

BERGman

C L I N I C S

Agenda

- Vragen vooraf? Wat leeft?
- Persoonlijke introductie
- Korte achtergrond Bergman Clinics
- Positionering, merken, marketing, communicatie
- Stellingen / vragen



Persoonlijk introductie

- Christiaan Boer – Commercial Director Bergman Clinics



- EUR / Bedrijfseconomie / THNK school of Leadership

**Erasmus
University
Rotterdam**



- 2000 - 2013 Douwe Egberts / Mars



- 2014 - heden Bergman Clinics – Commercial Director

BERGMAN
CLINICS

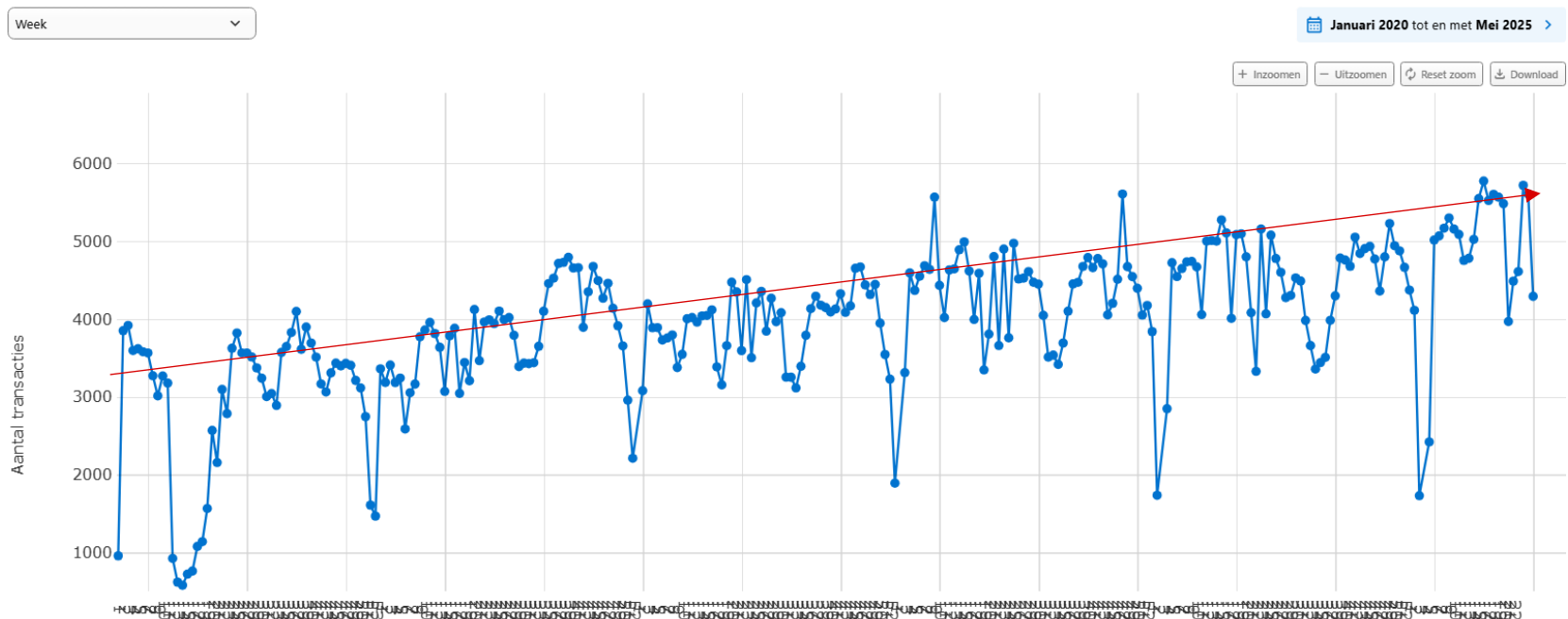
Bergman Clinics – Ontwikkeling 37 jaar

- 1988 Start Bergman Clinics door dr Bergman.
- 1988 – 2005 Groei naar leidende keten cosmetiek
- 2006 Aanpassing zorgwet, marktwerking
Start Orthopedie, oogzorg, gynaecologie
- 2019 Fusie Bergman Clinics & NLHCC
- 2019 - heden Internationale uitbreiding
Uitbreiding KNO, Inwendige zorg
- 2025 Leidende aanbieder planbare zorg NL
Opening grootste focuskliniek NL Rotterdam



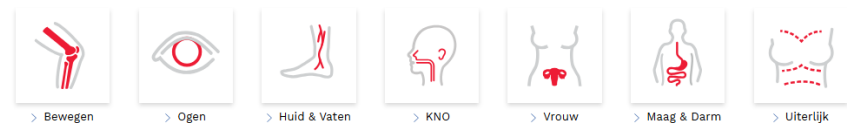
Verwijzingen naar Bergman Clinics: 2020 – 2025

Q2 2025 > 6.000 per week > meer dan 300.000 per jaar



Bergman Clinics Nederland 2025

- Landelijk netwerk
- > 80 focusklinieken
- > 2.500 medewerkers
- > 250 specialisten
- > 300.000 verwijzingen door huisartsen + 7%/j
- 100% gecontracteerd door alle zorgverzekeraars
- #1 in Orthopedie, Oogzorg, dermatologie, Gynaecologie
- > NPS 8,9 op Zorgkaart
- Transparantie over kwaliteit & passende zorg
- Duurzaam financieel gezond



Klantwaardering
Bergman Clinics

8.9

Maatschappelijke erkenning Bergman Clinics

3 juni 2025 | Opening Bergman Clinics | Rotterdam



Wat is een merk? Wat maakt een merk sterk?

