



Eindrapport

Klanttevredenheidsonderzoek 2015 Paswerk

Klanten (opdrachtgevers en werkgevers) over Paswerk

Auteur:	Albert Beije Ramirez, Communicatieonderzoeker
Datum:	19 januari 2015
Afdeling:	Communicatie
Interne begeleider:	Rob Wieleman, Communicatiemanager
Interne opdrachtgever:	Cees Boon, Algemeen directeur

Inhoudsopgave

Samenvatting	3
Hoofdstuk 1. Aanleiding en context	6
Hoofdstuk 2. Onderzoeksopzet	
2.1. Aanpak	7
2.2. Inhoud KTO	7
2.3. Keuze voor Paswerk bedrijven	8
2.4. Methode	8
2.5. Onderzoekspopulatie	9
Hoofdstuk 3. Resultaten	
3.1. Respons	10
3.2. Paswerk (alle Paswerk bedrijven)	11
3.3. Grafisch	14
3.4. Productie (Industrie, Techniek, Verpakken, Was & Textiel)	16
3.5. Groen	18
3.6. Pasmatch individuele detachering	20
3.7. Business Post Kennemerland (Paspost)	22
3.8. Schoonmaak	24
3.9. Pasmatch groepsdetachering (Flexkracht)	26
3.10. IJmuiden Metaal	28
Hoofdstuk 4. Advies	30
 <u>Bijlagen</u>	
Bijlage 1 Geïnterviewden KTO	33
Bijlage 2: Klankbordbespreking KTO	33
Bijlage 3: Resultatenmatrix	34

Samenvatting

Aanleiding en context

Er zijn een aantal redenen voor Paswerk om een periodiek klanttevredenheidsonderzoek (vanaf nu KTO genoemd) uit te voeren.

- De Cedris Branchecode (van de brancheorganisatie) verplicht de aangesloten lidbedrijven (sociale werkvoorziening) om structureel en periodiek een KTO uit te voeren.
- Paswerk wordt bedrijfsmatig gerund. Paswerk bedrijven zijn in diverse markten en branches actief en moeten aan de tucht van de markt voldoen. Klantgerichtheid en klanttevredenheid zijn hierbij belangrijke, meetbare criteria. Een serieus KTO is derhalve een must.
- Paswerk is een publiek bedrijf van de vijf regiogemeenten, belast met de uitvoering van wettelijke taken. Het Paswerk bestuur en daarachter het openbaar bestuur van de vijf gemeenten (gemeenteraden en ambtelijke organisaties) hebben in het kader van hun bestuurlijke en opdrachtgevende rollen belangstelling voor KTO-resultaten.

Initieel is nu een algemeen, Paswerk breed KTO-model ontwikkeld en in november en december 2014 voor de eerste keer uitgevoerd. Dit rapport geeft hierover alle informatie.

Methode van onderzoek

Gekozen is om acht verschillende Paswerk bedrijven te betrekken in het onderzoek:

- *Productie*. Hiertoe behoren de productiegerelateerde Paswerk bedrijven Industrie, Techniek, Verpakken en Was & Textiel
- *Pasmatch individuele detachering*
- *Pasmatch groepsdetachering (Flexkracht)*
- *Groen*
- *Business Post Kennemerland (Paspost)*
- *IJmuiden Metaal*
- *Grafisch*
- *Schoonmaak*.

Om het KTO zo efficiënt mogelijk uit te zetten, is gekozen voor een op de markt beschikbaar onderzoekmodel dat geschikt is voor een KTO. Na oriëntatie op het aanbod is gekozen voor SurveyMonkey. Op deze manier is opzet, verspreiding van de vragenlijst en verwerking van de respons digitaal mogelijk.

Voor wat betreft de onderzoekspopulatie is het uitgangspunt om deze integraal en zo objectief mogelijk samen te stellen. De belangrijkste bron voor de gegevens is de debiteurenadministratie van de afdeling Financiële administratie van Paswerk. Alle debiteuren aan wie in de afgelopen twee jaar minimaal één verkoopfactuur is verzonden met een minimumfactuurbedrag van vijfhonderd euro zijn in het basisbestand voor het onderzoek opgenomen. Vervolgens is dit basisbestand geschoond en verrijkt met e-mailadressen, zo veel mogelijk van individuele contactpersonen van de opdrachtgevende klanten. Waar dit individuele e-mailadres echt niet aanwezig was en/of niet te achterhalen was, is gebruik gemaakt van een algemeen (en in gebruik zijnde) e-mailadres van de betreffende klant.

Respons

Deze werkwijze voor het samenstellen van de onderzoekspopulatie heeft geresulteerd in 792 bruikbare klantgegevens. Van dit aantal is een responsratio van 33% bewerkstelligd (260 respondenten). Deze responsratio kan in onderzoekkringen als positief worden beschouwd.

Resultaten

Respondenten geven aan voornamelijk met Paswerk samen te werken vanwege maatschappelijk verantwoord ondernemen (69%), gevolgd door het prijsbeleid (53%) en de betrouwbaarheid en kwaliteit (beiden 29%). Een snelle levering wordt door 26% van de 260 respondenten beschouwd als een belangrijke motivatie tot samenwerking. 22% vindt de klantgerichtheid van Paswerk een belangrijke motivatie om met Paswerk samen te werken. Opvallend is dat maar 3% van de respondenten samen werkt met Paswerk in het kader van een aanbestedingsopdracht (SROI). Paswerk wordt op een schaal van 1 (helemaal niet tevreden) tot en met 5 (heel erg tevreden) beoordeeld met het cijfer 3,8, waarmee de klanten als tevreden beschouwd kunnen worden.

4- 5	Heel erg tevreden
3,5- 4	Tevreden
3- 3,5	Neutraal
2- 3	Niet tevreden
1- 2	Helemaal niet tevreden

Als de Paswerk bedrijven onderling worden vergeleken, blijkt dat ieder bedrijf voldoende tot ruim voldoende scoort op klanttevredenheid. De klanten van Grafisch zijn relatief het meest tevreden ten opzichte van de andere Paswerk bedrijven. Grafisch wordt op alle ondervraagde aspecten van het KTO (communicatie, personeel en uitvoering opdracht) beoordeeld met een 4,1. Na Grafisch, volgt Paswerk Schoonmaak met een gemiddelde klanttevredenheidsbeoordeling van een 4, gevolgd door Business Post Kennemerland en Pasmatch Groepsdetachering (beiden een 3,9).

Tabel 1. Vergelijking tevredenheid Paswerk bedrijven

	Detachering	Uitvoering opdracht/ detachering	Personeel	Communicatie	Gemiddeld
Grafisch	n.v.t.	4,2	4,1	4,0	4,1
Schoonmaak	n.v.t.	4,0	3,9	4,1	4,0
Business Post Kennemerland	n.v.t.	3,9	3,9	4,0	3,9
Pasmatch groepsdetachering	3,6	3,9	4,1	4,0	3,9
Groen	n.v.t.	3,8	3,8	3,7	3,8
Productie	n.v.t.	3,7	3,7	3,7	3,7
Pasmatch individuele detachering (Flexkracht)	3,4	3,9	3,7	3,7	3,7
IJmuiden Metaal	n.v.t.	3,6	3,6	3,3	3,5
Paswerk (alle bedrijven)	3,4	3,9	3,9	3,9	3,8

84% van de respondenten heeft aangegeven het waarschijnlijk tot zeer waarschijnlijk te achten in de toekomst zaken te blijven doen met Paswerk (alle bedrijven). 65% beveelt de diensten van Paswerk aan bij anderen en 71% beveelt Paswerk als bedrijf aan bij anderen. 5% van de respondenten verwacht in de toekomst geen zaken meer te doen met Paswerk.

Conclusie

Paswerk scoort gemiddeld een 3,9 op het gebied van communicatie. Klanten kunnen daarom als tevreden hierover worden beschouwd. Uit individuele reacties op het KTO blijken echter voornamelijk verbeterpunten te liggen in de communicatie van de verschillende Paswerk bedrijven. Samengevat hierbij de meest genoemde verbeterpunten:

Terugkoppeling. Klanten ervaren dat zij in sommige gevallen *leading* zijn, in plaats van dat Paswerk actief updates geeft. Meer communicatie over de planning, aard van werkzaamheden en eventuele complicaties wordt op prijs gesteld. “Meer duidelijkheid m.b.t. levertijd. Wordt deze door omstandigheden niet binnen de afgesproken deadline gehaald, graag een update van de situatie zodat ik niet met een vraagteken blij zitten”, zo luidt één van de reacties. Klanten horen graag updates, zodat zij kunnen anticiperen op eventuele wijzigingen.

Persoonlijk aanspreekpunt. Klanten hebben in sommige gevallen te maken met meerdere Paswerk medewerkers. “Door het centrale telefoonnummer krijg ik steeds iemand anders aan de telefoon. Tot nu toe 4 verschillende personen. Iedereen is wel goed op de hoogte en uitermate behulpzaam, maar praktisch is het niet”. Deze reactie is illustrerend. Een centraal aanspreekpunt wordt gewaardeerd, al moet de invulling daarachter ook zo zijn.

Advies

Om te toetsen in hoeverre de resultaten van dit onderzoek zullen leiden tot verbeteringen in de organisatie, is het raadzaam ditzelfde onderzoek structureel uit te voeren. Geadviseerd wordt om dit KTO jaarlijks te laten terugkeren. Dit tijdsbestek wordt door collega SW-bedrijven, zoals Wedeo en Opmaat, ook gehanteerd.

Hoofdstuk 1. Aanleiding en context

Sociale Werkvoorzieningsbedrijven dienen structureel een klanttevredenheidsonderzoek (vanaf nu KTO genoemd) uit te voeren vanuit de Cedris Branchecode. Naar aanleiding van de Participatiewet, zullen ook in de toekomst de gemeenteraden van de regio Kennemerland naar alle waarschijnlijkheid inzichten willen in de klanttevredenheid van Paswerk. Aangezien er veel is veranderd in de wetgeving, wil Paswerk graag een beeld krijgen over hoe het gesteld is met de huidige tevredenheid van de klanten met betrekking tot alle verschillende diensten die zij aanbieden. Een KTO dient ten eerste als reflectiemoment (zijn wij nou zo goed bezig als dat wij denken dat wij zijn?), ten tweede vraagt het veranderende politieke stelsel hier om.

De huidige situatie binnen Paswerk is als volgt. KTO's worden reeds uitgevoerd door enkele Paswerk bedrijven (divisies). Sommigen hebben als doel het verkrijgen van een keurmerk (bijv. Blik op Werk voor Pasmatch), anderen zijn uitgevoerd als schoolopdracht (stagiaires). Gesproken kan worden van een versnipperde aanpak, waardoor de resultaten Paswerk breed onvergelijkbaar zijn. Doel van dit onderzoek is de opzet en uitvoering van één algemeen KTO model voor alle soorten dienstverlening binnen Paswerk. Waar nodig wordt dit model aangevuld met specifieke elementen voor specifieke diensten en marktkenmerken.

