



Optimaliseren klanttevredenheid dienstverlening

Minder meten, betere focus

Optimaliseer uw dienstverlening

Procesmeting op maat

Doet u mee aan de Aedes Benchmark en heeft u lage (of juist hoge) cijfers die u niet helemaal kunt plaatsen? Voert u al geruime tijd klanttevredenheidsonderzoek uit, maar ziet u geen verbetering? Of wellicht heeft u nog helemaal geen zicht op de tevredenheid van uw huurders met de diensten die u als corporatie levert.

Met een geheel op maat onderzoek brengt USP Marketing Consultancy de tevredenheid van uw huurders in kaart, maar zorgt ook voor implementatie in de organisatie en het in gang zetten van verbeterprocessen. Zowel de methodiek, de vragenlijst, de doelgroep, als de rapportage en de presentatie stemmen wij geheel af op uw organisatie.

Less is more

Waar een benchmarkscore vooral gebruikt wordt ter verantwoording, geeft een op maat gemaakte procesmeting juist handvatten voor verbetering. En dit doen wij niet door uw huurders vaker of meer te ondervragen. We streven naar minder huurdersonderzoek, maar meer verbeteracties.

Dit doen wij onder andere door samen met u doelstellingen (Kritieke Prestatie Indicatoren) te formuleren, analyses van bestaande data te maken, resultaten kwalitatief uit te diepen, heldere conclusies te formuleren en acties op te zetten samen met uw medewerkers.

De procesmeting van USP Marketing Consultancy geeft u de inzichten die u nodig heeft om de kwaliteit van uw dienstverlening naar een hoger plan te brengen.

1

Maatwerk

USP Marketing Consultancy stemt de procesmeting volledig op uw situatie af.

2

Verantwoorden of verbeteren

Waarom wilt u inzicht in klanttevredenheid? Wilt u een vinger aan de pols houden of gaat u actief aan de slag met verbeteren?

3

Doelen stellen

Het formuleren van Kritieke Prestatie Indicatoren (KPI's) is hét startpunt voor een succesvol verbetertraject.

4

Doelgroep en methode bepalen

Er zijn legio momenten waarop de huurder contact zoekt met de corporatie of andersom. Over welke contactmomenten wilt u meer weten en wat is de beste manier om dat te achterhalen?

Online dashboarding

Een online dashboard is een uitermate geschikte rapportagevorm voor de procesmeting. Start uw week- of maandoverleg eens met de resultaten van het onderzoek.

5

Over USP Marketing Consultancy

USP Marketing Consultancy is een full service onderzoeksbureau op het gebied van bouwen, wonen, vastgoed en zorg.

6

Onze klanten

USP Marketing Consultancy bedient zowel grote als kleine corporaties en zowel corporaties binnen als buiten de grote steden. Daarnaast voeren wij ook onderzoek uit voor gemeenten, vastgoed- en zorgpartijen.

7

Persoonlijk contact

Bent u benieuwd hoe een procesmeting op maat er voor uw organisatie uit zou kunnen zien? Wij komen graag langs voor een kennismakingsgesprek.

8

1. Maatwerk

USP Marketing Consultancy staat voor maatwerk en kwaliteit. Op deze pagina leest u hoe wij uw procesmeting zo goed mogelijk op uw situatie afstemmen.

Concrete doelstellingen

Wij stellen samen met u uw onderzoeksdoel vast. De output hiervan is een set concrete KPI's (Kritieke Prestatie Indicatoren) waar de organisatie zich op kan richten. Keuzes maken en focus aanbrengen is hierbij de weg naar succes.

Passende methodiek

De gekozen onderzoeksmethodiek is sterk afhankelijk van de geformuleerde doelstelling en de beoogde doelgroep. Wij gaan samen met u op zoek naar de juiste methodiek.

Kwalitatief onderzoek (bijvoorbeeld een face-2-face onderzoek, een klantarena of een groepsdiscussie) geeft u totaal andere inzichten dan kwantitatief onderzoek (bijvoorbeeld een online, telefonische of schriftelijke enquête).

