



# kijken door een andere *retail* bril

*De kracht van  
conceptontwikkeling in de  
(ouderen)zorg*

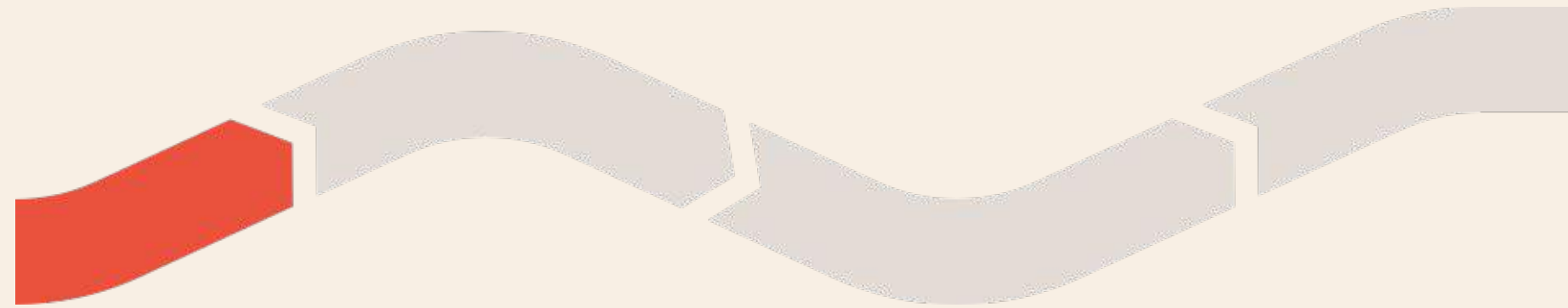
door **Ilse Potma, Amstelring**



de retail  
bril

# *samen aan de slag*

wat ontdekken we vandaag?



## **concept ontwikkeling**

wat is het en  
waarom is het  
belangrijk?

lessen uit  
retailwereld

waar kunnen  
we van elkaar?  
leren?

goed vs.  
slecht concept

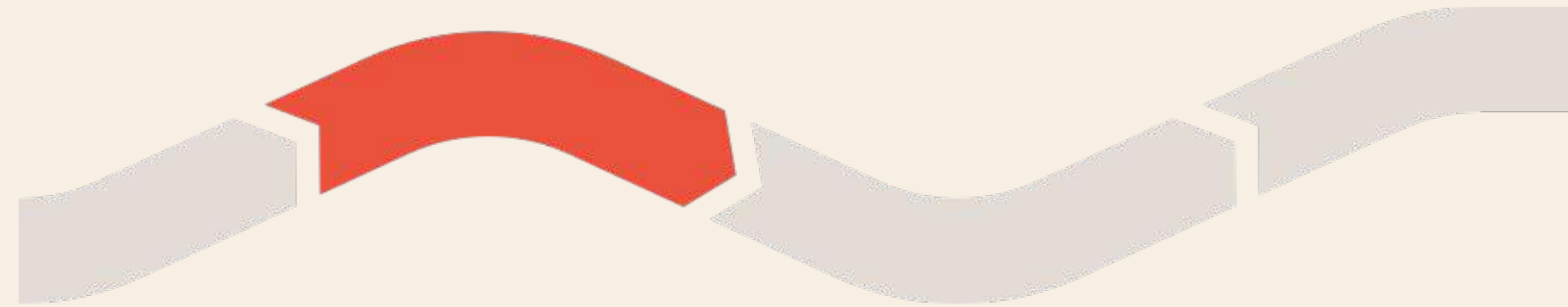
hoe herken je  
een sterk  
concept?

impactvolle  
concepten

(jouw) keuzes  
bepalen de  
uitkomst

# *samen aan de slag*

wat ontdekken we vandaag?



**concept  
ontwikkeling**

Wat is het, en  
waarom is het  
belangrijk?

**lessen uit  
retailwereld**

waar kunnen  
we van elkaar  
leren?

goed vs.  
slecht concept

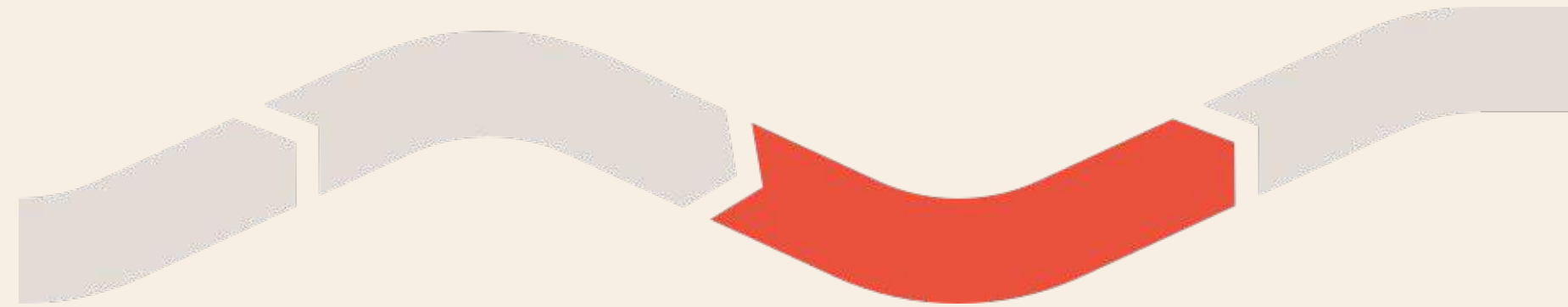
hoe herken je  
een sterk  
concept?

impactvolle  
concepten

(jouw) keuzes  
bepalen de  
uitkomst

# *samen aan de slag*

wat ontdekken we vandaag?



## **concept ontwikkeling**

Wat is het, en  
waarom is het  
belangrijk?

## lessen uit retailwereld

waar kunnen  
we leren van  
elkaar?

## **goed vs. slecht concept**

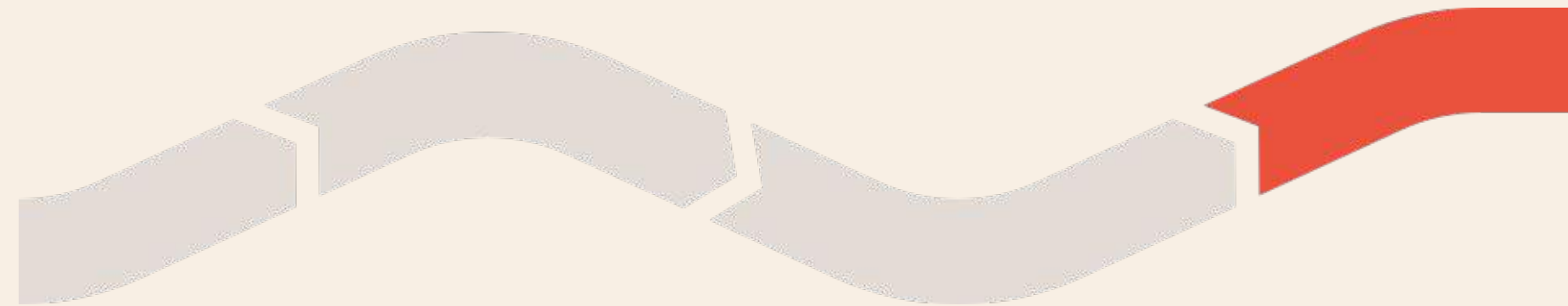
hoe herken je  
een sterk  
concept?

## impactvolle concepten

(jouw) keuzes  
bepalen de  
uitkomst

# *samen aan de slag*

wat ontdekken we vandaag?



