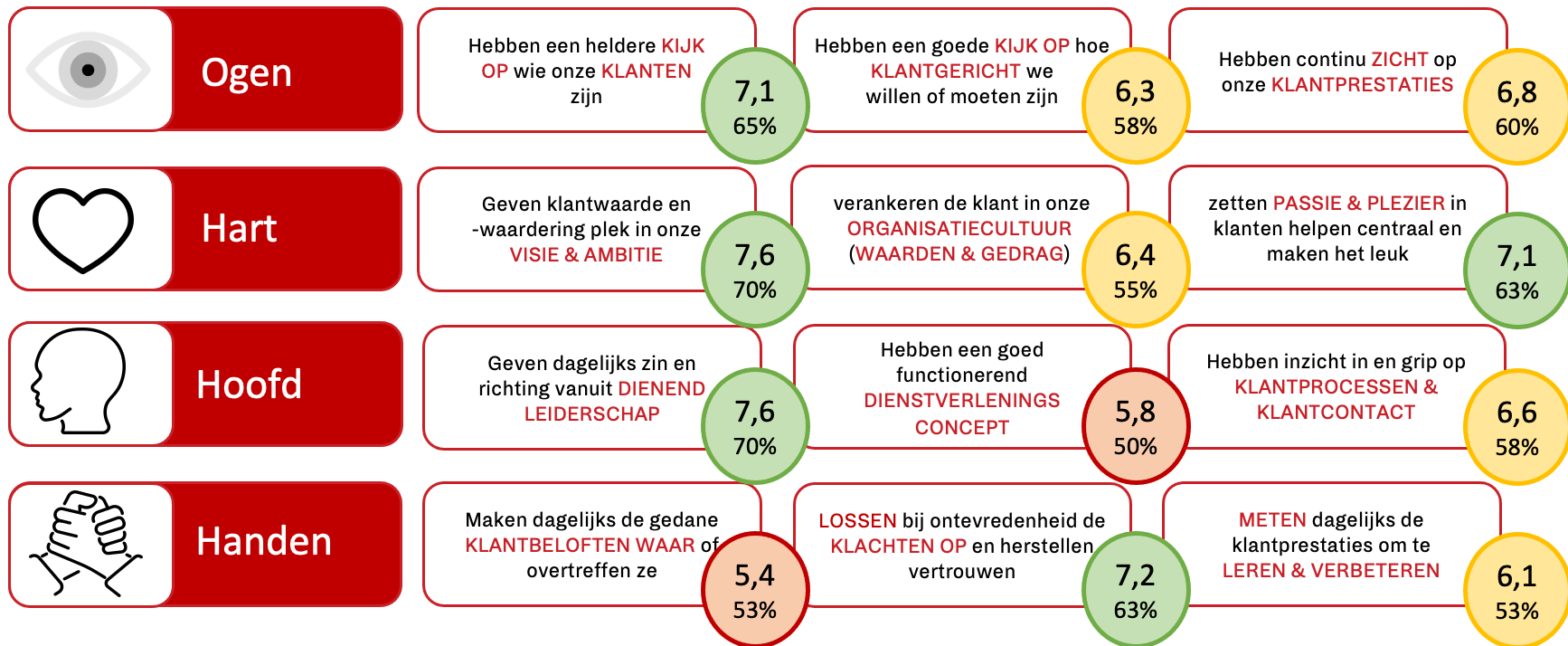


Groepsscore gemiddeld

WIJ ALS KLANTGERICHTE WONINGCORPORATIE...



Waar zitten de Uitdagingen?

WIJ ALS KLANTGERICHTE WONINGCORPORATIE...



Ogen

zonder klant in zicht
niet klantgericht

Geen filantropie:
gezonde strategie!

De normen vs
ons eigen normaal



Hart

Droom vs daad: hoe
gedragen is de visie?

Van basaal doen wat
we zeggen tot echt
inleven

Doe maar gewoon, het
is ons al snel te gek!



Hoofd

Ruimte geven,
ruimte nemen &
ondersteunen!

Hoe krijgen we écht
een klik met de klant?

Beter contact, niet
vaker of minder vaak



Handen

Niet echt doen wat we
zeggen...ook niet
zeggen wat we doen

Responsiviteit
voorkomt ruis

Verandering is geen
lang proces, maar een
dagelijkse actie

Leren van elkaar Wie doet 't goed?

WIJ ALS KLANTGERICHTE WONINGCORPORATIE...



Ogen

Maaïke
Pré Wonen

Manuella
Centrada

Ida
Woonveste



Hart

Marion
Tablis

Sabine
Talis

Marjolein
Talis



Hoofd

Pieter
Rochdale

Arno
Area

Ida
Woonveste



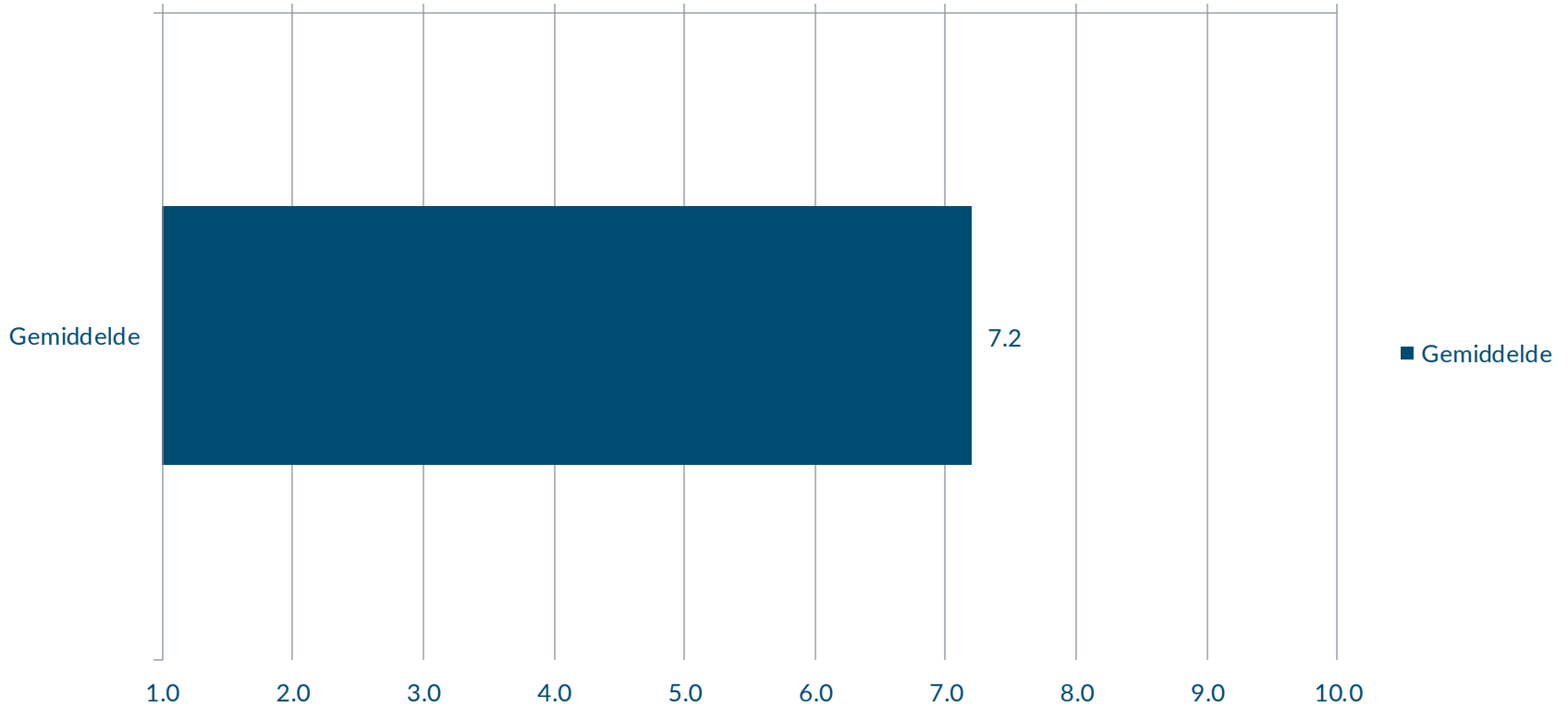
Handen

Johan
OFW

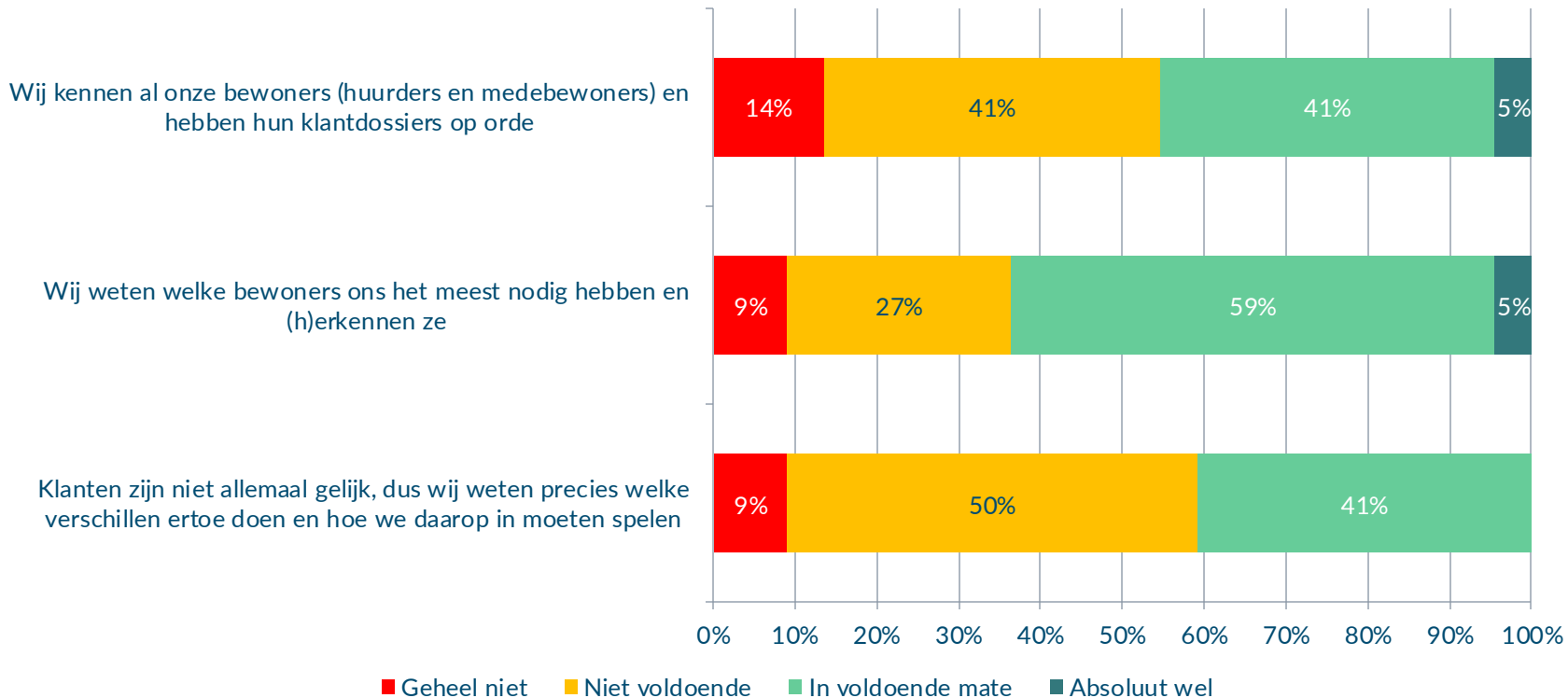
Marion
Tablis

Jeanine
Triada

BOUWSTEEN 1 Wij hebben een heldere kijk op wie onze klanten zijn



Geef middels een aantal sterren aan in hoeverre jouw organisatie het volgende op orde heeft...



Is het belangrijk dat je als woningcorporatie over actuele en complete bewonerskennis beschikt en weet wat bewoners van je verwachten? Waarom (niet)?

waarden

Dat is zeker nodig. Dit is in het algemeen nodig om te kunnen bepalen wat je uitgangspunten dienstverlening, kanaalstrategie, communicatieboodschap, etc. zijn. In het individuele klantcontact is dit nodig om persoonlijke aandacht te kunnen geven en waar nodig maatwerk te leveren.

Het is belangrijk om veel van wat de bewoner met je deelt, vast te leggen, zodat ook een andere collega daar zicht op heeft. (lettend op de AVG) Dus contactmomenten goed vastleggen is van belang.

Voor bewoners is het van belang dat zij weten wat zij van ons mogen en kunnen verwachten, anders scheidt dit verwachtingen, die bij voorbaad al niet waar gemaakt kunnen worden. Mijn ervaring is dat in veel gevallen, nee ook een antwoord is voor de bewoner.

Het is van belang dat wij kennis hebben over hun woonzaken bijvoorbeeld contacthistorie, informatie over de woning, complex en buurt. We hoeven niet alles te weten.

Hierop kunnen we onze dienstverlening afstemmen, maar ook een wijk/buurtgerichtere aanpak

Ik vind van wel. Op deze manier kan je meer maatwerk leveren voor de huurders die dat nodig hebben. Een grote groep huurders red zich, maar een steeds groter wordende groep huurders heeft meer aandacht en hulp nodig.

absoluut. de verwachting die bewoners van je hebben, heb je wel in eigen regie. Het gaat om de communicatie die je zendt zodat bewoners weten wat ze van je verwachten.

Jazeker. Alleen als je weet wat bewoners verwachten en waar het aan ontbreekt, kan je van een huis een thuis maken. Vandaar dat we in november alle huurders vragen of ze zich thuis voelen.

Ja, juist zodat je kunt inspelen op de individuele behoeften van bewoners.
Dé huurder bestaat niet.

Is het belangrijk dat je als woningcorporatie over actuele en complete bewonerskennis beschikt en weet wat bewoners van je verwachten? Waarom (niet)?

waarden

Actueel lijkt me erg belangrijk, je hebt verantwoordelijkheden naar deze huurder maar ook naar andere huurders. complete kennis is denk ik niet haalbaar in een grote organisatie.

Om de bewoners op een juiste manier te helpen is het belangrijk dat we voldoende kennis hierover hebben.

Ja, dan kun je ze nog beter verder helpen en van relevante info voorzien

Ja, deels wel, deels niet. Je kunt niet alles weten en dat hoeft ook niet, maar je kunt wel proberen om via wooncoaches en woonconsulenten proactief te zijn en vroegtijdig (toekomstige) problemen te signaleren.

Ja zoveel mogelijk wel. Maar alle bewoners kennen is niet mogelijk. De bewoners met een of meerdere problematieken proberen we zo goed mogelijk te leren kennen en maatwerk te bieden, ism onze netwerkpartners

Ja heel belangrijk. Een woningcorporatie is er niet alleen om woningen te verhuren maar ook om te zorgen dat men er fijn kan wonen. Dus je wilt graag weten wat voor bewoners er in een wijk wonen, waar de problemen liggen en wat de bewoners nodig hebben om ergens fijn te kunnen wonen,

Zeker, op deze manier kan je goed inspelen op de behoefte van de klant en ook goed aansluiting vinden.

Om dienstverlening en de effecten daarvan te kunnen evalueren en eventueel te kunnen bijsturen.

Ja, belangrijk. Omdat je zo het woongenot/behoefte/wensen van de huurders en de leefbaarheid in de buurt op niveau kunt houden

over het algemeen is er voldoende kennis van de huurder/bewoner. Er wordt regelmatig informatie opgehaald door vragenlijsten en bezoek van het team wijkbeheer of terugkopplingen vanuit de eigen reparatiedienst.