De centrale coördinatie ligt bij de afdeling Communicatie. De resultaten uit dit onderzoek kunnen gebruikt worden als managementtool.

Hoofdstuk 2. Onderzoeksopzet

2.1. Aanpak

Alvorens een vragenlijst op te stellen, is gebruik gemaakt van verkennend onderzoek. Wat is reeds uitgevoerd en wat zijn de behoeften? Door middel van deskresearch en interviews is dit onderzocht.

Deskresearch

Een van de doelstellingen van Cedris is het bevorderen van de professionalisering onder SW-bedrijven. Hieronder wordt onder andere verstaan: het delen van kennis en het leren van elkaar (Cedris, 2014). Bij het samenstellen van de vragenlijst voor het KTO is gebruik gemaakt van de ervaringen van collega SW-bedrijven. Via brancheorganisatie Cedris zijn SW-organisaties IW4, Opmaat, Wedeo en Welzijn benaderd. Deze organisaties hebben hun uitgevoerde KTO's met Paswerk gedeeld. Naast deze benchmark is tevens gebruik gemaakt van KTO's die door enkele Paswerk bedrijven zijn uitgevoerd. Op deze wijze is gebruik gemaakt van kennis die al voor handen is, waarmee een vragenlijst op maat is gerealiseerd. De vragenlijst is afgestemd op de wensen en de situatie van Paswerk door middel van kwalitatief onderzoek.

Kwalitatief onderzoek

Managers van Paswerk zijn persoonlijk geïnterviewd om zo uitgebreid mogelijk de wensen en behoeften met betrekking tot een KTO te weten te komen. De interviews zijn mondeling afgenomen en namen per interview een half uur tot uur in beslag. In totaal zijn er 11 interviews afgenomen (zie bijlage op p. 33). Hiernaast is in een later stadium een klankbordgroep samengesteld om gezamenlijk te brainstormen over de vragenlijst van het KTO. Deze groep bestond uit een geselecteerde groep divisiemanagers en teamleiders.

2.2. Inhoud KTO

In het klanttevredenheidsonderzoek wordt getoetst:

- op welke punten het vertrouwen van klanten in Paswerk goed is en
- op welke aspecten Paswerk zich volgens hen moet verbeteren

De vragenlijst bestaat uit vijf onderwerpen:

1. **Detaching.** Dit onderwerp slaat op de betrokkenheid van Paswerk bij de ontwikkeling van haar cliënten. De vragen die binnen dit onderwerp vallen hebben alleen betrekking op de Paswerk bedrijven die te maken hebben met detacheren (zie paragraaf 2.3. voor meer informatie).
2. **Communicatie.** Dit onderwerp slaat op het verloop van de contacten tussen de klanten en de medewerkers van Paswerk. Hierbij komen vragen aan de orde als: zijn de medewerkers goed (telefonisch) bereikbaar en worden afspraken nagekomen?
3. **Personeel.** Dit onderwerp slaat onder andere op de deskundigheid en klantvriendelijkheid van Paswerk medewerkers.
4. **Uitvoering opdracht/detaching.** Wordt bepaald door de klanten te ondervragen over het formele deel van de dienstverlening. Dan gaat het om zaken als het verloop van de aanvraag, de doorlooptijd van een aanvraag of de begrijpelijkheid van de gebruikte formulieren en procedures.
5. **Toekomst.** Dit laatste onderwerp heeft betrekking op de verwachting die de klant heeft met het oog op de toekomst. Verwacht de klant zaken te blijven doen met Paswerk?

2.3. Keuze voor Paswerk bedrijven

Gekozen is om, vanuit de klant bekeken, verschillende Paswerk bedrijven te onderscheiden:

- **Productie (Industrie, Techniek, Verpakken, Was & Textiel).** Gekozen is om één overkoepelend bedrijf te onderscheiden voor verschillende productiegerelateerde Paswerk bedrijven, onder de noemer Productie. Hiertoe behoren de Paswerk bedrijven Industrie, Techniek, Verpakken en Was & Textiel. Aangezien sommige van deze sub-bedrijven maar één of enkele klanten hebben, is gekozen ze samen te voegen.
- **Pasmatch.** Pasmatch heeft recentelijk het landelijke keurmerk Blik op Werk ontvangen. Hiervoor dient tevens een tevredenheidsonderzoek afgerond te worden voor het verkrijgen van dit keurmerk. De focus hiervan ligt op de kwaliteitszorg bij arbeidsbemiddeling van specifieke doelgroepen (b.v. werkzoekenden die in de bijstand zitten). Dit KTO focust zich voor Pasmatch op de organisaties waarbij de doelgroep gedetacheerd wordt. Een onderscheid is aangebracht tussen de individuele- en groepsdetachering. Hiermee bieden de resultaten van het KTO meer interessante inzichten voor Pasmatch. Derhalve een splitsing tussen:
 - o **Individuele detachering.**
 - o **Groepsdetachering (Flexkracht).**
- **Groen**
- **Business Post Kennemerland (Paspost)**
- **IJmuiden Metaal**
- **Grafisch**
- **Schoonmaak.**

Bij de tweede vraag van het KTO dient de klant een keuze te maken tussen één van bovenstaande Paswerk bedrijven (zie de vragenlijst in de bijlage). Vragen kunnen zodoende gespecificeerd worden naar het Paswerk bedrijf waarmee de klant samenwerkt. Deze keuzemogelijkheid is wenselijk, om zo vragen toe te spitsen op het betreffende Paswerk bedrijf waarmee de klant samenwerkt. Zoals in paragraaf 2.2. omschreven, heeft Pasmatch individuele detachering en Pasmatch groepsdetachering (Flexkracht) te maken met detachering. Dit vragenonderdeel is door middel van een intelligentie in de vragenlijst achterwege gelaten bij alle overige Paswerk bedrijven.

Gekozen is om de volgende Paswerk bedrijven niet te betrekken in het onderzoek:

1. **Werkdag.** Werkdag (arbeidsmatige dagbesteding) heeft een eigen, specifiek cliënttevredenheidsonderzoek, een vast onderdeel van regionale contractsafspraken met opdrachtgevers en samen met brancheverwante instellingen en bedrijven. Dit wordt uitgevoerd door het bedrijf Effectory. Meedraaien in het algemene KTO van Paswerk zou onvoldoende mogelijkheid voor branchespecifieke vragen bieden en ook dubbel op zijn.
2. **Wielwerk.** Wielwerk werkt in een A-B-C-constructie. Wielwerk verricht werkzaamheden in opdracht van slechts één opdrachtgever, te weten JenS Revalidatieservice Kennemerland b.v. (kortweg Jens). Jens heeft als opdrachtgever de Gemeente Haarlem (namens de regio Zuid-Kennemerland). De eindgebruikers van rollende hulpmiddelen (inwoners met b.v. rolstoelen, schootmobielen, etc.) worden periodiek betrokken in klanttevredenheidsonderzoek door of namens hoofdopdrachtgever Gemeente Haarlem.
3. (zoals hierboven reeds genoemd) **specifieke re-integratie diensten van Pasmatch.**
4. **Perspectief Leerwerkbedrijven.** Dit bedrijf heeft primair een (praktijk-) opleidingsdoelstelling voor specifieke, jongere doelgroepen, hetgeen zicht niet leent voor een dergelijk onderzoek.

2.4. Methode

Om het KTO zo efficiënt mogelijk uit te zetten, is gekozen voor een op de markt beschikbaar onderzoekmodel dat geschikt is voor een KTO. Na oriëntatie op het aanbod is gekozen voor SurveyMonkey. Op deze manier is opzet, verspreiding van de vragenlijst en verwerking van de respons digitaal en dus tijd- en kostenbesparend mogelijk.

Voor wat betreft de onderzoekspopulatie was het uitgangspunt om deze integraal en zo objectief mogelijk samen te stellen. De belangrijkste bron voor de gegevens is de debiteurenadministratie van de afdeling Financiële administratie van Paswerk. Alle debiteuren aan wie in de afgelopen twee jaar minimaal één verkoopfactuur is verzonden met een minimumfactuurbedrag van vijfhonderd euro zijn in

het basisbestand voor het onderzoek opgenomen. Vervolgens is dit basisbestand geschoond en verrijkt met e-mailadressen, zo veel mogelijk van individuele contactpersonen van de opdrachtgevende klanten. Waar dit individuele e-mailadres echt niet aanwezig was en/of niet te achterhalen was, is gebruik gemaakt van een algemeen (en in gebruik zijnde) e-mailadres van de betreffende klant.

Om het KTO zo efficiënt mogelijk uit te zetten, is gekozen voor een online verspreiding van de vragenlijst via SurveyMonkey. Via deze organisatie is het mogelijk een enquête professioneel op te zetten met intelligentie, waarmee vragen afhankelijk van het antwoord worden uitgesloten, of juist ingesloten. Een intelligentie is van uiterst belang, omdat hiermee de vragenlijst gepersonaliseerd kan worden naar het Paswerk bedrijf waarmee een klant zaken doet. Voor het Paswerk bedrijf Pasmatch, dat zich inzet voor arbeidsbemiddeling, moeten simpelweg andere aspecten bevestigd worden dan voor andere Paswerk bedrijven met geheel andere diensten. Via SurveyMonkey kunnen tot slot eenvoudig een grote groep klanten bereikt worden via e-mail. Hiernaast kan met het mailsysteem van SurveyMonkey een reminder verstuurd worden naar de geadresseerden die nog niet het KTO hebben ingevuld. Per e-mailadres kon het KTO slechts één maal ingevuld worden.

2.5. Onderzoekspopulatie

Voor wat betreft de onderzoekspopulatie is het uitgangspunt om deze integraal en zo objectief mogelijk samen te stellen. De belangrijkste bron voor de naam- en contactgegevens is de debiteurenadministratie van de centrale afdeling Financiële administratie van Paswerk. Alle debiteuren aan wie in de afgelopen twee jaar minimaal één verkoopfactuur is verzonden met een minimumfactuurbedrag van vijfhonderd euro zijn in het basisbestand voor het onderzoek opgenomen. Vervolgens is dit basisbestand geschoond en verrijkt met e-mailadressen, zo veel mogelijk van individuele contactpersonen van de opdrachtgevende klanten. Waar dit individuele e-mailadres echt niet aanwezig was en/of niet te achterhalen was, is gebruik gemaakt van een algemeen (en in gebruik zijnde) e-mailadres van de betreffende klant.

Deze aanpak heeft geresulteerd in 826 factuurgegevens. Deze gegevens waren echter niet volledig. Voor verschillende bedrijven ontbraken namelijk contactpersonen en e-mailadressen. Om deze reden zijn de factuurgegevens aangevuld met de klantgegevens van accountmanagers van de verschillende Paswerk bedrijven.

