



Head of Professionals

ZorgDomein verbetert al twintig jaar de processen en communicatie binnen de zorgsector. Het innoverende b2b-bedrijf wil de vraagzijde, veelal huisartsen, nog beter gaan bedienen. Als hét gezicht van deze doelgroep ziet de Head of Professionals hierop toe.

Voor wie?

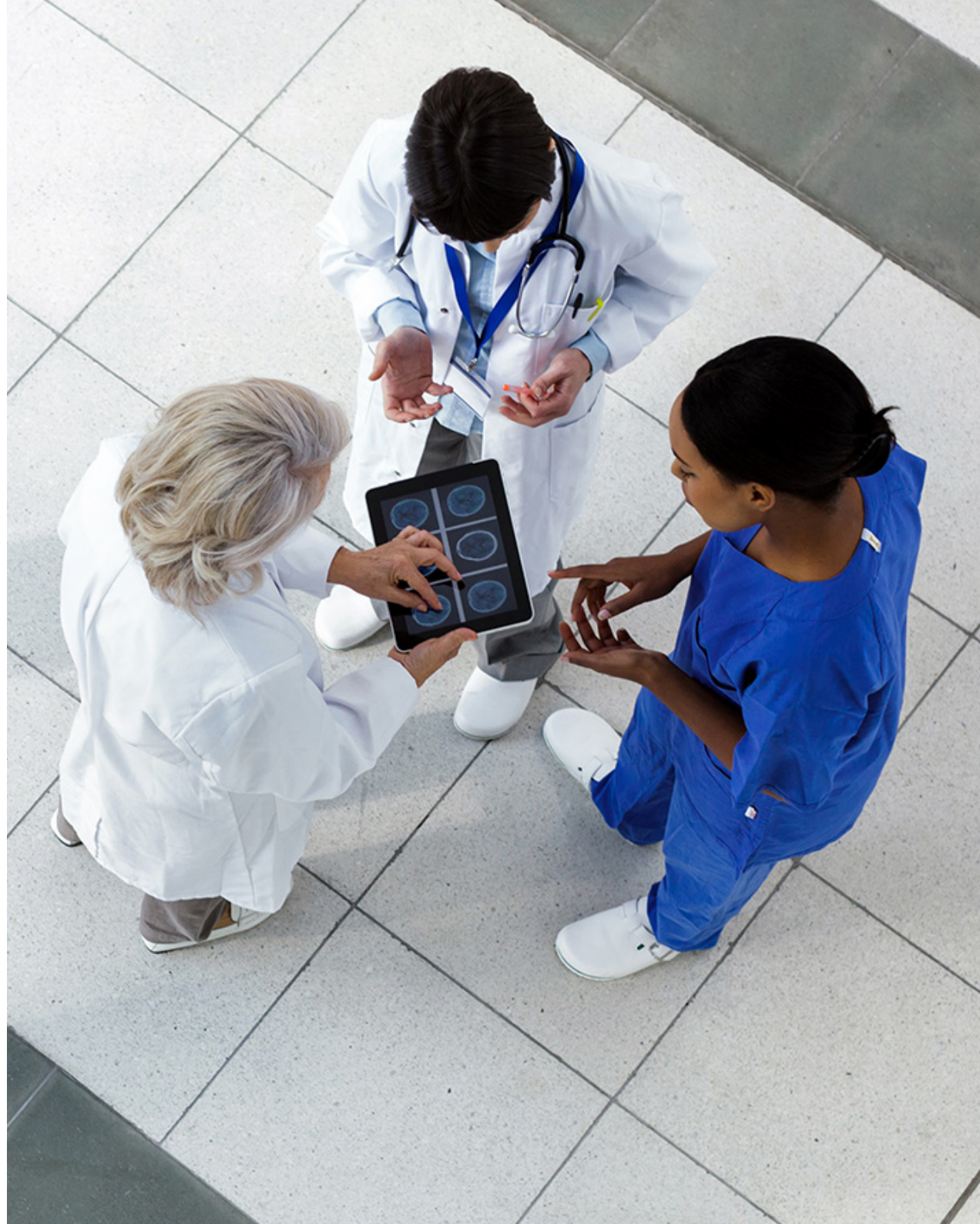
- Minimaal tien jaar werkervaring
- Kan platform-denken
- Ruime marketing- & saleservaring
- Affiniteit met de zorgsector

