

[tekst voor website IDS Media]

Het wachtkamerscherf wordt gezien! Welke informatie waarderen bezoekers het meest?

IDS Media onderzocht in de zomer van 2022 in 300 wachtkamers hoe patiënten het wachtkamerscherf ervaren. De 177 reacties geven inzicht in wat bezoekers aanspreekt en welke mogelijkheden dit biedt voor communicatie in de wachtkamer.

De informatie die direct gaat over de praktijk is het meest aansprekend. Dit vindt ruim 64% van de respondenten. Bijvoorbeeld informatie over de zorgverleners in de praktijk: wie zijn zij en wat kunnen zij betekenen voor de patiënt? Ook het digitale gezondheidsportaal en de mogelijkheden van e-health, zoals de eigen gezondheidsomgeving online, vallen op. Bezoekers waarderen informatie over projecten vanuit de praktijk en over telefonische consulten, openingstijden en vakanties. Naast de praktijkinformatie vindt bijna een derde (30 procent) van de ondervraagden zowel de gezondheidscampagnes van o.a. de overheid als de quiz over gezondheid belangrijk.

Bereik patiënten met aansprekende thema's

Welke gezondheidsthema's spreken het meest aan? De antwoorden van de respondenten tonen een overduidelijke behoefte aan informatie over Gezonde voeding en Mentale weerbaarheid. Op de derde en vierde plaats staan de thema's Meer bewegen en Stoppen met roken. Met campagnes over deze onderwerpen wordt dan ook een groot deel van de patiënten in de wachtkamer bereikt. Daarnaast geeft een klein aantal respondenten in de open vragen aan dat specifieke informatie, bijvoorbeeld over gluten, hooikoorts en veelvoorkomende ziektes, welkom is. Met welke strategie en uiting behaalt u het grootste effect? IDS Media geeft u advies en ondersteuning op maat.

Actie en interactie: nieuwe kennis en inzichten

Uit de enquête blijkt dat de interactie met het wachtkamerscherf hoog is. Op de eerste vraag hierover – ben je interactief bezig geweest met het scherm? – antwoordt maar liefst 64 procent van de patiënten bevestigend. Van hen scande 42 procent een QR-code en bezocht 24 procent een website of app voor meer informatie. Ook op de vraag of men iets nieuws over gezondheid geleerd heeft, komt een hoge positieve respons van 39 procent. Hiervan noemt 22 procent de healthQuiz en bijna 24 procent leert iets nieuws op een andere wijze. Veel van de bezoekers zijn dus actief in de wachtkamer! Dit betekent dat het wachtkamerscherf effectief is om een tweede informatielaag aan te bieden.

Tips uit open vragen

De enquête geeft daarnaast inzicht in wat er beter kan volgens de respondenten. Wordt er gewerkt met QR-codes? Zorg dat deze lang genoeg zichtbaar zijn om te scannen. Patiënten geven aan dat ze tijd nodig hebben om alles goed te lezen en de informatie op te nemen. Wilt u een lange tekst plaatsen? Verdeel die dan over meerdere slides, met helder contrast tussen tekst en achtergrond en een rustig tempo. Als laatste een inhoudelijke tip van één van de respondenten: gebruik in de tekst 'uw kind' in plaats van 'uw zoon/uw dochter'.

Dit onderzoek laat zien wat de doelgroep wil, wij helpen u graag om dat te bereiken!