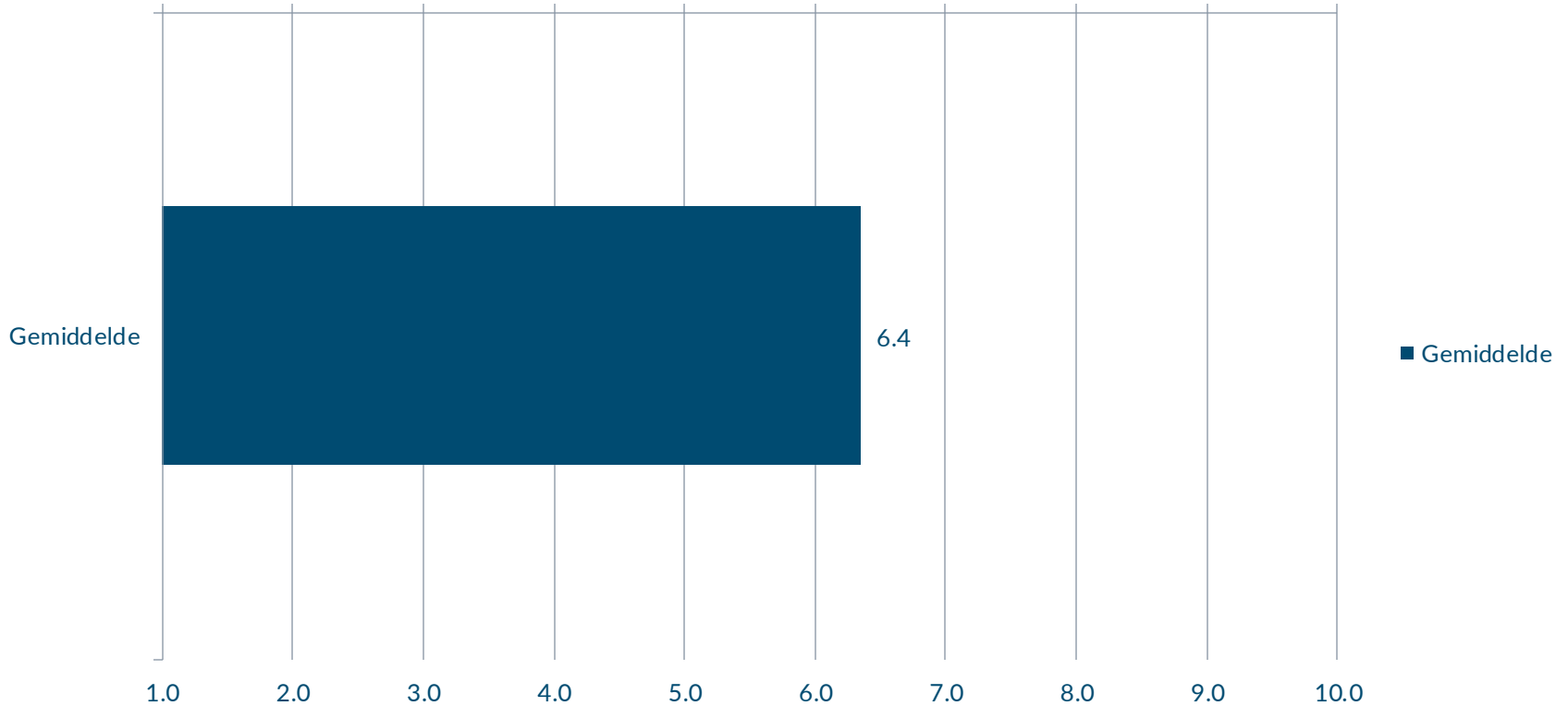
Is het belangrijk dat je als woningcorporatie over actuele en complete bewonerskennis beschikt en weet wat bewoners van je verwachten? Waarom (niet)?

waarden

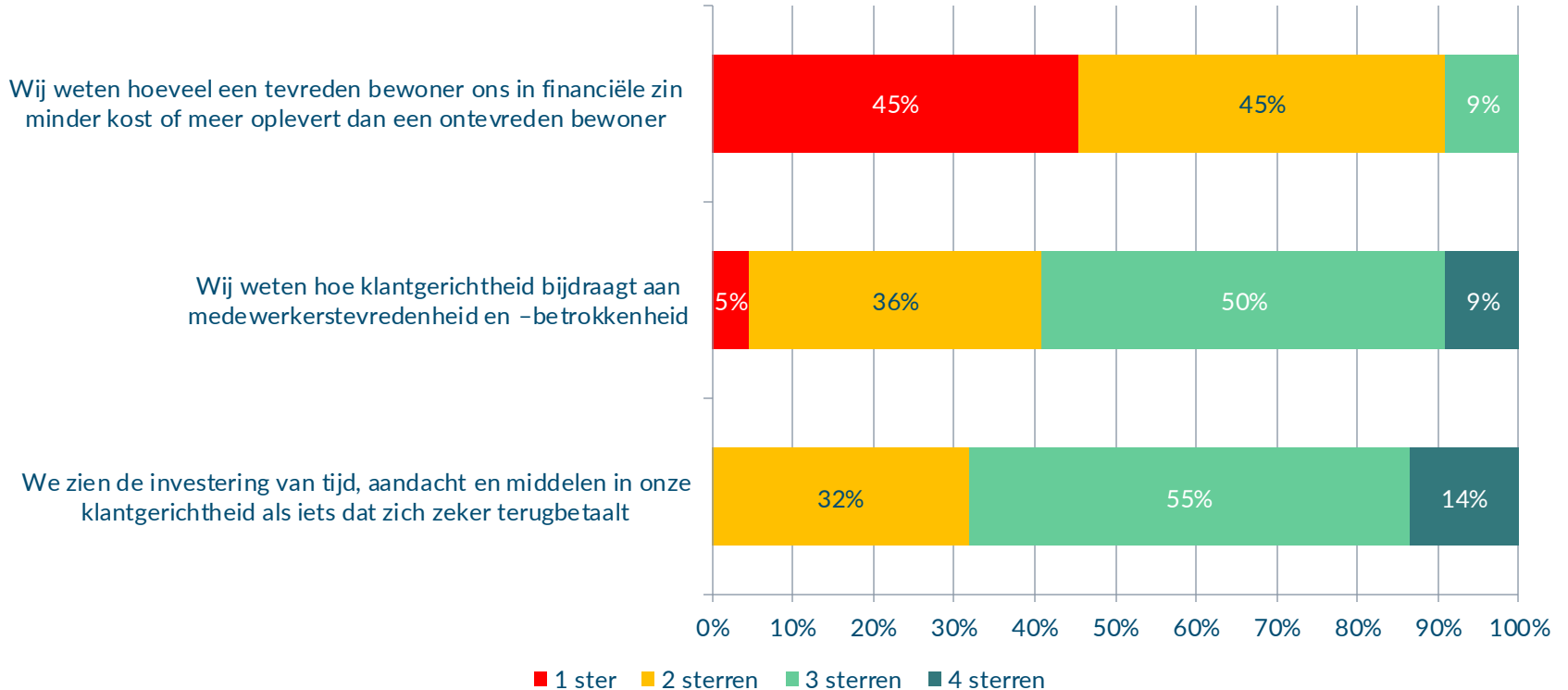
In basis wel. Alleen het is een utopie denk ik om dat dit van alle bewoners te weten. Met name de bewoners waar je nooit iets van hoort of die zich nergens voor opgeven, is het lastig om te weten wat ze van je verwachten.

BOUWSTEEN 2

Wij weten precies hoe belangrijk klantgericht werken is voor het succes van onze organisatie.



Geef wederom middels een aantal sterren aan in hoeverre jouw organisatie het volgende op orde heeft...



Wat zou er gebeuren als jij en jouw collega's geheel geen tijd, middelen en aandacht aan klantgerichtheid zouden geven?

waarden

Ontevredenheid bij huurders en medewerkers. Een meer financieel gestuurde organisatie. Hogere kosten onderhoud reparatie door bewonersgedrag (deze zijn in dit geval immers minder betrokken).

Een bewoner zou zich niet gehoord voelen en er zou geen ruimte en tijd meer zijn voor maatwerk. Dit resulteert in meer klachten en ontevredenheid. Wat dus meer werk met zich meebrengt voor de organisatie.

Goede contact met de klant is de grootste driver in tevredenheid. Als we hier geen aandacht voor zouden hebben, zou de tevredenheid dalen.

ontevreden huurders, veel klachten, ontevreden medewerkers, grote 'gap' tussen onze corporatie en onze huurders

Huurders gaan dan om negatieve aandacht vragen en het vertrouwen in de organisatie wordt erg laag.

Dan zijn huurders ontevreden. Huurders hebben aandacht nodig bij het beheren van hun woonruimte

Ons imago krijgt dan een flinke opdonder en de klachten nemen toe.

Meer ontevreden bewoners en uiteindelijk ook ontevreden medewerkers, omdat ze steeds 'nee' zouden moeten verkopen.

ontvreden huurders. onbegrip en miscommunicatie.

je kan op weinig medewerking rekenen van huurders als je zelf ook niet bereid bent te investeren

Dan krijgen we meer klachten en die kosten weer meer tijd en indirect ook meer geld

minder vragen en klachten

Meer ontevredenheid bij huurders en een slechte naam in de regio. Bij problemen kun je beter vriendelijk en behulpzaam blijven binnen de kaders en mogelijkheden dan je hebt en direct persoonlijk contact hebben is onze werkwijze.

Wat zou er gebeuren als jij en jouw collega's geheel geen tijd, middelen en aandacht aan klantgerichtheid zouden geven?

waarden

Dan heb je direct ontevreden huurders. Huurders willen weten waar ze aan toe zijn, in welke zin dan ook.

Buiten het feit dat de klanttevredenheid omlaag gaat, denk ik dat er meer problemen zouden ontstaan in onze stad. Men vindt het dan minder fijn wonen, er zullen meer burenruzies zijn, de woningen worden minder goed behandeld etc

Dan gaat de klanttevredenheid heel snel naar beneden

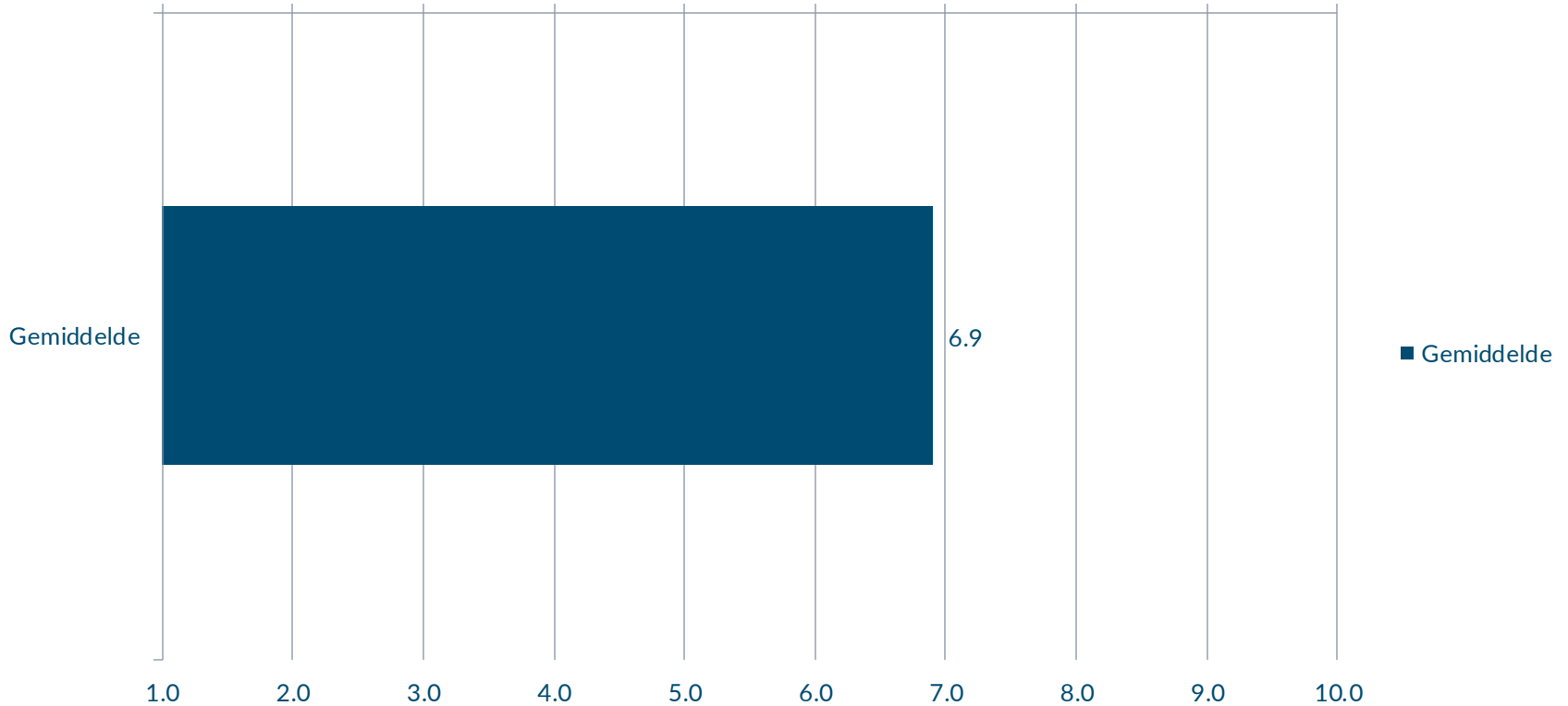
Dan daalt de kwaliteit van de dienstverlening en vermoedelijk de klanttevredenheid

Je niet meer kunt inspelen op de wensen en behoefte van de huurder.

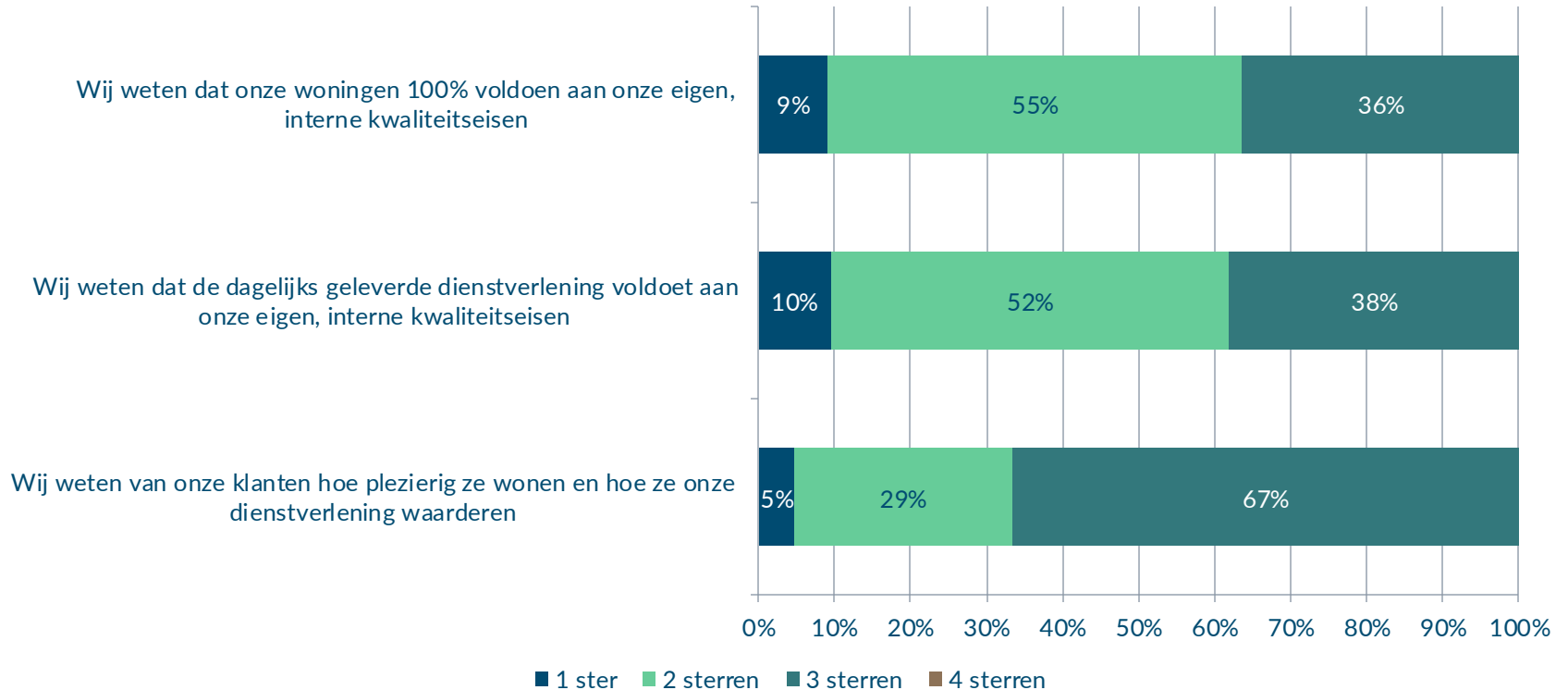
Bij uitvoeren van projecten is het essentieel dat de bewoner intensief betrokken wordt. Er kan veel maatwerk worden geleverd. als je dit niet kunt bieden dan heeft dit veel invloed op je klanttevredenheid

Dan zou de klanttevredenheid afnemen en uiteindelijk ook de motivatie bij collega's wegvloeien (met name bij de collega's die veel met de klant te maken hebben).

