



## Vloek of zegen?

Het woord 'innovatie' roept vooral positieve associaties op. Wie innoveert, is goed bezig. Bovendien help je de Nederlandse economie ook nog eens een handje. Jan Peter Balkenende vond het zo belangrijk, dat hij er sinds 2003 een waar platform aan wijdt. Het voorzitterschap ervan weet hij zelfs soepel te combineren met zijn functie als premier.

Als inkoper moet je echter een gezond wantrouwen koesteren tegen innovaties. Leveranciers hebben vaak één doel voor ogen: meer verkopen. Dus komen ze telkens met nieuwe producten of diensten op de markt, die ze onder het mom van innovatie proberen te slijten. Voor inkopers is het dan de kunst om te onderscheiden of die nieuwigheid wel van toegevoegde waarde is. Dat begint met een kritische houding, waaraan steevast de vraag ten grondslag ligt: 'wat levert het mij of mijn klanten op?' Dat klinkt logisch, maar vaak zie je dat met name de leverancier profijt heeft van het nieuwe speeltje.

Wees vooral beducht voor nieuwe snuffjes van service providers. Zeker als ze daardoor te diep in je huis komen te zitten. Denk aan hulpmiddelenleveranciers met wie is afgesproken dat ze ook de schadelast en administratie voor je gaan beheren of het onderhoud voor de geleverde hulpmiddelen gaan verzorgen. Dan kan het nog wel eens lastig zijn om bijvoorbeeld het onderhoud onder te brengen bij een andere leverancier. Elke innovatieve dienst moet iets toevoegen aan het primaire proces. Daar word je op afgerekend door je klanten. Innovaties moeten kosten besparen of meer tevreden klanten genereren.

Wel kun je een innovatie gebruiken om te ondersteunen waar je goed in bent. Stel dat jij als zorgverzekeraar bekend staat om de kwaliteit van de ingekochte ketenzorg voor chronische

patiëntengroepen (bijvoorbeeld diabetes, CVA, hartfalen). Dan kan het juist aantrekkelijk zijn om te investeren in ketenontwikkeling en keteninformatisering. Dat doe je niet alleen door deze dienstverlening en een zak geld uit te wisselen, maar ook door de wereld te laten weten dat jij als zorgverzekeraar voorop loopt in het regelen van die goede kwaliteit en de zorg door een goede uitwisseling van gegevens tussen hulpverleners te faciliteren. Je zult zien dat niet alleen chronische patiënten zich komen verzekeren. Maar ook gezonde mensen willen graag bij je komen omdat zij de zekerheid willen hebben dat ze zich van goede kwaliteit hebben verzekerd, mochten ze onverhoopt een chronische ziekte oplopen.

Kortom, goed voor hun kwaal en goed voor jouw voortbestaan. Natuurlijk moet je als inkoper op de hoogte blijven van de nieuwste ontwikkelingen in de markt. Laat je uitgebreid informeren door de zorgverleners en leveranciers. Ga eens op werkbezoek, luister naar hun verhalen en laat ze hun mooie speeltjes maar zien. Maar waak voor emotionele chantage. Redeneer altijd vanuit de behoefte en noodzaak in je organisatie. En maak juist nu gebruik van je onderhandelingspositie. In deze economisch barre tijden wordt van je verwacht dat je ook op de kleintjes let. Dat betekent dat je ook scherp moet inkopen. Hoogwaardige kwaliteit: ja... maar niet tegen elke prijs. Jij bent aan zet.

**Geert Geertsema**

*is directeur van inkoopadviesbureau Conducto BV*