Dynamische vragenlijsten

De vragenlijst of het interviewsript wordt volledig op uw situatie afgestemd. Een vragenlijst is in onze ogen geen statisch product.

Zijn er bijvoorbeeld meer inzichten nodig om de organisatie te kunnen sturen op de vastgestelde KPI's? Roepen de uitkomsten van het onderzoek misschien nieuwe vragen op? Verandert u uw processtructuur? Dan verandert de vragenlijst uiteraard mee. Wij adviseren u hierin.

Rapportage op maat

Ook de rapportagevorm is sterk afhankelijk van uw geformuleerde doelstelling.

Wij adviseren u bij de keuze voor een geschikte rapportagevorm. Hierbij kunt u bijvoorbeeld kiezen voor een realtime dashboard, een management samenvatting in PowerPoint of factsheets waarmee u laagdrempelig de resultaten kunt delen met anderen.

2. Verbeteren

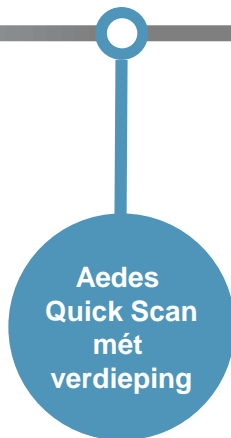
Waarom wilt u inzicht in klanttevredenheid? Wilt u een vinger aan de pols houden of gaat u actief aan de slag met verbeteren?

Verantwoorden

USP Marketing Consultancy biedt voor corporaties die een vinger aan de pols willen houden de Aedes Quick Scan aan. Dit geeft u een beeld op hoofdlijnen én u ontvangt een label voor de Aedes Benchmark.

Om deelnemers aan de Quick Scan net wat meer inzicht te geven, biedt USP Marketing Consultancy in 2019 kosteloos de mogelijkheid om één klantproces verder uit te diepen.

Verantwoorden



Procesmeting

Procesmeting mét KPI's

Verbeteren

Verbeteren

Wilt u een stap verder zetten en uw prestaties daadwerkelijk verbeteren? Dan helpt de procesmeting van USP u daarbij. De meest effectieve manier om aan de slag te gaan met uw dienstverlening, is het vaststellen van uw doel en het opstellen van daarbij horende KPI's. Dit geeft het verbetertraject richting en focus. Op de volgende pagina wordt het proces omtrent het bepalen van uw KPI's verder uitgelegd.

3. Doelen stellen

Het vaststellen van doelen en het formuleren van Kritieke Prestatie Indicatoren is hét startpunt van een succesvol verbetertraject. Zonder KPI's heeft u niet de focus die nodig is om veranderingen teweeg te brengen. Maar hoe stelt u deze KPI's op? USP Marketing Consultancy begeleidt u in deze fase.

