

# KLANTTEVREDENHEIDSONDERZOEK 2008



**rescue**

---

trainingen voor de werkvloer

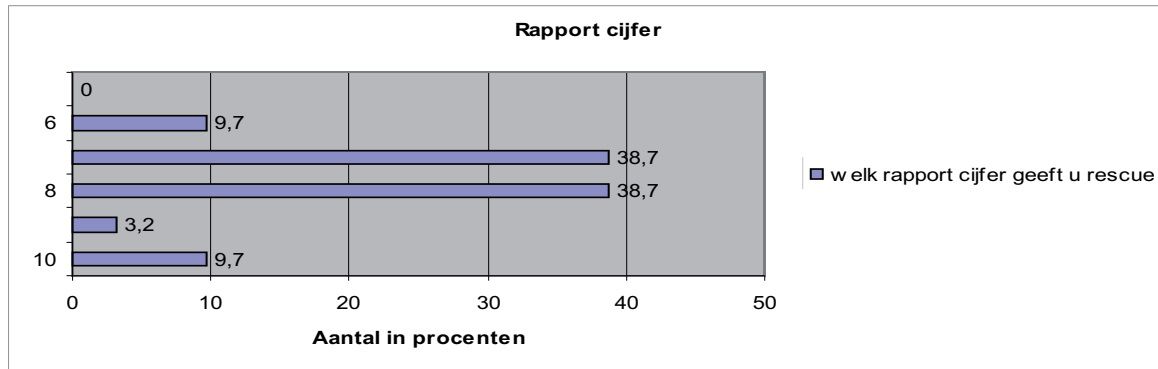
**METEN IS WETEN**

---

# DOEL ONDERZOEK

Sinds 2006 verricht Rescue Nederland jaarlijks onderzoek naar de tevredenheid van haar klanten. De resultaten uit het onderzoek gebruiken wij om onze servicegerichtheid te verbeteren.

## RAPPORTCIJFER 2008



## Resultaat

Het gemiddelde rapportcijfer dat de klant aan Rescue Nederland heeft gegeven, is een 7,6.

# KORTE SAMENVATTING

---

Begin oktober 2008 is het onderzoek digitaal onder 97 klanten van Rescue verspreid. De klanten kregen één maand de tijd om het onderzoek in te vullen. Eind oktober telde we in totaal 31 reacties, een dekking van 32%.

Het onderzoek bestond uit 9 stappen, namelijk:

- 1- Voortraject
- 2- Opleidingsprogramma
- 3- Uitvoering cursussen / opleidingen
- 4- Docenten
- 5- Cursusmateriaal
- 6- Natraject
- 7- Organisatie en administratie
- 8- Relatiebeheer
- 9- Prijs / kwaliteit verhouding



Het meten van de tevredenheid onder klanten is een belangrijk aspect van onze bedrijfsvoering. Het tevreden houden van klanten is essentieel voor een gezonde bedrijfsvoering. Uiteindelijk bepalen onze klanten voor een belangrijk deel onze omzet en winst.

Wij onderzoeken om onze service naar klanten te kunnen verbeteren. Een belangrijk aspect hierin is om verbeterpunten ook daadwerkelijk aan te pakken en dit terug te koppelen naar de klant. Dit verhoogt de betrouwbaarheid en geloofwaardigheid.

Het rapportcijfer voor 2008 is een 7,6. Een resultaat waar we trots op zijn. De resultaten ten opzichte van vorig jaar zijn bijna op alle ondervraagde punten verbeterd. Opmerkelijk is bijvoorbeeld de verbetering van het aangeboden opleidingsprogramma; de tevredenheid is t.o.v. 2007 met 20% gestegen. Ook de tevredenheid over het cursusmateriaal is sterk toegenomen. 65% van onze klanten is tevreden over de prijs/kwaliteit verhouding, vorig jaar was dit nog 40%. In dit rapport hebben wij een aantal onderzoekspunten uitgelicht. Ter afsluiting hebben wij de verbeterpunten voor 2009 op een rij gezet.

# VOORTRAJECT

In dit deel van het onderzoek hebben wij aan klanten gevraagd hoe zij de voorbereidingen voorafgaande aan een cursus ervaren. Denk bijvoorbeeld aan: het cursusaanbod, het maken van afspraken, de communicatie met de accountmanager.