Hierbij een overzicht van de beperkingen van het in dit onderzoek gebruikte klantenbestand:

- Fusies en faillissementen. Deze zijn niet meegenomen in de contactgegevens van de Financiële administratie.
- Klantgegevens worden binnen Paswerk verschillend opgeslagen, van een Excel-bestand tot in het systeem Navision. De klantgegevens van de Financiële administratie komen daarnaast niet altijd overeen met de gegevens uit verschillende CRM-systemen.
- Factuurcontactgegevens zijn veelal niet geschikt voor een KTO. E-mailadressen als info@, crediteuren@ en facturen@ komen hierin regelmatig terug, terwijl persoonlijke contactgegevens gewenst zijn. In totaal zijn 259 van de 792 e-mailadressen dergelijke algemene e-mailadressen (33%).
- De gegevens van de Financiële administratie geven geen inzichten in het Paswerk bedrijf waarmee een klant samenwerkt. Zodoende kan geen responsratio per klantenbestand van een Paswerk bedrijf berekend worden.
- Overlap van bedrijfsnamen. Verschillende organisaties, zoals de Gemeente Haarlem, besteden werk uit bij één of meerdere Paswerk bedrijven. Hierdoor komen dergelijke organisaties meerdere malen terug in de contactgegevens van de financiële administratie. Onduidelijk is echter met welk Paswerk bedrijf ze samenwerken.

In totaal zijn 792 e-mailberichten met hierin het verzoek tot deelname aan het KTO verstuurd. Van 34 andere klanten konden geen contactgegevens achterhaald worden.

Hoofdstuk 3. Resultaten

3.1. Respons

In totaal zijn aan 792 klanten e-mailberichten verstuurd met het verzoek tot deelname aan het KTO. . Er is bij dit KTO wel gebruik gemaakt van herinneringen aan non-respondenten, maar er is géén gebruik gemaakt van responsverhogende attenties of voordelen. Op dit aantal is een responsratio van 33% bewerkstelligd. Deze responsratio is dus autonoom bereikt en kan als positief worden beschouwd. 33% van de gebruikte klantgegevens waren algemene e-mailadressen (zoals info@). Indien deze e-mailadressen gericht waren op een persoonlijk e-mailadres, zou de responsratio hoogstwaarschijnlijk nog hoger hebben gelegen.

Tabel 1. Overzicht respons

Verstuurd	792	100%
Uitgeschreven	9	1%
Bounced	23	3%
Ontvangen	760	96%
Gereageerd	260	33%
Niet gereageerd	500	66%
Unieke organisaties*	635	80%

**Sommige organisaties zijn via meer dan één contactpersoon benaderd. Zo zijn in dit onderzoek 12 verschillende contactpersonen van de Gemeente Haarlem benaderd.*

Zoals in hoofdstuk 2.2. omschreven, is er een keuze gemaakt in de Paswerk bedrijven die in het onderzoek betrokken zijn. Op de volgende pagina's worden per Paswerk bedrijf de belangrijkste resultaten weergegeven. De Paswerk bedrijven staan op volgorde van aantal respondenten. Begonnen wordt met het weergeven van een totaalplaatje van alle Paswerk bedrijven met de cumulatieve, *overall* onderzoeksresultaten.

De genoemde getallen in de resultaten zijn allemaal afgerond. Het kan hierdoor voorkomen dat gemiddelden fout berekend lijken. Binnen het KTO is gebruik gemaakt van een schaal van 1 tot en met 5 om de tevredenheid te meten. 1 betekent helemaal niet tevreden is en 5 betekent heel erg tevreden¹. Hier is voor gekozen om zo de respondenten te dwingen een meer uitgesproken oordeel te geven dan bij het geven van rapportcijfers op schaal van 1 tot en met 10.

¹ Likertschaal: methodiek om resultaten te kwantificeren

3.2. Paswerk (alle Paswerk bedrijven)

Aantal respondenten: 260

Motivatatie tot samenwerking

Respondenten geven aan voornamelijk met Paswerk samen te werken vanwege maatschappelijk verantwoord ondernemen (69%), gevolgd door het prijsbeleid (53%) en de betrouwbaarheid en kwaliteit (beiden 29%). Een snelle levering wordt door 26% van de 260 respondenten beschouwd als een belangrijke motivatie tot samenwerking. 22% vindt de klantgerichtheid van Paswerk een belangrijke motivatie om met Paswerk samen te werken. Opvallend is dat slechts 3% van de respondenten een verplichting uit een aanbestedingsopdracht (SROI) als motivatie voor samenwerking met Paswerk aangeeft.

Als de Paswerk bedrijven onderling worden vergeleken, dan blijkt dat bij alle Paswerk bedrijven de respondenten MVO als voornaamste motivatie tot samenwerking noemen. Hier is één uitzondering op: Pasmach groepsdetachering (Flexkracht). De respondenten van Pasmach groepsdetachering (Flexkracht) geven het Prijsbeleid als voornaamste reden tot samenwerking (88%)². Het prijsbeleid wordt verder door de respondenten van alle overige Paswerk bedrijven als tweede meest belangrijke motivatie voor samenwerking genoemd. De resultaten zijn verzameld in onderstaande tabel. De motivatie tot samenwerking staat op volgorde van meest gekozen tot en met minst gekozen voor de gehele onderzoekspopulatie, dus van alle Paswerk bedrijven (meest rechter kolom).

Tabel 2. Motivatie tot samenwerking per Paswerk bedrijf in % (en in rangorde per Paswerk bedrijf) (N.B. Elke respondent kon meerdere redenen tegelijk aankruisen.)

	Business Post Kennemerland	Grafisch	Groen	IJmuiden Metaal	Pasmach (individuele detachering)	Pasmach groepsdetachering (Flexkracht)	Productie	Schoonmaak	Paswerk (alle bedrijven)
Vanwege MVO	70 (1)	68 (1)	70 (1)	71 (1)	78 (1)	75 (2)	63 (1)	60 (1)	69 (1)
Prijsbeleid	67 (2)	54 (2)	38 (2)	71 (1)	44 (2)	88 (1)	59 (2)	30 (2)	53 (2)
Betrouwbaarheid	22 (4)	34 (6)	35 (3)	43 (4)	13 (3)	25 (5)	31 (3)	20 (3)	29 (3)
Kwaliteit	22 (4)	46 (3)	20 (4)	57 (3)	9 (5)	25 (5)	24 (4)	10 (8)	29 (3)
Snelle levering product op dienst	30 (3)	44 (4)	8 (8)	0	6 (6)	38 (4)	22 (5)	20 (3)	26 (5)
Klantgerichtheid	11 (7)	37 (5)	15 (5)	0	6 (6)	50 (3)	17 (6)	20 (3)	22 (6)
Betere uitgangspositie 'Social Return On Investment'	15 (6)	1 (7)	20 (6)	14 (5)	3 (8)	0	7 (8)	20 (3)	7 (7)
Paswerk is het enige bedrijf dat mijn opdracht kan uitvoeren	4 (8)	0	0	0	13 (3)	0	13 (7)	0	5 (8)
Kennis en kunde	0	0	0	0	3 (8)	13 (6)	2 (9)	0	1 (9)
Certificering	0	0	3 (9)	0	3 (8)	0	0	0	1 (9)

² Rekening moet worden gehouden met het aantal respondenten per Paswerk bedrijf. Zie de Resultatenmatrix (bijlage 3).

4 – 5	Heel erg tevreden
3,5 – 4	Tevreden
3 – 3,5	Neutraal
2 – 3	Niet tevreden
1 – 2	Helemaal niet tevreden

Tabel 3. Tevredenheid Paswerk (alle bedrijven)

Onderwerp	Gemiddeld
Detachering	3,4
Begeleiding jobcoaches	3,3
Betrokkenheid jobcoaches	3,5
Ondersteuning t.b.v. ontwikkeling	3,4
Informatie over beschikbaarheid medewerkers	3,5
Uitvoering opdracht/detachering*	3,9
Duidelijkheid offerte	4,0
De levertijden	4,0
De geleverde kwaliteit	3,9
De prijs/kwaliteitverhouding	3,9
De administratieve afhandeling	3,9
Personeel	3,9
Deskundigheid stafmedewerkers	4,0
Deskundigheid uitvoerend personeel	3,8
Klantvriendelijkheid stafmedewerkers	4,1
Duidelijkheid over vast contactpersoon	3,9
Erkennen vragen/problemen	3,9
Oplossen vragen/problemen	3,8
Tijdige communicatie complicaties	3,6
Communicatie	3,9
Offerte traject	3,9
Uitvoering opdracht	3,8
Telefonische bereikbaarheid	3,9
Bereikbaarheid via e-mail	3,9
Schriftelijke correspondentie	3,9
Na afloop van een opdracht	3,8
Gemiddeld	3,8

- De bedrijven Pasmatch (zowel individuele- als groepsdetachering) hebben bij dit onderdeel andere vragen voorgelegd gekregen dan de overige Paswerk bedrijven. De vergelijking tussen de Paswerk bedrijven kan dan ook niet optimaal gemaakt worden, maar is het voor het gemak wel in bovenstaande tabel weergegeven.

In het KTO is de vraag gesteld of klanten vonden dat Paswerk (alle bedrijven) zich de afgelopen jaren heeft verbeterd op het gebied van de uitvoering van opdrachten, het personeel en de communicatie. Gemiddeld gezien vinden de klanten van Paswerk (alle bedrijven) dat dit de afgelopen jaren lichtelijk verbeterd is. Waar -1 een verslechtering betekent en +1 een verbetering, scoort Paswerk (alle bedrijven) gemiddeld +0,19 op de genoemde drie onderdelen.

Klantloyaliteit

44% van de respondenten werken al vijf jaar of langer met Paswerk (alle bedrijven). 27% werkt 2 tot 5 jaar met Paswerk samen, gevolgd door 18% die reeds 1 tot 2 jaar samenwerken. 10,5% van de klanten werkt minder dan een jaar samen met Paswerk. Er kunnen geen significante conclusies getrokken worden door deze periode van samenwerking te vergelijken met verschillende punten van tevredenheid, zoals bevraagd in de enquête. Concluderend, bedrijven die al langer met Paswerk samen werken zijn gemiddeld niet meer tevreden dan bedrijven die korter met Paswerk samenwerken.