Over Zorgdomein

Tender loving care is wat ZorgDomein de ruim twaalfduizend verwijzende zorgprofessionals die het platform gebruiken wil geven. En daar gaat de Head of Professionals voor zorgen. Zij/hij leidt een cross-functioneel team met Tech-experts, Marketeers en Productontwikkelaars met als taak: een duurzame band met de verwijzers opbouwen. Hoe bereikt ZorgDomein hen?

Hoe haalt ZorgDomein feedback op? De ondernemende en strategische Head of Professionals zoekt het uit en regelt het.

Zorgdomein heeft veel mooie toekomstplannen. Het perspectief verschuift steeds meer van de aanbodzijde, denk hierbij aan zorgverleners als ziekenhuizen, richting de vraagkant, beter bekend als de verwijzers zoals huisartsen en zelfs de patiënten. Het zwaartepunt voor de Head of Professionals ligt bij de verwijzers.



Head of Professionals

Tender loving care is wat ZorgDomein de ruim twaalfduizend verwijzende zorgprofessionals die het platform gebruiken wil geven. En daar gaat de Head of Professionals voor zorgen. Zij/hij leidt een cross-functioneel team met Tech-experts, Marketeers en Productontwikkelaars met als taak: een duurzame band met de verwijzers opbouwen. Hoe bereikt ZorgDomein hen? Hoe haalt ZorgDomein feedback op? De ondernemende en strategische Head of Professionals zoekt het uit en regelt het.

Om het platform voor deze doelgroep een moderne boost te geven, zorgt de Head of Professionals continu voor input en feedback van deze groep. Bijvoorbeeld door de organisatie van events en discussiesessies, maar ook door het zoeken en aangaan van solide partnerships binnen de sector. Deze persoon zet ZorgDomein stevig op de kaart en maakt huisartsen bewuster van hun gebruik van en invloed op het platform. Uitstekende stakeholdermanagementskills en communicatieve vaardigheden zijn dus onlosmakelijk met deze rol verbonden.

De Head of Professionals wordt de vertegenwoordiger van de verwijzers. Deze complexe positie vraagt om natuurlijk leiderschap en een authentieke, stevige persoonlijkheid. De ideale kandidaat herkent zichzelf in het hebben van doorzettingsvermogen en een gezonde dosis enthousiasme. Goed om te weten is dat deze persoon zeker niet alle ins en outs over de zorgsector hoeft te kennen.

Wel snapt zij/hij wat er in de zorg gebeurt. Door de complexiteit en de verscheidenheid binnen deze sector is een goed ontwikkelde helikopterview noodzakelijk.

Deze Head of Professionals werkt vanuit het hoofdkantoor in Breukelen en rapporteert aan Dick Gorris, CEO.

“De grootste uitdaging binnen deze rol is om echt de stem voor de zorgverwijzers te zijn. Dit moet je diep vanbinnen voelen en volledig uitdragen”.

– Dick Gorris, CEO

Carrièreadvies van Dick Gorris

Advies 1: Blijf open staan om van anderen te leren

"De echte universiteit begint pas bij je eerste job," vindt Dick. "eBay is mijn universiteit geweest, omdat ik daar de werking van platforms heb geleerd. Dat had ik nooit uit de collegeboeken kunnen halen. Je hele leven – vanaf de lagere en de middelbare school tot aan de universiteit en werk aan toe – is gericht op specialisatie. Je scope wordt steeds kleiner. En op een gegeven moment denk je dan: 'ik weet het nu wel.' Vanaf dat moment houd je op met leren." Wie ver wil komen in het leven, moet zelf actief een breed perspectief opzoeken.

