

‘Meten draagt direct bij aan de klanttevredenheid’

#klanttevredenheid Hoe help je woningcorporaties steeds beter presteren? Kwaliteitscentrum Woningcorporaties Huursector (KWH) heeft die vraag centraal in haar doelstelling staan. Het middel dat KWH hiervoor veelvuldig gebruikt, is meten. Woningcorporaties kunnen hun kwaliteit van dienstverlening inzichtelijk maken met het KWH-Huurlabel. Het KWH-Huurlabel is een kwaliteitskeurmerk. Voldoet de corporatie aan de kwaliteitsstandaard, dan ontvangt zij het KWH-Huurlabel. KWH meet jaarlijks de kwaliteit van dienstverlening bij zo'n 200 corporaties. KWH mag dan ook met recht een expert op het gebied van meten worden genoemd. We spreken Antoinette van der Linden, adjunct-directeur van KWH. En verantwoordelijk voor het nieuwe KWH-Huurlabel.

door Martijn Jacobs

Wat is het belang van meten?

“Via metingen weten organisaties direct hoe klanten de dienstverlening ervaren. Op basis daarvan kunnen ze de dienstverlening verbeteren. Bovendien blijkt uit metingen of je de goede dingen doet en of je dingen doet die klanten belangrijk vinden. Op basis daarvan kun je je beleid aanpassen of voortzetten.”

Waar moet je bij het meten rekening mee houden?

“Je moet een meting goed afstemmen op de doelgroep. En hoe je die doelgroep het beste kunt bereiken. Wij werken veel met vragenlijsten. Maar hoe zitten die in elkaar? Hoe klantvriendelijk zijn ze? Snapt de gebruiker de

vragenlijst? En haal je eruit wat je wilt weten? Ook moet je vragenlijsten zoveel mogelijk vanuit het perspectief van de klant opstellen. Wij proberen te kijken vanuit het perspectief van de huurder naar de dienstverlening van de corporaties.”

Is meten eigenlijk wel nodig? Mensen geven via social media toch zelf hun mening?

“Dat klopt. Maar de mensen die zelf hun mening op fora geven zijn niet representatief voor een hele doelgroep. Je ziet op de fora steeds dezelfde mensen. Juist als je goed meet, zorg je voor representativiteit. Alleen als je op een specifiek thema feedback wilt krijgen, kun je voor één kanaal kiezen.”



Digitaal meten? Of toch op papier?

“Beide. We zien dat lang niet alle huurders digitaal actief zijn. Vroeger was alles op papier, nu steeds meer digitaal. Maar daarin schuilt ook een gevaar. Op dit moment mis je met digitaal meten nog teveel mensen in onze sector. Bij studentenhuisvesters meten we alleen nog digitaal. Daar moet je niet komen aanzetten met een papieren formulier. Maar als je oudere doelgroepen hebt, die vinden een brief van de corporatie met een formulier erin nog belangrijk. Dat vullen ze in.”

Jullie hebben het vertrouwde KWH-Huurlabel vernieuwd. Waarom?

“In het oude KWH-Huurlabel maten wij de klantprocessen. Dankzij de metingen gingen corporaties hun processen zo inrichten dat ze de klant goed konden bedienen. Nu hebben we die manier van meten losgelaten, omdat de corporaties alle processen wel op orde hebben. Het meten heeft dus gewerkt! Nu meten we vooral de klanttevredenheid. Hoe tevreden zijn klanten met de uitkomst van die processen. En blijven ze tevreden?”

Jullie meten nu continu in plaats van één of twee keer per jaar. Waarom?

“Dat is inderdaad nieuw in het KWH-Huurlabel. Nu meten we op elk moment, bijvoorbeeld per week of per maand. De corporatie ziet ook *real time* de resultaten. Het voordeel is dat je dicht op de klant zit. Voorheen kreeg een huurder één keer per jaar een vragenlijst over een reparatie. Als die reparatie echter vier maanden geleden had plaatsgevonden, kon hij zijn mening niet meer goed geven. Dan loop je achter de feiten aan.

We hebben continu meten ook gekoppeld aan *aftersales* waardoor de dienstverlening niet alleen gemeten wordt, maar ook continu wordt verbeterd. Je hebt direct inzicht en kunt bij ontevreden klanten meteen aan *damage control* doen. Meten draagt dan dus ook direct bij aan de klanttevredenheid.”

Is continu meten geen excuus voor corporaties die geen goede band met huurders hebben?

“Nee, de trend is dat er steeds meer afstand ontstaat tussen huurder en verhuurder. Het zoeken van een woning gaat digitaal. De woonwinkels zijn steeds leger, de contactmomenten steeds schaarser. Continu meten is geen excuus voor slecht contact, het is een methode om extra contact te houden.”

Wordt de klant niet moe van evalueren? Overal moet je tegenwoordig een evaluatieformulier invullen.

“Er wordt veel gemeten, dat klopt. Maar de klant wordt daar niet moe van. Daarbij geldt wel één voorwaarde: je moet een opvolging geven aan de meting. Als je je mening geeft, verwacht je niet dat een organisatie je belt als je positief bent. Maar dat verwacht je wel als je ervaring negatief is. Als je de klant beloont voor zijn feedback wordt hij er niet moe van.”

Wordt een corporatie niet onrustig van continu meten?

“Ze moeten de tijd nemen om aan de dagelijkse prikkels te wennen, dat is waar. En ze worden er onrustig van als ze hun beleid bij iedere prikkel aanpassen. Dat moet je ook niet doen. Natuurlijk moet je wel iets doen met de prikkels, maar niet continu en ad hoc. Een corporatie moet leren om te zoeken naar een rode draad of een structurele oorzaak. Pas als je een periode van een kwartaal telkens dezelfde meldingen krijgt, weet je dat er iets niet goed zit.”

Kun je als organisatie ook je eigen dienstverlening meten?

“Ja, maar dat heeft niet de voorkeur. Je kunt beter niet je eigen waar keuren. Bovendien



bestaat er naast het meten ook nog eens het benchmarken. Je wilt jouw prestaties vergelijken met de prestaties van vergelijkbare organisaties. Dat laatste wordt steeds waardevoller. En dat kun je alleen doen als je een externe partij inschakelt. Een externe partij kan een standaardmethode met gelijke criteria hanteren. Als iedere corporatie zichzelf zou meten, zou benchmarken niet mogelijk zijn.”

Loo van Eck meet in het KWH-Huurlabel de helderheid van de communicatie. Waarom hebben jullie dat uit handen gegeven?

“Wij werken altijd met externe partners. Zij zijn de experts op bepaalde onderdelen. Loo van Eck is een betrouwbare partner voor ons. Binnen de corporatiebranche heeft het bureau een zeer goede naam. Samen met Loo van Eck en de corporaties hebben we de norm voor goede communicatie opgesteld. In 2012 gaan we binnen het KWH-Huurlabel de kwaliteit van de communicatie voor het eerst meten. Dat is spannend, want dat is nieuw voor ons en voor de corporaties!”

Tip: communiceer over de meting

Vaak wordt vergeten om de uitkomsten van de metingen en wat ermee wordt gedaan te communiceren met de klant. Als je iets van hen vraagt, koppel dat dan terug. Als je dat niet doet, werken ze niet meer mee in de toekomst. Dus laat weten wat het doel is, wat je nastreeft en wat je met de uitkomsten doet.