

Klanttevredenheidsonderzoek Resultaten

AutoMaatje

8 augustus 2023

1. Aanleiding

Bij SWOA bieden we (oudere) inwoners van Arnhem een breed scala aan diensten op het gebied van Welzijn. Om te weten of we hierbij aansluiten bij de vraag, te blijven verbeteren en om te meten wat de dienstverlening de inwoner oplevert, werken we met klanttevredenheidsonderzoeken.

2. Werkwijze

Instrument: Ervaringwijzer

Begin 2022 startten we met het instrument Ervaringwijzer. Een online tool waar we vragenlijsten kunnen opstellen die we vervolgens continu kunnen uitzetten. Voorheen werden klanttevredenheidsonderzoeken eens in de drie jaar afgenomen. Dit gaf een beeld van dát moment, niet de momenten in de tussenliggende tijd.

Met de ontwikkelingen binnen SWOA, waarin vooral open cultuur en met elkaar in gesprek gaan een rol spelen, sloten die onderzoeken minder aan dan voorheen. Daarom is gekozen voor een andere, meer doorlopende vorm van klanttevredenheidsonderzoeken.

Ervaringwijzer is een online tool waarin diverse standaard vragenlijsten worden klaargezet. Deze kunnen per dienst/activiteit worden aangemaakt en vanaf dan worden gebruikt door de medewerkers van een bepaalde dienstverlening. En dat op ieder moment. I.v.m. anonimiteit zijn de antwoorden in te zien vanaf 10 respondenten.

Afname vragenlijsten en aantal respondenten

In dit rapport bespreken we de resultaten van de uitgezette vragenlijsten bij de dienst AutoMaatje. In totaal hebben 75 respondenten de vragenlijst ingevuld. De vragenlijsten zijn bij deelnemers uitgezet via mail.

3. Resultaten

Onderdeel 1: Aanmelding

De eerste drie vragen die de respondenten zagen gingen over de aanmelding. Na de eerste vraag – hoe lang mensen al deelnemer zijn bij AutoMaatje – kregen alleen de deelnemers die korter dan twee maanden lid zijn de vragen over de doorverwijzing en de aanmelding te zien. Dit waren 5 deelnemers (6%).

Deze mensen kregen over de aanmelden twee vragen, te weten:

- Hoe ben je bij AutoMaatje terecht gekomen? En de stelling:
- Het aanmelden bij AutoMaatje verliep goed.

Uit deze vragen blijkt dat het merendeel van de respondenten bij AutoMaatje terecht komen via de wijkcoach (31%). Daarnaast geeft 100% van de respondenten aan dat de aanmelding goed verloopt.

Onderdeel 2: Boeken van een rit

De volgende vragen uit de vragenlijst richtten zich op het boeken van een rit. Deze vragen werden weer getoond aan alle 75 respondenten.

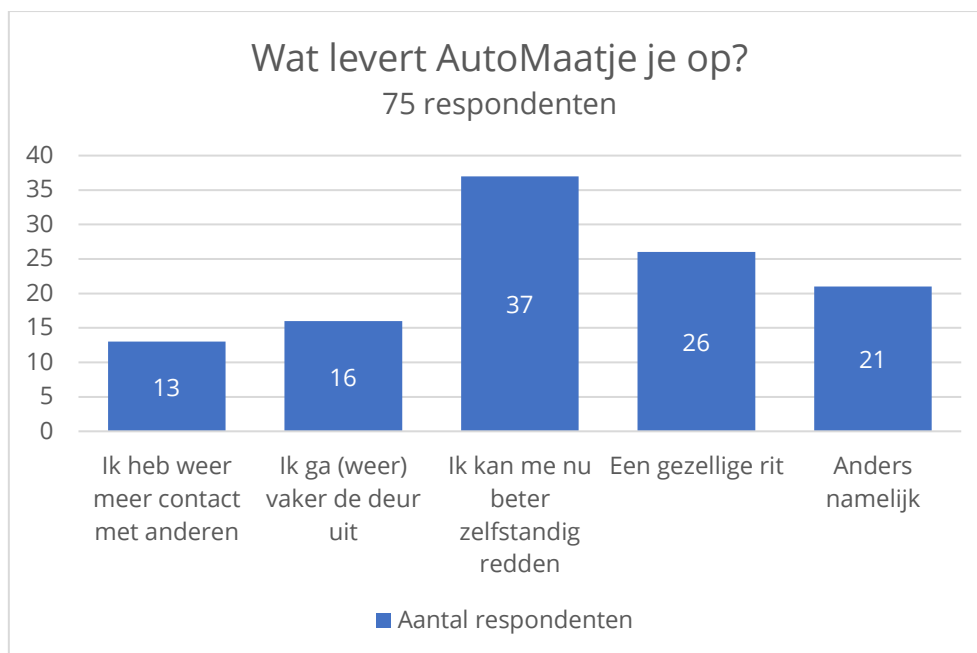
- Op de stelling: ik weet waar ik terecht kan voor het boeken van een rit. Antwoord 72% van de respondenten helemaal mee eens en 4% helemaal mee oneens.
- 95% van de respondenten heeft al eens gebruik gemaakt van AutoMaatje.
- Op de stelling: de medewerkers van AutoMaatje klantenservice zijn over het algemeen: antwoord 46% van de respondenten vriendelijk, 35% behulpzaam en 18% duidelijk.