Relevant belofte = > Waargemaakte belofte



Hoe maak ik mijn belofte waar?

Ben ik 'Fit for Purpose', ben ik geloofwaardig georganiseerd?

The logo for easyJet, featuring the word "easyJet" in white lowercase letters on an orange rectangular background.The logo for ACTION, featuring the word "ACTION" in a bold, blue, sans-serif font, preceded by three slanted blue parallel lines.

DNA – ondernemen in de zorg

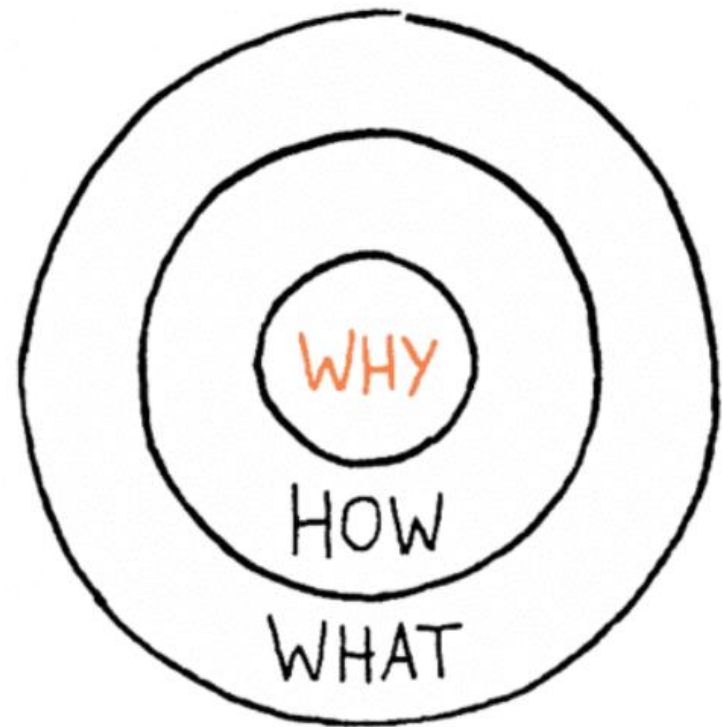
Impact = > 'Visie + plan + drive'



Merk – positionering



- **Why:** Maximaliseer vitale jaren
- **How:** Zorgprogramma's / Focus @Scale
- **What:** Planbare zorg in focusklinieken



Outside-in denken: Continue reflecteren op je eigen maatschappelijke waarde

Verantwoordelijkheid	Bergman Clinics
Relevante Zorg	Veelvoorkomende, groeiende zorgvraag, Zorg met hoge Qaly score's zorg (protheses, staar, dermatologie, etc)
Schaal / impact / toegankelijkheid zorg	> 300.000 verwijzingen per jaar, + 6-8%/jaar Nationaal netwerk van focusklinieken Landelijke#1 oogzorg, orthopedie, dermatologie, gynaecologie, Korte toegangstijden poli & ok binnen Treknormen
Passende Zorg	i2i Certificering, actief partner Zinnige Zorg
IZA	Partner via ZKN, beschikbaar voor regio-overleggen Gedoseerde vraaggestuurde zorgvraag ontwikkeling(+ 6-8% per jaar) Regio aansluiting: Planbare zorgvraag ook supra-regionaal bekijken in clientkeuze en reisbereidheid Samenwerking met 1e lijn (Nascholingen & 3e lijn (UMC'S) / opleiding Data-sharing ivm wetenschappelijk onderzoek
Kwaliteit & transparantie	Maatschappelijk jaarverslag Kwaliteits Rapportage, jaarlijks & Online Hoge proms, prems, waardering Zorgkaart (9,0)
Hoge productiviteit	Fit for Purpose organisatie-model planbare zorg Zeer hoge productiviteit / veel zorg per medewerker / faciliteit Verbreding aantrekkelijkheid sector, behoud personeel voor de zorg
Digitale leadership & agenda	MijnBergman Clinics, digitale dossier, Patientregio / selfplanning
Kostenbeheersing	Prijzen en indexatie onder marktgemiddelde Shared savingsmodel met staffels bij extra zorgvraag
Transparantie	i2i, Kwaliteitskompassen, financiële verslaglegging
Preferred parter, professionele samenwerking	Data-driven, preferred partner, transparant, lang termijn Multi-level en multi discipline contact-personen en samenwerking Parnter voor Zorgbemiddeling

