



Noord Nederland



Colofon:
Kamer van Koophandel Noord Nederland
Uitgevoerd door:
Periode:

Bob van Zanten
SCC Consultancy, Breda
februari- maart 2013





Voorwoord

Ondernemers moeten gemakkelijk zaken kunnen doen met de lokale overheid. Een efficiënte uitvoering van regels en een goede kwaliteit van dienstverlening door gemeenten is essentieel voor een goed ondernemingsklimaat.

Een mogelijke verbetering van deze kwaliteit gericht op minder regels en meer service voor ondernemers is zeer gewenst. Om dit tot stand te kunnen brengen is in kaart gebracht hoe de huidige dienstverlening bij de gemeenten in ons werkgebied wordt ervaren door ondernemers. Daarnaast worden in deze rapportage verbetervoorstellen voorgelegd, waarmee de doeltreffendheid in de dienstverlening verder kan verbeteren.

Onafhankelijk adviesbureau SCC Consultancy heeft in onze opdracht onderzocht hoe het niveau van de gemeentelijke dienstverlening is bij 61 gemeenten in ons werkgebied. Het onderzoek is uitgevoerd via een mysterycall- en een mysterymail-traject. Als mysterycaller en mysterymailer zoeken medewerkers van het bureau contact met de gemeenten. Ze registreren welke reacties gemeenten geven op vragen die betrekking hebben op vooraf geformuleerde cases. De cases zijn gebaseerd op de ondernemerspraktijk en zijn samengesteld in nauwe samenwerking met de Kamer en bedrijfslevenorganisaties. Het resultaat van dit onderzoek is als het ware een “foto” van de huidige dienstverlening aangevuld met concrete tips en verbeter suggesties.

Wij bieden dit rapport graag aan gemeenten en lokale ondernemersorganisaties, om in overleg met elkaar de dienstverlening van de gemeenten verder te verbeteren en daardoor de lokale economie te versterken. De Kamer van Koophandel wil dit proces bij de gemeenten graag ondersteunen!

E.M. Jansen
Directeur
Kamer van Koophandel Noord-Nederland

Inhoudsopgave

Voorwoord	1
Inhoudsopgave	4
Hoofdstuk 1 Minder regels, meer services	4
1.1 Inleiding	5
1.2 Het onderzoek	6
1.3 De cases	8
Hoofdstuk 2 Resultaten	10
2.1 Resultaten mysterycalling	10
2.2 Resultaten mysterymailing	12
Hoofdstuk 3 Algemene conclusies	14
3.1 Algemene conclusies ten aanzien van de telefonische afwikkeling	14
3.2 Algemene conclusies ten aanzien van de e-mail afwikkeling	15
Hoofdstuk 4 Aanbevelingen	16
4.1 Wat dient te worden vastgehouden naar aanleiding van mysterycalling	16
4.2 Wat dient te worden verbeterd naar aanleiding van mysterycalling	16
4.3 Wat dient te worden vastgehouden naar aanleiding van mysterymailing	17
4.3 Wat dient te worden verbeterd naar aanleiding van mysterymailing	17
4.5 Algemene aanbevelingen	18
Bijlagen	19
1 Mysteryguestonderzoek versus klanttevredenheidsonderzoek	19
2 Mysteryguestonderzoek versus bereikbaarheidsonderzoek	20
3 Waarderingen en normeringen	21

Hoofdstuk 1 Minder regels, meer service

In deze rapportage treft u de resultaten aan van het werkgebied van Kamer van Koophandel Noord Nederland die naar voren zijn gekomen uit het mysteryguestaudit dat is uitgevoerd in de periode van 25 februari tot en met 12 april 2013. In deze periode heeft een mysterygast de dienstverlening die de 59 gemeenten uit het werkgebied van de Kamer van Koophandel aan ondernemers bieden getoetst en in kaart gebracht.

Leeswijzer

In dit eerste hoofdstuk wordt de aanpak van het onderzoek geschetst. Hoofdstuk 2 bevat de resultaten. Hoofdstuk 3 gaat in op de algemene conclusies. In Hoofdstuk 4 worden de meest voorkomende aanbevelingen beschreven.

In de bijlagen wordt ingegaan op het verschil met klanttevredenheids- en bereikbaarheidsonderzoek en worden de waarden en normeringen toegelicht, zoals die zijn gebruikt om te komen tot een objectief cijfer.

1.1 Situatieschets

De Kamer van Koophandel heeft de afgelopen jaren de gemeenten in haar werkgebied ondersteund om (overbodige) regels en vergunningen af te schaffen of te vereenvoudigen.

Om in aansluiting daarop meer inzicht te krijgen in de klantgerichtheid en klantvriendelijkheid van de dienstverlening van de gemeenten heeft de Kamer van Koophandel onderzoeksbureau SCC Consultancy een mysterygastaudit in alle gemeenten in het werkgebied laten verrichten.

In het onderzoek stond steeds een (informatie- of vergunningaan)vraag van een ondernemer centraal. Gekeken is hoe en hoe gericht de ondernemer daarop antwoord kreeg. De vragen zijn zowel telefonisch als per e-mail gesteld.

Alle betrokken gemeenten, bedrijfskringen en ondernemersverenigingen zijn voor aanvang van het onderzoek via een brief geïnformeerd. Naar aanleiding van deze brief was er ruimte voor het stellen van vragen over het onderzoek.

Het onderzoek is er nadrukkelijk niet op gericht om het individuele medewerkers van de gemeenten moeilijk te maken. Het gaat om het maken van 'een foto', die beschrijft hoe de ondernemers de dienstverlening (van de medewerkers) van de gemeenten ervaren.

1.2 Het onderzoek

Zoals aangegeven gaat het om een mysteryguestonderzoek.

