

PUBLIEKE DIENSTVERLENING IN DIGITALE TRANSITIE 2021

HOE KAN DIGITALISERING BIJ PUBLIEKE DIENSTVERLENERS
BIJDRAGEN AAN EEN BETERE KLANTBELEVING?

Belangrijkste inzichten vanuit een onderzoek
onder ruim 1.000 klanten van publieke dienstverleners.

MCX | Lectoraat
Marketing &
Customer Experience



3 MANIEREN WAAROP DIGITALISERING EEN BIJDRAGE KAN LEVEREN AAN EEN BETERE KLANTBELEVING

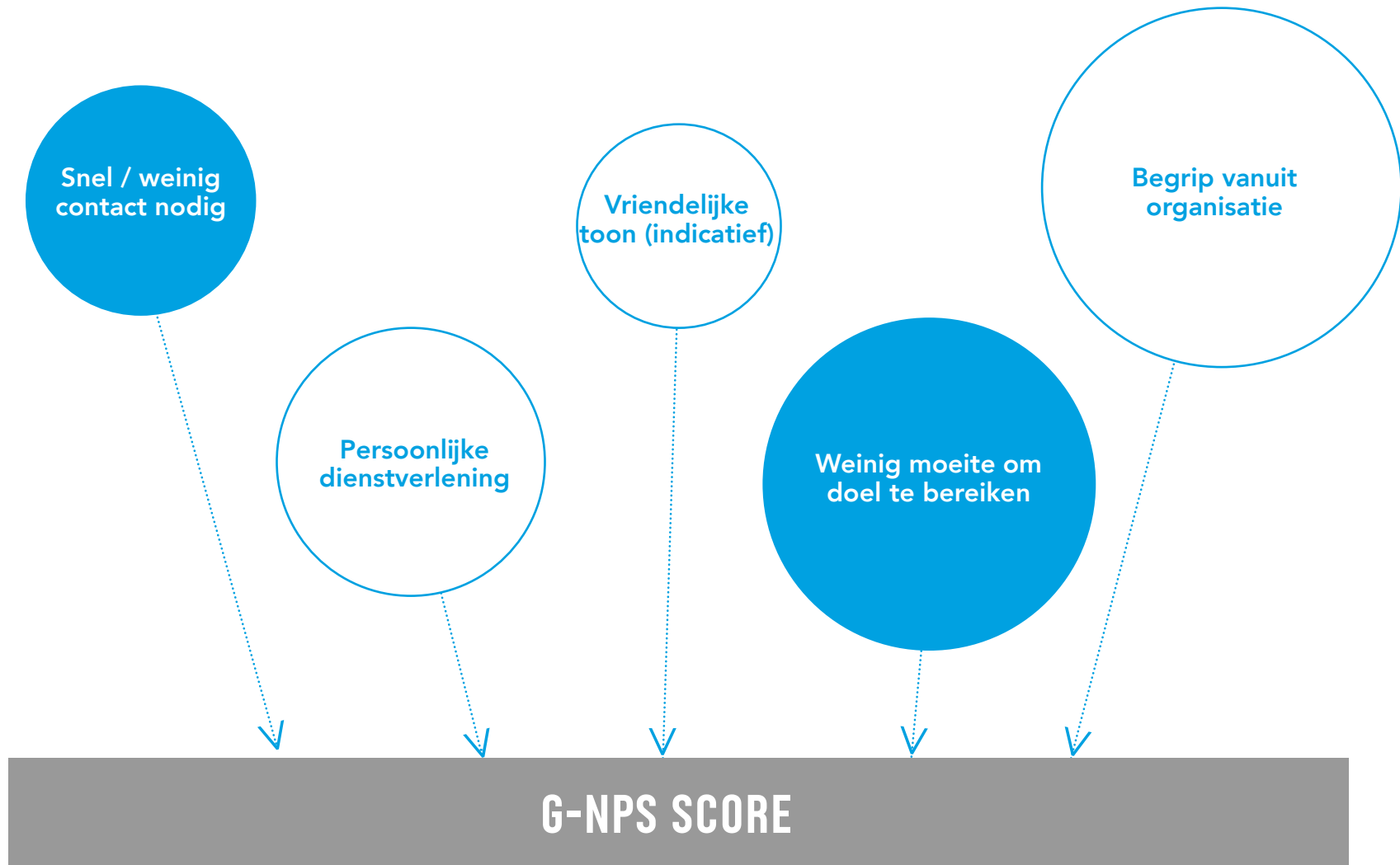
1. Als digitalisering bijdraagt aan het 'met zo min mogelijk tijd en moeite' bereiken van het doel.
2. Als aspecten van 'persoonlijke dienstverlening' worden toegevoegd aan digitale dienstverlening.
3. Als digitalisering proactieve dienstverlening mogelijk maakt.