Wij hebben onze klanten de volgende vragen voorgelegd:

	ZO	O	N	T	ZT
7: Wat vindt u van het openaanbod aan cursussen.	0	0	16	81	3
8: Hoe ervaart u het nakomen van gemaakte afspraken met de afdeling Marketing en Planning?	3	7	19	65	6
9: Hoe ervaart u de inventarisatie van de opleidingsbehoefte?	0	0	42	55	3
10: Hoe ervaart u de communicatie met ons hoofdkantoor in Rotterdam?	3	0	26	71	0
11: Hoe ervaart u de communicatie met de accountmanager?	3	0	36	58	3
12: Hoe ervaart u het nakomen van gemaakte afspraken met de afdeling Planning en Logistiek?	3	13	13	65	6
13: Bent u voldoende geïnformeerd d.m.v. offerte, opdrachtbevestiging door de afdeling Marketing?	0	3	23	71	3
14: In hoeverre biedt de offerte die wij u aanbieden voldoende informatie om tot besluitvorming te komen?	0	3	20	74	3
<b>Algemeen oordeel:</b>	<b>1.5</b>	<b>3.25</b>	<b>24.38</b>	<b>67.5</b>	<b>3.38</b>

ZO= zeer tevreden

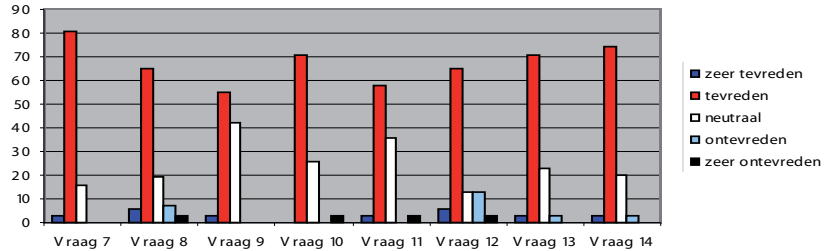
O=ontevreden

N=neutraal

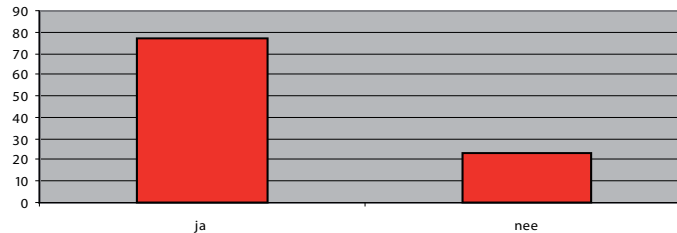
T=tevreden

ZT=zeer tevreden

### Voortraject



### Maakt u gebruik van maatwerktrainingen?



## Resultaat

De klant geeft duidelijk aan over het algemeen tevreden te zijn over de voorbereidingen die wij treffen.

Een verbeterpunt voor 2009 is de (gedeeltelijke) ontevredenheid van klanten over het nakomen van gemaakte afspraken met de afdeling Planning en Logistiek wegnemen.

# OPLEIDINGSPROGRAMMA

---

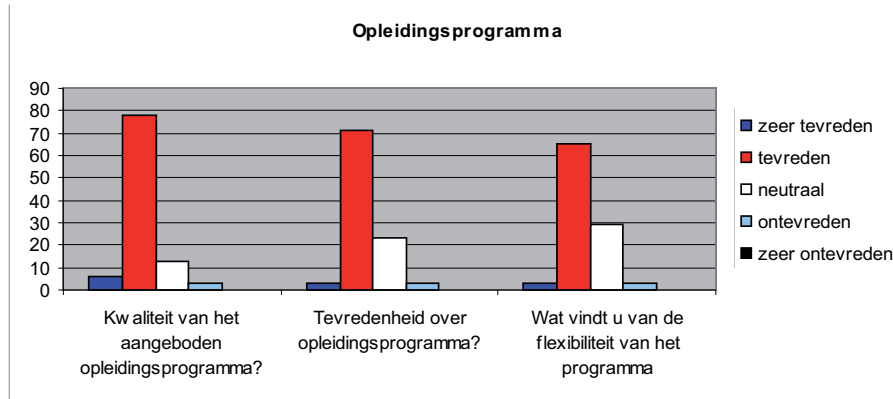
In dit onderdeel hebben wij de klant gevraagd hoe zij denken over de kwaliteit, de flexibiliteit en de tevredenheid met ons opleidingsaanbod.