## **concept ontwikkeling**

Wat is het, en  
waarom is het  
belangrijk?

## lessen uit retailwereld

waar kunnen  
we leren van  
elkaar?

## goed vs. slecht concept

hoe herken je  
een sterk  
concept?

## **impactvolle concepten**

(jouw) keuzes  
bepalen de  
uitkomst

# Conceptontwikkeling

*wat is het precies?*



3139 9444



scan de code  
of ga naar  
[menti.com](https://menti.com)  
en vul in!

# Conceptontwikkeling

*wat is het precies?*



behoefte, wensen en  
leefwereld van de  
gebruiker



Bedenken en vormgeven van  
nieuwe producten, diensten  
en ervaringen



Maken het leven makkelijker,  
prettiger en waardevoller



oplossingen die  
écht aansluiten

***Een goed concept voelt voor de klant vanzelfsprekend en logisch aan  
—alsof het altijd al zo had moeten zijn.***

# retail & zorg *twee werelden*



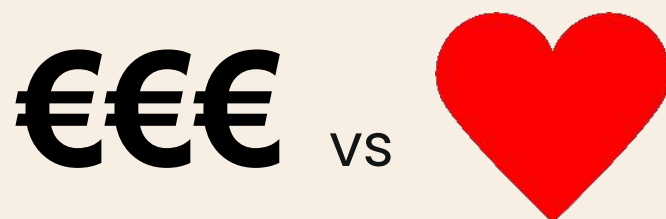
# retail & zorg twee werelden

alles draait om **verleiden**:  
'Hoe krijg ik het mandje  
voller?'

in retail heb je een **directe**  
**link** tussen tevredenheid van  
de klant en de omzet

in retail zijn **klant inzichten**  
makkelijker op te halen en  
minder complex > in zorg  
gebruiker én 'beïnvloeder'

**innovatie** gaat veel  
sneller in de retail



← met verschillen



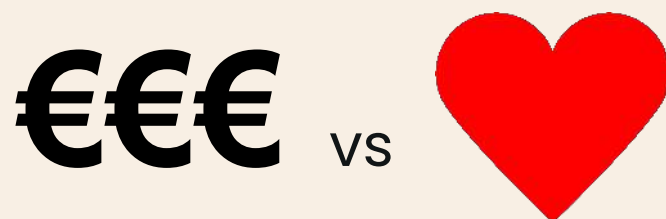
# retail & zorg twee werelden

alles draait om **verleiden**:  
'Hoe krijg ik het mandje  
voller?'

in retail heb je een **directe**  
**link** tussen tevredenheid van  
de klant en de omzet

in retail zijn **klant inzichten**  
makkelijker op te halen en  
minder complex > in zorg  
gebruiker én 'beïnvloeder'

**innovatie** gaat veel  
sneller in de retail



met verschillen  
én raakvlakken



we hebben allebei  
**klanten** > van zorg naar  
gewoon leven

we hebben allebei  
**medewerkers** én krapte  
op de arbeidsmarkt

grote **kansen** voor  
technologie

**multidisciplinaire**  
**samenwerking** biedt  
kansen

'**last mile**' is een  
uitdaging

"**schaamteloos**  
**kopiëren**"