De complexiteit van het doel heeft op bovengenoemde onderdelen een grote impact.



1 ALS DIGITALISERING BIJDRAAGT
AAN HET 'MET 20 MIN
MOGELIJK TIJD EN MOEITE'
BEREIKEN VAN HET DOEL

'WEINIG MOEITE' EN 'SNEL' ZIJN BELANGRIJKE DRIVERS VOOR EEN HOGE G-NPS SCORE





DIGITALE KANALEN MAKEN 'MET WEINIG TIJD EN MOEITE' MOGELIJK



Met name e-mail en de website van de organisatie (inclusief mijn-omgeving) maken dit mogelijk.

Waarom heeft u contact gehad via de **website van de organisatie**?

Zelf kunnen opzoeken / regelen	47%
Gemak van online zoeken of invullen*	36%
Overzichtelijke / actuele informatie	33%
Snel	19%
Omdat ik een redelijk eenvoudige vraag had	19%

Waarom heeft u contact gehad via **e-mail**?

Gemakkelijk*	40%
Is terug te lezen, zwart op wit	29%
Vanwege het belang van mijn vraag/situatie	21%
Snel	18%
Omdat ik een (redelijk) complexe vraag had	16%

* - weinig inspanning ten opzichte van traditionele middelen bv. door korte of automatische processen.

- snel en direct antwoord

DIGITALE KANALEN KUNNEN EEN GOED ALTERNATIEF VOOR DE TELEFOON ZIJN

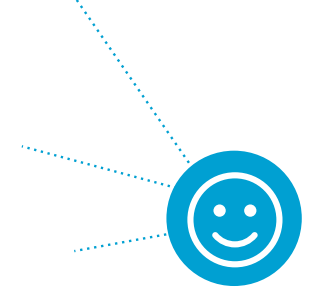
Vooral vanwege de (verwachte) lange wachttijd bij telefonisch contact.



Waarom heeft u **niet** telefonisch contact opgenomen?

Kost veel (wacht)tijd	28%
Had eenvoudige vraag	27%
Gesprek niet vast te leggen	17%
Paste niet bij tijdstip waarop ik contact wilde	12%
Had complexe vraag	12%
Risico op doorverbinden	10%
Niet geschikt voor kort bericht	9%
Gebrek aan kennis van medewerkers	9%

COMPLEXITEIT VAN DOEL HEEFT GROTE IMPACT OP TEVREDENHEID EN KANAALKEUZES



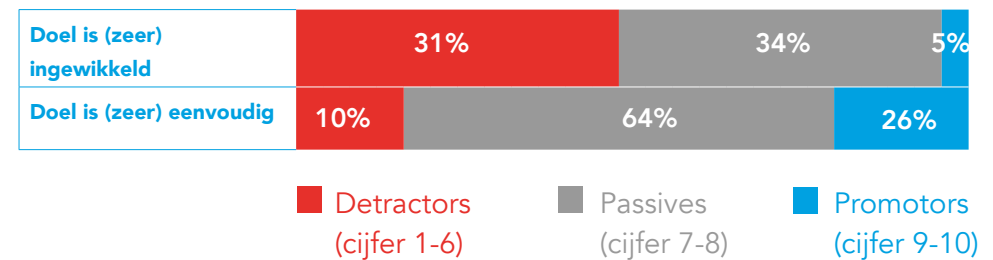
Bij een complex doel krijgen klanten niet altijd de gewenste dienstverlening.

Klanten met een complex doel:

- Hebben meer moeite om hun doel te bereiken
- Zijn minder tevreden
- Gebruiken minder vaak digitale kanalen



Is het doel **ingewikkeld** of **eenvoudig** wat u wilde bereiken bij uw contact met de organisatie?