Vergelijking tevredenheid over Paswerk bedrijven

Zie voor een uitgebreid overzicht pagina 34 in de bijlage. De Paswerk bedrijven staan in volgorde van gemiddelde score (meest rechtse kolom):

4 – 5	Heel erg tevreden
3,5 – 4	Tevreden
3 – 3,5	Neutraal
2 – 3	Niet tevreden
1 – 2	Helemaal niet tevreden

Tabel 4. Vergelijking tevredenheid over Paswerk bedrijven

	Detachering	Uitvoering opdracht/ detachering	Personeel	Communicatie	Gemiddeld
Grafisch	n.v.t.	4,2	4,1	4,0	4,1
Schoonmaak	n.v.t.	4,0	3,9	4,1	4,0
Business Post Kennemerland	n.v.t.	3,9	3,9	4,0	3,9
Pasmatch groeps-detachering (Flexkracht)	3,6	3,9	4,1	4,0	3,9
Groen	n.v.t.	3,8	3,8	3,7	3,8
Productie	n.v.t.	3,7	3,7	3,7	3,7
Pasmatch individuele detachering	3,4	3,9	3,7	3,7	3,7
IJmuiden Metaal	n.v.t.	3,6	3,6	3,3	3,5
Paswerk (alle bedrijven)	3,4	3,9	3,9	3,9	3,8

Uit bovenstaande tabel blijkt dat de klanten van Grafisch ten opzichte van de andere Paswerk bedrijven relatief het meest tevreden zijn. Hierbij moet opgemerkt worden dat Grafisch tevens het hoogst aantal respondenten in dit onderzoek heeft opgeleverd, namelijk 82. Andere Paswerk bedrijven scoren lager wat betreft aantal respondenten. Individuele beoordelingen kunnen dan een relatief grotere invloed hebben (het tegendeel van de Wet van de grote getallen). IJmuiden Metaal scoort namelijk, in vergelijking met andere Paswerk bedrijven, het minst. Zij hebben tevens ook het laagste aantal respondenten, namelijk 7. In de volgende paragrafen wordt per bedrijf dieper in gegaan op de scores.

Toekomst

84% van de respondenten heeft aangegeven het waarschijnlijk tot zeer waarschijnlijk te achten in de toekomst zaken te blijven doen met Paswerk (alle bedrijven). 65% beveelt de diensten van Paswerk aan bij anderen en 71% beveelt Paswerk (lees: het betreffende Paswerk bedrijf waarmee hij zelf zaken doet) als bedrijf aan bij anderen. 5% van de respondenten verwacht in de toekomst geen zaken meer te doen met Paswerk (lees: het betreffende Paswerk bedrijf waarmee hij zelf zaken doet).

3.3. Grafisch

Aantal respondenten: 82

Motivatatie tot samenwerking

Klanten geven aan voornamelijk met Grafisch samen te werken vanwege maatschappelijk verantwoord ondernemen (68%), gevolgd door het prijsbeleid (54%) en de kwaliteit (46%). Een snelle levering wordt door 44% van de 82 respondenten beschouwd als een belangrijke motivatie tot samenwerking. 37% vindt de klantgerichtheid en 34% de betrouwbaarheid belangrijke motivaties om samen te werken met Grafisch.

Tevredenheid

4- 5	Heel erg tevreden
3,5- 4	Tevreden
3- 3,5	Neutraal
2- 3	Niet tevreden
1- 2	Helemaal niet tevreden

Tabel 5. Tevredenheid Grafisch

Onderwerp	Grafisch	Gemiddeld Paswerk	Vershil
Uitvoering opdracht	4,2	3,9	+0,3
Duidelijkheid offerte	4,2	4,0	+0,2
De levertijden	4,2	4,0	+0,2
De geleverde kwaliteit	4,2	3,9	+0,3
De prijs/kwaliteitverhouding	4,1	3,9	+0,2
De administratieve afhandeling	4,1	3,9	+0,2
Personeel	4,1	3,9	+0,2
Deskundigheid stafmedewerkers	4,2	4,0	+0,2
Deskundigheid uitvoerend personeel	4,0	3,8	+0,2
Klantvriendelijkheid stafmedewerkers	4,3	4,1	+0,2
Duidelijkheid over vast contactpersoon	4,0	3,9	+0,1
Erkennen vragen/problemen	4,1	3,9	+0,2
Oplossen vragen/problemen	4,1	3,8	+0,3
Tijdige communicatie complicaties	3,9	3,6	+0,3
Communicatie	4,0	3,9	+0,1
Offerte traject	4,1	3,9	+0,2
Uitvoering opdracht	3,9	3,8	+0,1
Telefonische bereikbaarheid	4,1	3,9	+0,2
Bereikbaarheid via e-mail	4,2	3,9	-0,3
Schriftelijke correspondentie	4,1	3,9	-0,2
Na afloop van een opdracht	3,9	3,8	+0,1
Gemiddeld	4,1	3,9	+0,3

Gemiddeld gezien vinden de respondenten van Grafisch dat de uitvoering van opdrachten, het personeel en de communicatie de afgelopen jaren lichtelijk verbeterd zijn. Waar -1 een verslechtering betekent en +1 een verbetering, scoort Grafisch gemiddeld 0,2. Vooral op communicatiegebied heeft Grafisch volgens deze respondenten een kleine groei doorgeemaakt met een score van +0,27.

Kwalitatieve antwoorden

Bij de vragenlijst was het mogelijk een toelichting te geven op de kwantitatieve antwoorden en werd gevraagd naar eventuele suggesties voor Grafisch. 22 Verschillende respondenten hebben gebruik van gemaakt van het geven open antwoorden. In totaal is er 50 keer een toelichting geven op de antwoorden.

Verbeterpunten die worden aangedragen hebben voornamelijk toepassing op de communicatie. Ten eerste de communicatie naar de klant toe. Betere en vooral meer communicatie is gewenst met betrekking tot een opdracht. Persoonlijk contact in plaats van via e-mail wordt in sommige situaties gewaardeerd. Hiernaast storen meerdere klanten zich aan het centrale e-mailadres.

Quote: "Ik vind het persoonlijk erg vervelend dat iedereen in één e-mailadres zit. Wordt rommelig en elke keer antwoord er iemand anders."

Daarnaast kan het contact na afloop van een opdracht verbeterd worden.

Quote: "Graag nog even kort nabellen of de gegeven opdracht naar wens is uitgevoerd. En/of er nog verbeterpunten zijn ten aanzien van het geleverde product. Dit verstevigd de klantrelatie beiderzijds."

Ten tweede wordt de communicatie intern als verbeterpunt genoemd. Illusterend voor de ervaringen met de interne communicatie is de volgende reactie:

Quote: "Het lijkt er op dat het bedrijfsbureau niet continue op de hoogte is. Als ik vraag hoe ver het is, dan moet dat echt eerst uitgezocht worden op verschillende afdelingen. Ik heb het idee dat ze dan letterlijk over de afdelingen moeten lopen vragen".

Oplossingen die meerdere keren worden genoemd zijn het naar voren schuiven van één centraal aanspreekpunt en het introduceren van een track & trace systeem. Op deze manier kunnen klanten zelf inloggen om de stand van zaken te bekijken.

Tot slot maken enkele respondenten van de mogelijkheid gebruik om Grafisch te complimenteren over hun werkzaamheden.

Quote: "We zijn blij met Paswerk als partner en hopen nog lang met jullie te kunnen samenwerken."

Toekomst

96% Van de respondenten heeft aangegeven het waarschijnlijk tot zeer waarschijnlijk te achten in de toekomst zaken te blijven doen met Grafisch. 72% beveelt de diensten van Grafisch aan bij anderen en 73% beveelt Paswerk als bedrijf aan bij anderen. 1% Van de respondenten (1 persoon) verwacht in de toekomst geen zaken meer te doen met Paswerk.

3.4. Productie (Industrie, Techniek, Verpakken, Was & Textiel)

Aantal respondenten: 54

Opmerking vooraf

Waar in dit rapport en in het bijzonder in deze paragraaf wordt gesproken over Productie zijn dit de integrale resultaten van alle respondenten die hebben aangegeven dat zij klant zijn van een van de bedrijfsafdelingen die onder Productie is genoemd, dus: Industrie, Techniek, Verpakken, Was & Textiel. Het woord Productie betekent in dit verband dus niet de complete Paswerk Divisie Productie (waar b.v. ook Grafisch onder valt).

Motivatie tot samenwerking

Respondenten geven aan voornamelijk met Productie samen te werken vanwege maatschappelijk verantwoord ondernemen (63%), gevolgd door het prijsbeleid (59%) en de betrouwbaarheid (31%). De kwaliteit wordt door 24% van de 260 respondenten beschouwd als een belangrijke motivatie tot samenwerking. 22% Vindt een snelle levering en 17% de betrouwbaarheid van Productie belangrijke motivaties om met Productie samen te werken.

Tevredenheid

4- 5	Heel erg tevreden
3,5- 4	Tevreden
3- 3,5	Neutraal
2- 3	Niet tevreden
1- 2	Helemaal niet tevreden

Tabel 6. Tevredenheid Productie

Onderwerp	Productie	Gemiddeld Paswerk	Vershil
Uitvoering opdracht	3,7	3,9	-0,2
Duidelijkheid offerte	3,9	4,0	+0,1
De levertijden	3,8	4,0	-0,2
De geleverde kwaliteit	3,7	3,9	-0,2
De prijs/kwaliteitverhouding	3,7	3,9	-0,2
De administratieve afhandeling	3,7	3,9	-0,2
Personeel	3,7	3,9	-0,2
Deskundigheid stafmedewerkers	3,8	4,0	-0,2
Deskundigheid uitvoerend personeel	3,7	3,8	-0,1
Klantvriendelijkheid stafmedewerkers	4,0	4,1	+0,1
Duidelijkheid over vast contactpersoon	3,6	3,9	-0,3
Erkennen vragen/problemen	3,8	3,9	-0,1
Oplossen vragen/problemen	3,7	3,8	-0,1
Tijdige communicatie complicaties	3,5	3,6	-0,1
Communicatie	3,7	3,9	-0,2
Offerte traject	3,7	3,9	-0,2
Uitvoering opdracht	3,7	3,8	-0,1
Telefonische bereikbaarheid	3,6	3,9	-0,3
Bereikbaarheid via e-mail	3,7	3,9	-0,2
Schriftelijke correspondentie	3,8	3,9	-0,1
Na afloop van een opdracht	3,8	3,8	=
Gemiddeld	3,7	3,9	-0,2

Gemiddeld gezien vinden de klanten van Productie dat de uitvoering van opdrachten, het personeel en de communicatie de afgelopen jaren lichtelijk verbeterd zijn. Waar -1 een verslechtering betekent en +1 een verbetering, scoort Productie gemiddeld +0,13.

Kwalitatieve antwoorden

Bij de vragenlijst was het mogelijk een toelichting te geven op de kwantitatieve antwoorden en werd gevraagd naar eventuele suggesties. 19 Verschillende respondenten hebben gebruik van gemaakt van het geven van open antwoorden. In totaal is er 55 keer een toelichting gegeven op de antwoorden.

Verbeterpunten die worden aangedragen hebben voornamelijk toepassing op de communicatie. Ten eerste de communicatie naar de klant toe. Betere en vooral duidelijkere communicatie is gewenst met betrekking tot onder andere eventuele complicaties en de afronding van een order.