# De leerlessen uit de retail



**1**

**Stip op de horizon**

**2**

**Meten is weten**  
Data en  
informatie

**3**

**Ken je klant**  
Kennis

**4**

**Burgers vs  
consumenten**  
inzicht

**5**

**Focus: van  
inzicht naar  
impact**

**6**

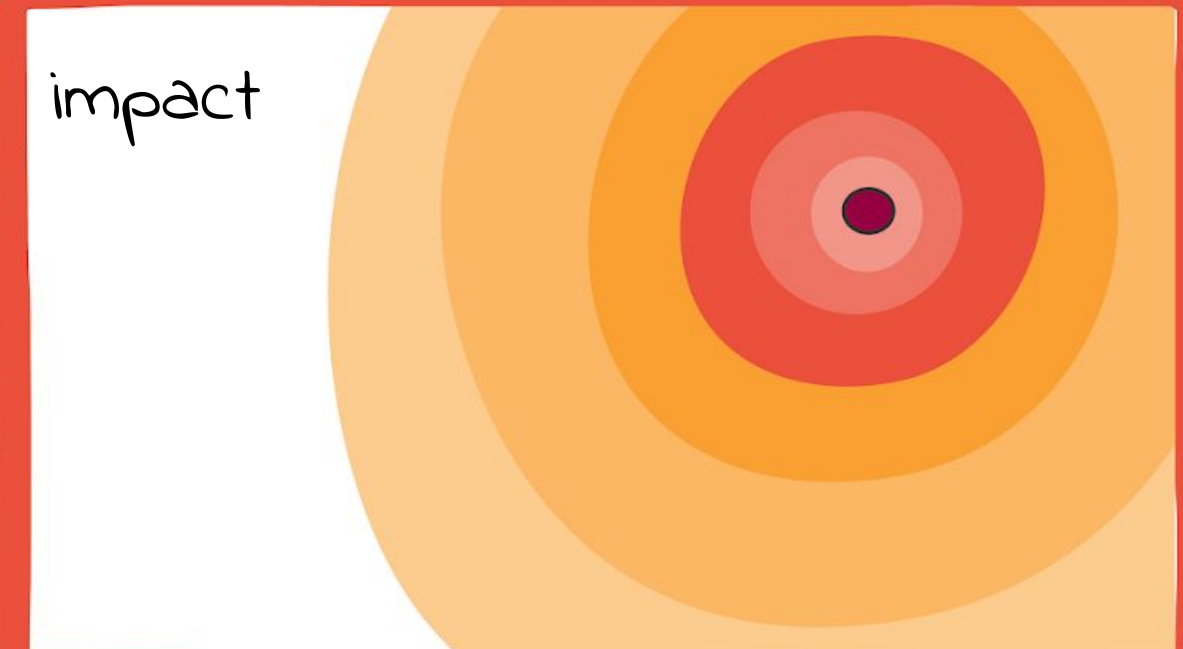
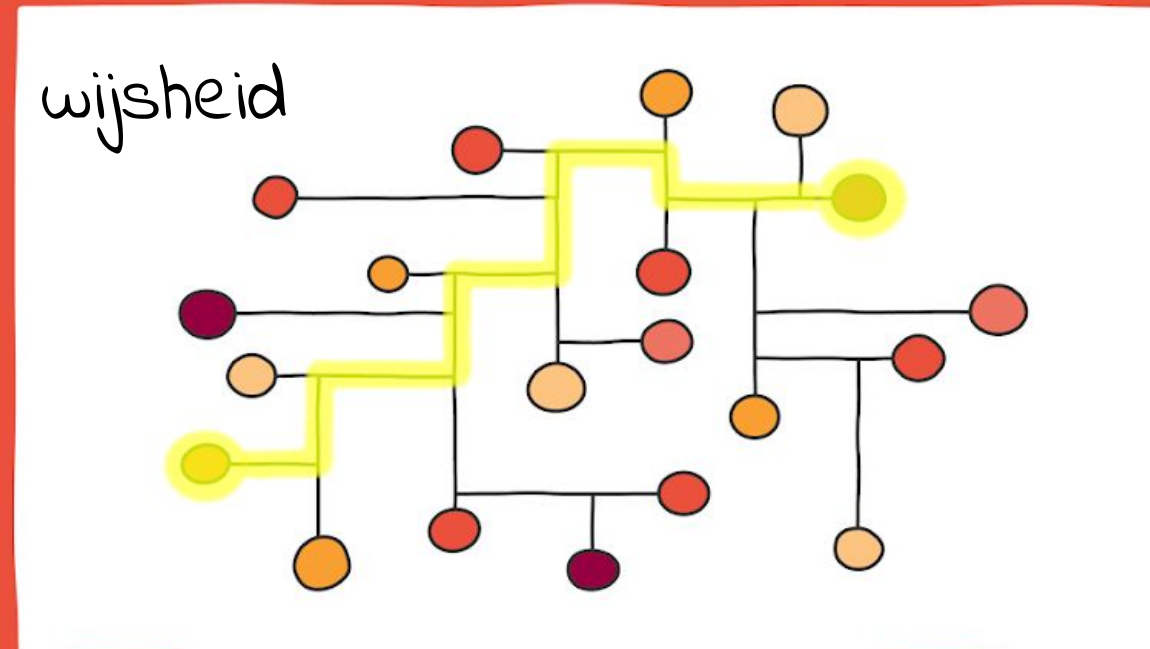
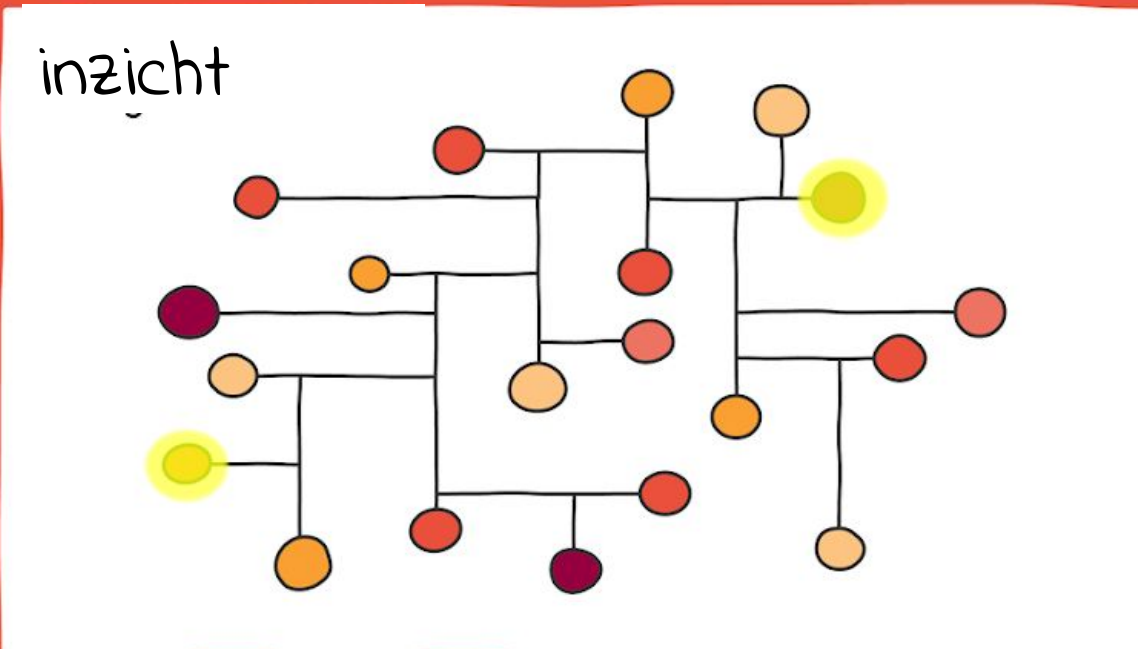
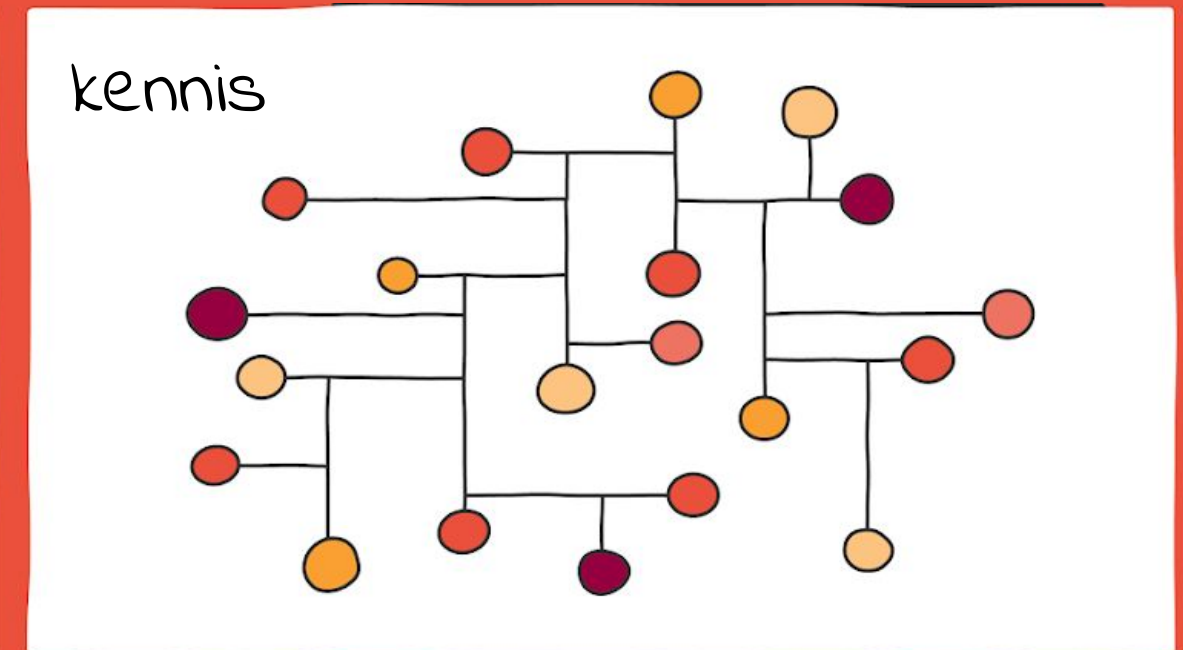
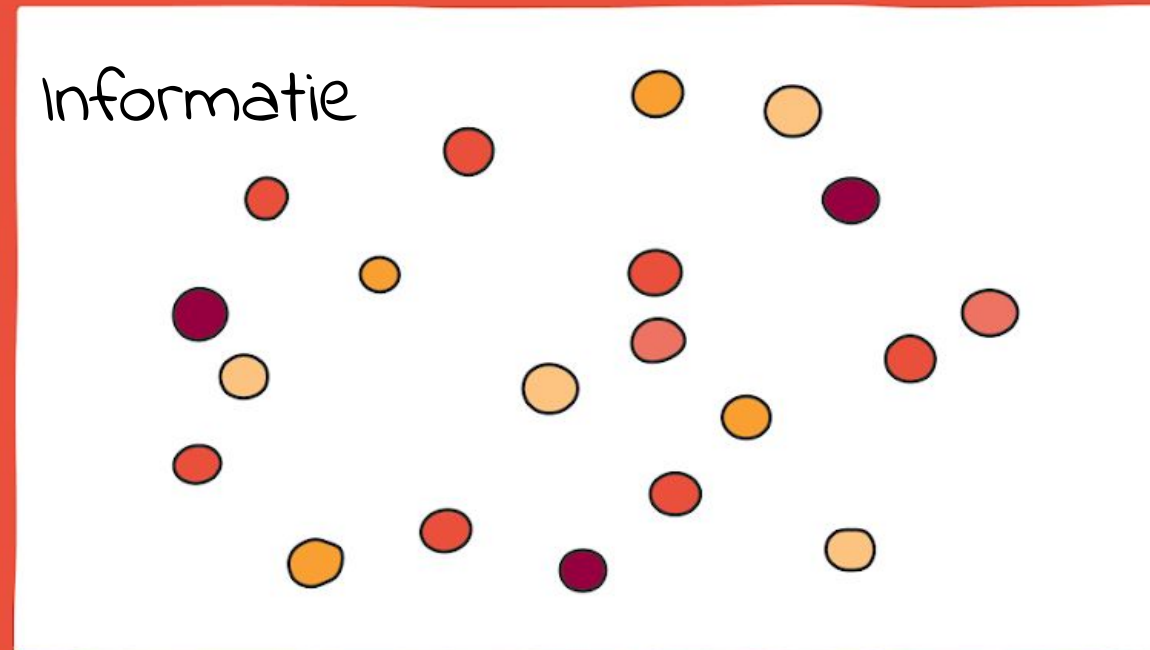
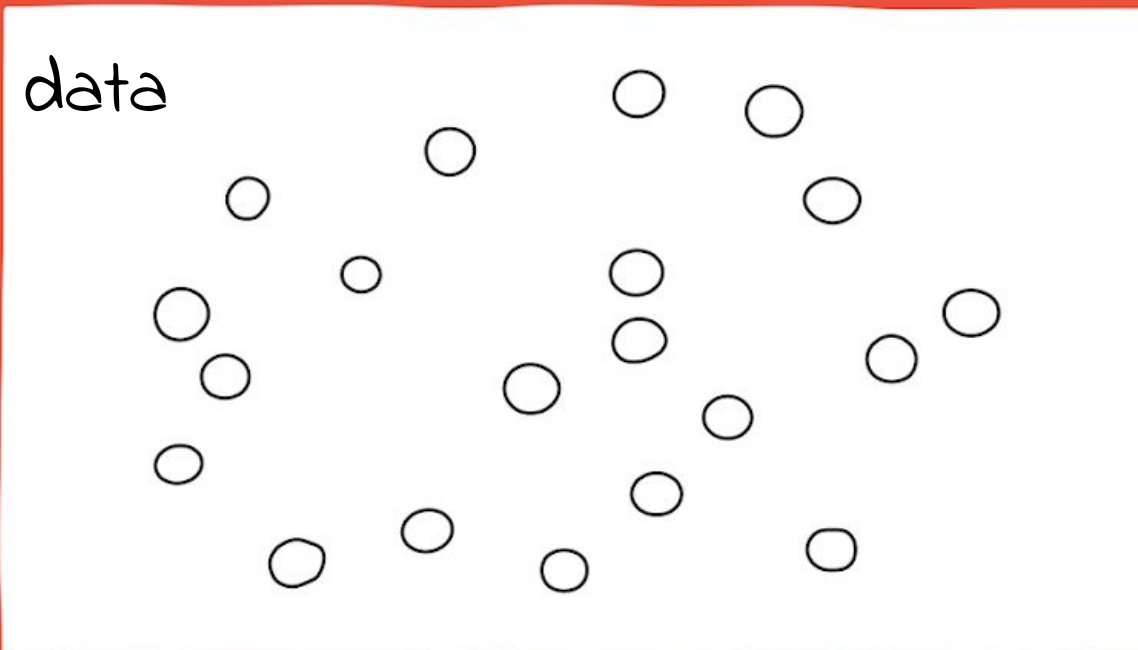
**7 uit 7**  
Wijsheid

