieten en van leren van alle verschillende gewoontes en culturen. Nee hoor, mooi.

Wat mist u nog op de website?

Wat misschien leuk zou zijn. We hebben natuurlijk dat groepsgesprek al, dus we doen

het eigenlijk onderling al. Om je ervaringen uit te wisselen, daar heb je meerder bijeenkomsten voor nodig. Maar de website hoeft niet te veranderen.

Heeft u nog andere op- of aanmerkingen voor de website?

Nee, ik vind alles heel goed geregeld, dingen die ik had heb ik al gemeld en dat wordt dan meteen opgepakt.

Wat is de rol van de verloskundige in het proces?

De rol is eigenlijk best wel groot. De verloskundige kan de kraamvrouw best wel beïnvloeden. Ik merk dat heel veel verloskundigen 1 op 1 niet kennen en dat is heel jammer. En als ik dat dan uitleg dan vinden ze dat wel interessant. Er zijn op het moment verloskundigenpraktijken bezig om samen te voegen met kraamzorginstantie/kraamzorggroep. Wij zijn ook bezig in Den Haag, zodat ze ons kunnen benaderen. Ik word zelf ook gebeld door verloskundigen. Waar ligt de grens van een zzp'er en een kraambureau. Ik weet wel dat zzp'ers heel gewild zijn, ze lopen toch net even harder en zijn vooral ook flexibeler dan een kraamverzorgende bij een organisatie. Ik zeg niet dat een gewone kraamverzorgende haar best niet doet, maar het is wel zo. We werken niet anders, maar ik kan toch net flexibeler werken.

Worden er kraamvrouwen vanuit de verloskundige naar 1 op 1 gewezen?

Waarom wel/waarom niet?

Ja, zoals ik net al zei soms wel, soms niet. Het ligt aan de verloskundigenpraktijk, soms kennen ze 'Kraamzorg 1 op 1' niet en dat is dan wel jammer.

Interview 5: Kraamverzorgende, respondent 6

Hoelang bent u al kraamverzorgster?

Al 14 jaar.

Waarom heeft u gekozen voor het werken als zzp'er in plaats van in dienstverband?

Ik heb eerst in dienstverband gewerkt en ik heb voor zzp'er gekozen, omdat je meer vrijheid hebt. Dus gewoon één zorg per keer doen en niet op je laatste dag nog ergens ingezet worden. De zorg is ook persoonlijk.

Wat verwacht u van een medium als 'Kraamzorg 1 op 1'?

De facturatie, dat is in eerste instantie het hoofddoel. Hoe dat bij hun zit weet ik niet, maar voor ons is het de facturatie. Het is voor ons als zzp'er heel moeilijk om contracten af te sluiten met de zorgverzekering en op deze manier lukt dat wel. Dus een hoger tarief voor hetzelfde werk.

Waarom heeft u voor 'Kraamzorg 1 op 1' gekozen?

Ja, daar zijn ze al heel lang mee bezig. Dat kwam via de Waarden eruit. Je krijgt gewoon een hogere vergoeding, als dat je je zorg bij een bemiddelingsbureau moet onderbrengen.

Wat heeft u nodig van een medium als 1 op 1 om goed te functioneren?

Alleen de facturatie.

Bent u tevreden over 'Kraamzorg 1 op 1'?

Ja hoor.

Heeft u naast 'Kraamzorg 1 op 1' nog andere manieren om aan werk te komen? Zo ja, welke?

Ja, via bemiddelingsbureaus en andere kraambureaus, maar dat wordt steeds minder krijg steeds meer eigen gezinnen die terugkomen voor zorg. Je krijgt een heel netwerk om je heen van zzp'ers dus er komt vanzelf wel iets jouw kant op.

Wat zou u aan de organisatie van 'Kraamzorg 1 op 1' willen veranderen? Waarom?

De dada-shop werkt voor mij wel goed. Maar je krijgt ze van de Waarden en niet via 1 op 1. En het LIP-formulier, daar zijn ze gewoon laks in. Dat is al twee drie maanden zo. Je betaalt 7 en een halve euro, ik denk dat ik mijn eigen zorgplannen ga gebruiken. Die plannen zijn niet up-to-date, daar zijn ze nu mee bezig, maar dat duurt verschrikkelijk lang en ik vind dat dit niet kan. Ik vind het wel raar dat het uit de dada moet komen, want dat is van de Waarden, ik vind dat het vanuit 1 op 1 moet komen.

Was het voor u meteen duidelijk wat 'Kraamzorg 1 op 1' voor u kon betekenen?

Via een bijeenkomst van de NBVK, daar hebben ze dit concept verzonnen. Ja in het algemeen hebben ze het concept uitgelegd. In eerste instantie zijn we bij de NBVK gewoon bezig geweest om contracten af te sluiten met zorgverzekeraars als zzp'er, maar daar is geen doorkomen aan. Dat is echt onmogelijk en toen is dit in het leven geroepen. Wij waren er al jaren mee bezig, maar wij kwamen niet verder.

Zou u 'Kraamzorg 1 op 1' aanraden aan andere kraamverzorgsters die als zzp'er werken?

Ja, omdat dit gewoon als beste werkt voor ons. Je krijgt een hoger tarief, alle formulieren kun je zo uitprinten, alles is duidelijk. De zorgplannen zijn ook super. Ik heb daar alleen maar positieve ervaringen mee.

Hoe vindt u het inschrijfproces bij 'Kraamzorg 1 op 1'?

Ja wel goed. Was allemaal heel duidelijk voor me.

Heeft u op- of aanmerkingen voor het inschrijfproces?

Niets

Hoe vind u de communicatie van 'Kraamzorg 1 op 1'?

Prima, de nieuwsbrief komt eens per maand en ik vind dat ze alles goed communiceren.

Hoe wilt u in de toekomst benaderd worden door 'Kraamzorg 1 op 1'?

Eigenlijk hetzelfde zoals nu. Ik vind dat het prima gaat zoals het nu gaat.

Is 'Kraamzorg 1 op 1' geschikt voor iedere kraamverzorgster? Wat denkt u?

Ja, maar ik denk dat niet iedereen geschikt is om als kraamverzorgster te werken. Ik denk dat het voor sommige mensen moeilijk is om te plannen, of die willen nooit invallen en dan snap ik niet waarom je als zzp'er bent gaan werken.

Bent u over het algemeen tevreden over de website?

Ja.

De selectie op de website bestaat op het moment uit: Leg de belangrijkste kaarten bovenaan.

Ras	Geloof	Huisdieren	Roker/ Niet- roker	Taal	Opleiding	Woonplaats	Interesses
-----	--------	------------	--------------------------	------	-----------	------------	------------

Alleen woonplaats, de rest maakt me echt niet uit. Ik ben gek van beesten. Dit maakt me allemaal niets uit, alleen de woonplaats. Dat het ongeveer niet langer is dan een uur rijden ongeveer. Hoe ze eruit zien en hoe ze heten interesseert me helemaal niks. Ik vind dat je geen kraamvrouw moet worden als je wel eisen hebt. Je kunt niet zeggen dat je alleen maar de gezinnen doet die je leuk vindt.

Wat mist u nog op de website?

Er staat op de website dat de aanstaande moeder haar eigen kraamverzorgster kan kiezen. Dat is beknopt, want het werkt natuurlijk ook andersom. Dat vind ik dat dat wel wat duidelijker mag. Het is nu net of het is gemaakt voor de kraamvrouw, terwijl het andersom eigenlijk ook heel goed werkt. Het is niet helemaal eerlijk in mijn ogen.

Heeft u nog andere op- of aanmerkingen voor de website?

Eigenlijk moet je die dossiers via de website van 1 op 1 kunnen bestellen. Gewoon invullen hoeveel je er wilt en een knopje van bestellen. Van mijn part betalen via iDeal of dat ze het inhouden van je salaris en dat je ook een factuur krijgt.

Ook als je een aanmelding krijgt van een gezin waar je al een keer gekraamd heb en ze zoeken je opnieuw op voor een nieuw kind, dan staat bij inschrijfdatum dezelfde datum als van het eerste kindje en dat kan zomaar drie jaar terug zijn. Dus de datum waarmee ze zich de eerste keer hebben aangemeld blijft staan, dit moet eigenlijk veranderen, want dat is een ander tarief als nu. Ook blijven sommige mensen er heel lang opstaan die dan iemand aanvragen waarvan de kraamverzorgster waarschijnlijk niet reageert. Die hebben dan al iets anders gevonden, maar ze staan nog wel op de website. Er staan ook mensen op die allang bevallen zijn, dat houden ze echt slecht bij.

Wat is de rol van de verloskundige in het proces?

Het is aan de cliënt, maar het verschilt per praktijk. Er zijn ook praktijken die zeggen dat ze geen reclame voor ons willen maken. Ook de zorgverzekering geeft aan waar ze contracten mee hebben bij het kraamgezin. Er staat vaak een lijstje op de website, bemiddelingskantoren staan hier ook vaak bij. Iedereen die contracten heeft met een

zorgverzekering.

**Worden er kraamvrouwen vanuit de verloskundige naar 1 op 1 gewezen?
Waarom wel/waarom niet?**

Nee, hier in de buurt vaak naar de kraamverzorgster verwezen en niet naar 1 op 1.

Interview 6: kraamvrouw, respondent 7

Heeft u nog meer kinderen? Zo ja, welke leeftijd?

Nee, 1^e kindje.

Wat verwacht u van een kraamverzorgende?

Dat ze er is voor de moeder en de baby, we wisten echt van niks. Ze moest dus bij het begin beginnen met hoe moet je luiers verschonen enzovoort. Daarnaast een beetje het huishouden, maar dat staat niet voorop.

Waarom heeft u (deze keer) voor een zzp'er gekozen?

Ik werd erop gewezen door mijn verloskundigenpraktijk. Die vroegen of ik al iemand had en die waren bekend met de kraamverzorgster. Die hebben mij eigenlijk naar haar gestuurd. Als ik nog een keer zwanger raak, zou ik het weer zo doen. Je weet wie er komt, vooraf heb je een afspraak om elkaar te leren kennen. Als het niet klikt kun je gelijk zeggen van: ik denk niet dat dit hem gaat worden. Dat vind ik heel fijn. Ik bel haar op en ik weet gewoon wie er bij me in huis komt. Bij een organisatie is het altijd maar afwachten wie er dienst heeft en afwachten wie er bij je voor de deur staat. Als je heel erg pech hebt, moet je na drie dagen ook nog een wisselen. Dat lijkt me vreselijk, dan ben je net aan iemand gewend en die weet net waar je spullen staan en dan moet je weer opnieuw beginnen. Ik vond dit echt een aanrader.

Hoe bent u bij 'Kraamzorg 1 op 1' terecht gekomen?

Naja via de verloskundige ben ik bij de kraamverzorgster terecht gekomen en via haar bij 'Kraamzorg 1 op 1'. Voor de verzekering.

Wat verwacht u van een medium als 'Kraamzorg 1 op 1'?

Ik ben niet heel erg diep de website ingedoken, maar ik denk dat je het moet zien als een soort bemiddeling tussen een aanstaande moeder en een kraamverzorgende. Ik verwacht wel dat er alleen betrouwbare mensen op de website zitten. Voor hetzelfde geld heb je iemand zonder ervaring en diploma's.

Waarom heeft u voor 'Kraamzorg 1 op 1' gekozen? Waarom niet voor een andere organisatie?

Ik was eigenlijk alleen met de Waarden bekend. Gewoon omdat ik het een fijn idee vind dat je weet wie er komt en dat je weet wat je in huis haalt. Ik vond dit eigenlijk wel een fijn idee, daarom heb ik niet voor de Waarden gekozen. Ook zijn ze flexibeler in haar uren. Een kraamverzorgster bij een organisatie moet tussen een bepaalde tijd beginnen en mijn kraamverzorgster is ook wel eens een keertje later gekomen, omdat we wilde uitslapen en dat was dan geen probleem.

Wat zou u verbeteren aan de organisatie van 'Kraamzorg 1 op 1'?

Het was allemaal wel redelijk duidelijk. Je kunt zoeken en jezelf aanbieden. Eigenlijk wel heel duidelijk, heel overzichtelijk. Ik heb eigenlijk niets, ik ben er niet echt heel diep op ingegaan.

Was het meteen duidelijk wat 'Kraamzorg 1 op 1' voor u kon betekenen?

Ja, het was duidelijk dat kraamverzorgsters opzoek zijn naar een gezin en andersom. Dat het eigenlijk een soort bemiddelingsbureau is. Voor mij in ieder geval volkomen duidelijk, maar misschien ook wel, omdat mij van tevoren is verteld wat het is. Misschien als je geen ervaring hebt of nieuw ben is het anders.

Zou u 'Kraamzorg 1 op 1' aanraden aan andere vrouwen?

Ik blijf er eigenlijk gewoon op terugkomen, ja dat is het gewoon. Ik vond het zo fijn dat ik weet wie er kwam, dat vond ik echt heel fijn. Dat zou ik aanraden om dat ook te doen.

Hoe vindt u het inschrijfproces bij 'Kraamzorg 1 op 1'?

Ja, ging ook allemaal vlotjes. Ik kreeg een mailtje ter bevestiging. Geen klachten over.

Heeft u op- of aanmerkingen voor het inschrijffproces?

Nee.

Hoe vind u de communicatie van 'Kraamzorg 1 op 1'?

Ja eigenlijk heb ik alleen de bevestigingsmail gehad. Geen nieuwsbrief, maar ik vind het eigenlijk wel fijn dat je niet gelijk een nieuwsbrief krijgt als je ergens je emailadres achterlaat. Misschien dan zetten van wil je het ja of nee.

Hoe wilt u in de toekomst benaderd worden door 'Kraamzorg 1 op 1'?

Ja...Goede vraag. Ik zou dan gelijk die kraamverzorgster bellen. Ik denk niet dat ik zelf weer via 'Kraamzorg 1 op 1' zou doen. Ja, het moet natuurlijk voor de verzekering, maar echt actief zoeken naar een kraamverzorgende zal ik niet doen denk ik.

Is 'Kraamzorg 1 op 1' geschikt voor iedere kraamvrouwen? Wat denkt u?

