










Versorgungskundenreisen mit digitalen Elementen - von der Prävention zur Kuration

WAS VERANLASST UNS, VERSORGUNG NEU ZU DEFINIEREN?

Herausforderungen GKV allgemein

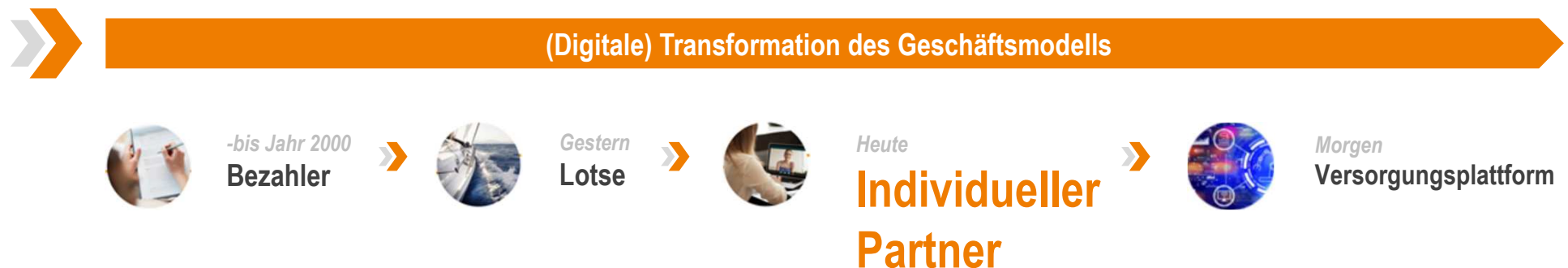
-  veränderte Erwartungen der Kunden
-  unsichere Finanzierung – angekündigte Beitragsanpassungen
-  Digitalisierung (Kunde/Partner/Unternehmen)
-  Datennutzung vs. Datenschutz
-  Qualitätswettbewerb
-  weiterhin überwiegend sektorenbundene Versorgungsangebote
-  Folgen der Pandemie und Störungen der Weltwirtschaft



UNSER ANTRIEB

Wir garantieren Versorgungskompetenz für kundenzentrierte Angebote

Versorgungskompetenz heißt für uns, dass wir digitale und analoge **Gesundheits-, Präventions- und Versorgungsangebote** auf Basis qualitätsgesicherter Daten **bedarfsgerecht kuratieren und vernetzen**. Jedem einzelnen Kunden stellen wir ein für seine Lebenssituation **relevantes und zeitgemäßes Leistungsportfolio** auf dem für ihn besten Weg bereit – **egal ob digital oder analog**.