Het mysteryguestonderzoek valt uiteen in twee delen:

1. mysterycalling: hierbij voert een mysteryguest een telefoongesprek. Aan de hand van vooraf afgesproken meetpunten wordt de kwaliteit van dit gesprek in kaart gebracht.
2. mysterymailing: hierbij verstuurt een mysteryguest een e-mail en wacht de reactie af. Aan de hand van vooraf afgesproken meetpunten wordt de kwaliteit van het e-mailverkeer in kaart gebracht.

Voor dit onderzoek zijn 15 cases telefonisch en 5¹ cases per e-mail getoetst. De ondernemerspraktijk stond centraal bij het formuleren van de cases. De 20 gebruikte cases leenden zich het beste om de klantgerichtheid en de klantvriendelijkheid van de gemeenten te toetsen. In paragraaf 1.3 zijn deze cases uitgewerkt.

Looptijd

In de periode van 25 februari tot en met 12 april 2013 heeft het onderzoek plaatsgevonden. Aan alle gemeenten in het werkgebied van de Kamer van Koophandel Noord Nederland zijn dezelfde cases voorgelegd.

Bereikbaarheid

Bij het benaderen van gemeenten is nadrukkelijk rekening gehouden met de bereikbaarheid van gemeenten. Zo is er niet gebeld op maandagochtend en vrijdag en niet tijdens lunchpauzes. Voor de lunchpauzes is de tijdspanne van 12.00 uur tot en met 13.30 uur gehanteerd.

Daarnaast is getoetst tijdens de openingstijden van de gemeenten (voor zover deze bekend waren). Als sprake was van een terugbelafsprake, heeft de mysteryguest dat gedaan op het tijdstip, waarop de betreffende medewerker bereikbaar zou zijn. Het gaat immers vooral om de beoordeling van de inhoud van gesprekken.

Meetbaarheid

Vooraf zijn verschillende indicatoren benoemd die betrekking hebben op de klantgerichtheid en de klantvriendelijkheid van de gemeentelijke dienstverlening. De indicatoren hebben betrekking op zowel vorm als inhoud. Deze indicatoren zijn gebaseerd op jarenlange ervaring met mysteryguestonderzoek.

Mysteryguestonderzoek is een vorm van onderzoek die de afgelopen jaren steeds vaker wordt ingezet om klantbeleving rondom dienstverlening objectief inzichtelijk te maken. Voor de ondernemer geldt in zijn contact met de gemeenten een gedwongen winkelnering. Naarmate de monopoliepositie van de aanbieder groter wordt, is het des te belangrijker om de dienstverlening op een hoger niveau te verzorgen en te houden. Dit is verwerkt in de beoordelingsmethodiek van dit onderzoek.

De volgende indicatoren zijn gehanteerd:

Vorm (telefonisch): snelheid van het aannemen van de telefoon; vriendelijkheid; hoe vaak wordt er doorverbonden; wanneer wordt de juiste persoon bereikt; de snelheid van het aannemen door de juiste persoon en de vriendelijkheid van deze persoon.

Vorm (per e-mail): snelheid van reageren op het e-mailbericht; de stijl van de aanhef; de correctheid; stijl en kwaliteit (o.a. geen gebruik van jargon); het taalgebruik en de vriendelijkheid van de schrijfstijl.

¹ De keuze van 15 cases telefonisch en 5 cases per mail is gebaseerd op de verhouding tussen de daadwerkelijke benadering van de gemeenten door ondernemers.

Bij de beoordeling van de inhoud van de reacties is gelet op de volgende punten

Inhoud: het verkrijgen van het juiste antwoord; deskundige indruk en de vraag of de ondernemer verder kan met het antwoord of dat hij zelf nog moet terugbellen of -mailen.

Totaalscore

Om tot een totaalscore te kunnen komen, heeft elke indicator een normering gekregen. Bij de snelheid van aannemen geldt bijvoorbeeld dat als de telefoon na 1 keer overgaan (dus direct) wordt opgenomen er 10 punten worden gescoord. Bij 2 keer overgaan, 9 punten enzovoorts. Vervolgens zijn aan de verschillende indicatoren wegingsfactoren toegekend. Hierbij is de inhoud (het juiste antwoord) als belangrijker (x3) gewogen dan de snelheid van aannemen. In bijlage 3 wordt uitgelegd hoe deze meetlat tot stand is gekomen.

Indien de ondernemer zelf heeft moeten terugbellen om een medewerker de vraag te kunnen stellen, is dit onmiddellijk van invloed geweest op de score van klantgerichtheid. Dit heeft tot een lagere score geleid. Voor alle gesprekken is in eerste instantie het algemene telefoonnummer gebruikt. Voor alle e-mails is het algemene e-mailadres (veelal info@ ... of gemeente@ ...) gebruikt.

Aan de hand van de verschillende gesprekken en vragen per e-mail is een totaalscore (gewogen gemiddelde) berekend. De norm voor een voldoende is een score van 7 of hoger. De scores lager dan een 5,5 worden als onvoldoende gewaardeerd en alle scores tussen een 5,5 en een 7 zijn gemiddeld.

Aan alle gemeenten zijn precies dezelfde cases voorgelegd. Deze zijn allemaal op dezelfde manier getoetst en beoordeeld. De waardering van de beoordeling is volledig gekwantificeerd, zodat gemeenten objectief met elkaar te vergelijken zijn.

Samengevat: er is als het ware een foto gemaakt van de situatie zoals die is aangetroffen door de mysteryguest.

De mysteryguests

Het team van mysterycallers en -mailers is getraind aan de hand van de indicatoren. Er is bewust gekozen om met een zo klein mogelijk team te werken, om op die manier de objectiviteit te kunnen waarborgen. Met andere woorden: aangezien in deze vorm van onderzoek subjectieve zaken zijn geobjectiveerd, is het belangrijk om met een zo klein mogelijk team dezelfde manier van interpreteren toe te passen. De mysterycallers en -mailers zijn onderzoeksmedewerkers zonder enig belang bij de uitkomst van een gesprek. Zij registreren alleen aan de hand van de vooraf bepaalde criteria.