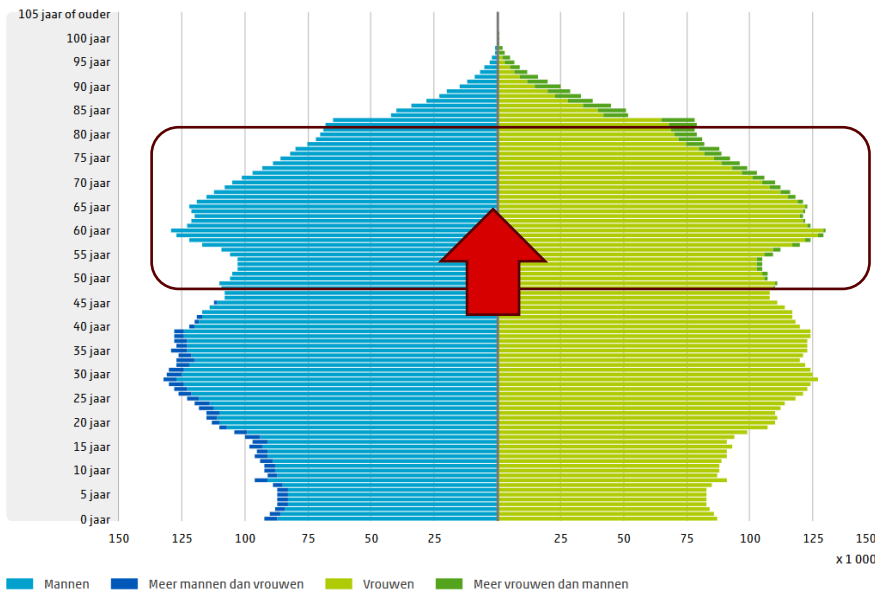


Ontwikkeling zorgvraag prognose

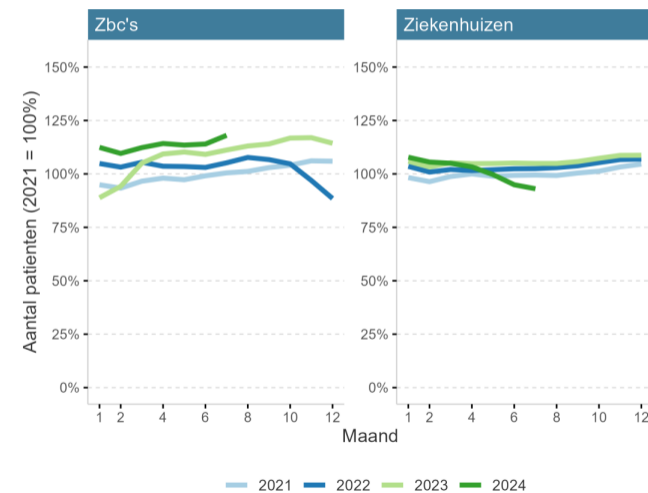
Demografie + rol focusklinieken + Belofte waarmaken

Leeftijdopbouw Nederland 2050 (prognose)

Totaal: 18 458 000 inwoners



Aantal patiënten zbc's half 2024 weer iets gegroeid ten opzichte van eerdere jaren