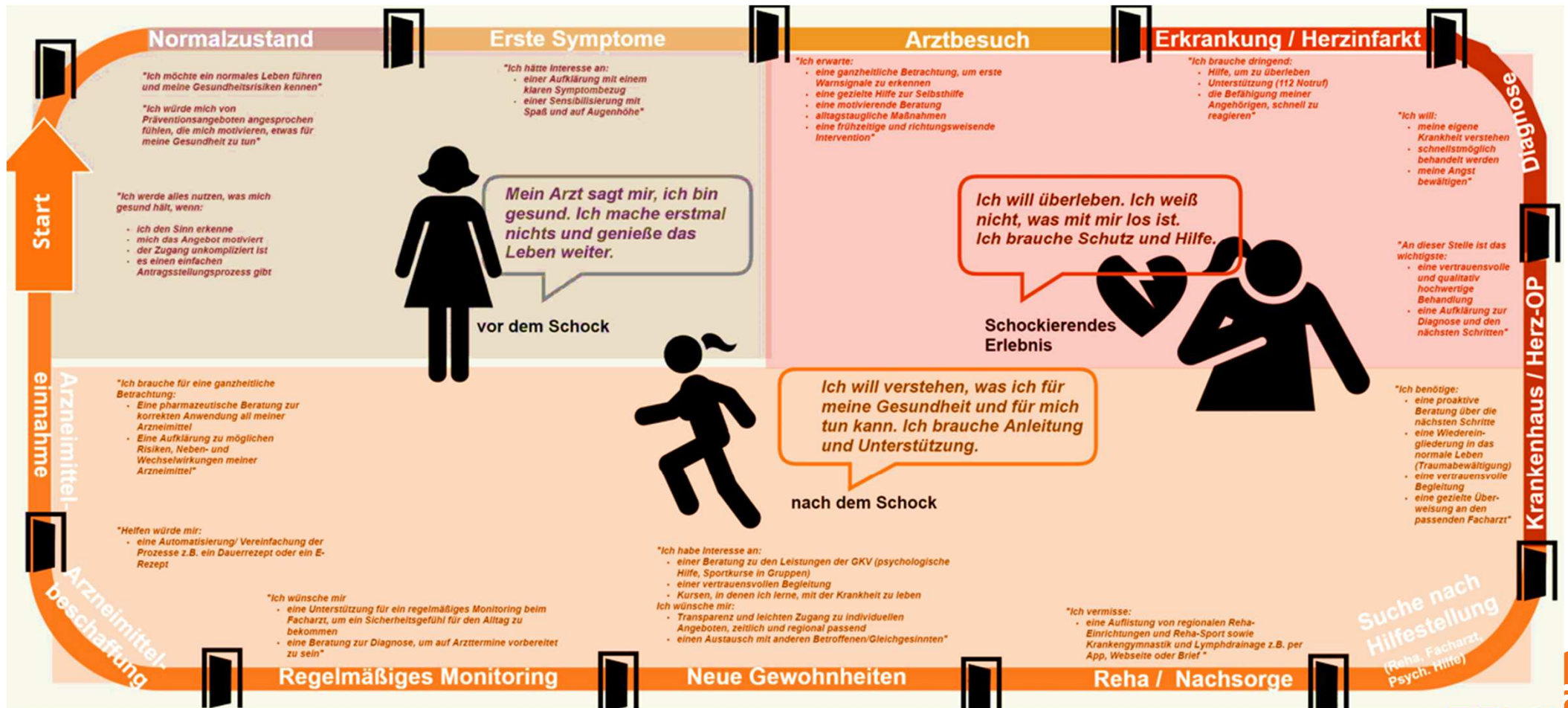
KUNDENREISE AM BEISPIEL HI

Entwicklung im agilen Setting – gemeinsam mit betroffenen Kunden und Medizinern

Besetzung Workshop	
Ziele: Kundennutzen – operative Exzellenz - Innovationsfähigkeit	
Product Owner	Gesundheits-Berater (GesB)
Technischer Berater	UI/UX Design
Fachanalyst	User Researcher/ Service Designer
Gesundheitswissenschaftler	Content Manager
Prozessspezialist	Marketing- & Marktspezialist
	Data Scientist
OKR/Scrum Master	Agile Coach
Einladung von	
MedizinerIn / ApothekerIn	Datenschutz / Justizariat
Experten FB	Unternehmenssteuerung
Vertrags- & Einkaufsspezialist	betroffene HI-Versicherte



digitale (und analoge) Touchpoints markieren die Kundenreise



unsere Kundenreise beginnt bereits bei Gesunden ...

- generell proaktive Aufklärung: Vorsorge & Prävention
- Nutzung Online-Coaching, u. a. Smart4me; WAYA
- erste Hinweise auf ein Risikopotenzial vorhanden:
- moderate Ansprache der Kunden über 68b „Förderung von Versorgungsinnovationen“
- Stärkung der Gesundheitskompetenz/Mindset
- erste Erfahrungen mit digitalen Leistungsangeboten im Themenfeld Vorsorge & Prävention



