

De Klanteffectvragenlijst

Handleiding

Deze handleiding is tot stand gekomen met bijdragen van Stimulansz en Tevreden.nl.

www.tevreden.nl

www.stimulansz.nl

Inhoud

Inleiding 1

Voorwoord 4

Wat is maatschappelijk rendement? 4

Wat is de Klanteffectvragenlijst? 6

Uit welke vragen bestaat de Klanteffectvragenlijst? 6

Hoe zet ik de vragenlijst in mijn organisatie in? 7

Wat kan ik met de uitkomsten? 11

Nog tips voor de uitvoering? 11

Bijlage 1: Vragenlijst 13

Bijlage 2: Teksten voor uitnodigingsbrieven respondenten Klanteffectvragenlijst. 16

- Mail voor digitale bevraging 16
- Begeleidende brief bij papieren vragenlijst 17

Inleiding

De Klanteffectvragenlijst is ontworpen om op een simpele wijze het door de klant ervaren effect van een activiteit of dienstverlening in de sector Welzijn & Maatschappelijke Dienstverlening te meten. Door deze activiteiten te koppelen aan welzijnsthema's kunnen organisaties voor W&MD deze ervaren effecten vergelijken en aan de hand van die vergelijking hun aanbod verbeteren.

Deze handleiding beschrijft de methodiek en het instrument.

De vragenlijsten kunnen op verschillende wijze worden uitgezet en verwerkt.

1. De instelling kan gebruik maken van een kant- en klaar aanbod op de markt van Tevreden.nl. Gezamenlijk met de MOgroep heeft Tevreden.nl een onderzoeksoplossing ontwikkeld om het ervaren klanteffect gemakkelijk en laagdrempelig in de praktijk te kunnen meten. Bij gebruik van dit aanbod geeft deze handleiding informatie over de systematiek van het instrument.

2. De instelling kan de methodiek zelf implementeren in een eigen onderzoeksinstrument. In dat geval informeert de handleiding over de wijze waarop de vragen uitgezet dienen te worden.

3. De instelling kan deze methodiek (door een softwareleverancier) laten inbouwen in eigen (maatwerk) software. De softwareleverancier gebruikt deze handleiding om de methodiek goed te implementeren.

Terminologie:

De **Effectvragenlijst** is een *methode* om ervaren klanteffect te meten. Het uitzetten van de vragenlijst gebeurt door gebruik te maken van een *instrument*. Dit instrument kan door verschillende aanbieders aangeboden worden. Het instrument bevat de vragenlijst, samen met manieren om deze uit te zetten en rapportages te genereren.

Bij de goede instrumenten zoals de Effectmeter van Tevreden.nl geeft de rapportage inzicht in de resultaten van de activiteit. Ook kan de organisatie de resultaten van verschillende activiteiten met elkaar vergelijken om daar lering uit te trekken.

De rapportage geeft ook op een aantal terreinen een totaalcijfer. Deze totaalcijfers kunnen in de Basisbenchmark van de MOgroep ingevuld worden, zodat instellingen daarop kunnen benchmarken. Op dit laatste proces wordt in deze handleiding niet ingegaan. De ontwikkeling daarvan vindt plaats op het benchmarkplatform van de MOgroep (www.benchmark-mogroep.nl).

Ervaren klanteffect als onderdeel van Maatschappelijke Rendement.

De metingen van het *ervaren klanteffect* vormen een onderdeel van een bredere aanpak om een soort Maatschappelijk Rendement te meten. Daarnaast is altijd nog meer nodig: uitgebreide interviews of kringgesprekken met gebruikers, opdrachtgevers en partners zijn noodzakelijk naast deze simpele vragenlijst. Alleen op die

manier kan het volledige verhaal van de organisatie verteld worden.

Een verhaal dat het waard is om verteld te worden. Dat wel, natuurlijk.

