Zorg en Zekerheid Beleid Partnerships

Zorg en Zekerheid is bijzonder lokaal. Wij staan tussen onze (potentiële) verzekerden in onze regio. Daarom kiezen wij voor partnerships en niet langer voor sponsorships. Wij verstaan onder partnership een langdurige, intensieve samenwerking die voor beide partners tot substantieel voordeel strekt. Het partnership is bewijsvoering van het businessplan en betrokken partijen hebben gemeenschappelijke waarden. De propositie sluit aan op de strategie van de partners en heeft maatschappelijke impact.

**Missie Zorg en Zekerheid**

In 2030 is onze regio de gezondste van Nederland. De gezondheid van onze verzekerden staat voor ons voorop en is het gemeenschappelijke doel van de samenwerking die wij hiervoor met onze partners in de regio aangaan. Met onze lokale aanwezigheid en zichtbaarheid zijn wij de natuurlijke zorgverzekeraar in de regio.

## Selectiecriteria voor partnerships

**1. Past bij Zorg en Zekerheid**

De partner moet naadloos bij ons passen. Het moet voor de buitenwereld logisch zijn dat wij samen optrekken. We matchen op onze merkwaarden: **persoonlijk, zorgvuldig, betrouwbaar, energiek en optimistisch**.

Als zorgverzekeraar hebben wij **integriteit** naar onze klanten hoog in het vaandel staan. Dat geldt evenzo voor onze partners waarmee we een samenwerking willen aangaan. Daarom gaan we alleen partnerships aan met rechtspersonen (en dus niet natuurlijke personen) en alleen met organisaties die geen winstdoelstelling hebben. Ook toetsen we de bestuurders van de rechtspersoon op het al dan niet voorkomen op de sanctielijst van de EU en op het al dan niet voorkomen in het extern verwijsregister (fraude met verzekeringen gepleegd).

**Duurzaamheid** is voor ons een belangrijk thema. Zowel in onze keten van zorginkoop tot en met onze producten en diensten als in onze eigen bedrijfsvoering intern. Daarom gaan wij bij voorkeur partnerships aan met organisaties die ook bewust werken aan duurzaamheid en in hun beleid hebben staan hoe ze hun environmental footprint willen verminderen.

Ons werkgebied bestaat uit de volgende 20 gemeenten:

- Aalsmeer

- Alphen aan den Rijn

- Amstelveen

- Bodegraven-Reeuwijk

- De Ronde Venen

- Haarlemmermeer

- Hillegom

- Kaag en Braassem

- Katwijk

- Leiden

- Leiderdorp

- Lisse

- Nieuwkoop

- Noordwijk

- Oegstgeest

- Ouder-Amstel

- Teylingen

- Uithoorn

- Voorschoten

- Zoeterwoude

We streven naar een zoveel mogelijk evenredige verdeling over de diverse gemeenten van ons werkgebied van de partnerships.

**2. Positieve gezondheidsthema’s**

Met onze partnerships zijn we hier voor jou. Hoe zijn we hier voor jou? Door jou te stimuleren jouw gezondste zelf te worden. Dit doen we door mee te bewegen met de ingezette beweging van het ministerie van VWS het zorglandschap in Nederland om te vormen tot gezondlandschap. Daarin volgen wij o.a. het gedachtengoed van Machteld Huber geformuleerd als Positieve Gezondheid.

Voor activiteiten en uitingen nemen wij de focusthema’s uit het web van Positieve Gezondheid als leidraad:

1. **Lichaamsfuncties** (fit, bewegen [basketbal, hardlopen, fietsen, zwemmen], voeding, conditie)
2. **Meedoen** (sociale contacten, samen leuke dingen doen [eenzaamheid], steun van anderen (mantelzorg)
3. **Kwaliteit van leven** (balans [stress/burn-out], rondkomen met je geld)

In onze communicatie refereren we hiernaar via: fysieke en mentale fitheid, sociaal en financieel meedoen.

**3. Doelgroepen**

Het partnership brengt ons in contact op basis van inzicht in de interesses van onze doelgroepen verwoord in onze persona’s: **Guusje Gezin, Mats Millennial, Sarah Senior** en **Maxim Minima**. We hanteren daarbij een voorkeur voor het jongere segment van Mats Millennial en Guusje gezin. Indien de herijking van onze commerciële strategie een aanpassing op doelgroepen brengt, volgen we die.