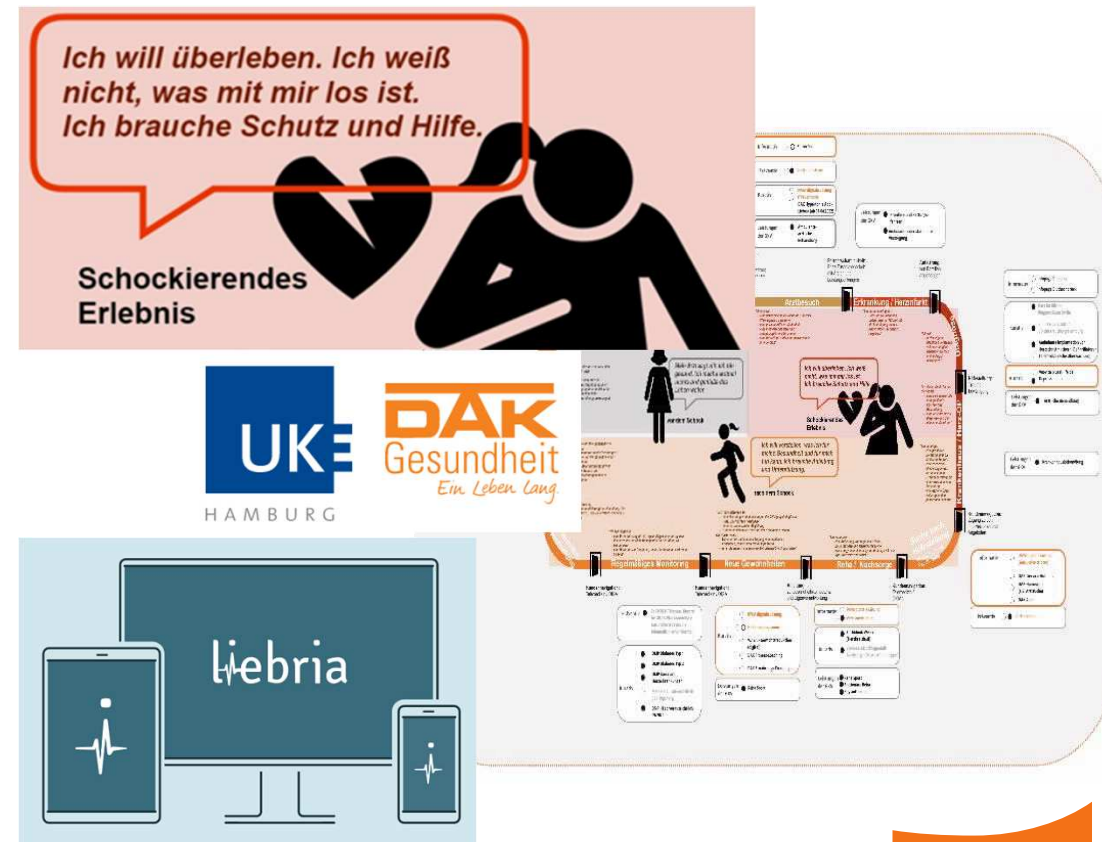
Exkurs: sehr guter Response 68b Versichertenansprachen

angesprochene		-Angebote*	
Angebot	Rückmeldung der Microsite	Mengen	%-Anteil
SV_Diabetesvorsorge	Beratung erfolgt	46	52,8
	kein Interesse	13	15
	nicht geeignet	15	17,2
	vielleicht später	13	15
SV_Diabetesvorsorge Ergebnis		87	100
SV_Hypertonie	Beratung erfolgt	37	53,5
	kein Interesse	11	16
	nicht geeignet	11	16
	vielleicht später	10	14,5
SV_Hypertonie Ergebnis		69	100
SV_KopfschmerzCoach	Beratung erfolgt	75	38,8
	kein Interesse	37	19,1
	nicht geeignet	59	30,6
	vielleicht später	22	11,5
SV_KopfschmerzCoach Ergebnis		193	100
Gesamtergebnis		349	
Anzahl der erfassten Beratungsanlässe		317	



... und führt über das Akutereignis ...