De mysterycallers hebben zich aan de hand van profielbeschrijvingen ingeleefd in hun rol. Die beschrijvingen gingen verder dan "een ondernemer met vraag X". Beschreven werd een persoon, voorzien van mobiel nummer, e-mailadres, maar ook leeftijd, periode van ondernemerschap, hobby's, auto, al dan niet in bezit van huisdieren enzovoorts.

1.3 De cases

Zoals eerder aangegeven zijn voor dit onderzoek vijftien cases ontwikkeld, waarmee telefonisch is getoetst hoe de dienstverlening aan de telefoon door ondernemers wordt ervaren.

De cases die zijn ingezet, zijn hieronder kort beschreven:

1. Exploitatievergunning horeca	Ik wil een lunchroom beginnen, waar ik ook licht alcoholische dranken wil verkopen, heb ik daar een vergunning voor nodig?
2. Objectvergunning (innemen gemeenteground)	Ik wil mijn bedrijf laten verbouwen. Hierdoor komt sloopaafval vrij en wat vrijkomt gooi ik in een container die ik nog moet huren. Heb ik voor het plaatsen van een container een vergunning nodig?
3. Opbrekvergunning	We hebben problemen met ons internet en nu moeten de monteurs voor de deur gaan graven. Heb ik hiervoor een vergunning nodig?
4. Ontheffing winkeltijdenwet	Ik heb een kledingwinkel in het centrum en ik wil op dinsdagavond een speciale klantenavond voor onze nieuwe collectie organiseren. Ik wil dus buiten de reguliere openingstijden eenmalig geopend zijn.
5. Vergunningsvrij bouwen	Wij willen graag een stuk aan ons kantoor aanbouwen, zo'n 2,5 meter, hebben we daar een vergunning voor nodig?
6. Vergunningen koppelen WABO	Wij willen graag een oude aanbouw slopen en onze oprit wat verlengen, zodat we onze klanten op ons eigen terrein kunnen laten parkeren, maar er staat een boom in de weg, mogen we die zo kappen?
7. Bestemmingsplan inzage	Ik ben starter, een kleine handelsonderneming in wijnen en exclusieve oliën. Ik wil vanuit huis gaan beginnen, dat is handig, kan ik de schuur als opslag gebruiken, moet ik dat bij jullie melden?
8. Bestemmingsplan-vrijstelling	Ik wil graag een kinderdagverblijf beginnen, daarvoor heb ik 2 panden op het oog (1 industrieterrein, 1 woonwijk), kunt u mij vertellen of dat mag op deze locaties?
9. Gebruiksvergunning	Wij zijn bezig om een keten van Bed en Breakfasts op te zetten. We gaan dat doen door Bed en Breakfasts over te nemen en dan om te bouwen naar onze huisstijl. We zijn benieuwd wat daarvoor de mogelijkheden zijn binnen verschillende gemeenten. Kunt u mij vertellen wat voor GEMEENTE geldt?
10. Kavel	Ik ben op zoek naar een kavel voor mijn bedrijf, dat moet minstens 5000 m2 zijn, hebben jullie dat soort kavels op bedrijventerreinen?
11. Milieucase	Wij zijn, in opdracht van een bedrijf dat biovergisters wil bouwen, een shortlist aan het maken van gemeenten waar vestiging mogelijk zou zijn.
12. Afspraak met bedrijfscontactfunctionaris	Ik ben een nieuw te vestigen ondernemer en ik zou graag een afspraak willen maken met jullie bedrijfscontactfunctionaris.
13. Perifere detailhandel	We willen een handel in consumentenelectronica opzetten, waarbij we via internet verkopen, maar onze klanten ook de gelegenheid willen geven hun gekochte spullen af te halen. Daarvoor gaan we een netwerk van afhaallocaties opzetten op industrieterreinen.
14. Vergunning alarminstallaties	Wij willen een alarm laten installeren in de winkel, maar dan zo een met een lamp op de voorgevel. Heb ik hiervoor een vergunning nodig?

15. Verkaveling	Ik heb een stuk grond op het oog om over te nemen (of verschillende stukken grond die ik wil koppelen), maar nu heb ik begrepen dat zich op die grond sloten/greppels bevinden. Mag ik die zo maar dempen?
-----------------	--

Daarnaast zijn vijf cases ontwikkeld om te toetsen hoe de dienstverlening over de e-mail door ondernemers wordt ervaren. Dat zijn de volgende cases:

Vergunning	Case
1. Standplaatsvergunning	Ik wil met Vietnamese loempia's in deze gemeente gaan staan. Kan dat?
2. Ventvergunning	Ik wil huis aan huis restaurantvouchers verkopen. Mag dat?
3. Marktvergunning	Franchiseorganisatie van bloemenmarktstallen, we zijn op zoek naar mogelijkheden voor onze franchisenemers.
4. Evenementenvergunning	Wij organiseren een 'coverbandcontest'. Voor de finales willen we optredens organiseren en daarvoor zijn we op zoek naar buitenlocaties.
5. Bestemmingsplan	Kan ik per mail het bestemmingsplan van bedrijventerrein X ontvangen?

Hoofdstuk 2 Resultaten

In dit hoofdstuk worden de resultaten van het mysteryguestaonderzoek besproken. Eerst komen de resultaten van de mysterycalling aan de orde en daarna de resultaten van de mysterymailing.

De resultaten worden op hoofdlijnen gepresenteerd. Per gemeente is een uitgebreide weergave van de gemeentespecifieke resultaten beschreven.

2.1 Resultaten mysterycalling

In het overzicht op de volgende pagina staan de scores van de verschillende gemeenten. De positie van een gemeente wordt bepaald door de totaalscore van de mysterycalling. De totaalscore per gemeente is terug te vinden in het gemeentespecifieke rapport.

