

Saxion Kenniscentrum Hospitality

Heerlijk veilig thuis!

Een Business Plan voor extramurale dienstverlening, waarbij de focus ligt op de klantenanalyse in Barneveld

Projectpartner: Zorggroep Ena

Michelle Wessels

Facility Management

30 juni 2010

Saxion

Kenniscentrum Hospitality

Handelskade 75

7417 DH Deventer

E: kenniscentrumhospitality@saxion.nl

W: www.saxion.nl/hospitality

Copyright © 2010 Saxion. Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of op enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Kom verder. Saxion.

saxion.nl



Zorggroep Ena wil zich in een nieuwe onderneming gaan richten op het extramuraal aanbieden van zorg en diensten. Om te kijken of er behoefte is aan diensten bij mensen thuis en hoe de organisatie dan ingericht zou moeten worden is onderzoek gedaan. De onderzoeksdoelstelling hierbij is om een organisatie voor extramurale dienstverlening op papier zo goed mogelijk in te richten en af te stemmen op de 55-plussers van Barneveld. De hoofdvraag die hierbij gesteld kan worden is: *“Welke soorten facilitaire diensten zijn geschikt om aangeboden te worden en op welke wijze zullen deze aangeboden moeten worden aan de 55-plus-generatie in Barneveld?”*

Om deze vraag te kunnen beantwoorden is theoretisch, maar ook empirisch onderzoek gedaan. Op basis de theorie en zijn de uitkomsten van een enquête die naar ongeveer 400 huishoudens met 55-plussers is gestuurd en een interview dat met twee vrijwilligers geanalyseerd. Tevens is er gekeken hoe andere organisaties hun onderneming vorm hebben gegeven.

In de trends en ontwikkelingen is naar voren gekomen dat er steeds meer behoefte is vanuit de ouderen aan diensten aan huis. Men wil langer thuis blijven wonen, zijn zelfstandiger en voelen zich veelal nog goed. Tevens zal de groep ouderen steeds verder groeien. In het onderzoek in de buurt (enquêtes) is naar voren gekomen dat men graag langer thuis blijft wonen en eventueel gebruik wil maken van zorg en diensten aan huis. De top 10 van de behoefte van diensten staat hieronder weergegeven (samengesteld op basis van een wegingstabel, waarbij een interview met vrijwilligers en de uitslag van de enquêtes zijn meegenomen):

1. Warme maaltijd
2. Boodschappenservice
3. Vervoer
4. Klussendienst
5. “Bewegen voor ouderen”
6. Kapper- en pedicure aan huis
7. Grote schoonmaak
8. “Geheugentraining”
9. Koersbal
10. Tuinonderhoud

Naar voren kwam ook dat wanneer mensen diensten zouden willen bestellen, ze het liefst voor de goedkoopst mogelijke optie zouden gaan, dit betekent dat abonnementen mensen aanspreekt. De vraag over de communicatiemiddelen is erg verdeeld ingevuld. Internet is al erg populair onder de ouderen. Echter kan niet alleen dit communicatiemiddel ingezet worden, omdat niet iedereen hier bekend mee is en de onderneming moet wel toegankelijk zijn voor iedere 55-plusser. Mensen vinden het toch altijd wel prettig om persoonlijk contact te hebben wanneer ze iets bestellen, dit betekent dat telefonisch bestellen favoriet was, tevens is foldermateriaal gewild. Uit het onderzoek kwam naar voren dat er niet een specifieke concurrent is die al deze diensten al aanbiedt in Barneveld met dit concept. Op basis van deze gegevens zijn een aantal keuzes gemaakt wat betreft de invulling van het business plan;

De ondernemingsvorm

Er wordt geadviseerd om voor een stichting te kiezen, omdat: hier geen kapitaalvereiste voor nodig is, vrijwilligers verantwoord ingezet kunnen worden en winst ten goede komt aan een ideëel doel. Een voorbeeld hiervan kan zijn: het bevorderen van welzijn van ouderen van Barneveld door te investeren in de eigen organisatie of Zorggroep Ena.

Hoofddoelen van de organisatie

- Het verbeteren van het welzijn van ouderen, zodat zij langer thuis kunnen blijven wonen
- Het maatschappelijk activeren van de ouderen in Barneveld
- Inkomsten genereren, zodat de voorzieningen die de organisatie de ouderen van Barneveld verbeterd kunnen worden.

