

Verslag derde brainstormsessie Schrijffase PGO on Air - 20 augustus 2020

Terugblik eerdere bijeenkomsten

Maartje van Boekel, Strategisch Communicatieadviseur PGO on Air, opent de bijeenkomst en geeft aan dat zij Sonja deze brainstormsessie waarneemt. Er zijn veel deelnemers in deze brainstormsessie waaronder ook een aantal mensen die de ambitie al hebben ondertekend. We starten met een terugblik op de alliantiebijeenkomst van 2 juli en de eerste twee brainstormsessies van 23 juli en 6 augustus jongstleden.

Maartje haalt de aangescherpte ambitie nog eens aan. Tijdens de alliantiebijeenkomst van 2 juli is in kleinere groepjes gereflecteerd op de ambitie. Op basis van alle input is de ambitie verder aangescherpt: er is gekozen voor inclusiever taalgebruik. Daarnaast is er aan de ambitie een duidelijke omschrijving van een PGO toegevoegd waardoor bijvoorbeeld ook duidelijk wordt dat de Patiëntenfederatie aangeeft dat PGO's met een MedMij-label veilig en betrouwbaar zijn. Inmiddels heeft een aantal partijen de ambitie onderschreven. Maar ook een aantal nog niet. Maartje nodigt partijen van harte uit om de ambitie te onderschrijven en geeft aan dat er op 31 augustus een alliantiebijeenkomst gepland staat waarin we op feestelijke wijze stilstaan bij de reeds ingeschreven partijen.

Update inschrijving PGO-alliantie en rollen

Maartje vertelt nog eens dat er drie verschillende rollen zijn die je als alliantiepartner in kunt nemen: luisteren, vertellen en uitvoeren. Op deze manier kan iedere partij een rol pakken die het beste bij zijn organisatie en achterban past. Iedere rol vraagt een verschillende tijdsinvestering.

In de rol 'luisteren' volg je met name alleen de ontwikkelingen. Je luistert actief en stelt vragen, maar het kan ook betekenen dat je wilt dat we langskomen om een grotere groep te informeren. Dan is er de rol 'vertellen' waarbij je ook daadwerkelijk aan de achterban communiceert over PGO's. 'Wat zijn PGO's en wat kun je ermee?'. Naast de achterban ga je in deze rol ook in gesprek met de PGO-alliantie over PGO's. Tot slot is er de rol 'uitvoeren', waarbij je echt een actieve rol inneemt en bezig bent met het creëren van producten en diensten. Denk aan: een leeromgeving opzetten, communicatiemateriaal ontwikkelen of een pilot organiseren. Maartje geeft aan dat er in deze brainstormsessie ook deelnemers zijn die zich hebben ingeschreven op deze rollen.

Ruimte voor vragen en opmerkingen

Een van de deelnemers geeft aan dat er behoefte is aan duidelijkheid over het vervolg. Maartje vertelt dat op het moment het team PGO on Air druk bezig is met de verdere invulling van de subsidieaanvraag die op 15 september wordt ingediend. Op 31 augustus is een alliantiebijeenkomst gepland waar we toelichting geven op deze subsidieaanvraag en dan zal deze ook getoetst worden bij de alliantiepartners. Daarnaast staan we stil bij de vervolgstappen voor de periode na 15 september.

Wijze van brainstormen

Voor de online brainstorm wordt, net zoals bij de vorige brainstormsessies, gebruik gemaakt van de Mural-tool. Een online whiteboard waarop je gezamenlijk post-its kunt plakken. Tijdens de vorige brainstormsessies is al veel relevante informatie opgehaald over mogelijke activiteiten en wat daarvoor nodig is. Tijdens deze derde brainstormsessie gaan we wederom brainstormen over verschillende activiteiten binnen de PGO-alliantie. Echter hebben we dit keer de vragen iets aangescherpt om met elkaar een concretiseringsslag te maken. Hiernaast hebben we, op basis van input uit de vorige twee brainstormsessies, per pijler clusters gemaakt om verder op door te brainstormen.

Bij elke pijler stonden twee vragen centraal:

1. Hoe zien deze activiteiten er precies uit?
2. Wat heb je hiervoor nodig?

De verzamelde input gebruiken we om de alliantie verder vorm te geven en om de subsidieaanvraag te schrijven zodat deze zo goed mogelijk aansluit bij wat jullie gaan doen en daarvoor nodig hebben.