Met kleuren zijn de scores ingedeeld:

Rood: de score is onvoldoende en dient te worden verbeterd

Oranje: de score is voldoende, maar onder de norm en is voor verbetering vatbaar.

Groen: de score is voldoende en dient te worden vastgehouden

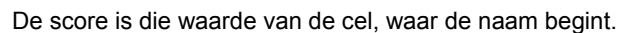
De donkergroene balk visualiseert de norm, een 7.

De donkeroranje balk visualiseert de gemiddelde score van alle gemeenten bij elkaar, dat is een 6,5. Wanneer alle telefoongesprekken in een keer zouden zijn afgewikkeld (ofwel de medewerker is aanwezig en beantwoordt de vraag, ofwel de medewerker is niet aanwezig, maar belt binnen afzienbare tijd zelf terug) en de kwaliteit van de gesprekken zou gemiddeld zijn, dan zou het gemiddelde een 7,9 zijn.

Het zwarte blokje in de balk met cijfers indiceert dat er waardes zijn weggehaald om de gehele figuur op 1 pagina te kunnen presenteren.

De resultaten lopen per gemeente sterk uiteen zoals uit het totaaloverzicht blijkt. Toch is het gemiddelde redelijk tot goed te noemen in vergelijking met andere werkgebieden van andere Kamers van Koophandel.

De gemeenten die in het overzicht 'in het rood' scoren, hebben die positie omdat het vooral schort aan de bereikbaarheid. Zouden deze gemeenten beter bereikbaar zijn geweest, dan zouden de scores 5,5 of hoger zijn geweest.



Rood zijn alle scores lager dan een 5,5, dit is onvoldoende

Geel is voldoende, maar er is nog genoeg werk te verzetten

Oranje is het gemiddelde van alle behaalde scores

Groen is voldoende

Donkergroen is het streefcijfer

2.2 Resultaten Mysterymailing

In het overzicht op de volgende pagina staan de scores van de verschillende gemeenten voor wat betreft de mysterymailing. De positie van een gemeente wordt bepaald door de totaalscore. De totaalscore per gemeente is terug te vinden in het gemeentespecifieke rapport.

Opmerkelijk is dat op slechts 77% procent van de e-mails is geantwoord. In een aantal gevallen is wel een autoreply verzonden, maar het daadwerkelijke antwoord bleef uit.

29% procent van de gemeenten heeft op alle e-mails gereageerd.

Wanneer een e-mail niet is beantwoord, is dit van invloed op de totaalscore. In de bijlage zijn de individuele scores per gemeente in kaart gebracht. Daarin is ook beschreven wat de score zou zijn geweest, gebaseerd op het daadwerkelijk aantal beantwoorde mails.

Met kleuren zijn de scores ingedeeld:

Rood: de score is onvoldoende en dient te worden verbeterd

Oranje: de score is voldoende, maar onder de norm en is voor verbetering vatbaar

Groen: de score is voldoende en dient te worden vastgehouden

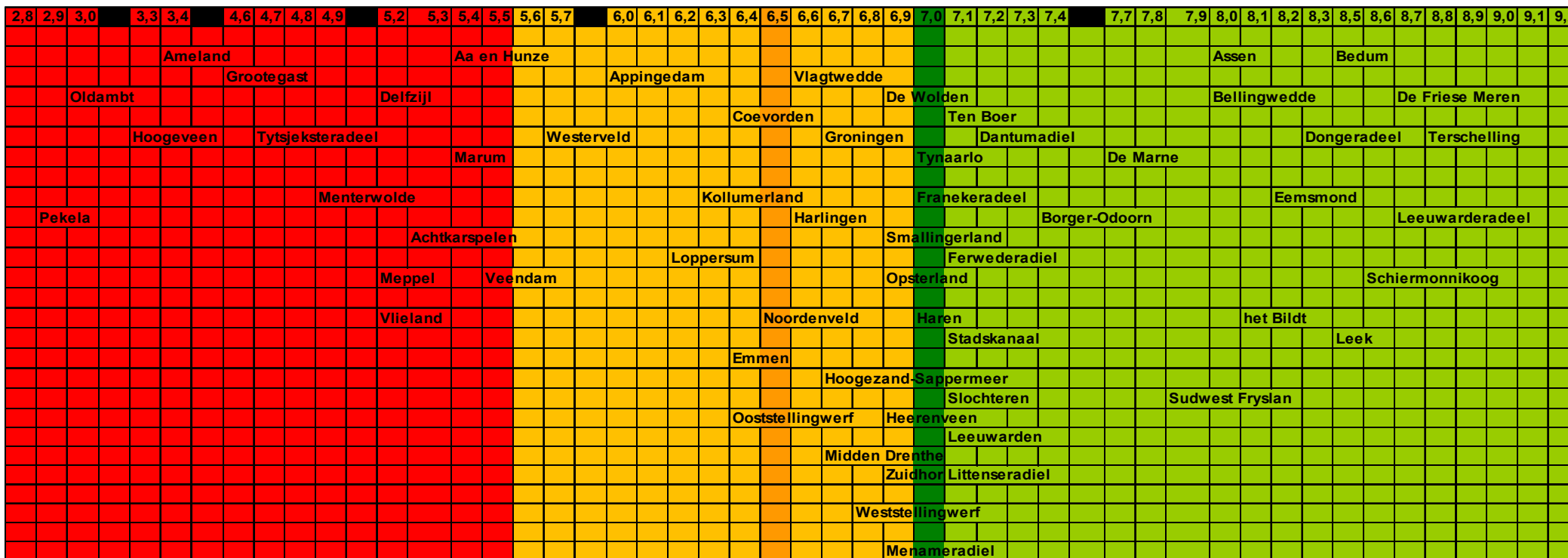
De donkergroene balk visualiseert de norm, een 7.

De donkeroranje balk visualiseert de gemiddelde score van alle gemeenten bij elkaar, dat is een 6,46. Wanneer alle e-mails beantwoord zouden zijn, gebaseerd op de kwaliteit van de e-mails die daadwerkelijk zijn beantwoord, zou het gemiddelde een 8,10 zijn. Er is dus enorm veel potentie.

