

Adobe

Benut in vier stappen de kracht van e-commerce in de gezondheidszorg en biowetenschappen.

Zorgorganisaties verrijken hun data én de relatie met hun patiënten met behulp van Adobe Commerce.



De patiënten van vandaag zitten niet meer te wachten op traditionele ervaringen van zorgorganisaties. Ze willen dat hun ervaringen net zo eenvoudig, soepel en gepersonaliseerd zijn als winkelen bij retailbedrijven. [Uit een onderzoek onder meer dan 1000 consumenten](#) blijkt dat 44% wil dat hun zorgverleners op het juiste moment en in de juiste context contact met hen opnemen. In een vergelijkbaar [onderzoek van Adobe](#) gaf 66% aan dat ze sms- of e-mailmeldingen over medicijnen of afspraken willen, en nog eens 52% gaf aan dat ze gepersonaliseerde e-mails over mogelijke behandelingsprogramma's willen.

Voor zorgorganisaties is het geen sinecure om een hoogwaardige e-commerce-ervaring te bieden. De meeste e-commerce- en klantervaringstechnologieën zijn ontworpen voor retail en andere sectoren en bieden geen bescherming van persoonlijke gezondheidsgegevens volgens de Health Insurance Portability and Accountability Act (HIPAA) en andere privacywetten. Daarom laten veel zorgorganisaties hun IT- of ontwikkelteams hun eigen complexe en soms kostbare beveiligingsvoorzieningen voor dataprivacy en -bescherming ontwikkelen om te voldoen aan de HIPAA-voorschriften.

Sommige e-commerceplatforms helpen organisaties om te voldoen aan de HIPAA-wetgeving. Ze verkopen niet alleen receptvrije artikelen, zoals braces en rollators, maar stellen zorgorganisaties ook in staat om educatieve hulpmiddelen, herinneringen voor afspraken en soortgelijke gezondheidsbevorderende content aan te bieden. De platforms helpen zorgorganisaties met het verzamelen van first-party data – die patiënten vrijwillig delen – om zo het zorgtraject te verrijken.

In dit e-book gaan we in op de uitdagingen en gebruiksscenario's van digitale transformatie in de gezondheidszorg. Daarnaast bespreken we vier strategieën om patiënten betere ervaringen te bieden met behulp van e-commerceoplossingen.

Klantdata en HIPAA-naleving.

Zorgorganisaties kunnen geen gepersonaliseerde digitale ervaringen bieden zonder de juiste klantdata. Maar om patiënten en andere zorgconsumenten te beschermen, moeten organisaties ervoor zorgen dat deze data wordt vastgelegd volgens de HIPAA-richtlijnen en allerlei algemene privacyregels.

Er zijn vandaag de dag maar weinig technologieën voor digitale ervaringen die zorgorganisaties helpen om deze nalevingsuitdagingen het hoofd te bieden. Daardoor moeten zorgorganisaties kiezen tussen dure aanpassingsprojecten of een groot IT-team om hun eigen unieke tools te ontwikkelen en te onderhouden. Veel organisaties kiezen voor het laatste en voldoen dan wel aan de HIPAA-voorschriften, maar bieden gefragmenteerde digitale ervaringen die moeilijk te onderhouden en uit te breiden zijn.

Hoe zorgorganisaties de kracht van e-commerce kunnen benutten.

Zorgorganisaties zijn vaak non-profitorganisaties die meer focussen op patiënten dan op verkoop, waardoor ze traag zijn met het invoeren van e-commercetechnologieën. Maar HIPAA-conforme e-commerceoplossingen bieden gepersonaliseerde zorgervaringen waarbij de behoeften van patiënten voorop staan, met betere educatieve content en robuuste selfservicetools waarmee ze sneller krijgen wat ze nodig hebben.



Educatieve content.

Zaken die de gezondheid raken, roepen veel vragen op. E-commercetechnologie koppelt patiënten die proactief producten kopen – zoals hardlopers die kniebraces kopen in het kader van preventieve zorg – aan de juiste instructievideo's, artikelen en andere digitale content.