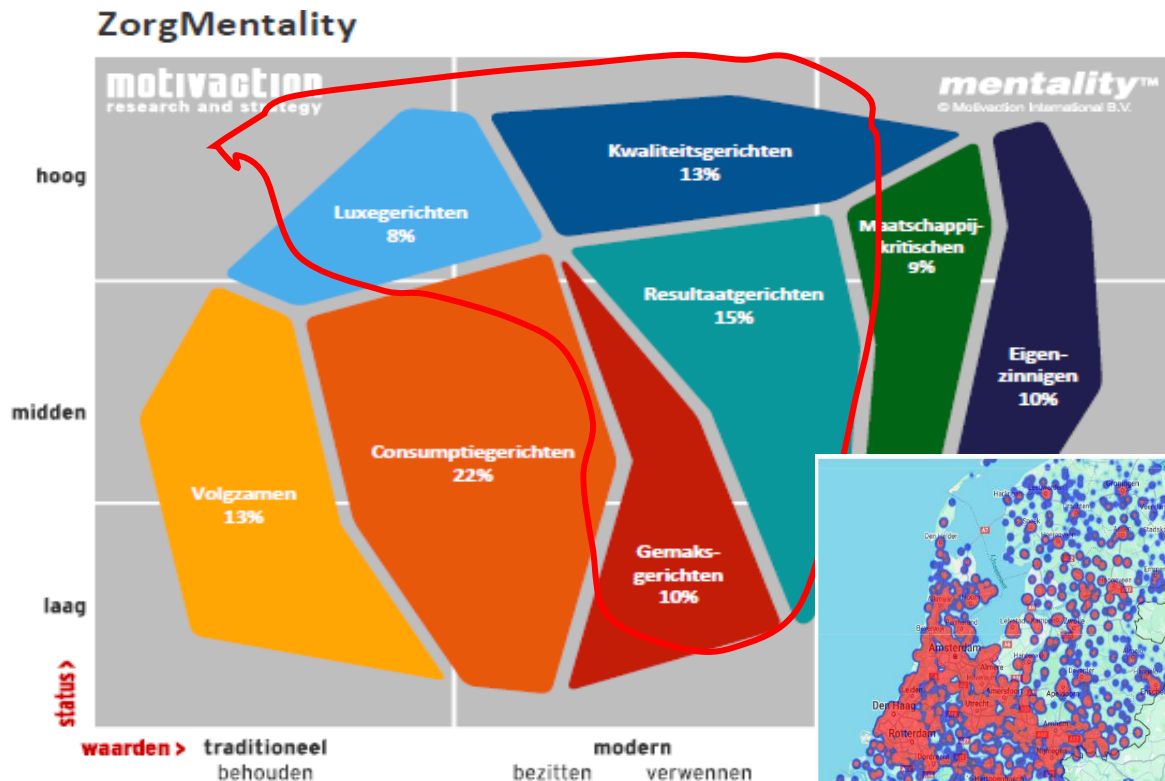


Sources CBS: Based on the CBS Population Forecast 2023–2070, the number of individuals aged 50 to 80 is expected to increase from approximately 5.2 million in 2025 to around 6.5 million by 2035. This represents an absolute growth of about 1.3 million people over the ten-year period. The compound annual growth rate (CAGR) for this age group is estimated at approximately 2.3%.

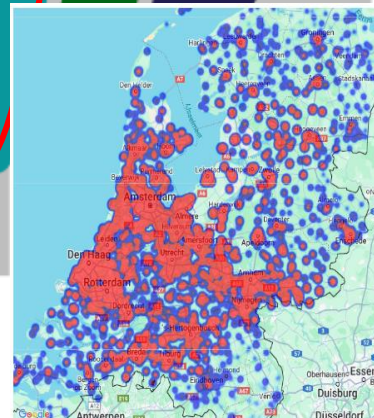
Demand per TA: Eyecare: [rapportoogvoordetoekomst.pdf](#) ; Muscolo: LROI

NZa: Report March 2025: Continued growth year on year for clinics (2021-2024) , with Hospitals stable.

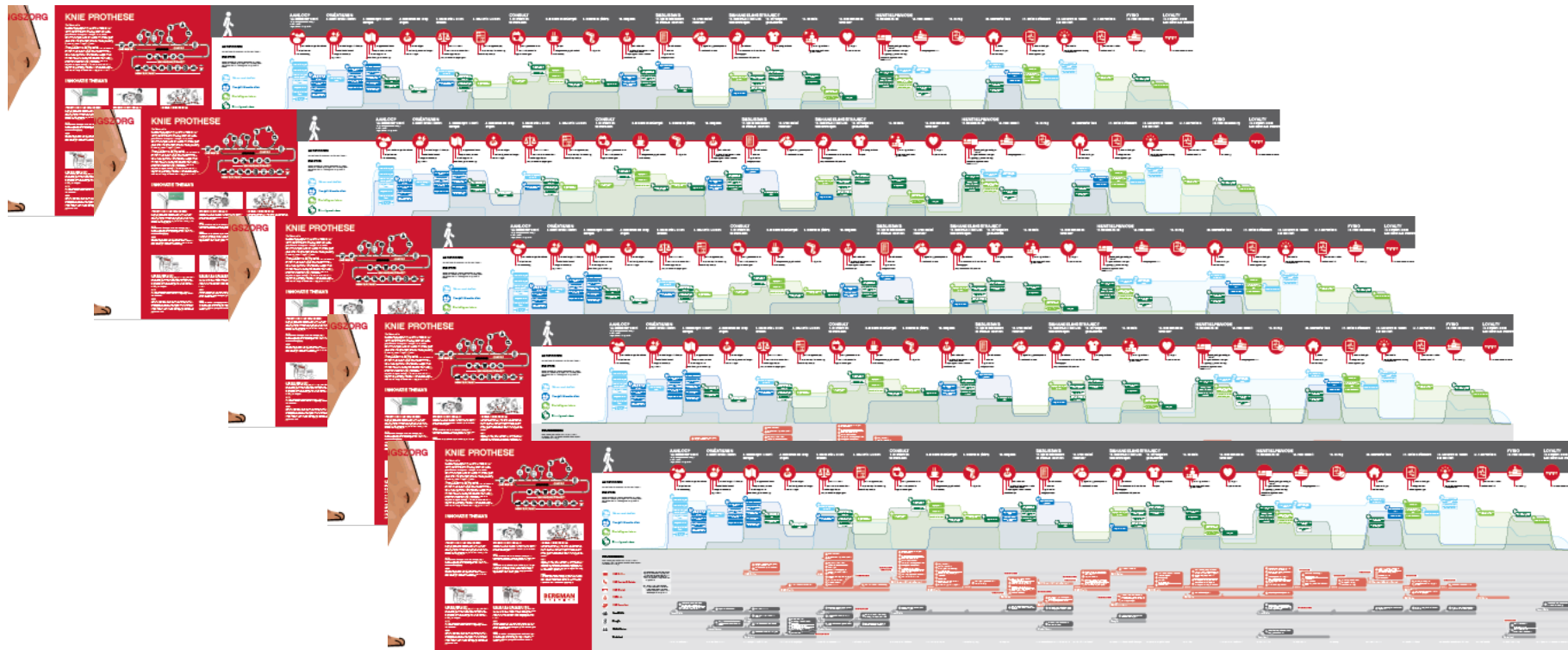
Wie is mijn klant, wie is mijn doelgroep? Voorbeeld