De zwarte blokjes in de balk met cijfers indiceren dat er waardes zijn weggehaald om de gehele figuur op 1 pagina te kunnen presenteren.



Mysterymailing



De score is die waarde van de cel, waar de naam begint.

Rood zijn alle scores lager dan een 5,5, dit is onvoldoende

Geel is voldoende, maar er is nog genoeg werk te verzetten

Oranje is het gemiddelde van alle behaalde scores

Groen is voldoende

Donkergroen is het streefcijfer

Hoofdstuk 3 Algemene conclusies

3.1 Algemene conclusies ten aanzien van de telefonische afwikkeling

In deze paragraaf staat puntsgewijs hoe de telefonische afwikkeling is ervaren.

- De eerstelijns bereikbaarheid is redelijk tot goed gebleken. Er is altijd aangenomen, maar in ruim 14% van de gesprekken is er aan de receptie niet binnen 8 keer overgaan, aangenomen (dit betekent dat we 8 keer of meer hebben laten overgaan).
- In 27,5% van de gesprekken is de vraag eerstelijns afgerond. Dat betekent niet dat er altijd een (juist) antwoord is verkregen.
- Het doorverbinden gaat over het algemeen goed. In bijna 93% van de doorverbonden gesprekken zijn we in een keer goed doorverbonden.
- De aanwezigheid van bepaalde medewerkers viel soms tegen. Om een inhoudelijk gesprek te kunnen voeren zijn in geval van afwezigheid maximaal 3 belpogingen gedaan, gedurende de onderzoeksperiode. In 19% hebben we inderdaad 3 maal moeten bellen, maar bij 59% van die gesprekken hebben we de betreffende medewerker nog niet gesproken.
- In bijna 60% van alle belpogingen werd binnen drie maal overgaan aangenomen. De volgende 16% werd binnen 4 tot 5 keer overgaan aangenomen aan de receptie.
- Ruim 54% van de aannames aan de receptie is als vriendelijk of zeer vriendelijk ervaren.
- Ruim 27,5% van de vragen is aan de receptie beantwoord. In bijna 87% van die gevallen werd de juiste vergunning direct of na extra vragen van de medewerker herkend.
- In 42% van de gesprekken is de vraag met 1 belpoging beantwoord. In bijna 39% van de gesprekken, was een tweede belpoging op initiatief van de mysteryguest nodig en in 19% van de gesprekken heeft er een derde belpoging plaatsgevonden. Een derde belpoging wil niet zeggen, dat er in het derde gesprek ook daadwerkelijk een antwoord is verkregen.
- Het doorverbinden is in bijna 17% van de doorverbonden gesprekken 'warm' gebeurd. Dat wil zeggen dat de beller zijn verhaal niet nog een keer hoeft te doen, maar dat de medewerker met wie de beller wordt doorverbonden, op de hoogte is van de reden van het telefoontje. Echter, in bijna 20% van de warme doorverbindingen is doorverbonden met een verkeerde boodschap aan de betreffende collega, waardoor de mysteryguest de vraag helemaal opnieuw moest stellen.
- In bijna 55% van de gesprekken heeft de medewerker een deskundige indruk en in ruim 11% zelfs een zeer deskundige indruk achter gelaten bij het beantwoorden van de vraag. Dit zegt uitsluitend iets over de indruk die is gemaakt door de manier van antwoorden, maar niets over de deskundigheid zelf.

- In 80% van de gesprekken hebben we het juiste (66%), of een deel van het juiste antwoord (14%) gekregen.
- Er wordt gemakkelijk doorverwezen naar omgevingsloket.nl. Dit was vooral het geval bij de case voor vergunningsvrij bouwen. De case die daarvoor is ingezet, is een case die - om te toetsen of deze kenmerken ook daadwerkelijk zouden worden herkend - ruim binnen de normen voor vergunningsvrij bouwen blijft.
- Binnen één gemeente kunnen medewerkers wisselend formeel zijn. De ene collega gebruikt alleen zijn/haar voornaam, waar een ander alleen zijn/haar achternaam gebruikt en ook aanneemt met bijvoorbeeld: "Gemeente X, u spreekt met mevrouw Jansen". Anderen gebruiken weer voor- en achternaam.

3.2 Algemene conclusies ten aanzien van de e-mail afwikkeling

In deze paragraaf staat puntsgewijs weergegeven hoe de afwikkeling van de e-mails is ervaren.

- De bereikbaarheid per e-mail is redelijk te noemen:
 - Op 77% van de gestelde vragen per e-mail is een antwoord ontvangen.
 - 55% van de e-mails is binnen 24 uur beantwoord.
- Opmerkelijk is dat slechts 17 gemeenten op alle e-mails hebben gereageerd. Alle andere gemeenten hebben op 4 of minder e-mails gereageerd.
- In 46,5% van de e-mails is de juiste aanhef 'Geachte geslacht achternaam' gebruikt. In alle andere gevallen werden er allerlei varianten gebruikt variërend van geen aanhef tot 'Beste...' en gebruik van alleen de voornamen of geen aanhef.
- In slechts 4% van de e-mails is jargon gebruikt.
- In bijna 88% van de beantwoorde e-mails heeft het antwoord een deskundige indruk achtergelaten en in bijna 1% zelfs een zeer deskundige indruk. Dit zegt uitsluitend iets over de indruk die is gemaakt door de manier van antwoorden, maar niets over de deskundigheid zelf.
- In ruim 82% van de beantwoorde e-mails is het complete antwoord gegeven, in nog eens bijna 1% is zelfs meer dan het antwoord gegeven.
- Bijna 96% van alle beantwoorde e-mails zijn persoonlijk afgesloten. Dat is prettig, mocht een ondernemer een extra vraag willen stellen, dan is het duidelijk aan wie dat kan.