Onderdeel 3: Ritten

Het derde onderdeel van de vragenlijst richt zich op de ritten zelf. Hier werden vragen gesteld over de chauffeurs en wat het AutoMaatje oplevert. Ook deze vragen werden aan alle 75 respondenten gesteld. De belangrijkste resultaten:

- Maar liefst 62 van de 75 respondenten vindt de chauffeurs behulpzaam (83%) en 70 van de 75 respondenten geeft aan de chauffeurs vriendelijk te vinden (73%).
- Slechts 1 respondent heeft aangegeven dat de chauffeurs niet op tijd komen.
- Op de stelling: Ik voel me veilig tijdens de rit antwoorde 55% van de respondenten helemaal mee eens, 41% mee eens en 4% neutraal. Niemand is het hiermee oneens.

Op de vraag 'wat levert AutoMaatje mij op' konden respondenten meerdere antwoorden geven. In onderstaande grafiek zie je dat respondenten vooral aangeven dat zij zich beter zelfstandig kunnen redden (37 van de 75 respondenten), gevolgd door 'een gezellige rit' (26 van de 75 respondenten).



De meest gegeven antwoorden bij 'anders namelijk' zijn praktische redenen. Bijvoorbeeld: zonder AutoMaatje kom ik niet bij de dokter/het ziekenhuis, ik kan in de winter nu nog op pad en ik kom op tijd bij mijn afspraken.

Onderdeel 4: laatste vragen

Als laatste onderdeel van de vragenlijst werden een aantal algemene vragen gesteld over de dienstverlening.

Op de vraag of mensen AutoMaatje bij anderen zouden aanbevelen gaf 99% aan dit te doen.

Bij de laatste twee vragen kregen respondenten de kans om zelf aan te geven wat zij goed vinden gaan en waar zij nog verbetermogelijkheden zagen.

Op de vraag 'wat vind je goed gaan' hebben 53 respondenten antwoord gegeven. De meest voorkomende antwoorden – op volgorde van meest naar minst gegeven:

- Alles/geheel tevreden
- Vriendelijke/fijne chauffeurs
- Begeleiding
- Op tijd
- Weer op pad kunnen
- Backoffice/vinden van een chauffeur

De vraag 'wat kan er beter' is 51x beantwoord. Echter waren 38 van deze reacties 'Niks'. Oftewel, helemaal tevreden. De aantal aanbevelingen die overbleven:

- Korter vooraf kunnen reserveren (i.p.v. minimaal twee werkdagen)
- Bereikbaarheid beperkt (op werkdagen tot 12 uur)
- Alleen contact en gepast kunnen betalen
- Rit was duurder dan besproken
- 1,5 uur wachten i.p.v. het huidige 1 uur

4. Conclusies & Aanbevelingen

Overall scoort AutoMaatje heel positief

Respondenten hebben weinig tot niets aan te merken over de bevraagde onderwerpen rondom AutoMaatje. Vrijwel alle respondenten geven aan AutoMaatje aan te bevelen, tevreden te zijn over de chauffeurs en het aanmelden.

Blijven investeren in bekendheid bij wijkcoaches

De meeste respondenten geven aan bij AutoMaatje terecht te komen via de wijkcoaches. Goed dus om te blijven investeren in bekendheid van AutoMaatje bij de SWT's. Overigens is deze vraag door slechts een beperkt aantal respondenten beantwoord, dus het is aan te raden ook te blijven richten op de andere kanalen.

Resultaten verwerken in PR en communicatie

De positieve resultaten zijn een mooie invalshoek voor de PR en communicatie over het AutoMaatje. Bijvoorbeeld over de betrouwbare chauffeurs die op tijd komen. Maar ook de 99% van de respondenten die AutoMaatje aanbeveelt. En natuurlijk wat het mensen oplevert om mee te gaan met AutoMaatje.

Nadenken over aanbevelingen

Als laatste punt is het goed om de aanbevelingen van de respondenten op het netvlies te houden. Zijn het punten die vaker terugkomen in bijvoorbeeld gesprekken? Kunnen we er iets mee? Het is goed om dit eens in de zoveel tijd te evalueren.