HOE KAN DIGITALISERING BIJ EENVOUDIGE DOELEN BIJDAGEN AAN BETERE KLANTBELEVING?

Bij eenvoudige doelen geldt dat klanten gemak en snelheid zoeken.

Tips van klanten: hoe kan digitaal hierin voorzien?

- Heldere en gebruiksvriendelijke processen (autonomie)
- Geautomatiseerd: zo min mogelijk zelf hoeven doen
- Directe of snelle terugkoppeling
- Op maat terugkoppeling
- 24/7



HOE KAN DIGITALISERING BIJ COMPLEXE DOELEN BIJDAGEN AAN BETERE KLANTBELEVING?

Bij complexe doelen zijn naast gemak en snelheid belangrijk:

- Begrip voor de klant
- Bekendheid met de voorgeschiedenis
- Nazorg

Tips van klanten: hoe kan digitaal hierin voorzien?

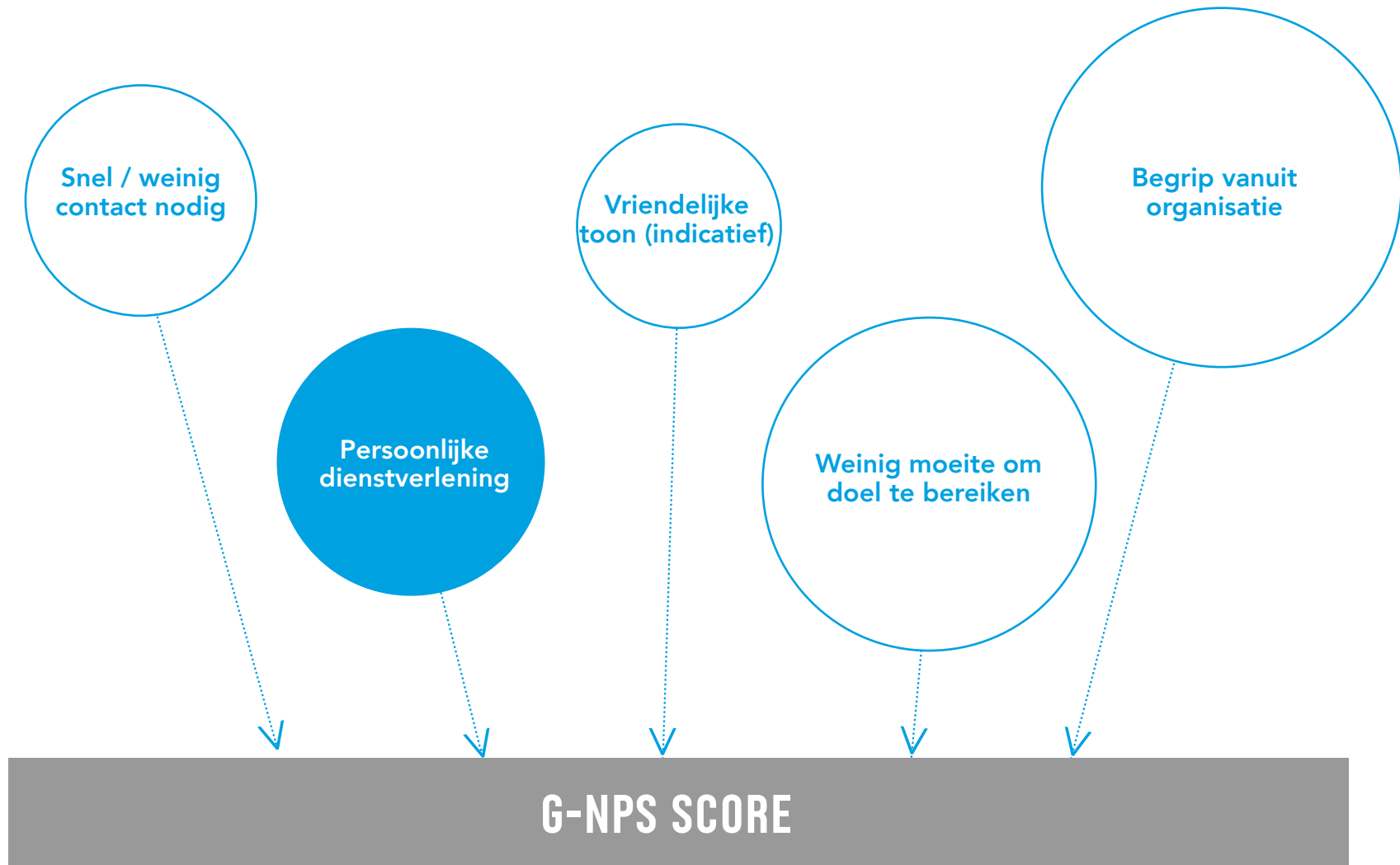
- Een digitale voorsorteerfunctie, zodat de klant snel op de juiste plek belandt
- Herkenning van de klant: status, voorgeschiedenis, behoeften
- Escape mogelijkheid naar menselijk contact