**7**

Experimenteer!



# hoe ontwikkel je een impactvol concept?



# De leerlessen uit de retail



1

Stip op de horizon

2

**Meten is weten**  
Data en informatie

3

Ken je klant  
Kennis

4

Burgers vs consumenten  
inzicht

5

7 uit 7  
Wijsheid

6

**Focus: Alles wat je aandacht geeft groeit**

7

Experimenteer!



# De leerlessen uit de retail



1

**Stip op de horizon**

2

**Meten is weten**  
Data en informatie

3

**Ken je klant**  
Kennis

4

**Burgers vs consumenten**  
inzicht

5

**7 uit 7**  
Wijsheid

6

**Focus: Alles wat je aandacht geeft groeit**

7

Experimenteer!



I've seen enough. Let's leave.



# De leerlessen uit de retail



1

**Stip op de horizon**

2

**Meten is weten**  
Data en informatie

3

**Ken je klant**  
Kennis

4

**Burgers vs consumenten**  
Inzicht

5

**7 uit 7**  
Wijsheid

6

**Focus: Alles wat je aandacht geeft groeit**

7

Experimenteer!



# De leerlessen uit de retail



1

Stip op de horizon

2

Meten is weten  
Data en informatie

3

Ken je klant  
Kennis

4

Burgers vs consumenten  
inzicht

5

7 uit 7  
wijsheid

6

Focus: Alles wat  
je aandacht geeft groeit

7

Experimenteer!



# 7 uit 7

## wijsheid

wat doet er écht toe  
voor de klant?



- **Gebruiksgemak**  
Eenvoudig en intuïtief te gebruiken
- **Snelheid**  
Versnelt checkout en vermindert wachtrijen
- **Betrouwbaarheid**  
Werken zonder storingen, zodat klanten vertrouwen hebben in het systeem.
- **Promotie**  
Promotie beter zichtbaar
- **Geen financieel risico bij verlies**  
Er is geen financieel eigen risico als je device verliest
- **Fysieke betaalplek**
- **Directe prijsoverzichten**  
je ziet meteen de prijs van het totaalbedrag van boodschappen, wat zorgt voor transparantie
- **Koppeling met loyaliteitsprogramma's**  
Klanten kunnen hun bonuskaart of spaarprogramma eenvoudig gebruiken om kortingen of punten te verzamelen.
- **Ondersteuning voor diverse betaalmethoden**  
pinpas, mobiele betaalopties (Apple Pay, Google Pay), creditcard, cash
- **Goede wifi verbinding**  
Een slechte wifi-verbinding of geen mobiel internet in de winkel kan het scannen frustrerend of onmogelijk maken.
- **Persoonlijke assistent**  
Foutmelding bij scannen van een artikel dat je niet wilt kopen, bijvoorbeeld bij allergie of vermijden dierlijke ingrediënten

# 7 uit 7

## wijsheid

wat doet er écht toe  
voor de klant?



- ✓ **Gebruiksgemak**  
Eenvoudig en intuïtief te gebruiken
- ✓ **Snelheid**  
Versnelt checkout en vermindert wachtrijen
- **Betrouwbaarheid**  
Werken zonder storingen, zodat klanten vertrouwen hebben in het systeem.
- **Promotie**  
Promotie beter zichtbaar
- ✓ **Geen financieel risico bij verlies**  
Er is geen financieel eigen risico als je device verliest
- ✓ **Fysieke betaalplek**
- **Directe prijsoverzichten**  
je ziet meteen de prijs van het totaalbedrag van boodschappen, wat zorgt voor transparantie
- ✓ **Koppeling met loyaliteitsprogramma's**  
Klanten kunnen hun bonuskaart of spaarprogramma eenvoudig gebruiken om kortingen of punten te verzamelen.
- ✓ **Ondersteuning voor diverse betaalmethoden**  
pinpas, mobiele betaalopties (Apple Pay, Google Pay), creditcard, cash
- ✓ **Goede wifi verbinding**  
Een slechte wifi-verbinding of geen mobiel internet in de winkel kan het scannen frustrerend of onmogelijk maken.
- **Persoonlijke assistent**  
Foutmelding bij scannen van een artikel dat je niet wilt kopen, bijvoorbeeld bij allergie of vermijden dierlijke ingrediënten

# De leerlessen uit de retail



1

Stip op de horizon

2

Meten is weten  
Data en informatie

3

Ken je klant  
Kennis

4

Burgers vs consumenten  
inzicht

5

7 uit 7  
wijsheid

6

**Focus: Alles wat je  
aandacht geeft  
groeit**

7

Experimenteer!