Advies 2: Ontdek je eigen kracht

Toch is er een duidelijke rode lijn te zien in Dick's CV: hij is gespecialiseerd in online platforms. "Natuurlijk heb ik veel ervaring opgedaan binnen classifieds," zegt hij daar zelf over, "maar werkgevers zoals eBay en Naspers zijn zich ervan bewust dat iedereen na pakweg anderhalf jaar in dezelfde baan zijn eagerness kwijtraakt. Het zijn high-paced environments die je altijd aan de top van je kunnen willen hebben. Daarom bieden zij je de kans om naar links, rechts, boven of onder te bewegen, zodat je eager blijft." Maar met een afwachtende houding kom je nergens; je moet zelf het initiatief nemen om te blijven leren. "Maak gebruik van de ruimte die je krijgt om uit te zoeken wat jouw kracht is."

Advies 3: Weet wat voor jou belangrijk is

"Die noodzaak tot continue verbreding gaat op tot een bepaald niveau in je carrière," zegt Dick, "maar als je op een gegeven moment mid-dertig richting veertig bent, dan weet je wel waar je krachten liggen, en waar niet."

**"Je moet actief een breed perspectief opzoeken.
Die verantwoordelijkheid ligt bij jezelf."**

- Dick Gorris, CEO





#INTERVIEW

Voor hem brak dat moment aan toen zijn werkgever Naspers besloot om het team dat hij leidde naar Berlijn te verhuizen. Hij maakte de balans van zijn leven op en besloot om met zijn vrouw en drie kinderen in Loenen aan de Vecht te blijven wonen. “Ik heb nog interim-klassen voor Naspers gedaan terwijl ik nadacht over wat mijn forte is. Is dat door mijn expertise in te zetten bij een organisatie als Naspers, of gedij ik beter in een iets kleinere organisatie die behoefte heeft aan mijn kennis, voor een kleinschaligere oplossing binnen een industrie die hier nog niet aan gewend is? Dat tweede trok mij meer, maar het heeft wel twee jaar geduurd voor ik ZorgDomein vond.”

Advies 4: Neem de verantwoordelijkheid die bij je positie hoort

ZorgDomein nam Dick aan om een verandering van signatuur te realiseren. Andersom kon Dick ook veel bij ZorgDomein leren. “Toen ik voor het eerst naar de metrics van het platform keek, viel ik bijna van mijn stoel van het volume. Je zit hier bedrijfstechnisch gezien op een gouden ei, maar mijn collega’s hebben me rap uitgelegd dat dat niet betekent dat je daar puur vanuit potentiële verdiensten naar kan kijken. Kijk, de zorg is wereldwijd de allergrootste sector, en alleen in Nederland gaat daar al negentig miljard in om. En ja, er wordt door verschillende partijen gruwelijk veel geld aan verdiend en uitgegeven. Maar daar zijn wij er niet één van. Wij zijn een gezond bedrijf met een hele duidelijke missie: ‘Vind zorg die past.’ Dat betekent dat wij zorgen dat healthcare bekostigd kan blijven in Nederland middels digitalisering van vraag en aanbod én het empoweren van de vraagzijde daarvan.” Dat was voor Dick geen nieuwe manier van bedrijfsvoering – maar door de complexiteit en vele stakeholders van de zorg gaf het wel meer dimensie. “Door vergrijzing en bevolkingsgroei stijgt de zorgvraag, terwijl er minder toestroom aan medisch personeel is op alle niveaus. Hoe ga je dat balanceren? Wij zijn totaal niet bezig met wat onze take-rate in de zorg is of hoe we dat optimaal kunnen monetizen. We hebben dan ook een hele gematigde prijsstelling die absoluut te verantwoorden is.”

ZorgDomein verbindt een twaalftal zorgindustrieën met verwijzers. Zowel aan de kant van de aanbieders als de verwijzers is de penetratiegraad bijzonder hoog.