2

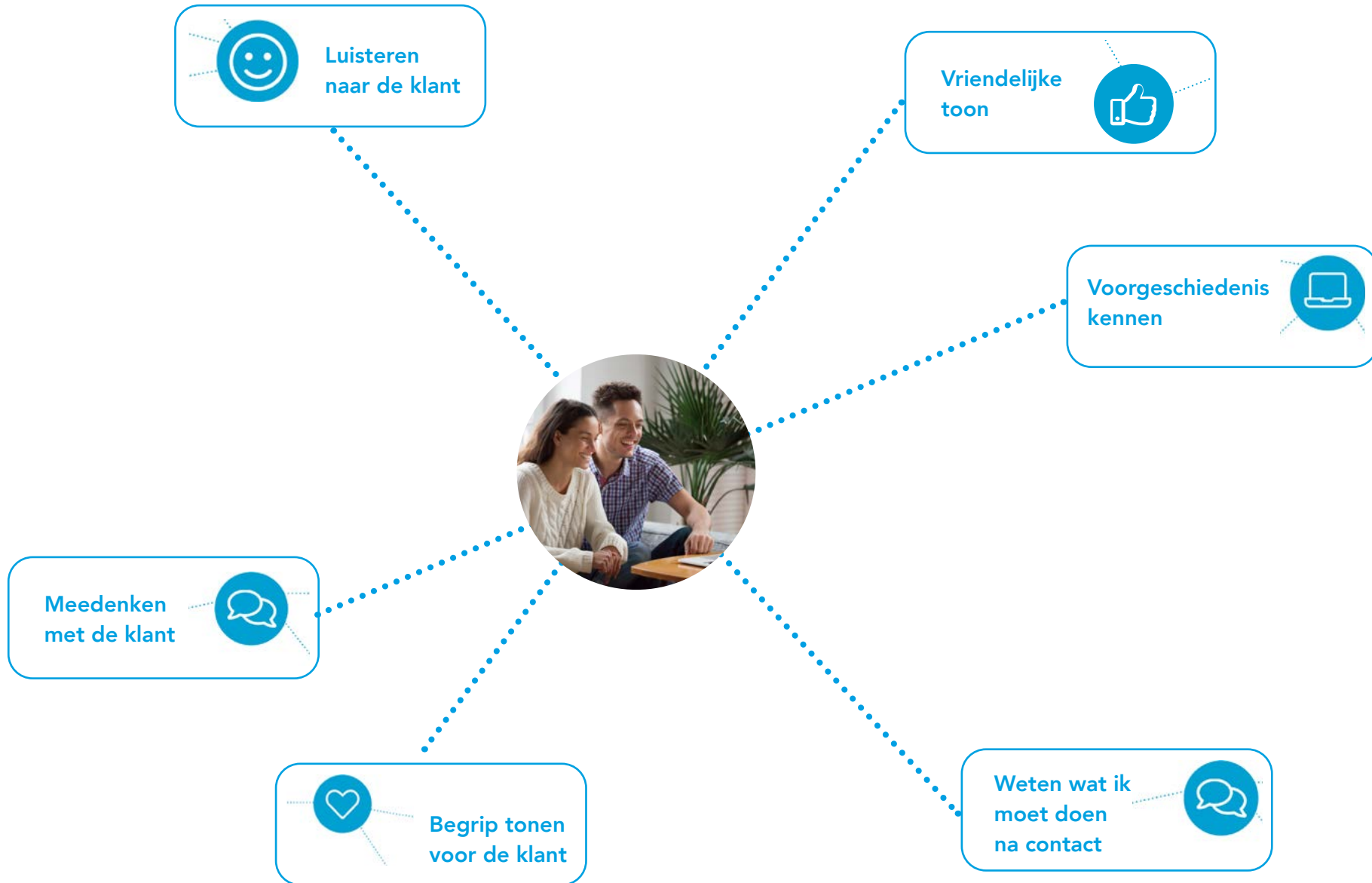
ALS ASPECTEN VAN
'PERSOONLIJKE
DIENSTVERLENING' WORDEN
TOEGEVOEGD AAN
DIGITALE DIENSTVERLENING