BOUWSTEEN 3 Wij hebben onze klantprestaties goed in zicht



Geef wederom middels een aantal sterren aan in hoeverre jouw organisatie het volgende op orde heeft...



In hoeverre is er een 100% commitment aan het leveren van afgesproken kwaliteit binnen jullie corporatie? Waar blijkt dat uit?

waarden

Dat is er onvoldoende. We zien dat teams/afdelingen zich vooral richten op de voor hun eigen vakgebied geldende doelstellingen en kwaliteitseisen, en worstelen met de realisatie daarvan. Gezamenlijke doelstellingen, bijvoorbeeld op het gebied van huurdertevredenheid en klantbediening krijgen wel aandacht binnen de organisatie, maar beklijven onvoldoende wegens andere focus en belangen.

Ik heb het idee dat dienstverlening niet door het gehele bedrijf gedragen wordt. Er wordt teveel in "eilandjes" gewerkt, waardoor diverse afdelingen zich niet verantwoordelijk voelen voor de kwaliteit / het proces van een andere afdeling.

Er is 100% comitment; voor mutatie woningen wordt er steeproefgewijs controles uitgevoerd en ook onb een afegsproken kwaliteit rennovaties en nieuwebouw opgeleverd.

kernwaarden en klantbeloften zijn onderdeel van onze meerjaren strategie; hoe we de klantbeloften waarmaken en hoe we uiting geven aan de kernwaarden is geborgd in de jaarplannen en persoonlijke medewerkersplannen. Klantbeloften worden meetbaar gemaakt in dashboard en contact onderzoek. Hieruit kunnen we afleiden of alle team idd het commitment leveren.

Deze is er niet, je voelt een betrokkenheid binnen de organisatie van veel collega's. Maar er wordt niet openlijk over gesproken en het komt niet tot nauwelijks terug binnen de organisatie.

Die is er niet. We hebben een koersplan voor 2025-2029 om juist te gaan werken aan het optimaliseren van onze dienstverlening. Onze systemen worden aangepast en onze medewerkers worden gefaciliteerd met middelen en kennis om de afgesproken kwaliteit te gaan uitdragen en borgen in onze organisatie.

Kan beter. Niet alle afgesproken kwaliteit en beleid staat nog op papier.

Die is er nog niet voor 100%. Dat blijkt bijvoorbeeld uit het feit dat onze 2e-lijns klantcontacten nog niet goed worden opgevolgd. Bewoners moeten soms lang wachten op een terugkoppeling, en hier meerdere keren zelf achteraan bellen.

In hoeverre is er een 100% commitment aan het leveren van afgesproken kwaliteit binnen jullie corporatie? Waar blijkt dat uit?

waarden

Er zijn werkafspraken met samenwerkingspartners over kwaliteit van oplevering. echter merk je onderling veel verschil in de kwaliteitseisen bij collega's. ik zou zeggen dat de organisatie haar best doet maar dat de uitvoering nog te wensen overlaat

Kwaliteit woning; Bij start van het in gebruik nemen van de woning voldoet de woning aan onze kwaliteitseisen. Tijdens de verhuurperiode wordt bijna alle onderhoud op verzoek en via planmatig onderhoud op onze kwaliteits niveau bijgehouden.
Kwaliteit dienstverlening; We hebben meerdere malen per jaar overleg met de bewonersraad over de dienstverlening en houden jaarlijks klantpanels en klantreizen van diverse klantprocessen om de kwaliteit van dienstverlening op peil te houden.

De vraag is wat de organisatie en medewerkers nodigen hebben om 100 commitment geven. De vraag is wat bedoel je daar mee, waaruit moet dit blijken. Dit moet je als organisatie eerst vaststellen, meetbaar maken en verbeterdoelen vaststellen

Heb ik minder zicht op.

We hebben onze processen onlangs allemaal aangepast. De aanpassingen komen bijna allemaal voort uit KWH enquêtes met wensen. En het luisterpanel.

De commitment is er wel, maar het wordt nog niet op alle vlakken goed uitgevoerd. Ook omdat je met externe partijen te maken hebt waarvan je wilt dat ze dezelfde kwaliteit leveren als dat wij intern eisen. En daarnaast heeft niet iedereen hetzelfde idee wat kwaliteit precies inhoudt.

We doen KWH onderzoeken onder onze bewoners, maar doen onvoldoende met de resultaten. Daarnaast hebben we eens lag te maken als het gaat om klantgericht zijn.

Commitment is hoog, wij weten dit door een hoge klanttevredenheid over bijvoorbeeld reparatieverzoeken.

In hoeverre is er een 100% commitment aan het leveren van afgesproken kwaliteit binnen jullie corporatie? Waar blijkt dat uit?

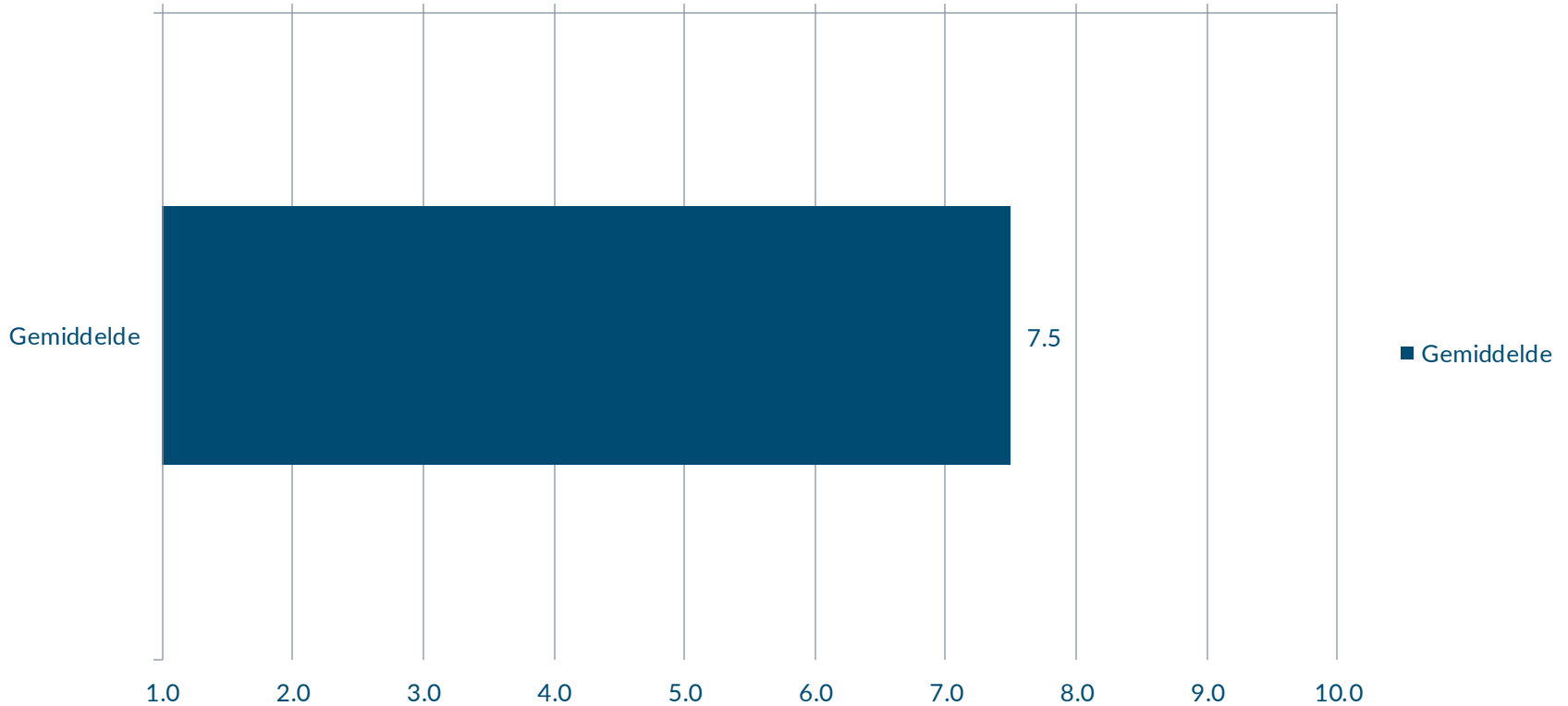
waarden

Ik denk dat dat nog wel verschilt per medewerker.

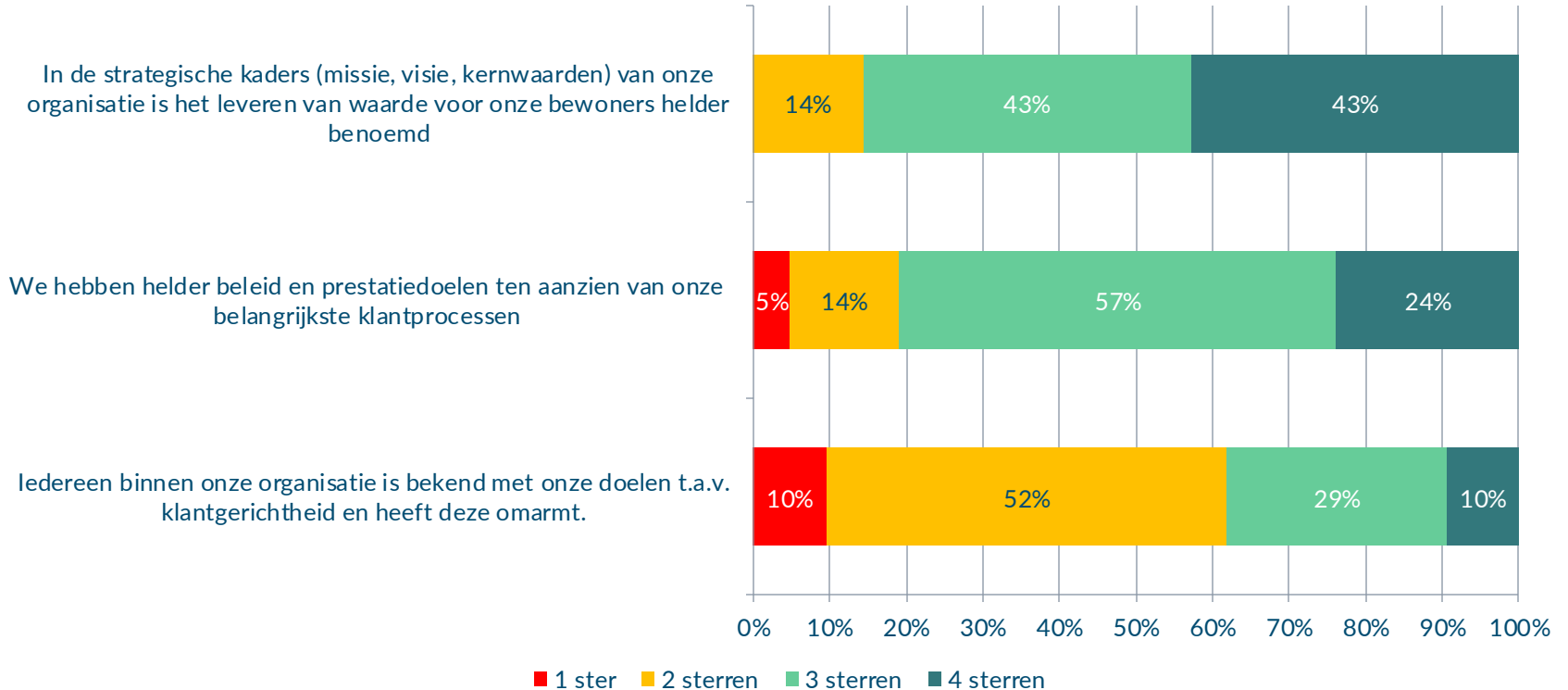
er is een duidelijk kwaliteitsbeleid voor de kwaliteit van de woning. We hebben afspraken over de gewenste dienstverlening aan de klant maar geen klantvisie. Dit zou het scherper maken voor de gehele organisatie.

Wij missen een klantvisie waarin vastgelegd staat wat de kwaliteit van dienstverlening moet zijn (welke kwaliteit we willen leveren). Dit zorgt dat er niet altijd een 100% commitment is over de kwaliteit van dienstverlening. We hebben wel sinds kort een kwaliteitsbeleid op het gebied van onze woningen.

BOUWSTEEN 4 In onze visie en ambitie staat van waarde zijn voor bewoners centraal en zijn vastgoed en bedrijfsmiddelen volgend.



Geef middels een aantal sterren aan in hoeverre jouw woningcorporatie het volgende op orde heeft...



In hoeverre zijn de kernwaarden van jouw organisatie richtinggevend voor bewonersgericht (samen)werken?

waarden

Op dit gebied zijn er verschillende waarden, waarbij in de uitvoering er grote verschillen zijn in de diverse afdelingen/bedrijfsonderdelen.

-

Lastig om in te vullen omdat de koers nu herijkt wordt; waarde voor bewoners staat centraal vanuit het idee van sterke buurten; echter vanuit dienstverlening niet.

Dienend, Duidelijk en Daadkrachtig. Dienend: alles wat we doen draagt bij aan een fijn thuis voor onze huurders. We zoeken hiervoor nadrukkelijk verbinding met collega's, huurders en partners. Samen zien we meer en komen we verder. Duidelijk: bij ons weet je waar je aan toe bent. We zijn duidelijk in onze keuzes en ambities en voelen ons daar verantwoordelijk voor. Daadkrachtig: wij doen wat nodig is om ons doel te bereiken, ook als we daarmee buiten de gebaande paden gaan.

Niet

goed omschreven in ons koersplan, welke nu uitgerold gaat worden in ons plan voor de komende jaren

Behoorlijk. Dit zijn mensgericht, samen en verantwoordelijk.

Steeds meer, maar er is nog zeker wel ruimte voor verbetering. Medewerkers vinden het soms nog lastig om maatwerk te leveren, omdat ze geen precedents willen scheppen.

de kernwaarde van Talis staan wel echt voor bewonersgericht werken. ik weet alleen niet of deze kernwaarde bij iedereen bekend zijn.

De kernwaarden van Area zijn bewonersgericht alleen moet de organisatie vooral tweedelijns nog meer in meegenomen worden!

Zijn richtinggevend. Vraag is of de processen voldoende hierop aansluiten

In hoeverre zijn de kernwaarden van jouw organisatie richtinggevend voor bewonersgericht (samen)werken?

waarden

Voor een groot deel. De kernwaarden zijn kortgezegd van buiten naar binnen, reflectie, pro-actief en empathie. In de basis werken we hiermee, maar met name reflectie en pro-actief staat door tijdgebrek op een lager pitje.

Onze kernwaarden zijn: empathisch, proactief, duidelijk en in verbinding én met plezier. Dit is zowel intern als richting onze huurders

Wij hebben oa een klantvisie opgesteld waarin dit duidelijk wordt aangegeven. Hier is veel tijd en aandacht in gestoken, alle medewerkers zijn hierbij betrokken geweest.

We hebben een mooie klantvisie, maar dit leeft denk ik nog onvoldoende binnen de organisatie. In onze visie staat de klant centraal en willen we klantgericht werken.

Volledig, de kernwaarden zijn ontwikkeld met als uitgangspunt de emotionele waarde van klantcontact. Wat wil je uitstralen en meegeven. Daarnaast hebben wij naast kernwaarden ook een aantal beloftes beschreven.

