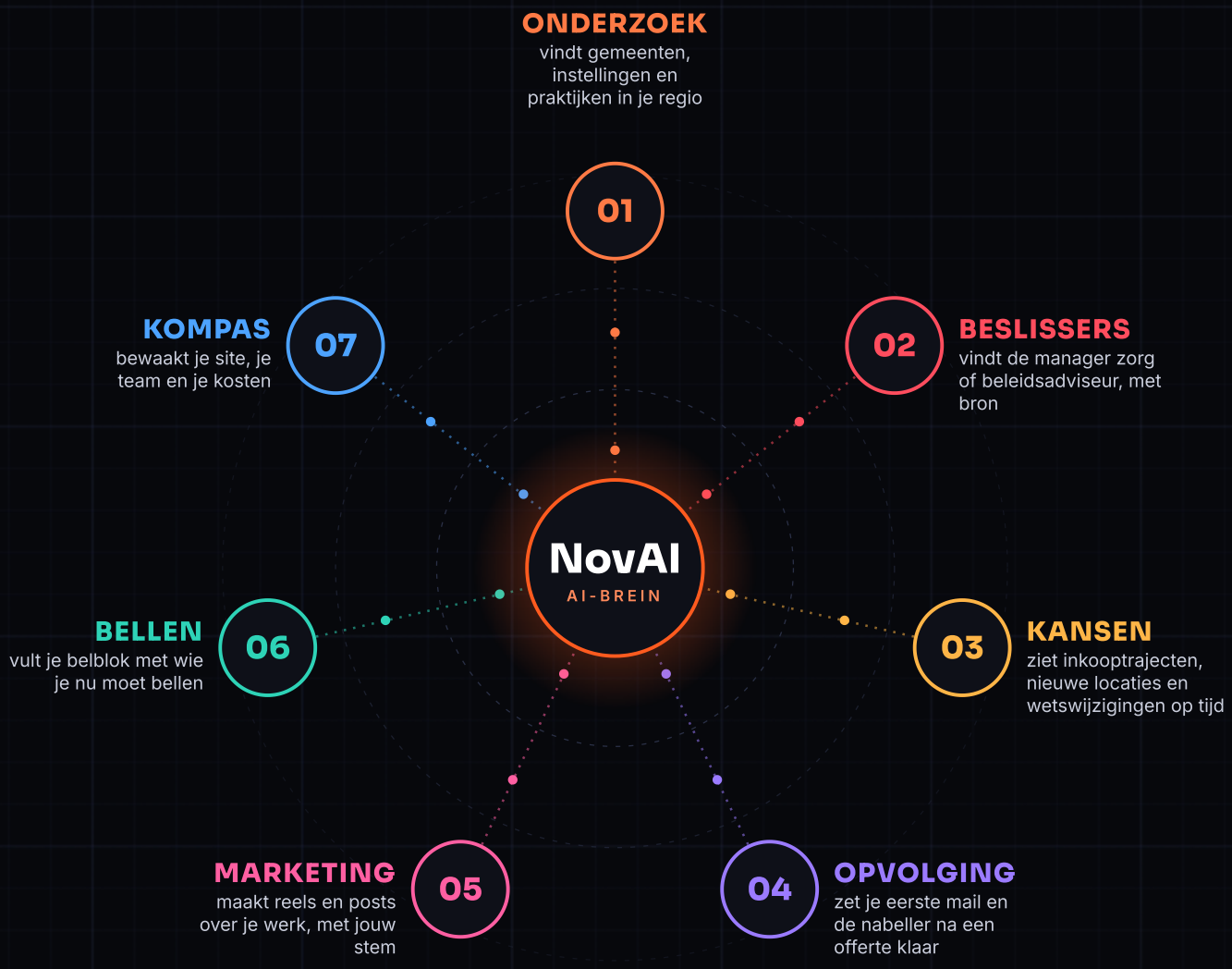
DE KAART VAN NOVAI · ZORG

Je hele sales als één systeem, ingericht voor zorg.

