



# SWOT-analyse

CONCEPT & CREATION 2020 – 2021  
semester 1

Tim van der Meulen	S1129766
Jacco Douma	S1115651
Ossama Sijbesma	S1120799
Bill Lohr	S1136693
Jimmy Scheer	S1114848

# Inhoud

<b>1</b>	<b>Inleiding .....</b>	<b>2</b>
1.1	Context .....	2
1.2	SWOT-methode .....	2
<b>2</b>	<b>Anderstaligen .....</b>	<b>3</b>
2.1	SWOT-analyse.....	3
<b>3</b>	<b>Zorginstellingen .....</b>	<b>4</b>
3.1	SWOT-analyse.....	4
<b>4</b>	<b>Bibliografie .....</b>	<b>5</b>
<b>5</b>	<b>Bijlagen .....</b>	<b>10</b>
5.1	Woordenwolk ouderen .....	10
5.2	Woordenwolk anderstaligen .....	11
5.3	Woordenwolk zorginstellingen .....	12
5.4	Woordenwolk jongeren.....	13

# 1 Inleiding

Dit document dient als SWOT-analyse van het Concept & Creation project. Het document geeft het projectteam en geïnteresseerde partijen een gedeeld begrip op de manier hoe het projectteam de verschillende gekozen concepten heeft onderzocht. Dit doen zij door middel van een SWOT-analyse, waarin zij de concepten op zowel interne als externe vlakken uitlichten. De doelgroep analyse met DESTEP-methode die is te vinden als document genaamd 'Doelgroepanalyse- ICT\_CC\_4 - 2020-2021.pdf'. Hiernaast hebben wij verschillende brainstormsessies gedaan voor het bedenken van een concept op basis van het doelgroepenonderzoek. Deze zijn eveneens te vinden in het hoofdstuk 'Bijlagen'.

## 1.1 Context

Het project wordt ontwikkeld als onderdeel van het semester Concept & Creation op de hogeschool Windesheim voor een periode van één semester. De startdatum betreft donderdag 3 september 2020 en de einddatum betreft 18 januari 2021.

De projectgroep bestaat uit vijf studenten waarvan drie software-engineers, één IT-manager en één communicatiemedewerker. De begeleiding wordt verzorgd door twee docenten van de opleiding genaamd Valerie Reiter en Jasper Noordam.

## 1.2 SWOT-methode

In dit document worden de bedachten concepten geanalyseerd door middel van een SWOT-analyse wat staat voor het analyseren van:

<b>S</b>	Strenghts (Sterktes)
<b>W</b>	Weaknesses (Zwaktes)
<b>O</b>	Opporunities (Kansen)
<b>T</b>	Threats (Bedreigingen)

Een SWOT-analyse dient ervoor om in één oogopslag te zien wat kansen biedt voor je concept/onderneming en waar extra aandacht nodig is. Op de website van De kamer van koophandel is een handig overzicht gemaakt in het uitvoeren van deze SWOT-analyse (Geers, 2020). Dit biedt als basis voor de SWOT-analyse die is gebruikt in dit document.

## 2 Anderstaligen

In dit hoofdstuk wordt er aandacht geschonken aan de SWOT-analyse die betrekking heeft tot de doelgroep: anderstaligen. Het concept die hieraan gekoppeld is kan als volgt worden omschreven:

*“Met ons concept willen wij bijdragen aan het Nederlandse integratieproces. We willen onder andere immigranten helpen door: taalverbetering, omscholing, toetreding tot arbeidsmarkt en het versterken van sociale-culturele basisvaardigheden. Dit doen wij door een online-platform aan te bieden in de vorm van e-learning en coaching waarin immigranten samen komen met vrijwillige inwoners uit Nederland. Op deze manier krijgen zij op een innovatieve en digitale manier meer kans in het versnellen van hun integratie en worden ze daarmee klaargestoomd voor de toekomst.”*

### 2.1 SWOT-analyse

Om de interne en externe invloeden te identificeren voor ons concept met betrekking tot de doelgroep anderstaligen. Maken wij gebruik van een SWOT-analyse, om zo een overzicht te creëren die ons kan helpen bij besluitvormingen ten aanzien van het concept.

