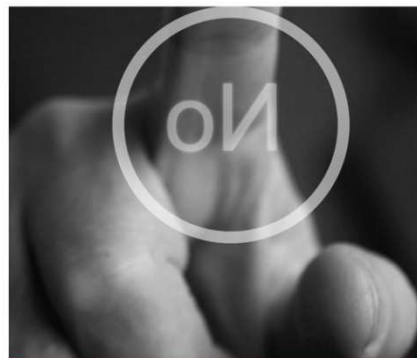


ExplainiT

Bachelor scriptie

Klanttevredenheid bij ExplainiT



Management trainingen

Communicatie trainingen

ICT trainingen

Jorg Schulte
Juli 2011

Klanttevredenheid bij ExplainiT

Student Universiteit Twente	J.M (Jorg) Schulte Studentnummer: s0195766 Telefoonnummer: 0612974735 E-mail: j.m.schulte@student.utwente.nl Faculteit van Management en Bestuur Bachelor: Bedrijfskunde
Begeleiders ExplainiT	Dhr. N. (Nico) Kienhuis Manager RecourcIT / ExplainiT E-mail: nico.kienhuis@explainit.nl Dhr. E. (Erwout) Slot Directeur ExplainiT E-mail: erwout.slot@explainit.nl
1^e Begeleider Universiteit Twente	Dhr. J.W.L (Jann) van Benthem E-mail: j.w.l.vanbenthem@utwente.nl
2^e Begeleider Universiteit Twente	Dhr. A.J. (Arjan) Frederiks E-mail: a.j.frederiks@utwente.nl
Datum	10 juli 2011



UNIVERSITEIT TWENTE.

ExplainiT
John Maynard Keynesstraat 351
Postbus 778
7550 AT Hengelo
Tel: 074-2470175

Universiteit Twente
Drienerlolaan 5
Postbus 217
7500 AE Enschede
Tel: 053-4899111

Voorwoord

Voor u ligt de bachelor scriptie die ik in het kader van mijn studie Bedrijfskunde aan de Universiteit Twente heb geschreven. In dit onderzoek is de klanttevredenheid bij ExplainiT in kaart gebracht. Dit onderzoek heeft plaats gevonden van medio april tot begin juli.

Via deze weg wil ik een aantal mensen bedanken die hebben bijgedragen aan de begeleiding, ondersteuning en voltooiing van mijn bachelor scriptie. In de eerste plaats dhr. Kienhuis en dhr. Slot, mijn begeleiders bij ExplainiT. Ik wil ze bedanken voor de begeleiding en de vrijheid die ze me gaven bij het uitvoeren van de opdracht.

Ik bedank mijn docentbegeleider dhr. Van Benthem voor zijn ondersteuning, adviezen en begeleiding gedurende het onderzoek. Daarnaast wil ik dhr. Frederiks bedanken voor de adviezen en het mede beoordelen van de scriptie.

Daarnaast wil ik mijn ouders en alle andere mensen bedanken die op enige wijze hebben meegeholpen aan de voltooiing van deze scriptie.

Jorg Schulte
Hengelo, juli 2011

Managementsamenvatting

In opdracht van ExplainiT is een klanttevredenheidsonderzoek uitgevoerd. ExplainiT is een organisatie die vaardigheidstrainingen geeft in management, communicatie en ICT. Ze verzorgt trainingen door heel Nederland, zowel op locatie van ExplainiT als op de locatie van de klant. Hierbij staat de klant centraal. In dit onderzoek is de volgende onderzoeksvraag opgesteld:

“Op welke wijze kan ExplainiT haar huidige klanttevredenheid vergroten en daarmee haar omzet vergroten?”

Door middel van een combinatie van een literatuuronderzoek en een veldonderzoek is een model van klanttevredenheid opgesteld waarmee de huidige klanttevredenheid bij ExplainiT onderzocht is. In het literatuuronderzoek zijn twee bekende modellen van klanttevredenheid behandeld, waarna uit deze modellen de belangrijkste factoren van klanttevredenheid geselecteerd zijn. Alleen een literatuuronderzoek uitvoeren is niet voldoende, want het is ook belangrijk te weten te komen wat de klanten van ExplainiT belangrijk vinden en wat ze tevreden maakt. Daarom is een veldonderzoek uitgevoerd, bestaande uit enkele interviews met klanten. Uit deze interviews zijn de factoren gehaald die de klanten belangrijk vinden waardoor ze tevreden zijn.

Vervolgens is op basis van deze factoren een eigen model met daarin stellingen van klanttevredenheid opgesteld die van toepassing is op ExplainiT. De vragenlijst is door middel van een elektronische enquête verstuurd naar het klantenbestand van ExplainiT. 330 respondenten hebben de enquête ingevuld en de resultaten hiervan zijn geanalyseerd. Over het algemeen kan gesteld worden de klanten tevreden zijn over de dienstverlening van ExplainiT. Onderstaande punten kan ExplainiT verbeteren om de klanttevredenheid te verhogen:

➤ **Vorbereiding trainer**

Door middel van goede communicatie tussen trainer en accountmanager kan worden voorkomen dat een trainer met een training bij de klant komt waar de klant niet naar heeft gevraagd. Voordat een trainer weg gaat altijd nog een keer controleren of alles klopt.

➤ **Niveau training**

Klanten geven aan dat er tijdens een training niveauverschil zit tussen de personen in de groep. Dit kan voorkomen worden door altijd intakegesprekken te houden met de klant. Tijdens dit gesprek moet duidelijk worden wat het niveau van de cursisten is. De accountmanager moet vervolgens met de trainer/trainster het niveau van de training gaan bespreken. Dit moet vervolgens teruggekoppeld worden aan de klant, zodat de klant weet wat er gaande is en op welk niveau getraind gaat worden. Door middel van deze betere communicatie zorg je ervoor dat alles goed verloopt en niets mis kan gaan.

➤ **Snelheid training**

Volgens de respondenten is de snelheid van de training soms te laag of soms te hoog. Dit kan voorkomen worden door tijdens een training tussendoor te vragen of de training te snel, te langzaam of goed is. Indien er niveauverschil in een groep zit, kan de trainer niets doen aan het feit dat de snelheid van de training niet goed is. Dit kan alleen voorkomen worden door de aanbevelingen te volgen die hierboven bij het kopje “niveau training” staan.

➤ **Bereikbaarheid**

De bereikbaarheid van ExplainiT kan verbeterd worden door het plaatsen van bordjes als men van de snelweg komt zodat de klant weet waar hij of zij langs moet rijden. Een routebeschrijving toevoegen op de website is ook een mogelijkheid.

Inhoudsopgave

Hoofdstuk 1: De opdracht	7
1.1 Aanleiding.....	7
1.2 Onderzoeksvragen en deelvragen.....	7
1.3 Doelstelling.....	7
1.4 Onderzoeksopzet.....	7
Hoofdstuk 2: Bedrijfsprofiel	9
2.1 ResourcIT.....	9
2.2 ExplainiT	10
Hoofdstuk 3: Theoretisch kader	13
3.1 Wat is klanttevredenheid?	13
3.2 Relatie klanttevredenheid en omzet van organisaties.....	14
3.3 Modellen en aspecten van klanttevredenheid	14
3.4 Meettechnieken klanttevredenheid	17
3.5 Prioriteitenmatrix.....	18
Hoofdstuk 4: Het vooronderzoek	20
4.1 Verantwoording meetinstrument 1	20
4.2 Verantwoording meetinstrument 2	21
Hoofdstuk 5: Het hoofdonderzoek	22
5.1 Verantwoording meetinstrument	22
5.2 Opbouw vragenlijst	22
5.3 Vraagstelling.....	23
5.4 Antwoordschaal.....	24
5.5 Testen	24
Hoofdstuk 6: Resultaten hoofdonderzoek	25
6.1 Respondenten	25
6.2 Betrouwbaarheid.....	25
6.3 Dimensie accountmanager.....	26
6.4 Dimensie training	28
6.5 Dimensie algemeen	29
6.6 Reacties open vragen	31
Hoofdstuk 7: Conclusie en aanbevelingen	32
7.1 Belangrijkste factoren van klanttevredenheid uit de literatuur	32

7.2 Belangrijkste elementen klanttevredenheid voor klanten van ExplainiT	32
7.3 Huidige klanttevredenheid	32
7.4 Aanbevelingen	34
Hoofdstuk 8: Discussie en reflectie.....	36
Hoofdstuk 9: Referenties	38
Hoofdstuk 10: Bijlagen.....	39
Appendix A	39
Appendix B	42
Appendix C.....	44
Appendix D	46
Appendix E.....	48
Appendix F.....	49
Appendix G	52
Appendix H	55
Appendix I.....	56
Appendix J	59
Logboek	66

Hoofdstuk 1: De opdracht

1.1 Aanleiding

Tegenwoordig is er een enorm groot aanbod van producten en diensten. Hierdoor kunnen de consumenten zich veroorloven behoorlijk kritisch te zijn. Als een product of dienst niet aan zijn of haar wensen voldoet, kijkt men of dit bij de concurrent wel zo is. Bijna elke organisatie heeft hier wel mee te maken. Organisaties, zowel profit als non-profit, zullen een manier moeten vinden om het vertrouwen van de klant te winnen en deze aan zich te binden. Er wordt dus steeds meer rekening gehouden met de klant om hen zoveel mogelijk tevreden te stellen.

Een klant zal op den duur steeds meer willen en daarom is een tevreden klant niet meer vanzelf een trouwe klant. De klant kan dan wel tevreden zijn over de dienstverlening van de organisatie, maar wanneer hij iemand anders zeer enthousiast hoort praten over een andere organisatie met dezelfde dienstverlening, dan zal die klant daar ook een kijkje gaan nemen. Daarom kan gesteld worden dat alleen de zeer tevreden en enthousiaste klanten de succesfactor van deze tijd zijn. Een grotere klanttevredenheid heeft een nauwe relatie met een hogere omzet van de organisatie. Dit is te lezen in paragraaf 3.2.

ExplainiT wil haar klanttevredenheid achterhalen om met deze gegevens haar klanttevredenheid te vergroten en daarmee ook haar omzet vergroten.

1.2 Onderzoeksvragen en deelvragen

Aan de hand van de aanleiding is de volgende onderzoeksvraag opgesteld:

“Op welke wijze kan ExplainiT haar huidige klanttevredenheid vergroten en daarmee haar omzet vergroten?”

Deze onderzoeksvraag wordt onderzocht door gebruik te maken van deelvragen. Deze deelvragen geven structuur aan het onderzoeksproces dat uitgevoerd zal worden en zal uiteindelijk leiden tot het beantwoorden van de onderzoeksvraag.

Om deze onderzoeksvraag te beantwoorden zijn drie deelvragen opgesteld:

1. Wat zijn de belangrijkste factoren van klanttevredenheid uit de literatuur?
2. Welke elementen van klanttevredenheid zijn van belang voor de klanten van ExplainiT?
3. Hoe is de huidige tevredenheid onder de klanten van ExplainiT?

1.3 Doelstelling

De doelstelling van dit onderzoek is het vaststellen van de tevredenheid van de klanten van ExplainiT, zodat er naar aanleiding van dit onderzoek aanbevelingen kunnen worden gedaan over verbeterpunten om uiteindelijk de klanttevredenheid te vergroten en daarmee de omzet te vergroten.

1.4 Onderzoekopzet

Om de hoofdvraag van dit onderzoek te kunnen beantwoorden, zijn verschillende fasen in dit onderzoek te onderscheiden.

Allereerst zal een literatuurstudie gehouden worden. Hierin zal het begrip klanttevredenheid gedefinieerd worden, waarna vervolgens de relatie met de omzet van een organisatie behandeld wordt. Vervolgens zullen enkele modellen van klanttevredenheid uit de literatuur behandeld worden. Aan de hand van deze modellen zullen de factoren geselecteerd worden die belangrijk zijn voor het klanttevredenheidsonderzoek. Hiermee is deelvraag 1 beantwoord.

Na de literatuurstudie zullen twee veldonderzoeken gedaan worden ter aanvulling van de literatuurstudie. Het eerste veldonderzoek zal een vooronderzoek zijn op de tweede. Dit vooronderzoek zal bestaan uit enkele diepte-interviews, zodat ook de elementen van klanttevredenheid die klanten belangrijk vinden verzameld worden. Hiermee wordt deelvraag 2 beantwoord. Deze elementen, gezamenlijk met de elementen van de literatuurstudie, zullen het model vormen voor het tweede veldonderzoek.

Het tweede veldonderzoek is het hoofdonderzoek. Dit zal een elektronische enquête zijn, die naar de klanten van ExplainiT gestuurd zal worden. Vervolgens zullen de resultaten van deze enquête geanalyseerd worden. Hiermee wordt deelvraag 3 beantwoord. Aan de hand van de resultaten zullen aanbevelingen worden gedaan voor ExplainiT zodat de huidige klanttevredenheid verbeterd zal worden en tegelijkertijd de omzet omhoog zal gaan. Hiermee zal de onderzoeksvraag beantwoord zijn.