Voorwoord

Welke effecten bereiken we als organisatie met onze activiteiten? Dragen de activiteiten bij aan het doel waarvoor we ze inzetten? Doet men door onze diensten inderdaad meer mee in het sociale verkeer? Leeft men gezonder? Is men eerder bereid anderen te helpen en staat men actiever in het leven? Vragen als deze worden steeds vaker gesteld aan welzijnsorganisaties. Het beantwoorden van dergelijke vragen is geen eenvoudige opgave, maar wel erg belangrijk. Zicht op wat je bereikt biedt de mogelijkheid om plannen tussentijds te toetsen en bij te sturen. De MOgroep, de brancheorganisatie voor Welzijn en Maatschappelijke Dienstverlening, ontwikkelde daarom samen met Stimulansz een methode om dit door de klant ervaren effect beter in kaart te brengen. Deze Klanteffectvragenlijst is in een pilotonderzoek onder vier welzijnsorganisaties getest. De resultaten van de pilot stemmen positief. De methode is zeer geschikt gebleken om het ervaren effect te meten. Met dank aan de vier welzijnsorganisaties zijn de vragenlijsten die onderdeel vormen van de methode duidelijker en eenvoudiger geworden en is deze nieuwe, praktische handleiding ontwikkeld.

Om welzijnsorganisaties optimaal te faciliteren heeft de MOgroep daarna een onderzoeksbureau in de hand genomen. Met dit onderzoeksbureau is een onderzoeksoplossing ontwikkeld om organisaties te ondersteunen bij het gemakkelijk en laagdrempelig uitvoeren van effectmetingen.

Wat is maatschappelijk rendement?
Een welzijnsactiviteit levert maatschappelijk rendement op wanneer de activiteit positief bijdraagt aan een welzijnsdoel. Een voorbeeld: een koffieochtend in een buurtcentrum heeft tot doel om de maatschappelijke participatie van deelnemers te bevorderen. De koffieochtend levert rendement op als de deelnemers door deel te nemen daadwerkelijk mee doen in de samenleving (bijvoorbeeld doordat zij meer contacten buitenshuis hebben, meer gezelligheid in hun leven ervaren, etc.). Een onderdeel van dat rendement is het door de klant ervaren effect van de activiteit of dienstverlening. Deze welzijnsactiviteiten kunnen de volgende doelen hebben.

Het bevorderen van:

1. **Zelfredzaamheid en eigen kracht**: Dit betekent dat je in staat bent voor jezelf, je kinderen of je huishouden te zorgen, zonder dat je hulp van anderen nodig hebt, ondanks eventuele beperkingen.
2. **Maatschappelijke participatie**: meedoen in de samenleving.
3. **Arbeidsparticipatie**: kennis en vaardigheden om de positie op de arbeidsmarkt te verbeteren.
4. **Zorgen voor elkaar (geven)**: Mensen zetten zich actief in voor hulp aan anderen en de sociale omgeving (bijvoorbeeld vrijwilligerswerk, mantelzorg).
5. **Zorg voor elkaar (ontvangen)**: Hulp vragen en weten waar je hulp kunt vragen.

6. **Leefbaarheid en veiligheid**: Leefbaarheid is de mate waarin de leefomgeving aansluit bij de voorwaarden en behoeften die er door de mens aan worden gesteld. Sociale samenhang (cultureel en economisch) en veiligheid vormen daarin de belangrijkste dimensies.
7. **Gezonde leefstijl**: Dit houdt in: Voldoende beweging (minstens een half uur per dag); gezonde voeding (gevarieerd met volop groente en fruit); rust en regelmaat; niet roken, beperkt alcoholgebruik, vermijden drugs, onveilige seks, etc.

Wat is de Klanteffectvragenlijst?
De Klanteffectvragenlijst meet per welzijnsactiviteit het door de klant ervaren effect van die activiteit. Met de vragenlijst meet je per welzijnsactiviteit of het bijdraagt aan het welzijnsdoel. Dit doe je door korte vragenlijsten uit te zetten onder deelnemers aan de activiteit. De vragen gaan over wat de activiteit volgens de deelnemer heeft opgeleverd.

Uit welke vragen bestaat de Klanteffectvragenlijst?
Voor elk welzijnsdoel is een aparte vragenlijst ontwikkeld. De vragenlijsten staan in bijlage 1.