Locatie

Front-/backofficeconcept op een geheel nieuwe locatie; bijvoorbeeld bij het Heusplein Nadelen van het onderbrengen bij Ruimzicht is dat mensen in aanraking komen met mensen van het verpleeghuis, wat confronterend kan zijn. Voordelen van een locatie als het Heusplein zijn:

- 'Nieuwe ouderen'
- Vermogende ouderen
- Locatie; centraal
- Ruimte is beschikbaar; Grand café als ontmoetings-, activiteiten- en lunchruimte

Dienstenpakketten

Basisarrangement; Warme maaltijd, klussendienst, tuinonderhoud en grote schoonmaak
Basisplusarrangement; wassen, strijken, stomen, boodschappenservice, vervoerservice
Verwenarrangement; massage/stoelmassage, kapper aan huis, pedicure aan huis
Activiteitenarrangement; Bewegen voor ouderen / Sportief op gewicht, Koersbal, Computercursus, Geheugentraining, Cursus 'zicht op evenwicht' / 'Grip op diabetes' / 'Omgaan met dementie' / 'Pijn in eigen hand', Vakanties/uitjes. Zorgarrangement; Persoonlijke verzorging, Persoonlijke verpleging, Persoonlijke begeleiding

Marketingplan

Product – De organisatie biedt verschillende welzijnsdiensten aan, deze zijn samengesteld in verschillende arrangement zoals te zien is in de alinea hierboven. De organisatie zal zich differentiëren van haar concurrenten door haar Service op maat! De klant staat centraal, heeft hij/zij behoefte aan een bepaalde dienst, dan probeert de organisatie op alle manieren te helpen. 'Wij staan voor u klaar!'

Prijs – De prijs-kwaliteitverhouding is optimaal bij de organisatie. Er wordt gestreefd naar een zo goed mogelijke kwaliteit. Hierbij wordt de kostprijs goed in acht genomen moeten worden. Hier zal in bepaalde gevallen winst op gemaakt worden. In andere gevallen zal het servicepunt fungeren als tussenpersoon.

Promotie– Allereerst wordt de organisatie in de markt gezet door een openingsweek. Hiervoor worden 'persoonlijke' uitnodigingen verstuurd. Op deze manier ontstaat er al een

binding met de klant. Bij de openingsweek wordt deze binding versterkt door het persoonlijk contact en wordt de missie van de organisatie duidelijk. Communicatiemiddelen die ingezet worden zijn allereerst telefonisch/ persoonlijk contact, en internet. Persoonlijk contact vindt men altijd nog het meest prettig, hierbij is een klantvriendelijke telefonist(e) van belang, hij/zij is het visitekaartje van de organisatie. Internet wordt steeds belangrijker, ook voor de oudere generaties. Het is gemakkelijk, toegankelijk en vrijblijvend, het is belangrijk om zo veel mogelijk informatie te verstrekken, maar het overzicht wel te behouden. Klantbehoud en klanttevredenheid zijn de belangrijkste strategieën wat betreft promotie.

Plaats– Het visitekaartje van de organisatie is het servicepunt met Grand café dat voor vele doeleinden gebruikt kan worden. Iedere dag rond 12.00uur is het een restaurant, maar tegen 14.00uur kan deze alweer omgetoverd zijn tot een oranje WK-ruimte, waar ouderen de wedstrijden kunnen volgen op een groot scherm. Zo kan er ook jeu-de-boules gespeeld worden wanneer dit op het programma staat. Mensen kunnen hier voor van alles terecht, Service op maat!

In de markt zetten van het product

Om een massa van mensen te bereiken bij de start van de onderneming wordt een tweetal aan acties ondernomen.

- Start-/openingsweek (Met een pakkende activiteit/feest, iedere dag een andere groep)

Hierbij is het belangrijk dat alle informatie wordt verschaft die mensen nodig hebben. Een goede start is het halve werk. Verschillende segmenten per dagdeel betekent dat mensen zich persoonlijker benaderd voelen. Hierbij zullen zij aan de burens vragen of zij ook naar deze middag gaan en wordt de drempel verlaagd. Daarnaast kunnen e-mailadressen en andere gegevens (voor nieuwsbrieven e.d.) verzameld worden om een klantenadministratie op te bouwen.

