

## Dus moeten we nu: De tevredenheid meten of de effecten weten?

---

**Welzijnsorganisaties voeren vaak tevredenheidsonderzoek uit in het kader van het kwaliteitsbeleid, certificering en eventuele verplichtingen vanuit derden. Daarnaast worden ze in toenemende mate geconfronteerd met opdrachtgevers die vragen om de effecten van de dienstverlening objectief aantoonbaar te maken.**

Dit lijkt heel logisch, maar hiermee ontstaat in de ogen van veel welzijnsorganisaties toch een beetje een Babylonische onderzoeksverwarring.

Tevreden.nl biedt enerzijds via [welzijn.tevreden.nl](http://welzijn.tevreden.nl) tevredenheidsonderzoek en anderzijds in samenwerking met de MO-Groep de Effectmeter. Wij worden dan ook vanuit het veld veel geconfronteerd met de volgende vragen:

1. Wat is het verschil tussen tevredenheidsonderzoek en een effectmeting?
2. Wanneer doe ik tevredenheidsonderzoek en wanneer doe ik een effectmeting?
3. Moet ik zowel tevredenheidsonderzoeken alsook effecten meten?
4. Kunnen de effecten niet in een tevredenheidsonderzoek worden uitgevraagd?

Deze vragen worden in dit artikel zo goed mogelijk beantwoord, maar voor de verduidelijking zal ik beginnen met een helder en simpel voorbeeld uit een heel andere branche.

---

### De verkoop van mijn woning

Een klantvriendelijk makelaarskantoor uit Rotterdam heeft in mijn opdracht geprobeerd mijn woonhuis te verkopen. Mijn woonhuis was een dubbele woning in een mooie brede laan in een wat achtergestelde, en dus wat goedkopere wijk, in het noorden van Rotterdam. Tussen de twee woningen was een tussenmuur doorgebroken, om de woonruimte te vergroten.

Ik werd bij de eerste kennismaking met de makelaar zeer vriendelijk te woord gestaan. Er werd aan mij duidelijk toelichting gegeven over hoe mijn huis verkocht zou gaan worden, waar er geadverteerd zou gaan worden. Daarbij volgden er allerlei nuttige tips en adviezen om het huis aantrekkelijker te maken.

Nadat de makelaar het huis had getaxeerd, werd het in de verkoop gedaan voor EUR 629.000. Dat was EUR 179.000 meer dan waarvoor ik het zeven jaar geleden heb gekocht.

Bij de bezichtigingen was de makelaar altijd tijdig aanwezig en wees hij potentiële kopers keurig op alle pluspunten van ons huis. De voortgang van de verkoop van ons huis werd iedere week netjes gerapporteerd. Door dit alles was ik uitermate tevreden over deze makelaar. Hij deed enorm zijn best. Er waren veel huisbezoeken van potentiële kopers en ze kwamen van heinde en verre kijken naar één van de duurste woningen in deze oude stadswijk. Na zes maanden was het huis echter nog niet verkocht en opperde de makelaar om het huis tóch voor EUR 600.000 aan te gaan bieden.

Dat was een tegenvaller. Ik ben daarom ook naar een andere makelaar gegaan om zijn advies te vernemen. Dit was een bijzondere ervaring. Bij de eerste kennismaking vertelde een wat onvriendelijk ogende man mij dat er geen goede markt voor dit soort huizen, boven de EUR 350.000, in het Oude Noorden van Rotterdam is. De makelaar wilde komen kijken naar het huis, maar dan wilde hij wel de verkoopopdracht formeel van de andere makelaar overnemen. De makelaar gaf aan veel mensen te kennen die een woning zoeken in het Oude Noorden, maar niet voor EUR 600.000 zelfs niet voor EUR 500.000.

De makelaar meldde mij half aankijkend: "Morgen om 07.00 uur staat hier een aannemer. Ik zal jullie twee woningen in de verkoop doen. Woning 130a voor EUR 339.000 en 130b voor EUR 305.000 en zodra de muur droog is wordt het verkocht." De makelaar kende diverse mensen die specifiek zochten naar een woning in het Oude Noorden.

Een lang verhaal kort gemaakt, het huis was binnen twee weken als twee losse huizen voor de totale vraagprijs van EUR 644.000 verkocht!

---

## Nu weer terugkomend op de vele welzijnsorganisaties:

### 1.

#### Wat is het verschil tussen een tevredenheidsonderzoek en een effectmeting?

De tevredenheid wordt bepaald door de ervaringen ten opzichte van de verwachtingen bij de klant. Het effect wordt bepaald door de mate waarin het doel van de activiteit wordt gerealiseerd.

Tevredenheidsonderzoek wordt dan ook veel gebruikt om de kwaliteit van de dienstverlening klantgericht te optimaliseren. Het uiteindelijk doel van de dienst is een belangrijk bepalend onderdeel voor de tevredenheid. Echter dit is slechts één van de vele aspecten die horen bij een kwalitatief goede dienstverlening. Andere aspecten als de bereikbaarheid, de communicatie, de vriendelijkheid, de actualiteit zijn ook belangrijke factoren voor de tevredenheid van klanten.

Door middel van effectmeting wordt in kaart gebracht in welke mate de activiteit daadwerkelijk bijdraagt aan de realisatie van het hoofddoel.