Hoofdstuk 2: Bedrijfsprofiel

2.1 ResourcIT

2.1.1 Geschiedenis

ExplainIT is onderdeel van de ResourcIT groep. ResourcIT werkt door geheel Nederland en is opgericht in 1995. Er ligt een focus op organisaties die meer dan 100 werkplekken hebben. ResourcIT bestaat uit vijf zelfstandige organisaties:

- ExplainIT: Organisatie die zich richt op training en consultancy van Management, Communicatie en ICT vaardigheden.
- 4Connection: Richt zich op de ondersteuning van organisaties op het gebied van kennismanagement, kwaliteitsbeheer en projectmanagement.
- The Backbone: Een ICT-dienstverlener. Houdt zich primair bezig met ontwerpen, beheren en implementeren van ICT-infrastructuren bij instellingen en bedrijven.
- Hybrid-IT: Biedt voor grote ICT-ondernemingen Open Source server-oplossingen.
- IT-to-IT: Een ICT-dienstverlener. Positioneert zich als specialist in deskundigheids-, capaciteits-, en opleidingsvraagstukken rondom ontwikkel- en netwerkomgevingen. Voornamelijk gebaseerd op Microsoft Citrix en VMware technologie en producten.



2.1.2 Missie

De 5 onderdelen van ResourcIT hebben dezelfde missie die is opgesteld door ResourcIT. Deze is te vinden op de website:

“De ResourcIT groep wil op de door haar bepaalde speelvelden maximaal inspelen op door klanten gewenste diensten en oplossingen. Toegevoegde waarde voor klanten creëren staat altijd centraal. Binnen het zakelijke Microsoft spectrum willen wij een dominante rol spelen”.

(ResourcIT, 2011)

2.1.3 Kernwaarden

De kernwaarden van een organisatie zijn de basisprincipes waardoor ze proberen concurrentievoordelen te behalen. Binnen ResourcIT delen ze de volgende kernwaarden:

- ✓ De klant is nummer 1
- ✓ Integriteit
- ✓ Passie
- ✓ Snelheid
- ✓ Fun
- ✓ Teamwork

(ResourcIT, 2011)

2.2 ExplainiT

2.2.1 Algemeen

ExplainiT is een organisatie die zich richt op training en consultancy van Management, Communicatie en ICT vaardigheden. Ze kunnen meer dan 1000 organisaties in heel Nederland als klant beschouwen. Samen met deze klanten werken ze aan de persoonlijke ontwikkeling van medewerkers en aan organisatieontwikkeling. De kwaliteit van organisaties wordt bepaald door de kwaliteit van haar medewerkers. Daarom zal het altijd lonen om in mensen te investeren.

ExplainiT is een dienstverlener met een praktijkgerichte inslag. Ze zullen niet de koers van de klant bepalen, dat doet de klant zelf. ExplainiT kan wel een pragmatische partner zijn om medewerkers en teams die vaardigheden aan te leren, die nodig zijn om targets te realiseren.

De trainers/coaches van ExplainiT hebben naast hun theoretische en didactische ervaring ook veel praktijkervaring, doordat ze veelvuldig als consultant bij de klanten worden ingezet. In 2001 is ExplainiT opgezet binnen de ResourcIT groep.

2.2.2 Missie

ExplainiT is een onderdeel van de ResourcIT groep en heeft dezelfde missie. Men kan dus zien dat de klant erg belangrijk is. Ze hebben het doel om waarde te creëren voor de klant door vaardigheidstrainingen aan te bieden. Ze zijn daarin zeer flexibel en passen zich altijd aan, aan de wensen van de klant.

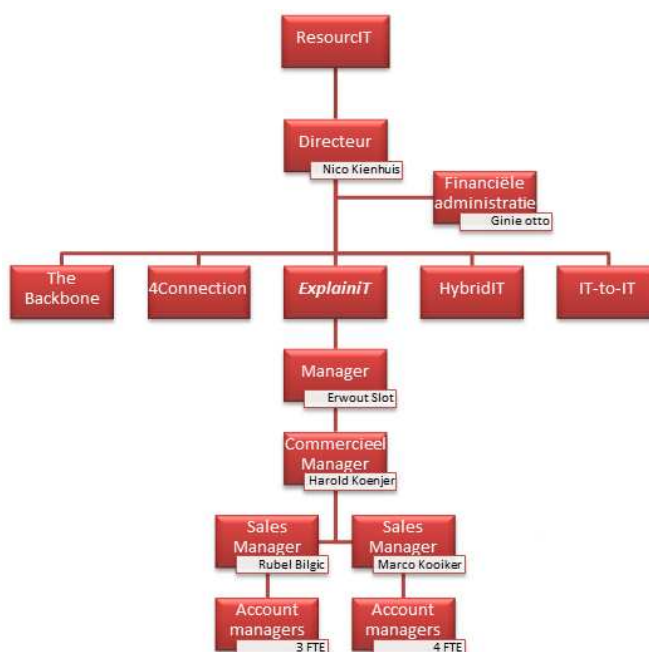
2.2.3 Doel

Het belangrijkste doel van ExplainiT is continuïteit. Om dit doel te halen, maakt ExplainiT aan het begin van elk jaar 'targets' die de accountmanagers moeten zien te halen. Deze targets zijn de omzetcijfers die gehaald moeten worden. Des te langer een accountmanager er werkt, des te hoger de targets steeds worden.

Een ander doel is om meer naamsbekendheid te krijgen. Om dit doel te halen, maakt ExplainiT gebruik van Google Adwords. Met dit programma kun je online adverteren via Google. Daarnaast wordt er veel gemaïld met klanten en potentiële klanten en wordt er veel gebeld om relaties op te bouwen met klanten.

2.2.4 Omvang en structuur

In het organogram in Appendix A zie je hoe de structuur is opgebouwd. Nico Kienhuis is directeur van ResourcIT. Erwout Slot is manager van ExplainiT. Daaronder komt Harold Koenjer als commercieel manager. Vervolgens komen de twee sales managers: Rubel Bilgic en Marco Kooiker. Zij hebben respectievelijk drie en vier accountmanagers onder zich.



2.2.5 Juridische vorm

ExplainiT is een Besloten Vennootschap. Bij een Besloten Vennootschap is er een scheiding tussen het privé vermogen van de aandeelhouders en het vermogen van het bedrijf. Dit betekent dat bij een faillissement de betrokken personen niet privé aansprakelijk zullen zijn voor de schulden.

2.2.6 Werkwijze

ExplainiT regelt een training aan de hand van de volgende stappen:

1. Intakegesprekken
Alles begint met een intakegesprek. Tijdens dit gesprek worden dingen besproken zoals planning, wie waar verantwoordelijk voor is, namen, e-mailadressen en telefoonnummers. Er wordt een globale planning gemaakt over wanneer welke trainingen gehouden worden, hoe vaak en waar. Aan de hand van intakegesprekken wordt de inhoud van de trainingen bepaald.
2. Inventarisatiegesprekken
Gedurende de inventarisatiegesprekken wordt de exacte trainingsinhoud bepaald. Aan de hand van interviews met managers, projectleiders en gebruikers van de organisaties moet duidelijk worden op welk niveau getraind moet worden en wie de doelgroep is. Er zal ook gevraagd worden naar praktijkvoorbeelden, die tijdens de trainingen gebruikt zullen worden.
3. Kennisniveau bepaling
Nadat in de vorige stap de trainingen beschreven zijn volgt de inventarisatie van de cursisten. Van al deze cursisten is het kennisniveau nodig zodat er in homogene groepen getraind kan worden. De cursisten kunnen op een intakeformulier invullen op welke dagen hij/zij niet beschikbaar is om te trainen en hierop kunnen ze ook invullen op welk niveau ze getraind willen worden.
4. Planning
Als al deze formulieren terug zijn bij ExplainiT wordt er een planning uitgewerkt. Het bedrijf krijgt een coördinator toegewezen als vast aanspreekpunt en de coördinator verzorgt de gehele trajectplanning.
5. Uitnodiging en communicatie
Als de klant akkoord gaat met de planning, dan krijgt iedere cursist een persoonlijke uitnodiging voor de training. Tijdens deze trainingen worden presentielijsten bijgehouden die na afloop aan de klant gegeven wordt.
6. Trainingen
Vervolgens zullen de daadwerkelijke trainingen plaatsvinden. Dit gebeurt op locatie van de klant zelf of op locatie van ExplainiT. Aan het einde van de training krijgt iedere cursist een certificaat van deelname en vervolgens vult de cursist een evaluatieformulier die na afloop met de klant besproken wordt.
7. Eindevaluatie
Na afloop van het gehele traject wordt een eindevaluatie gemaakt door de trainers die hebben deelgenomen. De accountmanagers van ExplainiT gaan deze eindevaluatie bespreken met de klant.

2.2.7 Trainingsvormen

Als klant kun je op verschillende manieren trainingen krijgen van ExplainiT, namelijk individueel, in groepen en via open-inschrijving.

Individueel:

Hier vindt een 1-op-1 training plaats op de werkplek van de medewerker. In overleg met de werknemer wordt de inhoud van de training vastgesteld en uitgevoerd wanneer de werknemer het beste uitkomt. Het is een intensieve training waarbij de vragen van de medewerker volledig beantwoord zullen worden en er bestaat veel ruimte voor om vragen te stellen.

Groepen (In-company)

Bij trainingen in groepen wordt in samenspraak met de klant de training samengesteld. Op de behoefte van de specifieke doelgroep wordt een training afgestemd en het is mogelijk om in groepstraining bedrijfsspecifieke bestanden te behandelen. ExplainiT kan een mobiel trainingslokaal inrichten op de locatie van de klant bij ICT trainingen. Naast de trainingslocatie, zijn ook de trainingsdata en –tijden variabel te bepalen.

Open-inschrijving

Hierbij staan trainingsinhoud, -tijden en –data vast. Inschrijving voor een training is vanaf één persoon mogelijk en medewerkers van verschillende bedrijven zullen bij de training aanwezig zijn en de training volgen. Elke training wordt eens per drie à vier weken aangeboden.

2.2.8 Trainingslocaties

ExplainiT verzorgt trainingen door het hele land. Deze trainingen kunnen natuurlijk ook bij de klant op locatie gehouden worden. In onderstaande afbeelding staan de trainingslocaties van ExplainiT.



- ✓ Hengelo
- ✓ Arnhem
- ✓ Zwolle
- ✓ Amsterdam
- ✓ Utrecht
- ✓ Assen
- ✓ Rotterdam
- ✓ Den Haag
- ✓ Breda
- ✓ Eindhoven
- ✓ Leeuwarden
- ✓ Groningen

2.2.9 Mobiele trainingslokalen

Het kan gebeuren dat organisaties graag in-company trainingen willen hebben, maar ze hebben niet de juiste computers of programma's hiervoor. In een dergelijke situatie is het mogelijk om een mobiel trainingslokaal van ExplainiT te gebruiken. Dit mobiele trainingslokaal bestaat uit tien computers. De door de organisatie beschikbaar gestelde ruimte als mobiel trainingslokaal wordt voor de training geheel door ExplainiT geïnstalleerd. Na de training wordt het weer opgeruimd door ExplainiT

2.2.10 Trainingen

ExplainiT biedt 112 trainingen aan verdeeld onder Management, Communicatie en ICT trainingen. In Appendix A staan alle trainingen vermeld.

Hoofdstuk 3: Theoretisch kader

In dit hoofdstuk wordt aan de hand van de literatuur allereerst het begrip klanttevredenheid gedefinieerd. Vervolgens wordt de relatie tussen klanttevredenheid en de omzet van een organisatie besproken. Achtereenvolgens worden enkele modellen over klanttevredenheid behandeld. Daarna zullen de meettechnieken van klanttevredenheid genoemd worden en wordt de prioriteitenmatrix uitgelegd.

3.1 Wat is klanttevredenheid?

Klanttevredenheid kent in de literatuur zeer veel definities. Veel van die definities lijken op elkaar en er zit steeds overlap tussen de verwachtingen van een dienst en de daadwerkelijke prestaties van een dienst. Enkele definities van klanttevredenheid uit de literatuur zijn:

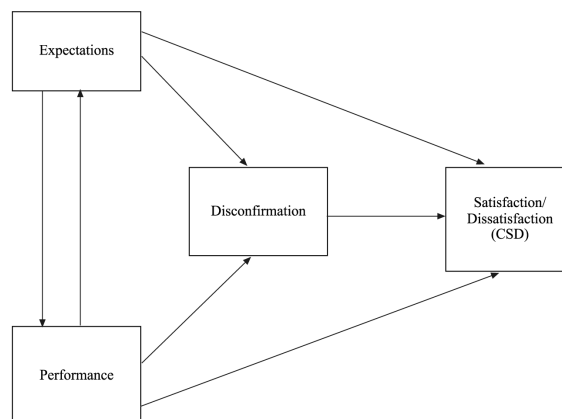
“Klanttevredenheid is de beleving van klanten die ontstaat door het vergelijken van de ervaringen van een onderneming met de wensen die men heeft. Als de beleving van de klant niet aan diens wensen voldoet, dan is de klant ontevreden tot zeer ontevreden. Is de beleving van de klant gelijk aan de wensen van de klant, dan is hij of zij tevreden. Als de beleving de wensen overtreft, dan is de klant zeer tevreden.” (Thomassen, 1998)

“De uitkomst van een subjectieve evaluatie of het gekozen alternatief (product of dienst) overeenkomt met de verwachting van een subject over dat alternatief, of deze overtreft.” (Bloemer, 1996)

“Satisfaction is a person’s feelings of pleasure or disappointment resulting from comparing a product’s perceived performance (or outcome) in relation to his or her expectations.” (Kottler, 1997)

Uit bovenstaande definities wordt duidelijk dat het opvalt dat klanttevredenheid veelal wordt gedefinieerd met het verschil tussen de verwachting voor de aanschaf van de dienst en de ervaring van de dienst na aankoop. Daarbij wordt opgemerkt dat tevredenheid vaak wordt opgevat als een vergelijkingsproces.

