



Customer Journey in de jeugdzorg

In de jeugdzorg staat het welzijn van kinderen en hun ouders centraal. Toch is het zorgproces vaak versnipperd, met dossiers die los van elkaar bestaan, communicatie via meerdere kanalen en medewerkers die afhankelijk zijn van complexe, soms tegenstrijdige informatie. Het in kaart brengen van de **customer journey van ouders en kinderen** is daarom cruciaal voor een optimale klantbeleving, efficiëntere processen en een betere inzet van middelen.

De customer journey beschrijft alle **interacties die een gezin heeft met de jeugdzorg-organisatie**, van het eerste contact tot het afronden van een traject en het volgen van lange-termijn ondersteuning. In een sector waar emoties, stress en urgentie hoog zijn, kan een fragmentarische ervaring leiden tot frustratie, onbegrip en zelfs verlies van vertrouwen. Door de reis van gezinnen volledig in kaart te brengen, kunnen knelpunten zichtbaar worden: wachten op beslissingen, dubbele gesprekken, ontbrekende informatie of inconsistenties tussen afdelingen.

Traditioneel werken jeugdzorgorganisaties met **losse dossiers** per kind of per ouder, die los van elkaar bestaan en vaak diffuus worden beheerd. Dit maakt het

moeilijk om het volledige verhaal van een gezin te zien. Door dossiers te koppelen aan een **tijdslijn van ouders en kinderen**, ontstaat een holistisch beeld: wanneer vonden belangrijke gebeurtenissen plaats, welke beslissingen zijn genomen, en hoe beïnvloeden acties van de organisatie het gezin over tijd? Deze integrale blik helpt medewerkers om proactief te handelen, patronen te herkennen en betere beslissingen te nemen, wat direct bijdraagt aan een optimale klantbeleving.

Zodra de journey en tijdslijnen zijn vastgelegd, kunnen moderne digitale tools een enorme meerwaarde bieden:

Blockchain: biedt veilige, transparante en traceerbare gegevensopslag, waardoor informatie betrouwbaar gedeeld kan worden tussen verschillende professionals en instanties zonder privacyrisico's.

Power BI en data-analyse: stellen organisaties in staat om prestaties te monitoren, knelpunten te visualiseren en procesverbeteringen meetbaar te maken. Dashboards tonen bijvoorbeeld doorlooptijden, wachttijden of repetitieve administratieve handelingen, zodat gerichte acties kunnen worden genomen.

Het combineren van customer

journey-analyse met digitale tools biedt meerdere voordelen:

Continue verbetering: door realtime inzicht in de journey kunnen processen continu worden aangepast en verbeterd.

Kostenreductie: efficiëntere processen verminderen administratieve lasten, dubbele handelingen en foutgevoelige beslissingen, wat geld bespaart.

Vermindering van personeelsdruk: heldere tijdslijnen, geautomatiseerde data-analyse en voorspellende AI maken werk gemakkelijker en verminderen stress bij medewerkers, zodat zij meer tijd kunnen besteden aan directe ondersteuning van kinderen en ouders.

Door de customer journey centraal te stellen, dossiers te koppelen en digitale tools in te zetten, ontstaat een **holistisch, datagedreven en mensgericht systeem**. Ouders en kinderen ervaren een meer consistente, transparante en empathische dienstverlening, terwijl de organisatie efficiënter, veiliger en effectiever kan werken. Deze integrale aanpak verandert niet alleen de manier waarop zorg wordt geleverd, maar versterkt ook het vertrouwen van gezinnen in het systeem.

Youri Hazeleger
joet@joet.nl