Ik zie het bij mijn schoonzusje die is twee weken terug bevallen en die hebben een hond. Die heeft aangegeven bij de Waarden dat ze iemand wilde die gek is op honden. Mijn kraamverzorgster was niet gek op honden, dus dat had sowieso niet gewerkt. Nu kun je dat bij 'Kraamzorg 1 op 1' ook wel aangegeven. Maar mijn schoonzusje heeft de Waarden dan wel prettig ervaren en dat is hun voordeel dan, als het niet klikt kun je bellen en krijg je een andere kraamverzorgster. Ik denk niet dat er een bepaald type voor een zzp'er gaat. Ik denk ook dat ik geen prototype van iets ben, maar gewoon doorsnee. Ik denk dat het voor iedereen goed is.

Bent u over het algemeen tevreden over de website?

Ja, zoals ik al zei heb ik er niet heel veel mee gedaan. Maar om de goede kraamverzorgster te vinden en de zorg te regelen dat ging heel goed.

De selectie op de website bestaat op het moment uit: Leg de kaarten op volgorde van belangrijkheid.

Ras	Geslacht	Geloof	Huisdieren	Roker/ Niet- roker	Taal	Opleiding	Woonplaats	Interesses

Geloof zou voor mij niet uitmaken. Geslacht, ik zou het liefst een vrouw hebben. Ras ook niet echt, als ze maar Nederlands praat denk ik dan. Huisdieren is wel belangrijk, net zoals bij mijn schoonzus. Roker/ niet-roker vind ik wel belangrijk. Ik moet eerlijk zeggen mijn schoonzus had een roker en ik vond het raar dat ze rookte. Je stinkt toch naar rook, maar ik denk toch dat ik liever een niet-roker wil hebben. Taal is natuurlijk belangrijk, dat ze gewoon Nederlands spreekt. Opleiding moet ze natuurlijk ook gewoon gedaan hebben. Woonplaats en interesses maakt me niet zoveel uit. Ik vond het wel raar dat die kraamverzorgster van mijn zus rookte, het is waarschijnlijk een stereotypering. Ze ging altijd wel netjes haar handen wassen, maar nee ik vond het niks.

Wat mist u nog op de website?

Nee eigenlijk niet, ja die selectiecriteria lijkt me wel handig inderdaad.

Heeft u nog andere op- of aanmerkingen voor de website?

Nee, zoals ik al zei heb ik hem niet veel gebruikt, alleen om mijn kraamverzorgster te vinden.

Welke rol speelt de verloskundige in uw keuze?

Ze vroeg eigenlijk of ik al een keuze had gemaakt. Hun kennen mijn kraamverzorgster en hebben ervaring met haar. Dus toen zei ze van haar raden we aan. Ik ben natuurlijk vrij om ook naar de Waarden te gaan, dat maakte de verloskundige niet uit. Toen ben ik eigenlijk naar die kraamverzorgster gegaan. Ik zou haar echt zo weer bellen. Onderzoek is niet voor haar, maar ik wil wel gezegd hebben dat ze top is.

Denkt u dat andere vrouwen voor 'Kraamzorg 1 op 1' gaan kiezen als het door de verloskundige wordt genoemd?

Dat weet ik eigenlijk niet, misschien moet je het echt een keer horen en/of ervaren om het te doen. Iedereen kent hier de Waarden en iedereen is er tevreden mee. Het is natuurlijk ook wel zo. Als het gesprek klikt en daarna niet meer dan heb je wel een probleem. Ik denk dat veel vrouwen het een keer gehoord moeten hebben of een ervaring van een vriendin, dat ze dan daar voor kiezen. Ik zou 'Kraamzorg 1 op 1' nooit bedacht hebben. Ik zou nooit geweten hebben dat dat kon. De Waarden is zeg maar een veilige keuze en het is bekend, een zzp'er moet je echt voor kiezen, daar hebben nog niet heel veel mensen ervaring mee en dat is dus voor sommige mensen niet echt te doen, omdat ze niet weten wat ze ervan moeten verwachten. Een verloskundige kan zeggen dat ze er goede ervaringen mee hebt, maar het moet ook maar klikken. Ik weet het niet precies. Ik zou het wel weer doen in ieder geval.

Interview 7: kraamvrouw, respondent 4

Heeft u nog meer kinderen? Zo ja, welke leeftijd?

3^e kindje, 12 en 8.

Wat verwacht u van een kraamverzorgende?

Ja, ik ben zelf kraamverzorgster dus ik hoop dat mijn kraamverzorgster deskundig is, vriendelijk en goed in de omgang, zoals ik zelf ook probeer te zijn voor iedereen.

Waarom heeft u (deze keer) voor een zzp'er gekozen?

De tweede was prematuur dus toen ben ik in het ziekenhuis gebleven. En mijn eerste is in Spanje geboren en daar bestaat geen kraamzorg. Dan houdt het op.

Hoe bent u bij 'Kraamzorg 1 op 1' terecht gekomen?

Doordat ik er zelf natuurlijk ook gebruik van maak als kraamverzorgster.

Wat verwacht u van een medium als 'Kraamzorg 1 op 1'?

Uit mijn rol als zwangere, dat alles goed geregeld is en dat ik me al zwangere nergens zorgen over hoeft te maken.

Waarom heeft u voor 'Kraamzorg 1 op 1' gekozen? Waarom niet voor een andere organisatie?

Puur, omdat ik mijn zus als kraamverzorgster wil hebben en via 'Kraamzorg 1 op 1' wordt het door de zorgverzekering vergoed, maar als die niet in beeld was zou ik wel via 1 op 1 een kraamverzorgster zoeken. Dan heb je gewoon een gezicht bij wie er komt en is het minder spannend. Dat is één zorg minder in de zwangerschap.

Wat zou u verbeteren aan de organisatie van 'Kraamzorg 1 op 1'?

-

Was het meteen duidelijk wat 'Kraamzorg 1 op 1' voor u kon betekenen?

-

Zou u 'Kraamzorg 1 op 1' aanraden aan andere vrouwen?

Ik zou het wel doen vanuit mijn rol als kraamverzorgster en kraamvrouw, ik hoor van veel van mijn gezinnen dat ze het persoonlijke contact vanaf het intakegesprek heel fijn vinden en dat ze het heel fijn vinden dat ze weten wie er komt als ze net bevallen zijn. Het neemt een aantal onzekerheden weg. Ik merk dat ik het zelf inderdaad ook heel prettig vind, nu ik zwanger ben.

Hoe vindt u het inschrijffproces bij 'Kraamzorg 1 op 1'?

Eigenlijk ging dat inderdaad heel soepel ik had me zo ingeschreven en alles was duidelijk.

Heeft u op- of aanmerkingen voor het inschrijffproces?

Nee.

Hoe vind u de communicatie van 'Kraamzorg 1 op 1'?

Ik heb van mijn profiel als zwangere niet echt iets meegekregen, omdat ik mijn kraamverzorgster al gevonden had, en me voor haar aangemeld heb.

Hoe wilt u in de toekomst benaderd worden door 'Kraamzorg 1 op 1'?

-

Is 'Kraamzorg 1 op 1' geschikt voor iedere kraamvrouwen? Wat denkt u?

Ik denk dat het wel voor iedereen geschikt is, alleen dat sommige mensen het niet zo snel zouden doen, omdat het toch een soort van nieuw is voor een hoop mensen. Maar

mensen met een slechte ervaring met de gewone kraamzorgorganisatie of kieskeurige mensen zullen het wel sneller kiezen.

Bent u over het algemeen tevreden over de website?

Ik heb wel even zitten kijken natuurlijk, omdat ik heel benieuwd was hoe een kraamvrouw in de website kijkt, maar het zag er leuk en overzichtelijk uit.

De selectie op de website bestaat op het moment uit: Leg de kaarten op volgorde van belangrijkheid.

Ik heb mijn zus als kraamverzorgster. Maar als ik dan zou moeten kiezen. Uiteraard is een opleiding belangrijk, daarnaast moet ze wel de taal spreken en natuurlijk een klik hebben, voordereest zou het me niet erg uitmaken.

Ras	Geslacht	Geloof	Huisdieren	Roker/ Niet- roker	Taal	Opleiding	Woonplaats	Interesses

Wat mist u nog op de website?

-

Heeft u nog andere op- of aanmerkingen voor de website?

-

Welke rol speelt de verloskundige in uw keuze?

Bij mij niets, aangezien mijn zus kraamverzorgster is en ik gelijk voor haar heb gekozen.

Denkt u dat andere vrouwen voor 'Kraamzorg 1 op 1' gaan kiezen als het door de verloskundige wordt genoemd?

-

Interview 8: kraamvrouw, respondent 8

Heeft u nog meer kinderen? Zo ja, welke leeftijd?

Ja nog 2 kinderen. De oudste is 7 en de tweede is 4.

Wat verwacht u van een kraamverzorgende?

Deskundigheid, hartelijkheid en ook zorg voor de andere kinderen en prettige bejegening. Gewoon vlot in de omgang.

Waarom heeft u (deze keer) voor een zzp'er gekozen?

De eerste was gewoon bij de Waarden, we wisten niet van zzp'ers af, maar toen had ik twee kraamverzorgsters in één week en bij de tweede wilde we dit niet meer. Toen had ik Marja ontmoet in de kerk en wist dat ze ook bij de Waarden werkte. Op die manier hebben we toen een voorkeur aangevraagd en is Marja bij ons gekomen. Dit is zo goed bevallen dat we bij ons derde kindje ook voor Marja hebben gekozen, die toen toevallig aan het begin van mijn zwangerschap net als zzp'er begon. We hebben de eerste keer ook niet georiënteerd naar andere mogelijkheden en gewoon op het advies van de verloskundige bij de Waarden ingeschreven.

Hoe bent u bij 'Kraamzorg 1 op 1' terecht gekomen?

Via Marja, de kraamverzorgster.

Wat verwacht u van een medium als 'Kraamzorg 1 op 1'?

Dat ze zorgen dat de kraamverzorgster haar werk kan doen en dat alles met de verzekering inderdaad goed geregeld is. Want, als ik de kraamverzorgster met mijn verzekering meer zou kunnen betalen, had ik waarschijnlijk niet naar 'Kraamzorg 1 op 1' gegaan.

Waarom heeft u voor 'Kraamzorg 1 op 1' gekozen? Waarom niet voor een andere organisatie?

Puur om het feit dat we Marja als kraamverzorgster wilde en zij ons vertelde dat we dan bij 'Kraamzorg 1 op 1' moesten inschrijven. Het is namelijk gewoon heel fijn, ook voor de andere kinderen, dat je gewoon één kraamhulp hebt. Dat was bij de eerste niet fijn. Dan heb je nog geen andere kinderen rondlopen, maar bij de tweede wilde we dit niet. Het is al een hectische tijd en dan probeer je toch voor je andere kind te zorgen dat alles zo rustig mogelijk verloopt.

Stel, uw kraamverzorgster stopt ermee en u zou nog een keer zwanger raken, zou u dan wel weer voor 'Kraamzorg 1 op 1' kiezen?

Ik denk toch dat ik eerder zou kijken in de omgeving en aan Marja vragen of ze nog mensen kent die de zorg kunnen doen. Via het netwerk, via-via. Ik weet niet of ik op die website dan een kraamverzorgster uit zou zoeken. Dat heb ik nu niet gedaan, dus ik weet het niet. Ik denk wel dat ik zou kijken en de profielen zou doornemen. Maar echt bewust alleen bij 'Kraamzorg 1 op 1' kijken, nee.

Wat zou u verbeteren aan de organisatie van 'Kraamzorg 1 op 1'?

Eigenlijk ging alles heel vlotjes. Ik meldde mijzelf aan en ging naar Marja opzoek. Dit leverde eigenlijk geen problemen op. Voor de rest is alles heel voorspoedig gelopen.

Was het meteen duidelijk wat 'Kraamzorg 1 op 1' voor u kon betekenen?

Ja, het was meteen duidelijk ook, omdat Marja het van tevoren had uitgelegd een beetje.

Zou u 'Kraamzorg 1 op 1' aanraden aan andere vrouwen?

Ja, we hebben het ook al aan andere aangeraden. We hadden natuurlijk wel oriëntatiegesprek met Marja. En we waren wel benieuwd wat er zou gebeuren als ze ziek werd, maar dat had ze wel al geregeld. Dat was eigenlijk onze enigste vraag, want bij een organisatie komt er gewoon een ander en bij een zzp'er wisten we het nog niet.

Waarom zou u het dan aanraden?

En puur omdat je weet wie er bij je in huis komt en dat je maar één gezicht in huis hebt.

Hoe vindt u het inschrijfproces bij 'Kraamzorg 1 op 1'?

Ging allemaal heel soepel, sprak allemaal voor zich. Ook dit had Marja van tevoren uitgelegd.

Heeft u op- of aanmerkingen voor het inschrijfproces?

Nee.

Hoe vind u de communicatie van 'Kraamzorg 1 op 1'?

Ik heb niet echt contact gehad met 'Kraamzorg 1 op 1', maar zover ik contact gehad heb was het wel prima. Het is voor mij de derde dus dan hoeft het vele contact en alle speciale aanbiedingen voor mij ook niet meer.

Hoe wilt u in de toekomst benaderd worden door 'Kraamzorg 1 op 1'?

Eigenlijk niet, ik denk dat ze het zo goed doen. Ik heb geen dagelijkse mailtjes enzo gehad en dat vond ik wel prettig van die aanbiedingen bij winkels hoeft van mij ook niet zo, misschien bij een eerste kindje wel, maar nu bij de derde heb ik toch al heel veel al in huis. Bij een eventuele zwangerschap, zou ik teruggaan naar mijn vorige kraamverzorgster en niet naar 1 op 1.

Is 'Kraamzorg 1 op 1' geschikt voor iedere kraamvrouwen? Wat denkt u?

Ja in principe wel. Alleen misschien bij complexe situaties, dat je zeker weet dat je een ervaren kraamverzorgster hebt en niet iemand die net begonnen is.

Bent u over het algemeen tevreden over de website?

Ja het zag er voordereest netjes en duidelijk uit en het sprak voor zich. Ik heb het niet echt gebruikt, omdat ik alleen ingeschreven had op verzoek van Marja.

De selectie op de website bestaat op het moment uit: Leg de kaarten op volgorde van belangrijkheid.

Ras	Geslacht	Geloof	Huisdieren	Roker/ Niet- roker	Taal	Opleiding	Woonplaats	Interesses

Opleiding, Geloof, roker/niet-roker, taal, interesses, woonplaats, huisdieren, ras. Ik denk dat ik ze zo wel heb. Ik vind het natuurlijk belangrijk dat ze een goede opleiding hebben, ook het geloof is voor ons heel erg belangrijk. Taal ook ze moet ook wel met de andere kinderen kunnen communiceren en dat iemand goed verstaanbaar is.