Ten tweede wordt de communicatie intern als verbeterpunt genoemd. Een meer zorgvuldige en nauwkeurige houding ten opzichte van de klant wordt op prijs gesteld. Dit kan verhoogd worden door een vast contactpersoon en intensief contact tussen de accountmanager en teamleider/coördinator, zodat men binnen Productie weet wat de klantwensen zijn.

Quote: "Er gaat een hoop goed, maar door gebrek aan begeleiding hebben we wel zelf het idee meer te moeten controleren."

Samenvattend zijn meerdere respondenten minder te spreken over de professionaliteit en continuïteit binnen Productie. Zonder een quote te veralgemeniseren, is één quote illustratief en pijnlijk.

Quote: "Gebrekkige organisatie (overbelasting management, uitval door ziekte, onvoldoende leiderschap op de betreffende afdeling) maakt dat ik twijfel over een volgende productie op de afdeling textiel."

Toekomst

84% van de respondenten heeft aangegeven het waarschijnlijk tot zeer waarschijnlijk te achten in de toekomst zaken te blijven doen met Productie. 65% Beveelt de diensten van Productie aan bij anderen en 71% beveelt Productie als bedrijf aan bij anderen. 5% Van de respondenten verwacht in de toekomst geen zaken meer te doen met Productie.

3.5. Groen

Aantal respondenten: 40

Motivatatie tot samenwerking

Respondenten geven aan voornamelijk met Groen samen te werken vanwege maatschappelijk verantwoord ondernemen (70%), gevolgd door het prijsbeleid (38%) en de betrouwbaarheid (35%). De kwaliteit wordt door 20% van de 40 respondenten beschouwd als een belangrijke motivatie tot samenwerking. Zie voor de overige motieven van klanten tot samenwerking tabel 2 op pagina 10.

Tevredenheid

4- 5	Heel erg tevreden
3,5- 4	Tevreden
3- 3,5	Neutraal
2- 3	Niet tevreden
1- 2	Helemaal niet tevreden

Tabel 7. Tevredenheid Groen

Onderwerp	Groen	Gemiddeld Paswerk	Vershil
Uitvoering opdracht	3,8	3,9	-0,1
Duidelijkheid offerte	4,0	4,0	=
De levertijden	3,9	4,0	-0,1
De geleverde kwaliteit	3,8	3,9	-0,1
De prijs/kwaliteitverhouding	3,7	3,9	-0,2
De administratieve afhandeling	3,9	3,9	=
Personeel	3,8	3,9	-0,1
Deskundigheid stafmedewerkers	4,0	4,0	=
Deskundigheid uitvoerend personeel	3,7	3,8	-0,1
Klantvriendelijkheid stafmedewerkers	3,9	4,1	-0,2
Duidelijkheid over vast contactpersoon	3,9	3,9	=
Erkennen vragen/problemen	3,8	3,9	-0,1
Oplossen vragen/problemen	3,8	3,8	=
Tijdige communicatie complicaties	3,6	3,6	=
Communicatie	3,7	3,9	-0,2
Offerte traject	3,8	3,9	-0,1
Uitvoering opdracht	3,6	3,8	-0,2
Telefonische bereikbaarheid	3,8	3,9	-0,1
Bereikbaarheid via e-mail	3,9	3,9	-0,2
Schriftelijke correspondentie	3,7	3,9	-0,2
Na afloop van een opdracht	3,6	3,8	0,2
Gemiddeld	3,8	3,9	-0,2

Gemiddeld gezien vinden de klanten van Paswerk Groen dat de uitvoering van opdrachten, het personeel en de communicatie de afgelopen jaren lichtelijk verbeterd zijn. Waar -1 een verslechtering betekent en +1 een verbetering, scoort Groen gemiddeld 0,22.

Kwalitatieve antwoorden

Bij de vragenlijst was het mogelijk een toelichting te geven op de kwantitatieve antwoorden en werd gevraagd naar eventuele suggesties. 22 Verschillende respondenten hebben gebruik van gemaakt van het geven van open antwoorden. In totaal is er 41 keer een toelichting geven op de antwoorden.

Verbeterpunten die worden aangedragen hebben voornamelijk toepassing op de begeleiding van Paswerk Groen medewerkers.

Quote: "Begeleiding van de werknemers kan op sommige momenten m.i. wat beter. Hierdoor zullen er minder omissies ontstaan."

De communicatie wordt ook als verbeterpunt genoemd. Een meer initiatiefrijke houding ten opzichte van werkzaamheden wordt op prijs gesteld. Hierbij moet gedacht worden aan het mededelen van geluidsoverlast (bij gebruik bepaalde machines) of het kenbaar maken van tijdens de werkzaamheden opgevallen aspecten (zoals wegzakkend grind). Daarnaast wordt meer communicatie over de planning en aard van werkzaamheden op prijs gesteld.

Quote: "Klant beter informeren over de werkzaamheden die worden verricht bij een locatie."

Tevens is bij de klant niet altijd duidelijk met wie ze contact op moeten nemen om dergelijke informatie op te vragen.

Overige reacties zijn over het algemeen positief van aard. Waardering wordt tevens uitgesproken dat Paswerk Groen zich heeft verbeterd, na eerdere uitingen van ontevredenheid.

Quote: "Hopelijk blijft de samenwerking op dit hoge peil. De positie ten opzichte van elkaar is wel eens diffuus vanwege de rol van de gemeente hierin. Ik ben heel tevreden over de samenwerking met Paswerk en vertrouw erop dat dit nog lang zo blijft."

Toekomst

85% van de respondenten heeft aangegeven het waarschijnlijk tot zeer waarschijnlijk te achten in de toekomst zaken te blijven doen met Paswerk Groen. 49% Beveelt de diensten van Paswerk Groen aan bij anderen en 62% beveelt Paswerk als bedrijf aan bij anderen. 3% Van de respondenten verwacht in de toekomst geen zaken meer te doen met Paswerk.

3.6. Pasmatch individuele detachering

Aantal respondenten: 32

Motivatatie tot samenwerking

Klanten geven aan voornamelijk met Pasmatch individuele detachering samen te werken vanwege maatschappelijk verantwoord ondernemen (78%), gevolgd door het prijsbeleid (44%) en de betrouwbaarheid (13%). Pasmatch individuele detachering wordt door tevens 13% beschouwd als het enige bedrijf dat hun opdracht kan uitvoeren. De kwaliteit wordt door 9% van de 32 respondenten beschouwd als een belangrijke motivatie tot samenwerking. Zie voor de overige motieven van klanten tot samenwerking tabel 2 op pagina 8.

Tevredenheid

4- 5	Heel erg tevreden
3,5- 4	Tevreden
3- 3,5	Neutraal
2- 3	Niet tevreden
1- 2	Helemaal niet tevreden

Tabel 8. Tevredenheid Pasmatch individuele detachering

Onderwerp	Pasmatch (individuele detachering)	Gemiddeld Paswerk	Vershil
Detachering	3,4	3,4	=
Begeleiding jobcoaches	3,2	3,3	-0,1
Betrokkenheid jobcoaches	3,5	3,5	=
Ondersteuning t.b.v. ontwikkeling	3,4	3,4	=
Informatie over beschikbaarheid medewerkers	3,4	3,5	-0,1
Uitvoering detachering	3,9	3,9	=
Duidelijkheid offerte	4,0	4,0	=
De levertijden	3,8	4,0	-0,2
De geleverde kwaliteit	3,9	3,9	=
De prijs/kwaliteitverhouding	4,0	3,9	+0,1
De administratieve afhandeling	3,7	3,9	-0,2
Personeel	3,7	3,9	-0,2
Deskundigheid stafmedewerkers	3,7	4,0	-0,3
Deskundigheid uitvoerend personeel	3,8	3,8	=
Klantvriendelijkheid stafmedewerkers	3,8	4,1	-0,3
Duidelijkheid over vast contactpersoon	3,8	3,9	-0,1
Erkennen vragen/problemen	3,7	3,9	-0,2
Oplossen vragen/problemen	3,5	3,8	-0,3
Tijdige communicatie complicaties	3,4	3,6	-0,2
Communicatie	3,7	3,9	-0,2
Offerte traject	3,8	3,9	0,1
Uitvoering opdracht	3,7	3,8	-0,1
Telefonische bereikbaarheid	3,9	3,9	=
Bereikbaarheid via e-mail	3,8	3,9	-0,1
Schriftelijke correspondentie	3,8	3,9	-0,1
Na afloop van een opdracht	3,5	3,8	-0,3
Gemiddeld	3,7	3,8	-0,1

Gemiddeld gezien vinden de klanten van Pasmatch individuele detachering dat de uitvoering van opdrachten, het personeel en de communicatie de afgelopen jaren lichtelijk verbeterd zijn. Waar -1 een verslechtering betekent en +1 een verbetering, scoort Pasmatch individuele detachering gemiddeld +0,2.

Klanten zijn een vijftal stellingen voorgelegd waarin naar de motivatie tot samenwerking werd gevraagd. Hierin betekent 1 helemaal niet mee eens en 5 helemaal mee eens. Hieruit blijkt dat klanten voornamelijk met Pasmatch individuele detachering samen werken vanwege de motivatie van de geplaatste medewerkers. Door 30 klanten wordt dit gemiddeld beoordeeld met een 3,9 (mee eens tot helemaal mee eens). Hiernaast blijkt dat klanten met Pasmatch samenwerken om financiële risico's bij ziekte van werknemers te voorkomen. Dit wordt beoordeeld met een 3,8 (mee eens tot helemaal mee eens). Het beperkt houden van de personeelskosten scoort een 3,7 (mee eens) en de positieve invloed van medewerkers op de sfeer en cultuur in het bedrijf van de klant scoort een 3,6 (neutraal tot mee eens). De snelheid waarmee een personeelstekort via Pasmatch individuele detachering wordt opgelost scoort relatief het minst met een gemiddelde beoordeling van een 3,3 (neutraal).

Kwalitatieve antwoorden

Bij de vragenlijst was het mogelijk een toelichting te geven op de kwantitatieve antwoorden en werd gevraagd naar eventuele suggesties. 9 Verschillende respondenten hebben gebruik van gemaakt van het geven van open antwoorden. In totaal is er 24 keer een toelichting geven op de antwoorden.

Verbeterpunten die worden aangedragen hebben voornamelijk betrekking op de detachering en de communicatie. Ten eerste de communicatie naar de klant toe. Betere en vooral meer communicatie is gewenst met betrekking tot de detachering.

Quote: "We krijgen alleen informatie, als wij vragen waarom gedetacheerde niet meer komt."

Bij eventuele ziekmeldingen zouden vervangers op prijs gesteld worden.

Ten tweede wordt de communicatie intern als verbeterpunt genoemd. Niet altijd is duidelijk bij wie de klant moet zijn.

Quote: "Wie is wie?"