Wat zegt de klant

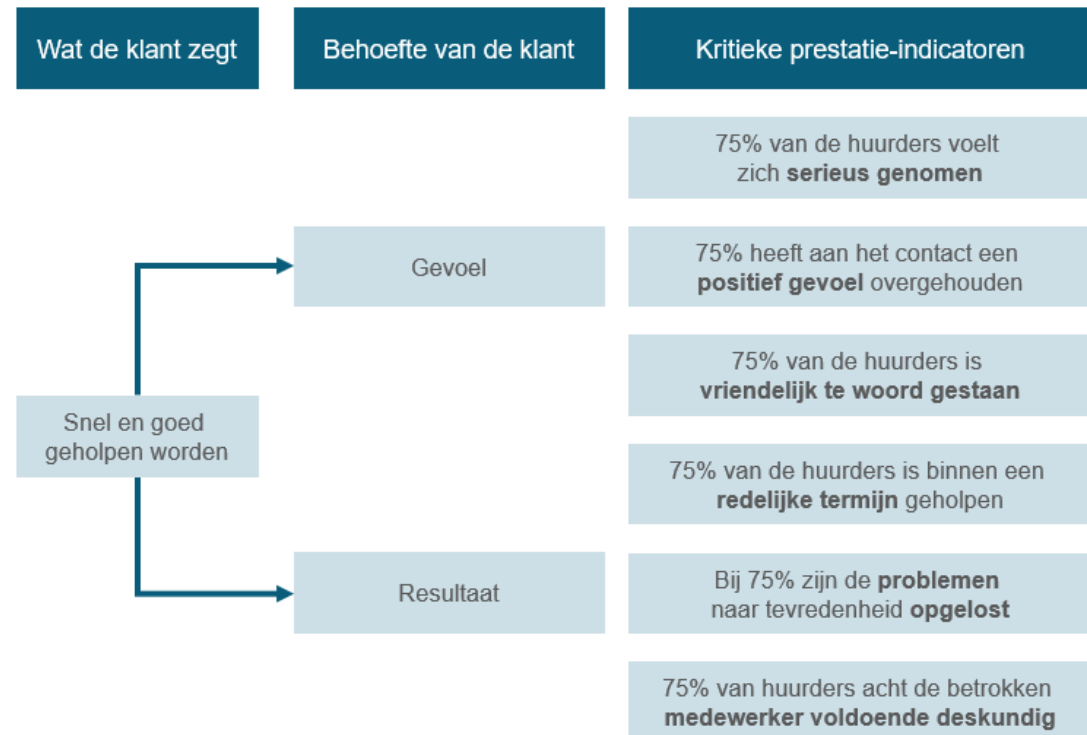
Als de huurder contact opneemt met de corporatie heeft hij of zij daar een bepaald beeld bij. Men wil waarschijnlijk snel en goed geholpen worden. Maar wat is precies snel en goed? Hoe kunnen we dit meten en waar is de corporatie tevreden mee?

Behoeftte van de klant

Waar de klant behoefte aan heeft, is soms moeilijk te destilleren uit wat de klant zegt. De behoeften van de klant worden daarom opgesplitst in een aantal 'deelbehoeften'. In dit geval het 'gevoel' dat een klant heeft bij het klantproces en het 'resultaat' van het klantproces.