Hoe zet ik de vragenlijst in mijn organisatie in?
Als welzijnsorganisatie met de meter aan de slag? Beantwoord dan eerste de volgende vragen:

- Van welke activiteiten/diensten willen we het klanteffect meten?
- Per activiteit, welk welzijnsdoel en dus welke vragenlijst pas daar het best bij?
- Per activiteit, wie is mijn doelgroep (jongeren / volwassenen / ouderen)?

In bijlage 1 staat per vraag bij welk thema en welke doelgroep deze vraag hoort.

Nu is bepaald welke activiteiten jullie gaan onderzoeken, welke vragenlijsten daarbij horen en aan welke mensen de vragenlijsten worden voorgelegd.

Bepalen van onderzoeksmethode

De volgende stap is het bepalen van de onderzoeksmethode(n) en de manier van verspreiden. Afhankelijk van de manier waarop je het onderzoek uitvoert zijn er verschillende methode om cliënten uit te nodigen voor de onderzoeken. Verspreiden kan door de vragenlijst of link naar de online vragenlijst naar het thuisadres of het e-mailadres van de deelnemer te sturen, of door de vragenlijst ter plekke uit te delen en direct te laten invullen. Hieronder beschrijven we een aantal factoren die meespelen bij de keuze.

1. het type activiteit

Bij een groepsactiviteit is het raadzaam de vragenlijsten ter plekke te laten invullen. Bij een 1-op-1 activiteit de vragenlijst per post of e-mail verspreiden.

2. de doelgroep

Ook de doelgroep is bepalend bij de keuze van onderzoeksmethode. Zo kan een doelgroep waarin anderstaligen of mensen met multiproblemen gebaat zijn bij een schriftelijke methode, eventueel met extra begeleiding bij het invullen. In alle gevallen dient de organiatie goed na te denken over welke methode van uitnodiging het beste past bij de betreffende doelgroep.

3. de grootte van de groep deelnemers

In beginsel geldt hoe meer cliënten het onderzoek invullen hoe representatiever de uitkomsten van het onderzoek zijn.

Als gekozen is voor een geautomatiseerde, online oplossing om deze vragenlijsten uit te zetten adviseren wij om bij iedere activiteit zo veel mogelijk cliënten uit te nodigen voor het onderzoek.

Als gekozen wordt voor een schriftelijke vragenlijst zijn meer factoren bepalend. Dan is bijvoorbeeld in invoercapaciteit ook een bepalende rol. In dat geval is het voorstelbaar dat er een steekproef gebruikt wordt.

Onderstaand een tabel met hoeveel ingevulde vragenlijsten je per activiteit nodig hebt om een representatief onderzoek te verkrijgen.

Aantal deelnemers	Aantal ingevulde vragenlijsten
91 tot en met 150	20
151 tot en met 280	32
281 tot en met 500	50
501 tot en met 1.200	80
1201 tot en met 3.200	125
3.201 tot en met 10.000	200

De welzijnsorganisatie uit het voorbeeld dient 80 ingevulde vragenlijsten te krijgen. De vervolgvraag is dan, hoeveel vragenlijsten moet je uitsturen? Om dit aantal te bepalen is de responsverwachting van belang. Deze bedraagt 25% bij schriftelijk en online onderzoek. De welzijnsorganisatie uit het voorbeeld moet dus 320 vragenlijsten (80 x 100: 25 = 320) uitsturen/programmeren.

Uitzetten van de vragenlijsten

De volgende stap is het uitzetten van de online of schriftelijke vragenlijsten. In bijlage 2 staan teksten voor uitnodigingsbrieven voor respondenten.

Grofweg bestaat het printen en verspreiden van de schriftelijke vragenlijsten uit de volgende stappen:
Stap 1: het printen van vragenlijsten en begeleidende brieven.
Stap 2: het versturen van vragenlijsten, begeleidende brieven en retourenveloppen.

Als vragenlijsten ter plekke uitgedeeld worden vervalt stap 2. Wanneer vragenlijsten ter plekke uitgedeeld worden kan begeleiding bij het invullen gewenst zijn. In bijlage 3 staan aandachtspunten voor de begeleider.

Grofweg bestaat het uitnodigen van respondenten voor het invullen van een online vragenlijst uit de volgende stappen:
Stap 1: het programmeren van de vragenlijsten
Stap 2: het versturen van e-mails of brieven met een link naar de online vragenlijst.