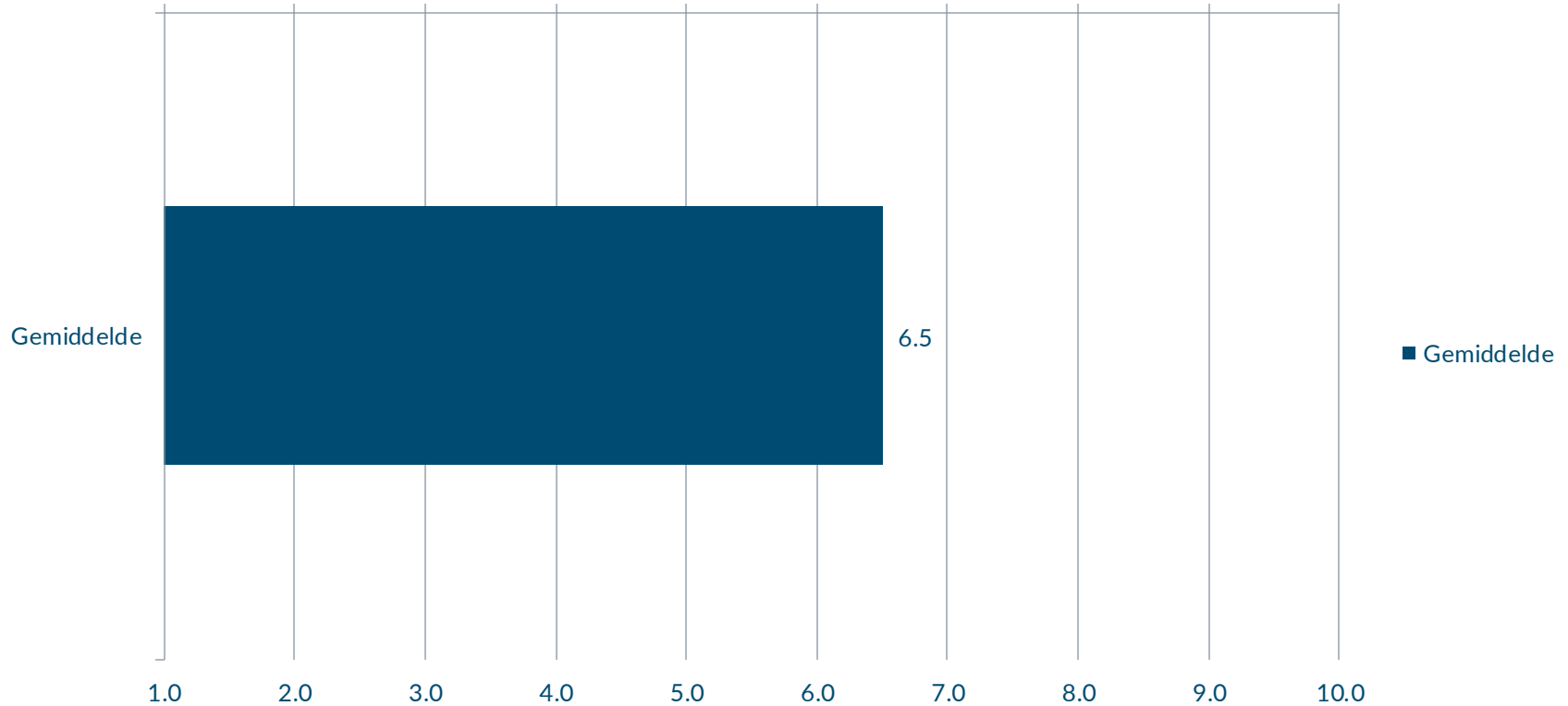
-

de kernwaarden worden goed toegepast op de verschillende onderdelen, maar mag meer belicht worden

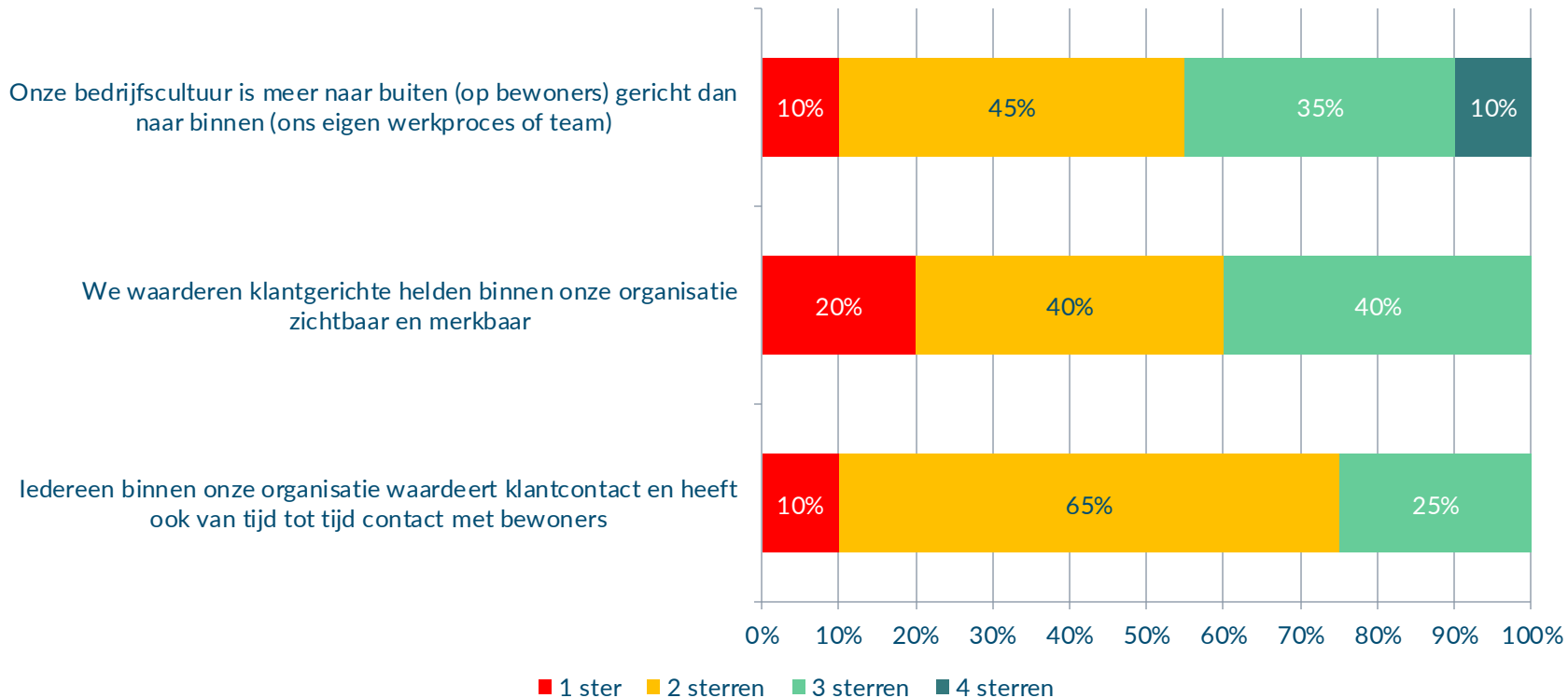
Onze kernwaarden zijn betrokken, gedreven en in beweging. Bij de omschrijving van deze kernwaarden nemen onze bewoners de belangrijkste rol in waardoor deze kernwaarden zeker richtinggevend zijn voor bewonersgericht werken.

BOUWSTEEN 5

Onze houding en gedrag laten zien dat we de klant in ons hart hebben gesloten; onze bedrijfscultuur is bewonersgericht



Graag vragen we je weer een aantal sterren te geven voor de mate waarin jouw woningcorporatie dit op orde heeft...



Als je één verandering in de houding en het gedrag van medewerkers van jouw organisatie mocht doorvoeren om (nog) klantgerichter te worden, wat zou dat zijn?

waarden

Gezamenlijke focus op realiseren uitgangspunten klantbediening (klantbeloftes, belevevinswaarden, doelstellingen).

Meer persoonlijke aandacht voor onze bewoners

Afspraken nakomen

Binnen 2 werkdagen een persoonlijke reactie naar huurder of collega bij een vraag of klacht.

Klantbesef. Weet dat er achter elke vraag een klant zit dit een antwoord wilt. En Nee is ook een antwoord.

Luisteren en verbinding blijven houden met de klant

Meer denken in oplossingen dan in onmogelijkheden

Betere communicatie. Daarmee los je volgens mij 80% van alle problemen op.

beter inlevingsvermogen en begrip voor mensen in andere situaties

Iedereen bewuster maken dat we allemaal in de organisatie bewonerscontact kan hebben. En daar in de persoonlijke gesprekken daar afspraken over maken en daar op monitoren.

Opvolgen van klantvraag/klacht en blijvend in contact met bewoner voor actuele info

Lastig te verwoorden. Collega's hebben soms toch te maken met 'lastige' huurders, die soms ook verbaal agressief worden en snel een oordeel klaar hebben, geen geduld hebben. Dat maakt het voor hen best een uitdaging en zo'n incident kan de werkbeleving voor hen beïnvloeden, wat ik begrijp. De empathie is dan ook sneller weg bij zo'n klant.

Als je één verandering in de houding en het gedrag van medewerkers van jouw organisatie mocht doorvoeren om (nog) klantgerichter te worden, wat zou dat zijn?

waarden

Nog meer durven maatwerk leveren, zonder bang te zijn dat we precedent scheppen richting andere huurders

Denken vanuit de klant en niet vanuit een proces

Ik denk dat we nog te vaak zeggen: ons beleid is dat, zo zijn de regels etc.

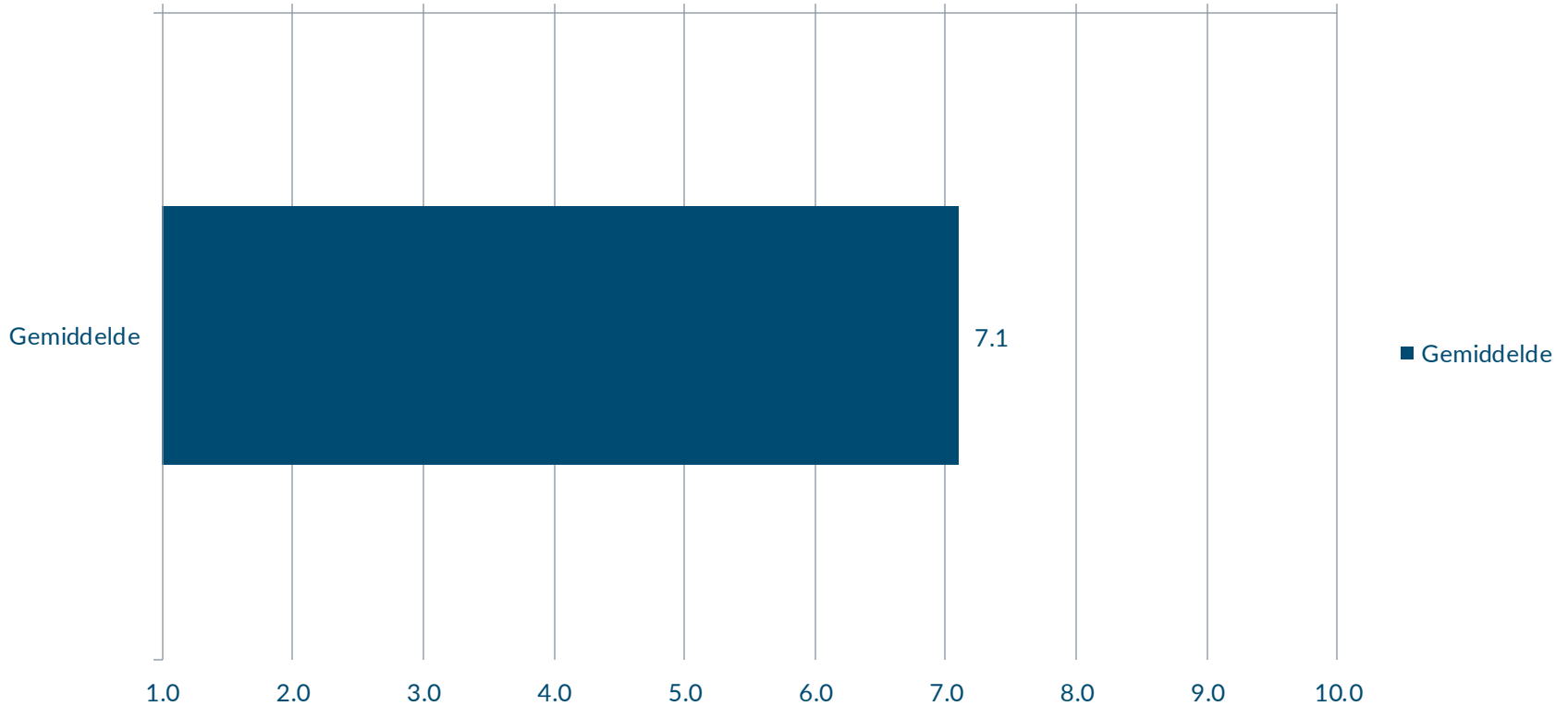
Daadwerkelijk afscheid te nemen van oude patronen waar de focus vooral gericht was op de interne organisatie.

Beter bereikbaar.

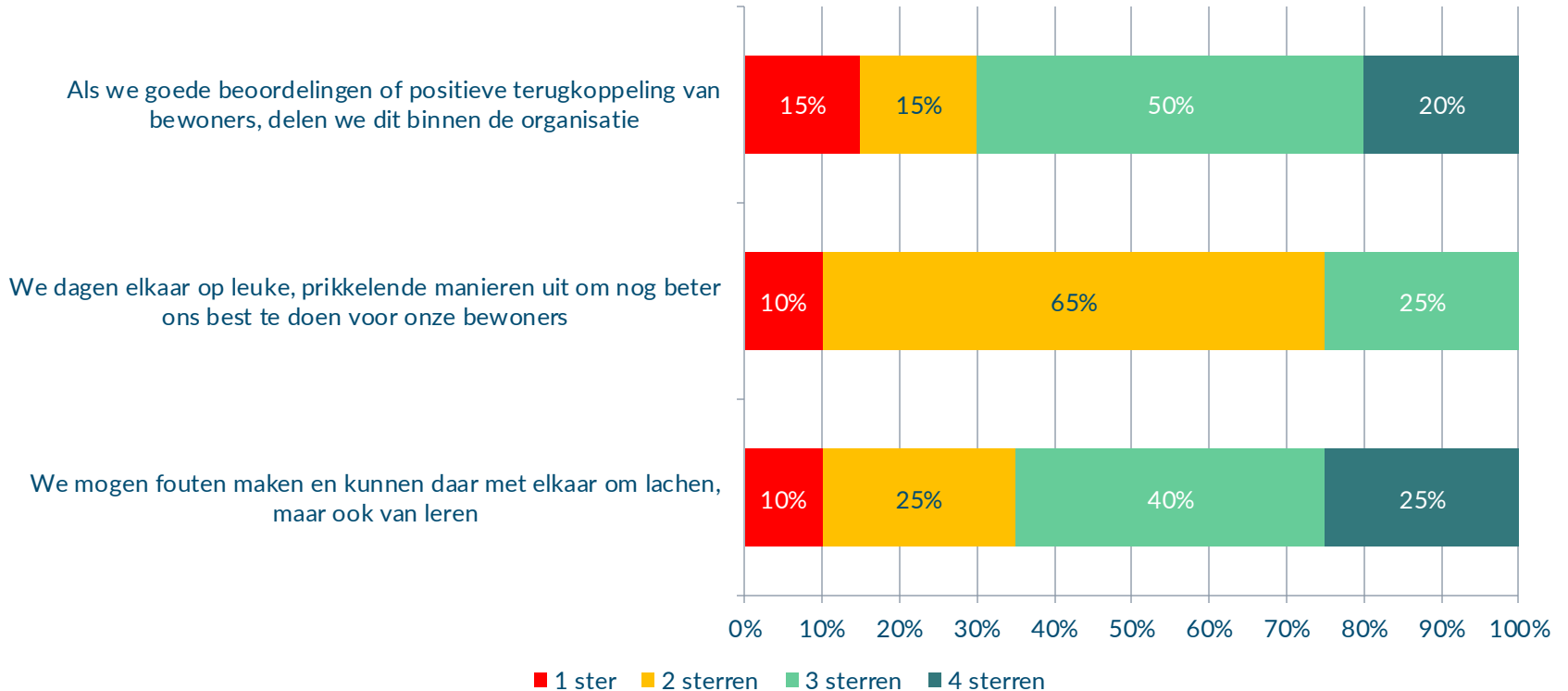
door samenwerken kan de medewerker met contact met huurder goed functioneren als de medewerker intem ook een goede dienstverlening levert aan de interne klant, de eigen collega

Bij bepaalde afdelingen de klant altijd voorop stellen in plaats van geld of stenen.