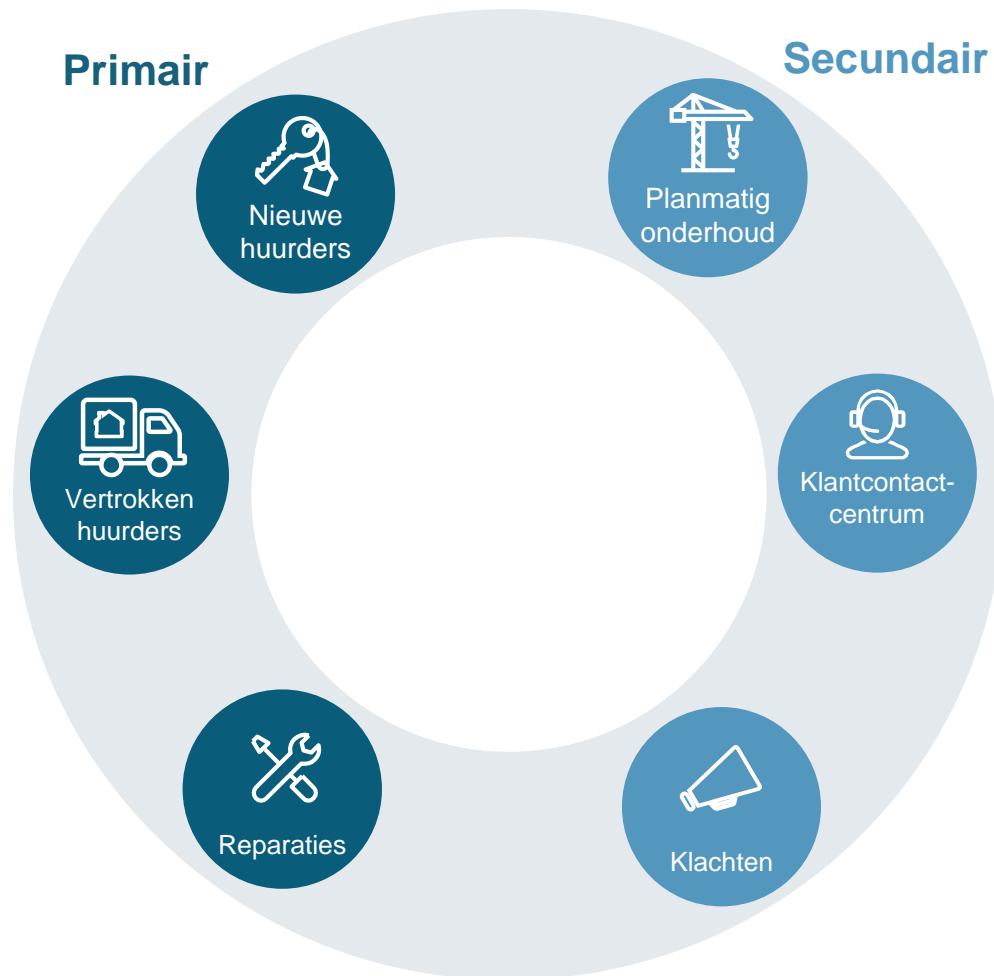
Kritieke Prestatie Indicatoren

De belangrijkste fase is het vertalen van de behoeften naar concrete en meetbare KPI's. Koppel meetbare waarden aan de doelstellingen en formuleer een redelijke termijn waarbinnen deze doelstellingen behaald worden. Op basis van jarenlange ervaring in de corporatiesector adviseert USP Marketing Consultancy graag bij het vaststellen van haalbare KPI's.



4. Doelgroep en methode bepalen

Het contact tussen een corporatie en haar huurder is zeer divers. Afhankelijk van de doelstellingen wordt de optimale methode bepaald. Hierbij is het belangrijk dat de klant niet uit het oog verloren wordt.



Doelgroep bepalen

Hiernaast staan de meest voorkomende klantprocessen weergegeven. De primaire klantprocessen leveren input voor het Aedes Benchmark prestatieveld 'Huurdersoordeel'. Afhankelijk van de doelstellingen wordt bepaald welke processen worden doorgemeten en op welke manier. Zo kan een corporatie ervoor kiezen om bijvoorbeeld het ene proces alleen op hoofdlijnen te monitoren en op het andere proces diep in te zoomen om verbeteracties te formuleren.

Methode bepalen

Afhankelijk van de doelstellingen wordt ook de methode per proces bepaald. Om concrete verbeteracties te kunnen formuleren ontkomt de corporatie er niet aan om ook kwalitatieve sessies te houden, zowel met huurders als met medewerkers. Wederom wordt alles op maat afgestemd op uw corporatie.

Vergeet uw klant niet!

Voor een goede klanttevredenheidsmeting ontkom je er niet aan de klant te ondervragen. Echter beperk dit tot een minimum en val uw klant niet onnodig lastig! Waarom een klant elke maand ondervragen op elementen waarvan uw toch al weer hoe u ongeveer scoort? USP bepaalt met u de optimale combinatie van kwantitatief en kwalitatief onderzoek.

5. Online dashboard

Een online dashboard is een uitermate geschikte rapportagevorm voor de procesmeting. Start uw week- of maandoverleg eens met de resultaten van het onderzoek.

Online dashboard

USP Marketing Consultancy kan de resultaten uit het onderzoek op diverse manieren aan u terugkoppelen. Voor de procesmeting geldt dat het online dashboard een zeer geschikt middel is. Hiernaast ziet u een voorbeeld van een homepage voor een procesmeting dashboard.