De gegeven definities sluiten goed aan bij het disconfirmatiemodel van Oliver (1980). In dit model staat het begrip disconfirmatie centraal. Disconfirmatie betekent dat er een positieve of negatieve afwijking ontstaat tussen de verwachtingen en de werkelijke prestatie van de dienstverlening. De verwachting van de klant zal de standaard zijn waarmee de ervaring wordt vergeleken. Als de ervaring lager is dan de verwachting zal een negatieve disconfirmatie optreden, wat ontevredenheid zal veroorzaken. Als de ervaring hoger uitvalt dan de verwachting, dan is er sprake van een positieve disconfirmatie. Dit heeft als gevolg dat de klanttevredenheid omhoog zal gaan. Wanneer de ervaring gelijk is aan de verwachting, is er sprake van confirmatie. Dit betekent dat de klant tevreden is. In figuur 3.1 ziet u het disconfirmatiemodel van Oliver (1980):



Figuur 3.1: Disconfirmatiemodel van Oliver

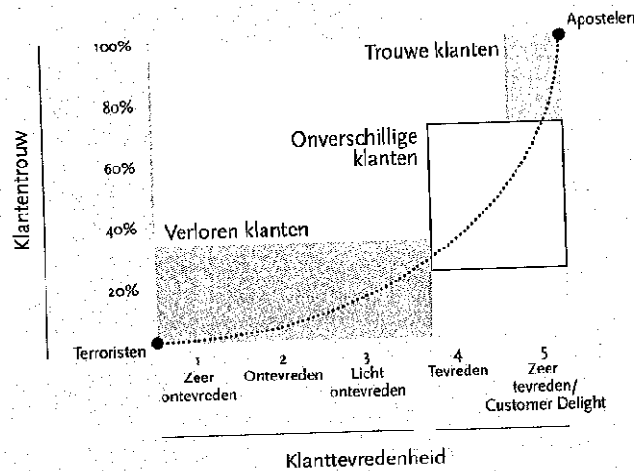
3.2 Relatie klanttevredenheid en omzet van organisaties

Klanttevredenheid heeft een nauwe relatie met de omzet van de organisatie. Volgens Thomassen et al. (1994) leidt een stijging van de klanttevredenheid tot meer positieve aanbevelingen en mond-tot-mondreclame, waardoor er meer nieuwe klanten zullen komen. Meer nieuwe klanten zorgen natuurlijk voor meer omzet door de verkoop van diensten.

Grotere klanttevredenheid leidt tot meer herhalingsaankopen en 'cross-selling' door bestaande klanten (Reichheld en Sasser, 2000). Cross-selling is het gebruiken van andere diensten van dezelfde organisatie. Loyale klanten zullen natuurlijk eerder herhalingsaankopen doen dan niet loyale klanten. Deze twee elementen zorgen ook voor een grotere omzet.

Een stijging van de klanttevredenheid zorgt voor een gunstige invloed op het werkklimaat. Als een werknemer zich gewaardeerd voelt door haar klanten, zal die eerder bereid zijn zich in te zetten dan iemand die steeds met ontevreden klanten moet werken. Dit verhoogt de motivatie van de werknemers en zal de productiviteit van de werknemers stijgen. Dit heeft als gevolg dat er efficiënter wordt gewerkt. Daarnaast denken medewerkers meer mee over het werk als de klanttevredenheid hoger is. (Thomassen et al., 1994; van den Berg & van Dooren, 2002)

Daarnaast zegt Thomassen (1998) dat ondernemingen het in de toekomst moeilijk zullen hebben, als ze blij zijn met tevreden klanten. Alleen het hebben van zeer tevreden klanten is goed genoeg. Wanneer dit gebeurt, dan ontstaat er het gevoel van 'Customer Delight' waarbij de verwachtingen/wensen overtroffen worden. (Heskett et al, 1994). De klant is dan verrukt en zeer enthousiast waardoor het vertrouwen is gevestigd in de organisatie. In figuur 3.2 zie je de relatie tussen klanttevredenheid en klantentrouw.



Figuur 3.2: Relatie klanttevredenheid en klantentrouw

Net zoals een hogere klanttevredenheid tot herhalingsaankopen en 'cross-selling' leidt, leidt ook klantentrouw tot herhalingsaankopen en 'cross-selling' (Thomassen, 1998). Hierdoor zal de omzet omhoog gaan.

3.3 Modellen en aspecten van klanttevredenheid

Het verschil tussen de waargenomen ervaring en de verwachting, zoals verteld werd in het disconfirmatiemodel in figuur 3.1, vormt de kern van verschillende modellen. Deze modellen worden hieronder weergegeven.

3.3.1 Cronin & Taylor

Veel klanttevredenheidsonderzoeken maken gebruik van het ServQual (Service Quality) model (Zeithaml, Parasuraman en Berry, 1988). In dit model staat het meten van kwaliteit van diensten

centraal. Dit is het verschil tussen de verwachtingen van de klant over de dienstverlening en de daadwerkelijke ervaringen van de klant over de dienstverlening. Als de ervaringen niet tegemoetkomen aan de verwachtingen, dan is er sprake van een kwaliteitstekort. Zeithaml et al. (1988) meten de kwaliteit op basis van vijf dimensies:

- **Betrouwbaarheid.** De betrouwbaarheid is het vermogen om datgene wat de organisatie aan de klant belooft, nauwkeurig, volledig en in één keer goed uit te voeren. De beloftes en afspraken die de organisatie maakt moeten dus op de afgesproken wijze en termijn afgehandeld. Zonder de betrouwbaarheid, faalt de organisatie in de ogen van de klant.
- **Tastbaarheden.** Dit zijn de fysieke tastbare zaken die een rol spelen bij de dienstverlening. Vooral bij een eerste kennismaking zijn de tastbaarheden belangrijk. Mensen willen namelijk tastbaar bewijs hebben dat ze te maken hebben met een professionele en betrouwbare organisatie. Voorbeelden hiervan zijn: uiterlijke verzorging van de medewerkers, inrichting van de kantoren en de faciliteiten die er zijn.
- **Responsiviteit.** Hierbij staat de echte bereidheid om klanten op tijd en snel te helpen centraal. Elke organisatie moet rekening houden met de klant. Ze moet zich dan ook flexibel opstellen en bereid zijn om zich te schikken naar de wensen en behoeften van de klant. Voorbeelden die hieronder vallen zijn: hulpvaardigheid van personeel, snelheid waarmee klanten geholpen worden en afhandeling van telefonische vragen.
- **Empathie.** De dimensie empathie is de zorg, begrip en individuele aandacht voor de klant. De klant moet zich belangrijk voelen en de klant moet het gevoel krijgen dat de wensen die hij of zij heeft begrepen worden. Dit betekent dat de organisatie zeer klantgericht moet zijn.
- **Zekerheid.** Dit heeft betrekking op de kennis en beleefdheid van de medewerkers van een dienstverlenende organisatie en hun vermogen om vertrouwen op te wekken.

Hoewel het ServQual model in de literatuur veelal gebruikt wordt om de klanttevredenheid te meten van de geleverde diensten, zegt Buttle (1995) dat in het model het verschil tussen verwachting en ervaring van diensten niet goed meetbaar zou zijn.

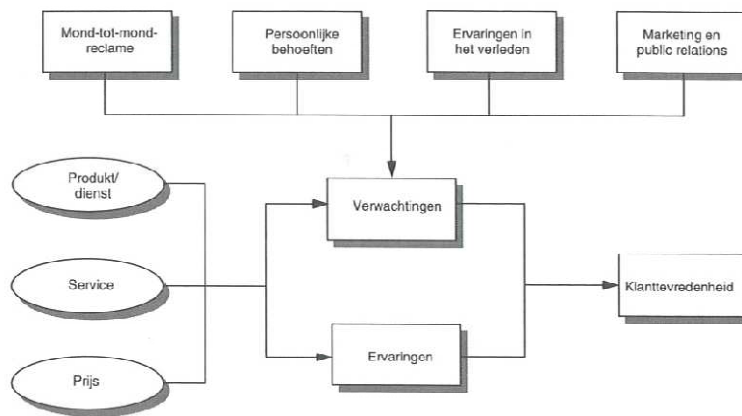
Om aan deze kritiek tegemoet te komen hebben Cronin en Taylor (1994) het ServQual model verbeterd. Cronin en Taylor (1994) zeggen namelijk dat klanten automatisch en onbewust een vergelijking maken tussen de verwachtingen en ervaringen van de dienstverlening. Dit betekent dat in de ervaringscore van het ServQual model al de vergelijking tussen verwachting en ervaring zit. Daarmee is het meten van de verwachtingen van klanten niet nodig. Dit hebben ze getest door naast het ServQual model ook het ServPerf (Service Performance) model te onderzoeken. Het ServPerf model gaat uit van dezelfde dimensies als het ServQual model, maar meet alleen de ervaringen van de klanten over de dienstverlening. Uit onderzoek bleek dat het ServPerf model betere resultaten opleverde dan het ServQual model. Daarmee levert het een adequate beschrijving op van de kwaliteit van de dienstverlening en is het een betere voorspeller van de klanttevredenheid.

Dit ServPerf model (Cronin & Taylor, 1994) bestaat uit 22 onderwerpen die gezamenlijk de 5 elementen verantwoorden. Aangezien deze onderwerpen vast staan en elke organisatie anders is bedekken deze 22 onderwerpen niet altijd alle aspecten die belangrijk zijn voor een organisatie om de klanttevredenheid te meten (Smidts, 1993). Daarom is het raadzaam om goed te kijken of er nog andere onderwerpen van belang zijn voor de organisatie. Hierdoor is gekeken naar nog een model van klanttevredenheid. Dit model zal hieronder behandeld worden.

3.3.2 Thomassen

Het tweede model van klanttevredenheid is van Thomassen. Hij is een Nederlandse autoriteit binnen het vakgebied van klanttevredenheid en heeft verscheidene boeken over klanttevredenheid geschreven. Thomassen onderscheidt drie factoren waarop de klanten een organisatie beoordelen: Het product/ de dienst, de service en de prijs (Thomassen, 1994). Klanten hebben verwachtingen over deze drie factoren. Deze verwachtingen worden door de volgende vier aspecten beïnvloed:

persoonlijke behoeften, ervaringen in het verleden, mond-tot-mondreclame en marketing en public relations. De ervaringen die de klanten opdoen op het gebied van product/dienst, service en prijs worden afgezet tegen de verwachtingen van de klant. Het verschil tussen deze verwachtingen en de ervaringen die ze hebben beleefd, bepaalt de mate van tevredenheid. In figuur 3.3 ziet u de relaties tussen al deze factoren:



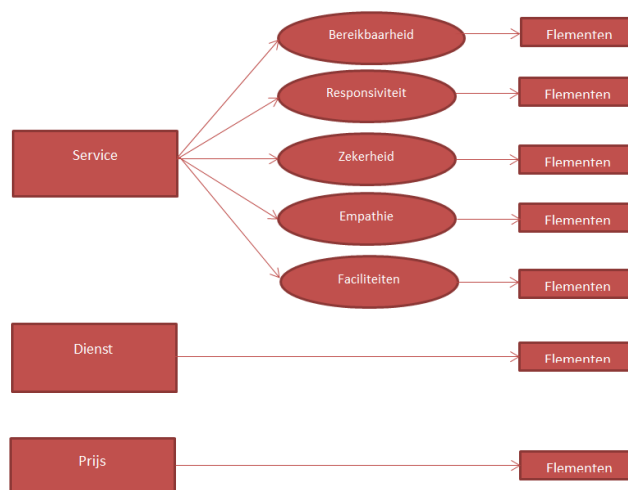
Figuur 3.3: Model van Thomassen

De drie factoren die de klanttevredenheid meten staan hieronder uitgelegd.

- Het product of de dienst. Dit is datgene wat de klant geleverd krijgt. ExplainiT biedt diensten aan in de vorm van vaardigheidstrainingen. Dit is een ontastbare dienst en bestaat uit een geheel van voorwaarden en prestaties. Klanten komen voor de vaardigheidstrainingen, dus dit is een zeer belangrijk element.
- De service. Dit is de wijze waarop de diensten worden geleverd. Het is een zeer breed begrip dat per organisatie verschilt. ExplainiT wil de klanten tevreden houden, dus de service moet goed zijn. De service is onderverdeeld in enkele aspecten die overeenkomen met de elementen van het ServPerf model.
- De prijs. De prijs is het bedrag dat de klant voor de dienst betaalt. Als de klanten vinden dat de prijs van ExplainiT te hoog ligt en zo minder klanten krijgt, dan moet dit veranderen.