# Focus: Alles wat je aandacht geeft groeit

jouw keuze bepaalt de uitkomst

*grootste trends  
in de zorg*



- **Vergrijzing en veranderende vraag**
- **Langer zelfstandig thuiswonen**
- **Digitalisering en technologische innovaties**
- **Preventie en gezonde leefstijl**
- **Persoonsgerichte zorg**
- **Arbeidstekorten en nieuwe rollen**
- **Informele zorg en samenwerking**
- **Nieuwe woon-zorgconcepten**
- **Financiële uitdagingen**
- **Palliatieve zorg en aandacht voor levenseinde**
- **Duurzaamheid in de zorg**
- **Meer aandacht voor diversiteit en inclusie**



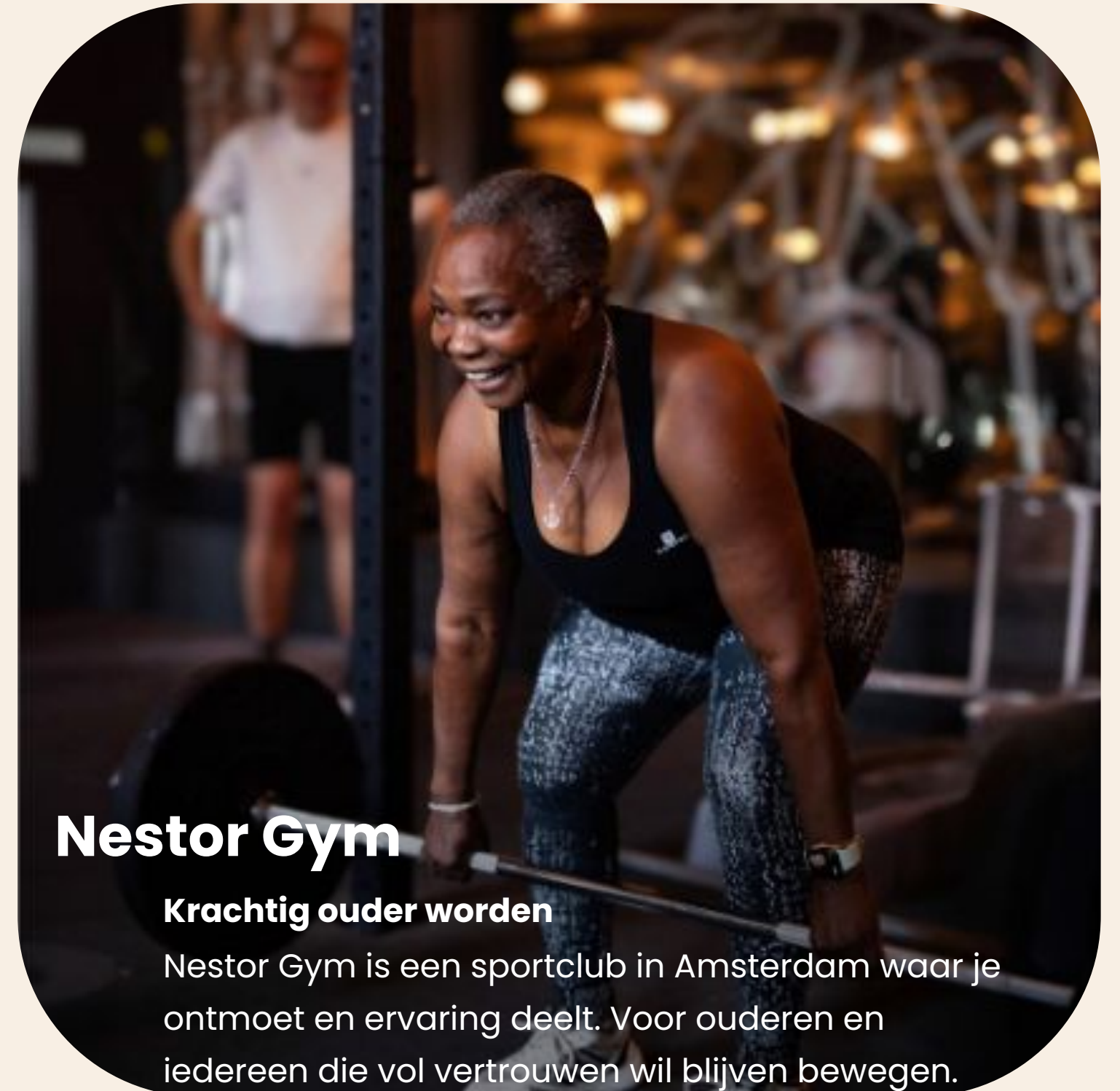
# Focus: Alles wat je aandacht geeft groeit

jouw keuze bepaalt de uitkomst

grootste trends  
in de zorg



- ✔ **Vergrijzing en veranderende vraag**
- ✔ **Langer zelfstandig thuiswonen**
- Digitalisering en technologische innovaties
- ✔ **Preventie en gezonde leefstijl**
- Persoonsgerichte zorg
- Arbeidstekorten en nieuwe rollen
- ✔ **Informele zorg en samenwerking**
- Nieuwe woon-zorgconcepten
- Financiële uitdagingen
- Palliatieve zorg en aandacht voor levenseinde
- Duurzaamheid in de zorg
- Meer aandacht voor diversiteit en inclusie



## Nestor Gym

### Krachtig ouder worden

Nestor Gym is een sportclub in Amsterdam waar je ontmoet en ervaring deelt. Voor ouderen en iedereen die vol vertrouwen wil blijven bewegen.

# Focus: Alles wat je aandacht geeft groeit

jouw keuze bepaalt de uitkomst

grootste trends  
in de zorg



- Vergrijzing en veranderende vraag
- ✓ **Langer zelfstandig thuiswonen**
- Digitalisering en technologische innovaties
- ✓ **Preventie en gezonde leefstijl**
- ✓ **Persoonsgerichte zorg**
- Arbeidstekorten en nieuwe rollen
- ✓ **Informele zorg en samenwerking**
- Nieuwe woon-zorgconcepten
- Financiële uitdagingen
- Palliatieve zorg en aandacht voor levenseinde
- Duurzaamheid in de zorg
- Meer aandacht voor diversiteit en inclusie



## Van ThuisUit

Een zoveel mogelijk zelfstandig betekenisvol leven leiden, óók als oudere met (beginnende) dementie of lichamelijke beperkingen.