Pijler 3: vraag & aanbod

We beginnen dit keer met pijler 3: vraag en aanbod. Maartje licht kort toe dat deze pijler vooral gaat over hoe je de wensen en behoeften van gebruikers dichterbij de mogelijkheden van de ontwikkelaars kunt laten komen.

Voor pijler 3 hebben we voor activiteiten de volgende clusters bepaald:

1. Informatie delen met achterban (patiënten én zorgverleners)
2. Kennis over de gebruikersbehoeften ophalen
3. Ophalen van gebruikerservaringen i.s.m. PGO leveranciers in een pilot

Als het gaat om het delen van informatie met de achterban, wordt o.a. het gebruik van webinars genoemd. Dit blijkt een manier die wordt gewaardeerd en dat heeft natuurlijk ook met deze tijd te maken. Om meer kennis over de gebruikersbehoefte en de gebruikerservaringen op te halen, worden focusgroepen, panels en praktijkpilots in de regio genoemd om meer informatie te krijgen en cliëntenparticipatie te organiseren. Het uitvoeren van het VIPP programma Babyconnect waarbij het gebruik van PGO ook een onderdeel is, wordt ook genoemd. Vanuit dit programma worden de komende jaren ook pilots gestart. Als toevoeging op pilots wordt ook het gebruik van een klantreis genoemd, door dit in te zetten kan de meerwaarde van PGO snel zichtbaar worden.

Andere activiteiten die worden benoemd zijn interactieve sessies, nieuwsbrieven, overleg met PGO leveranciers en input ophalen via keuzehulp. Tot slot werd er gesproken over het inzetten van een koopgids: een soort keuzehulp voor zowel zorgverleners als zorggebruikers omtrent PGO's. Dit vanwege de behoefte aan overzichtelijke informatie over PGO's. Maartje geeft aan dat de keuzehulp los staat van de PGO-alliantie, maar wel onderdeel is van het PGO on Air programma.



Voor de middelen zijn de volgende clusters bepaald:

1. Ondersteuning gebruikers
2. Inzicht PGO's / mogelijkheden
3. Budget

Deelnemers geven aan dat er budget nodig is voor de inzet van menskracht, voorbereidingskosten, het afnemen van vragenlijsten, het inzetten van een testpanel etc. Ook wordt de inzet van een externe projectleider genoemd. Verder werd gesproken over het opleiden van PGO-consulenten, dit is een mooie manier om de zorgverleners te ondersteunen. Een ander middel is een overzicht van PGO's met overeenkomsten, verschillen, toetsingscriteria, functionaliteiten en technische eisen.



Pijler 4: PGO kennis & vaardigheden

Maartje licht kort toe dat de komst van het PGO veel gaat veranderen voor de manier waarop je met je eigen gezondheid omgaat en met name ook voor de relatie met je zorgverlener. Hoe kunnen we het leren om goed met een PGO om te gaan en wat gaat het betekenen voor de relatie tussen de gebruiker en de zorgverlener? Hoe kunnen we dat vormgeven zodat de meerwaarde ook tot uiting komt?

Voor pijler 4 hebben we bij activiteiten de volgende clusters bepaald:

1. Testen met gebruikers
2. Scholing
3. Begeleiding
4. (leer-) Platform

Omdat het gebruik van PGO's om een andere manier van gesprekvoering tussen de zorgverlener en de zorggebruiker vraagt, is het van belang dat zorgverleners hierin worden opgeleid. Bij scholing wordt benoemd dat informatieoverdracht van belang is. 'Wat kan een PGO allemaal?' en wordt gedacht aan e-learning, een demo-omgeving, peer-to-peer begeleiding, een buddy netwerk en PGO's meenemen in de bestaande scholing. Ook wordt het opzetten van een leerplatform 'PGO-academy' genoemd waar best practices en use cases gedeeld kunnen worden. De deelnemers geven voor het testen met gebruikers aan dat er gebruik kan worden gemaakt van een testpanel (met zowel ervaringsdeskundigen als mensen die geen ervaring hebben).

Een deelnemer noemt het benaderen van mensen op het moment dat ze in de wachtkamer zitten. In wachtkamers zitten de mensen voor wie een PGO waardevol kan zijn, hier kun je bijvoorbeeld gastvrouwen/-heren voor inzetten of scholing op een computer in de wachtkamer.