BOUWSTEEN 6 We hebben passie voor en plezier in wat we voor klanten doen. Wij maken bewonersgericht werken leuk!



Geef wederom een oordeel in aantal sterren voor de volgende aspecten;



In hoeverre voelen medewerkers ruimte voor lol en spontaniteit in het werken met en voor bewoners? Kan bij jouw organisatie 'alles voor een glimlach'?

waarden

In mijn beleving zijn er voldoende collega's die plezier en energie halen uit het contact met de klant, en die hun enthousiasme ook uitstralen naar buiten. Dit echter als individu. Vanuit het collectief en de organisatie krijgt dit minder aandacht.

Bij de collega's die in onze projectgroep "huurder centraal" betrokken zijn, merk je betrokkenheid voor dienstverlening naar onze bewoners. Bij veel andere collega's in de organisatie is dit niet vanzelfsprekend en staat dit op een zijspoor of leeft dit zelfs helemaal niet.

Ik denk dat dit per team/persoon verschillend is; maar wij doen niet alles voor een glimlach maar streven wel om klanten altijd op weg te helpen

per team en per medewerker verschillend. Niet alles kan voor een glimlach, een glimlach helpt wel in de verbinding

Collega's maken hier best veel lol en durven dit ook met klanten te doen. Fouten maken mag en je mag dat ook toegeven. Huurders en collega's waarderen de eerlijkheid

Nog niet

Dat kan zeker, maar wordt nog niet door iedereen zo ervaren. Werken we wel aan.

Dat hangt er vanaf welke afdelingje het vraagt. Ik denk dat de frontoffice hier heel ver mee is. We maken regelmatig gebruik van ons maatwerkfonds en dagen ook andere collega's uit hier gebruik van te maken. Mooie actie is ook dat we vorig jaar onaangekondigd als regenboogpieten 'de wijk in' zijn gegaan en bewoners daar verrast hebben met bezoekjes en natuurlijk veel lekkers.

Er wordt wel op een spontane manier omgegaan met onze klanten. geen zakelijke houding. tijdens bijeenkomsten doen we ons best om toenaderbaar te zijn.

Jazeker, zeker als het gaat om de gehele frontlinie. Tenslotten als je voor een woningcorporatie werkt ben je bewoners gedreven!

In hoeverre voelen medewerkers ruimte voor lol en spontaniteit in het werken met en voor bewoners? Kan bij jouw organisatie 'alles voor een glimlach'?

waarden

Dat is voor iedereen anders. Moet de glimlach uitgangspunt zijn?

Ja, de sfeer en ondersteuning bij lastige situaties is over het algemeen goed.

Jazeker! Liever dingen uitproberen en het is mislukt dan niets doen. We organiseren vanalles voor onze huurders en dat wordt gewaardeerd

Niet iedereen voelt deze ruimte nog, maar het gaat steeds beter.

Die ruimte is er zeker, maar mag nog meer gepakt worden. Collega's met klantcontact kunnen via een QR code een attentie of goedmaker bestellen voor klanten waar iets fout is gegaan of voor een klant die juist altijd voor iemand anders klaar staat.

Dit kan, sterker nog daar hebben we een maatwerkfonds voor ingericht om de spontaniteit en mogelijkheden ruimte te geven. Dit vraagt nog wel een switch naar het ook inzetten van dit fonds. Dat zit voornamelijk in, wanneer gebruik ik dit en voor wie?

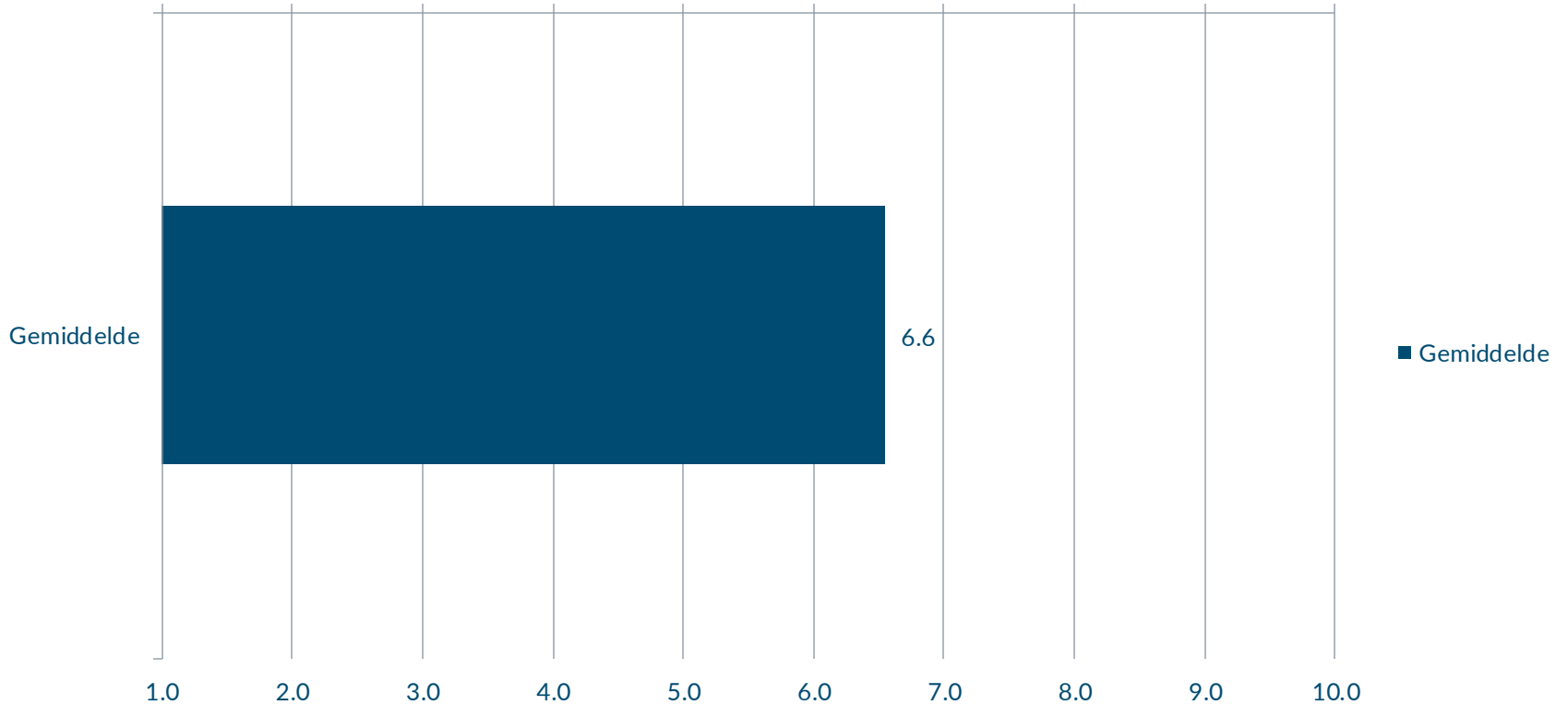
Veel wel.

alles voor een glimlach is wel next level, maar een gezond enthousiasme is wel aanwezig

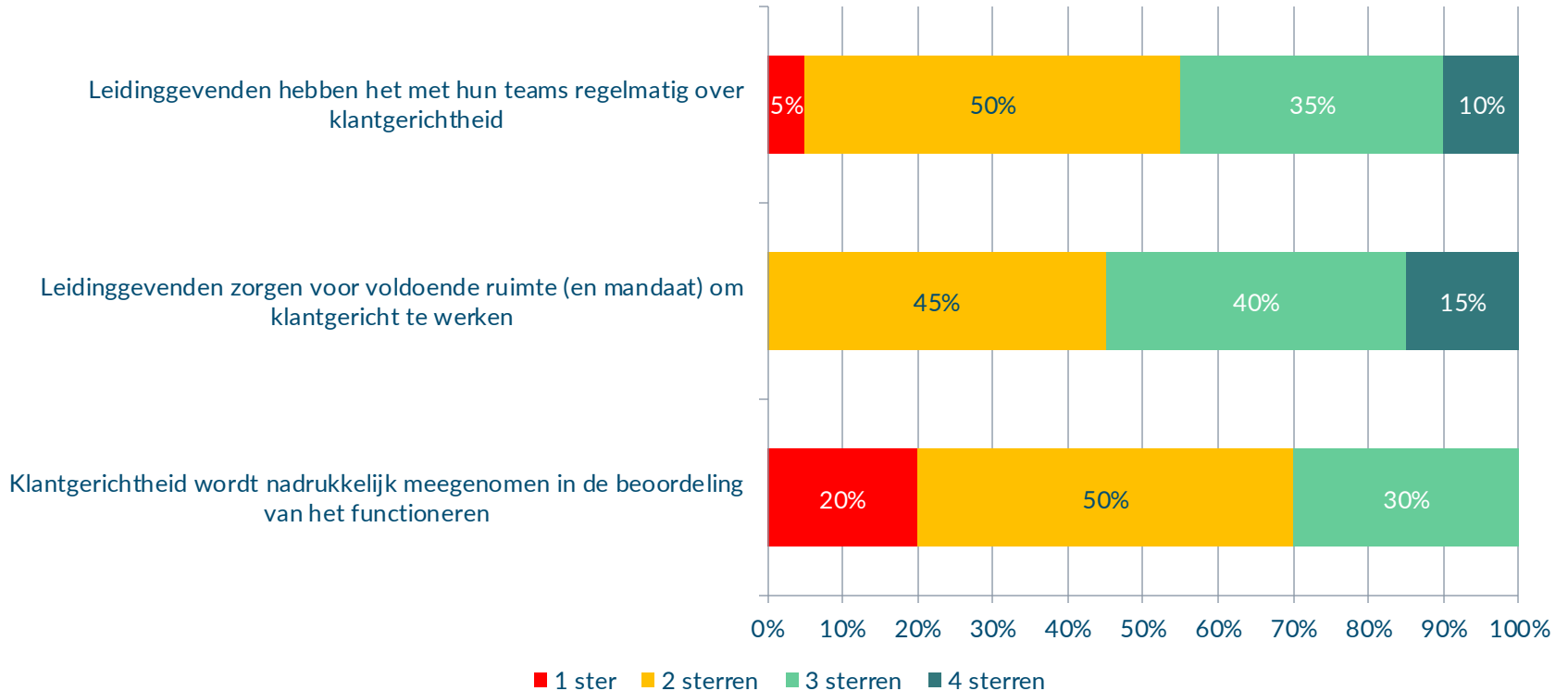
In mijn beleving is bij de collega's die in de wijken werken en daardoor het meeste met bewoners werken wel ruimte voor lol en spontaniteit. Maar of echt alles voor een glimlach kan vind ik lastig te beoordelen.

BOUWSTEEN 7

Leidinggevenden geven dagelijks zowel zin (motiveren) als focus (sturing) aan hun medewerkers om klantgericht te kunnen werken



Beoordeel het klantgericht leiderschap weer op de volgende onderdelen met 1, 2, 3 of 4 sterren;



In hoeverre is de organisatie eraan toe om meer verantwoordelijkheid en ruimte (mandaat) te geven aan medewerkers die het dichtst bij de klant staan?

waarden

Hier is voldoende fundament voor; uitgangspunten klantbediening, duidelijke doelstellingen en bewustzijn van continu verbeteren.

Ik denk dat het belang van dienstverlening nog een grote weg te gaan heeft in onze organisatie.

Beoordeling op klantgericht gebeurt alleen als de leidinggevende dit aangeeft; is geen standaard onderdeel

Die stap moeten we meer gaan maken en daarmee moeten onze nieuwe kernwaarden gaan helpen. Vooral de kernwaarde daadkrachtig (verkennen we ook buiten de gebaande paden?) geeft medewerkers meer ruimte om tot een gepaste oplossing te komen

Er is genoeg vrijheid om het goed voor de klanten op te lossen en mee te denken. De collega's die bij de klanten staan weten vaak wat er mogelijk is en wat ze kunnen betekenen om de klanten goed verder te helpen.

Wij zijn er aan toe en gaan dit ook DOEN

De organisatie doet dat. Het pakken van die ruimte is nog een dingetje.

Ons maatwerkfonds is daar een mooi voorbeeld van. Hoewel sommige medewerkers het moeilijk vinden, weten we dit fonds vaker te vinden en stimuleren we elkaar ook om er gebruik van te maken, én het goede gesprek erover te voeren.

ik geloof dat dit mandaat er op de afdelingen technisch beheer en leefbaarheid al zijn

De medewerkers in de front van de organisatie hebben voldoende mandaat en ruimte om dicht bij de klant te staan.

Klantgericht werken ja. Mandaat hangt af van functie. Vraag is wat uitgangspunt is. Klantgerichte processen helpen om klantgericht te werken. Gaat niet altijd eerst om verantwoordelijkheden maar wel hoe organisatie is ingericht, strategie, kernwaarden en KPI's.

In hoeverre is de organisatie eraan toe om meer verantwoordelijkheid en ruimte (mandaat) te geven aan medewerkers die het dichtst bij de klant staan?

waarden

Er ligt al vrij veel verantwoordelijkheid bij medewerkers door wisselingen van managers de afgelopen jaren, maar verder heb ik daar nog niet zoveel zicht op.

Die hebben de medewerkers al. Niet alleen diegenen die het dichtsbij staan, maar ook verder ervan af

We zijn goed op weg, maar er moet nog genoeg gebeuren om te zorgen dat medewerkers het ook zo voelen.

Door medewerkers ruimte te geven in het vrij bestellen van een attentie wordt al wat meer vrijheid gegeven. Als er afgeweken moet worden van regels en beleid wordt nog niet de ruimte gevoeld om met managers in overleg te gaan.

Dat is een wens, toch denk ik dat het niet ligt aan het geven van meer verantwoordelijkheid maar dat het meer gaat over 'hoe ga ik er als medewerker mee om'. De richtlijnen zijn belangrijker dan de daadwerkelijke ruimte of verantwoordelijkheid.

