

Tevredenheidsmetingen

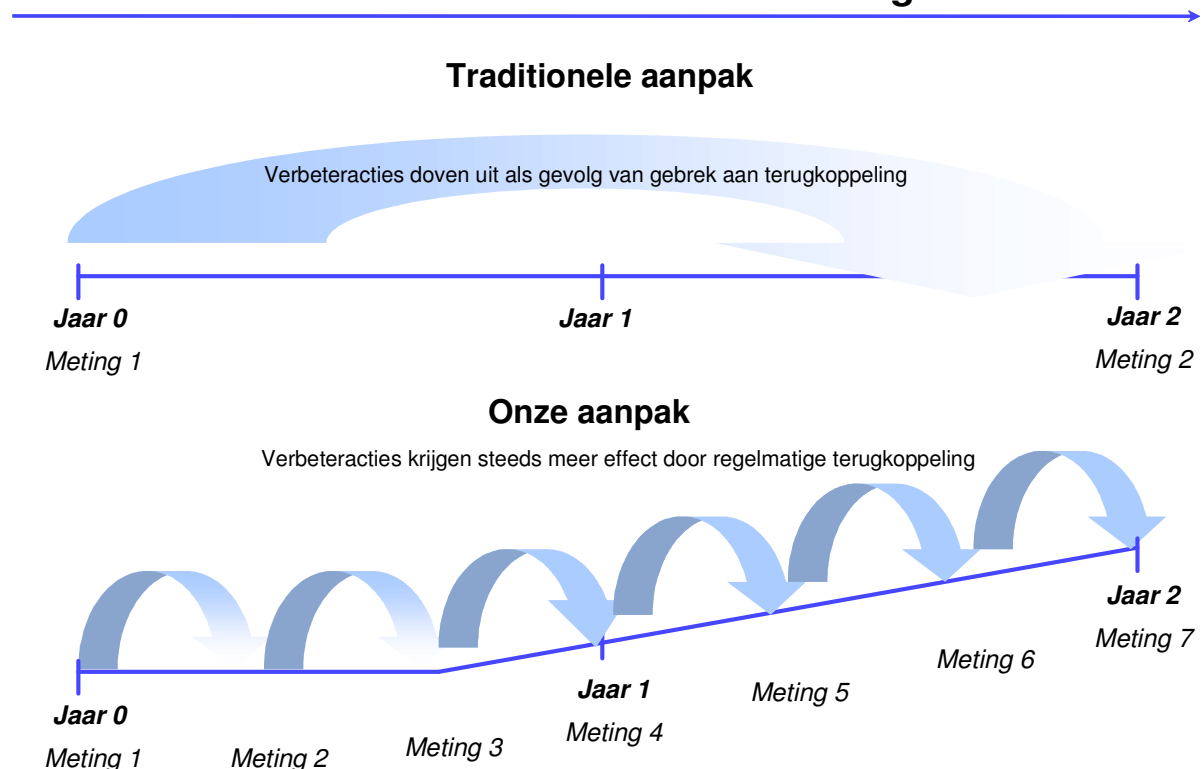
Metten en verbeteren van tevredenheid bij klanten en medewerkers

Uit onze adviespraktijk blijkt dat het uiteindelijke rendement van tevredenheidsonderzoeken, die op de “klassieke manier” uitgevoerd zijn, vaak erg tegenvalt. Dit ligt enerzijds aan de kwaliteit van de opzet en uitvoering van het onderzoek en anderzijds door het mislukken van verbeteracties.

Frequent meten om bij te kunnen sturen

Net als bij financiële informatie lukt het veel beter de tevredenheid daadwerkelijk te verbeteren als er heel regelmatig gemeten wordt. Financiële managementinformatiesystemen geven veelal per kwartaal, per maand of soms zelfs per week informatie over omzet, kosten en winst. Op basis hiervan kan het management op tijd bijsturen. Stelt u zich eens voor dat u maar eens per twee jaar inzicht zou hebben in omzet, winst en kosten. Dit zou ondenkbaar zijn!

Verbeteren lukt alleen in korte slagen



De tevredenheid van klanten of medewerkers wordt echter maar eens per twee jaar of eens per jaar gemeten. Als deze al gemeten wordt. Dit betekent dus dat het grootste deel van de tijd op gevoel gestuurd moet worden. Verbeteracties die ingezet worden sterven na enkele maanden een stille dood of het effect daarvan wordt pas anderhalf jaar later duidelijk. Gevolgen zijn dat goede klanten

in de tussentijd gewoon naar de concurrent gaan. En als we kijken naar de gevolgen voor de medewerkers, is de motivatie veelal niet optimaal en het ziekteverzuim en verloop liggen hoger dan nodig en gewenst.

De tevredenheid van klanten en medewerkers dient dus frequent gemeten te worden. Bij een frequente meting gaat het niet om een uitgebreide meting van vele 10-tallen aspecten, maar de essentie in de vorm van 7 tot maximaal 15 aspecten. Het resultaat van verbeteracties wordt daarmee duidelijk. Het management kan direct bijsturen daar waar nodig. Verbanden tussen verbeteracties, klant- en medewerkerstevredenheid, verloop, motivatie en verzuim worden op deze wijze helder.

Metten op het niveau waar de acties uitgevoerd worden

Een ander belangrijk aspect van het meten van medewerkerstevredenheid is meten op het juiste niveau. Dat is het niveau waar de acties daadwerkelijk uitgevoerd worden. In veel gevallen betekent dat dat er op afdelingsniveau of op het niveau van de accountmanager gemeten wordt. Een ander belangrijk punt is de manier waarop met de rapportage omgegaan wordt. Bij klanttevredenheid vindt de rapportage plaats op het niveau van de accountmanager. Bij een meting van de medewerkerstevredenheid op afdelingsniveau. Daarbij worden de resultaten gespiegeld aan de resultaten van anderen.

Gedegen ondersteuning bij het verbetertraject

Dan komt de belangrijkste stap van het hele traject. Het formuleren van actieplannen en het uitvoeren van de verbetermaatregelen. Een succesvolle verbetering staat of valt bij goede actieplannen. Het formuleren van actieplannen voor het verbeteren van de tevredenheid is veelal geen dagelijkse kost voor managers en medewerkers. In het begin is hulp daarbij dus belangrijk. Wij ondersteunen de managers en medewerkers van een afdeling door actieplannen samen met hen te formuleren. De verantwoordelijkheid wordt daarbij gelegd waar deze hoort, bij de betreffende afdelingen en personen zelf. Soms lukt het niet om op eigen kracht verbeteringen door te voeren. In dat geval ondersteunen wij met coaching of intervisie de betreffende managers. Wij beschikken over ervaren coaches die de (account)manager net dat zetje kunnen geven om verbeteracties succesvol te laten worden.