
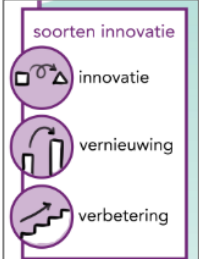
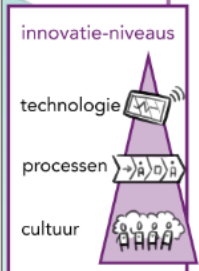
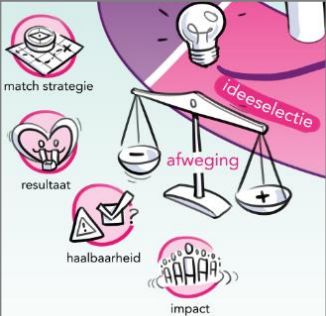
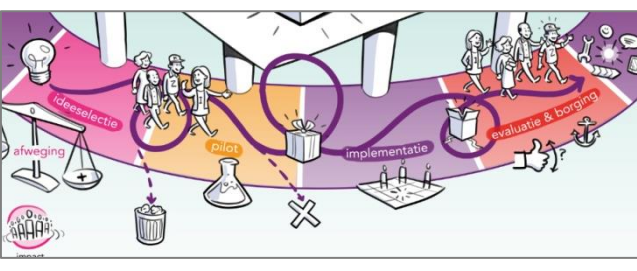
	<p><b>Interne motivatie</b></p> <p>We zetten in de innovatievisie de relatie tussen cliënt en medewerker centraal. Innovaties kunnen bijdragen aan de behoeften van cliënt en medewerker of knelpunten oplossen. Daarbij geven we ook aandacht aan het netwerk van de cliënt en de rol van leidinggevendenden binnen de organisatie. Innovatie doen we samen!</p>
	<p><b>Externe ontwikkelingen</b></p> <p>We zien diverse externe ontwikkelingen die bijdragen aan de noodzaak om te innoveren. De maatschappelijke context wordt gekenmerkt door een toename van (oudere) cliënten, de schaarste op de arbeidsmarkt, de groeiende technologische mogelijkheden en de wens van cliënten tot behoud van eigen regie. We zien innovatie als een belangrijk middel om antwoord te geven op deze vragen en de zorg toekomstbestendig in te richten.</p>
	<p><b>Soorten innovatie</b></p> <p>We maken onderscheid tussen een aantal vormen van anders werken:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Running business (optimaliseren continue verbeteren). Dit is de verantwoordelijkheid van leidinggevendenden.</li> <li>• Change business: samenwerking leidinggevendenden en innovatieadviseurs             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Verbeteren (traject &lt; 12 maanden, procesverbetering)</li> <li>○ Vernieuwen (traject 1-2 jaar, anders werken, nieuwe doelgroepen)</li> <li>○ Innoveren (traject &gt; 2 jaar, bestaansrecht van de organisatie, uitkomst is van tevoren onzeker)</li> </ul> </li> </ul>
	<p><b>Innovatie-niveaus</b></p> <p>Innovatie heeft consequenties voor culturele en sociale waarden, beïnvloedt de processen ('oude organisatie plus nieuwe technologie is dure oude organisatie') en vraagt soms om technologie. Technologie staat nooit op zichzelf en beïnvloedt de lagen daaronder. We werken aan cultuur van innovatie, in alle lagen van de organisatie.</p>
	<p><b>Ideeselectie</b></p> <p>We kunnen niet alles doen! Daarom beoordelen we van te voren of we aan de slag gaan met een bepaald idee. Past het idee bij de strategie van de organisatie? Wat zijn de verwachte resultaten? Welke factoren belemmeren of bevorderen de haalbaarheid? Hoe groot is de impact op cliënten en medewerkers? Op basis van de antwoorden op deze vragen bepalen we of we een pilot gaan starten én of we daarna verder gaan implementeren in de organisatie.</p>
	<p><b>Innovatieproces</b></p> <p>We vinden het belangrijk om innoveren gestructureerd aan te pakken. Zo worden de impact en kans van slagen zo groot mogelijk. Tijdens het innovatieproces zijn verschillende rollen cruciaal:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ambassadeur in team: verbinding tussen innovatie en praktijk</li> <li>• Producteigenaar: verbinding tussen innovatie en MT</li> <li>• Innovatieadviseur: adviseren en coördineren</li> </ul>