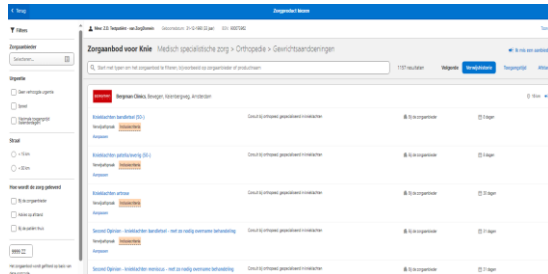
- > 50
- MV
- Actief kiezen voor zorg en zorgkwaliteit
- Landelijke profiel



Client Reis



Activatie & communicatie voorbeelden



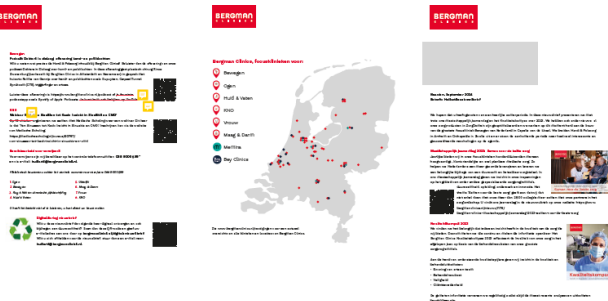
Zorgdomein 100% / full year



ATL client advertising > 80%



WaitingRoom advertising 25% / full year



BMC Newsletters
50-75%, 4x per year



Referrer Line
C&SC
1.100x per/week



Website BMC: Referrer page 50.000 jaar

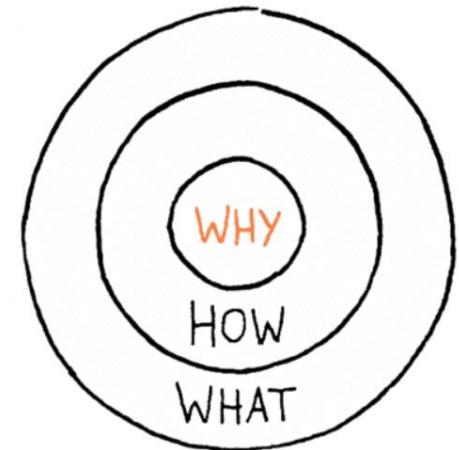


Print HA Toptitle
25-30%

Online Courses
10-15%

Hoe organiseren we positionering / marketing & communicatie

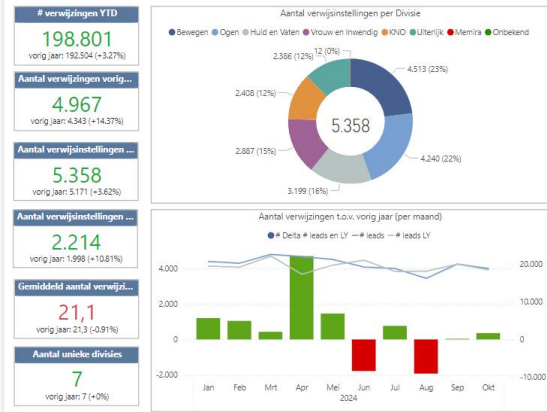
- Organiseren in lijn met merkbeloofte
- Centraal team in de lead
- Marketing is niet slechts 'communicatie / reclame'
- Meten is weten / ROI



Meten is weten – voorbeeld verwijzersdata

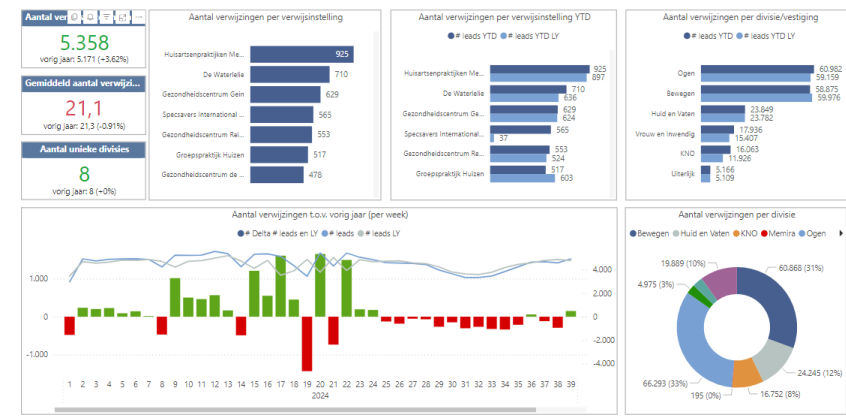
Verwijzingen

Overzicht (YTD)



Verwijzingen

Verwijzingen Zorgdomein en overig (YTD)



Verwijzingen

Analyse (YTD)

