

Gezondheidszorg voor Millennials steeds meer digitaal

27 december 2016

Waar Babyboomers de vergrijzing vertegenwoordigen, treden Millennials net toe tot de volwassenheid. Hiermee stappen zij ook in de wereld van zelfstandigheid; waarin het zelf regelen van zorg een vanzelfsprekendheid is. Millennials zijn hierin echter anders dan hun voorgangers. Deze generatie gebruikt te pas en te onpas technologie, ook wanneer zij op zoek zijn naar zorg. Zelf-diagnosticeren en online consulten zijn hen dan ook niet vreemd. Voor de gezondheidsindustrie betekent dit nieuwe uitdagingen.

Liever een notificatie dan een voicemail

Met technologie — letterlijk — onder hun vingertoppen, is de Millennial constant verbonden. Vanuit de huisartspraktijk prefereren zij e-mail en sms-notificaties. Zij waarderen het dan ook wanneer een huisarts een mobiele applicatie aanbiedt. Telehealth is voor hen een interessante optie, zeker wanneer naar de dokter gaan niet in het dagelijks leven past. Het invullen van symptomen en een medische historie voorafgaand aan de afspraak kan het bezoek versoepelen.

Gemak is een prioriteit

Een bezoek aan de dokter inplannen is voor veel Millennials een van de laatste opties. Onderzoek van Zocdoc wijst uit dat 93% van de onderzochte Millennials geen preventieve afspraken maakt. 51% van hen gaf aan minder dan eens per jaar een (huis)arts te bezoeken. Ze gaan pas naar de dokter als de symptomen zodanig ernstig zijn, dat dat niet meer vermeden kan worden.

Google als eerste consult

Voor veel Millennials is Google de eerste arts die zij raadplegen. In 2014 gaf 28% van de onderzochte Millennials in een studie van C Space aan dat zij zelf-diagnosticeren, voordat zij een dokter raadplegen. 36% zei dat zij zichzelf zouden behandelen voordat zij een arts bezoeken.

Millennials gebruiken Google ook om hun artsen te onderzoeken. Uit een onderzoek van PNC Healthcare bleek bovendien dat 43% van de onderzochte Millennials bereid was van arts te veranderen. Een betrouwbare online aanwezigheid is dan ook een must volgens Millennials.