Wat mist u nog op de website?

Niets

Heeft u nog andere op- of aanmerkingen voor de website?

Nee

Welke rol speelt de verloskundige in uw keuze?

Bij de eerste heeft ze de Waarden aanbevolen, bij de tweede zijn we daar eigenlijk gebleven, omdat Marja daar werkte als kraamverzorgster. Bij de eerste krijg je een foldertje en dan grijp je dat aan. Bij de tweede zijn we gaan kijken hoe we het konden regelen dat we één kraamverzorgster kregen in plaats van twee in die week. We zijn toen op zoek gegaan naar iemand die dat kon doen en zo zijn we eigenlijk bij Marja gekomen, omdat we die kenden uit de kerk.

Denkt u dat andere vrouwen voor 'Kraamzorg 1 op 1' gaan kiezen als het door de verloskundige wordt genoemd?

Ja, dat denk ik wel. Het is voelde voor ons een beetje onzeker de eerste keer met een

zpp'er, we wisten niet of alles wel helemaal goed geregeld was. Je moet je daar wel beter op informeren. Als het rond is moet het natuurlijk in principe geen punt zijn. **Als u bij de eerste zwangerschap was verteld over zzp'ers, zou u dat dan overwogen hebben?** Ja, dan wel. Het zou eigenlijk in de informatie meegenomen moeten worden in de informatie. Volgens mij hebben ze ene informatiekoffertje die ze uitdelen, daar zou een folder van 'Kraamzorg 1 op 1' dan bij kunnen. Dat moet kunnen.

Bijlage VIII: analyseschema's

Welke wensen en behoeften hebben kraamverzorgenden?

	Antwoord	Label
Respondent 3	Bijna 11 jaar, 1 jaar als zzp'er.	- 11 jaar
Respondent 4	Ik werk al twee jaar als kraamverzorgende.	- 2 jaar
Respondent 5	Ruim 10 jaar inmiddels. Iedereen riep altijd, je bent je roeping misgelopen. Naja dat bleek wel.	- 10 jaar
Respondent 6	Al 14 jaar.	- 14 jaar
Conclusie	De tijd dat de respondenten als kraamverzorgende werken verschilt van 2 tot 14 jaar.	

Tabel 8; Hoelang bent u al kraamverzorgster?

	Antwoord	Label
Respondent 3	Ik kreeg een conflict bij de Waarden en daarnaast vond ik het werk steeds minder leuk worden door alle protocollen en richtlijnen en meer dingen waar ik geen lekker gevoel bij had. Ik kreeg steeds minder een leuk gevoel bij wat ik deed en toen ben ik bij de Waarden gestopt. Eigenlijk een beetje gedwongen.	- conflict - overgestapt van dienstverband naar zzp'er
Respondent 4	Omdat ik zelf bepaal wanneer ik vrij ben eigenlijk. Voor hetzelfde salaris werk ik de helft minder. Dus ik werk eigenlijk minder voor meer geld. Snap je?	- eigen tijd bepalen
Respondent 5	Dat kwam eigenlijk een beetje door mijn vriend, die had altijd gezegd dat ik dat wel kon. Ik had altijd heel veel voorkeursgezinnen en waarom zou je dan niet voor jezelf beginnen. In die tijd woonde ik nog alleen met mijn kinderen en dan doe je dat minder snel. Ik ben nu 3 jaar zzp'er. Het gaat alleen maar goed. Mijn vriend heeft daar ook een beetje in gestimuleerd. Zeker toen 'Kraamzorg 1 op 1' op tafel kwam, werd gezegd dat is wat voor jou. Eigenlijk heb ik 'Kraamzorg 1 op 1' niet nodig, ik word veel gebeld en ik krijg veel mailtjes. Ik heb het gewoon druk.	- veel voorkeursgezinnen
Respondent 6	Ik heb eerst in dienstverband gewerkt en ik heb voor zzp'er gekozen, omdat je meer vrijheid hebt. Dus gewoon één zorg per keer doen en niet op je laatste dag nog ergens ingezet worden. De zorg is ook persoonlijk.	- meer vrijheid - persoonlijker
Conclusie	De respondenten geven aan dat ze meer vrijheid hebben en respondent 3 en 5 geven aan dat ze in dienstverband al veel voorkeursgezinnen hebben. Daarnaast is het persoonlijke contact belangrijk.	

Tabel 9; Waarom heeft u gekozen voor het werken als zzp'er in plaats van in dienstverband?

	Antwoord	Label
Respondent	Ik verwacht dat wat ze beloven dat ze dat	- beloven wat ze

3	waarmaken. Dat ik op die manier mijn kraamgezinnen kan werken en dat hun het verloop er ook goed van doen. Bijvoorbeeld de facturatie en inschrijving bij de verzekeraar.	waarmaken - facturatie en zorgverzekering
Respondent 4	Ze werven klanten voor mij, dat is wat ik van ze verwacht.	- werven klanten
Respondent 5	Ze hebben natuurlijk de website, ze hoeven voor mij niet zoveel te doen. Alleen de rekening naar de verzekering sturen en zorgen dat het vergoed wordt. Ik krijg daar dan wel weer een rekening van, maar dat is prima. Dat is goed geregeld.	- facturatie en zorgverzekering
Respondent 6	De facturatie, dat is in eerste instantie het hoofddoel. Hoe dat bij hun zit weet ik niet, maar voor ons is het de facturatie. Het is voor ons als zzp'er heel moeilijk om contracten af te sluiten met de zorgverzekering en op deze manier lukt dat wel. Dus een hoger tarief voor hetzelfde werk.	- facturatie
Conclusie	De respondenten verwachten vooral dat de facturatie gedaan wordt. Respondent 4 geeft ook dat ze verwacht dat 'Kraamzorg 1 op 1' klanten voor haar werft.	

Tabel 10; Wat verwacht u van een medium als 'Kraamzorg 1 op 1'?

	Antwoord	Label
Respondent 3	Omdat je anders slecht aan de bak komt, verzekeraars betalen of veel minder of helemaal niet. Dan krijg je steeds minder gezinnen. Daardoor wordt je ook min of meer verplicht om het via 'Kraamzorg 1 op 1' te doen.	- anders weinig werk - inkomsten
Respondent 4	Uhm, omdat het niet echt een kraambedrijf is. Er zijn vrouwen die dan bewust zzp'ers kiezen. Dat is toch anders en fijner. Als je voor een bureau als zzp'er werkt, zijn ze niet altijd tevreden. Dan kom je als zzp'er en niet als iemand in dienst en dat vinden de kraamvrouwen dan raar. Nu weten ze wat ze kunnen verwachten dus dat is wel fijn. Ik heb niet voor een bemiddelingsbureau gekozen, omdat ze er teveel geld voor vragen. Bij 'Kraamzorg 1 op 1' betaal ik ongeveer 90 euro voor de facturatie enzovoort. En bij een bemiddelingsbureau vragen ze ongeveer 500 euro per kwartaal. Zoveel werk ik niet dus dan is het me dat niet waard. Iets meer dan 100 euro per gezin.	- geen kraambedrijf - goede voorwaarden (geld)
Respondent 5	Het is natuurlijk een heel mooi concept. Ik wist het al heel vroeg, omdat ik Marian Bakker ook ken. Ik heb altijd wel een duwtje in de rug nodig. Maar ik ben blij dat ik het wel goed gedaan heb.	- mooi concept - geen kraambureau
Respondent 6	Ja, daar zijn ze al heel lang mee bezig. Dat kwam via de Waarden eruit. Je krijgt gewoon een hogere vergoeding, als dat je je zorg bij een bemiddelingsbureau moet onderbrengen.	- betere vergoeding
Conclusie	'Kraamzorg 1 op 1' biedt de beste vergoeding en het is een uniek concept, omdat het geen kraambureau is.	

Tabel 11; Waarom heeft u voor 'Kraamzorg 1 op 1' gekozen?

	Antwoord	Label
Respondent 3	Wat wel heel fijn is, is dat ze heel veel documenten hebben die je kan gebruiken. Zorgplannen en voorbeeldformulieren.	- voorbeelddocumenten
Respondent 4	Papieren en het kenniscentrum. Je moet bepaalde punten hebben, als je hier niet aan voldoet kun je in ieder geval niet aanmelden bij 1 op 1. Dat checken ze wel, dat je scholing en alles up-to-date is.	- kenniscentrum - voorbeelddocumenten
Respondent 5	Eigenlijk wat ik net al zei, dat ze de facturatie voor mij regelen bij de verzekering. En de website, dat daten. Ik breng vaak veel gezinnen onder bij 'Kraamzorg 1 op 1', je bent een dier van je portemonnee als je het niet zo doet. We doen samen met de andere kraamverzorgers al bijscholing en we hebben groepsgesprekken waarin we gezinnen delen als we met de planning niet uitkomen. Dat doen we al zelf.	- facturatie - goed onderhoud website
Respondent 6	Alleen de facturatie.	- facturatie
Conclusie	Goede facturatie, zorgplannen en documenten	

Tabel 12; Wat heeft u nodig van een medium als 'Kraamzorg 1 op 1' om goed te functioneren?

	Antwoord	Label
Respondent 3	Ja, ik ben wel tevreden. Er zijn altijd dingen waarvan je denkt: lastig dat dat zo is, maar je hebt eigenlijk geen andere keus. Ik vind het wel een goed concept, maar ik krijg de laatste tijd steeds meer het gevoel dat het echt van de Waarden is. Met de protocollen die je opgelegd worden en hoe je je formulieren in moet vullen, maar je bent zzp'er en je werkt wel via 'Kraamzorg 1 op 1', maar ik zou daar meer vrijheid in willen hebben.	- tevreden - goed concept - teveel protocollen
Respondent 4	Ja, er zijn geen op- of aanmerkingen. Ze vragen het ook altijd of alles nog goed gaat en er zijn ook wel een aantal dingen opgelost. Ze pakken het wel goed aan eigenlijk. De voordelen zijn natuurlijk wel dat je mensen van tevoren leert kennen. Je kent hun wensen en wat voor soort mensen ze zijn. Dat is fijn, omdat je je dan een beetje kan voorbereiden. Als via een bureau gewoon ergens ingezet word, dan heb je de eerste paar dagen nodig om je aan te passen aan het gezin en dan moet je dat nog ontdekken. Als je er al eerder bent geweest werkt dat veel lekkerder.	- tevreden - van tevoren leren kennen
Respondent 5	Ja, het is gewoon leuk. Op de website begint het. 'Kraamzorg 1 op 1' is voor ons zzp'ers natuurlijk prachtig. Je kunt jezelf redden, je kunt je eigen overeenkomsten gebruiken en je doet zelf je intakegesprekken. Je hebt contact met de mensen. Je hebt geen bureau ertussen en dat is voor ons gewoon mooi.	- tevreden - 'daten' - geen bureau
Respondent 6	Ja hoor.	- ja
Conclusie	Iedere respondent geeft aan tevreden te zijn	

	over 'Kraamzorg 1 op 1', maar respondenten 3 geeft aan dat ze vind dat er veel protocollen zijn.	
--	--	--

Tabel 13; Bent u tevreden over 'Kraamzorg 1 op 1' ?

	Antwoord	Label
Respondent 3	Gewoon direct naar de gezinnen toe. Dus als gezinnen je direct vragen als gezinnen zo verzekert zijn dat de verzekeraar wel direct aan zelfstandigen uitbetaald. Ik vraag altijd aan gezinnen hoe ze verzekerd zijn en of ze mij direct willen uitbetalen. Dan pas laat ik ze inschrijven bij 'Kraamzorg 1 op 1'. Er zijn er een paar die dan echt via de website bij mij terecht komen, maar veel stuur ik erheen, zodat de vergoeding beter is. Ik ben benieuwd of het echt zo van de verzekeraar moet, of dat dat gewoon vanuit de organisatie is.	- direct via gezinnen - lastig in verband met zorgverzekering - eigen netwerk
Respondent 4	Ja via andere kraambureaus, die bellen mij ook regelmatig en ik heb mijn eigen website met meerdere kraamverzorgsters als een soort aanmeldingsportaal. Die gebruik ik ook om klanten te werven. Via 1 op 1 krijg ik ongeveer iets minder dan de helft van mijn klanten. Die andere kraambureaus zijn dat organisaties zoals de waarden? Ja, zoals de Waarden. Als het druk is dan bellen ze bijvoorbeeld mij om in te vallen. Of je tijd hebt om voor ze te komen werken.	- kraambureaus drukke periode - eigen portaal met andere kraamverzorgenden
Respondent 5	Ook bij andere kraambureaus heb ik een soort van gesolliciteerd en afspraken gemaakt. CV en alle spullen opgestuurd. Sollicitatiegesprekken vond ik wel leuk. Ik breng al mijn gezinnen onder bij 'Kraamzorg 1 op 1' of de andere kraambureaus. En de kraambureaus regelen de verzekering. Ik werk voor de kleine kraambureaus, zoals care4you. Dit zijn gewoon kraambureaus die zzp'ers inhuren als het druk.	- kraambureaus - eigen netwerk
Respondent 6	Ja, via bemiddelingsbureaus en andere kraambureaus, maar dat wordt steeds minder krijg steeds meer eigen gezinnen die terugkomen voor zorg. Je krijgt een heel netwerk om je heen van zzp'ers dus er komt vanzelf wel iets jouw kant op.	- bemiddelingsbureaus - eigen netwerk - kraambureaus
Conclusie	Naast 'Kraamzorg 1 op 1' werken de respondenten voor kraambureaus en bemiddelingsbureaus. Ook komen ze aan werk uit hun eigen netwerk.	

Tabel 14; Heeft u naast 'Kraamzorg 1 op 1' nog andere manieren om aan werk te komen?

