

# Versneld klantgericht veranderen

**Tweedaagse Bootcamp**  
11 en 12 november 2024  
Ernst Sillem Hoeve - Den Dolder

## Voorwoord door Susanne Stouten

De wereld om ons heen verandert voortdurend. Ontwikkelingen volgen elkaar snel op, en de uitdagingen voor onze sector nemen toe. Ook de behoeften en wensen van onze klanten evolueren mee. Als woningcorporaties bevinden we ons midden in deze dynamiek, die vraagt om een andere aanpak van onze organisatie, onszelf, en de manier waarop we (samen) werken.

Om effectief in te spelen op deze veranderingen, geloven we dat het begint met het aanpassen van je organisatie aan de behoeften van je klanten, de bewoners. Dit stelt ons in staat om een betere dienstverlening te bieden. Uit onze onderzoeken blijkt dat corporaties het verschil kunnen maken in het dagelijks contact met bewoners. Houding en gedrag zijn hierbij cruciaal voor succes. Klant- of bewonersgericht veranderen is daarom essentieel voor organisaties die willen meebewegen in deze veranderende wereld.

Gelukkig zien we bij veel corporaties de ambitie om te werken vanuit de behoefte van de bewoner en te streven naar dat fijne thuisgevoel. Toch blijkt het realiseren van deze ambitie vaak een uitdaging. Regelmatig krijgen we vragen zoals: "Hoe zorgen we ervoor dat klantgerichtheid door de hele organisatie heen wordt gedragen?" en "Hoe neem ik mijn collega's hierin mee, en welke rol kan ik zelf spelen?"

Waarschijnlijk heb jij ook weleens met dergelijke vragen geworsteld. Dus wat goed dat je meedoet aan de KWH Bootcamp. Je neemt de tijd om stil te staan bij jouw vragen en gaat actief op zoek naar antwoorden. De komende twee dagen dompel je je onder in de wereld van verandering. Hopelijk vertrek je daarna

vol inspiratie, nieuwe kennis en inzichten, en met een concreet plan om jouw organisatie verder te helpen in het bewonersgericht werken.

Ik wens je veel inspiratie, energie en plezier toe, nu en in de toekomst!

Susanne Stouten



**Directeur-bestuurder**  
**KWH**

T: 06 38 92 10 60 of 010 221 03 60

M: [susanne.stouten@kwh.nl](mailto:susanne.stouten@kwh.nl)

W: [www.kwh.nl](http://www.kwh.nl)

# Voorwoord door Rob Beltman

## Wil je klantgericht doen of klantgericht zijn?

Wat een rare vraag eigenlijk. Want wat is precies het verschil tussen die twee? Een organisatie die heel klantgericht doet, zal vast ook mooie tevredenheidscijfers halen, toch? Wat maakt een organisatie die klantgericht DOET, nu eigenlijk anders dan een organisatie die klantgericht IS? Het antwoord daarop, kun je vaak vinden in de beleving van de medewerkers. In de betrokkenheid van het management. In de kracht van de cultuur, waar het leveren van waarde voor klanten, of je die nu cliënten, patiënten, donateurs, opdrachtgevers, gasten of huurders noemt, centraal staat.

Maakt het dan nog uit hoe je ze noemt? Jazeker wel! Taal heeft en geeft betekenis. Bij de Hotelschool The Hague, waar ik jaren aan verbonden was, leerden we studenten op dag 1 dat een hotel gasten heeft, geen klanten. De relatie is anders. En dat betekent iets. Zo is ook de keuze om te spreken over bewoners- of huurdergericht werken, in plaats van generiek klantgericht werken, belangrijk. Stel je de huurder-verhuurder relatie centraal en denk je dus in de basis transactioneel en in rechten en plichten? Of gaat het over het gebruik van de woning en woonomgeving, over de woonbeleving en kies je dus voor 'bewoner' als term voor klant in de corporatiesector? Een ding is zeker: er niet over nagedacht hebben is een teken dat het de organisatie nog niet tot in de kern heeft geraakt.

Wat is de relatie die we met de gebruikers van onze woningen en woondiensten willen hebben? Waar kenmerkt die zich door? Zijn we actief en betrokken, omdat we denken dat dat waardevol is? Of is 'geen nieuws, goed nieuws', want zolang er niks stuk is en alles goed gaat, heeft men ons niet per se nodig? Laten we de wens van de bewoner hierin leidend zijn, of hebben we een eigen opvatting en beeld van waar we voor willen staan en willen gáán? Je kunt dit soort vragen groot en filosofisch maken, maar ook heel klein en concreet. En op de bootcamp zijn we meer van dat laatste.