Externe analyse	Kansen	Bedreigingen
	1. Er zijn geen goede online tools om zelfstandig aan het werk te gaan.	1. Drukkerijen hebben meer kennis van de theorie achter integratie en lesgeven.
	2. Doelgroep is enorm.	2. Scholen bieden dit in fysieke zin.
	3. Veel vrijwilligers online.	3. Valt niet veel geld mee te verdienen.
	4. Zorgt voor verbetering van de Nederlandse integratieproces.	4.
	5.	5.
Interne analyse	Sterktes	Zwaktes
	1. Meerdere buitenlandse connecties.	1. Geen kennis van lesgeven.
	2. Kennis van de innovaties op het gebied van e-learning.	2. Geen persoonlijke ervaring met het integratieproces.
	3. Rijke skills-set in het team.	3.
	4.	4.
	5.	5.

## 3 Zorginstellingen

In dit hoofdstuk wordt er aandacht geschonken aan de SWOT-analyse die betrekking heeft tot de doelgroep: zorginstellingen. Het concept die hieraan gekoppeld is kan als volgt worden omschreven:

*“Met ons concept willen wij bijdragen in het verminderen van verspilling in de zorg. Dit doen wij onder andere door: procesverbetering, bewustwording bij medewerkers en het inzetten van business intelligence. Dit komt samen in een innovatief ERP-systeem die op maat is gemaakt en verbeteringen in de zorg met achterliggende lean-principes ondersteund.”*

### 3.1 SWOT-analyse

Om de interne en externe invloeden te identificeren voor ons concept met betrekking tot de doelgroep zorginstellingen. Maken wij gebruik van een SWOT-analyse, om zo een overzicht te creëren die ons kan helpen bij besluitvormingen ten aanzien van het concept.

Externe analyse	Kansen	Bedreigingen
	1. Zorginstellingen hebben de zaken nog niet onder controle.	1. Lastig om veranderingen door te voeren in de zorg.
	2. Zorginstellingen zijn innovatief met nieuwe technologieën.	2. Hoge instapdrempel om met de medische wereld zaken te doen.
	3. Vermindering van werkdruk door (digitale) automatisering.	3. Besluiten over uitgaves mogelijk in samenspraak met overheid.
	4. Zorginstellingen hebben de ruimte om innovatieve ideeën voor de zorg te kunnen veroorloven.	4. Er is een hoop regelgeving vanuit de overheid die strikt wordt nageleefd.
	5. De vermindering van grond- en hulpstoffen verspilling.	5.
Interne analyse	Sterktes	Zwaktes
	1. Sterke connecties met zorginstellingen zoals het UMCG.	1. Geringe kennis van huidige systemen in de zorg.
	2. Kennis van procesverbetering met behulp van LEAN en Six Sigma.	2.
	3. Kennis van technische architectuur in combinatie met ERP-systemen.	3.
	4. Kennis van UI/UX-design.	4.
	5.	5.

## 4 Bibliografie

Geers, J. (2020, mei 29). *Een SWOT-analyse maken in 5 stappen*. Opgehaald van KVK:

[https://www.kvk.nl/advies-en-informatie/marketing/swot-analyse-maken/?gclid=CjwKCAjwzIH7BRAbEiwAoDxxThNYXBekQwb2b9c0Aw550Pa\\_TeaLgerZiyEE73VryC7SwFw5Yyt-JBoCFRUQAvD\\_BwE](https://www.kvk.nl/advies-en-informatie/marketing/swot-analyse-maken/?gclid=CjwKCAjwzIH7BRAbEiwAoDxxThNYXBekQwb2b9c0Aw550Pa_TeaLgerZiyEE73VryC7SwFw5Yyt-JBoCFRUQAvD_BwE)

## 5 Bijlagen

### 5.1 Woordenwolk ouderen



## 5.2 Woordenwolk anderstaligen





### 5.3 Woordenwolk zorginstellingen



## 5.4 Woordenwolk jongeren