Zeven afdelingen rond één AI-brein. Elke afdeling doet het zoekwerk voor opdrachtgevers zoals gemeenten, zorgkantoren, zorginstellingen, huisartsenpraktijken en woonzorgorganisaties. Jij kiest, belt en verstuurt.



HET BEGINT MET WAT ER AL IS

KvK · LinkedIn · Websites · Nieuws · Vacatures · Gmail · Agenda · Drive · Search

GEKOPPELD

Claude · Gmail · Agenda · Drive · Sheets · Docs · LinkedIn · KvK · Instagram · Metricool · Canva · ElevenLabs · Search Console · Netlify · Discord

Niets gaat naar een klant tot jij ja zegt. NovAI zet klaar, jij beslist.

Wat elke afdeling voor zorg doet

Per afdeling: wat er automatisch gebeurt, welke bron het gebruikt en wat jij nog zelf doet. Bronnen staan altijd bij de uitkomst, zodat je kunt nakijken waar iets vandaan komt.

AFDELING	WAT HET DOET	WAT JIJ DOET
1 **Onderzoek** vindt de bedrijven	Zoekt gemeenten, zorginstellingen en praktijken in je werkgebied via KvK en hun websites, en zet per partij op een rij welke zorg ze vragen of aanbieden. Bron: KvK, websites, jaarverslagen, gemeentelijke beleidsstukken	Je kiest het werkgebied en de soort zorg die je wilt.
2 **Beslissers** de juiste persoon	Zoekt per organisatie wie over inkoop en samenwerking beslist, zoals de manager zorg, de beleidsadviseur of de contractmanager, met de bron erbij. Bron: LinkedIn (alleen lezen), websites, nieuwsberichten	Je kijkt of het de juiste persoon is.
3 **Kansen** wie groeit er nu	Volgt inkooptrajecten, nieuwe locaties, wetswijzigingen en vacatures voor locatiemanagers, en zet de sterkste kans bovenaan. Bron: TenderNed, Overheid.nl, raadsinformatie, vacatures	Je kiest welke kans je oppakt.
4 **Opvolging** mails die klaarstaan	Schrijft een eerste bericht met een haak uit hun eigen plan of nieuws, en herinnert je als een offerte een week open staat, met concept erbij. Bron: Gmail, Google Docs, je CRM	Je leest, past aan en verstuurt zelf.
5 **Marketing** reels, stories en jouw merk	Maakt van eigen foto's en verhalen van je werk, met toestemming en zonder herkenbare cliënten, reels, stories, carrousels en LinkedIn-posts, in jouw stijl en met jouw stem. Bron: Eigen foto's, Instagram, LinkedIn, Canva	Je keurt goed voordat iets online gaat.
6 **Bellen** je belblok gevuld	Zet een belblok in je agenda met de organisaties die nu het warmst zijn, plus een openingszin en de reden om te bellen. Bron: Agenda, KvK, je CRM	Je belt.
7 **Kompas** houdt de koers	Houdt bij of je website gevonden wordt op wat je aanbiedt, wat er in het team speelt en wat alles kost. Bron: Search Console, website, Sheets	Je kijkt één keer per week naar de stand.

De vaste regel. NovAI verstuurt zelf niets. Elk bericht, elke post en elk belletje gaat via jou. LinkedIn wordt alleen gelezen, nooit geautomatiseerd. E-mailadressen worden niet geraden.

8 koopsignalen in zorg

Dit zijn de momenten waarop een bedrijf in zorg ontvankelijk is voor een gesprek. Afdeling Kansen houdt ze dagelijks bij. Je kunt ze vandaag ook zelf nalopen: kruis per signaal aan hoe goed je het nu volgt.