Neem bijvoorbeeld een 'welkom nieuwe bewoner' campagne. Niet gericht op nieuwe huurders, maar op huizen waar een ooievaar in de tuin staat. Felicitieren we dan als woningcorporatie de bewoners überhaupt? Signaleren onze collega's in de wijk het? En hebben we een mooi welkomstpakket met een aardigheidje? Informeren we de ouder(s) relevant over wat zaken die jonge ouders misschien nog niet weten over bijvoorbeeld 'kindveilig wonen'? Over het omgaan met de burens en met overlast? Over mogelijkheden bij betalingsproblemen als de baby-uitgaven het moeilijker maken rond te komen? Zien we de geboorte ook als een ijkpunt voor later, omdat we weten dat vaak als kinderen ouder worden, de woonbehoeften van het gezin veranderen?

Het leuke van zo'n klein en concreet voorbeeld is dat je feilloos kunt aftasten hoe ver jij en je collega's willen gaan. Wat is klantgericht en wat is klantgezwicht of gaat veel te ver. Doen we dus liever een leuke actie of campagne ('klantgericht doen'), of denken we de hele beleving vanuit het perspectief van de bewoners door, samen met meerdere collega's van verschillende afdelingen ('klantgericht zijn').

In onze bootcamp gaan we natuurlijk weer het laatste. We prikkelen je graag om mee te denken en te doen. Om te kijken naar het fundament en de randvoorwaarden die nodig zijn om van korte termijn acties tot lange termijn succes te komen. We rekenen natuurlijk op je energie, enthousiasme en inzet en geven het je graag dubbel en dwars terug met inspiratie, intervisie, simpele en effectieve structuren en handige tips. Net als bewoners de buurt maken, maken jullie samen met ons dit programma. Geef aan waar jouw behoefte ligt, spar met je mede-deelnemers en maak daarmee van deze bootcamp echt jullie moment om de stap te maken van gewoon goed naar echt geweldig!



## Rob Beltman - H3ROES

T: 06 24 24 53 85

M: [rob@h3roes.nl](mailto:rob@h3roes.nl)

W: [www.h3roes.nl](http://www.h3roes.nl)



## De deelnemers

Wie stappen in de wereld van versneld klantgericht veranderen?



### Arno van Berlo

Manager dienstverlening bij Area

avanberlo@areawonen.nl

Ik kom vooral om kennis op te doen. Om weer even de focus te krijgen op de klant. En heel belangrijk, hoe zet je beleid om naar beweging. Hoe zorg je ervoor dat je mooie inzichten ook daadwerkelijk omzet in acties.



### Ati Biemans

Stafmedewerker Woon-service bij TBV Wonen

abiemans@tbvwonen.nl

Wij willen graag een duidelijke Klanvisie ontwikkelen voor TBV Wonen. Waar we tegenaanlopen is dat we de keuzes die we maken in de dienstverlening niet matchen met andere afwegingspunten binnen de organisatie. We bedoelen dat er bijvoorbeeld uiteindelijk gestuurd worden op financieel terwijl de organisatie ook wil dat we in dat proces wel gewoon dezelfde klantwaardering moeten halen. Hierdoor kom je in een spagaat terecht.



### Bonny Tiggelman

Adviseur Continu Verbeteren bij Triada

b.tiggelman@triada.nl

Hoe zorgen we dat de hele organisatie gaat zien dat het proces van het begin tot het eind van invloed is op de ervaring van de huurder? Tips, inspiratie, voorbeelden hoe je de neuzen dezelfde kant op krijgt zijn welkom. Hoe krijgen we de hele organisatie mee in klantgericht denken?



### Corelien van der Klis

Coördinator Klantadvies bij Oost Flevoland Woon-diensten

corelienvanderklis@ofw.nl

Tijdens de Bootcamp wil ik me richten op het verbeteren van de klantgerichtheid. De uitdaging is om de verwachtingen van onze huurders en woningzoekenden beter in kaart te brengen en een structuur op te zetten die ervoor zorgt dat we deze verwachtingen overtreffen. Hoe kunnen we onze klantvisie zo implementeren dat elke medewerker zich bewust is van de klantbeloften en hiernaar handelt in het dagelijkse werk?



## Ida van Leeuwen

**Teamleider bij Woon-  
veste**

[i.vanleeuwen@woonveste.nl](mailto:i.vanleeuwen@woonveste.nl)

Hoe kun je meer sober en doelmatig geld uitgeven bij mutatie en dagelijks onderhoud én de klant tevreden houden? Aan welke knoppen kunnen we extra draaien terwijl we de "geldkraan" iets dichtdraaien. We moeten iets voorzichtiger omgaan met ons geld, terwijl we huurders wel een goed huis willen bieden. Hoe leg je dit nu klantgericht uit, hoe betrek je huurders eventueel, hoe kunnen we hier bij het team klantadvies al duidelijk in zijn.