- **Vóór e-commerce:** Patiënten zoeken naar manieren om hun CPAP-apparaten, EpiPennen of bloeddrukmeters te gebruiken en vinden misschien niet de juiste informatie.
- **Met e-commerce:** Je biedt relevante tutorials, cursussen en andere content aan op basis van acties en transacties van je patiënten.



Medicijnen op recept kopen.

Als patiënten medicijnen op recept nodig hebben, moeten ze soms meerdere keren bellen om erachter te komen waar en wanneer ze die kunnen kopen. Met e-commerceoplossingen kunnen patiënten hun medicijnen op recept eenvoudig online betalen.

- **Vóór e-commerce:** Patiënten weten niet wie ze eerst moeten bellen – hun zorgverlener of de apotheek – om erachter te komen waar hun medicijnen zijn en hoe ze eraan kunnen komen.
- **Met e-commerce:** Patiënten kunnen eenvoudig hun reguliere medicijnen nabestellen via hun account, informatie over recepten opslaan en medicijnen aan huis laten bezorgen.



Naadloos onderzoek.

Grote zorgorganisaties kunnen erg onoverzichtelijk zijn, waardoor patiënten soms de weg kwijt raken als ze op zoek gaan naar artsen, zorgverzekeringen of ziekenhuizen. Met e-commerceoplossingen met een intelligente zoekfunctie vinden patiënten gemakkelijker wat ze nodig hebben.

- **Vóór e-commerce:** Deze informatie is verspreid over verschillende, weinig aansprekende secties van je online platforms.
- **Met e-commerce:** Je creëert verbonden online ervaringen op maat voor verschillende kanalen, zodat patiënten veel sneller vinden wat ze nodig hebben en veilig een zorgverzekering kunnen kopen.



Een gepersonaliseerde benadering van cursussen.

Persoonlijke en online cursussen zijn een belangrijk instrument om zorgconsumenten interacties op maat te bieden. E-commerceoplossingen vereenvoudigen inschrijvingen voor, deelname aan en interacties tijdens cursussen of programma's.

- **Vóór e-commerce:** Consumenten moeten heen en weer schakelen tussen verschillende kanalen om cursussen te vinden en bij te wonen, en nazorg te krijgen.
- **Met e-commerce:** Je activeert e-commercedata, bestelhistorie en andere transacties om gepersonaliseerde cursusinformatie aan te bieden. Een mooi voorbeeld is een pushmelding om het rooster voor een zwangerschapscursus te sturen naar iemand die pas zwanger is.



Betere configuratie van medische apparatuur.

Medische apparatuur vereist vaak ingewikkelde configuraties met verschillende specificaties. Leveranciers van medische apparatuur moeten voor klinieken, ziekenhuizen en patiënten onderdelen, instrumenten of apparatuur kopen die op locatie gemakkelijk moeten kunnen worden geïnstalleerd.

- **Vóór e-commerce:** Het beheren van de complexe configuratieprocessen voor apparatuur is uitdagend, frustrerend en tijdrovend.
- **Met e-commerce:** Leveranciers bieden betere B2B-ervaringen, terwijl zorgverleners op veiligere, efficiëntere manieren aan medische apparatuur kunnen komen.



HIPAA-conforme wearables.

Artsen kunnen horloges aanraden die data bijhouden zoals stappen, hartslag en calorieën – data die moet voldoen aan de HIPAA-voorschriften. Volgens Software Advice heeft [91% van de patiënten](#) interesse om data van hun persoonlijke gezondheidstrackers te delen met artsen.

- **Vóór e-commerce:** Zorgverleners hebben grote moeite om gepersonaliseerde instructies over het gebruik van de wearables te verstrekken en de voortgang veilig weer te geven in het patiëntenportaal. Klanten hebben grote moeite om online informatie te vinden om hun wearable-ervaring te verbeteren.
- **Met e-commerce:** Zorgverleners beschermen de data van hun klanten met HIPAA-conforme tools wanneer ze de voortgang van patiënten weergeven en instructies personaliseren. Klanten verlengen hun abonnementen op wearables, kopen extra functies en meer.

Zet patiënten op de eerste plaats met first-party data.

