

CRITERIA EFFECTIEF KLANTONDERZOEK

IS BETER OOK GOEDKOPER, OF GOEDKOPER JUIST BETER?

Waarom doet een publieke organisatie klantonderzoek? Grof genomen zijn er efficiëntiegedreven en kwaliteitgedreven organisaties, zowel in het private alsook in het publieke domein. De eerste groep voert een besparing door en hoopt dat de dienstverlening niet verslechtert. Een kwaliteitgedreven benadering streeft naar excellente dienstverlening, door continue verbetering op basis van klantfeedback met kostenefficiëntie als mogelijk gevolg. Dit artikel gaat in op de vraag welke criteria je kan hanteren bij klantonderzoek waarbij de burger centraal staat en gaat in op de vraag of de onderzoeksmethodiek Net Promotor Score hieraan voldoet.

Tekst: Frank Faber, onafhankelijk consultant klantonderzoek

Simon Sinek (auteur van de 'Gouden cirkel') laat zien dat succesvolle organisaties beginnen te vertellen waarom ze iets doen, daarna hoe en daarna pas wat ze doen. 'Daar doe je het voor!', hoor ik professionals vaak zeggen. Om mensen te helpen. Als je de dienstverlening continue aanpast aan de behoeften van burgers, is het vaker 'in één keer goed' (minder onnodige contacten van burgers met overheidsorganisaties), minder 'van het kastje naar de muur', minder klachten en procedures, en kwalitatief betere besluiten door adequate informatieverwerking. Op weg naar excellente dienstverlening nemen (onnodige) transactiekosten af en de kostenefficiëntie toe. Deze causaliteit (het 'waarom') maakt goed klantonderzoek een noodzakelijk uitgangspunt voor continu verbeteren.

Continu verbeteren krijgt vorm door burgers in te schakelen bij het verbeterproces (het 'hoe'). Burgers serieus nemen en echt luisteren. Door open vragen te stellen bij voorbeeld. Gesloten vragen gaan immers uit van de denkwereld van dienstverle-

CHECKLIST EFFECTIEF KLANTONDERZOEK

1. Is simpel met weinig vragen. Ga uit van ca 2 minuten invultijd
2. Vooral open vragen (respondenten serieus nemen door te luisteren)
3. Uitkomsten bieden een handelingsperspectief (via concrete innovaties of verbeter-suggesties)
4. Faciliteert continue verbeteren (door regelmatig onderzoek te herhalen, kort na het dienstverleningscontact)
5. Stimuleert eigenaarschap van processen (afdelingen kunnen onderzoek zelf uitvoeren)
6. Faciliteert het directe (telefonische) contact met respondenten
7. Is een bron van complimenten voor medewerkers
8. Maakt real-time rapportage mogelijk
9. Laat kleine procesveranderingen in de score cijfermatig zien
10. Toont cijfermatig de trendmatige kwaliteitsontwikkeling

ners. Die leveren weinig informatie op over wat diensten (het 'wat') excellent maakt.

VERBETEROPERATIES

Effectief klantonderzoek biedt een handelingsperspectief. Het levert concrete verbeteropties op. Grootschalige kwantitatieve klanttevredenheidsmetingen van organisaties voldoen hier niet aan. Zij leveren een beperkte bijdrage aan het

verbeteren van de klantgerichtheid van de dienstverlening. Een voorbeeld hiervan is de Burgerpeiling (zeventig vragen) van VNG/KING. Dit type onderzoek wordt vaak uitgevoerd omdat prestatiecontracten een zeven voor klanttevredenheid eisen. Een uitzondering vormen de (lange) vragenlijsten die ten grondslag liggen aan het beleidsonderzoek van het Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties. Daaruit blijkt dat lan-

Graag uw mening.