3.3.3 Standaard model

Deze twee modellen die hiervoor behandeld zijn, zijn bekende modellen in de literatuur over klanttevredenheid. De elementen uit het ServPerf model komen allemaal voor in het model van Thomassen. Hierdoor kan het volgende standaard model opgesteld worden:



Figuur 3.4: Standaard model

Het standaardmodel is beter dan het ServPerf model en het model van Thomassen aangezien het standaardmodel de elementen van beide modellen gebruikt en combineert. Door de combinatie van deze twee bekende modellen is er een goed standaard model gemaakt. Deze zal echter nog verbeterd worden door middel van een vooronderzoek.

3.4 Meettechnieken klanttevredenheid

Om erachter te komen hoe tevreden de klanten zijn over de dienstverlening van ExplainIT, is het noodzakelijk om dit te meten (Thomassen, 2003). Dit kan op verschillende manieren gebeuren. De volgende meettechnieken onderscheidt Thomassen (2003):

- Schriftelijk: Papieren vragenlijsten die word toegezonden.
- Face-to-face: Respondent wordt thuis of op het werk opgezocht en beantwoordt vragen van het interview.
- Telefonisch: Respondent wordt opgebeld en beantwoordt enkele vragen. Willekeurig tijdstip.
- Elektronisch: Een vragenlijst op internet die per e-mail wordt verzonden naar de respondent.

In onderstaand schema worden de voor en nadelen van deze 4 meettechnieken weergegeven volgens Thomassen (2003).

	Voordelen	Nadelen
Schriftelijk	<ul style="list-style-type: none"> • Lage kosten • Klanten worden niet beïnvloed door enquêteurs • Anonimiteit • Klant kan invullen wanneer hij/zij wil 	<ul style="list-style-type: none"> • Lage respons • Lange tijd van respons • Toelichting is niet mogelijk als hij/zij niet begrijpt • Geen doorverwijzingen mogelijk
Face-to-face	<ul style="list-style-type: none"> • Resultaten snel beschikbaar • Responspercentage hoog • Toelichting mogelijk • Veel vragen mogelijk 	<ul style="list-style-type: none"> • Relatief hoge kosten • Kans op beïnvloeding • Gevoel anonimiteit verdwijnt • Kan respondent slecht uitkomen
Telefonisch	<ul style="list-style-type: none"> • Resultaten snel bekend • Goed inzicht in respons • Responspercentage hoog • Toelichting mogelijk 	<ul style="list-style-type: none"> • Hoge kosten • Kans op beïnvloeding • Kan respondent slecht uitkomen • Duurt lang
Elektronisch	<ul style="list-style-type: none"> • Goedkoop • Snel • Klant kan zelf weten wanneer hij/zij invult 	<ul style="list-style-type: none"> • Alleen respondenten die internet gebruiken kunnen het invullen • Onbekend wie invult

Van deze vier meettechnieken zullen de face-to-face meettechniek en de elektronische meettechniek gebruikt worden voor het onderzoek. Hieronder zal worden uitgelegd waarom.

3.4.1 Face-to-Face

Deze meettechniek zal worden gebruikt bij het vooronderzoek. Dit zal gebeuren door middel van enkele diepte-interviews. Het kan namelijk gebeuren dat uit de theorie niet alle belangrijke elementen worden afgedekt die van belang zijn voor het klanttevredenheidsonderzoek. Door middel van een aantal diepte-interviews is het mogelijk te weten te komen wat de klanten echt belangrijk vinden. Deze elementen zullen worden verwerkt in de enquête, zodat de vragen beter zijn afgestemd op de respondenten.

3.4.2 Elektronisch

Als vervolg op het vooronderzoek zal een elektronische meettechniek gebruikt worden. Deze is het snelste en het goedkoopste van allemaal. Aan de hand van deze elektronische enquête worden de resultaten geanalyseerd en zullen aanbevelingen worden gemaakt.

3.4.3 Schriftelijk

De schriftelijke meettechniek zal niet worden gebruikt, omdat het veel tijd in beslag neemt en teveel kost. Vervolgens zal alles nog digitaal moeten worden verwerkt en geanalyseerd, ook dit kost zeer veel tijd. Een ander nadeel is dat wanneer de vragenlijsten lang zijn er minder mensen zijn die het zullen invullen.

3.4.4 Telefonisch

Deze techniek is net zoals de schriftelijke afgevallen omdat het te veel tijd kost en het hoge kosten heeft. Elke respondent zou persoonlijk gebeld moeten worden. Dit is niet haalbaar voor het onderzoek. Daarnaast is het mogelijk dat de respondenten niet aanwezig zijn als hij/zij gebeld wordt. Het is mogelijk om de respondent later nog een keer te bellen, maar dit kost veel tijd als dit bij veel respondenten moet

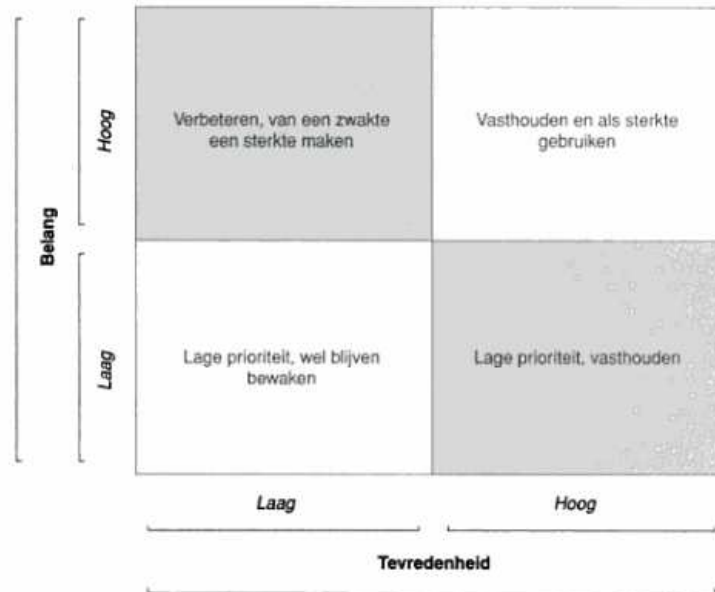
3.5 Prioriteitenmatrix

Bij een prioriteitenmatrix wordt het belang van een onderzocht element gekoppeld aan de tevredenheid over het element (Thomassen, 1994). Afhankelijk van de gemiddelde waarden van tevredenheid en belang die de elementen scoren komt het in één van de vier kwadranten terecht. Deze vier kwadranten zijn:

- Verbeteren, van een zwakte een sterkte maken (hoog belang en lage tevredenheid): De aspecten die in dit kwadrant zitten hebben een hoge prioriteit om te verbeterd worden. De klant is namelijk ontevreden, terwijl hij/zij er wel veel belang aan hecht. Door middel van een gerichte aanpak kan de tevredenheid van deze aspecten verbeterd worden.
- Vasthouden en als sterkte gebruiken (hoog belang en hoge tevredenheid): De klant is tevreden over dit aspect en vindt het ook belangrijk. Het bedrijf dient deze aspecten vast te houden. Indien er concurrentie op de markt is, is er alsnog reden voor aandacht aan het aspect.
- Lage prioriteit, wel blijven bewaken (laag belang en lage tevredenheid): De aspecten die in dit kwadrant liggen hebben een lage prioriteit. De klanten zijn er niet tevreden over, maar hechten er ook weinig belang aan. Er liggen echter kansen om deze punten juist aan te gaan pakken, zodat de klant positief verrast wordt.
- Lage prioriteit, vasthouden (laag belang en hoge tevredenheid). In deze aspecten is de organisatie goed, maar men vindt het niet belangrijk. Hier hoeft minder aandacht besteed aan te worden. Dit moet echter niet verwaarloosd worden, aangezien de klanten wel tevreden zijn over deze aspecten. De klanten zullen er dan ook altijd naar blijven kijken, ook al vinden ze het minder belangrijk.

De waarde van de verticale as in deze prioriteitenmatrix (mate van belangrijkheid) wordt bepaald door de gemiddelde score voor het belang van de elementen gezamenlijk uit de dimensie. De waarde van de horizontale as (mate van tevredenheid) wordt bepaald door de gemiddelde score voor de tevredenheid van de elementen gezamenlijk uit de dimensie.

Figuur 3.5: Prioriteitenmatrix



In het vooronderzoek dat in het volgende hoofdstuk behandeld wordt zullen de elementen achterhaald worden die de klanten van ExplainiT belangrijk vinden. Er zou dus kunnen worden gezegd dat de twee lage prioriteit kwadranten geen nut hebben voor het onderzoek, aangezien we alleen de aspecten geselecteerd hebben die de klanten belangrijk vinden. Er is toch voor gekozen om deze mee te nemen in het onderzoek, aangezien niet elke klant alles even belangrijk vindt. De ene klant vindt het één meer belangrijk dan een ander.

Hoofdstuk 4: Het vooronderzoek

In dit hoofdstuk zal het vooronderzoek besproken worden. Het doel van het vooronderzoek is om de elementen te achterhalen die klanten belangrijk vinden over de dienstverlening van ExplainiT. Dit is als aanvulling op de theorie. De elementen die uit de theorie komen, gezamenlijk met de elementen die uit het vooronderzoek komen, vormen de kern van het hoofdonderzoek.

Allereerst zal besproken worden hoe het meetinstrument ontwikkeld is en tot slot zullen de resultaten worden weergegeven die samen met de elementen uit de literatuur de input zal vormen voor het hoofdonderzoek.

4.1 Verantwoording meetinstrument 1

Om een goed vooronderzoek te houden is gekozen voor een kwalitatief veldonderzoek, waarbij gebruik is gemaakt van diepte-interviews. Diepte-interviews zijn gebaseerd op een aantal onderwerpen die in de diepte bediscussieerd kunnen worden. Daarbij geeft het een beeld van de wensen, ervaringen, behoeften en meningen van de doelgroep. Met diepte-interviews krijgt men de mogelijkheid om meer de diepte in te gaan en door te vragen dan bij survey interviews die gebaseerd zijn op standaard vragen (Babbie, 2007).

4.1.1 Procedure

De diepte-interviews worden zo open mogelijk gehouden. Daarbij zijn van tevoren wel enkele onderwerpen opgeschreven waar informatie over verkregen moet worden. Deze onderwerpen komen tijdens het interview aan de orde en hierop wordt doorgevraagd om zo de belangrijke elementen te achterhalen. Aan het einde van het interview worden enkele vragen over de sterke punten van ExplainiT gesteld en wat verbeterd kan worden bij ExplainiT. Hierdoor worden eventueel nog enkele elementen achterhaald. Vervolgens krijgt de respondent het standaardmodel te zien (figuur 3.4). Daarbij wordt de vraag gesteld of er nog meer belangrijke elementen zijn die daar niet tussen staan, maar die ze wel belangrijk vinden. Hiervoor is gekozen, omdat op deze manier een zo compleet mogelijke lijst verkregen wordt met de elementen die gebruikt gaan worden voor het uiteindelijke klanttevredenheidsonderzoek.

4.1.2 Respondenten

Om een zo goed en breed mogelijk beeld te krijgen en om zo representatief mogelijk te zijn is gekozen om interviews te houden met klanten die verschillende trainingen hebben gevolgd.

Het eerste interview was met een mevrouw Steghuis (Appendix B) van URENCO op donderdag 12 mei 2011. Haar functie is hoofd opleidingen. Voor haar is gekozen, omdat ze zelf trainingen heeft gevolgd en ook werknemers in het bedrijf waar zij de leiding over heeft hebben trainingen gevolgd. Zo wordt een goed beeld gecreëerd van wat de werknemers vinden over de trainingen en wat zij vinden over de trainingen van ExplainiT. Daarnaast heeft dit bedrijf trainingen gedaan via open-inschrijving en via in-company. Zo kom je te weten of hier verschillen tussen zitten. Dit interview duurde 45 minuten.

Het tweede interview is afgenomen met mevrouw Oosterhuis van Gemeente Enschede op dinsdag 17 mei 2011 (Appendix C). Net zoals mevrouw Steghuis heeft ook zij zelf trainingen gevolgd bij ExplainiT en ook de werknemers die bij haar werken. De trainingen zijn in-company en via open inschrijving verlopen. Het verschil met mevrouw Steghuis was dat mevrouw Oosterhuis Office trainingen heeft gevolgd en mevrouw Steghuis communicatie trainingen heeft gevolgd. Via dit interview is dus ook een goed beeld gekregen van wat er allemaal belangrijk is. Ook dit interview duurde 45 minuten

Het derde interview was op woensdag 18 mei 2011 met mevrouw Zuidema (Appendix D). Zij is opdrachten coördinator van Management & Bestuur op de Universiteit Twente. Ze heeft alleen een training Office gevolgd. Door dit interview kan goed gezien worden wat de klant nu echt vindt van een training. Ze heeft de training niet zelf geregeld, in tegenstelling tot de voorgaande 2 interviews.

Na deze drie interviews is gebleken dat de respondenten nagenoeg dezelfde antwoorden gaven. De respondenten vonden namelijk dezelfde elementen belangrijk. Hierdoor was het niet nodig om meer diepte-interviews te houden.