	Antwoord	Label
Respondent 3	Bijvoorbeeld de uitbetaling, daar moet ik nu een maand op wachten. Dat vind ik echt lang. Ik vraag me af of het in alle gevallen zo moet gaan. Ik denk niet dat in alle gevallen het zo is dat 'Kraamzorg 1 op 1' de gelden dan pas binnen heeft, ik denk dat dat eerder is. Bijvoorbeeld het	- uitbetaling - ondertekening LIP-formulier - kopieën zorgplan

	LIP-formulier. Als je eerste indicatie niet veranderd, moet dat toch 3 keer getekend worden, ik snap dat niet. Als er toch niets veranderd hoeft dat toch ook niet getekend te worden. Als ik meer uren moet geven, vind ik het logisch dat er getekend moet worden. Ook de vochtbalans, temperatuurlijsten. Die moet ik bewaren. Het gezin krijgt de kopieën in het boekje en ik moet de originelen die ik eruit scheur bewaren. Maar is dit wel mijn taak? Ik ben toch niet verantwoordelijk voor die formulieren dat is toch de verloskundige?	
Respondent 4	Nee, ik vind het goed gaan zo. Ik kan niets bedenken wat veranderd zou moeten worden.	- niets
Respondent 5	Niets, ik vind het top. Je kunt alles zelf doen en het is een top website voor zzp'ers. We zijn er wel heel erg mee bezig geweest en zijn ook wel bijeenkomsten geweest. Er zijn natuurlijk wel dingen waar wij tegen aanlopen, dat geven wij aan en dat wordt dan geregeld. Ik vind het prima zo, van mij hoeft het niet anders. Ik vind het een prachtig concept. Als dit kan blijven, ja graag. Misschien dan inderdaad meer bijeenkomsten om ervaringen uit te wisselen, dat organiseren we zelf al, maar dat staat niet op de website. Je kan wel via Facebook wel een community maken, maar die is er ook al. We kunnen overal terecht, maar die bijeenkomsten vind ik wel fijn.	- niets - prima - meer bijeenkomsten om ervaring te delen
Respondent 6	De dada-shop werkt voor mij wel goed. Maar je krijgt ze van de Waarden en niet via 1 op 1. En het LIP-formulier, daar zijn ze gewoon laks in. Dat is al twee drie maanden zo. Je betaalt 7 en een halve euro, ik denk dat ik mijn eigen zorgplannen ga gebruiken. Die plannen zijn niet up-to-date, daar zijn ze nu mee bezig, maar dat duurt verschrikkelijk lang en ik vind dat dit niet kan. Ik vind het wel raar dat het uit de dada moet komen, want dat is van de Waarden, ik vind dat het vanuit 1 op 1 moet komen.	- formulieren updaten duurt lang
Conclusie	Respondent 3 geeft aan een snellere uitbetaling te willen, daarnaast geeft respondent 5 aan meer bijeenkomsten te willen. Respondent 6 vindt dat het updaten van de formulieren te lang duurt.	

Tabel 15; Wat zou u aan de organisatie van 'Kraamzorg 1 op 1' willen veranderen?

	Antwoord	Label
Respondent 3	Ik had al eerder van 'Kraamzorg 1 op 1', voordat ik ontslag nam. En kennis ervan genomen. Toen ik uiteindelijk ontslag heb genomen ben ik verder gaan kijken wat het precies was. Hoe dat in elkaar stak en wat ze me te bieden hadden. Er zijn natuurlijk altijd dingen die je pas weet als je het echt gaat gebruiken. Maar in principe was alles duidelijk	- ja, duidelijk - eerder in contact geweest
Respondent 4	Ja zeker, ook omdat ik collega's heb die mij vertelde dat het bestond en daardoor was het	- ja - uitleg collega's

	meteen duidelijk wat 1 op 1 voor mij kon betekenen en hoe het allemaal werkte.	
Respondent 5	Ja, ik was al vroeg betrokken bij 'Kraamzorg 1 op 1' en was één van de eerste op de website.	- ja - een van de eerste
Respondent 6	Via een bijeenkomst van de NBVK, daar hebben ze dit concept verzonnen. Ja in het algemeen hebben ze het concept uitgelegd. In eerste instantie zijn we bij de NBVK gewoon bezig geweest om contracten af te sluiten met zorgverzekeraars als zzp'er, maar daar is geen doorkomen aan. Dat is echt onmogelijk en toen is dit in het leven geroepen. Wij waren er al jaren mee bezig, maar wij kwamen niet verder.	- ja - NBVK
Conclusie	Respondent 3,4 en 5 zijn door collega's in aanraking gekomen met 'Kraamzorg 1 op 1' en hebben daar uitleg van gekregen. Respondent 6 heeft bij de NBVK de algemene uitleg ontvangen.	

Tabel 16; Was het voor u meteen duidelijk wat 'Kraamzorg 1 op 1' voor u kon betekenen?

	Antwoord	Label
Respondent 3	Ja, omdat je eigenlijk geen andere keus hebt. Je hebt anders eigenlijk te weinig werk om als zelfstandige te werken. De grootste reden is dus eigenlijk de inkomsten? Ja, de inkomsten. Er zijn wel verzekeraars die zo uitbetalen, maar er zijn er bij die maar 50% of 80% uitbetalen. Dan moeten ze de rest zelf betalen of je moet er genoeg mee nemen.	- ja - vanwege inkomsten
Respondent 4	Ja aan zzp'ers wel, omdat het tarief om te declareren niet zo hoog is en het is gewoon een hele leuke manier om een advertentie te plaatsen. De kraamvrouw plaatst een advertentie dat ze op zoek zijn en dan kun je reageren. Het is leuk en persoonlijk. Je weet ook zelf waar je heen gaat en dat is leuker dan dat je gewoon ergens geplaatst wordt en dat je de mensen niet kent.	- ja - goed tarief
Respondent 5	Ja, uiteraard. Ik leg hier met behulp van mijn vriend aan ander zzp'ers uit hoe het werkt. We hebben daar speciale bijeenkomsten voor. Ik blijf het zeggen, het is een prachtig concept voor de zzp'er.	- uiteraard - prachtig concept zzp'er
Respondent 6	Ja, omdat dit gewoon als beste werkt voor ons. Je krijgt een hoger tarief, alle formulieren kun je zo uitprinten, alles is duidelijk. De zorgplannen zijn ook super. Ik heb daar alleen maar positieve ervaringen mee.	- ja - hoger tarief - formulieren en plannen super
Conclusie	Ja, vanwege het goede tarief en de goede zorgplannen.	

Tabel 17; Zou u 'Kraamzorg 1 op 1' aanraden aan andere kraamverzorgsters die als zzp'er werken?

	Antwoord	Label
Respondent 3	Dat gaat wel goed. Als je natuurlijk net begint, moet je ook voor andere dingen zorgen zoals KVK-nummer en VAR. Maar als je dat allemaal hebt, is het inschrijfproces heel soepel. Dat ligt	- Goed

	aan jezelf hoe snel je dat doet.	
Respondent 4	Ja, ik stond er dezelfde dag nog op. Dus dat is vrij snel.	- snel
Respondent 5	Ja, dat ging eigenlijk heel erg goed. Ik ben gewoon gevraagd en heb me aangemeld, account gemaakt en een foto gestuurd. Dat ging heel makkelijk.	- heel goed
Respondent 6	Ja wel goed. Was allemaal heel duidelijk voor me.	- goed
Conclusie	Goed, geen klachten.	

Tabel 18; Hoe vindt u het inschrijfproces bij 'Kraamzorg 1 op 1'?

	Antwoord	Label
Respondent 3	Nee, dat verloopt soepel.	- nee
Respondent 4	Niets	- nee
Respondent 5	Nee, helemaal niets.	- nee
Respondent 6	Niets	- nee
Conclusie	Nee	

Tabel 19; Heeft u op- of aanmerkingen voor het inschrijfproces?

	Antwoord	Label
Respondent 3	Goed, heel tevreden. Je hebt maandelijks een nieuwsbrief en als er tussendoor wat is, krijg je tussendoor nog een mailtje met de stand van zaken. Het is nog wel een jong iets en dat moet ook settelen. Als ik zelf vragen heb mail of bel ik en wordt ik goed te woord gestaan, prima.	- heel tevreden - altijd netjes te woord gestaan
Respondent 4	Ik vind dat ook geel goed. Marian die belt ook gewoon als er problemen zijn en die vraagt hoe het gaat. Ze nemen het heel persoonlijk. En dat is juist het fijne dat persoonlijke contact.	- goed - persoonlijk
Respondent 5	Ja, ik heb heel erg veel persoonlijk contact. Er zijn maar twee, Marian en Marian. Wij kunnen elkaar 's nachts bellen als het nodig is.	- persoonlijk
Respondent 6	Prima, de nieuwsbrief komt eens per maand en ik vind dat ze alles goed communiceren.	- goed - nieuwsbrief werkt voldoende
Conclusie	Het persoonlijke contact word als fijn ervaren. De huidige communicatie voldoet in de behoeftes van de geïnterviewde respondenten.	

Tabel 20; Hoe vindt u de communicatie van 'Kraamzorg 1 op 1'?

	Antwoord	Label
Respondent 3	Ik heb het gevoel dat hoe het nu gaat dat het eigenlijk voldoende is. Ze houden je op de hoogte van de lopende zaken, ook rond het nieuw jaar hoe het met de verzekeraars gaat.	- hetzelfde
Respondent 4	Hetzelfde waarschijnlijk, wij zouden het wel leuk vinden als kraamverzorgster dat je je eigen klanten kan aanmelden. Als je bijvoorbeeld vijf jaar geleden bij iemand hebt gewerkt en die gene is weer zwanger dan moet je hen weer vertellen dat ze via 1 op 1 moeten aanmelden en mij dan	- hetzelfde - eigen klanten aanmelden

	moeten zoeken. Sommige mensen vinden dat lastig, die denken hoezo ik ken jou je kan toch gewoon bij mij komen kramen? Dus dan zou het fijn zijn als we zelf een soort link hebben om ze in te schrijven.	
Respondent 5	Ik denk niet dat dit nodig is. De mailtjes en nieuwsbrieven zijn voldoende. Ik heb daar meer dan genoeg aan.	- niet nodig - voldoende
Respondent 6	Eigenlijk hetzelfde zoals nu. Ik vind dat het prima gaat zoals het nu gaat.	- prima zoals het is
Conclusie	Prima zoals het nu is, niets veranderen.	

Tabel 21; Hoe wilt u in de toekomst benaderd worden door 'Kraamzorg 1 op 1'?

	Antwoord	Label
Respondent 3	Dat denk ik niet. Kraamverzorgsters zijn over het algemeen zorgende mensen en je moet ook wat van administratie afweten, maar ik heb wel een tweede kant van me leren kennen. Het is een hele kluit als je nooit iets met verzekeringen of belastingen gedaan hebt. Maar voor zzp'ers is 'Kraamzorg 1 op 1' eigenlijk noodzakelijk.	- eigenlijk noodzakelijk
Respondent 4	Ja en nee, want zodra je via 1 op 1 eigenlijk een overeenkomst maakt met een vrouw die bijvoorbeeld in augustus gaat bevallen, dan zit ik daar eigenlijk wel aan vast. Als ik dan op vakantie wil, zijn er eigenlijk vijf weken waarin zij kan bevallen, dus je moet daarin wel flexibel kunnen zijn. Of je moet geen klanten aannemen in die periode. Als je niet flexibel kan zijn, moet je eigenlijk als zzp'er voor bureaus als de Waarden blijven werken. Je belooft een gezin natuurlijk jouw gezicht en ze kiezen jou uit, het kan natuurlijk gebeuren dat je ziek wordt ofzo, maar daar worden ze niet blij van.	- ja en nee - mensen die moeite hebben met plannen niet
Respondent 5	Ja, dat denk ik wel. Ik ken er één die er mee stopt, die wacht liever op kraambureaus dat ze gebeld wordt, want die vind de onzekerheid niets. Het is zelf ondernemen, je moet het wel kunnen. Er is altijd een marge van 5 weken, die kun je niet inplannen. We zijn er wel voor elkaar om elkaar daarmee te helpen.	- ja - mensen die moeite hebben met plannen niet
Respondent 6	Ja, maar ik denk dat niet iedereen geschikt is om als kraamverzorgster te werken. Ik denk dat het voor sommige mensen moeilijk is om te plannen, of die willen nooit invallen en dan snap ik niet waarom je als zzp'er bent gaan werken.	- ja - niet iedereen geschikt als zzp'er
Conclusie	Ja, maar respondent 5 en 6 geven aan dat het zzp'er zijn niet voor iedereen geschikt is.	

Tabel 22; Is 'Kraamzorg 1 op 1' geschikt voor iedere kraamverzorgster?

	Antwoord	Label
Respondent 3	Het is nog vrij jong, ik mis niet echt dingen, maar ik denk wel dat sommige dingen aangepast kunnen worden en makkelijker kunnen gaan. Bijvoorbeeld 2 of 3 maanden heeft een gezin op mij gereageerd en ik heb gezegd dat ik niet die zorg ga doen. Maar als inlog staat hij nog steeds	- gezinnen in aanvraag - tevreden

	onder het kopje aanvragen. Er is geen knopje verwijderen of afgewezen. En nu blijft het staan, ik kan nergens een knopje vinden dat ik dat kan verwijderen.	
Respondent 4	Ja, ziet er mooi en strak uit, netjes.	- mooi en strak
Respondent 5	Niets, als er iets is waar ik tegen aanloop meld ik dit bij Marian en wordt dit gelijk opgelost. Er zijn natuurlijk wel haakjes en ogen, maar ik ben heel tevreden. Ik zit altijd even op de website te kijken en ik kijk er best wel veel op ook bij de nieuwsbrieven.	- niets - kijk veel op de website - haakjes en ogen meteen gemeld
Respondent 6	Ja.	- ja
Conclusie	Ja. Respondent 4 geeft aan: 'mooi en strak'. , maar respondent 3 geeft aan: gezinnen blijven tussen de aanvragen staan en die kunnen niet verwijderd worden.	

Tabel 23; Bent u over het algemeen tevreden over de website?