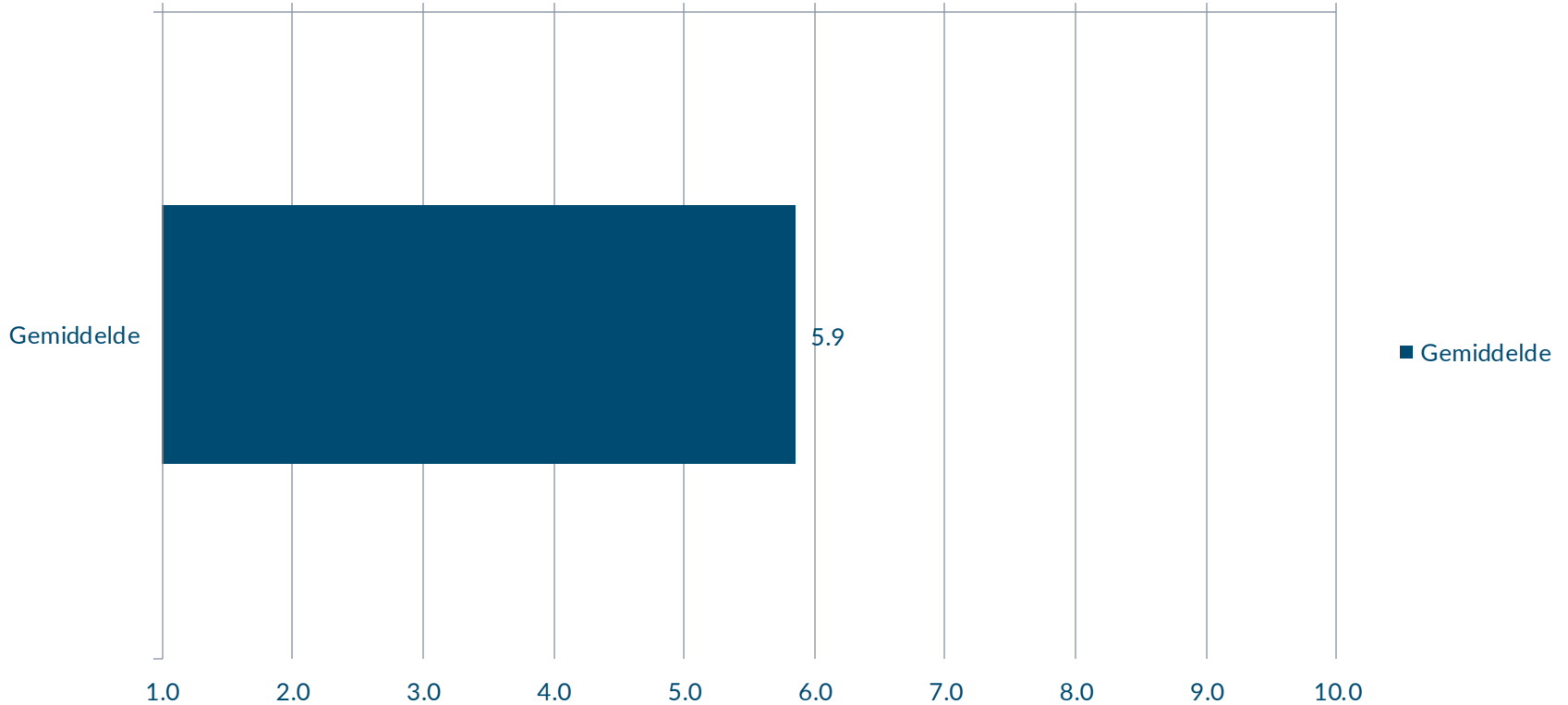
-

we zijn er aan toe om deze stap te zetten maar is nog erg onwennig

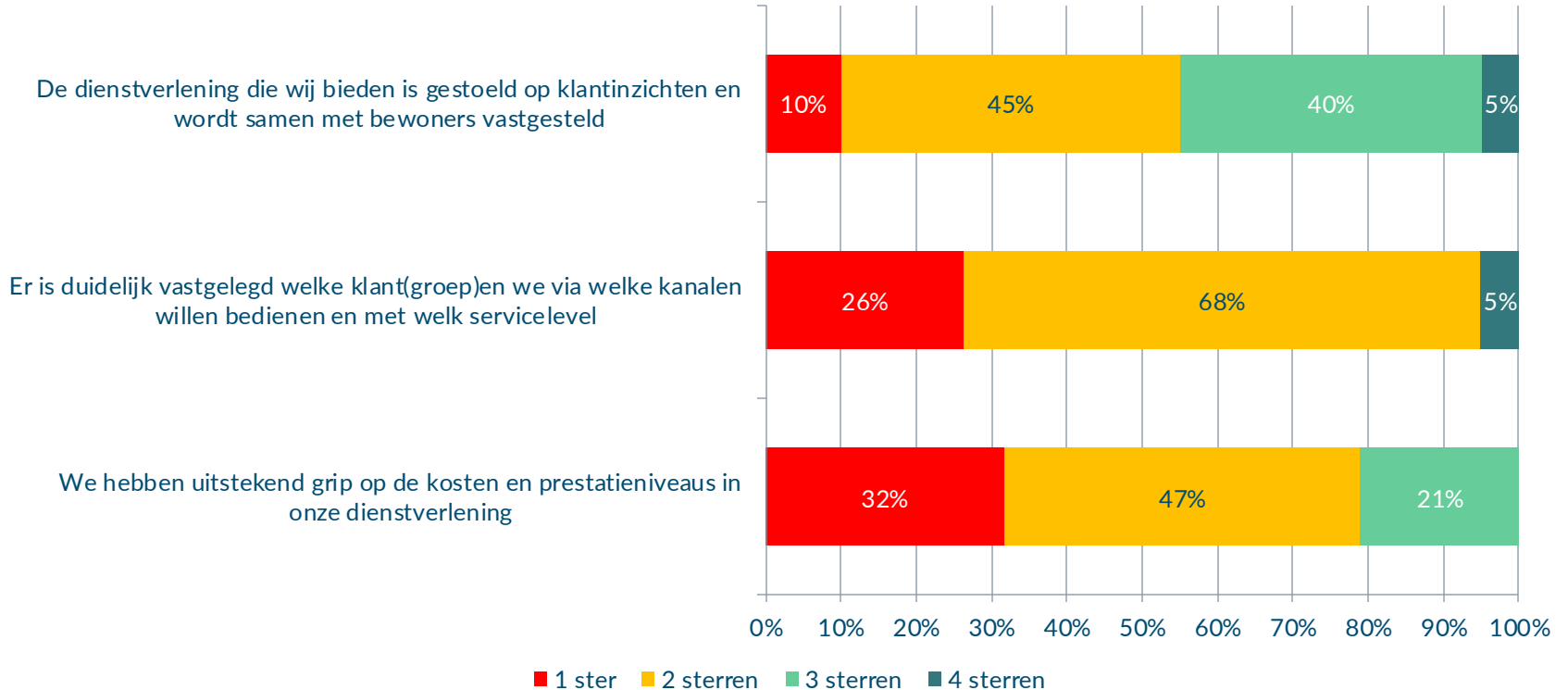
Bij de medewerkers die het dichtst bij de klant staan is die ruimte er vanuit de organisatie wel. Die ruimte wordt in ieder geval wel gegeven door de leidinggevende van deze medewerkers.

BOUWSTEEN 8

We hebben een slim en goed functionerend dienstverleningsconcept, waarbij we de juiste aandacht aan de juiste bewoners geven.



Geef je oordeel op de volgende deelaspecten van het dienstverleningsconcept;



Veel organisaties werken met een combinatie van dienstverlening in een gewenste verhouding van Klik-Bel-Bezoek. Wat is de ideale verhouding tussen digitaal, telefonisch en 'live' contact voor jouw corporatie?

waarden

80/20

Ik pleit in veel situaties voor meer "live" contact. Een bewoner voelt zich gehoord en gezien en dat bereik je lang niet altijd met een email.

Vorig jaar een eerste aanzet gedaan voor een klantvisie en zijn nu bezig met het verdere uitwerken hiervan in een dienstverleningsconcept.

Afhankelijk van proces. Bij melden reparaties: zoveel mogelijk digitaal heeft de voorkeur.

Bij vragen of klachten liever telefonisch melden, zodat er gelijk een persoonlijk contact is met de huurder.

Live kan altijd en moet zeker mogelijk blijven, liefst op afspraak, zodat we ook zeker weten dat de huurder door de juiste medewerker te woord wordt gestaan.

We streven naar nog meer digitaal. Telefonisch & live voor de kwetsbare en niet digitale huurders.

Huidige situatie: telefonisch, digitaal en live

Gewenste situatie: 70% digitaal, 10 % telefonisch en 20% live

Is volgens mij niet beschreven

Voor de bewoner moet het niet uitmaken. Die moet via het gewenste kanaal gebruik kunnen maken van onze dienstverlening. Voor medewerkers heb ik persoonlijk liever dat de focus meer komt te liggen op digitale dienstverlening waar het kan, zodat we sneller de 'makkelijke' vragen kunnen afhandelen en meer tijd overhouden voor de mensen die meer of andere aandacht nodig hebben.

ik vindt het erg belangrijk dat mensen ons kunnen bellen en ons kantoor kunnen bezoeken. dit staat voor mij bovenaan. uiteraard moet er ook digitaal veel geregeld kunnen worden, maar fysiek contact vindt ik belangrijker

Veel organisaties werken met een combinatie van dienstverlening in een gewenste verhouding van Klik-Bel-Bezoek. Wat is de ideale verhouding tussen digitaal, telefonisch en 'live' contact voor jouw corporatie?

waarden

klik; 40%

bel; 20%

face; 40% aan balie 10% en 30% proactief in de wijk!

Geen idee. Dat is iets wat je samen moet vaststellen adhv onderzoek, gesprekken bewoners en collega's.

Onze organisatie is goed toegankelijk via telefoon of bezoek aan ons kantoor (zonder afspraak). Dan wordt er ook altijd snel geschakeld en dat vinden onze 'dorpse' huurders prettig. We merken dat vooral oudere huurders hier makkelijk gebruik van maken.

Jongere huurders doen meer digitaal.

De ideale verhouding is dat we zo veel mogelijk digitaal doen, we hebben een grote oudere doelgroep. Daarom zijn we ook elke dag telefonisch en met live contact bezig. De ene functie iets meer dan de ander. We kunnen steeds meer processen ook met klik bedienen, omdat we willen dat de huurder de keuze heeft. Eerder stuurden we op 80 klik, daar zijn we vanaf gestapt

Telefonisch 80%

Live 15% (voornamelijk ouderen en klanten die de taal niet goed spreken)

Digitaal 5%

We hebben er eerder onderzoek naar laten doen en men spreekt liever een medewerker zelf, dus het digitale promoten wij verder niet heel veel.

Wij hebben beschreven dat we zo goed mogelijk bereikbaar willen zijn voor klanten en dat dat via passend contact moet zijn. dat kan zijn digitaal of persoonlijk. De klant kiest zelf

Veel organisaties werken met een combinatie van dienstverlening in een gewenste verhouding van Klik-Bel-Bezoek. Wat is de ideale verhouding tussen digitaal, telefonisch en 'live' contact voor jouw corporatie?

waarden

Ideale verhouding is lastig vanuit het organisatieperspectief. Zelf denk ik dat 100% digitaal aanbieden belangrijk is om telefonisch en live de kwaliteit te kunnen bieden. Dus in principe 100% digitaal, wanneer het niet lukt of je heb behoefte om even te kletsen dat dit telefonisch en live kan. Hetgeen we ook zien bij supermarkten, kies ik voor de klets-kassa of voor de snelle service of voor de zelfscan.

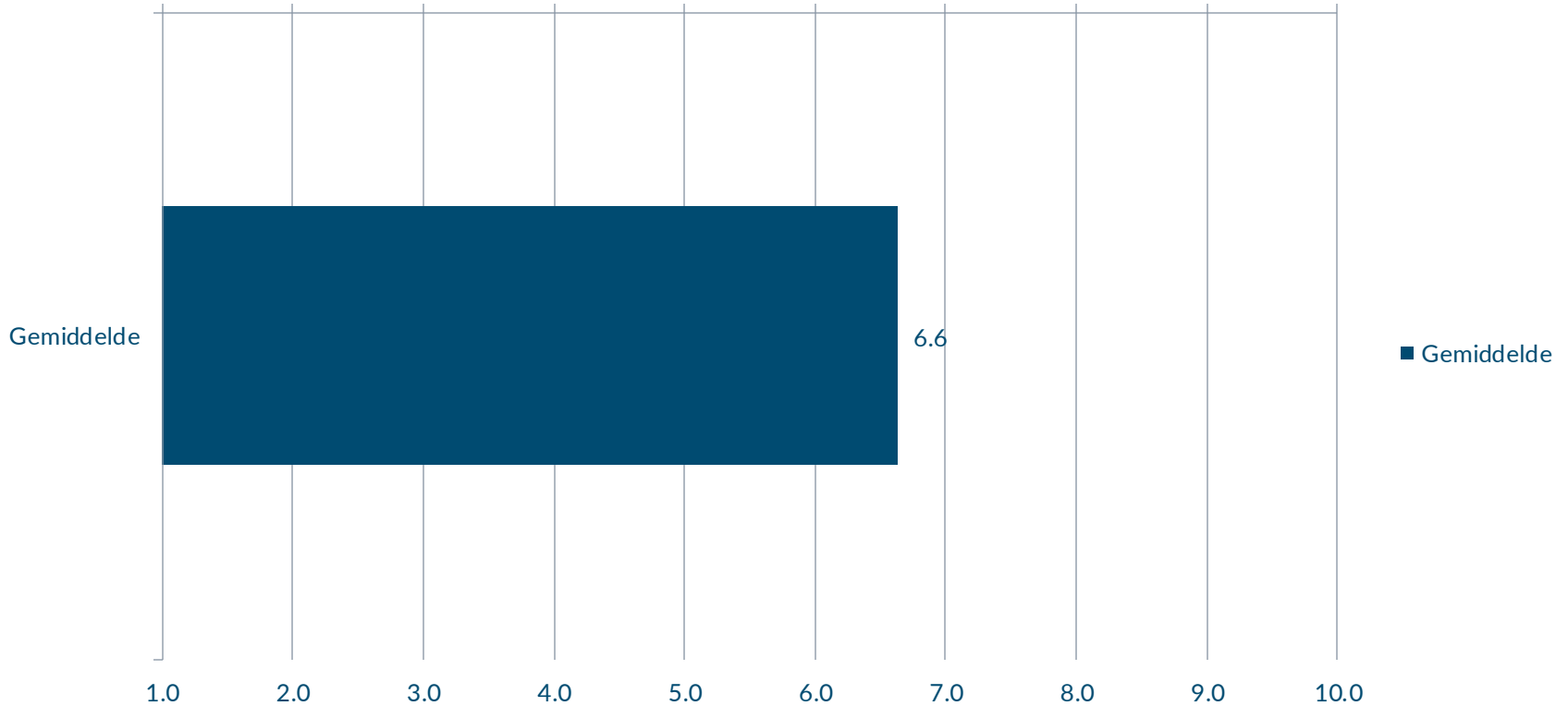
Live of telefonisch contact bij oudere mensen en bepaalde doelgroepen en digitaal met jongeren

lastig inschatten voor nu. We zijn in oktober net gestart met meer digitale service voor de huurder en een klantvolgsysteem. er is geen duidelijk doel, de wens is om dit op te nemen in een nieuwe klantvisie

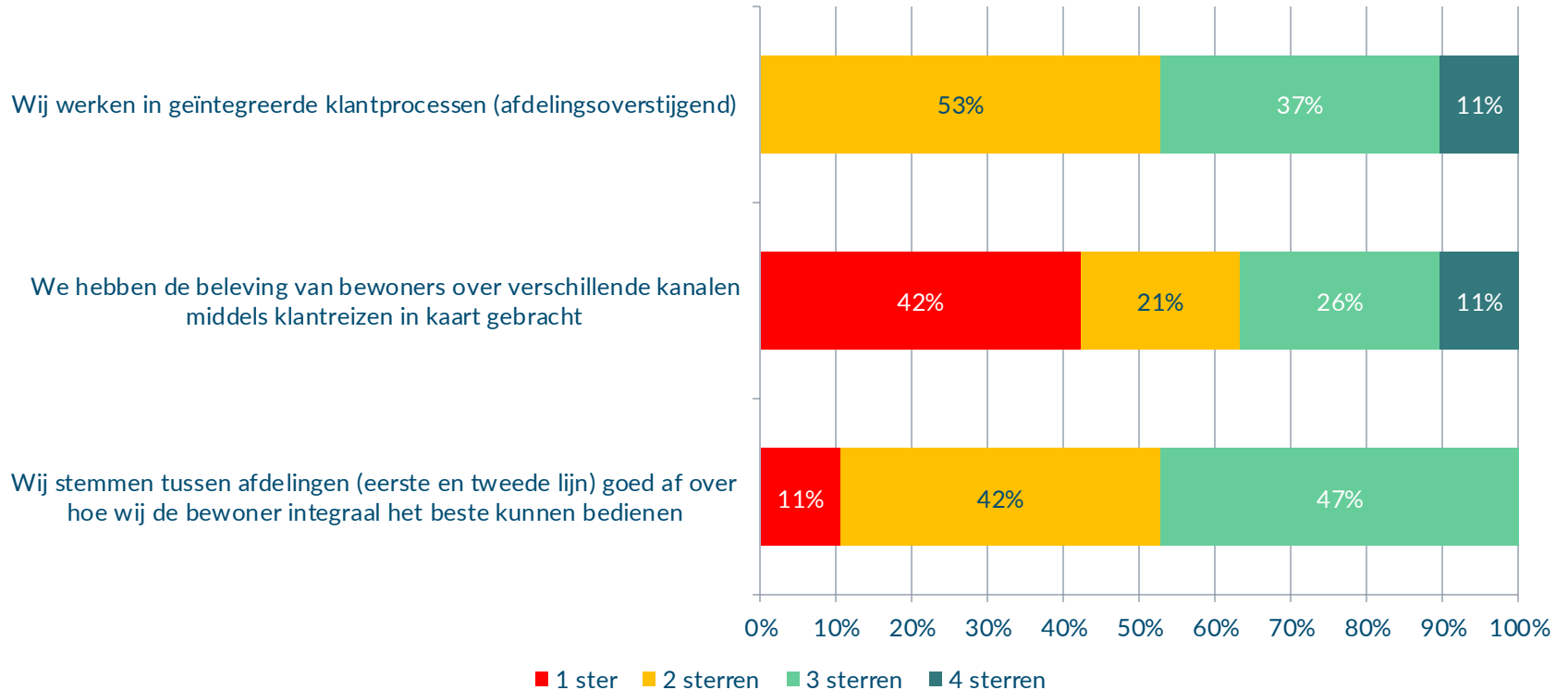
Geen idee. Wij vinden dat de klant zelf het kanaal moet kiezen waar hij of zij zich het beste bij voelt. Wel willen we steeds meer digitaal doen waar mogelijk zodat er meer tijd komt voor live contact met onze bewoner of woningzoekende die dit nodig heeft.