4.1.3 Resultaten meetinstrument 1

Uit de interviews zijn vele elementen gekomen die van belang zijn voor mijn onderzoek. Daarbij worden enkele elementen meerdere keren genoemd. In tabel 4.1 zie je de elementen die genoemd zijn en tevens hoe vaak ze genoemd zijn.

Tabel 4.1. Overzicht genoemde elementen vooronderzoek

Element	Frequentie	Element	Frequentie
Heldere uitleg	1x	Vriendelijkheid contactpersoon	3x
Handig	1x	Bereikbaarheid	3x
Faciliteiten	3x	Ontwikkelingen ExplainiT	1x
Snelheid training	2x	Kennis trainer	3x
Niveau training	2x	Ruimte voor vragen	1x
Vorbereiding trainer	2x	Eerlijkheid contactpersoon	1x
Reader/brochure	1x	Betrouwbaar	1x
Houding trainer	1x	Vertrouwen	2x
Snelheid offertes /mail/telefoon	2x	Maatwerk	3x
Prijs	3x	Taalgebruik contactpersoon	2x

4.1.4 Conclusie meetinstrument 1

De elementen die gevonden zijn in de diepte-interviews komen allemaal overeen met de elementen die gevonden zijn in de literatuur. Hierdoor kan gesteld worden dat het vooronderzoek geen toevoeging is geweest op het literatuuronderzoek. Wel kan worden gezegd dat het standaard model een geschikt model is voor het klanttevredenheidsonderzoek, aangezien het bevestigd dat de elementen het de literatuur belangrijk worden gevonden door de klanten.

Hoofdstuk 5: Het hoofdonderzoek

In dit hoofdstuk zal het hoofdonderzoek besproken worden. Als eerste zal de keuze voor het meetinstrument besproken worden. Vervolgens zullen de vragen die opgesteld zijn besproken worden en wordt de keuze voor de schaal verantwoord.

5.1 Verantwoording meetinstrument

Zoals al eerder vermeld is, zal binnen dit onderzoek een elektronische enquête gebruikt worden. Het voordeel van een elektronische enquête is dat het goedkoop en snel is. In een relatief kort tijdsbestek kan tegen lage kosten veel informatie verkregen worden. Daarnaast kan de klant zelf weten wanneer hij/zij het invult. ExplainiT heeft een groot klantenbestand waarin ongeveer 5000 klanten staan. Aangezien zoveel mogelijk respondenten benaderd moeten worden is er dus gekozen voor de elektronische enquête.

ExplainiT heeft een software waarmee zelf elektronische enquêtes gemaakt kunnen worden. Dit is het programma SurveyMonkey. In dit programma kan zelf een enquête opgesteld worden en het is mogelijk om deze via de e-mail naar het klantenbestand van ExplainiT te sturen. Een groot voordeel van dit programma is dat de antwoorden direct worden opgeslagen in de database.

Elektronische enquêtes kampen doorgaans met een lage respons. Dit kan komen doordat er in het klantenbestand veel klanten tussen staan die zelf geen trainingen gevolgd hebben of klanten bij zitten die tegenwoordig niet meer klant zijn. Hier moet dus rekening mee gehouden worden.

Om de lage respons te beperken kunnen de respondenten binnen anderhalve week de enquête invullen. Hierdoor krijgen de respondenten voldoende tijd om de enquête op zijn/haar eigen tijdstip in te vullen. Om de respondenten te overtuigen van het nut van de enquête is het belangrijk een goede inleiding te hebben. Hierbij moet het doel, het belang, de instructies voor het invullen en de tijd die het in beslag neemt besproken worden (Thomassen, 1994). Na deze anderhalve week is een herinneringsmail gestuurd naar de respondenten die niet gereageerd hebben. Nog een manier om de lage respons te beperken is door anonimiteit te waarborgen. De respondenten hebben de mogelijkheid om zijn/haar e-mailadres in te vullen om zo de resultaten van het onderzoek te verkrijgen. Het is echter niet verplicht en zo wordt de anonimiteit gewaarborgd.

5.2 Opbouw vragenlijst

Na het literatuur- en vooronderzoek is een lijst opgesteld van de elementen die het belangrijkste zijn en waar naar gevraagd gaat worden in het hoofdonderzoek. Hierbij is van tevoren bij elk element bedacht wat er uiteindelijk mee bereikt moet worden nadat de antwoorden verkregen zijn. Dit doel met bijbehorende stelling staat vermeld in Appendix G.

De lijst is vervolgens besproken met dhr. Slot en dhr. Kienhuis om hem zo te pre-testen. Zij hebben aangegeven wat ze nog meer van belang vonden en wat er uit gelaten kon worden. Op deze manier is een lijst gekomen met dimensies, constructen en elementen die gebruikt gaan worden in het hoofdonderzoek.

Het hoofdonderzoek is opgebouwd uit drie dimensies. Deze drie dimensies zijn allemaal onderverdeeld in constructen die weer zijn onderverdeeld in elementen. Dit klanttevredenheidsmodel is het model van Schulte en is te zien in figuur 5.1.



Figuur 5.1: Model Schulte

Zoals te zien is lijkt het model van Schulte op het standaard model die te zien is in paragraaf 3 uit hoofdstuk 3. Er zijn een paar veranderingen.

De naam van de dimensie service is veranderd naar accountmanager. Hiervoor is gekozen, omdat bij ExplainiT accountmanagers werken die ervoor zorgen dat de dienst naar de klant toe verzorgd wordt. De dimensie dienst is veranderd naar de dimensie training. ExplainiT biedt namelijk als dienst alleen maar vaardigheidstrainingen aan. Zo is het beter en duidelijker geformuleerd. Deze dimensie bestaat verder uit de twee constructen training en trainer.

Het construct faciliteiten, dat volgens het standaard model bij de dimensie service hoort, is verplaatst naar de laatste dimensie. Dit construct past namelijk niet bij de rest van die constructen. Hierdoor is de naam van de laatste dimensie veranderd van prijs naar algemeen. De prijs en de faciliteiten zijn nu als construct geformuleerd in de dimensie algemeen. Verder zitten er in deze dimensie de constructen gebouw, bereikbaarheid en aanbod.

Het model van Schulte is beter dan het standaard model aangezien het meer en beter is toegespitst op de dienstverlening van ExplainiT en alle belangrijke aspecten meet die van belang zijn.

Het gehele model van Schulte, inclusief alle elementen, staat vermeld in Appendix F.

5.3 Vraagstelling

De elementen uit de tabel worden gesteld aan de hand van gesloten vragen in de vorm van stellingen. Daarbij is het belangrijk dat vragen geen klachten mogen oproepen en in logische volgorde behandeld worden (Thomassen, 1998). De vragen zijn zelf verzonden. Wel is er ongeveer gebruik gemaakt van vragen die komen uit het ServPerf model, maar deze zijn aangepast zodat ze beter bij de organisatie passen.

In de vragenlijst zijn ook open vragen verwerkt. Hiervoor is gekozen omdat er zo antwoorden te krijgen zijn die niet door gesloten vragen verkregen kunnen worden. Deze vragen zijn ook bedoeld om iets meer de diepte in te gaan en om naar oorzaken te vragen of verdere aanvullingen.

Onder elk construct is een open vraag opgenomen waarbij de respondenten een verdere toelichting kunnen geven over dat bepaalde construct. Aan het einde van elke dimensie (accountmanager, training en algemeen), staat een open vraag met als doel te achterhalen of de respondent nog een toelichting of verdere opmerkingen heeft over die dimensie.

Aan het einde van de enquête staan nog enkele vragen waarmee ik wil achterhalen wat de klanten nu echt als bijzonder positief of bijzonder negatief hebben ervaren.

De volledige enquête is te vinden in Appendix F.

5.4 Antwoordschaal

Bij beoordeling van de stellingen is gebruik gemaakt van twee schalen.

Allereerst moeten de respondenten aangeven hoe belangrijk ze het bepaalde element vinden. De antwoordmogelijkheden zijn in de vorm van de 5-punt Likert schaal. Er kan ook gewerkt worden met een 7-punts Likert schaal, maar aangezien hier meer antwoordmogelijkheden zijn en deze dicht bij elkaar liggen is deze schaal erg onoverzichtelijk en verwarrend. Daarnaast kan gekozen worden voor een even antwoordschaal, maar hierdoor 'dwing' je als het ware de respondent naar een positieve of negatieve keuze, waardoor je een onjuist beeld krijgt van de klanten.

Met de 5-punt Likert schaal zijn de antwoorden begrensd en hierdoor zijn vergelijkingen met andere respondenten mogelijk. De antwoordmogelijkheden variëren van helemaal niet belangrijk tot zeer belangrijk waarbij als neutrale antwoord niet belangrijk noch belangrijk een optie is.

Ten tweede moeten de respondenten aangeven hoe tevreden ze zijn met het bepaalde element. Ook deze antwoordmogelijkheden zijn in de vorm van de 5-punt Likert schaal. De antwoordmogelijkheden variëren hier van zeer ontevreden tot zeer tevreden met ontevreden noch tevreden als neutrale antwoord.

De antwoordmogelijkheden bij de enquête hebben een waarde gekregen. Bij de tevredenheid heeft het antwoord zeer ontevreden de waarde 1, ontevreden de waarde 2, ontevreden noch tevreden de waarde 3, tevreden de waarde 4 en zeer tevreden de waarde 5. Bij belangrijkheid heeft het antwoord helemaal niet belangrijk de waarde 1, niet belangrijk de waarde 2, niet belangrijk noch belangrijk de waarde 3, belangrijk de waarde 4 en zeer belangrijk de waarde 5.

Door de combinatie van belangrijkheid en tevredenheid kun je goed achterhalen hoe belangrijk de respondenten bepaalde elementen vinden in vergelijking met de tevredenheid. Als de respondenten ergens zeer tevreden over zijn, maar het niet van belang is, hoeft hier minder snel aandacht aan besteed worden dan wanneer de respondenten ergens zeer ontevreden over zijn en het wel heel belangrijk vinden.

5.5 Testen

Na het invoeren van de volledige goede vragenlijst in SurveyMonkey is de vragenlijst getest door meerdere mensen die bij ExplainiT werken. Er is dus gebruik gemaakt van de 5-punt Likert schaal met de vragenlijst die ook gebruikt gaat worden tijdens de echte enquête. De personen hebben steeds verschillende antwoorden ingevuld en opgestuurd. Vervolgens is er gekeken of de antwoorden goed in de database terecht kwamen. Dit werkte allemaal prima.

Naast deze technische test hebben de personen ook naar de vragen gekeken. Hierbij is gekeken naar de juiste woordkeuze, opbouw en vraagstelling.

Hoofdstuk 6: Resultaten hoofdonderzoek

In dit hoofdstuk zal de verkregen data uit het hoofdonderzoek worden geanalyseerd. Allereerst worden de respondenten behandeld. Vervolgens zal de betrouwbaarheid van de constructen en dimensies gemeten worden. Achtereenvolgens zal per dimensie de resultaten uit het onderzoek behandeld worden en in een prioriteitenmatrix worden uiteengezet.

6.1 Respondenten

ExplainiT heeft zeer veel klanten. Het is erg lastig om uit dit grote klantenbestand uit te zoeken wie precies allemaal trainingen gevolgd hebben en wie het dus kunnen invullen. Er is dan ook gekozen om het volledige klantenbestand te mailen en te vragen om de vragenlijst in te vullen. Deze klanten staan allemaal in het CRM programma Archie dat ExplainiT gebruikt. Dit waren 3441 personen. Hiervan hebben 240 personen de enquête ingevuld.

Na een week is een reminder gestuurd naar de personen die nog niet gereageerd hebben. In totaal zijn er 330 reacties binnengekomen, waarvan 281 enquêtes volledig zijn voltooid. Dit betekent dat er een responspercentage van 8,2 % is.

Een oorzaak voor deze lage respons is het programma Archie. Dit programma gebruiken ze al enkele jaren en is daardoor redelijk verouderd. Er staan dan ook allerlei klanten in van jaren geleden die nu niets meer te maken hebben met ExplainiT en die de enquête dus ook niet ingevuld hebben.

Daarnaast staan er per organisatie meerdere personen in Archie die voor dezelfde organisatie uitkomen. Naar al deze mensen is ook een enquête gestuurd, terwijl die eigenlijk maar voor één persoon bedoeld is. Vanwege een gebrek aan tijd en het niet mogelijk was om de klanten van het laatste jaar te selecteren was het onmogelijk om uit te zoeken naar welk juiste persoon de enquête gestuurd moest worden. Vandaar dat de respons laag is.

6.2 Betrouwbaarheid

Om te kijken of de elementen voldoende consistent (betrouwbaar) zijn om één construct te meten, heb ik een betrouwbaarheidsanalyse uitgevoerd met behulp van Cronbach's Alpha (Bland & Douglas, 1997). Dit is een methode die gebaseerd is op de onderlinge verbanden tussen de gemeten elementen, ook wel correlaties genoemd. Als deze onderlinge verbanden groot genoeg zijn, dan zijn ze betrouwbaar. Een construct moet minimaal een Alpha hoger hebben dan 0.70 om betrouwbaar genoemd te mogen worden (Bland & Douglas, 1997).