	Antwoord	Label
Respondent 3	Ik denk niet-roker, ik vind het wel erg als mensen roken. Woonplaats, het moet wel echt in mijn eigen regio zijn. Ik wil niet langer als een half uur in de auto zitten. De rest maakt me eigenlijk niet zoveel uit. Het is natuurlijk niet zozeer de woonplaats, maar de afstand dus eigenlijk de reistijd. Ik ga liever naar Hillegom, daar zit ik binnen een half uur, dan naar Alphen. De afstand is hetzelfde, maar de reistijd is heel erg verschillend.	- niet-roker/roker - woonplaats
Respondent 4	Het ras maakt me niet zoveel uit, zolang ze maar Engels en Nederlands praten. Althans voor ons niet. Je moet je inspelen in het gezin. Iedereen is anders. Wij komen in een gezin en wij moeten ons daarop aanpassen. Het is voor hun wel belangrijk. Het geloof maakt me ook niet uit. Huisdieren maakt mij ook niet uit. Andere collega's wel, maar ik ben niet bang van dieren en ik ben ook niet allergisch. Een roker/niet-roker, ja. Als ze roken in het huis vraag ik ze vriendelijk of ze dat niet willen doen waar ik bij ben. Natuurlijk vertel ik se sowieso dat het natuurlijk niet gezond is voor een kindje en zal ik het ze adviseren om het niet te doen. Maar er zijn nog steeds gezinnen waarin het wel gebeurd en dan vraag ik het gewoon vriendelijk om het niet te doen zolang ik er ben. Taal, naja je komt er altijd wel uit, maar het is wel fijn als ze gewoon Engels of Nederlands spreken. De opleiding maakt me ook echt niet uit, hetzelfde geldt voor woonplaats en interesses. Het is voor ons wel fijn als in we in wat hoger opgeleide, nette huizen komen, maar iedereen heeft recht op zorg. Dus daar gaan we ook gewoon netjes heen.	- taal - niet-roker/roker
Respondent	Ras en geloof is voor mij niet zo belangrijk. Voor	- taal

5	de kraamvrouw kan mijn geloof natuurlijk wel belangrijk zijn, maar mij maakt het niet uit welk geloof de kraamvrouw heeft. Huisdieren heb ik ook geen problemen mee. In een kraamgezin mag er natuurlijk sowieso niet gerookt worden, wel buiten roken natuurlijk, maar niet binnenshuis. Maar het maakt mij in principe niet uit of die mensen roken ja of nee. Taal vind ik wel belangrijk, als iemand heel gebrekkig Nederlands spreekt kun je je verhaal zo moeilijk kwijt. En als ze dan ook geen Engels spreken, is dat wel heel lastig. Opleiding maakt me ook niet uit, ik heb veel gezinnen die best wel goed verdienen en iets te besteden hebben. Mijn regio is groot, het maakt me eigenlijk niet zo uit waar ze wonen. Woonplaats is niet belangrijk. Ook de interesses maakt me niet uit. Iedereen is anders, achter ieder deur schuilt weer een ander gezin. Ik kan daar van genieten en van leren van alle verschillende gewoontes en culturen. Nee hoor, mooi.	
Respondent 6	Alleen woonplaats, de rest maakt me echt niet uit. Ik ben gek van beesten. Dit maakt me allemaal niets uit, alleen de woonplaats. Dat het ongeveer niet langer is dan een uur rijden ongeveer. Hoe ze eruit zien en hoe ze heten interesseert me helemaal niks. Ik vind dat je geen kraamvrouw moet worden als je wel eisen hebt. Je kunt niet zeggen dat je alleen maar de gezinnen doet die je leuk vindt.	- woonplaats
Conclusie	Taal, roker/niet-roker en woonplaats werden genoemd als belangrijke selectiecriteria	

Tabel 24; Welke selectiecriteria vind u het belangrijkste?

	Antwoord	Label
Respondent 3	Misschien kan er bij je profiel nog gezegd worden hoeveel kilometers je wilt rijden, volgens mij staat er al zo iets bij, maar ik weet het niet zeker. En een uitleg over de formulieren. Er is een nieuw formulier bijgekomen. Er zit geen uitleg bij hoe en wanneer je het moet gebruiken. Misschien een uitleg over de formulieren. Wanneer gebruik je wat en hoe moet je het invullen, want dit is mij nog niet duidelijk. Welke dingen zijn verplicht en welke dingen kun je invullen zoals je zelf wilt.	- aantal kilometers in profiel - uitleg formulieren
Respondent 4	Nee	- nee
Respondent 5	Wat misschien leuk zou zijn. We hebben natuurlijk dat groepsgesprek al, dus we doen het eigenlijk onderling al. Om je ervaringen uit te wisselen, daar heb je meerder bijeenkomsten voor nodig. Maar de website hoeft niet te veranderen.	- niets - bijeenkomsten kraamverzorgenden
Respondent 6	Er staat op de website dat de aanstaande moeder haar eigen kraamverzorgster kan kiezen. Dat is beknopt, want het werkt natuurlijk ook	- kraamvrouw kiest ons & wij kiezen kraamvrouw

	andersom. Dat vind ik dat dat wel wat duidelijker mag. Het is nu net of het is gemaakt voor de kraamvrouw, terwijl het andersom eigenlijk ook heel goed werkt. Het is niet helemaal eerlijk in mijn ogen.	
Conclusie	- kraamverzorgenden die kraamvrouwen kunnen aanmelden - bijeenkomsten om ervaringen uit te wisselen - uitleg formulieren - niet alleen de kraamvrouw kiest ons, maar wij kiezen hun ook	

Tabel 25; Wat mist u nog op de website?

	Antwoord	Label
Respondent 3	Er zijn hele kleine dingetjes, maar niet heel erg groot. Ja dat ene gezin dat dan blijft staan. Ook zou ik graag willen weten wat de kraamverzorgster ziet als ze inlogt. Dat vind ik jammer. Misschien een hand-out hoe het eruit ziet als een kraamvrouwen door de website loopt, bij aanmelden en ook welk bericht ze krijgt als ik vraag om een beoordeling. En misschien een preview van hoe mijn profiel eruitziet. Misschien ook een profiel van een collega, zodat je ideeën op kan doen voor je profiel. Ik vind het inderdaad wel heel handig dat er telefoonnummers en woonplaats van de collega's opstaan, voor als je ziek bent bijvoorbeeld.	- aanvraag blijft staan - geen inzicht in kraamvrouw-kant - bericht beoordeling - profielpreview - collega's profiel
Respondent 4	Ik zou eigenlijk wel willen weten wat de zwangere ziet als ze zich aanmeld op 'Kraamzorg 1 op 1'. Omdat ik nu zelf ook als zwangere sta aangemeld zie ik dat nu dus wel. Maar het is inderdaad wel leuk om te kijken waar je staat in de lijst en de beoordeling en reviews van jezelf en van je collega's. Ik kan mijn collega's verder niet zien op de website. Hoe doet u dat als u ziek bent? Heeft u in de buurt collega's of gaat dat via 'Kraamzorg 1 op 1'? Ja ze hebben een back-uplijst die je gewoon kunt bellen. Dan zie je een bericht opkomen met naam en locatie van de zwangere, en dan zou iemand kunnen gaan want ik ben ziek dan wordt het vaak op die manier opgelost. Als je de profielen van de collega's kan zien kun je natuurlijk wel al mensen van de bel lijst afhaken als er bijvoorbeeld een hond in het kraamgezin is. Kraamverzorgster die aangeven dat ze niet in gezinnen met huisdieren werken, die hoeft je dan niet meer te bellen.	- geen inzicht in kraamvrouw-kant - collega's profiel - eigen beoordeling
Respondent 5	Nee, ik vind alles heel goed geregeld, dingen die ik had heb ik al gemeld en dat wordt dan meteen opgepakt.	- alles goed
Respondent 6	Eigenlijk moet je die dossiers via de website van 1 op 1 kunnen bestellen. Gewoon invullen hoeveel je er wilt en een knopje van bestellen. Van mijn part betalen via iDeal of dat ze het inhouden van je salaris en dat je ook een factuur	- dossiers via 1 op 1 bestellen en niet dada-shop - inschrijfdatum kraamvrouwen nog

	krijgt. Ook als je een aanmelding krijgt van een gezin waar je al een keer gekraamd heb en ze zoeken je opnieuw op voor een nieuw kind, dan staat bij inschrijfdatum dezelfde datum als van het eerste kindje en dat kan zomaar drie jaar terug zijn. Dus de datum waarmee ze zich de eerste keer hebben aangemeld blijft staan, dit moet eigenlijk veranderen, want dat is een ander tarief als nu. Ook blijven sommige mensen er heel lang opstaan die dan iemand aanvragen waarvan de kraamverzorgster waarschijnlijk niet reageert. Die hebben dan al iets anders gevonden, maar ze staan nog wel op de website. Er staan ook mensen op die allang bevallen zijn, dat houden ze echt slecht bij.	steeds op eerste kind
Conclusie	Er is geen inzicht in wat de kraamvrouw ziet, geen inzicht in de collega's of eigen beoordeling, de inschrijfdatum van sommige kraamvrouwen zijn verouderd en formulieren aanvragen via de website en niet dada-shop.	

Tabel 26; Heeft u nog andere op- of aanmerkingen voor de website?

	Antwoord	Label
Respondent 3	Niet anders als bij een kraamverzorgster bij een organisatie. Een verloskundige heeft niets te zeggen over een keuze, maar als het gezin een advies vraagt aan de verloskundige, dan mag ze wel zeggen je kunt kiezen uit een organisatie of een zzp'er.	- adviseren
Respondent 4	Die zorgt dat de kraamvrouw zich aanmeldt voor kraamzorg en die raad vaak ook het bureau aan. Negen van de tien keer kiest de kraamvrouw ook het bureau dat de verloskundige aanraadt. Dus het is wel heel leuk als ze vertellen over 1 op 1. Dat is nog niet overal, maar hier in Haarlem wel heel veel. Ze noemen echt 1 op 1 en niet mij als zelfstandige. Als er vrouwen tussen zitten die een beetje kieskeurig zijn, dan zullen ze zeggen bij 1 op 1 kan je er eentje uitkiezen en kun je zelf bepalen wie er bij je in huis komt. Een soort van datingsite. met zulk soort types raden ze het wel aan. Ook bij hele natuurlijke mensen, zoals anti-vaccin. Mensen met een bepaald doel.	- adviseren
Respondent 5	De rol is eigenlijk best wel groot. De verloskundige kan de kraamvrouw best wel beïnvloeden. Ik merk dat heel veel verloskundigen 1 op 1 niet kennen en dat is heel jammer. En als ik dat dan uitleg dan vinden ze dat wel interessant. Er zijn op het moment verloskundigenpraktijken bezig om samen te voegen met kraamzorginstantie/kraamzorggroep. Wij zijn ook bezig in Den Haag, zodat ze ons kunnen benaderen. Ik word zelf ook gebeld door verloskundigen. Waar ligt de grens van een zzp'er en een kraambureau. Ik weet wel dat zzp'ers heel gewild zijn, ze lopen toch net even	- grote rol - adviseren

	harder en zijn vooral ook flexibeler dan een kraamverzorgende bij een organisatie. Ik zeg niet dat een gewone kraamverzorgende haar best niet doet, maar het is wel zo. We werken niet anders, maar ik kan toch net flexibeler werken.	
Respondent 6	Het is aan de cliënt, maar het verschilt per praktijk. Er zijn ook praktijken die zeggen dat ze geen reclame voor ons willen maken. Ook de zorgverzekering geeft aan waar ze contracten mee hebben bij het kraamgezin. Er staat vaak een lijstje op de website, bemiddelingskantoren staan hier ook vaak bij. Iedereen die contracten heeft met een zorgverzekering.	- verschilt per praktijk - adviseren - ook verzekering - geen 1 op 1
Conclusie	Een adviserende rol, daarnaast heeft de verloskundige een grote invloed.	

Tabel 27; Welke rol speelt de verloskundige?

	Antwoord	Label
Respondent 3	Niet altijd, vaak met een probleem wordt er wel voor een zzp'er gekozen, omdat ze dan zeker weten of deze persoon daar ervaring mee heeft en je dan ook zeker weet dat die persoon in de kraamweek komt werken, met een organisatie weet je toch eigenlijk nooit wie er binnenkomt. Het ligt aan de praktijk of ze het aanbevelen of niet. Eén praktijk hier weet ik dat ze totaal niet met zzp'ers werken en bij een andere heb ik heel erg goede contacten mee. Er is een groepje van zzp'ers. Als er een gezin is, wordt er één gebeld en zo komt het gezin vanzelf bij één van ons terecht. Zo hebben we een contactkring met elkaar. Maar over het algemeen worden zzp'ers wel genoemd als keuze? Ja, bij de meeste verloskundigenpraktijken wel.	- verschil per praktijk - niet 'Kraamzorg 1 op 1' genoemd
Respondent 4	Als er vrouwen tussen zitten die een beetje kieskeurig zijn, dan zullen ze zeggen bij 1 op 1 kan je er eentje uitkiezen en kun je zelf bepalen wie er bij je in huis komt. Een soort van datingsite. met zulk soort types raden ze het wel aan. Ook bij hele natuurlijke mensen, zoals anti-vaccin. Mensen met een bepaald doel. Dus als de verloskundige de zzp'ers meer noemt, dan zullen meer kraamvrouwen voor zzp'ers gaan kiezen denkt ut? We hebben heel veel mensen ook die juist ontevreden waren bij een organisatie en daarom nu iets kleins zoeken als een zzp'er. Ik denk echt negen van de tien klanten die ik heb gehad tot nu toe. Het is wat persoonlijker vind ik en mijn klanten tot nu toe vinden dat ook.	- Haarlem vaak 'Kraamzorg 1 op 1' genoemd
Respondent 5	Ja, zoals ik net al zei soms wel, soms niet. Het ligt aan de verloskundigenpraktijk, soms kennen ze 'Kraamzorg 1 op 1' niet en dat is dan wel jammer.	- verschil per praktijk - niet 'Kraamzorg 1 op 1' genoemd.
Respondent	Nee, hier in de buurt vaak naar de	- nee

6	kraamverzorgster verwezen en niet naar 1 op 1.	- wel kraamverzorgster
Conclusie	Verschilt per regio, vaak worden de kraamverzorgenden genoemd en niet 'Kraamzorg 1 op 1'.	

Tabel 28; Worden kraamvrouwen weleens naar 'Kraamzorg 1 op 1' doorverwezen?

Welke wensen en behoeften hebben kraamvrouwen?

	Antwoord	Label
Respondent 7	Nee, 1 ^e kindje.	1 ^e
Respondent 4	3 ^e kindje, 12 en 8.	3 ^e
Respondent 8	Ja nog 2 kinderen. De oudste is 7 en de tweede is 4	3 ^e
Conclusie	De respondenten hebben over het algemeen al meerder kinderen.	

Tabel 29; Heeft u meerdere kinderen?

	Antwoord	Label
Respondent 7	Dat ze er is voor de moeder en de baby, we wisten echt van niks. Ze moest dus bij het begin beginnen met hoe moet je luiers verschonen enzovoort. Daarnaast een beetje het huishouden, maar dat staat niet voorop.	- baby en moeder - huishouden
Respondent 4	Ja, ik ben zelf kraamverzorgsters dus ik hoop dat mijn kraamverzorgster deskundig is, vriendelijk en goed in de omgang, zoals ik zelf ook probeer te zijn.	- deskundig - goed in omgang
Respondent 8	Deskundigheid, hartelijkheid en ook zorg voor de andere kinderen en prettige bejegening. Gewoon vlot in de omgang.	- vlot in omgang - deskundig
Conclusie	De respondenten verwachten een kraamverzorgende die vlot in de omgang is en deskundig/professioneel.	

