

Nieuwsbrief MoveOn december 2021



In deze nieuwsbrief:

- Intro
- Resultaten literatuurstudie implementatievermogen
- Even voorstellen: Ivar Spin
- Terugblik werksessies
- Eindelijk praktijkbezoeken
- Fijne kerstvakantie!

Nog twee weken en dan zit 2021 er op. Na 'coronajaar' 2020 hoopten we dat het credo voor 2021 'Move on' zou zijn. Helaas is dat niet helemaal gelukt, daar hoeven niet veel woorden aan gewijd te worden. Toch is project MoveOn wel degelijk doorgegaan! We hielden speeddates met deelnemende fysiotherapeuten en oefentherapeuten, toetsten bevindingen uit de literatuur, haalden kennis op bij experts en spiegelde implementatiestrategieën aan het werkveld. Vrijwel allemaal online helaas, maar gelukkig konden we aan het einde van jaar toch échte praktijkbezoeken afleggen. In deze nieuwsbrief geven we je de laatste update. Veel leesplezier en vooral: fijne dagen en tot volgend jaar!

Resultaten literatuurstudie implementatievermogen

MoveOn onderzoekt de implementatie van een merkpositionering in eerstelijns beweegzorgpraktijken. Daarbij willen we praktische adviezen geven, om de implementatie zo goed mogelijk vorm te kunnen geven en uit te voeren. Uit de literatuur weten we dat het moeilijk is om na het formuleren van een strategie, deze ook te implementeren. Daarom zijn we het project begonnen met een verkennende literatuurstudie (*scoping review*), waarbij we onderzocht hebben welke factoren van invloed zijn op de implementatie van een merkpositionering door (zorg) MKB-bedrijven. Om de uitkomsten van het literatuuronderzoek te bekrachtigen en bij te schaven, hebben we deze voorgelegd aan experts op het gebied van marketing en ondernemen in de zorg (*Delphi-methode*), en aan een aantal deelnemende praktijken.

Uit het onderzoek blijkt dat er **21 factoren** zijn die van invloed zijn op de implementatie van een merkpositionering door (zorg) MKB-bedrijven. Deze 21 factoren zijn onder te verdelen in vier categorieën, te weten:

- Generieke capaciteiten
- Marketingspecifieke capaciteiten
- Motivatie
- Strategie



Met dank aan designers Davi Bos en Eileen de Jong, studenten Communicatie & Multimedia Design Hogeschool Utrecht .

Bij generieke capaciteiten kun je denken aan het hebben van genoeg 'tijd' of van de juiste 'managementcompetenties'. Voorbeelden van marketingspecifieke capaciteiten zijn het hebben van 'geïntegreerde merkelementen' en 'kennis van merkopbouw en -beheer'. Onder de categorie motivatie valt onder andere een factor over de 'overtuiging' dat merkgericht werken zinvol is voor de organisatie. En onder de categorie strategie vallen factoren die gaan over de kwaliteit van de merkpositionering, waaronder de 'basis voor de strategie'. Samen vormen deze factoren de basis voor het diagnose-instrument *KeepMoving* waarmee praktijken hun eigen implementatievermogen kunnen beoordelen. Daarover meer in de volgende nieuwsbrief!

Even voorstellen: onze nieuwe stagiair/projectmedewerker: Ivar Spin

Ik ben een ondernemende en ambitieuze fysiotherapeut die houdt van nieuwe uitdagingen. Tevens ben ik een liefhebber van sportkijken en beoefenen. In

2018 heb ik mijn fysiotherapie bachelor afgerond in Groningen en werk nu als fysiotherapeut in een Utrechtse eerstelijnspraktijk waar ik voornamelijk sport- en orthopedische klachten zie. Daarnaast werk ik als projectleider bij een kennisplatform genaamd Movement Academy. Ik schrijf reviews, organiseer evenementen en congressen en beheer de site.

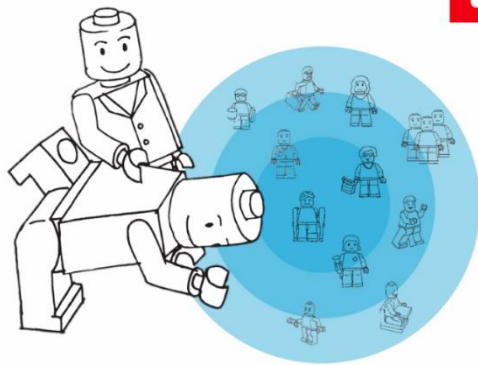
Naast deze activiteiten studeer ik Klinische Gezondheidswetenschappen (fysiotherapiewetenschap) in Utrecht en zit ik in mijn afstudeerfase. In mijn afstudeerfase ben ik betrokken geraakt bij het project MoveOn. Ik ga binnen het project onderzoek doen naar de evaluatie van implementatiestrategieën die gericht zijn op het verbeteren van het marketingbudget, om een merkpositionering te implementeren binnen eerstelijns fysiotherapiepraktijken. Daarbij zal ik het komende halfjaar vragenlijsten afnemen en focusgroepen organiseren bij deelnemers van het MoveOn project. Uiteindelijk zal dit eind juni 2022 definitief worden opgeleverd.