Na analyse bleek dat alle constructen, behalve bereikbaarheid en faciliteiten aan de eis van een Cronbach's Alpha hoger dan 0.70 voldoen. Bij verwijdering van een onderwerp uit deze twee constructen bleek dat de Alpha niet hoger werd. Verwijderen van één van deze onderwerpen heeft dus geen nut. Toch is ervoor gekozen om deze twee constructen mee te nemen in het onderzoek, aangezien tijdens de diepte-interviews bleek dat men dit toch wel belangrijk vond. Echter, bij de conclusies wordt rekening gehouden met het feit dat ze geen hoge mate van betrouwbaarheid hebben. In tabel 6.1 zijn de scores te zien alle constructen waarop de betrouwbaarheidsanalyse is uitgevoerd.

Tabel 6.1 Betrouwbaarheidsanalyse per construct

Construct	Aantal onderwerpen	α Tevredenheid
Betrouwbaarheid	2	0,803
Responsiviteit	5	0.840
Zekerheid	2	0.703
Empathie	3	0.832
Trainer	4	0.891
Training	6	0.886
Gebouw	3	0.884
Faciliteiten	3	0.610
Bereikbaarheid	3	0.641
Prijs	1	n.v.t.
Aanbod	1	n.v.t.

Naast de betrouwbaarheidsanalyse op alle constructen is er betrouwbaarheidsanalyse uitgevoerd op de drie dimensies. Uit tabel 6.2 blijkt dat alle drie de dimensies ruim aan de eis van Cronbach's Alpha hoger dan 0.70 voldoen. De dimensie accountmanager scoort zelfs een 0.923, wat betekent dat er een zeer hoge mate van interne consistentie is. Opvallend is dat de dimensie Algemeen hoog scoort, terwijl de twee constructen faciliteiten en bereikbaarheid hier deel van uit maken. Dit kan verklaard worden door het feit dat ze zelf geen betrouwbaar construct vormen, maar dat ze los wel bijdragen aan de gehele dimensie.

Tabel 6.2 Betrouwbaarheidsanalyse per dimensie

Dimensie	Aantal onderwerpen	α Tevredenheid
Accountmanager	12	0.923
Training	10	0.739
Algemeen	11	0.852

6.3 Dimensie accountmanager

De dimensie accountmanager bestaat uit de constructen betrouwbaarheid, responsiviteit, zekerheid en empathie. Hieronder zullen deze constructen worden behandeld. De waarden van de gemiddelde scores zijn weergegeven in de grafiek in Appendix H1.

6.3.1 Resultaten

In tabel 6.3 is de verdeling van de elementen met de gemiddelde scores, de standaardafwijking en het aantal ingevulde enquêtes weergegeven.

Ten eerste is te zien dat bijna alle respondenten deze vragen ingevuld hebben ($n \approx 310$).

Na analyse bleek dat de gemiddelde waarden van de tevredenheid bijna allemaal hoog liggen met scores boven de 4. De score 4 is de grens betekent dat ze een waarde hebben boven de antwoordmogelijkheid tevreden. Voor deze grens is gekozen, omdat volgens Thomassen (1998) alleen het hebben van tevreden klanten of meer dan tevreden klanten je als organisatie succesvol kunt zijn. Alleen bij het construct zekerheid scoort het element verzorging met een waarde van 3,94 onder de waarde van 4. Echter, de klanten vinden dit ook minder van belang, wat blijkt uit de score van 3,60.

De respondenten zijn zeer tevreden met de vriendelijkheid van de accountmanagers (4,36) en met de hulpvaardigheid (4,27) en beloftes/afspraken die worden nagekomen over de werkwijze (4,27). Daarbij vinden ze het ook zeer belangrijk dat men de beloftes/afspraken over de werkwijze ook nakomen (4,53). Dit geldt ook voor de deskundigheid van de accountmanagers, het begrijpen van de specifieke wensen van klanten en de beloftes/afspraken die op termijn worden nagekomen. Bij alle elementen is de standaardafwijking laag, wat betekent dat er een lage spreiding in de antwoorden is en de waarden dicht bij het gemiddelde liggen.

Wat verder opvalt, is dat er bijna geen respondenten zijn die aangaven dat ze zeer ontevreden of ontevreden over een element zijn. Alleen bij de telefonische bereikbaarheid en de snelheid van de

offertes waren bij beide één respondent die zeer ontevreden is, en drie respondenten die ontevreden zijn. Dit zijn er natuurlijk zeer weinig, vergeleken met de 300 respondenten die de vraag beantwoord hebben.

Daarnaast valt op dat bij de verzorging, persoonlijke aandacht en meelevendheid de standaardafwijking hoger uitvalt dan bij de rest. Dit duidt erop dat er een grotere spreiding van de antwoorden is.

6.3.2 Prioriteitenmatrix

Uit de prioriteitenmatrix (Appendix I1) blijkt dat er veel elementen in het vasthouden-kwadrant zitten. Onder meer de elementen uit het construct betrouwbaarheid en responsiviteit scoort goed bij de klanten. Dit betekent dat ze hier zeer tevreden over zijn en het ook belangrijk vinden dat dit aanwezig is.

De punten verzorging (9), persoonlijke aandacht (11) en meelevendheid (13) zitten in het lage prioriteit kwadrant. Deze elementen mogen echter niet uit het oog worden verloren, aangezien hier toch kansen liggen om de klant positief te gaan verrassen.

Geen enkel element zit in het verbeter kwadrant.

Het verbeter kwadrant:

- -

Het vasthouden kwadrant:

- 2. Belofte/afspraken op termijn nakomen
- 1. Beloften/afspraken over werkwijze nakomen
- 3. Hulpvaardigheid
- 4. Snelheid hulp
- 7. Snelheid problemen oplossen
- 8. Vriendelijkheid
- 10. Deskundigheid
- 12. Begrijpen specifieke wensen
- 5. Telefonische bereikbaarheid

Het lage prioriteit kwadrant:

- 9. Verzorging
- 13. Meelevendheid
- 11. Persoonlijke aandacht
- 6. Snelheid offertes

Het afbouwen kwadrant:

- -

Tabel 6.3 Accountmanager

Construct	Element	Tevredenheid		Belangrijkheid		Aantal ingevulde enquêtes
		Gemiddelde waarde	Standaardafwijking	Gemiddelde waarde	Standaardafwijking	
Betrouwbaarheid	1. Belofte/afspraken over werkwijze nakomen	4,27	0.58	4,53	0.50	312
	2. Belofte/afspraken op termijn nakomen	4,21	0.64	4,36	0.50	312
Responsiviteit	3. Hulpvaardigheid	4,27	0.57	4,18	0.42	312
	4. Snelheid hulp	4,15	0.60	4,11	0.44	312

	5. Telefonische bereikbaarheid	4,15	0.59	4.10	0.50	312
	6. Snelheid offertes	4,13	0.61	4,03	0.49	312
	7. Snelheid problemen oplossen	4,16	0.56	4,26	0.49	312
Zekerheid	8. Vriendelijkheid	4,36	0.53	4,13	0.48	309
	9. Verzorging	3,94	0.50	3,60	0.64	309
	10. Deskundigheid	4,14	0.52	4,33	0.52	309
Empathie	11. Persoonlijke aandacht	4,01	0.57	3,61	0.69	310
	12. Begrijpen specifieke wensen	4,15	0.58	4,32	0.52	310
	13. Meelevendheid	4,02	0.56	3,87	0.71	310

6.4 Dimensie training

De dimensie training bestaat uit twee constructen: trainer en training. Hieronder zullen allereerst de resultaten gegeven worden en vervolgens in de prioriteitenmatrix worden uitgezet.

6.4.1 Resultaten

De dimensie training bestaat uit twee constructen: de training en de trainer. In tabel 6.4 is de verdeling van de elementen met de gemiddelde scores weergegeven met daarbij de standaardafwijking. De gemiddelde scores zijn ook te zien in de grafiek in Appendix H2.

Bij deze dimensie zijn minder enquêtes ingevuld ($n \approx 260$) dan bij de dimensie accountmanager. Dit is te verklaren doordat er bij de respondenten personen zitten die alleen vanuit haar eigen organisatie contact heeft gezocht met ExplainiT om werknemers uit dat bedrijf te laten trainen. Ze hebben zelf dus niet de training gevolgd.

De elementen uit het construct trainer scoren beter op de gemiddelde waarde van de tevredenheid dan de elementen uit het construct training. Dit geldt ook voor de belangrijkheid; het construct trainer scoort hier hoger op dan het construct training.

De deskundigheid van de trainer heeft bij de tevredenheid en de belangrijkheid de hoogste score. Ze vinden dit element dus belangrijk en zijn er ook tevreden over. Dit is zeer positief, aangezien ExplainiT vaardigheidstrainingen geeft waarbij de klanten dingen bijgeleerd/aangeleerd moeten worden. De trainer moet dan natuurlijk wel over voldoende kennis beschikken. Hierna volgende elementen handige/heldere uitleg, voorbereiding en ruimte voor persoonlijke vragen.

Het element missende onderwerpen tijdens de training scoort laag op de tevredenheid (3,97) en heeft tevens de laagste score van de belangrijkheid (4,11). Dit element heeft dan wel de laagste score op de belangrijkheid, maar deze is alsnog erg hoog en belangrijk.

Wat opvalt, is dat in deze dimensie meer respondenten zijn die zeer ontevreden of ontevreden zijn vergeleken met de dimensie accountmanager. Over de voorbereiding van de trainer zijn vier mensen zeer ontevreden en drie mensen ontevreden. Bij het bepalen van het niveau van de training tijdens de intake zijn ook vier respondenten zeer ontevreden en twee ontevreden.

6.4.2 Prioriteitenmatrix

Het verschil tussen het construct trainer en training is in de prioriteitenmatrix goed te zien. De elementen van het construct trainer zitten allemaal in het vasthouden kwadrant, terwijl de elementen van het construct training in het lage prioriteit kwadrant zitten. Alleen het element inhoud van de training zit in het vasthouden kwadrant.

Zoals je dus ziet zijn er geen elementen die verbeterd moeten worden. Om de klant positief te gaan verrassen, kan ExplainiT het element niveau training proberen te verbeteren. Deze zit namelijk dicht tegen het verbeter kwadrant aan.

Het verbeter kwadrant:

- -

Het vasthouden kwadrant:

- 3. Deskundigheid
- 1. Voorbereiding
- 2. Handige/heldere uitleg
- 4. Ruimte voor persoonlijke vragen
- 6. Inhoud training

Het lage prioriteit kwadrant:

- 10. Missende onderwerpen
- 9. Snelheid
- 7. Bepalen niveau training tijdens intake
- 8. Niveau training
- 5. Bepalen inhoud training tijdens intake

Het afbouwen kwadrant:

- -

Tabel 6.4 Training

Construct	Element	Tevredenheid		Belangrijkheid		Aantal ingevulde enquêtes
		Gemiddelde waarde	Standaardafwijking	Gemiddelde waarde	Standaardafwijking	
Trainer	1. Voorbereiding	4,12	0.68	4,59	0.49	260
	2. Handige/heldere uitleg	4,17	0.69	4,55	0.51	262
	3. Deskundigheid	4,24	0.61	4,65	0.47	260
	4. Ruimte voor persoonlijke vragen	4,17	0.68	4,34	0.50	260
Training	5. Bepalen inhoud training tijdens intake	4,03	0.62	4,34	0.50	258
	6. Inhoud training	4,09	0.58	4,55	0.50	258
	7. Bepalen niveau training tijdens intake	3,99	0.53	4,28	0.49	258
	8. Niveau training	4,05	0.58	4,35	0.49	258
	9. Snelheid	3,94	0.64	4,15	0.49	258
	10. Missende onderwerpen	3,97	0.60	4,11	0.56	260

6.5 Dimensie algemeen

De dimensie algemeen bestaat uit meerdere constructen: gebouw, faciliteiten, bereikbaarheid, prijs en aanbod. Allereerst worden de resultaten weergegeven en vervolgens in de prioriteitenmatrix uiteen gezet.

6.5.1 Resultaten

In tabel 6.5 is de verdeling van de elementen met de gemiddelde scores weergegeven met daarbij de standaardafwijking. Deze waarden zijn ook te zien in de grafiek in Appendix H3.

Allereerst is te zien dat er bij de constructen gebouw (n=140), faciliteiten (n=145), en bereikbaarheid (n=128) minder mensen zijn die deze vragen beantwoord hebben. Voor het construct gebouw en

bereikbaarheid is dit te verklaren doordat er trainingen zijn die niet in het ExplainiT gebouw gehouden worden. Voor de faciliteiten is dit te verklaren doordat bij ICT-trainingen alleen gebruik wordt gemaakt van computers en laptops en intensief gebruik wordt gemaakt van de readers/brochures. Mensen die communicatie of management trainingen hebben gehad, hebben deze vraag dus overgeslagen.