Zorgorganisaties worden overspoeld met data wanneer patiënten het zorgtraject doorlopen. De data die patiënten vrijwillig verstrekken is afkomstig uit allerlei bronnen, van transacties tot afspraken. Organisaties moeten deze data doorgronden om patiënten optimale zorg te bieden. Adobe Commerce stelt organisaties in staat om actiegerichte data te verzamelen en die om te zetten in ervaringen die de patiënt persoonlijk aanspreken, waardoor de zorg naar een digitaal niveau wordt getild.

In vier stappen aan de slag met Adobe Commerce.

Adobe Commerce is een van de eerste HIPAA-conforme e-commerceoplossingen op de markt. Met deze oplossing kun je betekenisvolle relaties opbouwen met patiënten en klanten gedurende hun hele traject. Volg deze vier stappen om aan de slag te gaan:



Stap 1. Analyseer je contactpunten.

Onderzoek de interacties van patiënten en prospects met je digitale en persoonlijke kanalen. Kijk hoe de data van die interacties wordt vastgelegd en gebruikt in je marketingstack en of die stack geïntegreerd is met alle tools die je organisatie gebruikt. Zit de data in silo's of wordt data vrijelijk gedeeld tussen verschillende platforms en teams? Als dat niet het geval is, moet je mogelijk verder onderzoeken hoe je first-party data samenvoegt en de beheertools voor de data met elkaar verbindt.

Stap 2. Zoek en integreer de juiste e-commerceoplossing voor gezondheidszorg.

Nu je weet waar je data vandaan komt, bepaal je welk platform je kan helpen om:

- De risico's rond dataverwerking te beperken met HIPAA-conforme voorzieningen.
- Verbinding te maken met andere oplossingen die je organisatie al gebruikt.
- De kosten van integraties te verlagen.
- Je digitale transformatie te ondersteunen.

Voordat besluitvormers in de gezondheidszorg hun steun geven aan een oplossing, willen ze weten of de oplossing geen nalevingsrisico's oplevert, waarde toevoegt aan hun bestaande infrastructuur en geen hoge integratiekosten met zich meebrengt. Adobe Commerce is geïntegreerd met Adobe Experience Cloud-oplossingen om de digitale transformatie te ondersteunen, zodat je je voorsprong op de concurrentie kunt vergroten, terwijl de privacy van patiënten gewaarborgd blijft.

Stap 3. Beheer je e-commerce, content en andere marketingbehoeften op holistische wijze.

Adobe Commerce is nauw geïntegreerd met Adobe Experience Cloud en vele niet-Adobe-oplossingen. Daardoor kun je je data delen en aan meer plaatsen koppelen om patiënten en leden een betere ervaring te bieden. Je hoeft niet meer handmatig data uit afzonderlijke tools samen te voegen, om vervolgens slechts een onvolledig, niet-actiegericht beeld van de patiënt te krijgen.

Stap 4. Gebruik e-commercedata slimmer.

Met Adobe Commerce is het eenvoudiger om first-party data strategisch in te zetten. Wanneer je patiënten zich inschrijven voor een cursus of regelmatig medische apparatuur kopen, verstrekken ze vrijwillig waardevolle informatie die je kunt gebruiken om ze later te benaderen. Als je Adobe Commerce gebruikt om data te verzamelen en de patiëntervaring te verrijken, bouw je betere relaties met patiënten op.

Bied de orgervaringen die consumenten verwachten.

Belangrijke functies in Adobe Commerce – zoals gepersonaliseerde meldingen, een AI-gestuurde zoekfunctie en samengestelde commerce – stellen organisaties in staat om HIPAA-conforme zorg te verlenen. Ze bereiken patiënten met interacties op basis van first-party data waarover ze zelf controle hebben. Nu kun je waardevolle online zorgervaringen bieden terwijl je patiënten helpt een aspect van de menselijke ervaring te verbeteren dat van onschatbare waarde is: hun gezondheid en welzijn.



[Meer informatie](#)

Adobe

Adobe, the Adobe logo, are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries.

© 2025 Adobe. All rights reserved.