

Analiza CASO

Să descoperim noi oportunități. Să manageriem și să eliminăm riscurile

Analiza CASO este o tehnică puternică de a înțelege propriile *Calitati și Slabiciuni* și pentru a identifica *Oportunitățile* și *Amenințările* atât ale spitalului, secției sau serviciului, dar și ale oricărui proiect sau chiar idee.

Această analiză va permite să utilizăm în avantajul întregului spital talentele, abilitățile și oportunitățile, sprijinind astfel dezvoltarea instituției. Prin înțelegerea punctelor slabe ale spitalului vom putea mai ușor rezolva și elimina riscurile care altfel ne pot surprinde pe viitor.

În plus, privindu-ne pe noi înșine și pe competitorii noștri prin intermediul acestei analize CASO vom putea crea o strategie care ne va permite să ne distingem pe piața serviciilor medicale spitalicești din zona noastră.

Cum se utilizează instrumentul:

Pentru a realiza analiza, printați formularul CASO de la www.spitalcfploiesti.ro /Uz intern/ Analiza CASO, și răspundeți la următoarele întrebări:

Puncte tari:

- 1.Ce avantaje are secția/serviciul Dvs.?
- 2.Ce faceți mai bine decât oricine altcineva?
- 3.Ce resurse unice sau cu costuri reduse aveți?
- 4.Marketing?
- 5.Aspecte inovative?
- 6.Acreditări, calificări, certificări?
- 7.Proceduri, IT, comunicare?
- 8.Ce identifică pacienții Dvs. ca fiind punctele Dvs. tari?

Răspunsurile trebuie să ia în considerare elemente interne, proprii, incluzând punctele de vedere ale colectivului și ale pacienților. Dacă aveți dificultăți în a identifica asemenea elemente, faceți o listă a caracteristicilor secției/serviciului, în speranța că unele dintre acestea sunt puncte tari. Evaluați punctele Dvs. tari în relație cu competitorii – de exemplu, dacă unii competitori oferă servicii de înaltă calitate, atunci demersul pentru un serviciu de calitate nu este un punct tare, ci o necesitate. Fiți sinceri și realiști.

Slăbiciuni:

1. Ce ați putea îmbunătăți?
2. Ce ar trebui să evitați?
3. Ce privesc pacienții ca slăbiciuni?

Din nou, considerați aceste răspunsuri pe o bază internă, dar și externă: alte persoane văd aceleași puncte slabe pe care voi le vedeți sau nu le vedeți?; fac unii dintre competitorii servicii de mai bună calitate? Din nou, fiți realiști, este momentul să faceți față unor adevăruri neplacute cu cât mai multă onestitate.

Oportunități:

1. Care oportunități se pot identifica?
2. Care sunt tendințele importante?

Oportunitățile ar putea proveni din elemente ca:

1. Modificări tehnologice
2. Schimbări legislative
3. Modificări ale modelelor sau obiceiurilor sociale, de lifestyle, a profilelor populaționale
4. Evenimente locale, regionale.

O modalitate utilă de a identifica oportunitățile este de a evalua punctele tari proprii și de a investiga dacă acestea pot deschide oportunități. Alternativ, evaluați punctele slabe și întrebați-vă dacă ați putea deschide oportunități prin eliminarea lor.

Riscuri:

1. Cer obstacole aveți în față, ce vă amenință secția/serviciul, poziția?
2. Ce fac competitorii Dvs.?
3. Se modifică specificațiile profesiei sau a serviciilor?
4. Aveți probleme de finanțare?
5. Care dintre slăbiciuni ar putea afecta în mod serios secția/serviciul Dvs.?