PERSOONLIJKE DIENSTVERLENING IS BELANGRIJKE DRIVER VOOR HOGE G-NPS SCORE



WAT IS 'PERSOONLIJKE DIENSTVERLENING' VOOR KLANTEN?



"De woorden 'wij zorgen ervoor' geeft het idee dat er alles aan gedaan wordt om te zorgen dat ik gelukkig mijn computer dichtklap, want er wordt hard aan gewerkt."

"Als ze aangeven: joh, misschien is het beter voor jou om over te gaan op een ander abonnement en dit zijn de opties."

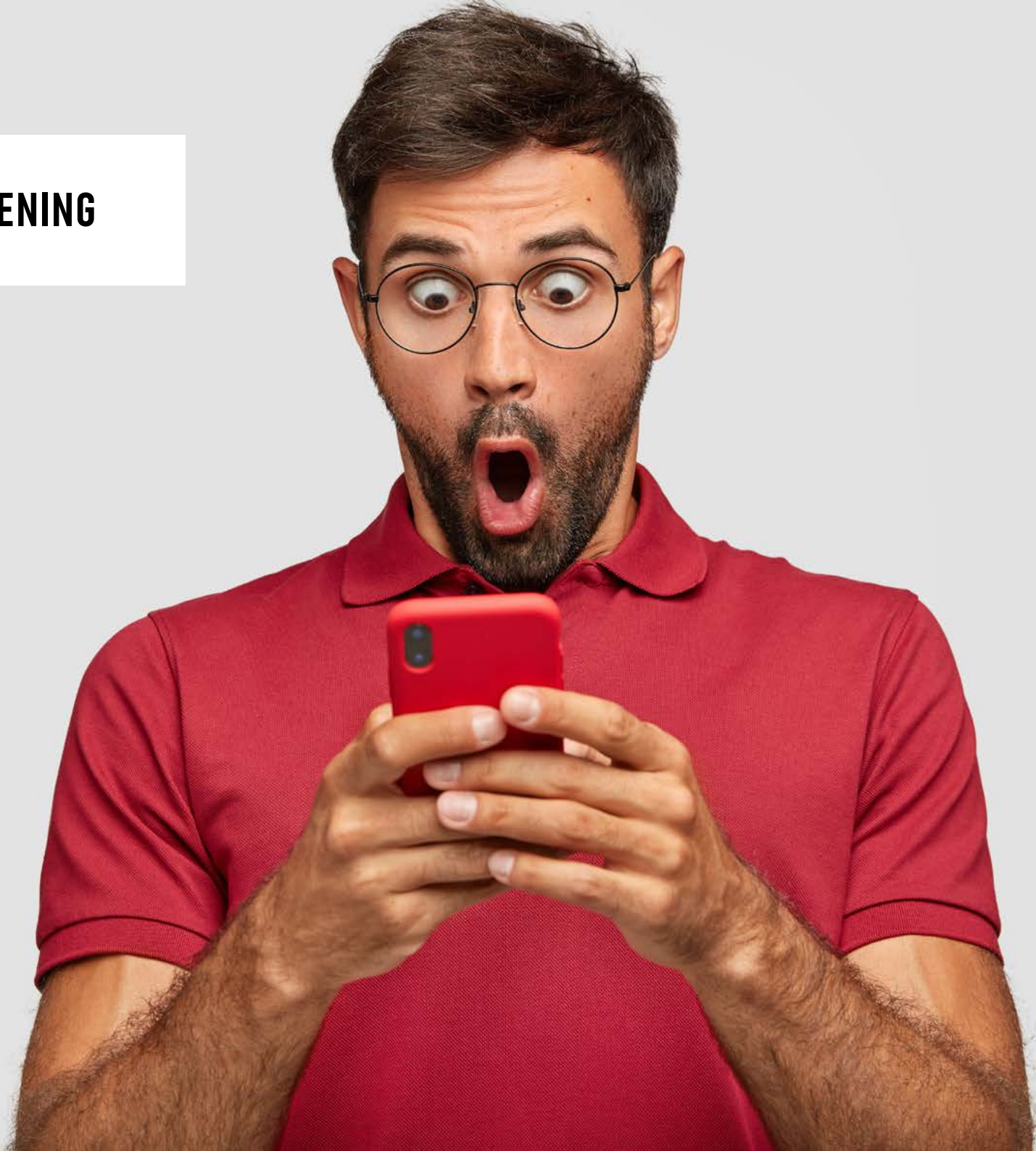


TIPS VAN KLANTEN: HOE KAN 'PERSOONLIJKE DIENSTVERLENING' DIGITAAL GEREALISEERD WORDEN?

- Door begrip te tonen: passende, inlevende taal
- Door de historie van de klant te kennen: proactieve dienstverlening
- Als de klant na afloop van het contact weet wat te doen: bevestiging van terugkoppeling

"Belangrijk is een opsomming van de volgende actiepunten. Dan raak je opgelucht..."

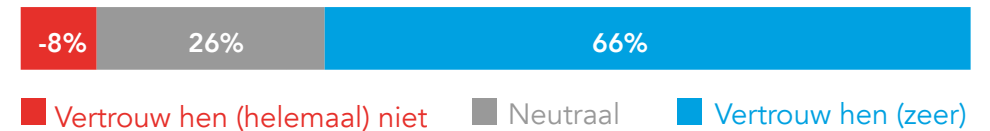
3 ALS DIGITALISERING
PROACTIEVE DIENSTVERLENING
MOGELIJK MAAKT



RANDVOORWAARDE VOOR PROACTIEVE DIENSTVERLENING: MEERDERHEID KLANTEN HEEFT VERTROUWEN IN PUBLIEKE ORGANISATIES



Wat is uw **vertrouwen** in de organisatie?