Verwerken van de antwoorden

De vragenlijsten zijn uitgezet en worden ingevuld door de respondenten. Afhankelijk van de gekozen onderzoeksmethode komen de antwoorden op de vragenlijsten fysiek dan wel in een online databestand bij de organisatie binnen. Bij de schriftelijke variant moeten de vragenlijsten ingevoerd worden in de database van de organisatie en vervolgens verwerkt worden in tabellen. In bijlage 3 staat een stappenplan voor de verwerking van de uitkomsten en hoe een rendementsscore-tabel eruit ziet.

Wat kan ik met de uitkomsten?
Je kunt als organisatie de uitkomsten intern gebruiken voor verbetering van de dienstverlening of extern in communicatie met gemeenten.

Nog tips voor de uitvoering?
Hieronder nog een aantal tips voor de manier waarop je als organisatie dit onderzoek uitvoert.

- Maak intern heldere afspraken wie wat doet.

- Zoek aansluiting bij bestaande structuren binnen de organisatie, bijvoorbeeld zet een kwaliteitsmedewerker of een medewerker klanttevredenheid in.

- Zet het onderzoek uit in een rustiger periode, bij voorkeur niet in een periode waarin ook jaarcijfers worden berekend.

- Het is zinvol het onderzoek vaker uit te voeren. Door bijvoorbeeld jaarlijks het maatschappelijk rendement van een bepaalde activiteit te meten is ook te zien of hier verandering in optreedt: neemt het rendement toe, of juist af? Dit kan signalen geven om weer eens kritisch naar de dienstverlening te kijken.

Bijlage 1: Vragenlijst
De vragenlijst begint met de algemene vraag:

Bij deelname aan een activiteit:

Door mee te doen aan <<naam activiteit>>

Bij gebruik van een aangeboden dienst:

Door gebruik te maken van <<naam dienst>>

Elke vraag heeft als antwoord een 4-puntsschaal met vijf antwoorden:

Mee oneens	**Beetje mee eens**	**Mee eens**	**Helemaal mee eens**	**weet ik niet**

In onderstaande tabel staan alle vragen. Daarachter staan de thema's waar deze vragen bij horen.

Eén vraag wordt alleen gesteld bij de doelgroep Jeugd. Een paar andere vragen worden niet gesteld aan de doelgroep Ouderen. Ook dat is in de tabel aangegeven.

Klanteffectvragenlijst MOgroep

✓	vraag voor iedereen
✓[1]	vraag alleen voor doelgroep Jeugd
✓[2]	vraag niet voor doelgroep Ouderen

Door gebruik te maken van <<naam dienst>>

of

Door mee te doen aan <<naam activiteit>>

	Zelfredzaamheid/Eigen kracht	Participatie (maatschappelijk)	Participatie (taal)	Participatie (arbeid)	Zorgen voor elkaar (ontvangen)	Zorgen voor elkaar (geven)	Leefbaarheid en veiligheid	Gezonde leefstijl
heb ik meer zelfvertrouwen gekregen	✓							
neem ik gemakkelijker beslissingen	✓							
durf ik beter hulp te vragen	✓							
zorg ik beter voor mezelf	✓							
regel ik meer zelf	✓							
heb ik vrienden gemaakt		✓[1]	✓[1]					
heb ik meer gezelligheid om mij heen		✓	✓					
doe ik meer voor anderen		✓	✓					
begrijp ik de Nederlandse taal beter			✓					
heb ik mijn talenten ontdekt				✓[2]				
ga ik een diploma halen				✓[2]				
weet ik beter hoe ik werk moet zoeken				✓[2]				
maak ik meer kans op werk				✓[2]				
doe ik werkervaring op				✓[2]				
leer ik meer mensen kennen die mij kunnen helpen					✓			
word ik vaker geholpen als dat nodig is					✓			
voel ik me meer gesteund door anderen					✓			

Klanteffectvragenlijst MOgroep

✓	vraag voor iedereen
✓[1]	vraag alleen voor doelgroep Jeugd
✓[2]	vraag niet voor doelgroep Ouderen