Uit de resultaten blijkt dat er in deze dimensie meerdere elementen zijn die matig scoren op de tevredenheid en de belangrijkheid. Alle elementen scoren op de tevredenheid tussen de 3,52 en 3,97. Ze zitten dus onder de grens van 4 (=tevreden klanten) en vergeleken met de andere twee dimensies is dit laag. Het element bereikbaarheid OV heeft op beiden een lage score. Dit geldt ook voor de moderne uitstraling. Het element prijs/kwaliteitsverhouding springt er bovenuit met een score op de tevredenheid van 3,97 en op de belangrijkheid van 4,32. ExplainiT hanteert dus een goede prijs met daarbij een goede kwaliteit van de dienst.

In deze dimensie zijn vergeleken met de voorgaande twee dimensies minder respondenten geweest die de enquête ingevuld hebben. Hier zijn dan ook minder respondenten die aangaven ze zeer ontevreden of ontevreden over een bepaald element zijn. Bij het element 'brochures/readers' waren 5 respondenten ontevreden, dit komt echter doordat ze gebruik maken van het internet hiervoor. Over de bereikbaarheid waren 4 respondenten ontevreden.

6.5.2 Prioriteitenmatrix

Als alle gegevens in de prioriteitenmatrix (Appendix I3) gezet zijn is te zien dat ook hier de prijs/kwaliteit verhouding er uit springt in het kwadrant vasthouden. Dit is zeer goed, aangezien mensen altijd kijken naar de prijs. Als de prijs van de dienst te hoog is, gaan ze automatisch naar de concurrent.

In het verbeterkwadrant zitten de twee elementen computers/laptops en bereikbaarheid auto. Echter, bij de betrouwbaarheidsanalyse bleek dat de twee constructen faciliteiten en bereikbaarheid onder de grens van de betrouwbaarheid zaten. Er zal daarom tijdens de conclusie en aanbevelingen wel aandacht aan geschonken worden, maar in mindere mate.

Het element inrichting lokaal zit dicht tegen de grens van het verbeter en vasthouden kwadrant. Voor ExplainiT liggen hier dus kansen. Bij verbetering van dit element kan de klant positief verrast worden, wat mogelijke positieve resultaten als gevolg heeft.

Het verbeter kwadrant:

- 5. Computers/laptops
- 9. Bereikbaarheid auto

Het vasthouden kwadrant:

- 10. Prijs/kwaliteitverhouding
- 6. Brochures/readers
- 7. Parkeergelegenheid
- 1. Verzorgdheid/netheid
- 3. Schone/aantrekkelijke publieke gebieden

Het lage prioriteit kwadrant:

- 4. Inrichting lokaal
- 8. Bereikbaarheid OV
- 11. Informatie over nieuwe trainingen
- 2. Moderne uitstraling

Het afbouwen kwadrant:

- -

Tabel 6.5 Algemeen

Construct	Element	Tevredenheid		Belangrijkheid		Aantal ingevulde enquêtes
		Gemiddelde waarde	Standaardafwijking	Gemiddelde waarde	Standaardafwijking	
Gebouw	1. Verzorgdheid/netheid	3,79	0.57	3,60	0.67	140
	2. Moderne uitstraling	3,71	0.53	3,35	0.70	140
	3. Schone/aantrekkelijke publieke gebieden	3,81	0.55	3,77	0.65	140
Faciliteiten	4. Inrichting lokaal	3,74	0.54	3,73	0.59	145
	5. Computers/laptops	3,74	0.62	4,06	0.62	145
	6. Brochures/readers	3,79	0.58	3,81	0.69	145
Bereikbaarheid	7. Parkeergelegenheid	3,76	0.66	3,85	0.53	128
	8. Bereikbaarheid OV	3,52	0.52	3,51	0.71	128
	9. Bereikbaarheid auto	3,71	0.63	3,77	0.60	128
Prijs	10. Prijs/kwaliteitverhouding	3,97	0.56	4,32	0.60	240
Aanbod	11. Informatie over nieuwe trainingen	3,69	0.61	3,38	0.86	224

6.6 Reacties open vragen

Per dimensie konden de respondenten open vragen invullen. Dit was niet verplicht. In Appendix J staan alle reacties die zijn ingevuld bij de enquête.

Wat opvalt bij de dimensie accountmanager is dat bijna alle respondenten die de open vragen ingevuld hebben tevreden waren over de accountmanager. De samenwerking werd vaak als prettig ervaren, er werd snel gereageerd op mailtjes of telefoontjes en ze zijn behulpzaam. Negatieve punten werden niet genoemd, wat overeenkomt met de uitkomsten van de multiple choice vragen. Bij de dimensie training waren meer opmerkingen. Enkele respondenten waren niet tevreden over de intake. Die was niet goed geweest of helemaal niet geweest. Ook gaven enkele respondenten aan dat er niveau verschil zat tijdens de training, wat soms irritaties opleverde. Over de trainer was men in het algemeen positief, ze waren deskundig en gaven ruimte voor open vragen. Soms werd de training echter te snel gegeven.

Over de dimensie algemeen waren weinig reacties ingevuld. Hier was ook weinig kritiek op. Wel gaven enkele respondenten aan dat de brochures en informatie handig waren, maar dat ze die via internet opzochten en gebruikten.

Aan het einde van de enquête konden de respondenten invullen of ze nog bijzonder positieve ervaringen hadden en of ze ook negatieve ervaringen hadden. Hier viel op dat er veel meer respondenten waren die wel bijzondere positieve ervaringen hadden en dit invulden, terwijl bij de negatieve ervaringen bijna geen ingevulde reacties waren. De respondenten waren zeer positief over ExplainIT. Vooral over de accountmanagers waren zeer positieve reacties, dit klopt met de resultaten van de multiple choice vragen. Over de inhoud van de training was men ook tevreden, echter waren er soms wel klachten over de trainer.

In dit hoofdstuk zijn de statistische analyses uitgevoerd en de belangrijkste resultaten weergegeven. In het volgende hoofdstuk zullen allereerst de deelvragen worden opgesteld waarna vervolgens de hoofdvraag wordt beantwoord.

Hoofdstuk 7: Conclusie en aanbevelingen

7.1 Belangrijkste factoren van klanttevredenheid uit de literatuur

De eerste deelvraag is: *Wat zijn de belangrijkste factoren van klanttevredenheid uit de literatuur.* Deze vraag is beantwoord door het zoeken van goede modellen van klanttevredenheid uit de literatuur.

Het eerste model dat veel gebruikt wordt in klanttevredenheidsonderzoeken is het ServPerf model van Cronin en Taylor (1994). Dit model meet de ervaringen van de klanten over de dienstverlening en levert een goede indicatie van de klanttevredenheid. Het model bestaat uit 5 dimensies: betrouwbaarheid, tastbaarheden, responsiviteit, empathie en zekerheid. De betrouwbaarheid is het vermogen om datgene wat de organisatie belooft, nauwkeurig, volledig en in één keer volledig goed uit te voeren. Tastbaarheden zijn de fysieke tastbare zaken die een rol spelen bij de dienstverlening. Responsiviteit is de echte bereidheid om klanten op tijd en snel te helpen. De dimensie empathie is de zorg, begrip en individuele aandacht voor de klant. Als laatste de zekerheid, dit heeft betrekking op de kennis en beleefdheid van de medewerkers en hun vermogen om vertrouwen op te wekken. Het ServPerf model bestaat uit 22 onderwerpen die gezamenlijk de 5 elementen verantwoorden. Deze onderwerpen bedekken echter niet alle factoren die belangrijk zijn voor een organisatie om de klanttevredenheid te meten (Smidts, 1993). Hierdoor is gekeken naar een ander goed model van klanttevredenheid.

Dit tweede model is het model van Thomassen (1994). Thomassen is een Nederlandse autoriteit binnen het vakgebied van klanttevredenheid en hij onderscheid drie factoren waarop klanten een organisatie beoordelen: de dienst, de service en de prijs. De dienst is datgene wat de klant geleverd krijgt. De service is de wijze waarop de diensten worden geleverd. De prijs is het bedrag dat de klant betaalt voor de dienst. De 5 dimensies van klanttevredenheid van het model van Cronin & Taylor, komen allemaal voor in het model van Thomassen.

7.2 Belangrijkste elementen klanttevredenheid voor klanten van ExplainiT

De tweede deelvraag luidt: *Welke elementen van klanttevredenheid zijn van belang voor de klanten van ExplainiT?* Deze vraag is beantwoord door middel van diepte-interviews met drie klanten van ExplainiT. Doordat er interviews gehouden zijn met verschillende klanten die verschillende trainingen gehad hebben en op verschillende locaties is er een zo goed en breed mogelijk beeld gecreëerd van de klanten van ExplainiT.

Uit deze interviews kan worden geconcludeerd dat bij alle drie de interviews nagenoeg dezelfde elementen genoemd werden. De klanten zeiden dat ze het belangrijk vonden dat de trainer goed voorbereid was en zeer deskundig moet zijn. Kennis staat hoog in het vaandel, ze moeten weten waar ze over praten. De training moet niet te snel gaan en ook van goed niveau zijn. Daarbij komt kijken dat de trainer een duidelijke en heldere uitleg moet hanteren met een goede houding.

Dat ExplainiT maatwerk trainingen aanbiedt vinden de klanten zeer goed. De kwaliteit van de dienst wordt hierdoor veel beter en het onderscheidt ExplainiT van de concurrenten.

De prijs/kwaliteitverhouding is tevens een belangrijk punt. Er moet een goede prijs gehanteerd worden. Niet te hoog, maar ook niet te laag. Daarbij komt kijken dat de kwaliteit in verhouding tot de prijs goed moet zijn. De accountmanager moet vriendelijk, beleefd en betrouwbaar zijn.

7.3 Huidige klanttevredenheid

De laatste deelvraag luidt als volgt: *Hoe is de huidige tevredenheid onder de klanten van ExplainiT?* Na analyse van de resultaten kan over het algemeen gesteld worden dat de klanten van ExplainiT tevreden tot zeer tevreden zijn over ExplainiT.

Ten eerste zal de dimensie accountmanager behandeld worden. Bij de tevredenheid liggen alle scores boven de vier. Dit betekent dat de respondenten hier tevreden tot zeer tevreden over zijn.

Alleen het element 'verzorging' scoort met 3,97 onder de vier, maar hier tegenover staat dat de klanten dit minder belangrijk vinden (3,60). Deze dimensie scoort dus erg goed.

Het construct betrouwbaarheid springt er bovenuit, wat betekent dat de klant vindt dat de beloften/afspraken over de afgesproken werkwijze en op afgesproken termijn worden nagekomen. Over de vriendelijkheid, hulpvaardigheid, snelheid en deskundigheid van de accountmanagers is men eveneens zeer tevreden, hier moet de organisatie dus ook op blijven bouwen. Het begrijpen van de specifieke wensen van de klanten zorgt voor een vertrouwd gevoel bij de klant en hierdoor wordt zaken doen met ExplainiT vanzelf leuk. Dit zorgt echter niet alleen voor een vertrouwd gevoel, maar ook een stuk maatwerk. Door middel van de specifieke wensen kunnen de klanten namelijk van tevoren zelf aangeven wat ze graag willen leren en dit kan dan ook tijdens de training worden uitgevoerd. Kort gezegd zijn de accountmanagers bij ExplainiT van goede kwaliteit. Ze zijn vakbekwaam, betrouwbaar, vriendelijk, hulpvaardig en zorgen voor een persoonlijke 'touch'. Oftewel: alles wat een accountmanager moet hebben.

De dimensie training is minder goed beoordeeld door de respondenten. Er is een duidelijke scheiding tussen de constructen trainer en training.

Het construct trainer scoort op alle elementen goed. De deskundigheid van de trainer springt er bovenuit. Dit is zeer positief, aangezien ExplainiT vaardigheidstrainingen geeft waarbij de klanten dingen bijgeleerd/aangeleerd moeten worden. De trainer moet dan natuurlijk wel over de benodigde kennis beschikken die nodig is. De trainer geeft de klanten de ruimte om persoonlijke vragen te stellen. Dit, samen met het hebben van specifieke wensen, zorgt dit voor maatwerk trainingen wat ExplainiT onderscheidt van concurrenten. De uitleg van de trainer is handig en helder volgens de respondenten. De uitleg is goed te volgen en door het enthousiasme wat de meeste trainers uitstralen, gaan de klanten het vanzelf leuk vinden. Over de voorbereiding van de trainer was men redelijk tevreden, echter gaf men bij de open vragen aan dat een trainer weleens te laat kwam.

Het construct training scoort vergeleken met het construct trainer slechter. De resultaten over de tevredenheid zitten wel allemaal rond de grens van vier (van 3,97 tot 4,09), wat een tevreden klant is. De klanten geven echter aan dat ze deze elementen wel erg belangrijk vinden. Meerdere klanten geven aan het niveau van de training niet goed is. Dit kan enkele oorzaken hebben. Ten eerste kan dit liggen aan de trainer, die een te hoog of te laag niveau hanteert. Ten tweede kan dit aan de accountmanager liggen. Enkele respondenten geven namelijk aan dat de intake voor het bepalen van het niveau niet gebeurt of niet goed gebeurt. Hierdoor komen er mensen van verschillende niveaus bij elkaar in één training. Daarnaast kan het nog gebeuren dat de accountmanager het niveau niet goed doorgeeft aan de trainer. Ook gebeurt het wel eens dat er een totaal verkeerde training gegeven wordt. Hier liggen dus verbeterpunten.