SIGNAAL	WAAR JE HET VINDT	WAT HET BETEKENT	VOLG JE HET?
Inkooptraject zorg of jeugdhulp gepubliceerd	TenderNed, gemeentelijke inkoopsites	Een gemeente zoekt aanbieders voor de komende contractperiode	○ ○ ○
Nieuwe locatie of uitbreiding aangekondigd	Nieuws, website, bekendmakingen	Er is extra personeel, vervoer of ondersteuning nodig	○ ○ ○
Omgevingsvergunning voor een woonzorglocatie	Overheid.nl, bekendmakingen	Er komt binnen een jaar een nieuwe locatie bij	○ ○ ○
Vacature locatiemanager of teamleider	Vacaturesites, website	De organisatie groeit of verandert en zoekt versterking	○ ○ ○
Nieuw beleidsplan of visie op zorg in de gemeente	Raadsinformatie, gemeentewebsite	Er komt budget voor nieuwe vormen van zorg en samenwerking	○ ○ ○
Wetswijziging in zorg of kwaliteitseisen	Overheid.nl, branchenieuws	Organisaties moeten werkwijzen aanpassen en zoeken hulp	○ ○ ○
Nieuwe bestuurder of directeur	LinkedIn, nieuws	Een nieuwe beslisser kijkt opnieuw naar partners	○ ○ ○
Fusie of samenwerking tussen instellingen	Nieuws, website	Systemen en leveranciers worden opnieuw bekeken	○ ○ ○

Zo lees je de rondjes. Eén rondje: ik zie het soms toevallig. Twee: ik kijk er af en toe naar. Drie: ik volg het elke week. Elk signaal met één rondje is een kans die nu nog naar een ander gaat.

JOUW EIGEN SIGNALEN

Welke momenten zie jij bij je eigen klanten terug? Schrijf er drie op die hier nog niet staan.

SIGNAAL	WAAR VIND JE HET	WELKE KLANT HAD DIT VORIG JAAR

Van signaal naar bericht. Noem het signaal in je eerste zin: wat je las en waar. Laat je bedrijfsnaam en aanbod weg. Sluit af met één open vraag over hun plan. Een voorbeeld staat op pagina 5.

Jouw eigen kaart

Vul per afdeling in hoeveel uur dit werk nu per week kost en wie het doet. Geef daarna met de rondjes aan hoe dringend het is. De laatste kolom is een fictief voorbeeld om je op weg te helpen.

AFDELING	UUR PER WEEK NU	WIE DOET HET NU	HOE DRINGEND	VOORBEELD FICTIEF
1 **Onderzoek**			○ ○ ○	4 u
2 **Beslissers**			○ ○ ○	2 u
3 **Kansen**			○ ○ ○	3 u
4 **Opvolging**			○ ○ ○	3 u
5 **Marketing**			○ ○ ○	2 u
6 **Bellen**			○ ○ ○	1 u
7 **Kompas**			○ ○ ○	1 u
Totaal				**16 u**

FICTIEF REKENVOORBEELD

Zorgaanbieder Voorbeeld, zorgaanbieder met 30 medewerkers, ambulante begeleiding en dagbesteding.

16 uur × 46 weken = 736 uur per jaar

Reken met je eigen uurtarief of loonkosten om te zien wat dit zoekwerk per jaar kost. Het voorbeeld is verzonnen, je eigen getallen tellen.

Jouw som

Uur per week _____

× 46 weken = _____ uur

× uurtarief € _____ = € _____

Waar begin je? Kies de afdeling met de meeste uren én drie rondjes. Dat is je eerste stap. De rest volgt als die werkt.

Vandaag zelf beginnen

Drie berichten zoals afdeling Opvolging en Bellen ze klaarzetten, en drie prompts om het eerste stuk vandaag zelf met Claude of ChatGPT te doen. Vervang alles tussen haken.

Eerste bericht

Hoi {voornaam},

ik las het beleidsplan van {gemeente}, met de nadruk op zorg dichter bij huis. Wij begeleiden in {regio} al een tijd mensen die thuis blijven wonen.