Communiceren vanuit één coördinator wordt als een suggestie geopperd. Indien er intern verschuivingen plaatsvinden met betrekking tot een jobcoach of coördinator, dan wil de klant hier tevens van op de hoogte gesteld worden.

Tot slot, enkele respondenten hebben van de mogelijkheid gebruik gemaakt om nogmaals hun tevredenheid kenbaar te maken.

Quote: "Ons contact met paswerk loopt al sinds 1989. De medewerker die wij via Paswerk inhuren voldoet goed. De begeleiding is prima met een jaarlijkse evaluatie en contactmoment."

Toekomst

73% Van de respondenten heeft aangegeven het waarschijnlijk tot zeer waarschijnlijk te achten in de toekomst zaken te blijven doen met Pasmatch individuele detachering. 69% Beveelt de detachering gerelateerde diensten van Pasmatch aan bij anderen en 69% beveelt Paswerk als bedrijf aan bij anderen. 15% Van de respondenten verwacht in de toekomst geen zaken meer te doen met Paswerk individuele detachering.

3.7. Business Post Kennemerland (Paspost)

Aantal respondenten : 27

Motivatatie tot samenwerking

Klanten geven aan voornamelijk met Business Post Kennemerland (voorheen: Paspost genaamd) (verder: BPK) samen te werken vanwege maatschappelijk verantwoord ondernemen (70%), gevolgd door het prijsbeleid (67%) en de snelle levering (30%). De kwaliteit en de betrouwbaarheid wordt door 22% van de 27 respondenten beschouwd als een belangrijke motivatie tot samenwerking. Zie voor de overige motieven van klanten tot samenwerking tabel 2 op pagina 10.

Resultaten

4- 5	Heel erg tevreden
3,5- 4	Tevreden
3- 3,5	Neutraal
2- 3	Niet tevreden
1- 2	Helemaal niet tevreden

Tabel 9. Tevredenheid Business Post Kennemerland

Onderwerp	BPK	Gemiddeld Paswerk	Vershil
Uitvoering opdracht	3,9	3,9	=
Duidelijkheid offerte	4,0	4,0	=
De levertijden	3,9	4,0	-0,1
De geleverde kwaliteit	3,8	3,9	-0,1
De prijs/kwaliteitverhouding	3,9	3,9	=
De administratieve afhandeling	4,0	3,9	+0,1
Personeel	3,9	3,9	=
Deskundigheid stafmedewerkers	3,9	4,0	-0,1
Deskundigheid uitvoerend personeel	3,6	3,8	-0,2
Klantvriendelijkheid stafmedewerkers	4,0	4,1	-0,1
Duidelijkheid over vast contactpersoon	4,2	3,9	+0,3
Erkennen vragen/problemen	3,9	3,9	=
Oplossen vragen/problemen	3,8	3,8	=
Tijdige communicatie van complicaties	3,8	3,6	+0,2
Communicatie	4,0	3,9	+0,1
Offerte traject	4,0	3,9	+0,1
Uitvoering opdracht	4,0	3,8	+0,2
Telefonische bereikbaarheid	4,0	3,9	+0,1
Bereikbaarheid via e-mail	4,0	3,9	+0,1
Schriftelijke correspondentie	4,0	3,9	+0,1
Na afloop van een opdracht	3,9	3,8	+0,1
Gemiddeld	3,9	3,9	=

Gemiddeld gezien vinden de klanten van BPK dat de uitvoering van opdrachten, het personeel en de communicatie de afgelopen jaren lichtelijk verbeterd zijn. Waar -1 een verslechtering betekent en +1 een verbetering, scoort BPK gemiddeld 0,21. Vooral op communicatiegebied heeft BPK zichzelf verbeterd met gemiddeld een +0,25.

Kwalitatieve antwoorden

Bij de vragenlijst was het mogelijk een toelichting te geven op de kwantitatieve antwoorden en werd gevraagd naar eventuele suggesties. 12 Verschillende respondenten hebben gebruik van gemaakt van het geven open antwoorden. In totaal is er 21 keer een toelichting gegeven op de antwoorden.

Verbeterpunten die worden aangedragen hebben voornamelijk toepassing op de levertijden. Meerdere bedrijven ondervinden dat post (te) laat wordt bezorgd.

Quote: "De afgesproken levertijden worden regelmatig niet nagekomen. Na telefonisch contact wordt e.e.a. wel weer opgelost, maar dit blijft een punt van aandacht."

Bij eventuele complicaties, bijvoorbeeld door uitval van een postbezorger, wordt klantgerichte informatie op prijs gesteld.

Quote: "Voor onze organisatie is het belangrijk dat Businesspost tijdig overlegt als de afgesproken tijden/diensten niet nagekomen kunnen worden."

Een proactieve houding van BPK wordt hierbij op prijs gesteld. De opdrachtgevers mogen verwachten dat zij op de hoogte worden gehouden van complicaties. Naast de levertijden, hebben reacties betrekking op de bezorgers. Waar men over het algemeen tevreden is over hen, vallen enkelen van hen uit de toon door een onverzorgd voorkomen (aldus twee individuele reacties).

Tot slot worden ook complimenten gegeven voor het functioneren van BPK. "Een groot compliment voor deze organisatie en het ontzettend vriendelijke en altijd aardige personeel!", zo luidt een van de reacties.

Toekomst

85% van de respondenten heeft aangegeven het waarschijnlijk tot zeer waarschijnlijk te achten in de toekomst zaken te blijven doen met BPK. 78% Beveelt de diensten van BPK aan bij anderen en tevens 78% beveelt BPK en Paswerk als bedrijf aan bij anderen. 3,7% Van de respondenten (1 persoon) verwacht in de toekomst geen zaken meer te doen met BPK.

3.8. Schoonmaak

Aantal respondenten: 10

Motivatatie tot samenwerking

Klanten geven aan voornamelijk met Schoonmaak samen te werken vanwege maatschappelijk verantwoord ondernemen (60%), gevolgd door het prijsbeleid (30%). De criteria betrouwbaarheid, snelle levering, betere uitgangspositie op 'social return on investment' opdrachten worden allemaal door 20% van de 10 respondenten (dus elk door 2 personen) beschouwd als een belangrijke motivatie tot samenwerking. Zie voor de overige motieven van klanten voor samenwerking tabel 2 op pagina 10.

Tevredenheid

4- 5	Heel erg tevreden
3,5- 4	Tevreden
3- 3,5	Neutraal
2- 3	Niet tevreden
1- 2	Helemaal niet tevreden

Tabel 9. Tevredenheid Schoonmaak

Onderwerp	Schoonmaak	Gemiddeld Paswerk	Vershil
Uitvoering opdracht	4,0	3,9	+0,1
Duidelijkheid offerte	3,8	4,0	-0,2
De levertijden	4,3	4,0	+0,3
De geleverde kwaliteit	3,8	3,9	-0,1
De prijs/kwaliteitverhouding	4,0	3,9	+0,1
De administratieve afhandeling	4,0	3,9	-0,1
Personeel	3,9	3,9	=
Deskundigheid stafmedewerkers	4,0	4,0	=
Deskundigheid uitvoerend personeel	3,6	3,8	-0,2
Klantvriendelijkheid stafmedewerkers	4,1	4,1	=
Duidelijkheid over vast contactpersoon	4,2	3,9	+0,3
Erkennen vragen/problemen	4,0	3,9	+0,1
Oplossen vragen/problemen	3,9	3,8	+0,1
Tijdige communicatie complicaties	3,6	3,6	=
Communicatie	4,1	3,9	+0,2
Offerte traject	4,0	3,9	+0,1
Uitvoering opdracht	4,1	3,8	+0,3
Telefonische bereikbaarheid	4,5	3,9	+0,6
Bereikbaarheid via e-mail	4,1	3,9	+0,2
Schriftelijke correspondentie	4,1	3,9	+0,2
Na afloop van een opdracht	3,9	3,8	+0,1
Gemiddeld	4,0	3,9	+0,1

Gemiddeld gezien vinden de klanten van Schoonmaak dat de uitvoering van opdrachten, het personeel en de communicatie de afgelopen jaren lichtelijk verbeterd zijn. Waar -1 een verslechtering betekent en +1 een verbetering, scoort Schoonmaak gemiddeld 0,35. Vooral de uitvoering van een opdracht is sterk verbeterd met een score van +0,43.

Kwalitatieve antwoorden

Bij de vragenlijst was het mogelijk een toelichting te geven op de kwantitatieve antwoorden en werd gevraagd naar eventuele suggesties. 4 Verschillende respondenten hebben gebruik van gemaakt van het geven open antwoorden. In totaal is er door deze 4 respondenten 6 keer een toelichting geven op de antwoorden. Hieruit komt naar voren dat de communicatie een verbeterpunt is. De communicatie in geval van calamiteiten en de beschrijving van de dienstverlening (werklijsten) zijn concrete verbeterpunten die door twee respondenten worden geopperd. Hierbij moet opgemerkt worden dat Paswerk Schoonmaak reeds op de hoogte is van de wensen van de klant, en dat hier momenteel aan gewerkt wordt (aldus dezelfde reacties).

Toekomst

55% van de respondenten heeft aangegeven het waarschijnlijk tot zeer waarschijnlijk te achten in de toekomst zaken te blijven doen met Schoonmaak. 55% Beveelt de diensten van Schoonmaak aan bij anderen en wederom 55% beveelt Paswerk als bedrijf aan bij anderen. 22% Van de respondenten (2 personen) verwacht in de toekomst geen zaken meer te doen met Paswerk.

(Deze vragen zijn door 9 van de 10 respondenten beantwoord; daarom deze percentages.)

3.9. Pasmatch groepsdetachering (Flexkracht)

Aantal respondenten: 8

Motivatie tot samenwerking

Klanten geven aan voornamelijk met Flexkracht samen te werken vanwege het prijsbeleid (88%), gevolgd door MVO (75%) en de klantgerichtheid (50%). De snelle levering wordt door 38% van de 8 respondenten beschouwd als een belangrijke motivatie tot samenwerking. Zie voor de overige motieven van klanten voor samenwerking tabel 2 op pagina 10.