## Ilse van Hout

**Projectleider bij Area**

[ivanhout@areawonen.nl](mailto:ivanhout@areawonen.nl)

Ik kom vooral om kennis op te doen. Om weer even de focus te krijgen op de klant. En heel belangrijk, hoe zet je beleid om naar beweging. Hoe zorg je ervoor dat je mooie inzichten ook daadwerkelijk omzet in acties.



## Ivo Hoppe

**Manager Vastgoed bij  
Woningstichting Goede-  
Stede**

[ivo.hoppe@goedestede.nl](mailto:ivo.hoppe@goedestede.nl)

Onze hoofdvraag: Hoe zorgen we ervoor dat de klant bij alle collega's centraal staat in onze veranderende organisatie?

Deelvraag I: Hoe zorgen we ervoor dat alle collega's zich bewust zijn van de klantbeleving, zodat deze nog meer prioriteit krijgt?

Deelvraag II: Hoe zorgen we er vervolgens voor dat de intrinsieke motivatie, met betrekking tot de klantbeleving in ieders/ ons DNA verankerd wordt?



## Jacqui Bentley

**Adviseur Klantproces  
en Kwaliteit bij Roche-  
dale**

[jbentley@rochdale.nl](mailto:jbentley@rochdale.nl)

Hoe zorgen we ervoor dat de hele organisatie bekend is met de belevingswaarden en klantbeloftes en dat alle medewerkers weten hoe deze toe te passen in hun dagelijks werk.



## Jeanine Dekker

**Manager klant bij Triada**

[j.dekker@triada.nl](mailto:j.dekker@triada.nl)

Welke keuzes maak ik bij het opstellen van een kanaalstrategie met betrekking tot onze verschillende doelgroepen? Daarbij hebben we de volgende vragen: Hoe ver gaat mijn kanaalstrategie? Maak ik bijvoorbeeld wel of geen gebruik van persona? Of vorm ik alleen enkele doelgroepen? Of laat ik dat er helemaal uit, en ga ik mij enkel focussen op de droom uit ons koersplan: Onze droom is dat klanten zich gehoord en gekend voelen.



## Johan Markhorst

**Adviseur Strategie &  
Beleid bij Oost Flevoland  
Woondiensten**

[johanmarkhorst@ofw.nl](mailto:johanmarkhorst@ofw.nl)

Hoe stimuleer je dat medewerkers zelf initiatief nemen/ontwikkelen om met verbeterpunten uit de KWH-meting aan de slag te gaan? Hoe maak je ze eigenaar/verantwoordelijk? Het verbeteren van klantgerichtheid zit nog niet in ieders dna. Nu heerst deels de waan van de dag en wordt onvoldoende tijd genomen om structureel te werken aan het verbeteren van de klantgerichtheid. Of stil te staan bij wat de klant ons eigenlijk teruggeeft aan verbeterpunten.



## Jolanda Ligthart

Communicatiemedewerker bij Woonstichting Langedijk

jligthart@woonstichtinglangedijk.nl

Hoe staan we tov onze klantvisie uit 2021. Past deze nog, moet er wat aan veranderen? En ook hoe krijg je nieuwe medewerkers mee in de klantvisie en hoe fris je deze weer op bij bestaande collega's. Daarnaast willen we beter, meer in contact zijn met onze huurders. Niet alleen de huurdersraad. Hoe organiseer je dat?



## Maaïke van Wilgenburg

Contractmanager DO/MO en kwaliteitsmanager bij Pré Wonen

maaikevanwilgenburg@prewonen.nl

Hoe koers zetten en houden op klantgerichtheid, vat krijgen op klantbeleving, hoe effectief een klantgerichte houding en gedrag (en cultuur) beïnvloeden, hoe samen in beweging komen? Hoe zorgen we dat onze contractpartners hierin worden meegenomen? Met name de huisaannemers, CV partners.



## Manuella Koppen

Teamleider Klantenservice bij Centrada

m.koppen@centrada.nl

Hoe zorg ik er voor dat de organisatie net zo klantgericht/gastvrij werkt/verantwoordelijk voelt als dat onze afdeling Klantenservice werkt/voelt. Verwachtingen scheppen aan de telefoon over bijvoorbeeld terugbellen. Hun afspraken in de agenda van Klantenservice zetten zodat wij weten wie we welkom kunnen heten. Afspraken nakomen. Verwachtingen managen.



