

## TRENDS

# De professionalisering van de interne en externe communicatie

**H**eel wat Belgische ziekenhuizen maken de jongste jaren een inhaalbeweging op het vlak van communicatie. Het uittekenen van een merkidentiteit, het professionaliseren van de patiëntenvoorlichting, investeringen in relatie-management...: het zijn voorzichtige tekenen van een progressieve professionalisering van het communicatiegebeuren in de ziekenhuissector. De komende jaren zal het belang van professionele communicatie in de sector alleen maar groeien.

## COMMUNICATIETRENDS

Eind september 2007 publiceerde een consortium van Europese onderzoekers in de communicatiewetenschappen de European Communication Monitor 2007. Op basis van een bevraging van meer dan 1.000 communicatieprofessionals uit 22 Europese landen schetst het onderzoek de trends in de communicatiewereld. Volgens het panel zullen corporate-communicatie, marketingcommunicatie en interne communicatie tegen 2010 uitgegroeid zijn tot de belangrijkste domeinen. De communicatietrends die zich de jongste jaren in de Belgische ziekenhuissector aftekenen, bevestigen deze analyse.

## MEDEWERKERSCOMMUNICATIE

Een eerste domein dat aan belang zal winnen, is medewerkerscommunicatie, met inbegrip van change management. De ziekenhuissector is meer dan ooit onderhevig aan voortdurende verandering. Of het nu gaat om interne veranderingsprocessen, een fusie tussen twee ziekenhuizen of het groeperen van een hele rist ziekenhuizen onder de koepel van een grote zorgverstrekker, een doorgedreven medewerkerscommunicatie vormt één van de kritische succesfactoren voor het slagen van elk veranderproject. Mensen willen immers wel veranderen, maar niet veranderd worden. Via een adequaat en strategisch doordachte aanpak kan change management weerstand voor verandering ombuigen tot commitment.

## ZORGMARKETING

Ook op het vlak van zorgmarketing staat er heel wat op stapel. De toenemende aandacht voor patiëntentevredenheid en servicekwaliteit, en de bescheiden internationalisering van onze Belgische gezond-

heidszorg, zijn nog maar het begin van een ingrijpende evolutie. Een blik over de grote plas of bij onze noorderburen leert dat vermarkting van de zorg altijd hand in hand gaat met het streven van ziekenhuizen om hun zorg te laten aansluiten bij de vraag van de patiënt. Ook onze Belgische ziekenhuizen zullen in de toekomst hun beleid nog meer moeten afstemmen op de verwachtingen van patiënten. Kwaliteitszorg zal daarbij een cruciale rol spelen.

Binnen een vermarkte omgeving zijn een volwassen corporate-communicatie en een overeenkomstig merkmanagement van groot belang. Ziekenhuizen met een sterke identiteit zijn in staat een sterke verbondenheid te creëren met medewerkers, patiënten en verwijzers. De afgelopen jaren hebben een reeks Belgische ziekenhuizen een eerste oefening in merkmanagement gedaan. Het mission statement werd opgefrist en vertaald in een nieuwe huisstijl. Vandaag is er nood aan verankering. Het symbolische niveau vraagt vertaling naar concrete gedragsrelaties: wat betekenen de kernwaarden van het ziekenhuis voor het dagelijks functioneren van de ziekenhuisarts of de verpleegkundige?

## CONGRES NODIG

Maar praatjes vullen geen gaatjes. Communicatie is alleen maar in staat om op succesvolle wijze kennis, houding en gedrag te beïnvloeden wanneer de inhoud van de boodschap overeenstemt met de werkelijkheid. Dat lijkt misschien een triviale opmerking, maar een bescheiden onderzoek van een aantal communicatieacties bevestigt dat de bekoring van snel succes groot is.

Ziekenhuizen die hun communicatie op een professionele leest schoeien, laten zich niet verleiden tot deze vorm van vrijbuitery en laten zich evenmin verblinden door de veelheid aan middelen die vandaag beschikbaar zijn. Ze vertrekken van een visie, focussen daarna op inhoud en strategie, en buigen zich pas dan over de mix aan communicatiemiddelen die ze willen inzetten.

Geen evidentie, dacht de Belgische Vereniging der Ziekenhuizen, en daarom congresseert de BVZ op 13 en 14 maart 2008 in congrescentrum Ter Elst (Edegem) over interne en externe communicatie in ziekenhuizen. U vindt alle info op [www.hospitals2008.be](http://www.hospitals2008.be).

Johnny  
VAN DER STRAETEN



Gedelegeerd  
bestuurder  
Universitair  
Ziekenhuis  
Antwerpen  
Secretaris-generaal  
BVZ

[johnny.van.der.straeten@uza.be](mailto:johnny.van.der.straeten@uza.be)