



Succesverhaal

---

# Stel werkgeluk centraal, zo krijgt de patiënt de beste zorg



+31 85 130 17 00  
wecare@insocial.nl  
[www.insocial.nl](http://www.insocial.nl)

# Stel werkgeluk centraal, zo krijgt de patiënt de beste zorg!

Door het werkgeluk van de zorgprofessional centraal te stellen, zorgt Lead Healthcare ervoor dat de patiënt uiteindelijk de best mogelijke zorg krijgt. Werkgeluk vormt daarom het uitgangspunt van hun beleid als dienstverlener in de zorg. Het aandachtig luisteren naar de wensen van medewerkers en hier zo goed mogelijk aan voldoen is daarbij een belangrijk onderdeel. Lead Healthcare zet daarom Insocial in om real-time inzichten te verkrijgen in de tevredenheid van zowel hun medewerkers als hun opdrachtgevers.


## Over Lead Healthcare

Zorgprofessionals en consultants van Lead Healthcare werken bij apotheken en ziekenhuizen in Nederland. Onder Lead Healthcare vallen dan ook twee bedrijven; PharmaLead en MediLead. Twee gespecialiseerde bedrijven waar met passie, plezier en teamspirit gewerkt wordt. In deze case zoomen we in op PharmaLead en hoe zij de tevredenheid van hun medewerkers en klanten meten.

## Tevredenheid in de Employee Journey

“Hoe staat het met mijn medewerkers?”

Om een goed beeld te krijgen van de medewerkerstevredenheid, vraagt Lead Healthcare op verschillende momenten in de Employee Journey feedback uit. Zo wordt er bijvoorbeeld na het onboardingproces, na aanvang van opdracht en 3 maanden na het starten van de opdracht, een survey uitgestuurd om te kijken hoe het gaat met de medewerker.



*Voorheen hadden we een jaarlijks medewerkerstevredenheidsonderzoek, maar daarmee tasten we eigenlijk een beetje in het duister over hoe onze medewerkers in de wedstrijd zitten. Dankzij Insocial hebben we nu continu feedback en weten we hoe het gaat met onze mensen. Dat helpt ons ontzettend!”*

- David van Hartskamp, CEO van Lead Healthcare.

# De tevredenheidsdriehoek van PharmaLead

Bij PharmaLead gaat het om de tevredenheid van de belangrijkste stakeholders, namelijk: de opdrachtgever, de professional en PharmaLead zelf. Hierbij worden de volgende onderzoeken uitgevoerd:

- Wat vindt de opdrachtgever van PharmaLead?
- Wat vindt de klant van de professional?
- Wat vindt de professional van de opdrachtgever?
- En wat vindt de professional van PharmaLead?

## De opdrachtgever

*Wat vindt de opdrachtgever van PharmaLead?*

Om de dienstverlening goed te kunnen optimaliseren, geeft PharmaLead de klant een stem. Door de surveys van Insocial kunnen opdrachtgevers hun feedback geven aan PharmaLead. Hiermee wordt er elk kwartaal gekeken naar hoe klanten het proces van aanvraag tot inzet hebben ervaren en of klanten hen zouden aanbevelen (NPS).

*Wat vindt de opdrachtgever van de professional?*

Nadat een professional bij een opdrachtgever geplaatst is en een tijdje werkzaam is, wordt er gevraagd naar de tevredenheid van de klant over de desbetreffende werknemer. Hoe goed vindt de opdrachtgever dat de professional functioneert? En met welke reden(en) in het bijzonder? Hierin kan de respondent een keuze maken uit: Zorgvuldigheid, aandacht, teamspirit, kennis, communicatie, en assertiviteit.



The image shows a survey interface for PharmaLead. At the top left is the PharmaLead logo. In the center is a large green smiley face icon. Below the icon is the question: "Hoe vond je de informatieverstopping tijdens het tekenen van je contract?". Underneath the question is a horizontal Likert scale with five points: "Slecht", "Onvoldoende", "Voldoende", "Ruim voldoende", and "Goed". The "Goed" point is currently selected, indicated by a white circle with a green dot. At the bottom left is a "Vorige" button and at the bottom right is a "Volgende" button.