## Marion Sitskoorn

Wooncoach en klachtencoördinator bij Tablis Wonen

m.sitskoorn@tabliswonen.nl

We hebben een nieuw koersplan. Hoe implementeer je het koersplan op een manier waardoor medewerkers ook volgens de in het koersplan opgenomen klantbeloften werken.



## Marjolein Spijker

Verhuurconsulent bij Talis

marjolein.spijker@talis.nl

Hoe kunnen wij collega's die geen of weinig klantcontact hebben, toch het belang in laten zien van goede dienstverlening naar de huurder toe? Met andere woorden, de kwaliteit van de dienstverlening moet net zo belangrijk zijn als de kwaliteit van de woning.



## Merijn van den Boom

Coordinator wonen bij Omthuis

mvandenboom@omthuis.nl

Hoe krijg ik collega's van andere afdelingen mee in de klantgerichte houding. We hebben intern als doel gesteld om naar een klanttevredenheid te groeien van een 8. Maar ik heb niet het gevoel dat andere collega's hier over nadenken en hier bewust van zijn.



## Petra Hellen- doorn

**Teamleider Verhuur &  
Mutatieproces bij TBV  
Wonen**

phellendoorn@tbvwonen.nl

Wij willen een duidelijke klantvisie ontwikkelen, Waardoor de organisatie ook de klant (waardering) meeneemt in de te maken keuzes. Nu zijn de financiën nog regelmatig doorslaggevend voor de keuzes. Hoe zet je zo'n duidelijke visie op.



## Pieter de Kok

**Adviseur Klantproces  
en Kwaliteit bij Roche-  
dale**

pdekok@rochdale.nl

Hoe zorgen we ervoor dat de hele organisatie bekend is met de belevingswaarden en klantbeloftes en dat alle medewerkers weten hoe deze toe te passen in hun dagelijks werk.



## Pricilia Janga

**Adviseur Dienstverle-  
ning bij Woningstich-  
ting GoedeStede**

pricilia.janga@goedestede.nl

Onze hoofdvraag: Hoe zorgen we ervoor dat de klant bij alle collega's centraal staat in onze veranderende organisatie?

Deelvraag I: Hoe zorgen we ervoor dat alle collega's zich bewust zijn van de klantbeleving, zodat deze nog meer prioriteit krijgt?

Deelvraag II: Hoe zorgen we er vervolgens voor dat de intrinsieke motivatie, met betrekking tot de klantbeleving in ieders/ ons DNA verankerd wordt?



## Renée Ohmstede- Herdingh

**Communicatie adviseur-  
bij Dudok Wonen**

r.ohmstede@dudokwonen.nl

Hoe kunnen we huurders beter binden en boeien door hun behoeften beter te begrijpen, met behulp van een online huurplatform of panel? Dit platform moet ons helpen om snel inzicht te krijgen in behoeftes van huurder. Tegelijkertijd moeten we ervoor zorgen dat we ook kwetsbare huurders en laaggeletterden, die vaak minder online actief zijn, bereiken en betrekken.



## Rianne Oomen

**Consulent dienstverle-  
ning bij Talis**

riianne.oomen@talis.nl

Hoe kunnen wij collega's die geen of weinig klantcontact hebben, toch het belang in laten zien van goede dienstverlening naar de huurder toe? Met andere woorden, de kwaliteit van de dienstverlening moet net zo belangrijk zijn als de kwaliteit van de woning.



## Richard Rojér

**Manager Woondiensten  
bij Woningstichting Goe-  
deStede**

richard.rojer@goedestede.nl

Hoe zorgen we dat a) collega's de klant centraal stellen in het werk en b) dat klantgericht werken verankerd wordt in het DNA van de organisatie?



**Sabine van de Vooren**  
Consulente dienstverlening bij Talis  
sabine.vandevooren@talis.nl

Hoe kunnen wij collega's die geen of weinig klantcontact hebben, toch het belang in laten zien van goede dienstverlening naar de huurder toe? Met andere woorden, de kwaliteit van de dienstverlening moet net zo belangrijk zijn als de kwaliteit van de woning.



**Veel leerplezier  
toegewenst!**



# De coaches



**Maaïke Berkel**

Adviseur bij KWH

T: 06 53 34 40 85

M: [maaïke.berkel@kwh.nl](mailto:maaïke.berkel@kwh.nl)



**Arian van der Spek**

Adviseur bij KWH

T: 06 38 92 10 59

M: [arian.vanderspek@kwh.nl](mailto:arian.vanderspek@kwh.nl)



010 - 221 03 60  
[www.kwh.nl](http://www.kwh.nl)