Is uw vertrouwen **gestegen of gedaald** door het gebruik van digitale middelen?

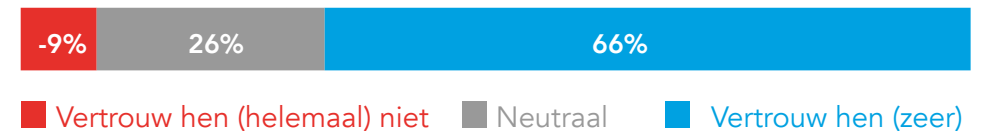


Het vertrouwen verschilt per type organisatie. Meer informatie hierover kunt u opvragen bij de onderzoekers.



NOG EEN RANDVOORWAARDE VOOR PROACTIEVE DIENSTVERLENING: MEERDERHEID VERTROUWT PUBLIEKE ORGANISATIES MET HUN PERSOONLIJKE GEGEVENS

In hoeverre vertrouwt u dat organisatie X op een **juiste en veilige manier** omgaat met uw persoonlijke gegevens?



Dit vertrouwen bestaat mits organisaties transparant zijn over hun databeleid en security, en mits klanten in control zijn over hun eigen data.



MEERDERHEID KLANTEN HEEFT INTERESSE IN PROACTIEVE DIENSTVERLENING



In welke **soort tips** van publieke organisaties heeft u interesse?

Melding afwijkende gegevens	67%	10%	23%
Alert maken	63%	11%	27%
Relevante info i.v.m uw situatie	57%	14%	29%
Tips o.b.v uw gegevens	43%	16%	35%

■ Interesse ■ Weet ik niet ■ Geen interesse

RUIME MEERDERHEID HEEFT GEEN BEZWAAR TEGEN GEBRUIK PERSOONLIJKE GEGEVENS VOOR TIPS



En welke van uw **gegevens** mogen zij daarvoor gebruiken?