Een online dashboard heeft de volgende voordelen:

- Realtime inzicht in de resultaten
- KPI's als leidraad in het dashboard
- Zelf resultaten exporteren
- Zelf analyses plegen in het dashboard
- Direct actie nemen/opvolgen

Advies rapportage en presentatie

Los of ter aanvulling van het online dashboard kan USP Marketing Consultancy een adviesrapportage opstellen. In onze adviesrapportage vertalen wij de verzamelde data naar bruikbare insights. Wij geven onze belangrijkste aanbevelingen, zodat u de volgende stap kunt zetten naar een verbeterde klanttevredenheid.

Daarnaast behoort een presentatie of workshop rondom de resultaten en kwalitatieve inzichten tot de opties.



Start uw week- of maandoverleg met de resultaten uit de procesmeting

6. Over USP

USP Marketing Consultancy is een full service onderzoeksbureau op het gebied van bouwen, wonen, vastgoed en zorg. USP Marketing Consultancy levert op onderzoek gebaseerde insights en geeft u de mogelijkheid om uw prestaties te vergelijken met die van collega-organisaties.

Maatwerk

Een procesmeting is altijd een onderzoek op maat. USP Marketing Consultancy stelt uw behoefte centraal bij het bepalen van de onderzoeksopzet. Zo zijn de uitkomsten van het onderzoek direct toepasbaar en van strategische waarde voor uw organisatie.

Full service

USP Marketing Consultancy is een full service onderzoeksbureau, dit betekent dat wij alle onderzoekstechnieken in eigen huis en in eigen beheer hebben. Veel onderzoek wordt tegenwoordig online gedaan. Indien de respons in bepaalde gebieden of onder bepaalde doelgroepen tegenvalt, dan kunnen wij eenvoudig schakelen naar telefonisch of face-to-face onderzoek.

Naast kwantitatief onderzoek voeren wij ook kwalitatief onderzoek uit om de resultaten nog meer diepgang te geven. Dit kan gaan om groepsdiscussies of interviews met huurders en/of medewerkers.

Benchmark

Resultaten uit onderzoek zeggen niet altijd genoeg. Los van de doelen van de individuele organisatie, kan het nuttig zijn om vergelijkingen te maken met branchegenoten. Daarnaast kan een herhaling van het onderzoek de ontwikkelingen door de jaren heen inzichtelijk maken. Bij het bepalen van de onderzoeksopzet zal er gekeken worden of deze toevoegingen mogelijk zijn.

Netwerk

USP Marketing Consultancy is de onderzoeksspecialist voor de woon-, bouw-, installatie- en vastgoedsector en maakt uiteraard gebruik van haar ervaring en netwerk in deze sectoren. USP Marketing Consultancy kan daarom de resultaten uit onderzoek als geen ander in een context van de markt zetten.

7. Onze klanten

De afdeling Wonen & Vastgoed van USP Marketing Consultancy bedient klanten door het hele land. Elke corporatie kent haar eigen uitdagingen: digitalisering van dienstverlening, omgaan met een taalbarrière, een nieuwe pool aan KCC-medewerkers, prestatiecontracten met uitvoerders of het integreren van processen bij een fusie tussen corporaties. Hieronder ziet u een greep uit de corporaties die wij met deze vraagstukken hebben mogen helpen!



8. Persoonlijk contact

Bent u benieuwd hoe een procesmeting op maat er voor u uit zou kunnen zien? Neem dan contact met ons op per telefoon of e-mail. Wij komen graag langs voor een kennismakingsgesprek. Na het kennismakingsgesprek ontvangt u, indien gewenst, binnen vijf werkdagen een offerte van ons!



Gerwin Sjollema

Managing Consultant

Wonen en Vastgoed

T: 010 – 800 2703

E: sjollema@usp-mc.nl

Linked 

USP Marketing Consultancy

© 04 December 2018, USP Marketing Consultancy B.V.

De in deze uitgave vermelde gegevens zijn strikt vertrouwelijk en alle hierop betrekking hebbende auteursrechten, databankrechten en overige (intellectuele) eigendomsrechten worden uitdrukkelijk voorbehouden.

Niets uit deze uitgave mag zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van USP Marketing Consultancy B.V. verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt worden.