Aantal verwijzingsinstellingen
5.358
vorig jaar: 5.171 (+3,62%)

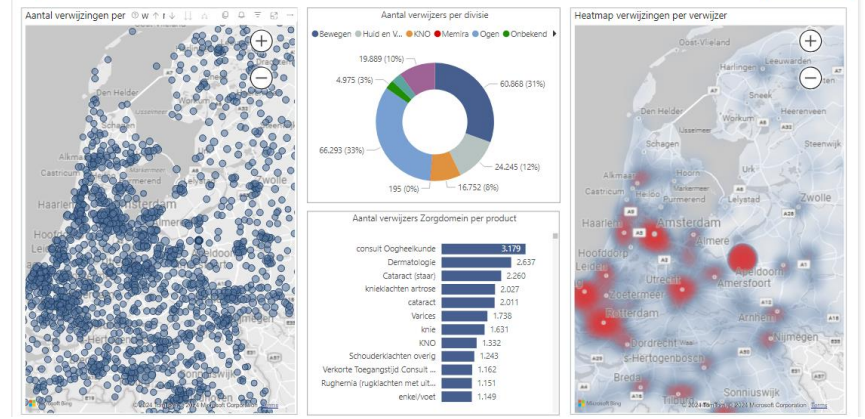
Aantal verwijzers
9.404
vorig jaar: 9.023 (+4,22%)

Gemiddeld aantal verwijz...
21,1
vorig jaar: 21,3 (-0,91%)

Verwijzingszorginstellingnaam	Verwijzer	Verwijzingsplaats	# leads	# leads LY	% Delta # leads in LY	# unieke divisies met lead
Onbekend	Onbekend	Onbekend	15.868	17.063	-7,0 %	8
De Waterlinie	Bosman, S.J.C.R.	Almere	421	350	19,5 %	6
Gezondheidscentrum de Haak	Brandse, E.	Almere	336	201	67,2 %	6
De Brui	Brui, C.P. de	Almere	333	357	-9,5 %	6
Huisartspraktijk Alcedina	Naimi, Azghadi, A.	Almere	320	314	1,9 %	6
Huisartspraktijk Valgenaar B.V.	Valgenaar-Tosma, J.A.	Amersfoort	305	262	16,4 %	6
Huisartspraktijk van Kooten B.V.	Kooten, J.H. van	Amersfoort	300	240	25,0 %	6
Elieman Optiek C.V.	Bijl - Elieman, F.W.	Almere	259	75	243,3 %	1
Praktijk Looien B.V.	Gehards, B.S.F.	Loenen aan de Vecht	245	406	-40,0 %	6
Huisartsen Collectief Zandvoort	Hemans, M.D.M.	Zandvoort	244	257	-5,1 %	6
Huisartspraktijk Actier de Kerk	Alders, T.O.	Alboudé	243	164	48,2 %	6
Huisartspraktijk Gein en Angelt	Bouma-Seegers, D.	Almere	234	197	18,8 %	6
Huisartspraktijk Med-Mere B.V.	Das, S.	Almere	227	161	41,0 %	6
Huisartspraktijk aan de Wisse B.V.	Wisse, F. van der	Amersfoort	221	101	118,8 %	6
Gezondheidszorg Alcepekers Nederland B.V.	Alcepekerscentrum, G.Z.A.	Utrecht	212	198	7,1 %	5
De Waterlinie	Meijden, R.J.M. van der	Almere	209	252	-17,1 %	6
Wijlke	Pulle, U.S.	Haarlem	209	285	-26,7 %	5
M.W. Herindijk huisartspraktijk	Herindijk, M.W.	Haarlem	207	235	-11,9 %	5
Huisartspraktijk de Lier	Vos, A.H.	De Lier	203	166	22,3 %	6
Gezondheidscentrum Prima	Doombosch, B.	Almere	201	245	-17,5 %	6
Huisartspraktijk Boedijklaede	Brui, M.	Almere	200	166	20,5 %	6
Goede Huisartsen Huisen B.V.	Vos, J. de	Baricum	195	345	-43,2 %	6
J.H. Bouman en rij, sluisdier	Bouman, J.H.	Nederhorst den Berg	195	230	-15,2 %	6
Kroefse Huisartspraktijk B.V.	Kroefse, H.J.	Amersfoort	193	195	-1,0 %	6
Totaal			198.801	192.504	3,3 %	8

Verwijzingen

Geografie (YTD)