Tabel 30; Wat verwacht u van een kraamverzorgende?

	Antwoord	Label
Respondent 7	Ik werd erop gewezen door mijn verloskundigenpraktijk. Die vroegen of ik al iemand had en die waren bekend met de kraamverzorgster. Die hebben mij eigenlijk naar haar gestuurd. Als ik nog een keer zwanger raak, zou ik het weer zo doen. Je weet wie er komt, vooraf heb je een afspraak om elkaar te leren kennen. Als het niet klikt kun je gelijk zeggen van: ik denk niet dat dit hem gaat worden. Dat vind ik heel fijn. Ik bel haar op en ik weet gewoon wie er bij me in huis komt. Bij een organisatie is het altijd maar afwachten wie er dienst heeft en afwachten wie er bij je voor de deur staat. Als je heel erg pech hebt, moet je na drie dagen ook nog een wisselen. Dat lijkt me vreselijk, dan ben je net aan iemand gewend en die weet net waar je spullen staan en dan moet je weer opnieuw beginnen. Ik vond dit echt een aanrader.	- verloskundige
Respondent 4	De tweede was prematuur dus toen ben ik in het ziekenhuis gebleven. En mijn eerste is in Spanje geboren en daar bestaat geen kraamzorg. Dan houdt het op.	- eigen kring
Respondent 8	De eerste was gewoon bij de Waarden, we wisten niet van zzp'ers af, maar toen had ik twee kraamverzorgsters in één week en bij de tweede	- eigen netwerk

	wilde we dit niet meer. Toen had ik Marja ontmoet in de kerk en wist dat ze ook bij de Waarden werkte. Op die manier hebben we toen een voorkeur aangevraagd en is Marja bij ons gekomen. Dit is zo goed bevallen dat we bij ons derde kindje ook voor Marja hebben gekozen, die toen toevallig aan het begin van mijn zwangerschap net als zzp'er begon. We hebben de eerste keer ook niet georiënteerd naar andere mogelijkheden en gewoon op het advies van de verloskundige bij de Waarden ingeschreven.	
Conclusie	De respondenten geven aan dat een zzp'er voornamelijk in de eigen kring wordt gezocht en anders via de verloskundige.	

Tabel 31; Waarom heeft u (deze keer) voor een zzp'er gekozen?

	Antwoord	Label
Respondent 7	Naja via de verloskundige ben ik bij de kraamverzorgster terecht gekomen en via haar bij 'Kraamzorg 1 op 1'. Voor de verzekering.	- kraamverzorgster
Respondent 4	Doordat ik er natuurlijk zelf ook gebruik van maak als kraamverzorgster.	- werk
Respondent 8	Via Marja, de kraamverzorgster.	- kraamverzorgster
Conclusie	Via de kraamverzorgster wordt er aangemeld op 'Kraamzorg 1 op 1'.	

Tabel 32; Hoe bent u bij 'Kraamzorg 1 op 1' terecht gekomen?

	Antwoord	Label
Respondent 7	Ik ben niet heel erg diep de website ingedoken, maar ik denk dat je het moet zien als een soort bemiddeling tussen een aanstaande moeder en een kraamverzorgende. Ik verwacht wel dat er alleen betrouwbare mensen op de website zitten. Voor hetzelfde geld heb je iemand zonder ervaring en diploma's.	- screening - bemiddeling
Respondent 4	Uit mijn rol al zwangere, dat alles goed is geregeld en dat ik me als zwangere nergens zorgen over hoeft te maken.	- regelen verzekering - afhandelen problemen
Respondent 8	Dat ze zorgen dat de kraamverzorgster haar werk kan doen en dat alles met de verzekering inderdaad goed geregeld is. Want, als ik de kraamverzorgster met mijn verzekering meer zou kunnen betalen, had ik waarschijnlijk niet naar 'Kraamzorg 1 op 1' gegaan.	- verzekering - zorgen dat kraamverzorgster werk kan doen
Conclusie	De respondenten verwachten dat vooral de bemiddeling en de bemiddeling met de verzekering voor hun geregeld wordt.	

Tabel 33; Wat verwacht u van een medium als 'Kraamzorg 1 op 1'?

	Antwoord	Label
Respondent 7	Ik was eigenlijk alleen met de Waarden bekend. Gewoon omdat ik het een fijn idee vind dat je weet wie er komt en dat je weet wat je in huis haalt. Ik vond dit eigenlijk wel een fijn idee, daarom heb ik niet voor de Waarden gekozen. Ook zijn ze flexibeler in haar uren. Een	- aanraden verloskundige - weet wie er in huis komt - flexibel

	kraamverzorgster bij een organisatie moet tussen een bepaalde tijd beginnen en mijn kraamverzorgster is ook wel eens een keertje later gekomen, omdat we wilde uitslapen en dat was dan geen probleem.	
Respondent 4	Puur, omdat ik mijn zus als kraamverzorgster wil hebben en via 'Kraamzorg 1 op 1' wordt het door de zorgverzekering vergoed, maar als die niet in beeld was zou ik wel via 1 op 1 een kraamverzorgster zoeken. Dan heb je gewoon een gezicht bij wie er komt en is het minder spannend. Dat is één zorg minder in de zwangerschap.	- bekende is kraamverzorgster - verzekering
Respondent 8	Puur om het feit dat we Marja als kraamverzorgster wilde en zij ons vertelde dat we dan bij 'Kraamzorg 1 op 1' moesten inschrijven. Het is namelijk gewoon heel fijn, ook voor de andere kinderen, dat je gewoon één kraamhulp hebt. Dat was bij de eerste niet fijn. Dan heb je nog geen andere kinderen rondlopen, maar bij de tweede wilde we dit niet. Het is al een hectische tijd en dan probeer je toch voor je andere kind te zorgen dat alles zo rustig mogelijk verloopt. Stel, uw kraamverzorgster stopt ermee en u zou nog een keer zwanger raken, zou u dan wel weer voor 'Kraamzorg 1 op 1' kiezen? Ik denk toch dat ik eerder zou kijken in de omgeving en aan Marja vragen of ze nog mensen kent die de zorg kunnen doen. Via het netwerk, via-via. Ik weet niet of ik op die website dan een kraamverzorgster uit zou zoeken. Dat heb ik nu niet gedaan, dus ik weet het niet. Ik denk wel dat ik zou kijken en de profielen zou doornemen. Maar echt bewust alleen bij 'Kraamzorg 1 op 1' kijken, nee	- één gezicht - via kraamverzorgster - weet wie er binnen komt
Conclusie	De respondenten geven aan dat ze het belangrijk vinden dat er één gezicht is binnen de kraamweek en dat ze van tevoren weten wie er na de bevalling bij de in huis komt.	

Tabel 34; Waarom heeft u voor 'Kraamzorg 1 op 1' gekozen en niet voor een andere organisatie?

	Antwoord	Label
Respondent 7	Het was allemaal wel redelijk duidelijk. Je kunt zoeken en jezelf aanbieden. Eigenlijk wel heel duidelijk, heel overzichtelijk. Ik heb eigenlijk niets, ik ben er niet echt heel diep op ingegaan.	- duidelijk
Respondent 4	-	-
Respondent 8	Eigenlijk ging alles heel vlotjes. Ik meldde mijzelf aan en ging naar Marja opzoek. Dit leverde eigenlijk geen problemen op. Voor de rest is alles heel voorspoedig gelopen.	- vlot - geen problemen
Conclusie	De geïnterviewde kraamvrouwen hebben niets op te merken aan de organisatie.	

Tabel 35; Wat zou u verbeteren aan de organisatie van 'Kraamzorg 1 op 1'?

	Antwoord	Label
Respondent 7	Ja, het was duidelijk dat kraamverzorgsters opzoek zijn naar een gezin en andersom. Dat het eigenlijk een soort bemiddelingsbureau is. Voor mij in ieder geval volkomen duidelijk, maar misschien ook wel, omdat mij van tevoren is verteld wat het is. Misschien als je geen ervaring hebt of nieuw ben is het anders.	- bemiddeling - matchsysteem - duidelijk
Respondent 4	-	
Respondent 8	Ja, het was meteen duidelijk ook, omdat Marja het van tevoren had uitgelegd een beetje.	- duidelijk
Conclusie	Het was vrijwel meteen duidelijk wat 'Kraamzorg 1 op 1' kon betekenen voor de kraamvrouwen, ook was het van te voren uitgelegd.	

Tabel 36; Was het voor u meteen duidelijk wat 'Kraamzorg 1 op 1' voor u kon betekenen?

	Antwoord	Label
Respondent 7	Ik blijf er eigenlijk gewoon op terugkomen, ja dat is het gewoon. Ik vond het zo fijn dat ik weet wie er kwam, dat vond ik echt heel fijn. Dat zou ik aanraden om dat ook te doen.	- ja - weet wie er komt
Respondent 4	Ik zou het wel doen vanuit mijn rol als kraamverzorgster en kraamvrouw, ik hoor van veel van mijn gezinnen dat ze het persoonlijke contact vanaf het intakegesprek heel fijn vinden en dat ze het heel fijn vinden dat ze weten wie er komt als ze net bevallen zijn. Het neemt een aantal onzekerheden weg. Ik merk dat ik het zelf inderdaad ook heel prettig vind, nu ik zwanger ben.	- ja - weet wie er komt
Respondent 8	Ja, we hebben het ook al aan andere aangeraden. We hadden natuurlijk wel oriëntatiegesprek met Marja. En we waren wel benieuwd wat er zou gebeuren als ze ziek werd, maar dat had ze wel al geregeld. Dat was eigenlijk onze enigste vraag, want bij een organisatie komt er gewoon een ander en bij een zzp'er wisten we het nog niet. Waarom zou u het dan aanraden? En puur omdat je weet wie er bij je in huis komt en dat je maar één gezicht in huis hebt.	- ja - al gedaan - weet wie er komt - één gezicht in huis
Conclusie	Ja, omdat de kraamvrouw weet wie er komt en zeker is van één gezicht in huis.	

Tabel 37; Zou u 'Kraamzorg 1 op 1' aanraden aan andere kraamvrouwen?

	Antwoord	Label
Respondent 7	Ja, ging ook allemaal vlotjes. Ik kreeg een mailtje ter bevestiging. Geen klachten over.	- geen klachten
Respondent 4	Eigenlijk ging dat inderdaad heel soepel ik had me zo ingeschreven en alles was duidelijk.	- soepel - vlotjes
Respondent 8	Ging allemaal heel soepel, sprak allemaal voor zich. Ook dit had Marja van tevoren uitgelegd.	- soepel - sprak voor zich
Conclusie	Er zijn geen klachten, het verloopt soep en het spreekt voor zich.	

Tabel 38; Hoe vindt u het inschrijfproces bij 'Kraamzorg 1 op 1'?

	Antwoord	Label
Respondent 7	Nee	- nee
Respondent 4	Nee	- nee
Respondent 8	Nee	- nee
Conclusie	Nee	

Tabel 39; Heeft u op- of aanmerkingen voor het inschrijfproces?

	Antwoord	Label
Respondent 7	Ja eigenlijk heb ik alleen de bevestigingsmail gehad. Geen nieuwsbrief, maar ik vind het eigenlijk wel fijn dat je niet gelijk een nieuwsbrief krijgt als je ergens je emailadres achterlaat. Misschien dan zetten van wil je het ja of nee.	- bevestigingsmail - prima
Respondent 4	Ik heb van mijn profiel als zwangere niet echt iets meegekregen, omdat ik mijn kraamverzorgster al gevonden had, en me voor haar aangemeld heb.	- geen communicatie
Respondent 8	Ik heb niet echt contact gehad met 'Kraamzorg 1 op 1', maar zover ik contact gehad heb was het wel prima. Het is voor mij de derde dus dan hoeft het vele contact en alle speciale aanbiedingen voor mij ook niet meer.	- niet echt contact - is goed bevallen
Conclusie	Er is vrijwel geen contact tot een oppervlakkig contact geweest met 'Kraamzorg 1 op 1'. Respondent 8 heeft dit als prettig ervaren, omdat ze zoveel informatie niet meer nodig heeft bij een derde kindje.	

Tabel 40; Hoe vindt u de communicatie van 'Kraamzorg 1 op 1'?

	Antwoord	Label
Respondent 7	Ja...Goede vraag. Ik zou dan gelijk die kraamverzorgster bellen. Ik denk niet dat ik zelf weer via 'Kraamzorg 1 op 1' zou doen. Ja, het moet natuurlijk voor de verzekering, maar echt actief zoeken naar een kraamverzorgende zal ik niet doen denk ik.	- niet - via kraamverzorgster
Respondent 4	-	-
Respondent 8	Eigenlijk niet, ik denk dat ze het zo goed doen. Ik heb geen dagelijkse mailtjes enzo gehad en dat vond ik wel prettig van die aanbiedingen bij winkels hoeft van mij ook niet zo, misschien bij een eerste kindje wel, maar nu bij de derde heb ik toch al heel veel al in huis. Bij een eventuele zwangerschap, zou ik teruggaan naar mijn vorige kraamverzorgster en niet naar 1 op 1.	- niet - via kraamverzorgster
Conclusie	De respondenten geven aan niet benaderd te willen worden door 'Kraamzorg 1 op 1', omdat ze een volgende zwangerschap direct bij de vorige kraamverzorgster willen regelen en niet via 'Kraamzorg 1 op 1'.	

Tabel 41; Hoe wilt u in de toekomst benaderd worden door 'Kraamzorg 1 op 1'?