Tevredenheid

4- 5	Heel erg tevreden
3,5- 4	Tevreden
3- 3,5	Neutraal
2- 3	Niet tevreden
1- 2	Helemaal niet tevreden

Tabel 10. Tevredenheid Flexkracht

Onderwerp	Flexkracht	Gemiddeld Paswerk	Vershil
Detachering	3,6	3,4	+0,2
Begeleiding jobcoaches	3,8	3,3	+0,5
Betrokkenheid jobcoaches	3,5	3,5	=
Ondersteuning t.b.v. ontwikkeling	3,5	3,4	+0,1
Informatie over beschikbaarheid medewerkers	3,7	3,5	+0,2
Uitvoering detachering	3,9	3,9	=
Duidelijkheid offerte	3,8	4,0	-0,2
De levertijden	4,0	4,0	=
De geleverde kwaliteit	3,8	3,9	-0,1
De prijs/kwaliteitverhouding	3,8	3,9	-0,1
De administratieve afhandeling	4,0	3,9	-0,1
Personeel	4,1	3,9	+0,2
Deskundigheid stafmedewerkers	4,0	4,0	=
Deskundigheid uitvoerend personeel	3,8	3,8	=
Klantvriendelijkheid stafmedewerkers	4,2	4,1	+0,1
Duidelijkheid over vast contactpersoon	4,4	3,9	+0,5
Erkennen vragen/problemen	4,2	3,9	+0,3
Oplossen vragen/problemen	4,4	3,8	+0,6
Tijdige communicatie complicaties	4,0	3,6	+0,4
Communicatie	4,0	3,9	+0,1
Offerte traject	4,0	3,9	+0,1
Uitvoering opdracht	4,2	3,8	+0,4
Telefonische bereikbaarheid	4,0	3,9	+0,1
Bereikbaarheid via e-mail	4,0	3,9	+0,1
Schriftelijke correspondentie	4,0	3,9	+0,1
Na afloop van een opdracht	4,0	3,8	+0,2
Gemiddeld	3,9	3,8	+0,1

Gemiddeld gezien vinden de klanten van Flexkracht dat de uitvoering van opdrachten, het personeel en de communicatie de afgelopen jaren lichtelijk verbeterd zijn. Waar -1 een verslechtering betekent en +1 een verbetering, scoort Flexkracht gemiddeld 0,27.

Klanten zijn een vijftal stellingen voorgelegd waarin naar de motivatie tot samenwerking werd gevraagd. Hierin betekent 1 helemaal niet mee eens en 5 helemaal mee eens. Hieruit blijkt dat klanten voornamelijk met Pasmatch groepsdetachering (Flexkracht) samenwerken vanwege het snel kunnen oplossen van een personeelstekort. Bij de 8 respondenten wordt dit gemiddeld beoordeeld met een 4,1 (mee eens tot helemaal mee eens). Hiernaast blijkt dat klanten met Pasmatch groepsdetachering (Flexkracht) samenwerken om de personeelskosten beperkt te houden. Dit wordt beoordeeld met een 4,0 (mee eens tot helemaal mee eens). De positieve invloed van medewerkers op de sfeer en cultuur in het bedrijf van de klant scoort een 3,7 (neutraal tot mee eens) en de gemotiveerde medewerkers die door Pasmatch worden geleverd scoort tevens een 3,7. Het samenwerken met Pasmatch om hiermee financiële risico's te voorkomen scoort relatief het minst met een gemiddelde beoordeling van een 3,3 (neutraal).

Kwalitatieve antwoorden

Bij de vragenlijst was het mogelijk een toelichting te geven op de kwantitatieve antwoorden en werd gevraagd naar eventuele suggesties. Eén respondent heeft hiervan gebruik gemaakt.

Quote: "Succes van de detachering valt en staat met een juiste selectie en begeleiding van de personen die worden uitgezonden voor de werkzaamheden die ze gaan doen. De opbouw van een goede pool vergt tijd en training. Niet altijd worden de juiste personen op de job gezet, niet altijd is dit klaarblijkelijk goed mogelijk door de beperkingen(onverwachte uitval). Bepaalde personen zijn extra vatbaar hiervoor. Wellicht dat hier met detacheren meer rekening mee kan worden gehouden en worden hiermee deeltijdbanen gedurende de werkdag voorkomen."

Toekomst

60% van de respondenten heeft aangegeven het waarschijnlijk tot zeer waarschijnlijk te achten in de toekomst zaken te blijven doen met Pasmatch groepsdetachering (Flexkracht). 60% Beveelt de diensten van Pasmatch groepsdetachering (Flexkracht) aan bij anderen en 80% beveelt dit bedrijf aan bij anderen. Geen van de respondenten verwacht in de toekomst geen zaken meer te doen met dit bedrijf.

3.10. IJmuiden Metaal

Aantal respondenten: 7

Motivatatie tot samenwerking

Klanten geven aan voornamelijk met IJmuiden Metaal samen te werken vanwege maatschappelijk verantwoord ondernemen en het prijsbeleid (beiden 71%), gevolgd door de kwaliteit (57%). Zie voor de overige motieven van klanten voor samenwerking tabel 2 op pagina 10.

Tevredenheid

4- 5	Heel erg tevreden
3,5- 4	Tevreden
3- 3,5	Neutraal
2- 3	Niet tevreden
1- 2	Helemaal niet tevreden

Tabel 11. Tevredenheid IJmuiden Metaal

Onderwerp	IJmuiden Metaal	Gemiddeld Paswerk	Vershil
Uitvoering opdracht	3,6	3,9	-0,3
Duidelijkheid offerte	4,0	4,0	=
De levertijden	2,7	4,0	-1,3
De geleverde kwaliteit	4,0	3,9	+0,1
De prijs/kwaliteitverhouding	3,9	3,9	=
De administratieve afhandeling	3,6	3,9	-0,3
Personeel	3,6	3,9	-0,3
Deskundigheid stafmedewerkers	3,7	4,0	-0,3
Deskundigheid uitvoerend personeel	3,6	3,8	-0,2
Klantvriendelijkheid stafmedewerkers	4,1	4,1	=
Duidelijkheid over vast contactpersoon	4,1	3,9	+0,2
Erkennen vragen/problemen	3,3	3,9	-0,6
Oplossen vragen/problemen	3,1	3,8	-0,7
Tijdige communicatie complicaties	2,9	3,6	-0,7
Communicatie	3,3	3,9	-0,6
Offerte traject	3,5	3,9	-0,4
Uitvoering opdracht	3,1	3,8	-0,7
Telefonische bereikbaarheid	2,7	3,9	-1,2
Bereikbaarheid via e-mail	3,6	3,9	-0,3
Schriftelijke correspondentie	3,6	3,9	-0,3
Na afloop van een opdracht	3,4	3,8	-0,4
Gemiddeld	3,5	3,9	-0,4

Gemiddeld gezien vinden de klanten van IJmuiden Metaal dat de uitvoering van opdrachten, het personeel en de communicatie de afgelopen jaren lichtelijk constant gebleven zijn. Waar -1 een verslechtering betekent en +1 een verbetering, scoort IJmuiden Metaal op communicatiegebied een +0,2. Deze verbetering wordt echter genuanceerd door de ontwikkeling van het personeel, wat beoordeeld wordt met een verslechtering van -0,2. De uitvoering van een opdracht wordt door alle respondenten neutraal beantwoord, het geen verslechtering noch verbetering betekent.

Kwalitatieve antwoorden

Bij de vragenlijst was het mogelijk een toelichting te geven op de kwantitatieve antwoorden en werd gevraagd naar eventuele suggesties. 4 Verschillende respondenten hebben gebruik van gemaakt van het geven van open antwoorden. In totaal is er 13 keer een toelichting geven op de antwoorden.

Verbeterpunten die worden aangedragen hebben voornamelijk toepassing op de communicatie. Meer duidelijkheid wordt gevraagd ten opzichte van orderbevestigingen en eventuele complicaties.

Quote: "Graag een update van de situatie, zodat ik niet met een vraagteken blijf zitten."

Daarnaast meldt één respondent dat de communicatie spaak loopt doordat er (ook na verhuizing van Cruquius naar IJmuiden) nog sprake is van telefonische doorschakeling naar de Paswerk hoofdvestiging in Cruquius.

Naast de communicatie, is de kwaliteit een punt van aandacht.

Quote: "Een iets verbeterde eindcontrole op voor ons relevante punten, zoals op onze inkoopspecificatie vermeld zijn."

Toekomst

71% Van de respondenten heeft aangegeven het waarschijnlijk tot zeer waarschijnlijk te achten in de toekomst zaken te blijven doen met IJmuiden Metaal. 28% beveelt de diensten van IJmuiden Metaal aan bij anderen en eveneens 28% beveelt IJmuiden Metaal als bedrijf aan bij anderen. Geen van de respondenten verwacht in de toekomst geen zaken meer te doen met IJmuiden Metaal.

Hoofdstuk 4. Advies

Conclusie

Paswerk (alle bedrijven) scoort gemiddeld een 3,8. Klanten kunnen daarom *overall* als tevreden worden beschouwd. Uit individuele reacties op het KTO blijken echter voornamelijk verbeterpunten te liggen in de communicatie van de verschillende Paswerk bedrijven met hun klanten.

Advies

De volgende voorstellen worden gedaan naar aanleiding van de resultaten uit het KTO. De eerste twee punten hebben betrekking op de communicatie. De overige punten zijn gericht op het zo efficiënt en effectief mogelijk uitvoeren van een KTO in de nabije toekomst.

1. Leading rol aannemen in de communicatie

Klanten ervaren dat zij in sommige gevallen *leading* zijn, in plaats van dat Paswerk actief updates geeft. Meer communicatie over de planning, de aard van werkzaamheden en eventuele complicaties wordt op prijs gesteld.

Quote: "Meer duidelijkheid m.b.t. levertijd. Wordt deze door omstandigheden niet binnen de afgesproken deadline gehaald, graag een update van de situatie zodat ik niet met een vraagteken blijf zitten."

Klanten horen graag updates, zodat zij kunnen anticiperen op eventuele wijzigingen.

Een concrete verbeterpunt is het (terug-) bellen van de klant zonder verborgen telefoonnummer. Klanten ervaren dat zij in sommige gevallen niet teruggebeld worden, terwijl hier wel om gevraagd is. Op dit moment is het telefoonnummer van Paswerk bij het bellen van klanten afgeschermd. De ervaring van de klanten die niet teruggebeld worden (althans in elk geval zeggen niet te worden teruggebeld) kan hieraan ten grondslag liggen. Indien zij het telefoontje niet aannemen, weten zij dan ook niet wie hen heeft gebeld of er moet een voicemail zijn ingesproken en afgeluisterd worden. Het weergeven van het telefoonnummer geeft de klant snellere informatie om direct terug te bellen en komt de communicatie tussen klant en het Paswerk bedrijf ten goede. In elk geval moet natuurlijk altijd daadwerkelijk telefonisch contact tot stand worden gebracht, indien een klant om telefonisch contact vraagt.

2. Persoonlijk aanspreekpunt aanwijzen

Klanten hebben in sommige gevallen in operationele contacten in het kader van werkorders te maken met meerdere Paswerk medewerkers bij het Paswerk bedrijf waarmee zij zaken doen.

Quote: "Door het centrale telefoonnummer krijg ik steeds iemand anders aan de telefoon. Tot nu toe 4 verschillende personen. Iedereen is wel goed op de hoogte en uitermate behulpzaam, maar praktisch is het niet."