BOUWSTEEN 9

We hebben grip en inzicht op onze klantprocessen en ons bewonerscontact



Beoordeel de omgang met bewonerscontact op de volgende onderdelen;



Als het MT van jouw organisatie mocht kiezen, zouden ze dan liever willen dat jouw corporatie twee keer zoveel, of twee keer minder klantcontacten had?

waarden

Twee keer minder

Dat zou ik niet weten.

2 x minder maar dan contacten op het juiste moment en met de juiste informatie in de klantreis

twee keer minder (maar met behoud van hoge score op tevredenheid over onze processen)

Twee keer minder. First time right

minder klantcontact via social media maar meer contact in de wijken

Twee keer zoveel. Ambitie is om alle huurders eens in de drie jaar te spreken.

Minder klantcontact wordt vaak gezien als een goed signaal, maar dat hoeft natuurlijk helemaal niet. Klantcontacten geven waardevolle informatie voor je dienstverlening. Ik hoop dat mijn MT zou kiezen voor de klantcontacten die nodig zijn, ongeacht het aantal. We willen toch weten waar en voor wie we het beter kunnen doen?

twee keer zoveel

Dat verschilt per afdeling natuurlijk, maar als je het mij vraagt dan twee keer zoveel maar wel proactiever.

Minder

Ik ben geen MT-lid. Maar doordat klantcontact meer tijd kost, wat soms schaars is zou ik deels zeggen minder. Maar ons sterke punt van toegankelijk en makkelijk bereikbaar zijn vinden we ook van grote waarde, dus in die zin meer. Het is een moeilijke afweging.

Als het MT van jouw organisatie mocht kiezen, zouden ze dan liever willen dat jouw corporatie twee keer zoveel, of twee keer minder klantcontacten had?

waarden

Liever twee keer zo veel, maar wel efficiënter en over de juiste dingen.

2x zoveel

Twee keer minder, we hebben veel klantcontact. Bewoners weten ons te vinden, klanten mogen ons benaderen op een manier die bij hun past, maar de ambitie is niet om het klantcontact te vergroten.

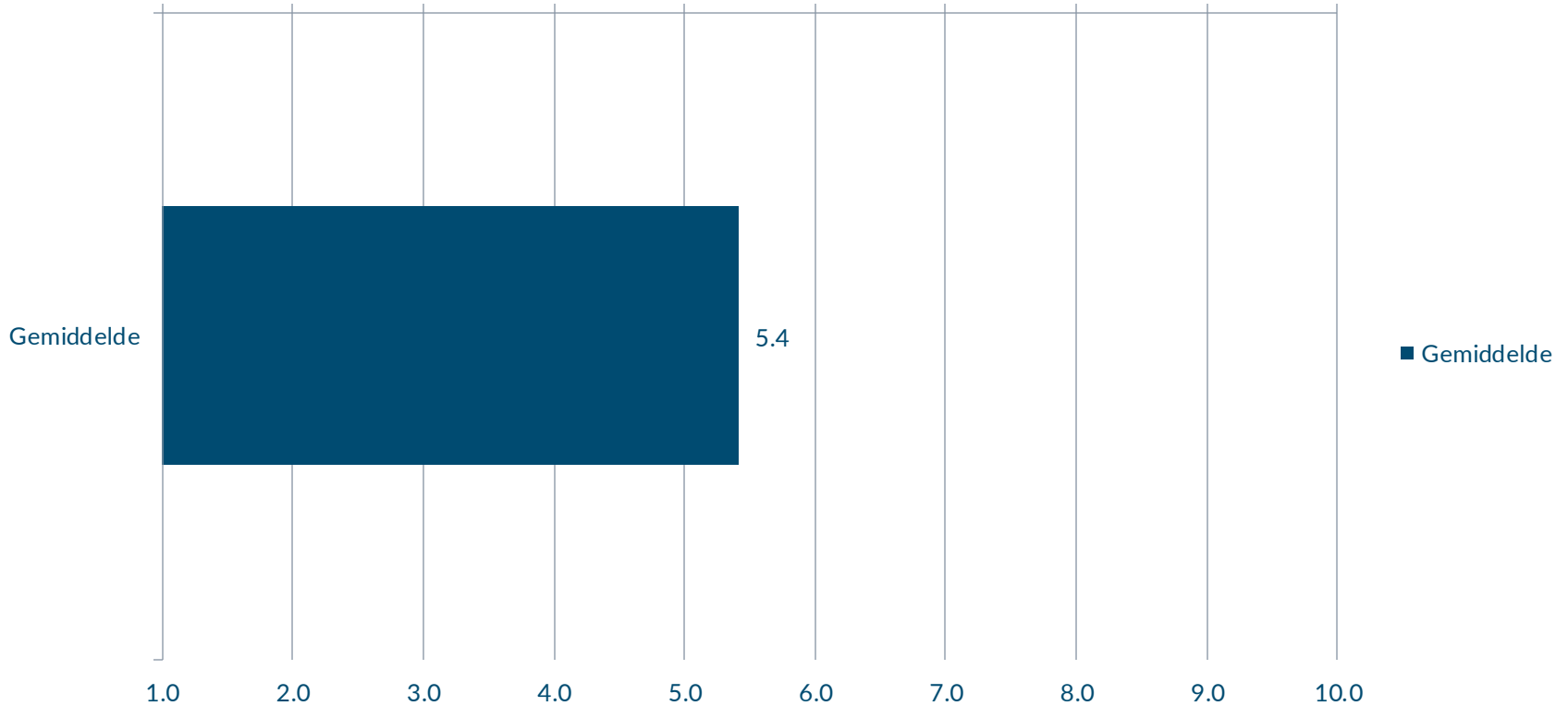
Twee keer minder klantcontacten

Denk twee keer zoveel

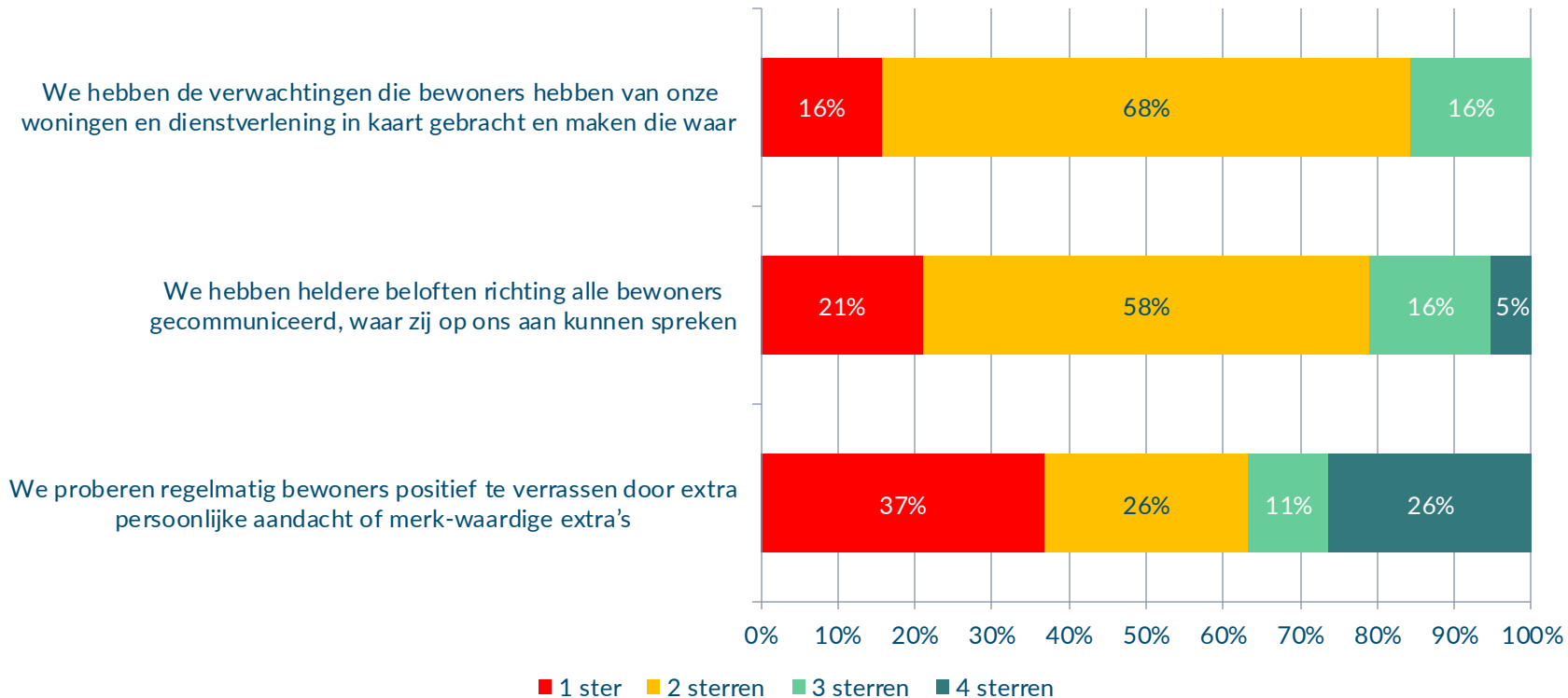
Hier zit het verbeterproces voor TBV wonen

Ik vermoed dat ze hier geen keuze in willen maken. Ze willen minder klantcontact dat onnodig is (een bewoner die terugbelt omdat er nog steeds geen reactie is gegeven op een eerder gestelde vraag of verzoek) en meer klantcontact waarbij de bewoner centraal staat in (bijv door activiteiten in de wijk en een digitaal klantenpanel)

BOUWSTEEN 10 Wat we onze bewoners beloven te leveren of bieden maken we waar of overtreffen we zelfs



Geef aan hoe omgegaan wordt met klantverwachtingen waarmaken op de volgende onderdelen;



Durf jij je hand in het vuur te steken dat bij jouw organisatie opgaat dat 'we zeggen wat we doen en doen wat we zeggen.'? Wa arom (niet)?

waarden

Nee. We zeggen/beloven veel maar maken dit in de praktijk niet waar.

Nee, omdat ik vaak bewoners spreek waarvan de afspraken (nog) niet zijn nagekomen. (met name bij rep. verzoeken bij mutaties)

Nee. We zien te vaak in klant feedback dat we afspraken niet nakomen: ze worden niet op tijd teruggebeld en weten niet altijd waar ze aan toe zijn.

Nog niet. We hebben onze klantbeloften (nog) niet naar buiten toe gecommuniceerd, omdat we van mening zijn dat het basisbeginselen zijn van goede dienstverlening; huurders mogen dit van ons verwachten en overstijgt niet de verwachting. Eerste noodzaak is dat alle medewerkers gaan doen wat we 'beloven' en dat betekent binnen 2 werkdagen een reactie op een vraag of klacht, een vast contactpersoon zijn als een taak (nav vraag of klacht) is toegewezen en goede vastlegging in het KVS na elk contact. Als dit nog beter gaat leven bij alle medewerkers en ze het ook nakomen zijn we er aan toe om klantbeloften te communiceren en uit te breiden.

Helaas niet voor alle collega's. Voor veel collega's wel. Afspraken nakomen en actief oppakken zit er niet bij alle collega's in.

nee, omdat niet iedereen zich nog geïdentificeerd heeft met de klantbeloften

Nee. Regelmatig lopen processen vertraging op en daarover wordt vaak niet of te laat gecommuniceerd.

Nee, daar zijn we nog niet. Nog te vaak worden bewoners niet teruggebeld of op de hoogte gehouden en moeten ze zelf weer achter informatie aan.

nee. dit zit voor mij met name in de kwaliteit van oplevering van de woningen

Nee dat ga ik niet doen, we komen grotendeels onze afspraken niet na.

Durf jij je hand in het vuur te steken dat bij jouw organisatie opgaat dat 'we zeggen wat we doen en doen wat we zeggen.'? Wa arom (niet)?

waarden

nee

Nee, dat kun je moeilijk 100% weten, er kunnen altijd onvoorziene omstandigheden zijn.

Nee, nog niet. Hier zijn we hard mee aan de slag om onze processen zo goed mogelijk hiervoor in te richten en onze medw te helpen om dit zo goed mogelijk te doen.

Nee niet altijd. Niet alle afspraken die we richting bewoners communiceren voeren wij (op tijd) uit.

Ik denk dat we vaker duidelijker kunnen zijn naar bewoners en ook wat ze van ons kunnen verwachten. Dat is nu niet altijd helder bij bewoners wat voor frustratie zorgt.

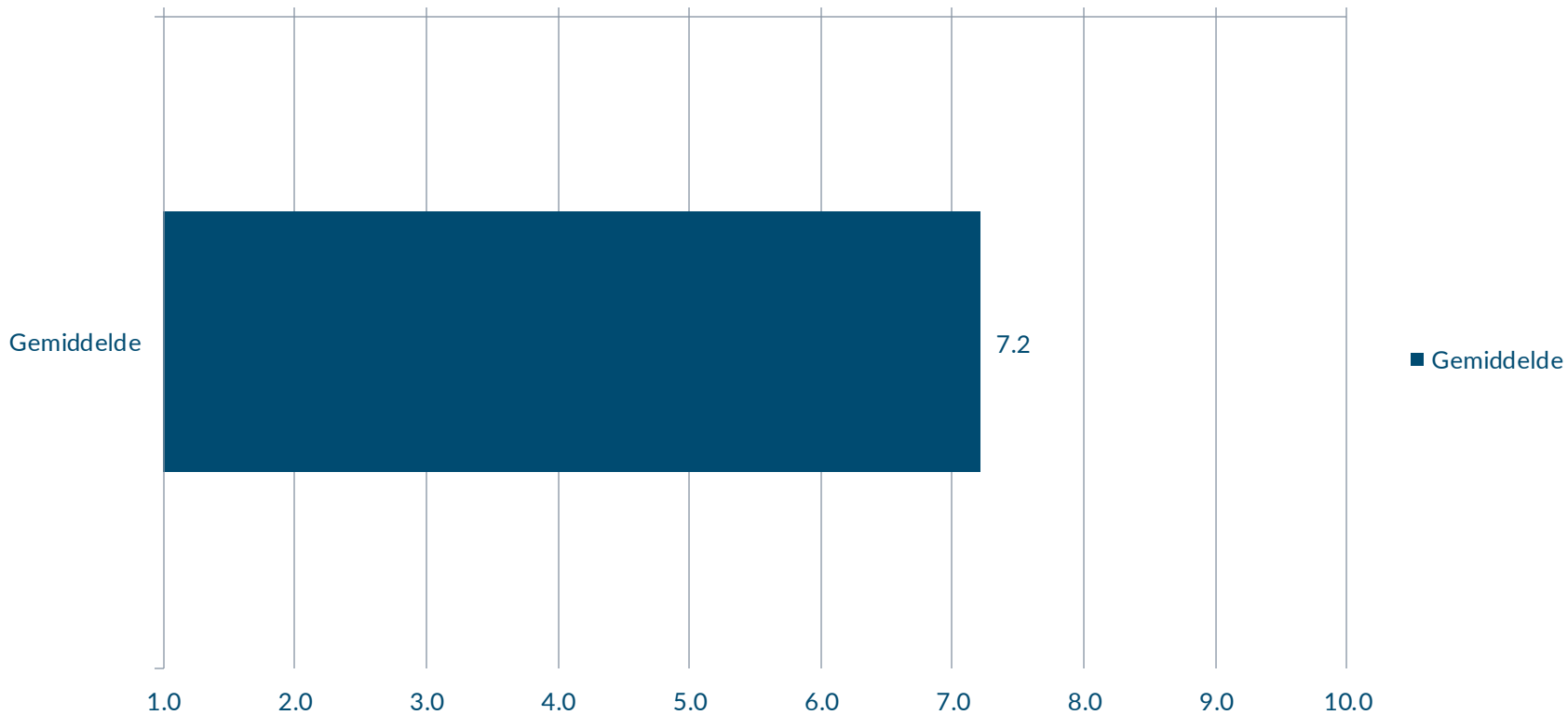
Nee, ik heb vaak genoeg meegekregen dat het niet zo is.