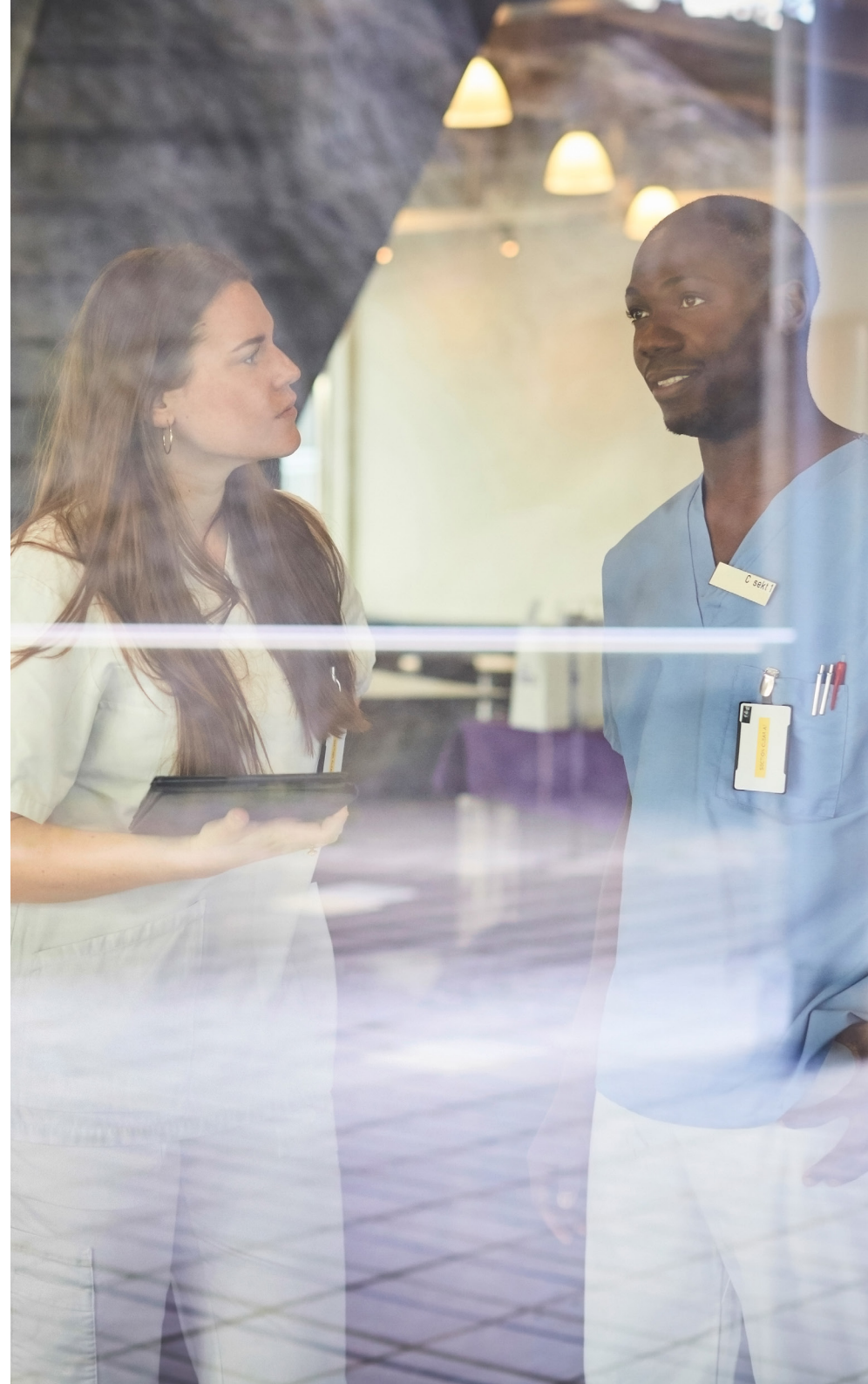
Op deelgebieden zoals bijvoorbeeld GGZ, VV&T of diagnostiek – dus verticaal – zijn er wel een aantal sterke concurrenten, maar horizontaal is ZorgDomein de enige aanbieder op schaal. Dick: “Die positie komt met verantwoordelijkheden. Als je bijvoorbeeld een hotelboekingsplatform bent, dan is het enige doel om meer boekingen te genereren. Je pricing en take-rate van de markt moeten zo zijn, dat het voor elk hotel nèt voordeliger uitpakt om zich wel bij jou aan te sluiten. Dat kan in de zorg niet. Wij zijn niet bezig om bedden te vullen, maar geven zorginstellingen een gaspedaal én een rem om voor hun verschillende specialisaties de instroom te reguleren. Ons platform wordt bijvoorbeeld ingezet om teleconsulten te promoten of verwijzingen naar optometristen te bedienen in plaats van direct naar de tweede lijn. Dat kan zowel patiënten als zorginstellingen veel tijd en kosten besparen.”