Deze reactie is illustratief. Eén centraal aanspreekpunt wordt gewaardeerd, al moet de invulling daarachter ook zo zijn. Naast het contact hebben met meerdere Paswerk medewerkers, is een centraal e-mailadres of telefoonnummer niet efficiënt, indien de klant dient uit te leggen waarvoor en waarom hij/zij belt. Dit wordt door klanten ook ervaren.

Quote: "Iedereen is volgens mij van goeie wil. Maar ik heb wel eens het gevoel dat de interne werkwijze nog wel eens wat omslachtig is".

De goede wil en behulpzame houding wordt gewaardeerd, de inefficiëntie wordt opgemerkt (en in sommige gevallen als vervelend beschouwd).

3. Verbeteren vragenlijst

Het uitgevoerde KTO is gecontroleerd op haar effectiviteit. Enkele reacties op het KTO geven weer dat de beoogde vijf minuten voor het invullen van de vragenlijst te weinig is. Daarnaast zijn in deze eerste KTO vragen gesteld die in een volgende KTO achterwege gelaten kunnen worden. Dit zijn voornamelijk vragen die gefocust zijn op eventuele ontevredenheden van klanten. Het KTO biedt namelijk voldoende mogelijkheden voor de klant om zijn of haar ontevredenheden, tips of complimenten kenbaar te maken. Hiervoor zijn geen specifieke vragen, zoals in figuur 1 te zien zijn, nodig.

Figuur 1. Voorbeeld van vraag die achterwege gelaten kan worden

Q31 Waarom heeft u uw ontevredenheid niet bij ons kenbaar gemaakt?

Beantwoord: 2 Overgeslagen: 80

#	Reacties
1	Zie mijn eerdere antwoord.
2	Zie voorgaande

Geadviseerd wordt om de volgende vragen weg te laten in een volgende editie:

- Indien u 'niet tevreden' of 'helemaal niet tevreden' hebt ingevuld bij één of enkele van bovenstaande aspecten, heeft u uw ontevredenheid kenbaar gemaakt?
- Waarom heeft u uw ontevredenheid niet bij ons kenbaar gemaakt?
- Zou u alsnog uw ontevredenheid kenbaar willen maken?
- Waarom heeft u uw ontevredenheid niet bij ons kenbaar gemaakt?

Antwoorden op deze worden reeds verkregen via de vraag "Heeft u wensen of verbeterpunten met betrekking tot dit onderwerp?" Deze vraag moet natuurlijk gehandhaafd blijven. Het elimineren van de eerdergenoemde vragen zal het beoogde tijdsbestek voor het invullen van de vragenlijst ten goede komen.

4. Update van klantgegevens in CRM-systemen

Voor dit KTO is een specifiek klantenbestand samengesteld. Om zo objectief mogelijk het onderzoek uit te voeren, zijn in dit onderzoek de klantgegevens van de centrale afdeling Financiële administratie als basis gebruikt. Deze gegevens zijn aangevuld met klantgegevens van de accountmanagers. Klantgegevens worden binnen Paswerk in verschillende systemen/programma's en niet op eenduidige wijze opgeslagen. Dit varieert van een individueel opgezet en gebruikt Excel-bestand tot en met het centrale Navision administratiesysteem. Het verzamelen, up to date houden en overzichtelijk groeperen van de klantgegevens is inefficiënt, althans voor centraal (op corporate Paswerk niveau) georganiseerde onderzoeken en projecten. Daarnaast bestaat maar liefst één derde van het samengestelde klantenbestand uit algemene e-mailadressen, zoals info@ en facturen@. Er kunnen (ook anno 2015) best uitzonderingen zijn (een zzp-ondernemer of een relatief klein bedrijf met alleen een algemeen e-mailadres). Maar in het algemeen komt deze situatie de respons bij een KTO niet ten goede. Op dit moment is er sprake van een versnipperde aanpak met betrekking tot klantgegevens. Het samengestelde klantenbestand voor dit KTO is niet optimaal gebleken. In eerste instantie wordt geadviseerd wordt de klantgegevens in één bestaand systeem/programma up tot date te maken en te houden, waarbij kan worden gedacht aan Navision van de Financiële administratie. De primaire bron voor dit specifieke beheer dient bij de accountmanagers en bedrijfsbureaus van de verschillende Paswerk bedrijven te liggen. Zij zijn immers de opdrachtnemers en de dagelijkse contactpersonen voor klanten. In tweede instantie kan worden overwogen om onderzoek te doen naar de haalbaarheid en kosten-/batenanalyse van een centraal CRM-systeem.

5. Jaarlijkse uitvoering KTO

Om te toetsen in hoeverre de resultaten van dit onderzoek zullen leiden tot verbeteringen in de organisatie, is het heel belangrijk om ditzelfde onderzoek (met aanpassingen zoals bij punt 3 genoemd) periodiek uit te voeren. In algemene zin is een jaarlijkse frequentie een serieuze optie. Deze frequentie wordt ook door collega SW-bedrijven (zoals Wedeo en Opmaat) gehanteerd.

6. Meer Paswerk bedrijven meenemen

In dit KTO zijn acht verschillende Paswerk bedrijven onderscheiden. Geadviseerd wordt om in een komende editie hier nog even goed naar te kijken. In dit onderzoek zijn binnen de divisie Productie een aantal bedrijven samengevoegd tot één bedrijf. Dit betreft: Industrie, Techniek, Verpakken en Was & Textiel. De resultaten bieden daarom geen specifieke resultaten van deze individuele bedrijven, waardoor mogelijk interessante, bedrijfsspecifieke informatie niet zichtbaar is. Geadviseerd wordt in een komende editie Paswerk bedrijven (als het even kan) niet meer samen te voegen en op de koop toe te nemen dat de absolute respons per bedrijf dan wat lager zal zijn.

7. Opvolging door accountmanagers

De resultaten en conclusies moeten per Paswerk bedrijf besproken en behandeld worden. Dit geldt zowel voor de eigen resultaten sec als voor de eigen resultaten in vergelijking met de andere Paswerk bedrijven. Sommige klanten hebben serieuze ontevredenheden aangekaart. Geadviseerd wordt met deze bedrijven (voor zover ze in het onderzoek niet voor anonimiteit hebben geopteerd) in gesprek te gaan om verbeterpunten af te stemmen en af te spreken.

Bijlage 1: Geïnterviewden KTO

Naam	Functie
Bert Roozendaal	Divisiemanager Productie
Jan Klingeman	Divisiemanager Dienstverlening
Jeroen Coops	Divisiemanager Re-integratie
Ton Aker	Sectormanager Groen
Karin Jansma	Loopbaanbegeleider
Maartje Meer	Loopbaanbegeleider
Wendy Wijnberg	Loopbaanbegeleider / Communicatiemedewerker
Hubert-Jan de Wit	Manager Werkdag
Karin Ruijssenaars	Accountmanager divisie Dienstverlening
Marcel van Duivenboden	Teamleider Kennemerland Business Post
Rob Wieleman	Communicatiemanager

Bijlage 2: Klankbordbespreking KTO

Naam	Functie
Peter Preschel	Sectormanager Grafisch
Mark Rozekrans	Sectormanager Techniek
Marieta Telman	Manager Pasmatch
Bernard Dragtsma	Sectormanager Flexkracht
Jan Klingeman	Divisiemanager Dienstverlening
Bert Rozendaal	Divisiemanager Productie
Karin Ruijssenaars	Accountmanager divisie Dienstverlening
Cees Zwart	Productie Accountmanager Industrie
Rob Wieleman	Communicatiemanager
Albert Beije Ramirez	Communicatieonderzoeker

Bijlage 3: Resultatenmatrix	Paswerk (alle bedrijven)	Pasmatch individuele detachering	Pasmatch Groepsdetachering (Flexkracht)	Grafisch	BPK (Paspost)	Schoonmaak	Groen	Productie	IJmuiden Metaal
Respondenten	260	32	8	82	27	10	40	54	7
Gemiddelde score	3,8	3,7	3,9	4,1	3,9	4,0	3,8	3,7	3,5
Detachering	3,4	3,4	3,6			4- 5	Heel erg tevreden Tevreden Neutraal Niet tevreden Helemaal niet tevreden		
Begeleiding jobcoaches	3,3	3,2	3,8			3,5- 4			
Betrokkenheid jobcoaches	3,5	3,5	3,5			3- 3,5			
Ondersteuning t.b.v. ontwikkeling	3,4	3,4	3,5			2- 3			
Informatie over beschikbaarheid medewerkers	3,5	3,4	3,7			1- 2			
Uitvoering opdracht/detachering*	3,9	3,9	3,9	4,2	3,9	4,0	3,8	3,7	3,6
Duidelijkheid offerte	4,0	4,0	3,8	4,2	4,0	3,8	4,0	3,9	4,0
De levertijden	4,0	3,8	4,0	4,2	3,9	4,3	3,9	3,8	2,7
De geleverde kwaliteit	3,9	3,9	3,8	4,2	3,8	3,8	3,8	3,7	4,0
De prijs/kwaliteitverhouding	3,9	4,0	3,8	4,1	3,9	4,0	3,7	3,7	3,9
De administratieve afhandeling	3,9	3,7	4,0	4,1	4,0	4,0	3,9	3,7	3,6
Personeel	3,9	3,7	4,1	4,1	3,9	3,9	3,8	3,7	3,6
Deskundigheid stafmedewerkers	4,0	3,7	4,0	4,2	3,9	4,0	4,0	3,8	3,7
Deskundigheid uitvoerend personeel	3,8	3,8	3,8	4,0	3,6	3,6	3,7	3,7	3,6
Klantvriendelijkheid stafmedewerkers	4,1	3,8	4,2	4,3	4,0	4,1	3,9	4,0	4,1
Duidelijkheid over vast contactpersoon	3,9	3,8	4,4	4,0	4,2	4,2	3,9	3,6	4,1
Erkennen vragen/problemen	3,9	3,7	4,2	4,1	3,9	4,0	3,8	3,8	3,3
Oplossen vragen/problemen	3,8	3,5	4,4	4,1	3,8	3,9	3,8	3,7	3,1
Tijdige communicatie complicaties	3,6	3,4	4,0	3,9	3,8	3,6	3,6	3,5	2,9
Communicatie	3,9	3,7	4,0	4,0	4,0	4,1	3,7	3,7	3,3
Offerte traject	3,9	3,8	4,0	4,1	4,0	4,0	3,8	3,7	3,5
Uitvoering opdracht	3,8	3,7	4,2	3,9	4,0	4,1	3,6	3,7	3,1
Telefonische bereikbaarheid	3,9	3,9	4,0	4,1	4,0	4,5	3,8	3,6	2,7
Bereikbaarheid via e-mail	3,9	3,8	4,0	4,2	4,0	4,1	3,9	3,7	3,6
Schriftelijke correspondentie	3,9	3,8	4,0	4,1	4,0	4,1	3,7	3,8	3,6
Na afloop van een opdracht	3,8	3,5	4,0	3,9	3,9	3,9	3,6	3,8	3,4