**4. Communicatiedoelen en strategie**

De partnerships dragen bij aan onze communicatiedoelen:

1. Verhogen van **zichtbaarheid** onder (potentiële) klanten: maakt het Zorg en Zekerheid bekender in de regio? Maken we een duidelijke koppeling met ons product en onze dienstverlening?
2. Verhogen van **merkvoorkeur** onder (potentiële) klanten: helpen we met dit partnership de doelgroep de gezondste versie van zichzelf te worden? Zijn wij hier voor jou?
3. Versterken van onze **maatschappelijke positie** in de regio: communiceert het bijzonder lokaal, voelt het dichtbij? Maken we jouw buurt beter?

De voortgang op onze doelen monitoren we en rapporteren we via de kwartaalrapportages.

Onze partnerships dragen bij aan onze communicatiestrategie.

De PR-activiteiten rondom onze partnerships hebben:

1. **Impact**: de acties en PR zijn opvallend vanuit ons concept ‘Hier voor jou’ dat eigen is aan de beoogde doelgroep.
2. **Relevantie**: de acties en PR hebben een toegevoegde waarde voor de doelgroep: we dragen bij aan een gezondere leefstijl in jouw buurt.
3. **Samenhang en consistentie**: alle projecten vallen samen onder dezelfde paraplu. We werken met een eenduidige boodschap. Onze activaties en PR komen voort uit het centrale concept ‘Hier voor jou’ en sluit aan op onze pay off ‘Beter in jouw buurt’.

**5. Waarde creatie en verantwoording**

We kijken naar de gezamenlijke **waarde creatie**: wat kunnen wij samen ontwikkelen op het gebied van business en communicatie? Waar is de synergie?

Elk partnership evalueren we. Jaarlijks of na een event. Tijdens de evaluatie maken beide partijen de toegevoegde waarde inzichtelijk in een rapportage. Daarin staan bijvoorbeeld:

* Wat heeft het project bijgedragen aan de **zichtbaarheid, merkvoorkeur en maatschappelijke positie** in de regio?
* In geval van een event:
	+ Het aantal **deelnemers en/of bezoekers**
	+ Laat het project een **groei** aan nieuwe en/of terugkerende deelnemers/bezoekers zien?
* De **PR-waarde** van de ingezette social, print en online media

Verantwoording

De aanvrager verstrekt voortgangsinformatie lopende het project of event waarvoor we een partnership hebben en legt binnen 3 maanden na beëindiging van het traject verantwoording af via een uitgebreide inhoudelijke en financiële rapportage over het partnership.

De afhandeling van de inhoudelijke en financiële verantwoording verloopt via Corporate communicatie.

**6. Het project biedt ons (branche-)exclusiviteit en aandacht**

We zijn de enige zorgverzekeraar die daar aanwezig is. Daarnaast dient onze zichtbaarheid als partner niet te verdwijnen in de hoeveelheid aan overige partners.

## Procedure aanvragen partnership met Zorg en Zekerheid

1. De aanvragen dienen per mail (digitaal) te worden ingebracht bij Zorg en Zekerheid (communicatie@zorgenzekerheid.nl). De contactpersoon voor de aanvraag is de Relatiemanager partnerships van afdeling Corporate communicatie.
2. Vragen over de status en rond de aanvragen, verlopen via de Relatiemanager Partnerships.
3. Formele toekenning/afwijzing van de aanvraag wordt verleend door de afdeling Corporate communicatie waarvan de aanvrager gemotiveerd in kennis wordt gesteld. U ontvangt hierover schriftelijk bericht.
4. Toetsing aan de criteria leidt niet automatisch tot een goedkeuring.
5. Afgewezen verzoeken tot partnerships kunnen niet op een andere titel opnieuw worden aangevraagd.

**Het partnershipcontract**

De ondertekening is een feestelijk moment. Afhankelijk van impact, communicatiewaarde en stakeholdermanagement maakt afdeling corporate communicatie de keuze of de divisiemanager, of de Raad van Bestuur, de partnershipmanager of nog iemand anders de aangewezen partij is om de ondertekening te verrichten.