Advies 5: Volg het hartritme van je omgeving

Er waren ook elementen die voor Dick lastiger waren om zich eigen te maken, zoals het innovatietempo. “Ik kom uit een fast-paced environment en mijn basishouding is: ‘waarom kan het niet nu?’ Daar kom je in de vrije economie heel ver mee, maar in de zorg loopt het hartritme anders. Daar waar iets in het bedrijfsleven direct wordt opgepakt op het moment dat het winstgevend is, spelen er hier hele andere factoren mee, zoals financieringsstromen, regionale initiatieven en veranderende regelgeving. Pas na een jaar begon dat echt in te zinken. Nu ik daar rekening mee kan houden, voel ik me hier beter dan ooit tevoren.”

Advies 6: Weet waar je het voor doet

In de vier jaar dat Dick bij ZorgDomein werkt, is er veel veranderd. “De belangrijkste verandering die ik had willen zien, is dat het hele zorgveld ziet dat ZorgDomein zoveel verder en dieper gaat dan alleen verwijzen. We zitten in de haarvaten van het systeem en bieden naast verwijzen veel meer oplossingen die voor patiënt en zorgaanbieder een groot verschil maken – van teleconsultatie en diagnostische informatie tot bijvoorbeeld het bereikbaar maken van elektronische patiëntendossiers (EPD's) en patiënten een betere stem geven.





#INTERVIEW

ZorgDomein faciliteert, routeert en optimaliseert jaarlijks meer dan 14 miljoen patiëntbewegingen waarmee de zorg digitaal op de juiste plek komt. Voor ruim 6 miljoen unieke patiënten start dit zorgtraject via ZorgDomein. We kunnen dus wel wat betekenen, denk ik dan zo. Het volledige laten begrijpen van de positieve impact hiervan heb ik voor elkaar proberen te krijgen, maar we zijn er nog niet." Dat besef drijft Dick om door te gaan – in het hartritme van de zorg natuurlijk.

Toch ziet hij ook veel behaalde resultaten waar hij trots op is. "Onze footprint is enorm gegroeid, van een stuk of 220 naar 3.600 betalende zorgaanbieders en inmiddels meer dan 55.000 actieve zorgverleners op ZorgDomein. We helpen hen door middel van digitalisering met efficiency en het transparant maken van hun zorgaanbod, conform AVG. Ik kan niet eens in geld uitdrukken hoeveel dat waard is. Iedere dag wordt ons platform meer gebruikt. Die groei laat ons iedere dag zien dat wat we doen ertoe doet."

Advies 7: Zoek mensen op die in je geloven

Tot slot benadrukt Dick dat hoe ver je komt in je carrière niet alleen afhangt van het werk dat je doet. "Je hebt believers in jouw kunnen nodig, en dat gaat veel verder dan performance. Hoe goed je je werk ook doet, als niemand dat voelt, ziet en uitspreekt, dan ben je nergens. Ik heb aan al mijn werkgevers iemand overgehouden waar ik tot aan de dag van vandaag nog weleens mee spar over een biertje of een kop koffie. Zij houden me een spiegel voor, en daarmee gaan er iedere keer weer deuren en nieuwe inzichten voor me open."



Interesse?

Zorgdomein werkt voor de invulling van deze vacature met Top of Minds.
Neem voor meer informatie contact op met Catherine Visch.

Catherine Visch

catherine.visch@topofminds.com