Hoofdstuk 4 Aanbevelingen

In dit hoofdstuk staan de belangrijkste bevindingen en aanbevelingen beschreven, daar waar mogelijk voorzien van een advies hoe deze aanbevelingen in de praktijk te brengen.

4.1 Wat dient te worden vastgehouden naar aanleiding van mysterycalling

- Het doorverbinden (of de keuze maken om dat niet te doen) op basis van de initiële vraag gebeurt over het algemeen goed, het kennisniveau van de eerste lijn is goed.
- De meeste medewerkers lijken goed geïnformeerd ten aanzien van wat er in hun gemeente mogelijk is en wat niet. Deze parate kennis geeft vertrouwen.

4.2 Wat dient te worden verbeterd naar aanleiding van mysterycalling

- Wanneer er wordt doorverbonden, meld dan aan de collega aan wie wordt doorverbonden, waar het gesprek over gaat. Op die manier is er direct een check of met de juiste contactpersoon wordt doorverbonden, daarnaast is de contactpersoon op de hoogte en hoeft de beller niet nogmaals het gehele verhaal te doen.
- De mensen aan de receptie moeten in een aantal gevallen beter op hoogte zijn van de aanwezigheid en beschikbaarheid van collega's. Hiervoor kunnen bijvoorbeeld digitale agenda's worden gebruikt. Op die manier wordt er niet meer doorverbonden naar iemand die niet aanwezig of niet beschikbaar is. De logische consequentie daarvan is dat medewerkers de receptie en collega's - o.m. door gebruik van digitale agenda's - consequent dienen te informeren over hun aanwezigheid en bereikbaarheid.
- Maak afspraken over uniforme scripting, oftewel hoe mensen binnen de organisatie de telefoon aannemen, bijvoorbeeld:

“Goedemorgen/middag, GEMEENTE, met [naam medewerker]”

Spreek ook af hoe de naam van de medewerker die zich presenteert aan de klant wordt ingevuld. Momenteel kan het binnen een gemeente variëren van alleen een voornaam, voornaam en achternaam, tot en met meneer of mevrouw met achternaam.

- Wanneer een medewerker niet bereikbaar is, bied dan aan om de klant terug te bellen en kom deze afspraak ook na.
- Wanneer een klant naar de site wordt verwezen, loopt een aantal van de medewerkers samen met deze klant door de site. Dat is zeer klantvriendelijk en zou altijd gedaan moeten worden. Zelfs wanneer een complete url (het directe internetadres) gegeven kan worden, is het klantvriendelijker om de ondernemer in zijn weg op de site te begeleiden.

- De online 'omgevingscheck' (om als aanvrager vooraf te controleren of een vergunningsaanvraag noodzakelijk is) is over het algemeen vrij snel gedaan. Wij adviseren om, wanneer er tijd voor is, die samen met de klant ter plekke op www.omgevingsloket.nl in te vullen. Dit is zeer klantgericht en als medewerker is onmiddellijk bekend, dat de juiste informatie voor de ondernemer uit de check komt.
- Wanneer bepaalde feitelijke informatie benodigd is, zoals bijvoorbeeld een adres, leg dan uit waarvoor die informatie nodig is. Dit geeft het gesprek een vriendelijkere toon, het verloopt soepeler en de beller voelt zich meer serieus genomen.
- Gebruik de informatie waar door de gemeente naar wordt gevraagd, in het antwoord dat wordt gegeven. Het komt de klant vreemd voor, wanneer hem gevraagd wordt een adres te moeten geven, wanneer daar vervolgens helemaal niets mee wordt gedaan.

4.3 Wat dient te worden vastgehouden naar aanleiding van mysterymailing

- Er wordt weinig jargon gebruikt in de e-mails, dat is sterk.

4.4 Wat dient te worden verbeterd naar aanleiding van mysterymailing

- Gebruik altijd een autoreply, dan weet de mailer dat de e-mail is ontvangen.
- Geef ook antwoord wanneer er geen adres van de ondernemer is gegeven, wanneer dit mogelijk is.
- Wanneer om een adres gevraagd wordt aan een klant, vraag dit dan vriendelijk en leg uit wat de reden is waarom dit nodig is.
- Wanneer een e-mail intern is geforward, haal dit dan uit de e-mail die naar een klant wordt gestuurd. Dit geldt helemaal voor e-mails, waar in de forward een instructie aan een collega wordt gegeven.
- Probeer een standaard opzet voor een e-mail te maken, bijvoorbeeld:
Hartelijk dank voor uw e-mail over [onderwerp].
In deze kan ik het volgende melden [antwoord].
Voor eventuele vragen ben ik bereikbaar op.....
Nog een fijne dag gewenst.
- Reageer op alle e-mails die worden verzonden.
- Reageer binnen 24 uur op alle e-mails.
- Gebruik de juiste aanhef: "Geachte geslacht achternaam".
- Voorkom type-, taal- en stijlfouten, dit is slordig en komt niet professioneel over.

4.5 Algemene aanbevelingen

- Zorg dat bestemmingsplannen beschikbaar zijn voor medewerkers om in te zien en antwoorden te geven en maak ze digitaal op de website beschikbaar.
- Wanneer een ondernemer iets moet insturen of aanvragen, leg dan uit hoe de procedure werkt en hoe lang (desnoods indicatief) een traject kan duren.

Bijlagen

1 Mysteryguestaonderzoek versus klanttevredenheidsonderzoek

Mysteryguestaonderzoek is een vorm van klanttevredenheidsonderzoek, waarbij de methodiek en de terugkoppeling afwijken van het reguliere klanttevredenheidsonderzoek.

Bij een klanttevredenheidsonderzoek worden klanten bevraagd op hun herinnering aan een contactmoment. Hiermee wordt de beleving in kaart gebracht en wordt inzichtelijk gemaakt welk gevoel een klant aan dit moment (of deze momenten) heeft overgehouden en wat hij er over zou kunnen vertellen aan derden.