Dank u voor de tijd die u neemt om deze enquête in te vullen. Uw mening is enorm belangrijk voor ons voor het verbeteren van onze service. Dit onderzoek vraagt slechts twee minuten van uw tijd. Om deze enquête in te vullen hoeft u alleen de vragen op deze pagina te beantwoorden en daarna op 'Verzenden' te klikken.

Hoe waarschijnlijk is het - op een schaal van 0 (zeer niet) tot 10 (zeer zeker) - dat u tegen een collega of vriend positief praat over uw ervaring met de dienstverlening van Noaberkracht Dinkelland Tubbergen waarvan u onlangs gebruik heeft gemaakt?

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Zeker niet Zeker wel

Waarom geeft u deze score?

Wat kan Noaberkracht Dinkelland Tubbergen extra doen om u nog beter van dienst te zijn?

Mogen wij eventueel contact opnemen voor een toelichting op uw commentaar?

Ja Nee

VERZENDEN

De Net Promotor Score voor de publieke sector is voor alle diensten dezelfde en wordt vlak na het klantcontact in circa twee minuten ingevuld. Het is een combinatie van een score en een open vraagstelling.

delijk de klanttevredenheid over de publieke dienstverlening in de periode 2008-2015 stabiel op een zeven ligt. Maar dat is in feite een onvoldoende. Analyses van het SCP laten zien dat bij een rapportcijfer zeven ruim dertig procent van de ondervraagden ontevreden is. Er gaat dan (te) veel mis om kostenefficiënt te zijn. Een bruikbaar inzicht en een aanbeveling voor derde generatie klantonderzoek.

DERDE GENERATIE

Bij dit type onderzoek maken burgers onderdeel uit van de verbetercyclus, zoals bij de Net Promotor Score (NPS) voor de publieke sector. Ook het feed-

back verzamelen via smileys (rood, oranje, groen), klantreizen, focusgroepen, spiegelgesprekken, statistisch onderzoek

STEEDS MEER ORGANISATIES ZIEN DAT VERBETERING ONTSTAAT DOOR CONTINU KLEINE STAPPEN TE ZETTEN

voor toptakensites of usability-testen scharen we onder deze derde generatie klantonderzoeken. Deze worden vooral ingezet ter verdieping van inzichten of als toets bij nieuwe online toepassingen. In de praktijk passen organisaties meer-

dere typen onderzoek naast elkaar toe zodat de validatie van inzichten wordt versterkt.

VERTROUWEN OPBOUWEN

Dienstverlening is mensenwerk. De kwaliteit van de relatie tussen professionals en gebruikers van diensten is cruciaal voor het resultaat. Vertrouwen van burgers in de overheid is onderdeel van de relatie. Derde generatie klantonderzoek stelt deze relatie centraal en probeert het vertrouwen te versterken, bijvoorbeeld door persoonlijk (telefonisch) contact op te nemen naar aanleiding van een NPS-enquête of door servicenormen proactief te publiceren zodat burgers weten welke kwaliteit dienstverlening zij mogen verwachten.

KLANTGERICHTE CULTUUR

In het recente debat over publieke dienstverlening maakt een efficiencygedreven benadering plaats voor de nadruk op kwaliteitsverhoging op basis van klantfeedback. Steeds meer organisaties zien dat verbetering ontstaat door continue kleine stappen te zetten, en dat kostenefficiëntie daarvan het gevolg is. Er ontstaat daarmee een klantgerichte cultuur als uitkomst van de invoering van effectief klantonderzoek. Simpelweg door de relatie centraal te stellen, echt te luisteren en direct te verbeteren. De al eerder genoemde NPS voor de publieke sector voldoet goed aan de benoemde criteria voor effectief klantonderzoek (zie: kader). Bredere inzet van dit onderzoeksinstrument zal de kwaliteitsgerichte focus bij gemeentelijke dienstverlening de komende jaren versterken.

Meer weten?

Dit artikel is gebaseerd op het boek 'Klantgericht reilen en zeilen', Frank Faber, januari 2016 Verkrijgbaar via managementboek.nl