# De leerlessen uit de retail



1

Stip op de horizon

2

Meten is weten  
Data en informatie

3

Ken je klant  
Kennis

4

Burgers vs consumenten  
inzicht

5

7 uit 7  
Wijsheid

6

Focus: Alles wat je aandacht geeft groeit

7

**Experimenteer!**





# De leerlessen uit de retail



**1**

**Stip op de horizon**

**2**

**Meten is weten**  
Data en  
informatie

**3**

**Ken je klant**  
Kennis

**4**

**Burgers vs  
consumenten**  
Inzicht

**5**

**7 uit 7**  
Wijsheid

**6**

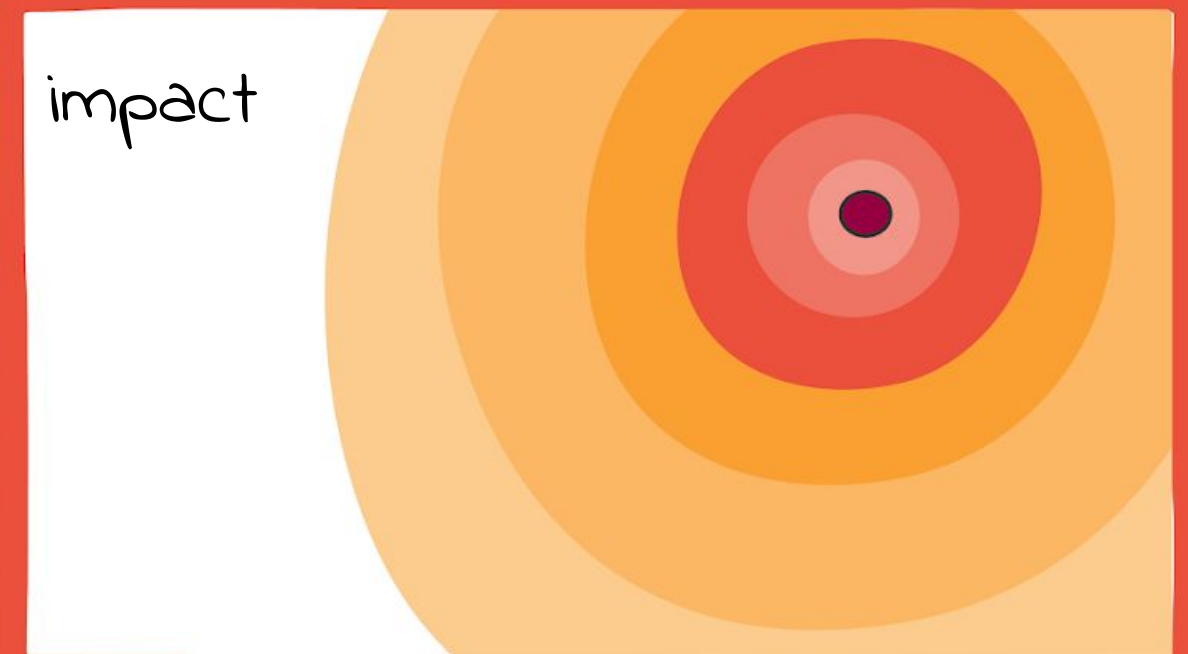
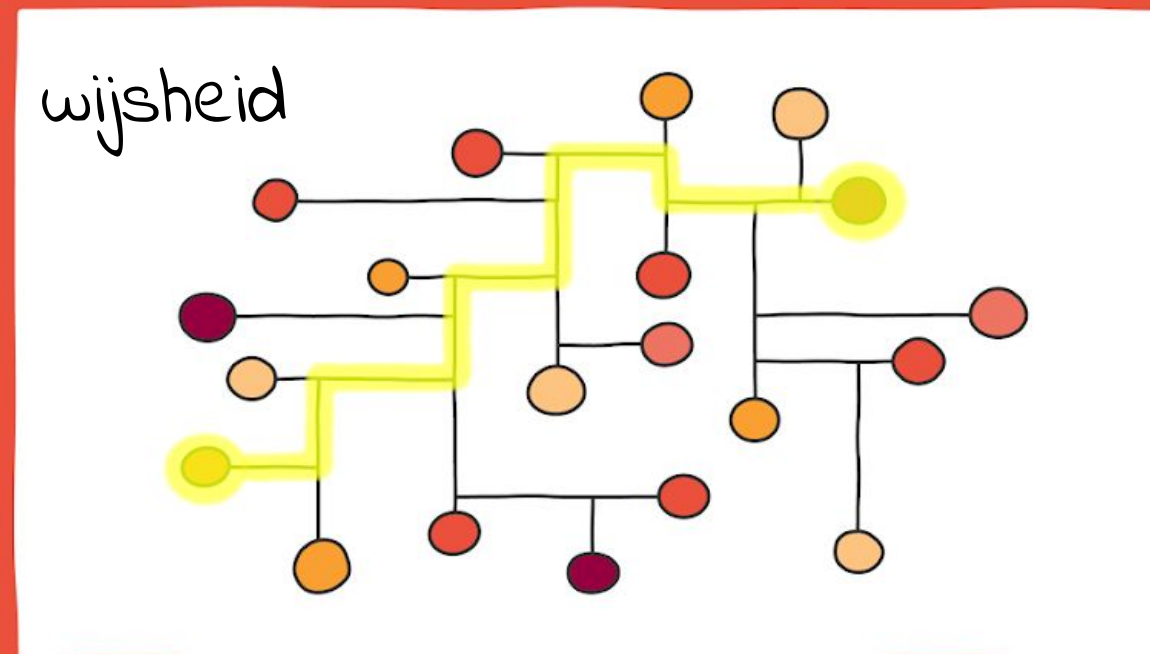
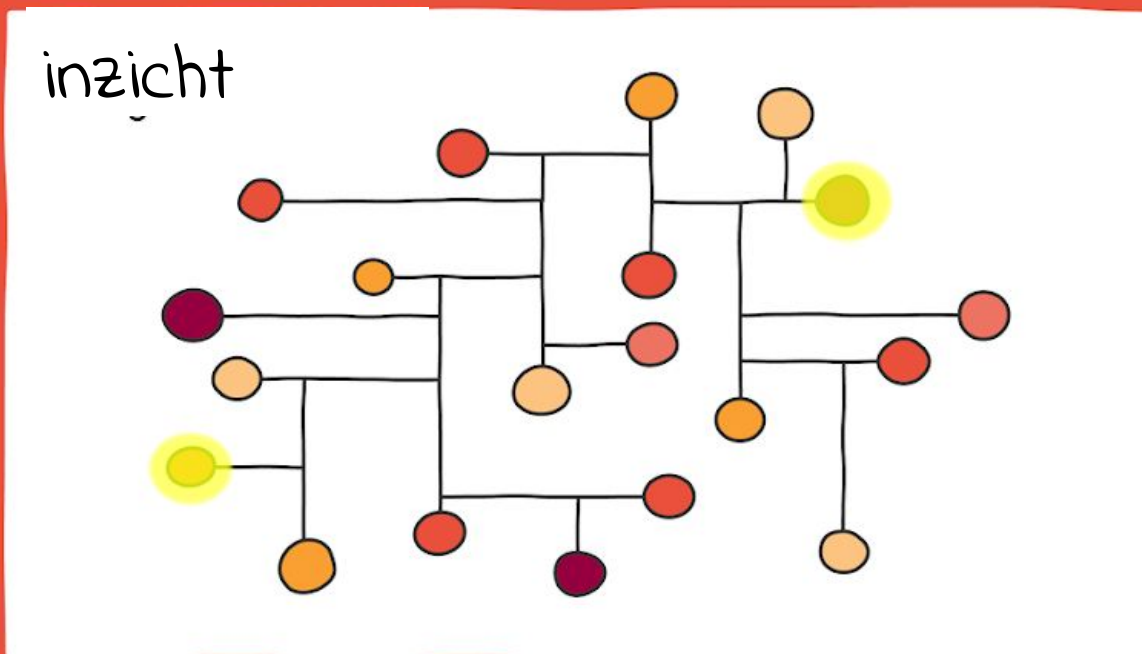
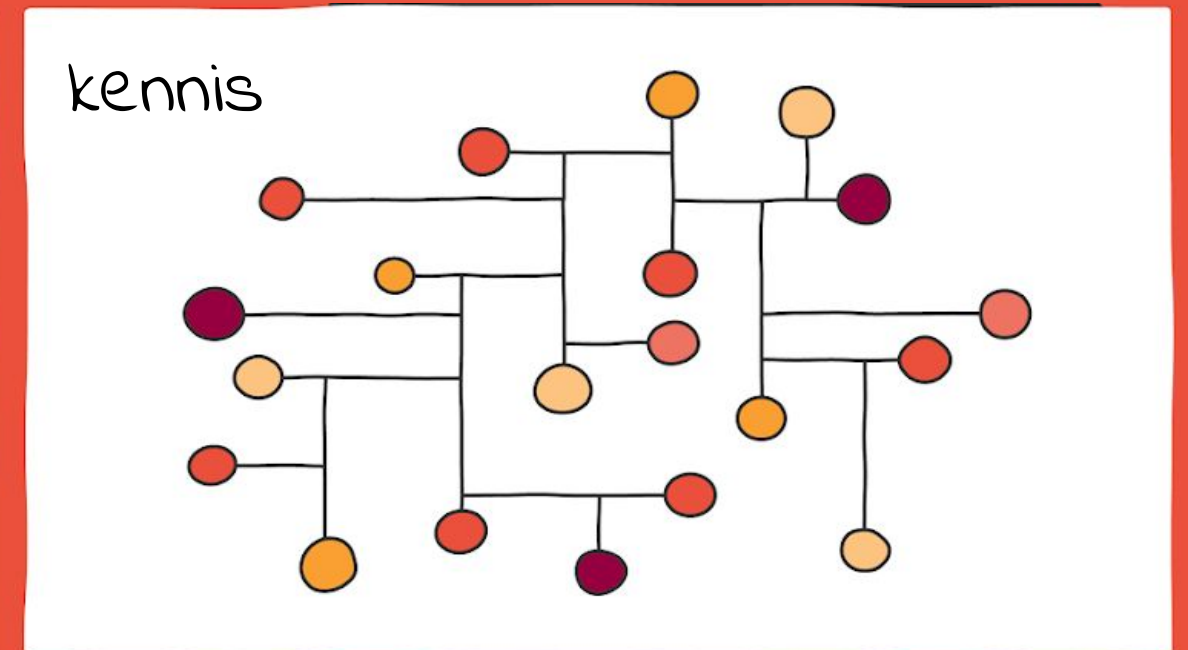
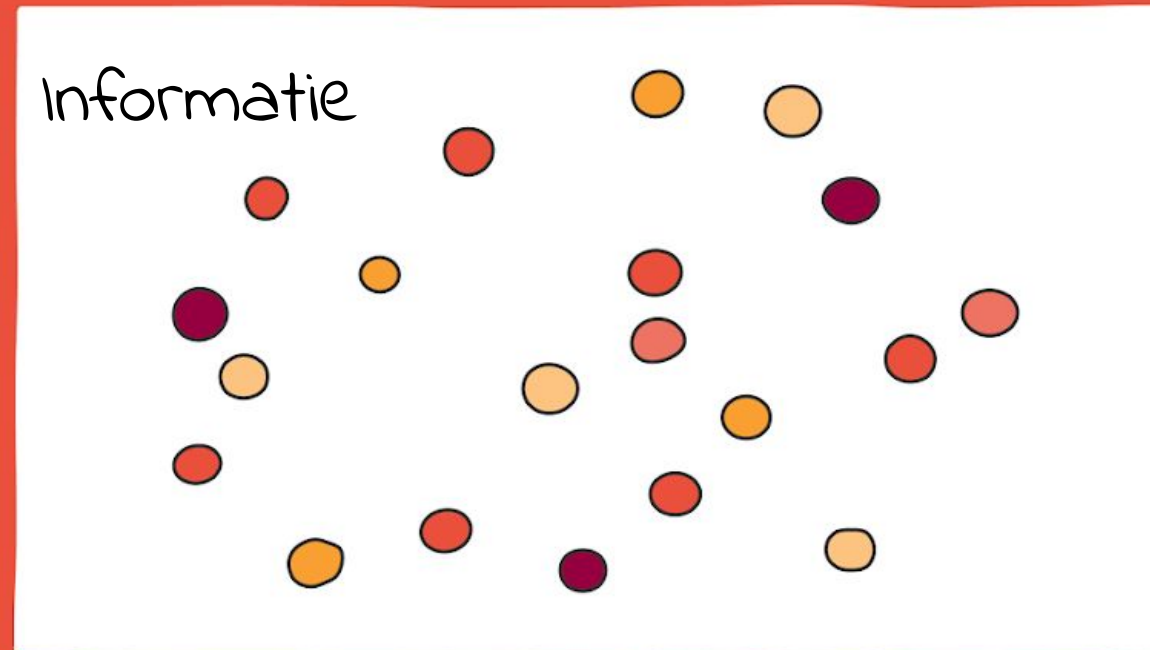
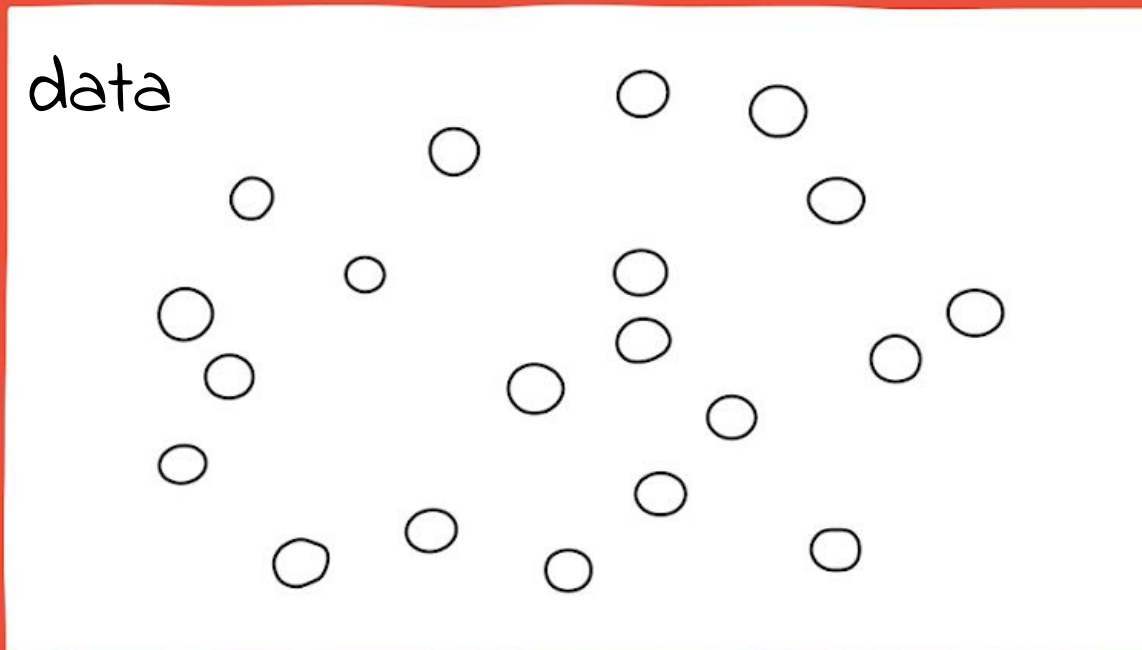
**Focus: Alles wat je  
aandacht geeft  
groeit**