In geval van mysteryguestaonderzoek gaat de onderzoeker als klant gericht op zoek naar vooraf bepaalde kenmerken, gedragingen en leveringen. De mysteryguest is ook getraind om bepaalde zaken te herkennen.

Vervolgens wordt in kaart gebracht of deze daadwerkelijk hebben plaatsgevonden. De terugkoppeling is daarmee meer zwart wit, concreter en directer.

Ter illustratie een voorbeeld:

In geval van een klanttevredenheidsonderzoek over de tevredenheid van de telefonische dienstverlening van een gemeente, zou een klant, die een prettig gevoel aan het gesprek heeft overgehouden kunnen bedenken dat er vriendelijk met een voornaam is aangenomen, dat er voldoende open vragen zijn gesteld om tot een oplossing te komen en dat er ook is gevraagd of er nog andere vragen waren.

In de praktijk hoeft dat niet zo te zijn, maar dit kan toch de beleving van een klant zijn. "Omdat het een prettig gesprek is geweest, zal dit wel allemaal zijn gebeurd". Echter, een klant is tijdens een gesprek niet aan het luisteren of er een open of een gesloten vraag wordt gesteld, maar naar de inhoud van het gesprek. Snapt de klant het antwoord, dan kan hij er mee verder.

In geval van een mysterycallonderzoek zal de mysterycaller nadrukkelijk opletten hoe de aanname is en of er daadwerkelijk een naam wordt genoemd. Bij het beoordelen van de inhoud let de mysterycaller er op of er open dan wel gesloten vragen worden gesteld.

Bij de terugkoppeling van een mysteryguest is er zwart wit geconstateerd of de kenmerken waarop moet worden getoetst, daadwerkelijk hebben plaatsgevonden, daarmee is de terugkoppeling concreter en directer.

2 Mysteryguestaonderzoek versus bereikbaarheidsonderzoek

Mysteryguestaonderzoek gaat verder dan bereikbaarheidsonderzoek. Bereikbaarheidsonderzoek gaat in op de kwantitatieve bereikbaarheid. Hierbij wordt getoetst hoe vaak een telefoon overgaat alvorens er wordt opgenomen.

Mysteryguestaonderzoek toetst niet alleen de kwantitatieve bereikbaarheid, maar ook de kwalitatieve bereikbaarheid, namelijk of en zo ja hoe er wordt aangenomen. Daarnaast wordt getoetst of de inhoud van het gesprek conform vooraf gestelde maatstaven wordt gevoerd.

Ter illustratie een voorbeeld:

In geval van een bereikbaarheidsonderzoek, afhankelijk van de manier van toetsen, wordt in kaart gebracht hoe vaak de telefoon overgaat alvorens er wordt aangenomen. Afhankelijk van de afspraak over de toetsing, wordt in kaart gebracht of dit een persoonlijke aanname is, of een aanname middels een bandje. Hier stopt bereikbaarheidsonderzoek.

Mysteryguestaonderzoek brengt vervolgens in kaart of de aanname vriendelijk is, of de persoon die aanneemt herkent waar het over gaat en hoe vervolgens verder wordt gehandeld (doorverbinden, terug laten bellen, extra informatie geven). Ook na het doorverbinden brengt mysteryguestaonderzoek de inhoud van het gesprek in kaart.

Mysteryguestaonderzoek levert daarmee meer en inhoudelijke sturingsinformatie op.

3 Waarderingen en normeringen

Om tot een objectief cijfer te komen, zijn de subjectieve zaken geobjectiveerd in meetbaar gedrag en daar zijn waarden aan toegekend.

Tevens zijn wegingsfactoren toegekend, waarmee belangrijke elementen (zoals de juistheid van een antwoord), zwaarder wegen in de beoordeling dan een minder belangrijk element (zoals het aantal keren overgaan).

Tenslotte weegt de score van een afgeronde case minder mee, wanneer de ondernemer zelf vaker heeft moeten terugbellen om het antwoord op zijn vraag te verkrijgen.

Het totaal aan waarden en wegingsfactoren is de meetlat aan de hand waarvan alle gesprekken en e-mails in kaart zijn gebracht. Deze meetlat is middels een vooronderzoek tot stand gekomen. In dit vooronderzoek is ondernemers gevraagd wat zij van 'de ideale gemeente' verwachten. Hierbij is redelijkheid en realiteit in acht genomen. Het geheel aan stellingen is de meetlat geworden.

Hoe deze waarden en berekeningen tot stand zijn gekomen, wordt hieronder inzichtelijk gemaakt.

Mystercalling

- Snelheid van aannemen; wegingsfactor 1
Aantallen keren overgaan
1 = 10
2 = 9
3 = 8
4 = 7
5 = 6
6 = 4
7 = 3
8 = 2
>8 = 1
- Vriendelijkheid van de aanname; wegingsfactor 2
SCC-standaard (mysteryguests zijn hierop getraind)
zeer vriendelijk = 10
vriendelijk = 8
niet onvriendelijk = 6
neutraal = 4
onvriendelijk = 2
zeer onvriendelijk = 1