Hoe kijken jullie naar de samenwerking met lokale aanbieders in dit plan?

Nabellen na een offerte

Hoi {voornaam},

de offerte voor {project} staat nu een week bij jullie. Ik ben benieuwd hoe die is gevallen.

Zijn er punten waar jullie nog over twijfelen?

Openingszin aan de telefoon

Goedemiddag {voornaam}, met {jouw naam} van {jouw bedrijf}. Ik bel naar aanleiding van jullie nieuwe locatie in {plaats}. Heeft u twee minuten, of past een ander moment beter?

PROMPTS OM TE KOPIËREN

Signalen zoeken

```
Je bent mijn onderzoeker voor zorg. Zoek in [regio] tien organisaties die de komende twaalf maanden waarschijnlijk iets nodig hebben wat wij doen: [wat jullie doen]. Kijk naar deze signalen: inkooptraject zorg of jeugdhulp gepubliceerd; nieuwe locatie of uitbreiding aangekondigd; omgevingsvergunning voor een woonzorglocatie; vacature locatiemanager of teamleider. Geef per organisatie het signaal, de bron met link en de datum. Verzin niets: geen bron, dan niet opnemen.
```

Eerste bericht schrijven

```
Schrijf een eerste bericht aan [naam, functie] van [organisatie]. Haak: [het signaal uit de bron]. Schrijf als vakgenoot, niet als verkoper. Maximaal vijf zinnen, geen bedrijfsnaam of pitch, eindig met één open vraag. Geen gedachtestreepjes.
```

Content van je werk

```
Hier zijn foto's en drie zinnen over [project]. Maak een Instagram-reelscript van 20 seconden, een carrousel van 5 dia's en een LinkedIn-post. Open met het probleem van de klant, niet met ons. Gebruik geen cijfers die niet in mijn tekst staan.
```

Een week met de kaart

FICTIEF VOORBEELD Zorgaanbieder Voorbeeld, zorgaanbieder met 30 medewerkers, ambulante begeleiding en dagbesteding.

Maandag	Kansen zet een nieuw inkooptraject van een gemeente bovenaan. Onderzoek vult de gemeente aan met het beleidsplan en de gevraagde doelgroepen.
Dinsdag	Beslissers vindt de beleidsadviseur zorg, met bron. Opvolging zet een eerste bericht klaar met een haak uit het beleidsplan. De directeur leest het, past één zin aan en verstuurt.
Woensdag	Marketing maakt van een verhaal over de dagbesteding, zonder herkenbare cliënten, een reel en een LinkedIn-post. De teamleider keurt ze goed.
Donderdag	Bellen vult het belblok met drie organisaties met een open offerte, met de reden om nu te bellen.
Vrijdag	Kompas laat zien welke pagina's van de site goed gevonden worden en wat de week kostte.

DRIE VALKUILEN IN ZORG

Pas reageren als het inkooptraject open is
Dan zijn de eisen al vastgelegd en sta je naast andere aanbieders. De kans begint bij het beleidsplan, maanden eerder.

Alleen de inkoper benaderen
Bij zorg beslist ook de manager zorg of de beleidsadviseur mee. Zoek beide.

Privacy van cliënten vergeten in je marketing
Laat nooit herkenbare cliënten zien. Vertel het verhaal van je werk, niet van de persoon.

START IN 30 MINUTEN

1. Vul het werkblad op pagina 4 in (10 minuten).
2. Kies de afdeling met de meeste uren en drie rondjes.
3. Gebruik de prompt op pagina 5 voor één regio en één signaal (15 minuten).
4. Stuur één bericht met een haak uit de bron, en kijk wat er terugkomt.

Wil je deze kaart voor jouw eigen bedrijf zien?

Stuur me een DM met je bedrijfsnaam en regio. Dan maak ik een voorproef op maat, met echte kansen in jouw markt. Gratis en zonder verplichting.

usenovai.nl · @novai.nl