- Woningstichting; arrangementen Basis- en basisplusarrangementen bij het huren van een woning

Literatuur

Geschreven bronnen

- Grit, R. (2008). Zo maak je een ondernemingsplan. Groningen–Houten: Wolters–Noordhoff BV
- Maas, G.W.A. en Pleunis, J.W. (2001). Facility management. Alphen aan den Rijn: Kluwer
- Mulders, M (2007). 75 Managementmodellen. Groningen–Houten: Wolters–Noordhoff BV
- Schreuder Peters, R.P.I.J. (2005). Methoden & Technieken van Onderzoek; Principes en Praktijk. Den Haag: Sdu Uitgevers bv
- Verhoeven, N. (2004). Wat is onderzoek?. Amsterdam: Uitgeverij Boom

Elektronische bronnen

- CBS. (2010).
Gevonden op 3 februari 2010 op het internet: www.cbs.nl
- Geijtenbeek, S. (2007). Geen zorgen om de zorg

- Gevonden op 11 februari 2010 op het internet:
<http://oaithesis.eur.nl/ir/repub/asset/4369/GeijtenbeekS.pdf>
- Gemeente Barneveld. (2010). Barneveld in cijfers
 Gevonden op 1 februari 2010 op het internet: www.barneveld.incijfers.nl
 - Gorcum & Comp. (1999). Morele problemen in de ouderenzorg
 Gevonden op 15 februari 2010 op het internet:
http://books.google.nl/books?hl=nl&lr=&id=1kpE799uULUC&oi=fnd&pg=PA25&dq=toekomst+van+ouderenzorg&ots=3Npxnzgd77&sig=TUzBSQ9ym6rFD9K2lyF8M_4jWtA#v=onepage&q=toekomst%20van%20ouderenzorg&f=false
 - Kennicentrum Handel. (2010). Maak gebruik van subsidies
 Gevonden op 21 februari 2010 op het internet:
http://www.ondernemersplein.nl/startend_ondernemen/subsidies
 - KVK
 Gevonden op 3 februari 2010 op het internet:
http://www.kvk.nl/wetten_en_regels/rechtsvormen/overzicht_rechtsvormen/de_besloten_vennootschap_bv/
 - Luijkx, K. (2005). Ouderensegmenten; Behoeften wonen, welzijn en zorg in de wijk
 Gevonden op 3 februari 2010 op het internet:
<http://www.iva.nl/uploads/documents/118.pdf>
 - Serdons, A. (-). Ouderen en marketing
 Gevonden op 11 februari 2010 op het internet:
<http://uhdspace.uhasselt.be/dspace/bitstream/1942/1135/1/Serdons-andy%20.pdf>
 - Sociaal en cultureel planbureau. (2005). Ouderen van nu en van de toekomst; financiële draagkracht, zorgbehoefte en woonwensen
 Gevonden op 11 februari 2010 op het internet:
http://books.google.nl/books?hl=nl&lr=&id=ya_nBLv8g60C&oi=fnd&pg=PA1&dq=55+plus+doelgroep&ots=NA6USvzlh&sig=YBGgca8qW304TbGz3e-OvFNimFs#v=onepage&q=&f=false
 - Thijs, V. (2008). Economische en bedrijfsrelevante aspecten van het verwachtingspatroon van babyboomers ten aanzien van voorzieningen in verzorgingstehuizen
 Gevonden op 15 februari 2010 op het internet:
<http://uhdspace.uhasselt.be/dspace/bitstream/1942/8644/1/06241522007634c.pdf>
 - Witter, Y (2007). Multiculturele voorzieningen voor oudere migranten
 Gevonden op 21 februari 2010 op het internet:
http://www.kcwz.nl/doc/klantparticipatie/Multiculturele_voorzieningen_voor_oudere_migranten.pdf
 - Zorggroep Ena. (2010).
 Gevonden op 1 februari 2010 op het internet: www.zorggroepen.nl
 - Zijlstra, W (2010). Marketing in de zorg; complex maar toch niet moeilijk
 Gevonden op 21 februari 2010 op het internet: <http://zbc.nu/management/ontwikkeling-zorginstelling/marketing-in-de-zorg-complex-maar-toch-niet-moeilijk/>