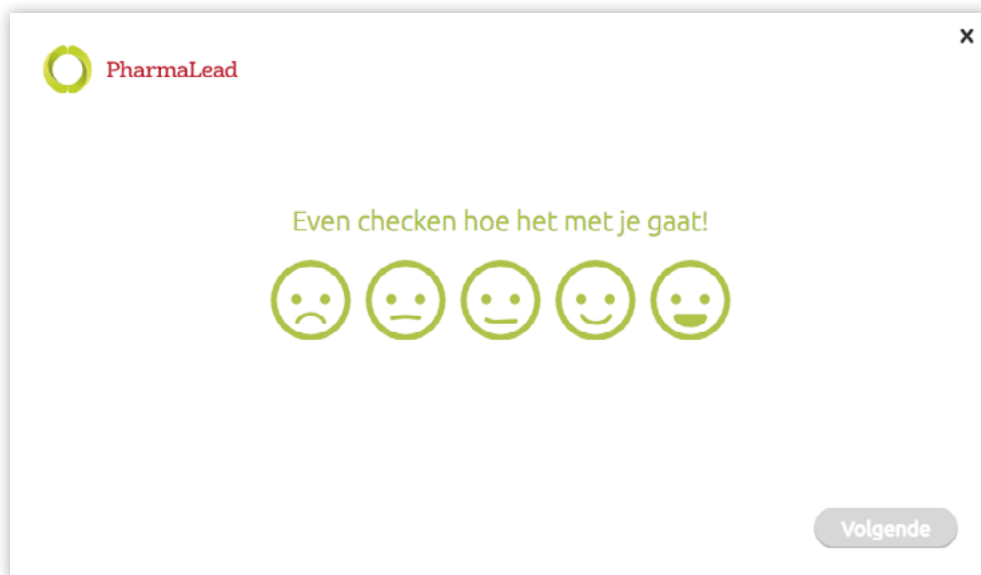
## De professional

*Wat vindt de professional van de opdrachtgever?*

Maar uiteraard, aansluitend op de visie van Lead Healthcare, wil PharmaLead ook weten wat de professional vindt van de opdrachtgever. Gaat hij of zij met plezier naar werk? En wat is de voornaamste reden hiervoor (zoals werkinhoud, sfeer op de werkvloer of reistijd). Zijn er nog dingen die de professional wil delen met PharmaLead (een open vraag). Daarnaast ontvangt de professional ook regelmatig een 'check up survey' om te kijken hoe het met medewerker gaat. Zo houdt PharmaLead continu een vinger aan de pols!

*Wat vindt de professional van PharmaLead?*

Last, but not least, voldoet PharmaLead aan de verwachtingen van de professional? Wat is hiervoor de belangrijkste reden (bijvoorbeeld het contact met de teammanager of de sociale sfeer), en zou de professional PharmaLead aanbevelen aan anderen (NPS)?



PharmaLead

Even checken hoe het met je gaat!

☹️ 😐 😊 😄 😁

Volgende

*Als ik met professionals praat of met klanten van ons, hoor ik dat ze erg tevreden zijn het gebruik van Insocial. Ze vinden het fijn dat ze hun feedback kwijt kunnen. Wat ik ook erg mooi vind om te zien is dat ik in de dashboards zowel de klanttevredenheid als de medewerkerstevredenheid de laatste tijd zie stijgen.*

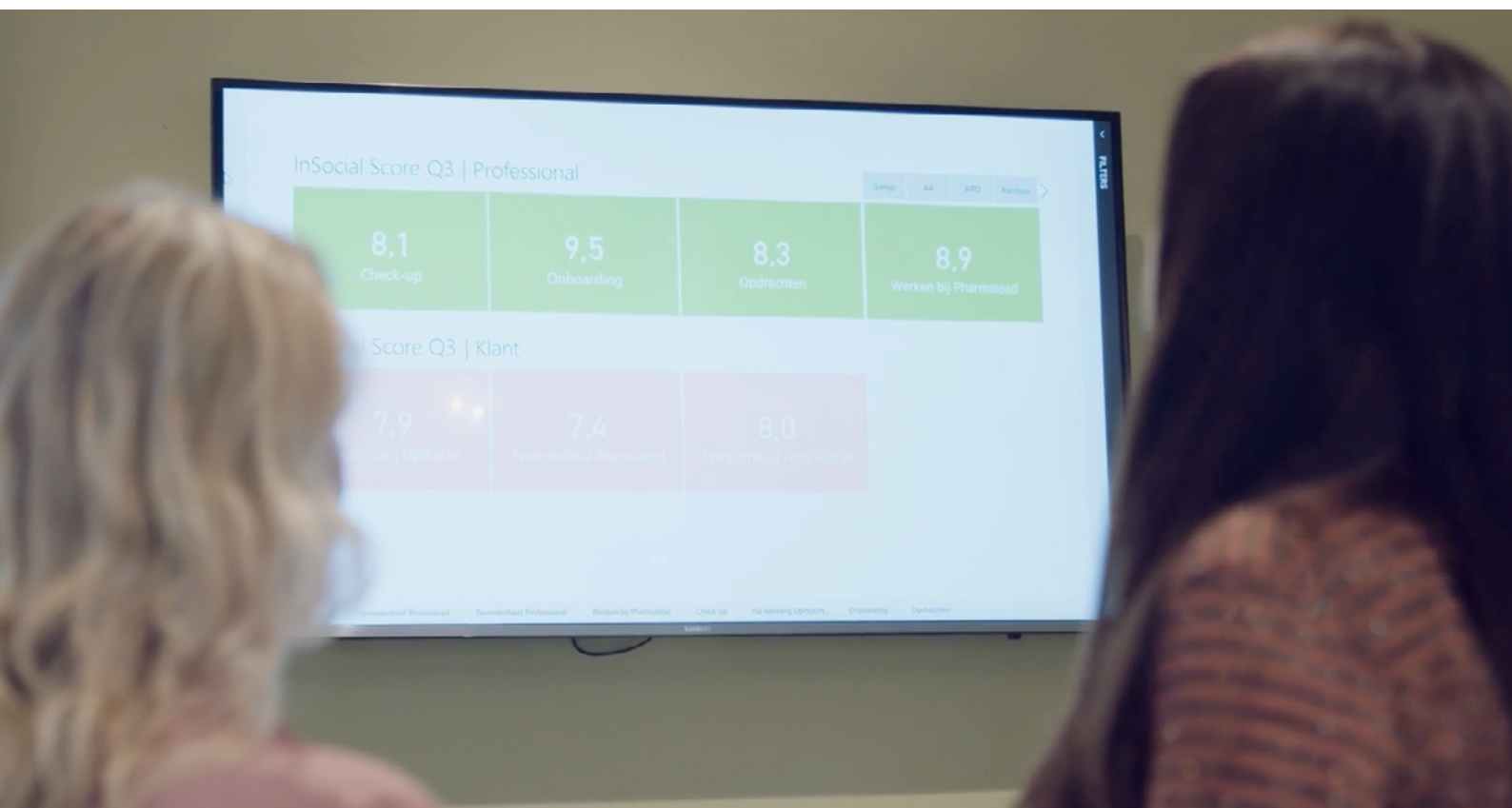
- David van Hartskamp, CEO van Lead Healthcare.

