

zij elkaar en elkaars werk beter kennen. Het begrip voor het werk van een collega wordt vergroot. Dat is goed en nodig, want niet alleen medewerkers met klantcontacten zijn verantwoordelijk voor een goede dienstverlening. Iedere medewerker is een belangrijke schakel om de klant optimaal van dienst te zijn.

Het voordeel: een positief beeld van klanten over de organisatie

Het voordeel van het omgekeerde klantenpanel is dat informatie bij de klant in zijn vertrouwde omgeving wordt opgehaald. De klant bepaalt mee welke onderwerpen hij of zij belangrijk vindt. De ervaring leert dat klanten het zeer waarderen dat de organisatie luistert naar wat hen bezig houdt. Klanten waarderen het dat medewerkers van de corporatie de moeite nemen om op bezoek te komen en belangstelling tonen. Het heeft dus een

‘Met name medewerkers die op afdelingen werken waar nauwelijks of geen direct klantcontact is, hebben dit als een unieke kans gezien om met onze klant in gesprek te raken. Iedereen was achteraf razend enthousiast. Bijkomstig effect was ook dat je je collega van een andere afdeling in een hele andere setting ook beter leert kennen.’
Erik Dutour Geerling

positief effect op het beeld van de dienstverlening en het imago van de organisatie. Ook geeft het de corporatie de mogelijkheid om informatie op te halen en zich te laten voeden over bijvoorbeeld beleidskeuzes. Een doelstelling kan zijn om de leefbaarheid in kernen of wijken te bevorderen. Of om de klant dienstverlening op maat te bieden. Hoe ervaren klanten de leefbaarheid in hun wijk? Welke behoefte hebben zij aan voorzieningen? Of wat vinden klanten van de dienstverlening en wat missen ze? Interessant is om met deze informatie nog eens goed te kijken naar de beleidskeuzes van de organisatie, maar ook naar de alledaagse praktijk. Hoe gaan we om met de leefomgeving, de woning en de dienstverlening. En hoe wordt dat gewaardeerd? De bevindingen en leerpunten zijn belangrijk voor de verdere ontwikkeling van de klantvisie, de klantbediening en het beleid van de organisatie.

De aanpak

Het omgekeerde klantenpanel bestaat uit de volgende stappen:

‘Vaak is er een technische of een sociale aanleiding om met klanten in gesprek te komen. Nu is er helemaal geen directe aanleiding vanuit de klant. Op deze manier kun je echt zien en beleven hoe onze klant woont in zijn eigen omgeving. Ik ben zeer enthousiast.’
Erik Dutour Geerling

Stap 1

Met een kernteam worden profielschetsen uitgewerkt van nader te bepalen klantgroepen. In deze profielschetsen wordt op een aantal levensdomeinen, vanuit de visie en ervaringen van de organisatie, de behoeften en verwachtingen van deze klantgroepen geschetst.

Stap 2

De profielschetsen worden met alle medewerkers besproken op een bedrijfsbijeenkomst. Deze bijeenkomst wordt ook benut voor het oefenen van basale interviewtechnieken. Na de bijeenkomst maken medewerkers afspraken met (van te voren willekeurig geselecteerde) klanten. Zij benaderen zelf de bewoners voor de interviews. Voor deze stappen worden praktische hulpmiddelen aangereikt, zoals een handleiding voor het telefonisch benaderen van de klanten en een voorgestructureerde interviewopzet. Deze interviewopzet wordt met het kernteam vorm gegeven, zodat deze nauw aansluit bij wat de organisatie wil weten, wil onderzoeken en wil toetsen.



Stap 3

De interviewuitkomsten worden via een link op internet, op een voor de medewerkers eenvoudige wijze, digitaal aangeleverd bij Gerrichhauzen en Partners. Ze worden verwerkt in een overzichtelijk schema met bevindingen. Deze bevindingen worden besproken met het kernteam en het management; er worden leerervaringen uitgehaald.

Stap 4

Op grond hiervan vindt een afsluitende leerbijeenkomst plaats met alle medewerkers. De bevindingen worden kort en krachtig teruggekoppeld aan de medewerkers. Ook worden vervolgstappen besproken.



'Het effect van deze aanpak is bewustwording en begrip bij medewerkers. Klanten worden soms als lastig gezien. Van meer dan 80% van de klanten hoor je eigenlijk nooit iets. Dit lijken tevreden klanten. Nu je bij de klant in gesprek gaat zie en hoor je dat klanten inderdaad tevreden over ons zijn, maar dat er ook echt punten zijn waarop wij ons nog kunnen verbeteren. Dit zijn punten waar de klant niet het initiatief toe neemt om ons over te informeren, maar die in een gesprek wel naar voeren komen. Door met de hele organisatie in gesprek te gaan met en bij de klant realiseer je je weer dat we het met z'n allen doen voor dezelfde klant'.

Erik Dutour Geerling

Meer informatie

Voor meer informatie kunt u contact op nemen met Meta Ruiter op telefoonnummer 078 - 614 41 66 of per mail ruiter@genp.nl