

**Hyperpersonaliseren**  
**DE DIGITALE**  
**GEZONDHEID-**  
**SERVARING**



# Overzicht

Klanten zijn tegenwoordig beter geïnformeerd en technologisch beter dan een paar jaar geleden. Bovendien heeft de COVID-19-pandemie de manier waarop de meeste bedrijven en industrieën functioneren, waaronder de gezondheidszorg, getransformeerd. Ondanks de wereldwijde ontwrichting die de pandemie veroorzaakte, heeft het aangetoond dat het adopteren van datacentrische, digitaal gestuurde bedrijfsmodellen organisaties kan helpen wendbaar en veerkrachtig te worden tegen onvoorziene crises. Met name de pandemie was een rijpe kans voor de gezondheidszorg om haar activiteiten te resetten.

Eenzijds heeft het virus de valkuilen en beperkingen van het wereldwijde gezondheidszorgsysteem blootgelegd. Aan de andere kant heeft het de vooruitgang naar datagedreven en toekomstbestendige zorgervaringen versneld door hyperpersonalisatie. Laten we eens kijken hoe de digitale gezondheidservaring een make-over krijgt door middel van hyperpersoonlijke zorg.





# Hyperpersonalisatie in de gezondheidszorg



In de zorgcontext betekent hyperpersonalisatie de ontwikkeling van patiëntspecifieke behandelingen en medische voorzieningen. Het combineert digitale technologieën, op big data gebaseerde voorspellende analyses, genomica, proteomics en metabolomics om gerichte en op maat gemaakte gezondheidszorgproducten en -diensten aan consumenten te leveren.

Zorgsystemen en aanbieders die hypergepersonaliseerde ervaringen bieden, ontwikkelen een N van 1 of enkelvoudig onderwerpprofiel van elke klant. Ze doen dit door consumentengegevens te verzamelen, te verzamelen en te analyseren op een manier die elke klant als een uniek individu beschouwt in plaats van als een algemeen bevolkingssegment. Als gevolg hiervan kunnen zorginstellingen hun marketing- en communicatiestrategieën aanpassen aan de individuele behoeften van patiënten en klanten en tegelijkertijd proactieve en gepersonaliseerde zorgplannen leveren.

# Onderdelen van hypergepersonaliseerde gezondheidszorg

De hypergepersonaliseerde zorginfrastructuur heeft drie fundamentele componenten die zorgaanbieders in staat stellen om gepersonaliseerde digitale ervaringen te creëren. Deze componenten zijn:



## De consument begrijpen

Zorgaanbieders verzamelen de gegevens van de doelconsument, waaronder medische geschiedenis, besluitvormingspatronen, communicatievoorkeuren, sociale en culturele determinanten van gezondheid, enz. Het doel is om een data-architectuur te bouwen die de klant waarneemt als een individu met unieke behoeften.



## Individuele behoeften herkennen

Dit onderdeel is bedoeld om de betrokkenheid van de consument bij het zorgstelsel te vergroten door op maat gemaakte ervaringen te creëren. Bijvoorbeeld het identificeren van de beste kanalen om contact te maken met de consument, het herkennen van de vereisten voor het welzijn van de patiënt, enzovoort.



## Verzorging personaliseren

Het laatste onderdeel omvat het opzetten van gepersonaliseerde zorgcontactpunten door de zorgbehoeften van de patiënt te voorspellen en aan te pakken en door proactieve en tijdige maatregelen te bieden om gevallen van acute zorg te verminderen. Het personaliseren van zorg vereist ook een eenvoudige en naadloze navigatie door meerdere zorgcontactpunten en het aanpassen van zorgpaden voor individuele gezondheidsbehoeften.

# Aanjagers van het digitale gezondheidsecosysteem

Hoewel het concept van digitale gezondheidsdiensten al een tijdje bestaat, is het de moeite waard om te kijken naar de belangrijkste drijfveren van het digitale gezondheidsecosysteem.



## Gezondheidszorggegevens

De snelgroeiende hoeveelheid gezondheidsgegevens biedt een ideale gelegenheid om de persoonlijke gezondheidsinformatie van een individu te integreren en een hypergepersonaliseerde benadering van gezondheid en welzijn te ontwikkelen.



## Wereldwijde mobiele gezondheidmarkt

De **wereldwijde markt voor mobiele gezondheidszorg** wordt geschat op een waarde van US\$ 189 miljard in 2025. Met de toegenomen toegang tot smartphones en internet zijn mHealth-apps de voorkeurskeuze van mensen geworden voor virtuele consultaties, monitoring van gezondheidsgegevens, het kopen van medicijnen, enz. De toename van het gebruik van digitale gezondheidszorg tools on the go weerspiegelt het vertrouwen van mensen in verschillende digitale gezondheidskanalen.