Stellingen & vragen

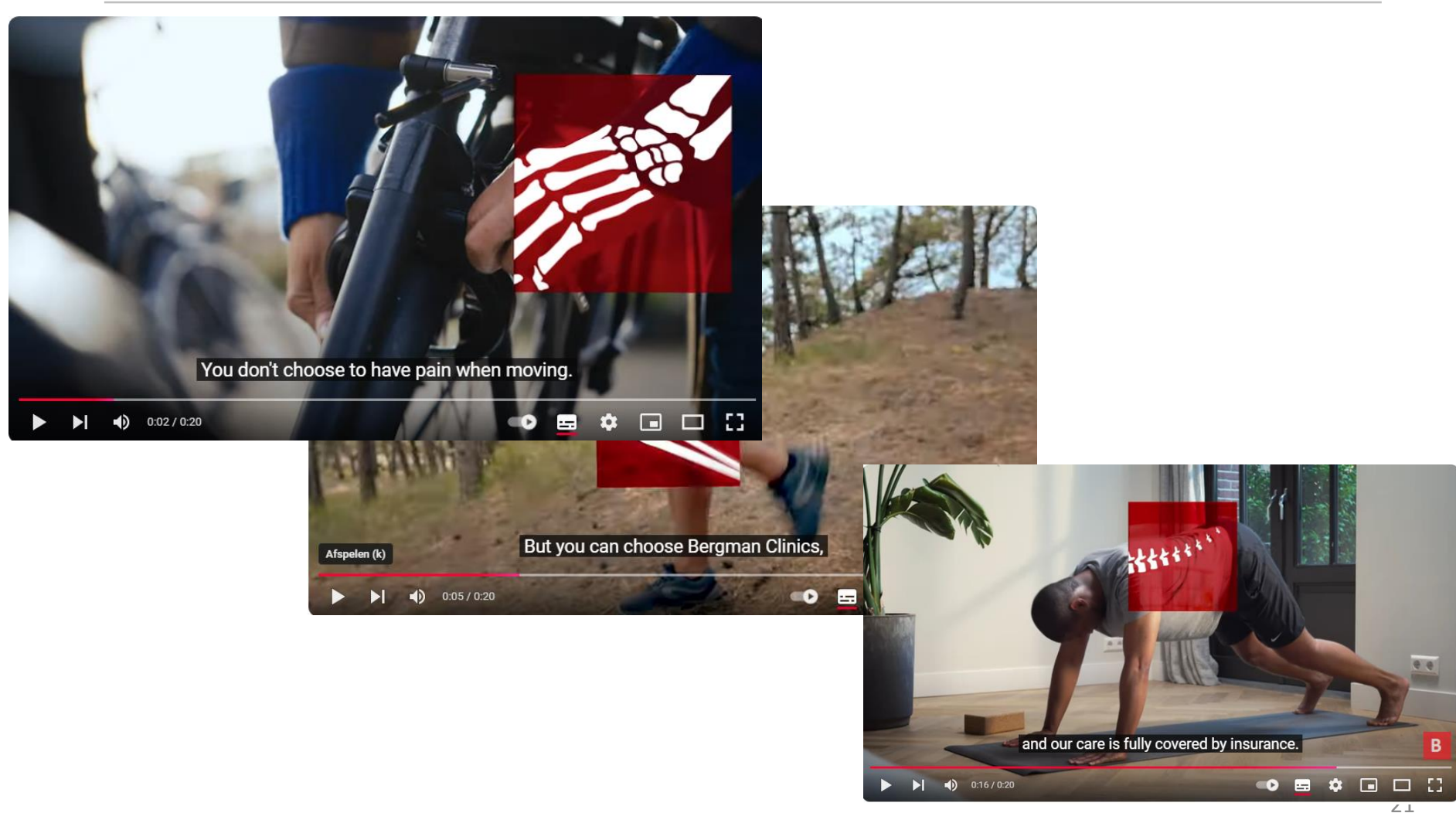
- Zonder heldere, relevant en onderscheidende merkbeloofte kan je niet succesvol zijn.
- Veel zorg-organisatie zijn niet 'fit for purpose'. Beperkte koppeling tussen belofte en organisatie-vorm.
- Commercieel denken in zorg is noodzakelijk om duurzaam gezond te blijven als organisatie.
 - Denken vanuit de klant
 - Organiseren en communiceren vanuit propositie
 - ROI denken, keuzen durven maken. Financieel gezond durven zijn.

BERGman

C L I N I C S

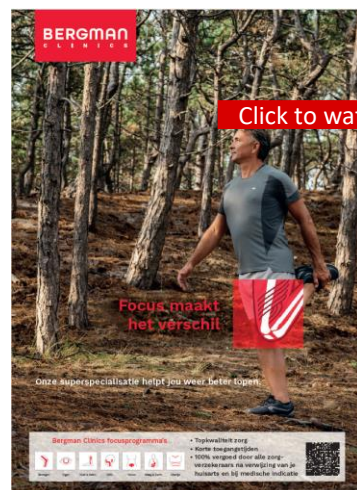
TVC Muscolo: 'You don't choose pain, but you choose for BMC'