- Begleitung der Erkrankten durch ein professionelles Gesundheitsmanagement
- proaktive Intervention; digitale Angebote z. B. liebria
- Predictive Modelling unterstützt bei der Ansprache der Kunden
- Verträge nach 68a „Förderung der Entwicklung digitaler Innovationen durch Krankenkassen“ begünstigen das Prädiktionsmodell
- DAK-Spezialistennetzwerk (über DAK-App)
- Online-Arztsuche und Videosprechstunde sind Bestandteile



... zur Sicherung des Behandlungserfolges

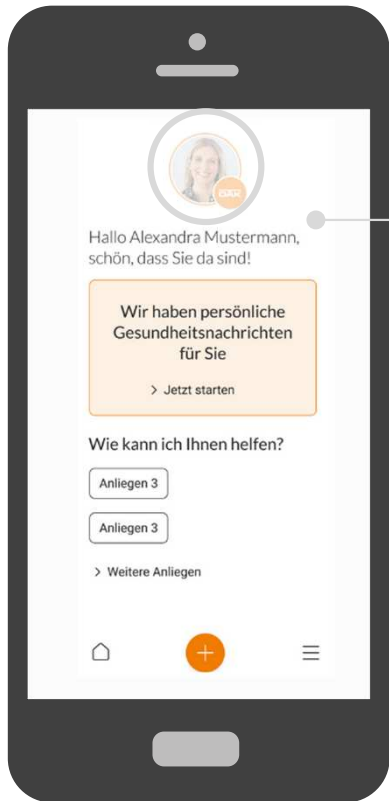
- Individuelle Angebote für die Teilnahme an regionalen Spezialistenverträgen; z. B. Smart Heart (3D-MRT), Herz im Blick (Kardio-CT/-MRT) oder sektOR-HF
- begleitende, digitale Versorgungsangebote; psychologische Unterstützung durch Fachärzte und Online-Kurse; z. B. Veovita Plus
- patientenindividuelle Online-Coaches und digitales Gesundheitskonto
- digitale Arzneimittelwechselwirkung



The diagram illustrates the patient journey for 'Smart Heart' following a shock. It features a black silhouette of a person running on the left. A speech bubble contains the text: 'Ich will verstehen, was ich für meine Gesundheit und für mich tun kann. Ich brauche Anleitung und Unterstützung.' Below this, it says 'nach dem Schock'. The diagram includes logos for 'veovita plus' and 'sektor'. A central flowchart shows the patient's path through various stages: 'Kardio-CT/MRT', 'Herz im Blick', 'sektor-HF', 'Veovita Plus', and 'Smart Heart'. The flowchart is divided into three main sections: 'Kardio-CT/MRT', 'Herz im Blick', and 'sektor-HF'. Each section contains specific details about the services offered, such as 'Kardio-CT/MRT' (3D-MRT) and 'Herz im Blick' (Kardio-CT/-MRT). The 'sektor-HF' section includes 'sektor-HF' and 'sektor-HF'.

Stärkung der Compliance durch digitale Versorgungsangebote

Design-Prozess für die Entwicklung von digitalen iPVM-Lösungen in Kooperation mit der DF



Digitaler Inhalt

Dem HI-Kunden wird über seinen präferierten Kontaktpunkt zum richtigen Zeitpunkt der richtige Inhalt/das passende Angebot präsentiert. Der Erfolg wird über das Cockpit gemessen.



Digitales Kunden-Cockpit

Das Cockpit zeigt wichtige Metriken für die Steuerung der Kommunikation auf und löst Versorgungsangebote aus

(Digitale) Kundenkontaktpunkte

Basierend auf den Erkenntnissen aus dem Kunden-Cockpit findet eine Auswahl von Kontaktpunkten statt (App, E-Mail, Newsletter, Anruf, Post); Steuerung auf vermehrt digital

VIELEN DANK!

Frank Lätsch

Gesundheitökonom (FH)

DAK-Gesundheit

Bereichsleiter Selektivverträge & Prävention; DiGA und verordnete Leistungen

mailto: frank.laetsch@dak.de

Phone: 040/2364855-2287