Type woning	75%	9%	16%
Leeftijdscategorieën in huishouden	69%	12%	20%
Samenstelling huishouden	69%	12%	19%
Verbruiksgeschiedenis	65%	13%	21%
Gegevens eerdere contactmomenten	65%	13%	21%
Details over woning	64%	12%	24%
Leeftijden in huishouden	52%	12%	25%

■ Wel gebruiken
 ■ Weet ik niet
 ■ Niet gebruiken

Persoonlijk relevant

"Dat ze misschien mee zouden denken bij toeslagen hé, misschien wil je dit ook weten. Je krijgt een kindje, hou hier rekening mee."



3 EISEN VAN KLANTEN AAN PROACTIEVE DIENSTVERLENING

Meer gemak

"Gebaseerd op jouw situatie kunnen ze advies en tips geven over besparen, vooral zomers natuurlijk, met dat sproeien, opvangen van regenwater."

Financieel voordeel

"Ik zou blij worden als de organisatie proactief met een bericht komt van joh, we snappen dat jij je abonnement op dit moment niet meer nodig hebt en we stellen voor dat je dit kan doen. Fijn, dat hoef ik nu zelf niet uit te zoeken"

BIJLAGES



BIJLAGE 1 HET HU ONDERZOEKSTEAM



BIJLAGE 2 INTRODUCTIE

Digitalisering is niet meer weg te denken uit de beroepspraktijk van publieke organisaties. De Nederlandse overheid zette daarom al voor Corona fors in op digitalisering.

Desondanks blijkt dat digitalisering van de publieke dienstverlening langzamer gaat dan verwacht. Naast de strenge bescherming van de burger op het gebied van dataveiligheid, privacy en dergelijke komt dit ook door een gebrekkige focus op de beleving van de klant.

Om publieke organisaties te helpen met een succesvolle digitalisering, doet Hogeschool Utrecht onder andere onderzoek naar klantbeleving.

Centrale onderzoeksvraag:

“Hoe kunnen servicegerichte publieke organisaties digitalisering zo inzetten dat deze niet alleen bijdraagt aan de doelstellingen van organisaties, maar ook een positieve bijdrage levert aan de klant?”



BIJLAGE 3 ONDERZOEKSAANPAK

Het onderzoek bestaat uit 4 fasen:

Fase 1: organisatieperspectief

Fase 2: klantperspectief

Fase 3: interventies om klantbeleving te verbeteren

Fase 4: ontwerpen van digitaliseringsgroeimodel

Dit document gaat over fase 2: klantperspectief.

Doel is om in kaart te brengen hoe klanten het al dan niet digitale contact met publieke organisaties hebben ervaren.

Opzet:

- 16 focusgroepen voor exploratie van het onderwerp (n=47).
- Een survey (n=1.000) voor validatie van gevonden onderwerpen en attitudes in de focusgroepen.

Onderzoekspopulatie:

- klanten die recent al dan niet digitaal contact hebben gehad met een publieke organisatie.

Klanten van 5 soorten publieke organisaties:

- Gemeentes, ministeries en provincies
- Uitvoeringsorganisaties, zoals Belastingdienst, UWV, Kadaster en DUO
- Publieke organisaties met betaalde diensten, zoals vervoersmaatschappijen en waterbedrijven
- Verzekeraars
- Pensioenfondsen





BIJLAGE 4 DEFINITIES

Complexiteit van het doel of de vraag bij het contact = de eigen inschatting van klanten bij de vraag:

'Hoe ingewikkeld of eenvoudig was het doel dat u wilde bereiken, toen u contact zocht met organisatie X?'

G-NPS: Government Net Promotor Score (NPS speciaal voor de overheid ontwikkeld):

'In welke mate zou u positief vertellen over uw ervaring met organisatie X?'

Score 1-6 = Detractor

Score 7-8 = Passive

Score 9-10 = Promotor

Wil je de uitgebreide rapportage ontvangen?

Stuur dan een mail aan Dies Weijchedé:

dies.weijchede@hu.nl

Colofon

auteurs/onderzoekers:

Dies Weschedé, Evelien Besseling, Jacqueline Sant