	Antwoord	Label
--	-----------------	--------------

Respondent 7	Ik zie het bij mijn schoonzusje die is twee weken terug bevallen en die hebben een hond. Die heeft aangegeven bij de Waarden dat ze iemand wilde die gek is op honden. Mijn kraamverzorgster was niet gek op honden, dus dat had sowieso niet gewerkt. Nu kun je dat bij 'Kraamzorg 1 op 1' ook wel aangegeven. Maar mijn schoonzusje heeft de Waarden dan wel prettig ervaren en dat is hun voordeel dan, als het niet klikt kun je bellen en krijg je een andere kraamverzorgster. Ik denk niet dat er een bepaald type voor een zzp'er gaat. Ik denk ook dat ik geen prototype van iets ben, maar gewoon doorsnee. Ik denk dat het voor iedereen goed is.	- ja - kiezen voor het onbekende
Respondent 4	Ik denk dat het wel voor iedereen geschikt is, alleen dat sommige mensen het niet zo snel zouden doen, omdat het toch een soort van nieuw is voor een hoop mensen. Maar mensen met een slechte ervaring met de gewone kraamzorgorganisatie of kieskeurige mensen zullen het wel sneller kiezen.	- ja - kieskeurige mensen - mensen met slechte ervaring met gewone kraamzorg
Respondent 8	Ja in principe wel. Alleen misschien bij complexe situaties, dat je zeker weet dat je een ervaren kraamverzorgster hebt en niet iemand die net begonnen is.	- ja - niet bij complexe situaties - onzekerheid
Conclusie	De respondenten denken dat 'Kraamzorg 1 op 1' geschikt is voor alle vrouwen, toch is het voor vrouwen met een slechte ervaring met gewone kraamzorg of kieskeurige mensen een kleinere stap om te zetten.	

Tabel 42; Is 'Kraamzorg 1 op 1' geschikt voor alle kraamvrouwen vrouwen?

	Antwoord	Label
Respondent 7	Ja, zoals ik al zei heb ik er niet heel veel mee gedaan. Maar om de goede kraamverzorgster te vinden en de zorg te regelen dat ging heel goed.	- ja
Respondent 4	Ik heb wel even zitten kijken natuurlijk, omdat ik heel benieuwd was hoe een kraamvrouw in de website kijkt, maar het zag er leuk en overzichtelijk uit.	- ja - overzichtelijk
Respondent 8	Ja het zag er voordereest netjes en duidelijk uit en het sprak voor zich. Ik heb het niet echt gebruikt, omdat ik alleen ingeschreven had op verzoek van Marja.	- ja - duidelijk
Conclusie	Ja, het is duidelijk en overzichtelijk	

Tabel 43; Bent u over het algemeen tevreden over de website?

	Antwoord	Label
Respondent 7	Geloof zou voor mij niet uitmaken. Geslacht, ik zou het liefst een vrouw hebben. Ras ook niet echt, als ze maar Nederlands praat denk ik dan. Huisdieren is wel belangrijk, net zoals bij mijn schoonzus. Roker/ niet-roker vind ik wel belangrijk. Ik moet eerlijk zeggen mijn schoonzus had een roker en ik vond het raar dat ze rookte. Je stinkt toch naar rook, maar ik denk toch dat ik liever een niet-roker wil hebben. Taal	- geslacht - taal - roker/niet-roker - opleiding

	is natuurlijk belangrijk, dat ze gewoon Nederlands spreekt. Opleiding moet ze natuurlijk ook gewoon gedaan hebben. Woonplaats en interesses maakt me niet zoveel uit. Ik vond het wel raar dat die kraamverzorgster van mijn zus rookte, het is waarschijnlijk een stereotypering. Ze ging altijd wel netjes haar handen wassen, maar nee ik vond het niks.	
Respondent 4	Ik heb mijn zus als kraamverzorgster. Maar als ik dan zou moeten kiezen. Uiteraard is een opleiding belangrijk, daarnaast moet ze wel de taal spreken en natuurlijk een klik hebben, voordereest zou het me niet erg uitmaken.	- opleiding - taal - klik
Respondent 8	Opleiding, Geloof, roker/niet-roker, taal, interesses, woonplaats, huisdieren, ras. Ik denk dat ik ze zo wel heb. Ik vind het natuurlijk belangrijk dat ze een goede opleiding hebben, ook het geloof is voor ons heel erg belangrijk. Taal ook ze moet ook wel met de andere kinderen kunnen communiceren en dat iemand goed verstaanbaar is.	- opleiding - geloof - roker/niet-roker
Conclusie	De belangrijkste eigenschappen die alle respondenten aangaven waren: taal en opleiding, daarnaast is voor respondent 8 ook het geloof belangrijk. Voor respondent 7 is het belangrijk dat een kraamverzorgster niet rookt.	

Tabel 44; Welke selectiecriteria vind u het belangrijkste?

	Antwoord	Label
Respondent 7	Nee eigenlijk niet, ja die selectiecriteria lijkt me wel handig inderdaad.	- selectiecriteria
Respondent 4	-	
Respondent 8	Niets	- niets
Conclusie	Niets	

Tabel 45; Wat mist u nog op de website?

	Antwoord	Label
Respondent 7	Nee, zoals ik al zei heb ik hem niet veel gebruikt, alleen om mijn kraamverzorgster te vinden.	- nee
Respondent 4	-	
Respondent 8	Nee	- nee
Conclusie	Nee	

Tabel 46; Heeft u nog andere op- of aanmerkingen voor de website?

	Antwoord	Label
Respondent 7	De verloskundige vroeg eigenlijk of ik al een keuze had gemaakt. Hun kennen mijn kraamverzorgster en hebben ervaring met haar. Dus toen raadde ze haar aan. Ik ben natuurlijk vrij om ook naar de Waarden te gaan, dat maakte de verloskundige niet uit. Toen ben ik eigenlijk naar die kraamverzorgster gegaan. Ik zou haar echt zo weer bellen. Onderzoek is niet	- aanraden zzp'er - geeft advies

	voor haar, maar ik wil wel gezegd hebben dat ze top is.	
Respondent 4	Bij mij niets, aangezien mijn zus kraamverzorgster is en ik gelijk voor haar heb gekozen.	
Respondent 8	Bij de eerste heeft ze de Waarden aanbevolen, bij de tweede zijn we daar eigenlijk gebleven, omdat Marja daar werkte als kraamverzorgster. Bij de eerste krijg je een foldertje en dan grijp je dat aan. Bij de tweede zijn we gaan kijken hoe we het konden regelen dat we één kraamverzorgster kregen in plaats van twee in die week. We zijn toen op zoek gegaan naar iemand die dat kon doen en zo zijn we eigenlijk bij Marja gekomen, omdat we die kenden uit de kerk.	
Conclusie	Bij respondent 7 en 8 speelde de verloskundige bij het eerste kindje een adviserende rol, het advies van de verloskundige is ook gevolgd. Bij het tweede en derde kindje van respondent 8 is er gekozen voor iets anders, omdat de zorg bij het eerste kindje niet zo is ingevuld als dat ze gewild hadden.	

Tabel 47; Welke rol speelt de verloskundige in uw keuze?

	Antwoord	Label
Respondent 7	Dat weet ik eigenlijk niet, misschien moet je het echt een keer horen en/of ervaren om het te doen. Iedereen kent hier de Waarden en iedereen is er tevreden mee. Het is natuurlijk ook wel zo. Als het gesprek klikt en daarna niet meer dan heb je wel een probleem. Ik denk dat veel vrouwen het een keer gehoord moeten hebben of een ervaring van een vriendin, dat ze dan daar voor kiezen. Ik zou 'Kraamzorg 1 op 1' nooit bedacht hebben. Ik zou nooit geweten hebben dat dat kon. De Waarden is zeg maar een veilige keuze en het is bekend, een zzp'er moet je echt voor kiezen, daar hebben nog niet heel veel mensen ervaring mee en dat is dus voor sommige mensen niet echt te doen, omdat ze niet weten wat ze ervan moeten verwachten. Een verloskundige kan zeggen dat ze er goede ervaringen mee hebt, maar het moet ook maar klikken. Ik weet het niet precies. Ik zou het wel weer doen in ieder geval.	- meer vrouwen bekend mee, dan meer vrouwen kiezen voor zzp'er. - zzp'er nog niet bekend
Respondent 4	-	
Respondent 8	Ja, dat denk ik wel. Het is voelde voor ons een beetje onzeker de eerste keer met een zzp'er, we wisten niet of alles wel helemaal goed geregeld was. Je moet je daar wel beter op informeren. Als het rond is moet het natuurlijk in principe geen punt zijn. Als u bij de eerste zwangerschap was verteld over zzp'ers, zou u dat dan overwogen hebben? Ja, dan wel. Het zou eigenlijk in de informatie meegenomen	- ja - meer informatie

	moeten worden in de informatie. Volgens mij hebben ze ene informatiekoftje die ze uitdelen, daar zou een folder van 'Kraamzorg 1 op 1' dan bij kunnen. Dat moet kunnen.	
Conclusie	Respondent 7 en 8 geven aan dat als er meer informatie was over zzp' er en/of 'Kraamzorg 1 op 1' dat ze het in overweging hadden genomen en denkt dat dit bij andere vrouwen ook zo zal zijn.	

Tabel 48; Denkt u dat andere kraamvrouwen vrouwen voor 'Kraamzorg 1 op 1' kiezen als het door de verloskundige wordt genoemd?

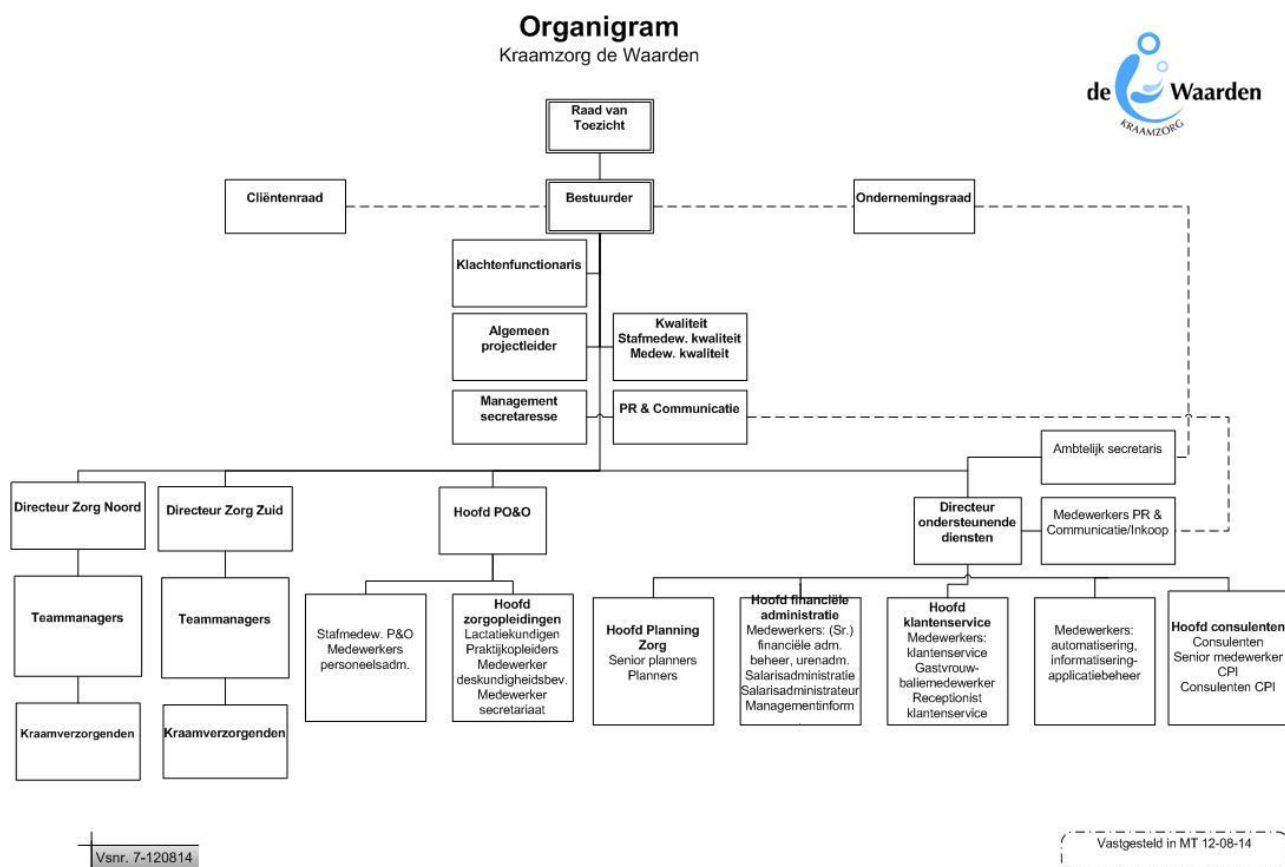
Enquêtes

	Uitstraling van de website	Werkwijze van de website	Welk aspect van de website zou je willen verbeteren?
Respondent 1	Tevreden	Tevreden	-
Respondent 2	Heel tevreden, website is mooi en duidelijk	Heel tevreden	Website is prima, het is alleen jammer dan 1 op 1 in het noorden nog niet bekend is en dat de zorgverzekeraar de deur dicht houdt. Ik weet dat jullie het blijven proberen.
Respondent 3	Tevreden	Tevreden	Het invullen is tijdrovend, kan dat niet anders? Een formulier waar je al je diploma's, certificaten etc kan downloaden
Respondent 4	Tevreden	Tevreden, alleen snapte ik niet hoe ik mijn lidmaatschap kon verlengen. Dat was voor mij erg onduidelijk.	-
Respondent 5	Heel tevreden, makkelijk en overzichtelijk	Heel tevreden, ook voor de kraamgezinnen is het makkelijk om in te vullen	Iets meer bekendheid van Kraamzorg 1 op 1 bij verloskundigen
Respondent 6	Tevreden	Tevreden	Weet ik niet. Het is mij tot nu toe goed bevallen deze werkwijze en hoop dat het in 2015 ook zo gaat.
Respondent 7	Tevreden	Tevreden	-
Respondent 8	Tevreden	Tevreden	Ik ben tevreden en heb geen verbeterpunten
Respondent 9	Tevreden	Tevreden	-
Respondent 10	Tevreden	Tevreden	-
Respondent 11	Tevreden/heel tevreden	Heel tevreden	-
Respondent 12	Tevreden	Tevreden	Geen
Respondent 13	Heel tevreden	Heel tevreden	Niets
Respondent 14	Heel tevreden	Tevreden, ik zou het handig vinden om (bij het landenkaartje waar de pijltjes staan) direct naar diegene te gaan. Nu is het zo dat je bij het pijltje wel de naam	Zie mijn punt over de namen bij pijltjes, voorderest ben ik heel tevreden

		ziet, maar moet je eerst door de lijst scrollen om die naam te vinden.	
Respondent 15	Heel tevreden	Heel tevreden	-
Respondent 16	Tevreden, frisse site	Heel tevreden	Ter overweging: bij kraamzorg impressie , nog wat frisse foto's toevoegen.
Respondent 17	Heel tevreden	Tevreden	Misschien nog iets voor expats/ Engels talige mensen (er zijn er veel in Dem Haag
Respondent 18	Tevreden	Tevreden	-
Respondent 19	Tevreden	Tevreden	-
Respondent 20	Tevreden, mooie website, maar omdat Kraamzorg 1 op 1 hier plaatselijk niet bekend is, heeft het voor mij weinig toegevoegde waarde	Tevreden	Ik denk dat het beter zou zijn wanneer informatie over de verschillende kraamverzorgenden op de website ook bereikbaar zou zijn voor mensen die zich nog niet hebben ingeschreven. Nu is het zo dat kraamvrouwen die nog in de oriënterende fase zijn mogelijk afgeschrikt worden omdat ze zich eerst moeten inschrijven voordat ze meer informatie vinden over wie er dan mogelijk bij ze in huis zou komen.
Respondent 21	Tevreden	Tevreden	Er zullen vast verbeteringen kunnen, maar ik ben daar niet zo bedreven in om dat aan te geven. Voor mij werkt het
Respondent 22	Tevreden	Tevreden	Kraamzorgaanvragen mogen overzichtelijker
Respondent 23	Heel tevreden, werkt zeer prettig	Heel tevreden	Er zijn weinig problemen, de bereikbaarheid is super. Marion belt zelfs op haar vrije dag terug, heel prettig.
Respondent 24	Tevreden	Tevreden	-