**7**

**Experimenteer!**

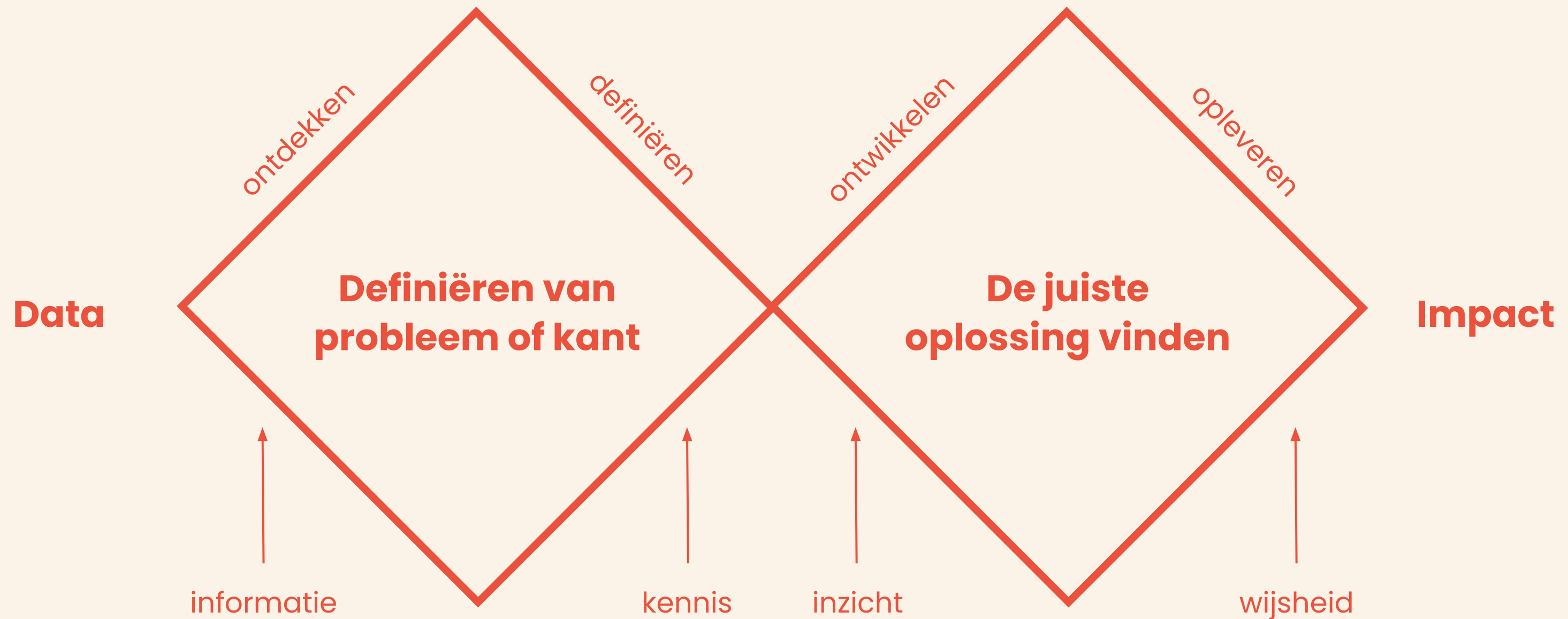


# hoe ontwikkel je een impactvol concept?



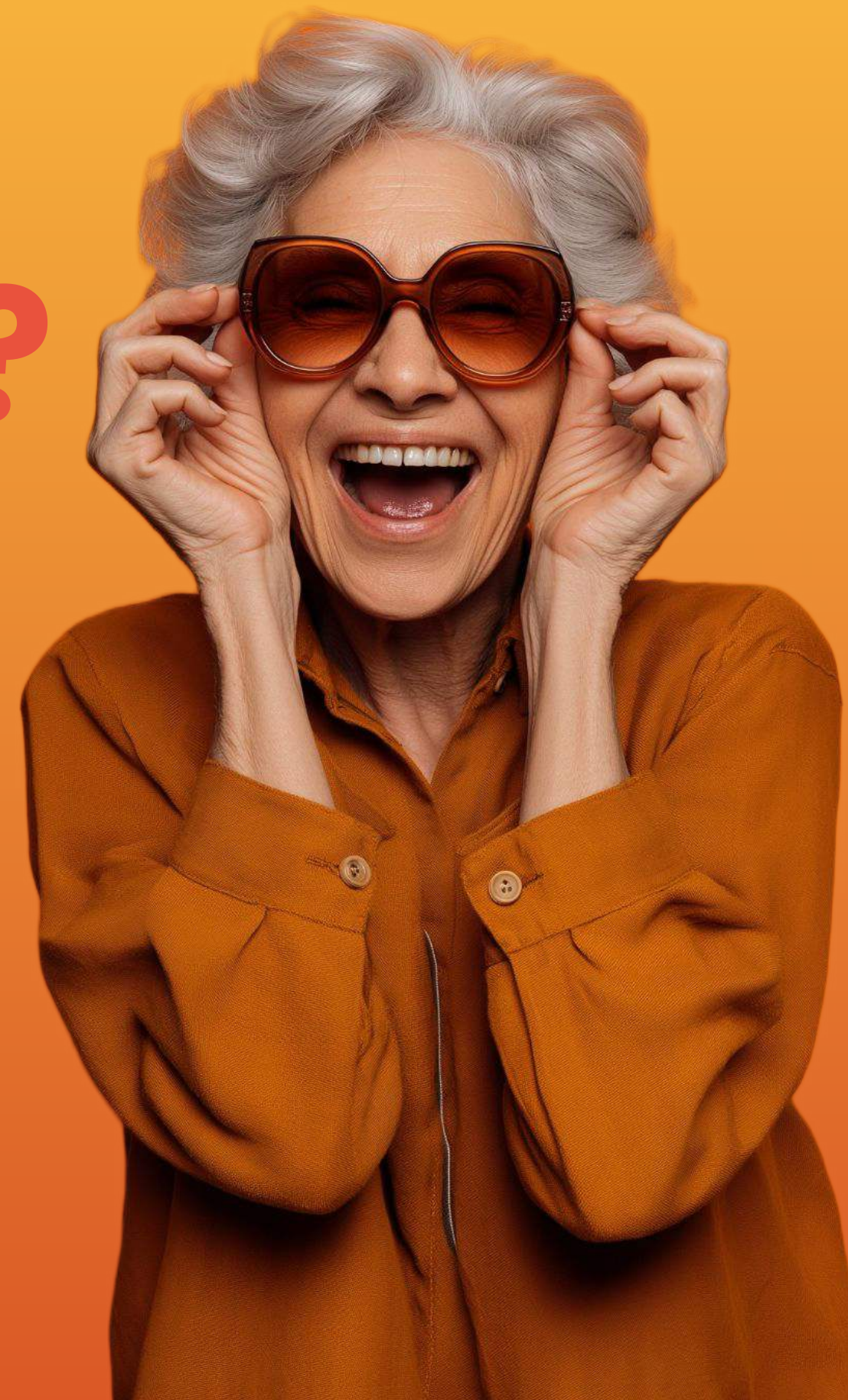
# conceptontwikkeling

## draait om divergeren en convergeren





waar wil jij  
**impact maken?**



**Website**  
Amstelring



**LinkedIn**  
Ilse Potma



**Socials**