Onderstaande vragen hebben wij de klanten gesteld:

	ZO	O	N	T	ZT
17: Kwaliteit van het aangeboden opleidingsprogramma?	0,0	3	13	78	6
18: Tevredenheid over opleidingsprogramma?	0,0	3	23	71	3
19: Wat vindt u van de flexibiliteit van het programma?	0,0	3	29	65	3
<b>Algemeen oordeel:</b>	<b>0,0</b>	<b>3</b>	<b>21.6</b>	<b>71.3</b>	<b>4</b>

ZO= zeer tevreden    O=ontevreden    N=neutraal    T=tevreden    ZT=zeer tevreden





## Resultaat

Wij mogen tevreden zijn met deze uitslag, want op één klant na zijn alle ondervraagde klanten tevreden over ons opleidingsprogramma.

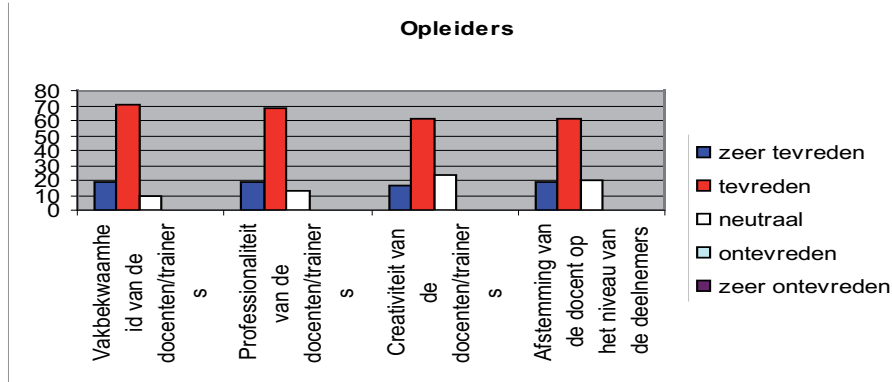
# DOCENTEN

Aan de hand van de volgende vragen heeft de klant ons duidelijk gemaakt of zij onze docenten vakbekwaam, professioneel en creatief vinden.

	ZO	O	N	T	ZT
24: Vakbekwaamheid van de docenten/trainers	0	0	10	71	19
25: Professionaliteit van de docenten/trainers	0	0	13	68	19
26: Creativiteit van de docenten/trainers	0	0	23	61	16
27: Afstemming van de docent op het niveau van de deelnemers	0	0	20	61	19
<b>Algemeen oordeel:</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>16,5</b>	<b>65,25</b>	<b>18,25</b>

ZO= zeer tevreden    O=ontevreden    N=neutraal    T=tevreden    ZT=zeer tevreden





## Resultaat

Wij waren blij en tevreden met het resultaat, want de klant geeft aan tevreden tot zeer tevreden te zijn over de docent. Dit betekent dat wij met vakbekwame, professionele docenten werken.

# CURSUSMATERIAAL

In dit onderdeel wordt ingegaan op de kwaliteit van het lesmateriaal, maar ook vragen wij de klant of het materiaal ook na de cursus bruikbaar is en of er overeenkomsten tussen het cursusmateriaal en de toetsvragen voldoende zijn.

De gestelde vragen:

	ZO	O	N	T	ZT
29: Wat vindt u van de kwaliteit van het gebruikte lesmateriaal?	0	3	26	68	3
30: Hoe ervaart u het lesmateriaal als naslagwerk?	0	0	32	65	3
31: Bent u tevreden over de verhouding lesmateriaal/toetsing?	0	3	55	36	6
<b>Algemeen oordeel:</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>37,66</b>	<b>56,33</b>	<b>4</b>

