

Relevante schakel naar ondernemende en

Van een bank verwachten we getallen en ratio's. Maar ABN AMRO Bank N.V. Medische en Vrije Beroepen geeft de klant meer. Gesprekken met de eerstelijnszorg gaan over ondernemerschap. En wel het onderscheidend vermogen, dat alleen mogelijk is met een heldere strategie en keuzes.

ABN AMRO is sinds dit jaar kennispartner van De Eerstelijns in de financiële sector. We zijn in gesprek met Peter de Klerk en Rob Boelens, sectorspecialisten Medische & Vrije Beroepen voor de groep huisartsen en apotheken, om te achterhalen wat de toegevoegde waarde van de bank is voor de eerste lijn. Want die is er. Boelens omschrijft het als volgt: "Schakelde de arts in het verleden de bank in, dan vroegen we om de jaarrekening en zeiden vervolgens 'ja' of 'nee'. Nu gaan we eerst in gesprek over zijn toekomst. Wat is zijn visie? Pas dan halen we de jaarrekening erbij."

Sparring partner

De Klerk: "Wij zijn een relevante schakel naar een goed gezondheidscentrum. Met het medische deel bemoeien we ons niet. Wel praten we bijvoorbeeld met fysiotherapeuten, huisartsen en apotheek over samenwerken. Wat komt

daarbij kijken en welke experts kunnen zij in de hand nemen om de beren op de weg te verdrijven? Of eerstelijnszorgverleners willen een centrum kopen, maar een ontwikkelaar heeft hen benaderd om het te huren. Wij kijken dan mee; wat past het beste bij deze praktijk, het type mensen en hun privésituatie? In feite zijn we *sparring partner* en ontzorgen we hen."

draaien. Wel degene die onderneemt, die vanuit zijn passie optimale zorg wil verlenen. Let wel, ondernemen is iets anders dan commercieel bezig zijn. Ondernemen betekent dat je denkt in innovatie en mogelijkheden voor vandaag en voor de toekomst."

De eerstelijnszorg kent veel goede initiatieven volgens de heren. Ondernemer-

"Ondernemen is iets anders dan commercieel bezig zijn"

Ondernemer met strategie

Een ondernemende medicus is succesvol, vervolgt Rob Boelens. "Want die is toekomstbestendig. Een huisarts in loondienst met een negen tot vijf mentaliteit zal de praktijk van morgen niet

schap is er, maar de strategie ontbreekt vaak. Alsook het durven maken van keuzes. Peter de Klerk: "Eerstelijnszorgaanbieders zijn geneigd om alles te doen en houden daardoor de ballen amper in de lucht." Boelens vult aan: "Huisartsen zijn al blij als ze al hun patiënten op een dag goed hebben geadviseerd of behandeld. Het ontbreekt hen aan tijd om aan de dag van morgen te denken. Maar dat is juist nodig voor het ontwikkelen van een strategie. De tijd die je daarin steekt, verdient je dubbel en dwars terug. Hadden we honderd jaar geleden alleen geïnvesteerd in de verbetering van een kaars, dan was er nog steeds geen goede LED-verlichting. Blijven we in de waan van de dag, of stappen we er even uit om er grip op te krijgen?"

Onderscheiden

Met een juiste strategie kunnen eerstelijnszorgaanbieders zich onderscheiden. Om dit te illustreren gebruikt De Klerk voorbeelden uit het bedrijfsleven. "Vroeger kenden we de Free Record



Peter de Klerk (l) en Rob Boelens (r) zijn als sectorspecialisten Medische & Vrije Beroepen de sparring partner van huisartsen en apothekers.

onderscheidende eerstelijnszorg

Shop, nu Spotify. Vroeger reed de SRV-wagen rond, nu een bus van de AH-bezorgservice. Het product – of de zorg voor de zieke patiënt – blijft gelijk, maar de manier waarop het wordt aangeboden is anders. De weg naar beter worden, verandert. En daar zien we het onderscheid.” Rob Boelens noemt het voorbeeld van de Bijenkorf en Action. Beiden hebben een duidelijke propositie en doen het goed. “De V&D was niet zo exclusief als de Bijenkorf en niet zo goedkoop als de Action. Vlees noch vis, daarom redde V&D het niet. Huisartsen die bij ons komen stel ik de vraag: ‘Ben jij een Action of een Bijenkorf?’ En dan komen we bij de zaken waar het echt om gaat.”

Boelens trekt de voorbeelden verder door naar de eerstelijnszorg: “Waarom gaan huisarts, fysiotherapeut, tandarts en apotheker samen in een gebouw zitten? Willen ze samen werken of samenwerken?” Zijn collega vult aan: “We spreken bijvoorbeeld over echt samenwerken, als een fysiotherapeut in eenzelfde centrum zich specialiseert in ouderenzorg omdat de huisarts zich ook op deze doelgroep richt.”

Tools

De ABN AMRO heeft de afgelopen jaren diverse gezondheidscentra helpen realiseren. Overnames zijn gefinancierd en er is de nodige steun verleend. De focus ligt daarbij steeds meer op de inhoud. De bank ondersteunt eerstelijnszorgverleners bijvoorbeeld met praktijkgerichte (interactieve) masterclasses over het starten, doorgroeien en verkopen van een praktijk. Momenteel is de bank bezig met de ontwikkeling van een eLearning module ‘Hoe schrijf ik mijn ondernemingsplan?’. Peter de Klerk: “Op de site kan nu al doorgeklikt worden naar een



stappenplan ondernemen. In de toekomst publiceren we er ook best practices op. Daarnaast zijn we van plan webinars te organiseren.”

Out-of-the-box

Anders dan we van banken gewend zijn, gaat het ABN AMRO dus om het benoemen en bespreken van niet-financiële zaken. Want elke niet-financiële actie heeft een financieel gevolg. Peter de Klerk: “Daarom benadruk ik dat strategie bepalen en keuzes maken zo belangrijk zijn. Zet je de patiënt centraal en hoe? Toon je flexibiliteit en ben je innovatief?”

“Wil je als zorgverlener out-of-box denken?”, vult Rob Boelens aan. “Vroeger ging het puur om het genezen van de patiënt. Die patiënt is nu zorgconsument. Preventie is steeds belangrijker en als zorgverlener word je coach. Hoe ga je daarmee om?” <<

Meer informatie: www.abnamro.nl/nl/zakelijk/ondernemen/medici

Tekst: Betty Rombout

Foto pag. 37: Thinkstock