# Gericht optimaliseren met feedback!

Door de klant en de professional een stem te geven en daadwerkelijk iets met de feedback te doen, voelen zij zich serieus genomen en gehoord. Maar hoe pakt PharmaLead dit precies aan?

In het management dashboard van Insocial, hebben regiomanagers, HR-medewerkers en directieleden altijd beschikking tot real-time inzichten. Wanneer er een professional of klant aangeeft niet tevreden te zijn, wordt automatisch de juiste persoon op de hoogte gesteld. Op deze manier kan er snel geschakeld worden om tot de juiste oplossing voor zowel de medewerker als de klant te komen.

Met het analyse dashboard InSights kan er een deep dive gemaakt worden. Denk hierbij aan het beantwoorden van vragen als: hoe tevreden zijn klanten en professionals over tijd? En waar komt eventuele ontevredenheid vandaan? Welke redenen geven respondenten hiervoor? Oftewel: hoe kan PharmaLead haar eigen dienstverlening verbeteren volgens de huidige klanten en professionals?



# Do's & Don'ts van klantfeedback

## Wat hebben we geleerd?

### Do's

- 1 Met frequente surveys houd je een vinger aan de pols en begrijp je hoe je medewerkers in de wedstrijd zitten!
- 2 Door relevante momenten te meten (zoals onboarding, na de eerste 3 maanden en exit) breng je de ervaring van een medewerker in kaart door de employee journey heen.
- 3 Door zowel klanttevredenheid als medewerkerstevredenheid te meten kun je direct de verbanden zien en waar het mis gaat.

### Don'ts:

- 1 Alleen maar een halfjaarlijks onderzoek houden. Dit is niet genoeg.
- 2 Te veel vragen stellen in een onderzoek. Hiermee haal je niet de meest waardevolle feedback op en wordt je conversie juist laag.
- 3 De feedback niet zichtbaar maken binnen de organisatie. Dan wordt er namelijk ook niks mee gedaan.



## Een betere service en een hogere medewerkerstevredenheid als resultaat

Door het proactief uitvragen van feedback van zowel de medewerkers als de klanten, kan Lead Healthcare hun dienstverlening op een gerichte manier optimaliseren. Na het succes van PharmaLead zal ook het bedrijf MediLead gebruik gaan maken van Insocial. Wil je meer weten over Insocial en wat dit voor jouw organisatie kan betekenen? Neem een kijkje op [onze website](#).

# Insocial

FEEDBACK SOLUTIONS

Met Insocial meet je elk interactiemoment tussen jouw organisatie en je (potentiële) klant, verkrijg je actionable insights waar je echt mee kunt verbeteren en laat je Customer Experience leven binnen jouw organisatie.

DECATHLON

MediaMarkt

rtl

SAMSUNG

cool  
blue

## Meer weten?

In onze gratis demo vertellen we je precies hoe onze feedback oplossingen werken en hoe je dit kunt toepassen op jouw organisatie! De demo is helemaal vrijblijvend.

Je zit dus nergens aan vast!

[Vraag een demo aan](#)



+31 85 130 17 00  
wecare@insocial.nl  
[www.insocial.nl](http://www.insocial.nl)