ZO= zeer tevreden

O=ontevreden

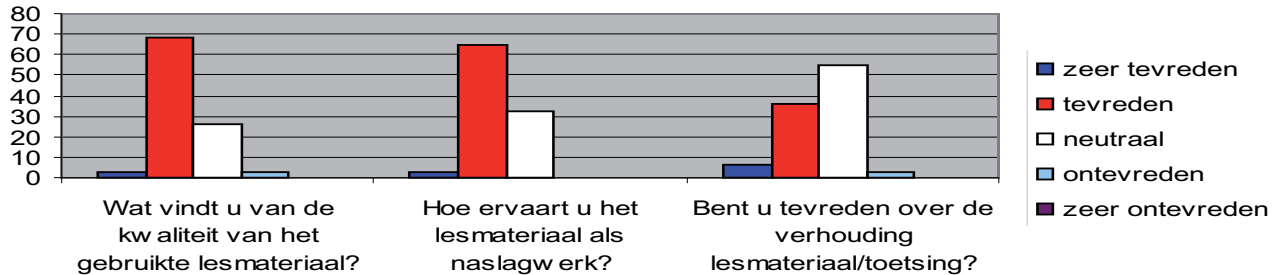
N=neutraal

T=tevreden

ZT=zeer tevreden



## Lesmateriaal



## Resultaat

Uit de grafiek is af te lezen dat de klant in grote lijnen tevreden is over het cursusmateriaal dat wordt ingezet, net als het gebruik als naslagwerk. Over de juiste verhouding cursusmateriaal c.q. toetsing zijn de meningen verdeeld; het grote deel van de ondervraagden is neutraal in zijn/haar mening.

# ORGANISATIE EN ADMINISTRATIE

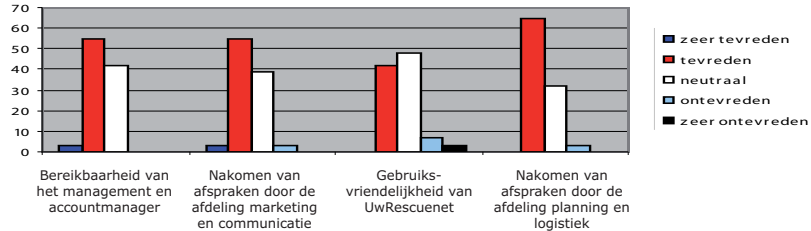
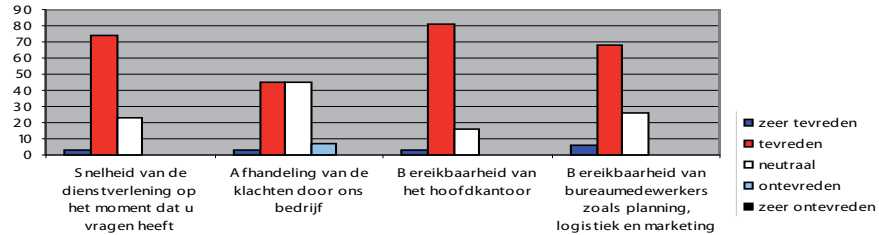
Hoe ervaart de klant de bereikbaarheid, het nakomen van afspraken en de afhandeling van klachten van onze organisatie? Vragen die in dit onderdeel aan de orde kwamen.

	ZO	O	N	T	ZT
37: Snelheid van de dienstverlening op het moment dat u vragen heeft	0	0	23	74	3
38: Afhandeling van de klachten door ons bedrijf	0	7	45	45	3
39: Bereikbaarheid van het hoofdkantoor	0	0	16	81	3
40: Bereikbaarheid van bureamedewerkers zoals planning, logistiek en marketing	0	0	26	68	6
41: Bereikbaarheid van het management en accountmanager	0	0	42	55	3
42: Nakomen van afspraken door de afdeling marketing en communicatie	0	3	39	55	3
43: Gebruiksvriendelijkheid van UwRescueNet	0	7	48	42	0
46: Nakomen van afspraken door de afdeling planning en logistiek	0	3	32	65	0
<b>Algemeen oordeel:</b>	<b>0</b>	<b>2,5</b>	<b>33,88</b>	<b>60,63</b>	<b>2,63</b>

ZO= zeer tevreden    O=ontevreden    N=neutraal    T=tevreden    ZT=zeer tevreden



### Organisatie en administratie



# AANBEVELINGEN

---

In 2009 zullen we, om de servicegerichtheid naar de klant te willen verbeteren, actie moeten ondernemen op de volgende punten:

- Verbeteren klachtenafhandeling.
- Verbeteren evaluatieprocedure (ná cursus) richting klant.
- Klanten frequenter informeren over nieuwe ontwikkelingen.
- Verbeteren gebruiksvriendelijkheid van UwRescueNet.
- Verzending digitale nieuwsbrief naar het gehele klantenbestand.
- Betere planning tussen de periode van verzending en retournering van cursusmaterialen.
- De juiste trainer (qua kennis en vaardigheden) op de juiste cursus.
- Verbeteren communicatie tussen afdeling Planning en klant.
- Verbeteren communicatie tussen afdeling Marketing en Planning.



## **METEN EN DAADWERKELIJK VERBETEREN!**