## Analyse door McKinsey

een 2021 **Analyse door McKinsey** onthulde dat het aantal virtuele consulten sinds 2019 38 keer is toegenomen. Het gebruik van elektronische medische dossiers (EPD's) nam ook toe, met 31% die in 2021 gebruikmaakte van EPD's. Deze cijfers suggereren dat steeds meer mensen digitale zorgervaringen verwelkomen.





### Evoluerende en opkomende technologieën

zoals het Internet of Things (IoT), kunstmatige intelligentie (AI) en 5G hebben het potentieel om de digitale zorgervaring radicaal te transformeren. Van sensoren die sociale afstand bewaken tot AI die helpt bij het ontdekken van medicijnen, deze technologieën stonden aan de frontlinie tijdens de piekperiode van de pandemie. Geschat wordt dat de **wereldwijde marktomvang voor AI in de gezondheidszorg** tegen 2025 meer dan 28 miljard dollar zal bedragen.



### McKinsey-onderzoek

Per 2021 **McKinsey-onderzoek**, ongeveer 40% van de ondervraagden toonde interesse in voortzetting van telezorg in de toekomst, tegen 11% in het pre-pandemische tijdperk. De figuur laat de toenemende neiging tot contactloze zorghulp zien. Het moet zorgaanbieders ertoe aanzetten om diensten met toegevoegde waarde te leveren door consumentengegevens te verzamelen, digitale gezondheidskanalen te diversifiëren en de betrokkenheid van patiënten te vergroten.

# De realiteit van hypergepersonaliseerde gezondheidszorg

Een datagedreven toekomst voor de zorgsector is onvermijdelijk. Hieronder staan twee opmerkelijke voorbeelden van hypergepersonaliseerde gezondheidszorg die het lot van de sector mogelijk kunnen veranderen.



Het gebruik van voorspellende analyses bij vroege diagnose en ziektedetectie speelt een cruciale rol in biomedisch onderzoek en de ontwikkeling van gepersonaliseerde geneeskunde.



De vooruitgang op het gebied van medicijnproductietechnieken, 3D-geprinte chirurgische implantaten, klinische wetenschap en genomica heeft de ontwikkeling van gepersonaliseerde medicijnen, therapieën en behandelingen versneld. CRISPR-engineering en genoomsequencing zijn momenteel twee veelbelovende kandidaten met het potentieel om de hypergepersonaliseerde geneeskunderevolutie te leiden. De geneesmiddelen kunnen de vorm hebben van genbewerking, genvervanging of antisense-oligonucleotidetherapie, om er maar een paar te noemen. 3D-geassisteerde operaties zijn een ander voorbeeld van patiëntspecifieke behandeling.

# Conclusie

De **wereldwijde markt voor gepersonaliseerde medicijnen** Er wordt voorspeld dat de omvang in 2030 maar liefst 5,7 biljoen dollar zal bedragen, een cijfer dat voldoende is om de opmerkelijke vooruitgang van de sector te benadrukken. De beschikbaarheid van big data, de evolutie van machine learning en AI, en de snelle acceptatie van elektronische medische dossiers in zorgsystemen zijn de belangrijkste drijfveren van deze groei. Zorgverleners kunnen beter geïnformeerde zorgbeslissingen nemen en behandelplannen voor patiënten aanpassen met 24-uurs en realtime toegang tot patiëntgegevens en geavanceerde technologieën.





# Referenties

1. <https://thrivethinking.com/2021/04/18/hyper-personalization-of-healthcare/>
2. <https://ambientclinical.com/solution/aware-sepsis-dart/>
3. <https://www.ibm.com/watson-health/learn/healthcare-data-analytics>
4. <https://www.mantralabsglobal.com/blog/trends-shaping-digital-health-customer-experience/>
5. [https://www.ey.com/en\\_gl/life-sciences/five-trends-driving-the-emergence-of-the-personalized-health-ecosystem](https://www.ey.com/en_gl/life-sciences/five-trends-driving-the-emergence-of-the-personalized-health-ecosystem)
6. <https://aviahealth.com/insights/get-personal-building-a-hyper-personalized-care-strategy/>
7. <https://www.wright.com/blueprint-3d-planning-psi-system>

Voor meer informatie

Bezoek onze website: [www.easternenterprise.com](http://www.easternenterprise.com)

Neem contact met ons op: [marketing@easternenterprise.com](mailto:marketing@easternenterprise.com) | +31-74-2591801

Blijf verbonden 