Tabel 49; Analyseschema's enquête 'Kraamzorg 1 op 1' (kraamzorg 1 op 1, 2014)

Bijlage IX: organogram



Afbeelding 7; Organogram Kraamzorg de Waarden (Bakker & Eijkelenboom, 2015)

Bijlage X: logboek

Datum	Tijd	Aanwezigen & locatie	Onderdeel	Afspraken en besluitenlijst
9-12-2014	1	Marian Bakker, Marian Eijkelboom Kraamzorg 1 op 1 te Schoonhoven	Sollicitatiegesprek	
6-1-2015	0,5	Thuis	Opzet rapport	
6-1-2015	1,5	Thuis & Marian Bakker, Marian Eijkelenboom Kraamzorg 1 op 1 te Schoonhoven	Probleemformulering	- probleemformulering geformuleerd Probleemstelling: Wat moet Kraamzorg 1 op 1 doen om een nieuwe markt in Nederland aan te boren, zodat het geen directe concurrent meer is van Kraamzorg de Waarden? Doelstelling: Inzicht krijgen in de mogelijkheden om een andere markt aan te boren, ten einde een advies te kunnen geven over de strategie en de mogelijkheden in die markt.
20-1-2015	1	Thuis	Plan van Aanpak	- opzet rapport - inleiding
22-1-2015	3	1,5 uur: Anna Kowalska, Student Anne Janssen 1 uur: Anne Janssen Hogeschool Leiden	Probleemformulering Afstudeersessie	- probleemformulering besproken → Probleemstelling: Hoe moet Kraamzorg 1 op 1 zich profileren om een nieuwe markt in Nederland aan te boren, zodat het de juiste positionering krijgt voor de doelgroepen. Doelstelling: Inzicht krijgen in de juiste positionering, ten einde een advies te kunnen geven over het implementatieplan voor de positionering. - Situatieschets besproken en gemaakt Marian Bakker gemaild voor afspraak om probleemformulering te bespreken.
29-1-2015	2,5	Anna Kowalska, Denise Dissel, Anne Janssen, Michelle Hollenberg Hogeschool Leiden	Probleemformulering	Toch positionering gekozen in plaats van strategie. Model wordt 3C's van Omahae.
3-2-2015	5	Thuis	Plan van Aanpak	Aanleiding aangepast: positionering. Probleemstelling: Hoe moet 'Kraamzorg 1 op 1' zich onderscheiden, zodat het

				succesvol kan concurreren? Doelstelling: Inzicht krijgen in de markt, doelgroepen en het bedrijf, ten einde een positioneringsadvies te kunnen geven. Theoretisch kader: model Omahae wordt het. Theoretisch kader, methodologie en zoekplan.
4-2-2015	1	Thuis	Plan van aanpak	Methodologie Nagedacht over Laddering door bijvoorbeeldl een focusgroep. Er wordt gebruikt gemaakt van een kwalitatieve methode. Het interview binnen het interview wordt er gebruikt gemaakt van laddering (Riezebos & van der Van der Grinten, 2011). Doormiddel van bottom-up-vragen worden de relevante eigenschappen vastgesteld en de reden daarvoor. Als de waarde bekend zijn kunnen top-down-vragen gesteld worden. Als de waarden vaststaan kan er worden gevraagd hoe bepaalde waarden in klantcontactmomenten tot uitdrukking kunnen komen (Riezebos & Van der Grinten, 2011). Bij de laatste deelvragen: welke waarden zijn belangrijk voor de doelgroep? Nog steeds twijfel wordt overlegd op de Facebookgroep met Anne Janssen, Denise Dissel en Michelle Hollenberg
5-2-2015	5,5	Thuis	Plan van Aanpak	Bij de twee deelvragen wordt gekozen voor interviews. Methodologie dan ook afgemaakt. Uitvoering en randvoorwaarden. Wel of geen situatieschets plan van aanpak?--> gevraagd op FB groep
6-2-2015	1	Thuis	Plan van Aanpak	Laatste check plan van aanpak, geen situatieschets. Inleveren plan van aanpak Anna Kowalska en Marian Bakker
10-2-2015	2,5	Thuis & Marian Bakker, Marian Eijkelenboom Kraamzorg 1 op 1 te Schoonhoven	Plan van Aanpak	Extra deelvraag: wat zijn de behoeften en wensen van verloskundigen. En aantal kleine aanpassingen. Aanpassingen toegevoegd aan plan van aanpak en naar Anna Kowalska gestuurd met

				handtekening Marian Bakker.
11-2-2015	1	Thuis	Uitvoering	Verkregen gegevens enquêtes opgeslagen en adresgegevens verloskundigen in Excel gezet.
12-2-2015	3	Thuis	Theoretisch Kader	Besproken modellen: 3C, Core Competencies, Brand equity, MDC-model.
16-2-2015	6,5	Thuis	Plan van Aanpak & Theoretisch Kader	Feedback van Anna Kowalska verwerken in plan van aanpak en het theoretisch kader. Probleemstelling: Wat moet 'Kraamzorg 1 op 1' doen om zich te onderscheiden, zodat het succesvol kan concurreren binnen de kraamzorgmarkt? Doelstelling: Inzicht krijgen in de concurrenten, doelgroepen en de kerncompetenties van het bedrijf, ten einde een positioneringsadvies en aanbevelingen voor de website te kunnen geven.
18-2-2015	2	Anna Kowalska, Denise Dissel, Anne Janssen, Michelle Hollenberg Hogeschool Leiden	Theoretisch Kader	Theoretisch kader besproken. Methodologie aanpassen. Paragraaf doelgroepen aanpassen. Meer informatie zoeken over modellen en begrip positionering Gekozen om geen ladder te gebruiken.
19-2-2015	3	Thuis	Theoretisch Kader	Aanpassingen maken aan theoretisch kader en inleiding schrijven. Bronnen correct verwerken. Missende bronnen goed plaatsen.
20-2-2015	1	Thuis	Theoretisch Kader	Wetenschappelijke bronnen zoeken op EBSCO-host
25-2-2015	1	Thuis	Theoretisch Kader	Hypotheses aanpassen naar boek Ohmae.
26-2-2015	2	Thuis	Theoretisch Kader	Aanpassen naar aantekeningen sessie 3
01-3-2015	3	Thuis	Theoretisch Kader	Key success factors definitie aangepast naar citaten van Ohmae.
02-3-2015	0,5	Thuis	Laatste check en inleveren theoretisch kader	-
18-3-2015	2	Anna Kowalska, Anne Janssen Hogeschool Leiden Thuis	Theoretisch Kader	Bespreking feedback Theoretisch kader
20-3-2015	2	Thuis	Theoretisch Kader	Lezen Ohmae
23-3-2015	1	Thuis	Topic guide	Begin maken van vragen voor interviews
27-3-	3	Thuis	Topic guide	Maken vragen voor interview

2015				
01-4-2015	2,5	Anne Janssen, Michelle Hollenberg, Denise Dissel, Anna Kowalska Hogeschool Leiden	Afstudeersessie, topic guide	Bespreken topic guide
04-4-2015	4	Thuis	Theoretisch kader + topic guide	Verbeteren topic guide en theoretisch kader aanpassen
13-4-2015	1	Thuis	Theoretisch kader	Verbeteren theoretisch kader + hypothesen
20-4-2015	2	Thuis	Uitvoering	Verloskundigen uitgenodigd voor interview, aanpassingen aan tekst en hypothesen. EBSCO-host doorzoeken
21-4-2015	0,5	Thuis	Uitvoering	Uitnodigingen naar zwangere
22-4-2015	1	Thuis	Uitvoering + analyseschema's	Analyseschema's maken van enquêtes die door de onderneming zelf zijn afgenomen.
23-4-2015	2	Thuis	Discours	Aanpassen
27-4-2015	1	Thuis	Scriptie	Doorlezen en aanpassen spelfouten.
29-4-2015	0,5	Anne Janssen, Michelle Hollenberg, Denise Dissel, Anna Kowalska, Hogeschool Leiden	Uitvoering	Bespreken methodologie en uitvoering ivm interviews.
07-05-2015	1,5	Boomgaard 2, De waarden Marian Eijkelenboom, Marian Bakker	Interview	Interview interne en externe analyse.
10-05-2015	3	Thuis	Verbatim + resultaten	Verwerken resultaten interview interne en externe analyse + maken concurrentieanalyse. Zoeken naar informatie over de invloed van verloskundigen op de keuze van kraamvrouwen
13-05-2015	5	Martien Schriemer, Hogeschool Leiden ----- Juno 10, Katwijk Respondent 3	Interview + bespreking uitvoering	Interview face-to-face + uitwerken verbatim
14-05-2015	8	Thuis	Implementatieplan + uitvoering	analyseschema + opzet implementatieplan
15-05-2015	4	Oestgeest Respondent 7 ----- Thuis	Interview + uitvoer	Interview face-to-face + uitwerken verbatim + in analyseschema verwerken
15-05-	4	Thuis	Resultaten	Resultaten en conclusies schrijven eerste twee deelvragen

2015				
17-05-2015	4	Thuis, Skype Respondent 4	Interview	Interview met Morena via Skype + uitwerken verbatim
18-05-2015	8	Saturnus 35, Katwijk Respondent 8 Thuis Marineblaus 37, zoetermeer Respondent 5	Interview + resultaten	Verbatim respondent 8 uitwerken, resultaten en conclusies deelvraag 3 maken + analyseschema's Interview respondent 5
19-05-2015	8	Thuis ----- Vroonweg 2, Achthuizen Respondent 6	Interview + resultaten	Uitwerken verbatims respondent 5 en 6, resultaten en conclusies deelvraag 4.
20-05-2015	9	Hogeschool Leiden Martien Schriemer, Michelle Hollenberg, Anne Janssen, Chomsky ----- Thuis	Resultaten + conclusies + aanbevelingen + implementatie	Bespreking conclusies, resultaten en implementatie Werken aan implementatie Besloten geen model te gebruiken voor de implementatie Paragraaf evaluatie toevoegen aan hoofdstuk conclusies en aanbevelingen Overleg over kosten voor implementatie van website aanbevelingen
21-05-2015	4	Thuis		Afronden van implementatie. + checken op spel en grammtica fouten en consistentie van begrippen zoals: kraamverzorger/kraamverzorgste r/kraamverzorgenden zwangere/zwangere vrouw/kraamvrouw Verstuurd naar Marian Bakker en Marian Eijkelenboom ter beoordeling.
25-05-2015	4	Thuis	Afronden	Spelling en grammatica controle
26-06-2015	2	Thuis	Afronden	Uitprinten en inleveren op Hogeschool Leiden
26-06-2015	1	Elianne Caljouw,, Hogeschool Leiden	Gesprek	Afwijzing scriptie
2-07-2015	1,5	Anna Kowalska, Hogeschool Leiden	Gesprek	Bespreken gemaakte fouten en afwijzing scriptie.
3-07-2015	4	Thuis	Lay-out	Verplaatsen van hoofdstukken achter de inhoudsopgave,

				Verplaatsen van informatie in de bijlage naar de scriptie en andere fouten herstellen.
6-07-2015	3	Thuis	Inhoudelijk	Verbeteringen in spelling en informatie toevoegen aan probleemformulering, theoretisch kader en methodologie.
7-07-2015	3	Thuis	Theoretisch kader, resultaten, conclusies en aanbevelingen	Verbeteringen en additionele informatie toevoegen aan de scriptie.
9-07-2015	4	Thuis	Methodologie aanpassen en operationalisatie	Verbeteringen en additionele informatie aan methodologie en operationalisatie
13-07-2015	3	Thuis	Scriptie	Verbeteringen aan spelling en theorie Ohmae toevoegen
14-07-2015	2	Thuis	Informatie opnieuw bekijken rangschikken	Topic guide voorzien van theorie. En rapportage fouten herzien.
17-07-2015	6	Thuis	Resultaten	Resultaten opnieuw schikken en schrijven samenvatting van resultaten. Conclusies uitschrijven en niet opsommen. Implementatieplan onderbouwen en uitwerken.
20-07-2015	9	Thuis	Scriptie	Adviezen en opmerkingen van Anna Kowalska meenemen in het rapport
23-07-2015	3	Thuis	Bijlagen	Bijlagen opnieuw ordenen en tabellen en afbeeldingen opnieuw nummeren. Bijlage Y uit tekst verwijderen en in nummers veranderen
27-07-2015	2	Thuis	Literatuurlijst	Literatuurlijst checken op fouten en verwijzingen controleren.
31-07-2015	3	Thuis	Scriptie	Wijzigingen in tekst doorvoeren aan de hand van feedback. Nogmaals opsturen voor feedback
1-08-2015	2	Thuis	Presentatie	Presentatie maken
12-08-2015	7	Thuis	Scriptie	Verwerken van laatste feedback
13-08-2015	3	Thuis	Scriptie	Controleren APA, verwijzingen van bijlagen, hoofdstuknummering en tabel en afbeeldingnummers
17-08-2015	1	Hogeschool Leiden	Inleveren scriptie	