- Na hoe vaak doorverbinden bij de juiste persoon; wegingsfactor 1
Aantallen personen die men spreekt
0,1 = 10
2 = 8
3 = 6
4 = 4
5 = 2
>5 = 1
- Snelheid van aannemen door de juiste persoon; wegingsfactor 1
Aantallen keren overgaan
1 = 10
2 = 9
3 = 8
4 = 7
5 = 6
6 = 4
7 = 3
8 = 2
>8 = 1
- Vriendelijkheid van de aanname door de juiste persoon; wegingsfactor 2
SCC-standaard (mysteryguests zijn hierop getraind)
zeer vriendelijk = 10
vriendelijk = 8
niet onvriendelijk = 6
neutraal = 4
onvriendelijk = 2
zeer onvriendelijk = 1
- Deskundige indruk van de medewerker; wegingsfactor 3
SCC-standaard (mysteryguests zijn hierop getraind)
zeer deskundig = 10
deskundig = 8
niet ondeskundig = 6
niet in te schatten = 4
ondeskundig = 2
zeer ondeskundig = 1
- Inhoud van het antwoord; wegingsfactor 3
Deze indicator wordt conform SCC-normen opgebouwd uit een aantal variabelen waarbij gekeken wordt naar de juistheid van het antwoord, de manier waarop dit gebracht wordt (al dan niet met een verwijzing naar de website, een belofte van iets toemailen en dat doen, positieve doorverwijzing, et cetera). Dit is lastig te beschrijven, de waardeverdeling verloopt als volgt: 1, 2, 4, 6, 8, 10 (waarbij 1 de laagste waardering is en 10 de hoogste)

- Wordt de betreffende vergunning aan de hand van de vraag herkend; wegingsfactor 3
ja, onmiddellijk en volledig = 10
ja, nadat ze doorvroegen = 7
nee, heb zelf moeten helpen = 4
nee = 1
- Wordt het juiste antwoord gegeven? wegingsfactor 3
ja, volledig = 10
ja, deels = 7
nee, heb zelf moeten helpen = 4
nee, een te klein beetje = 2
nee = 1
- First time fix; wegingsfactor 3
Kan de ondernemer verder met het antwoord? Of naar aanleiding van de actie van de gemeentemedewerker (terugbellen/mailen)
ja, naar aanleiding van het antwoord zonder extra vragen te hoeven stellen = 10
ja, naar aanleiding van het antwoord, maar zelf wel extra vragen moeten stellen = 8
ja, naar aanleiding van het telefoontje of de mail terug = 6
ja, naar aanleiding van mijn antwoord op het telefoontje of de mail terug = 4
nee, maar was op weg geholpen = 2
nee = 1
- Hoe vaak bellen om überhaupt iemand ter zake kundig te spreken?
In geval van 1 maal extra bellen: waarde van het gesprek, maal 0,8
In geval van 2 maal extra bellen: waarde van het gesprek, maal 0,7
In geval van niemand gesproken na 3 belpogingen, waarde 0

Mysterymailing

- Snelheid van reageren; wegingsfactor 1
Aantallen dagen voordat een reactie is gegeven
Binnen 24 uur = 10
Binnen 36 uur = 8
Binnen 48 uur = 6
Binnen 60 uur = 4
Binnen 72 uur = 2
Meer dan 72 uur of niet = 1
- Stijl van de aanhef; wegingsfactor 2
Tutoyeren/vousvoyeren
Vousvoyeren = 10
Geachte met volledige naam = 7
Beste = 4
Geen aanhef of anders = 1

- Kwaliteit van het Nederlands; wegingsfactor 2
 - Spelling
 - Foutloos = 10
 - Zo goed als foutloos = 7
 - Typefout(en) = 4 (want dat had de spellingscontrole eruit moeten halen)
 - Type- en spellingsfout = 1

- Kwaliteit van het Nederlands; wegingsfactor 2
 - Stijl
 - Deze indicator wordt opgebouwd uit een aantal variabelen, waarbij gekeken wordt naar de soort vraag, de manier waarop het antwoord wordt gegeven, (al dan niet met een verwijzing naar de website, een belofte van een attachement en dat doen, etcetera). Dit is lastig te beschrijven, de waardeverdeling verloopt als volgt: 1, 2, 4, 6, 8, 10 (waarbij 1 de laagste waardering is en 10 de hoogste)

- Kwaliteit van het Nederlands; wegingsfactor 2
 - Geen jargon
 - Geen jargon = 10
 - Zo goed als geen jargon = 7
 - Jargon = 4
 - Gekopieerde (onleesbare) teksten = 1

- Vriendelijkheid van de schrijfstijl; wegingsfactor 2
 - SCC-standaard
 - Deze indicator wordt opgebouwd uit een aantal variabelen, waarbij gekeken wordt naar de soort vraag, de manier waarop het antwoord wordt gegeven, de opbouw van de zinnen, et cetera. Dit is lastig te beschrijven, de waardeverdeling verloopt als volgt: 1, 2, 4, 6, 8, 10 (waarbij 1 de laagste waardering is en 10 de hoogste)

- Deskundige indruk van de medewerker; wegingsfactor 3
 - SCC-standaard
 - zeer deskundig = 10
 - deskundig = 8
 - niet ondeskundig = 6
 - niet in te schatten = 4
 - ondeskundig = 2
 - zeer ondeskundig = 1

- Inhoud van het antwoord; wegingsfactor 3
 - Deze indicator wordt opgebouwd uit een aantal variabelen, waarbij gekeken wordt naar de juistheid van het antwoord, de manier waarop dit gebracht wordt (al dan niet met een verwijzing naar de website, et cetera). Dit is lastig te beschrijven, de waardeverdeling verloopt als volgt: 1, 2, 4, 6, 8, 10 (waarbij 1 de laagste waardering is en 10 de hoogste)

- Wordt de betreffende vergunning aan de hand van de vraag herkend; wegingsfactor 2
Wordt het juiste antwoord gegeven?
Ja, onmiddellijk en volledig = 10
Ja, nadat ze doorvroegen = 7
Nee, heb zelf moeten helpen = 4
Nee = 1
- First time fix; wegingsfactor 3
Kan de ondernemer verder met het antwoord? Of naar aanleiding van de actie van de gemeentemedewerker (terugbellen/mailen)
ja, naar aanleiding van het antwoord zonder extra vragen te hoeven stellen = 10
ja, naar aanleiding van het antwoord, maar zelf wel extra vragen moeten stellen = 8
ja, naar aanleiding van het telefoontje of de mail terug = 6
ja, naar aanleiding van mijn antwoord op het telefoontje of de mail terug = 4
nee, maar was op weg geholpen = 2
nee = 1