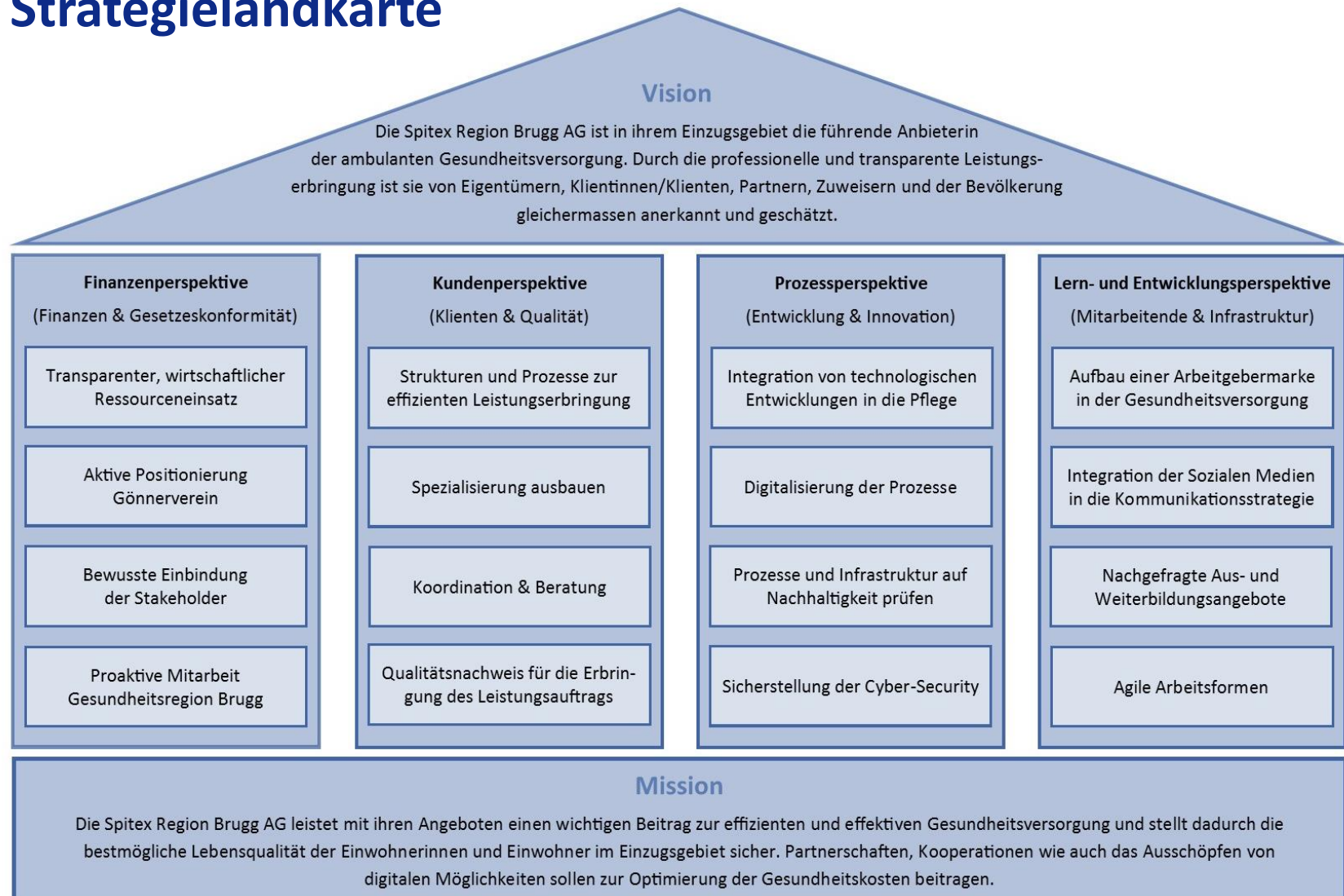











Strategielandkarte



Geschäftsmodell – Business Model Canvas (BMC)

Das BMC nach Alexander Osterwalder gibt einen Überblick über die wichtigsten Schlüsselfaktoren unserer Spitex. Es zeigt Potenziale für die Entwicklung und Optimierung auf, zudem lässt es Abhängigkeiten sichtbar werden.

<p>Schlüsselpartner </p> <ul style="list-style-type: none"> • Zuweiser • GöV • Aktionärsgemeinden • Politik • Verbände • Provider (EDV) • Lieferanten (wie Apotheken) • Auftragsorganisationen (Spitexbetriebe) • Institutionen (Wohn-einrichtungen) • Dienstleister im ambulanten Bereich (wie Kinder-spitex, Pro Senectute, AarReha, Beratungsstellen) 	<p>Schlüsselaktivitäten </p> <ul style="list-style-type: none"> • Gesundheitsversorgung zu Hause • Spezialdienste Psychiatrie & PalliativeSpitex • Aus- und Weiterbildungsangebot (Eigene und Angebote für Extern) • Kundenbindung • Qualitätssicherung • Wirtschaftliche Erbringung des Leistungsauftrages <p>Schlüsselressourcen </p> <ul style="list-style-type: none"> • Aktuelle und zukünftige Mitarbeitende (Fachpersonal) • Aus- und Weiterbildung • Medizinisches Verbrauchsmaterial • Mobilität/Fuhrpark • Standorte • Infrastruktur 	<p>Werte und Nutzenversprechen </p> <ul style="list-style-type: none"> • Service Public für die ambulante Gesundheitsversorgung • Professionelle Pflege in vertrautem Umfeld • Qualitativ hochwertige, umfassende Versorgung • Qualifiziertes, engagiertes Personal • Ab Anmeldung innert 12 h bei den Klienten • Attraktive Nachwuchsförderung • Hohes Commitment zum Leistungsauftrag 	<p>Kundenbeziehungen </p> <ul style="list-style-type: none"> • Pflege vor Ort • Beratung Angehöriger/soziales Umfeld • Einbezug Politik/Behörde • Umsetzung Vereinszweck GöV • Austausch mit Schlüssel- und Vertragspartnern <p>Kommunikationskanäle </p> <ul style="list-style-type: none"> • Schriftliche Informationen an Mitarbeitende, Klienten und Schlüsselpartner • Halbjahres- und Jahresberichte • Versammlungen und Anlässe (GV, GöV, Mitarbeitende) • Ext. Veranstaltungen (Brugg Regio, Messen, Tag der offenen Tür, usw.) • Verbandsanlässe (SVAG, SVS) • Social Media 	<p>Kundensegmente </p> <ul style="list-style-type: none"> • Bevölkerung im Einzugsgebiet • Aktuelle und zukünftige Klienten • Angehörige/Personen aus dem sozialen Umfeld • NPO Spitex und andere Vertragspartner
<p>Kostenstruktur </p> <ul style="list-style-type: none"> • Personal • Infrastruktur • Mobilität/Weg • Material • Ausbildung • Marketing 		<p>Einnahmequellen </p> <ul style="list-style-type: none"> • Beiträge Aktionärsgemeinden • Krankenkassen/Versicherungen • Klientenbeiträge • Einnahmen für externe Dienstleistungen (Psychiatrie, PalliativeSpitex, usw.) • GöV • Schenkungen/Legate/Spenden 		