Ik kijk er enorm naar uit om de theorie die ik heb opgedaan in mijn studie te gaan toepassen in de praktijk. Dus hopelijk tot snel!



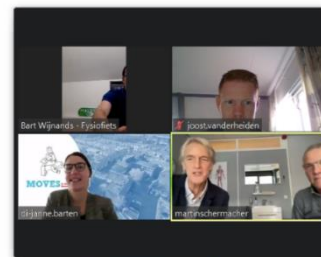
Terugblik op werksessies

Inmiddels weten we uit ons eerdere onderzoek welke belemmerende factoren er zijn bij het succesvol implementeren van een positioneringsstrategie binnen beweegzorgpraktijken. De vervolgstap is om strategieën, en de daarbij passende concrete acties, te verbinden aan deze factoren. Wat moet de fysiotherapeut nu gaan doen? Een cursus gaan volgen? Een boek lezen? Ergens een kijkje in de keuken nemen? Deze vragen hebben we voorgelegd aan verschillende fysiotherapeuten tijdens een aantal werksessies. In de maand november zijn er drie werksessies georganiseerd. Voorafgaand aan deze sessies hebben wij iedere factor gekoppeld aan een aantal strategieën. De werksessies hadden als doel om tot een praktisch haalbare en betekenisvolle invulling te komen van deze strategieën: hoe ziet een strategie er in de praktijk uit? Tijdens elke sessie waren twee tot vijf fysiotherapeuten aanwezig. Zij hebben zich gebogen over de vraag hoe deze strategieën omgezet kunnen en zullen worden tot concrete acties in de praktijk. Helaas moesten de werksessies weer online plaatsvinden. Maar dit heeft zeker niet tot minder waardevolle resultaten geleid!



MOVE ON

Werksessies najaar 2021

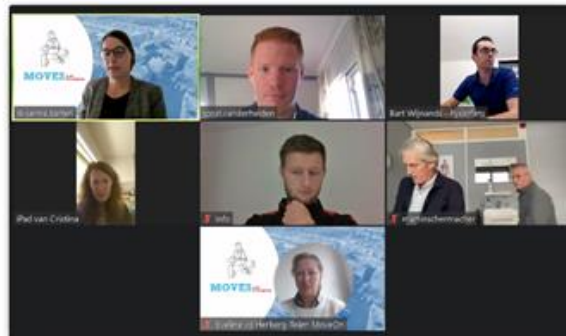


HOGESCHOOL UTRECHT
Hanzehogeschool Groningen
University of Applied Sciences



Nabespreking

- Hoe ging het?
- Waar ben je zeker van?
- Waar heb je twijfels over?



Eindelijk praktijkbezoeken

Na de zomer was het momentum daar; we konden live bij elkaar op bezoek gaan! Het team van MoveOn is gestart bij Fysio Sonnevelt in Zeist. Na het bekijken van de praktijk hebben we gesproken over het gemak en de moeilijkheden bij het implementeren van de merkpositionering van [Fysio Sonnevelt](#). We hebben gesproken over het creëren van een eigen *look and feel*.

Bij [Fysiohuis Bunschoten](#) is het bezoek extra opgetuigd met de aanwezigheid van [Fysio Emmen](#). Samen keken we naar de inrichting van de praktijk en de mate van huiselijkheid die ze willen uitstralen. Wat zijn Laura en Hylke goed en kritisch bezig met de eigen diagnose van implementatiecapaciteit!

Bij [Fysiofiets](#) in Deventer zijn we hartelijk ontvangen, evenals bij de [de Neckar Ondiep](#) in Utrecht. Naar aanleiding van onze gesprekken is er hernieuwde energie om naar implementatieplanning, monitoring en merkelementen te kijken. Tanja van praktijk [Oofi](#) in Bergen op Zoom besluit haar cliënten uit te dagen en mee te laten denken over de slogan. Een mooie opmaat naar het creëren van merkambassadeurs.





*Dan rest ons nog slechts iedereen een hele fijne kerstvakantie,
fijne feestdagen en een gezond en goed 2022 toe te wensen!*

[Meer weten over ons project?](#)



 **HOGESCHOOL
UTRECHT**

**HIER KOMT
ALLES SAMEN**

Afmelden? Stuur een mail naar hannelies.ravensloot@hu.nl