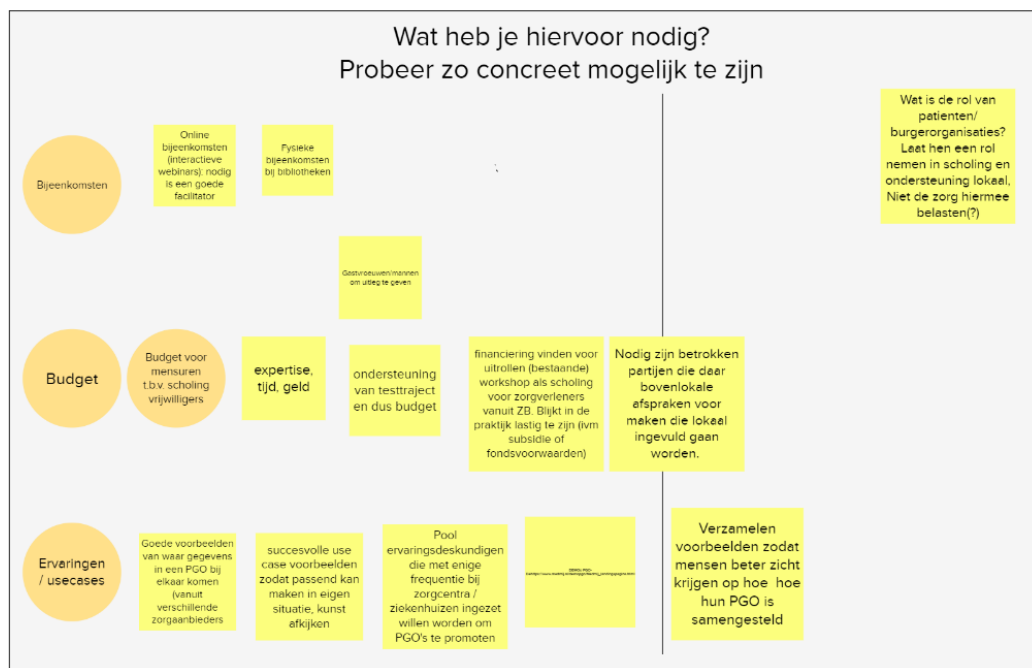


Voor de middelen zijn de volgende clusters bepaald:

1. Budget
2. Use cases/ ervaringen
3. Bijeenkomsten

Wat betreft budget wordt aangegeven dat er middelen nodig zoals een facilitator voor de bijeenkomsten maar ook voor het opleiden van medewerkers en de ondersteuning bij de testprojecten. Deze testprojecten kunnen worden gekoppeld aan een platform waar best practices beschikbaar zijn. Andere middelen die worden benoemd zijn online én fysieke bijeenkomsten en een pool met ervaringsdeskundigen om PGO's te promoten. Samenwerkingsverbanden met andere partijen en het aanbieden van blauwdrukken wordt ook genoemd. Een deelnemer geeft aan dat het zou helpen als grote landelijke partijen met elkaar afspreken om samen te werken. Maartje geeft aan dat dat de reden is, waarom we koepelorganisaties bij de PGO-alliantie willen betrekken.

Tot slot wordt de onderlinge samenwerking en verbinding tussen de alliantiepartners genoemd. Het is waardevol om alliantiepartners te stimuleren om gebruik te maken van de activiteiten, middelen en mogelijkheden die er al zijn. 'Practice what you preach'.



Pijler 1: PGO doelgroepgerichte communicatie

Maartje geeft aan dat pijler 1 altijd een relatie heeft met de andere pijlers en licht toe dat er een doelgroepenonderzoek plaatsvindt. Dit onderzoek is al onder algemeen publiek gedaan en wordt nu ook onder zorgverleners uitgezet.

Voor pijler 1 hebben we voor activiteiten de volgende clusters bepaald:

1. Doelgroep (behoefte) bepalen
2. Informatie delen (bijeenkomsten/demo sessies)
3. Ervaringen delen (successen/verhalen)
4. Communicatie materialen

De deelnemers geven aan dat het belangrijk is om communicatiemiddelen of bijeenkomsten steeds toe te spitsen op specifieke doelgroepen. Dus niet één verhaal vertellen, maar dit specificeren voor de verschillende gebruikersgroepen. Als activiteiten worden o.a. het delen van informatie in lokale media in samenwerking met lokale zorgverleners, het inzetten van PGO gebruikers om ervaringen te delen en het betrekken van zorgverzekeraars genoemd.