Nee. Bijvoorbeeld het uitvoeren op tijd van reparaties of terugbellen. Vaka geen goede communicatie naar klant toe.

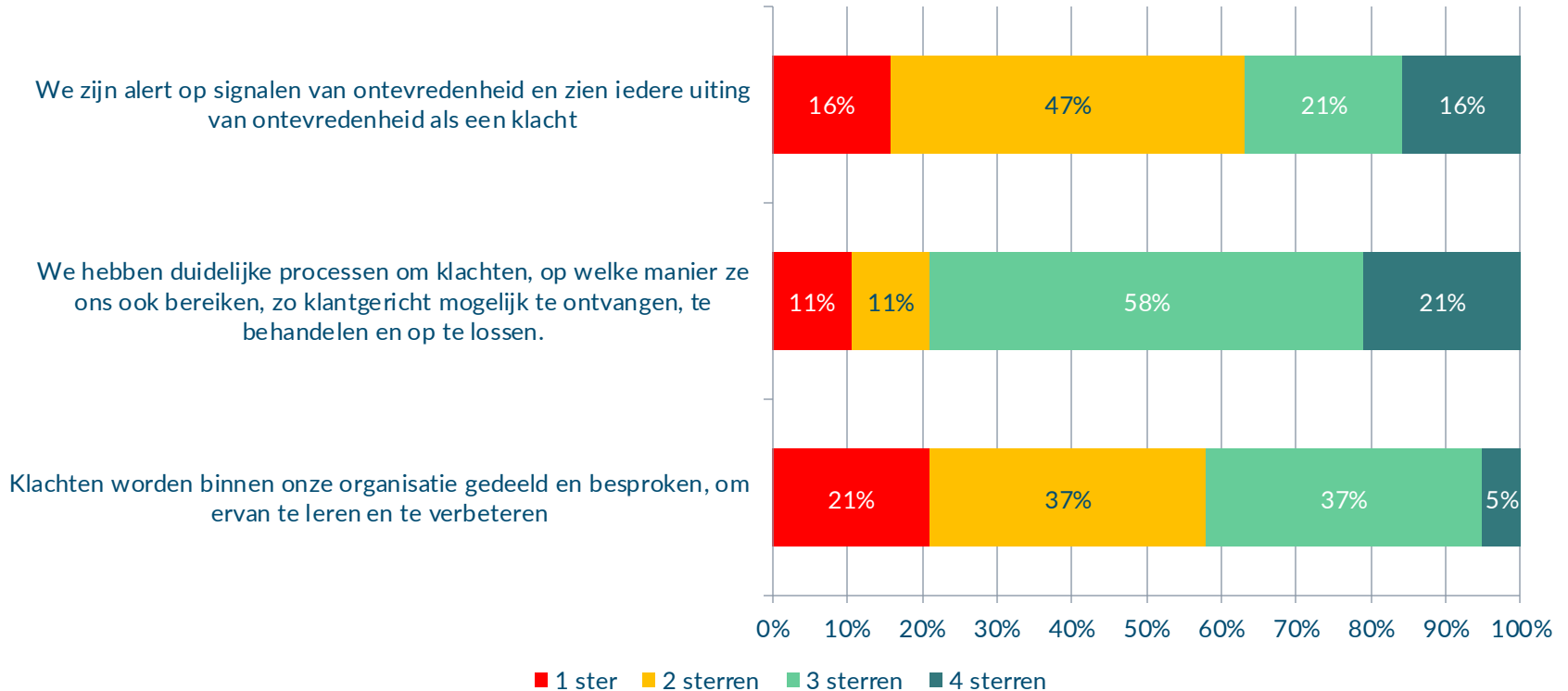
nee helaas, het is niet slecht gesteld met de inzet van medewerkers, maar het kan beter, bijvoorbeeld opvolging, nabellen, infomeren wanneer een reparatie verzoek langer duurt enz.

Nee, omdat niet bij alle afdelingen de bewoner centraal staat terwijl dit wel onze kernwaarden zijn. Over de grote lijn zeggen we wel wat de we doen en doen we wat we zeggen maar niet altijd.

BOUWSTEEN 11 Waar ontevredenheid is lossen we klachten op en herstellen we vertrouwen van bewoners.



Hoe gaat jouw organisatie om met ontevredenheid om op de volgende aspecten;



Wat is in jouw beleving de meest gehoorde, vermijdbare klacht die je hoort over jullie organisatie?

waarden

"Ze reageren niet"

Veel miscommunicatie tussen bewoners en collega's en aannemers.

Men weet niet waar ze aan toe zijn waardoor ze zelf (lang) achteraan moeten gaan.

Gering of geen contact; niet op de hoogte gehouden, niet weten wat de status is, niks meer gehoord sinds melding etc

Het niet communiceren. We zijn slecht in communiceren met onze collega's.

Dat wij geen persoonlijk contact met ze opnemen na een verzoek

Wat staan jullie woningen lang leeg en het niet telefonisch bereikbaar zijn in de middag

Slechte communicatie. Dat we niet duidelijk zijn geweest of niets van ons hebben laten horen

klanten worden niet of niet tijdig teruggebeld. moeten daardoor lang wachten op antwoorden.

We spreken vooraf iets af met de bewoner maar diegene die die afspraak moet opvolgen komt deze in veel gevallen niet na!

bereikbaarheid

Daar heb ik niet zoveel zicht op.

Dat ze niet weten waar ze aan toe zijn.

Dat terugbelverzoeken niet binnen de afgesproken tijd worden uitgevoerd.

Wat is in jouw beleving de meest gehoorde, vermijdbare klacht die je hoort over jullie organisatie?

waarden

Niet op de hoogte worden gehouden, werken op piepsysteem in plaats van proactief

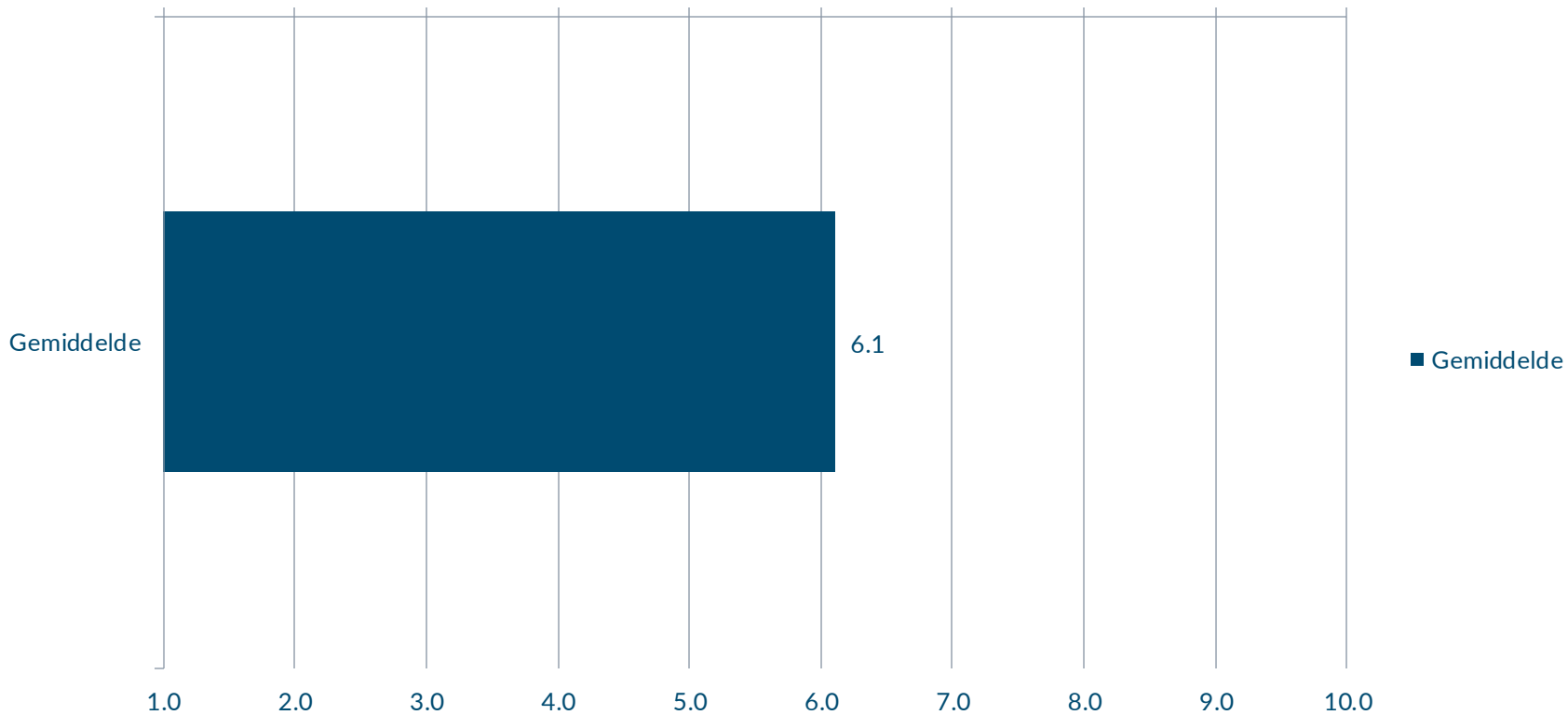
Verwachtingen en terugkoppeling

Slechte telefonische bereikbaarheid

sneller reageren en de verwachting beter managen

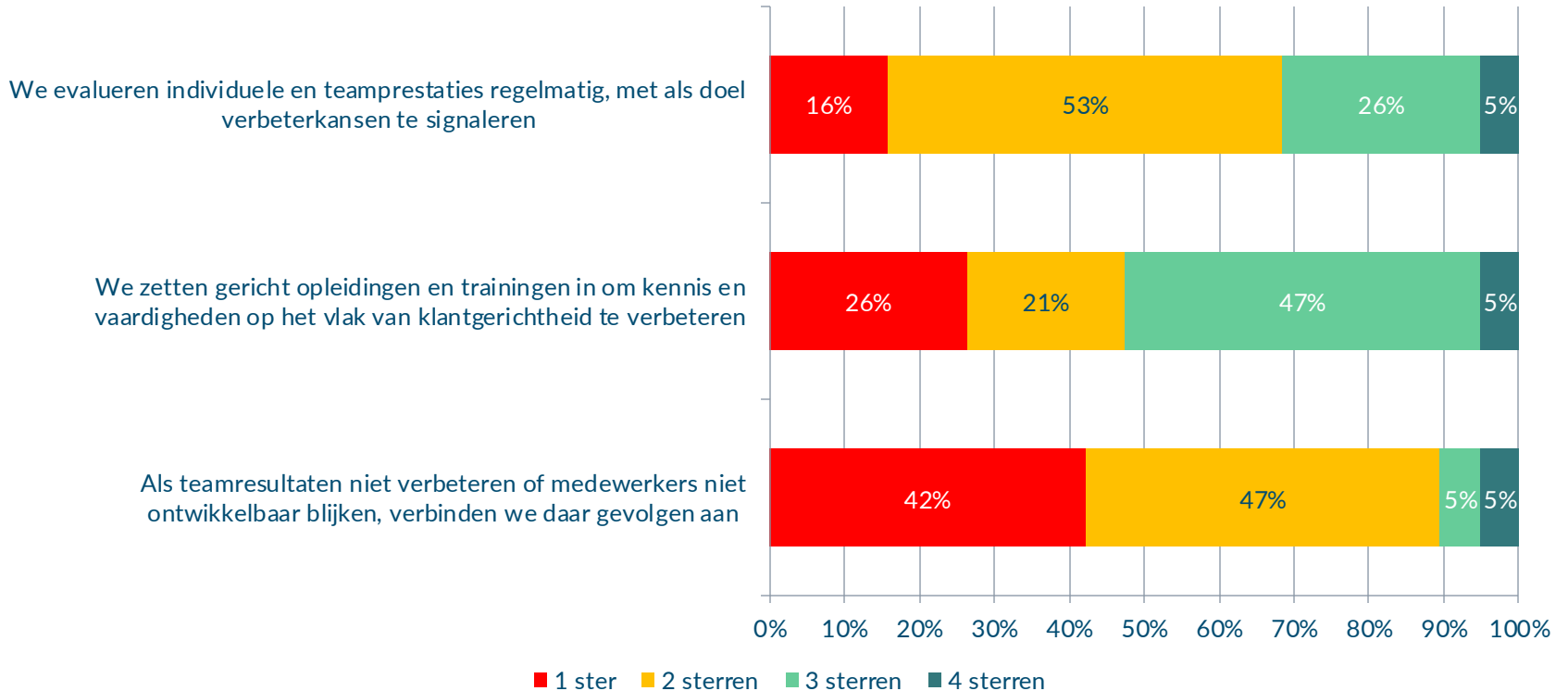
Ik weet niet waar ik aan toe ben als ik niet meteen antwoord krijg op mijn vraag of verzoek.

BOUWSTEEN 12 Ons dagelijks handelen evalueren we regelmatig om ervan te leren en te verbeteren



Sectie 1

Geef een oordeel van 1, 2, 3 of 4 sterren op de volgende stellingen;



Wat kan jouw woningcorporatie doen om nog korter op de bal te zitten als het gaat om feedback op het dagelijks klantgericht werken?

waarden

Binnen een vaste structuur delen en evalueren.

Mooie voorbeelden hiervan delen binnen de organisatie ???

Binnen de divisie klant wordt er aan continu verbeteren van processen gewerkt; dit levert mooi resultaten op.
Meer bespreken: zowel wat goed gaat als wat beter kan.

Hoop tijdens de bootcamp goede ideeën op te doen

Nog meer de KWH rapportages doornemen en actief aan de slag met eventuele feedback. We doen dit mondjesmaat.

sturing van de teams door management

Het onderwerp structureel laten terugkomen in het werkoverleg/weekstarts. Zowel positieve voorvallen als zaken die anders of beter kunnen.

Vaker (altijd) zeggen wat we doen en doen wat we zeggen

scherper zijn op het voeren van eenduidig beleid.
meer training inzetten op klantgericht werken zodat de essentie bij iedereen duidelijk blijft hangen.
als je begrijpt waarom iets belangrijk is dan zul je het eerder toepassen

Iets met de ontvangen feedback te doen zonder in de verdediging te schieten maar in oplossingen denken!

vraag is wat je wil met korter op de bal zitten. Wat wil je daarmee bereiken?

Vaker evalueren en duidelijk plan maken om te verbeteren indien nodig

Wat kan jouw woningcorporatie doen om nog korter op de bal te zitten als het gaat om feedback op het dagelijks klantgericht werken?

waarden

Nog duidelijker terug laten komen tijdens rayon overleggen en vak overleggen. Elkaar hierover feedback geven

Sneller resultaten laten zien en bespreken. En het bespreken meer op individueel niveau doen en daar afspraken over maken om te verbeteren.

Dit vaker meenemen in teamoverleggen, vast onderdeel op de agenda, meer coachend te werk gaan op afdelingen die dagelijks klantcontact hebben

De bedoeling vanuit het Koersplan beter verbinden naar de dagelijkse praktijk zodat je weet als medewerker waar je aan bijdraagt.

-

daar zou ik graag wat tips voor ophalen, de standaard hebben we al geprobeerd.

De klant centraal blijven zetten ook op afdelingen of in processen die niet direct te maken hebben met die klant. En de KWH cijfers continue met iedereen delen samen met de eventuele acties die je doet bij een daling van deze cijfers.