<https://www.youtube.com/watch?v=ksnsdY-RLE8>



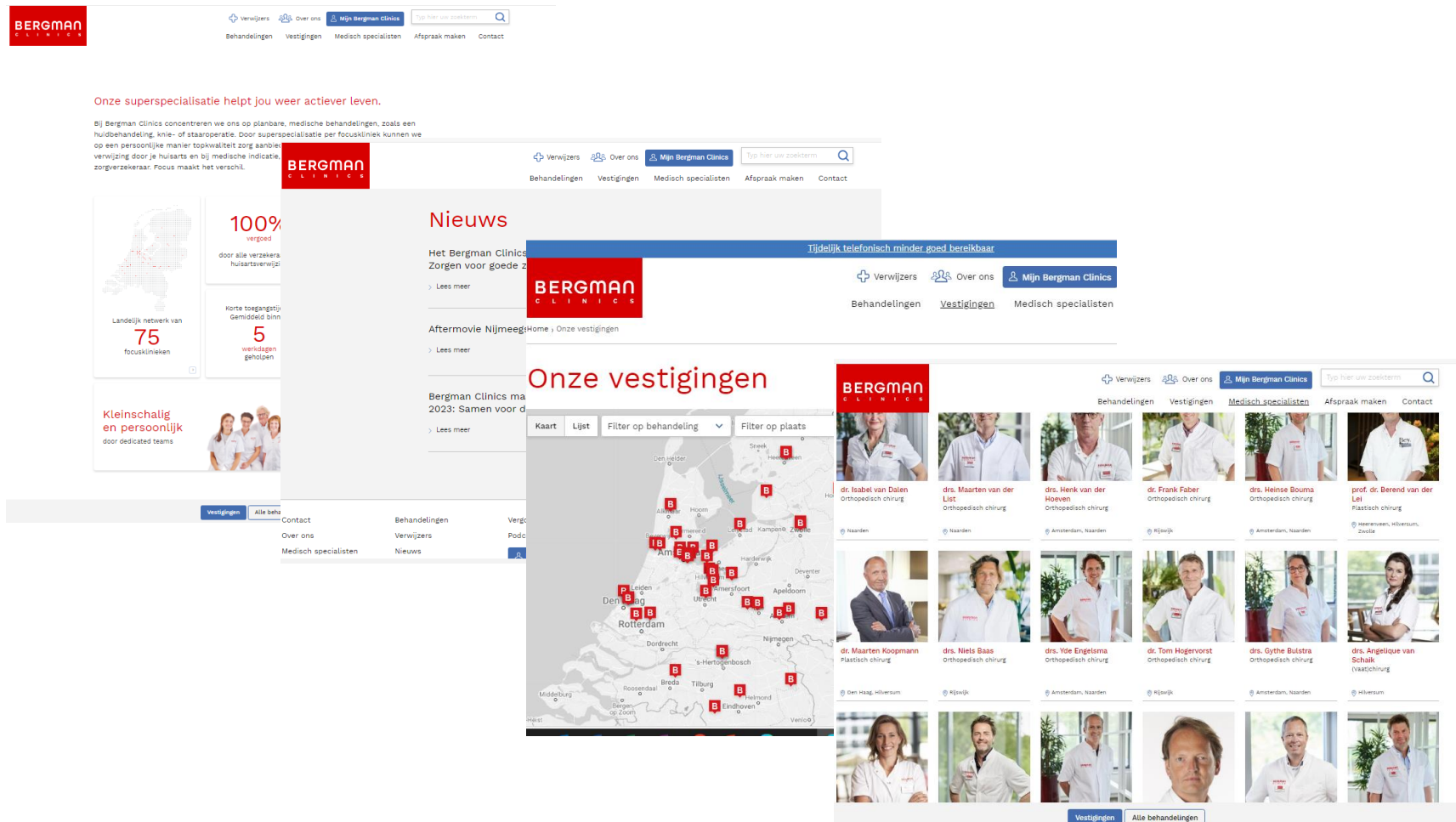
Campaign assets

Posters / Digital video / Social / Native



Website Bergman Clinics (www.bergmanclinics.nl)

3,2 mln visitors per year: Key pages: doctor info, reviews, logistical info.



The screenshot displays the Bergman Clinics website with the following sections and elements:

- Header:** Bergman Clinics logo, navigation links (Verwijzers, Over ons, Mijn Bergman Clinics), and a search bar.
- Home Section:**
 - Onze superspecialisatie helpt jou weer actiever leven.
 - Bij Bergman Clinics concentreren we ons op planbare, medische behandelingen, zoals een huidbehandeling, knie- of staaroperatie. Door superspecialisatie per focuskliniek kunnen we op een persoonlijke manier topkwaliteit zorg aanbieden.
 - Landelijk netwerk van 75 focusklinieken.
 - 100% vergoed door alle verzekeraars huisartsverwijzing.
 - Korte toegangstijd Gemiddeld binnen 5 werkdagen geholpen.
 - Kleinschalig en persoonlijk door dedicated teams.
- Nieuws Section:**
 - Het Bergman Clinics Zorgen voor goede zorg.
 - Aftermovie Nijmegen (Home) > Onze vestigingen.
 - Bergman Clinics ma 2023: Samen voor de toekomst.
- Onze vestigingen Section:**
 - Map showing locations across the Netherlands.
 - Filters: Kaart, Lijst, Filter op behandeling, Filter op plaats.
- Medisch specialisten Section:**
 - Grid of medical specialists with their names and photos.
 - Specialties: Orthopedisch chirurg, Plastisch chirurg, etc.
- Footer:** Navigation links (Behandelingen, Vestigingen, Medisch specialisten, Afspraak maken, Contact) and a search bar.

Social Media – Facebook

Examples: Client, employee & stakeholder engagement