Even terug naar het voorbeeld:

Makelaar 1 had de processen keurig op orde, maar wist niet het gewenste doel te bereiken.

Makelaar 2 wist het doel te bereiken, maar was geen prettige dienstverlener. Makelaar 2 heb ik na de verkoop bedankt voor de goede verkoopprijs en de snelle verkoop. Ook heb ik bij hem aangegeven dat ik tevreden ben met het resultaat, maar dat ik de communicatie als lastig heb ervaren. Tenslotte gaf ik hem aan dit jammer te vinden omdat ik hem anders zou aanraden bij mijn vrienden en bekenden. De beste man antwoordde dat hij dat dit vaker hoorde, hij had geprobeerd dit te verbeteren maar dit sloop er keer op keer bij in. Passie voor de verkoop noemde hij dat. Hij bedankte me wel voor de feedback. Ik heb de makelaar een doorlopend tevredenheidsonderzoek aangeboden met als titel "passie voor de klant" Hij krijgt nu van alle klanten doorlopend tips en suggesties om de klantvriendelijkheid te verbeteren.

### 2.

#### Wanneer doe ik tevredenheidsonderzoek en wanneer doe ik een effectmeting?

Tevredenheidsonderzoek kan het beste **continu** worden ingezet en uitgevoerd. Het onderzoek kan praktisch 1-op-1 gebruikt worden om de dienstverlening klantgericht te optimaliseren. Het is dan ook verstandig om alle klanten op het juiste moment een passende vragenlijst te sturen.

Voor effectmetingen kunnen alle klanten uitgenodigd worden, maar doorgaans levert een **steekproef** voldoende inzicht om te bepalen of de aanpak van de dienstverlening bijdraagt aan het doel.

Terug naar het voorbeeld:

Makelaar 1 zou door periodieke analyses van de verkoopsnelheid, de vraagprijs en de uiteindelijke verkoopprijs in vergelijking met collega makelaars snel tot de conclusie moeten kunnen komen dat een huis voor EUR 629.000 in het Oude Noorden van Rotterdam te verkopen wellicht geen goed idee zou zijn.

Makelaar 2 zou zijn klantwaardering aanzienlijk kunnen verhogen door zijn communicatieproces te verbeteren. Idealiter wordt hij daar doorlopend op gewezen door zijn eigen klanten.

### 3.

#### **Moet ik zowel tevredenheidsonderzoeken alsook effecten meten?**

Niets moet, maar wilt u een goede klantgerichte dienst bieden die bijdraagt aan de vooropgestelde doelen, ja, dan zou u idealiter beiden moeten doen.

Vraagt uw opdrachtgever naar de mate waarin uw dienstverlening bijdraagt aan de realisatie van bepaalde doelen, dan is een effectmeting een waardevol hulpmiddel. Vraagt uw opdrachtgever of u uw klanten wel kwalitatief, goed, netjes en correct helpt, of vindt u de kwaliteit van dienstverlening eigenlijk een minimale randvoorwaarde voor uw organisatie, dan is een tevredenheidsonderzoek het aangewezen instrument.

Uit betrouwbare bron weet ik dat goede NVM makelaars overigens over doorlopende inzichten in hun klanttevredenheid alsook over nuttige benchmarkinformatie over vraagprijzen, verkoopprijzen, doorlooptijden per object beschikken!

### 4.

#### **Kunnen de effecten niet in een tevredenheidsonderzoek worden uitgevraagd?**

Ja en nee. Enerzijds zou dit kunnen maar omdat de effectmeting op basis van een steekproef kan worden uitgevoerd, zou een combinatie van beide zowel de vragenlijst voor het tevredenheidsonderzoek, alsook de klant-effectvragenlijst onnodig lang maken.

Het is om die reden beter beide metingen separaat uit te voeren, al wordt in tevredenheidsonderzoek natuurlijk altijd gevraagd in welke mate de dienst heeft voldaan aan de verwachtingen.

Terug naar het voorbeeld:

Makelaar 1 heeft van mij ondanks zijn goede inzet geen hoog tevredenheidscijfer gekregen, op een aantal aspecten wel, maar een aantal andere aspecten behoeven nog wat verbetering. Ook makelaar 2 scoort niet hoog op klanttevredenheid, al heeft hij het huis

voor een hoge prijs snel verkocht. Hij dient meer aandacht te geven aan de klant. Wat zou het in deze mooi zijn als beide makelaars hun scores zowel op tevredenheid als op effect konden benchmarken, hierdoor zouden de verbeterpunten makkelijk inzichtelijk worden.

---

#### **Terug naar de beginvraag; Wat moeten we nu: De tevredenheid meten of de effecten weten?**

Het antwoord is naar mijn mening dat iedere welzijnsorganisatie de tevredenheid doorlopend zou moeten meten om de kwaliteit van de dienstverlening klantgericht te optimaliseren. En dat iedere welzijnsorganisatie er verstandig aan doet tevens periodiek de effecten te meten om het resultaat van de dienstverlening goed in kaart te brengen en waar nodig de dienstverlening aan te passen.

Tot slot, moet ik eerlijkheidshalve helaas bekennen dat het voorbeeld van de makelaar en mijn woning volledig fictief is. Maar het zou zo maar waar kunnen zijn.

*Drs. Govert E.J. Janssen  
Directeur Tevreden.nl*