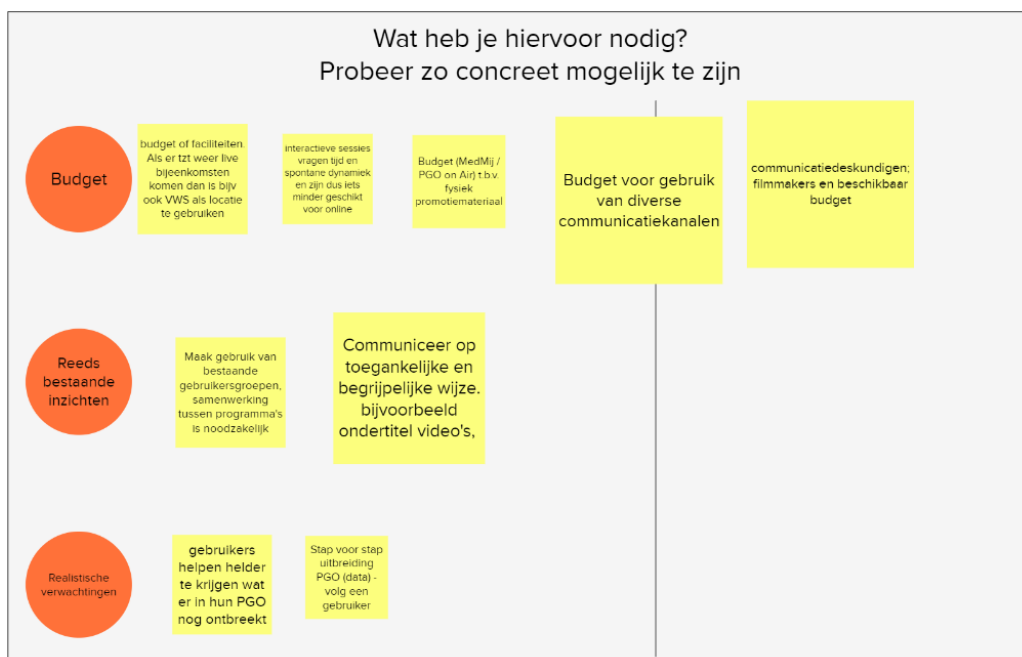
Bij communicatiemiddelen wordt aangegeven dat er behoefte is aan een goed communicatieplan en dat er gebruik kan worden gemaakt van bestaande communicatiemiddelen, denk aan de eigen websites, magazines en social media. Een verwijzing naar PGO's in een bestaande folder bijvoorbeeld, als de folder al beschikbaar is. Maar ook het gebruik van filmpjes om een jongere doelgroep aan te trekken. Een leuk, nieuw idee is de 'PGO tip van de week'.



Voor de middelen zijn de volgende clusters bepaald:

1. Budget
2. Reeds bestaande inzichten
3. Realistische verwachtingen

De deelnemers geven aan dat er zodra er weer fysieke bijeenkomsten komen, behoefte is aan budget voor of het faciliteren van deze bijeenkomsten. Hiernaast wordt de inzet van en budget voor communicatiedeskundigen genoemd, denk aan filmmakers. Maar ook voor het gebruik van diverse communicatiekanalen. Er wordt door de deelnemers benadrukt dat het van belang is om op een toegankelijke en begrijpbare wijze te communiceren, zodat de informatie voor alle doelgroepen bruikbaar is. Hier is inzicht voor nodig in de gebruikers van een PGO. Gebruik maken van bestaande gebruikersgroepen kan hier een mooi middel voor zijn.



Maartje bedankt alle deelnemers voor hun inbreng en interactie. 'We hebben samen hard gewerkt!' Er is behoefte aan concretisering en tegelijkertijd moeten we ons realiseren dat dit een ander type alliantie is. 'We kunnen op deze manier samen een beweging in gang zetten en dat is mooi.'

Tot slot, geeft Maartje aan dat er op dit moment 14 partijen zijn die de ambitie hebben ondertekend en zich hebben ingeschreven op de verschillende rollen binnen de pijlers van de PGO-alliantie (d.d. 20 augustus 2020). De verwachting is dat er nog een groot aantal partijen bijkomt.