Door gebruik te maken van <<naam dienst>>

of

Door mee te doen aan <<naam activiteit>>

	Zelfredzaamheid/Eigen kracht	Participatie (maatschappelijk)	Participatie (taal)	Participatie (arbeid)	Zorgen voor elkaar (ontvangen)	Zorgen voor elkaar (geven)	Leefbaarheid en veiligheid	Gezonde leefstijl
voel ik mij gesteund bij het uitvoeren van mijn taken						✓		
weet ik beter hoe ik mensen zelf kan helpen						✓		
zorg ik meer voor anderen						✓		
voel ik me meer thuis in de buurt							✓	
doe ik zelf meer om de buurt veilig en leefbaar te houden							✓	
vind ik dat de buurt er beter uit ziet							✓	
voel ik me veiliger							✓	
houd ik meer rekening met anderen							✓	
weet ik wat gezond leven voor mij is								✓
weet ik waarom gezond leven belangrijk is								✓
leef ik gezonder								✓
vind ik gezond leven leuk								✓

Bijlage 2: Teksten voor uitnodigingsbrieven respondenten Klanteffectvragenlijst.

Mail voor digitale bevraging

<<mailadres respondent>>

Betreft: Medewerking aan onderzoek over <<naam activiteit>>

Geachte heer/ mevrouw,

U heeft onlangs deelgenomen aan de activiteit <<naam activiteit>>. <<Naam organisatie>> wil graag weten wat u van de activiteit vond en wat u eraan heeft gehad. Daarom is een vragenlijst opgesteld. Het is belangrijk dat u de vragen invult. Met uw mening kan <<naam organisatie>> de activiteiten nog beter afstemmen op uw wensen.

Invullen van de vragen

U kunt de vragenlijst invullen via onderstaande link. Vult u de vragenlijst alstublieft volledig in. Het invullen van de vragenlijst duurt maximaal 3 minuten.

<<link naar de vragenlijst>>

Vul de lijst **uiterlijk <<datum>>** in..

Uw gegevens worden vertrouwelijk en anoniem verwerkt.

Vragen?

Heeft u vragen over de vragenlijst of over het onderzoek? Neem contact op met: <<naam en contactgegevens aanspreekpunt organisatie>>.

Alvast heel hartelijk dank voor uw medewerking!

Met vriendelijke groet,

<<Naam manager>>

<<Naam organisatie>>

Begeleidende brief bij papieren vragenlijst

Naam:

Adres:

Postcode:

Woonplaats:

Datum:

Betreft: Medewerking aan onderzoek

Geachte heer/ mevrouw,

U heeft onlangs deelgenomen aan de activiteit <<naam activiteit>>. <<Naam organisatie>> wil graag weten wat u van de activiteit vond en wat u eraan heeft gehad. Daarom is een vragenlijst opgesteld. Het is belangrijk dat u de vragen invult. Met uw mening kan <<naam organisatie>> de activiteiten nog beter afstemmen op uw wensen.

Invullen van de vragen

De vragenlijst vindt u bij deze brief. Vult u de vragenlijst alstublieft volledig in. Het invullen van de vragenlijst duurt maximaal 3 minuten.

Alle vragen ingevuld? Stuur dan de lijst **uiterlijk <<datum>>** retour. Gebruik hiervoor de retourenvelop.

Uw gegevens worden vertrouwelijk en anoniem verwerkt.

Vragen?

Heeft u vragen over de vragenlijst of over het onderzoek? Neem contact op met: <<naam en contactgegevens aanspreekpunt organisatie>>.

Alvast heel hartelijk dank voor uw medewerking!

Met vriendelijke groet,

<<Naam manager>>

<<Naam organisatie>>

Leden van de MOgroep kunnen hun ervaringen met de klanteffectvragenlijst delen op www.mogroep.nl in de groep **klanteffect**.

Deze groep te vinden in het thema *Kwaliteit -> Effectiviteit*.

Uitgave MOgroep
Brancheorganisatie voor Welzijn & Maatschappelijke Dienstverlening/ Sociaal Werk
www.mogroep.nl / www.sociaalwerkers.nl

Informatie: Han Bijker, bijker@mogroep.nl
Bij verspreiding graag bronvermelding.

December 2014, v1.1