Naast het niveau zijn er enkele klachten over de snelheid van de training. Met een score van 3,94 op de tevredenheid scoort het net onder de grens van een tevreden klant. Vanuit de open vragen is enkele keren aangegeven dat de snelheid van de training niet goed was. Soms raast de trainer door de leerstof heen, en soms gaat het te langzaam. Ook hier liggen dus verbeterpunten.

Zoals te zien is zijn er enkele verbeterpunten wat betreft de dimensie training. Wanneer ExplainiT hieraan gaat werken, zal de tevredenheid van de klanten omhoog gaan.

Als laatste de dimensie algemeen. Deze dimensie scoort vergeleken met de twee voorgaande dimensies minder goed. De scores van de tevredenheid liggen tussen de 3,52 en 3,97. Dit betekent dat het onder de grens van een tevreden klant zit. De klanten geven echter aan dat ze deze elementen ook minder belangrijk vinden dan de elementen uit de voorgaande twee dimensies. Ze scoren namelijk tussen onbelangrijk noch belangrijk en belangrijk. Aan deze elementen hoeft dus minder waarde gehecht te worden. Alleen over het element bereikbaarheid met de auto is men niet tevreden, terwijl het wel een belangrijk element is. Hier liggen kansen voor ExplainiT. Dit geldt ook voor het element computers/laptops. Klanten zijn hier in mindere mate tevreden over en hechten er veel belang aan. Ze vinden dat de computers/laptops goed moeten werken, zonder mankementen. Als ExplainiT dit punt aanpakt, zullen de klanten tevredener worden.

Zoals al eerder gezegd, zijn deze elementen minder relevant dan de elementen uit de voorgaande twee dimensies. Ten eerste omdat de klanten hier minder belang aan hechten, ten tweede omdat uit de betrouwbaarheidsanalyse bleek dat ze onder de grens van Cronbach's Alpha scoren.

Concluderend kan gesteld worden dat de dimensie accountmanager zeer goed scoort bij de klanten van ExplainiT. De dimensie training scoort minder en hier zijn ook enkele verbetermogelijkheden. Dit geldt ook voor de dimensie algemeen. Er zijn verbeterpunten, maar deze zijn minder van belang dan bij de dimensie training.

7.4 Aanbevelingen

De onderzoeksvraag luidt als volgt: *“Op welke wijze kan ExplainiT haar huidige klanttevredenheid vergroten en daarmee haar omzet vergroten?”*. Deze vraag richt zich op de aanbevelingen die gedaan kunnen worden over de verbeterpunten binnen ExplainiT zodat de klanttevredenheid vergroot wordt. Uit de derde deelvraag bleek dat de klanttevredenheid bij ExplainiT goed gesteld is. Er zijn een paar elementen waar verbetering in zit. Hieronder worden de belangrijkste punten genoemd waar ExplainiT haar aandacht op moet richten om zo de klanttevredenheid te verbeteren.

7.4.1 Voorbereiding trainer

Ten eerste de voorbereiding van de trainer. Respondenten geven aan dat er soms trainers zijn die te laat komen. Dit is vervelend voor de klant, aangezien ze moeten wachten en er zo minder trainingstijd over blijft. ExplainiT kan hier zelf weinig aan doen. ExplainiT heeft maar één trainer in vaste dienst en 66 freelancers. De trainer in vaste dienst werkt op vaste locatie in Hengelo. Hier zijn geen problemen mee. De freelancers kunnen echter overal in het land ingezet worden. Het gebeurt dan wel eens dat deze trainers ver moeten reizen om een training te verzorgen. Als ze dan in de file komen zijn ze weleens te laat. Bij de intake van de trainers geeft ExplainiT aan dat het belangrijk is dat de trainers op tijd op de locatie zijn. De trainers moeten echter zelf het initiatief nemen dat ze eerder weg gaan van huis indien ze weten dat er een file is.

Daarnaast komt het weleens voor dat een verkeerde ICT-versie getraind wordt of een totaal verkeerde Management- of Communicatietraining gegeven wordt. Als de klant bijvoorbeeld vraagt om een Microsoft Office 2010 NL versie en het krijgt Microsoft Office 2010 UK, dan krijgt de klant niet waar hij of zij naar gevraagd heeft en zullen ze minder tevreden zijn. Deze dingen zijn te voorkomen door de accountmanager. De accountmanager moet namelijk van tevoren de goede versie op de laptop/computer zetten voor een ICT-training of de goede Management of Communicatie training doorgeven aan de trainer. Door middel van een extra controle weet de accountmanager zeker dat de juiste training gegeven wordt.

7.4.2 Niveau training

Ten tweede is het niveau van de training een punt waar verbetering in zit. Klanten geven aan dat er tijdens een training niveauverschil zit tussen de personen in de groep. De ene klant heeft bijvoorbeeld weinig kennis van wat er getraind gaat worden en de andere veel. Hier zijn meerdere oplossingen voor, deze verschillen echter per trainingsvorm.

- **Individueel:** Aangezien in deze trainingsvorm individueel getraind wordt, komt het niet voor dat hier niveauverschil is.
- **Open inschrijving:** Bij open-inschrijvingen weten de klanten van tevoren dat er een standaard trainingsinhoud is waarbij mensen van verschillende organisaties bij elkaar zitten. Het is dan ook onwaarschijnlijk dat de mensen allemaal hetzelfde niveau hebben. In theorie zou een oplossing hier voor kunnen zijn om de trainingen per branche te laten verzorgen. Een voorbeeld hiervan is om mensen uit de zorg samen te laten trainen en mensen uit woningcorporaties samen te laten trainen. Klanten uit dezelfde branche hebben vaak dezelfde doelstellingen. Echter, in de praktijk is dit niet haalbaar. Het is zeer lastig om voldoende mensen uit dezelfde branche bij elkaar te krijgen die op korte termijn dezelfde

training willen volgen. Dit zal ten koste gaan van de omzet van ExplainiT. De klanten zullen dan moeten kiezen om een individuele training te nemen of in-company.

- Groepen (in-company): Bij deze trainingen wordt in samenspraak met de klant de training samengesteld. Tegenwoordig probeert ExplainiT het niveau van de cursisten te bepalen door middel van het digitaal opsturen van intakeformulieren of via intakegesprekken (telefonisch of face-to-face). Indien dit gebeurt door middel van intakeformulieren, krijgt de accountmanager van ExplainiT van iedere cursist het intakeformulier met daarop het niveau dat ze bezitten. Vervolgens regelt de accountmanager het zelf of geeft hij dit door aan de trainer en die bepaalt vervolgens op welk niveau er getraind gaat worden. Zoals je ziet zitten in dit proces veel stappen en verschillende informatiebronnen, waardoor er miscommunicatie kan ontstaan. Het is daarom aan te raden om in het vervolg altijd een intakegesprek te houden met de klant. Tijdens dit gesprek moet duidelijk worden wat het niveau van de verschillende cursisten is. Vervolgens moet de accountmanager samen met de trainer/trainster gaan bepalen op welk niveau er getraind moet worden. Dit moet vervolgens teruggekoppeld worden aan de klant, zodat die weet wat er gaande is en op welk niveau er getraind gaat worden. Op deze manier creëer je als het ware een checklist, zodat er bij de voorbereiding niets fout kan gaan en de klant naderhand niet kan gaan klagen over een slechte intake.

7.4.3 Snelheid training

De laatste aanbeveling heeft betrekking op de snelheid van de training. De ene keer lag de snelheid van de training te hoog, een andere keer lag deze te laag. Dit heeft mede te maken met het feit dat er soms niveauverschil zit in een groep, zoals hierboven al is weergegeven. Als er namelijk niveauverschil in een groep zit en een trainer hanteert een bepaald niveau dan vinden de klanten die een hoger niveau bezitten de training te langzaam gaan en de klanten die een lager niveau bezitten vinden dat de training te snel gaat. Om dit te voorkomen moet ExplainiT de maatregelen nemen die al genoemd zijn bij het kopje Groepen (in-company).

Als er geen niveauverschil in een groep zit en de snelheid van de trainer is niet goed, dan ligt dit aan de accountmanager of de trainer. Door middel van miscommunicatie kan de accountmanager het verkeerd doorgegeven hebben aan de trainer, of de trainer heeft het verkeerd geïnterpreteerd. Ook dit is weer op te lossen door ervoor te zorgen dat er een goede communicatie is tussen accountmanager en trainer. Vaker contact met elkaar opnemen en eventueel de dingen vlak voor de training nog een keer na lopen helpt al zeer veel.

Tijdens een training kan de trainer/trainster altijd tussendoor gaan vragen of het tempo niet te hoog of te laag ligt. Als de klanten aangeven dat dit anders moet, kan de trainer/trainster hierop inspelen. Hierdoor zullen de klanten tevredener zijn en kunnen ze de training goed volgen.

7.4.4 Tips

Hieronder volgen enkele tips waar ExplainiT aandacht aan zou kunnen besteden, maar niet noodzakelijk is. Klanten vinden deze punten namelijk minder van belang en uit de betrouwbaarheidsanalyse bleek dat ze onder de norm van Cronbach's Alpha scores. Dit betekent niet dat ze niet belangrijk zijn om naar te kijken, maar hebben minder prioriteit dan de andere aanbevelingen.

Respondenten zijn niet tevreden over de bereikbaarheid met de auto. Dit kan te maken hebben met de bewegwijzering. Als men vanaf de snelweg komt staat er nergens via bordjes aangegeven waar ExplainiT zich bevindt. Door middel van één of twee bordjes te plaatsen vanaf de snelweg is dit probleem al opgelost. Ook kan er een routebeschrijving op de website geplaatst worden of dit kan via de mail verstuurd worden naar de klanten binnenkort getraind worden.

Als laatste geven de respondenten aan niet altijd tevreden te zijn met de computers/laptops. Echter, op het moment van schrijven zijn alle vaste computers vervangen door laptops. Vooral met de computers waren problemen, vanwege de slechte staat van de computers of storingen. Hier zullen dus minder problemen mee komen.

Hoofdstuk 8: Discussie en reflectie

In deze bachelor opdracht is de klanttevredenheid bij ExplainiT in kaart gebracht. Door middel van een combinatie van de literatuur en een vooronderzoek is zelf een toepasbaar meetinstrument ontwikkeld om zo de klanttevredenheid bij ExplainiT te meten. Hieronder zijn enkele verbeterpunten, discussiepunten en eigen bevindingen weergegeven die opgedaan zijn tijdens het onderzoek.

Door middel van de combinatie van modellen van klanttevredenheid uit de literatuur en een eigen vooronderzoek door middel van diepte-interviews is een model opgesteld waarmee geprobeerd is een zo goed mogelijk beeld te scheppen van wat de belangrijkste dimensies, constructen en elementen van klanttevredenheid zijn voor ExplainiT. De elementen die uit de diepte-interviews kwamen, kwamen allemaal overeen met de elementen die gevonden waren tijdens het literatuuronderzoek. Hieruit kan geconcludeerd worden dat het vooronderzoek geen toevoeging was voor het standaard model. De diepte-interviews zijn gehouden bij klanten die redelijk in de buurt van ExplainiT zitten. Aangezien ExplainiT door heel Nederland opereert, zou het voor een eventueel vervolgonderzoek relevant zijn om iemand uit bijvoorbeeld het westen te interviewen.

Nadat zelf een toepasbaar meetinstrument ontwikkeld is, is deze ingevoerd in SurveyMonkey en verstuurd naar het klantenbestand van ExplainiT. In het inleidende stukje staat dat indien een vraag niet van toepassing is voor de respondent, deze niet ingevuld hoefde te worden. Ik heb bij de antwoordmogelijkheden dan ook niet de optie 'niet van toepassing' gezet. Echter, sommige klanten gaven aan dat ze deze optie misten. Blijkbaar hebben ze het inleidende stukje niet gelezen. Vandaar dat deze optie misschien wel bij de antwoordmogelijkheden gezet zou moeten worden.

Bij de vragenlijst zijn geen vragen opgenomen over het gebouw, de faciliteiten en de bereikbaarheid als de training op een andere locatie gehouden is waar ExplainiT trainingen geeft. Hier konden dan ook geen uitspraken en/of aanbevelingen over gedaan worden. Bij een eventueel nieuw klanttevredenheidsonderzoek zouden deze vragen erin kunnen komen, zodat hier ook uitspraken over gedaan kunnen worden.

Tijdens het uitvoeren van het vooronderzoek en het hoofdonderzoek kwam de vraag of de voor- en nadelen van de meettechnieken die in de literatuur gevonden zijn overeenkwamen met de werkelijkheid. In dit onderzoek is tijdens het vooronderzoek gebruik gemaakt van interviews. Volgens de literatuur zijn de voordelen van interviews dat de resultaten snel beschikbaar zijn, het responspercentage hoog is, dat er toelichting mogelijk is en dat er veel vragen gesteld kunnen worden. Tijdens de interviews werd duidelijk dat de resultaten inderdaad snel beschikbaar zijn. Er hoeft maar een vraag gesteld te worden en de klant gaf het antwoord. De interviews waren vooraf gepland en iedereen wilde meewerken, dus over het responspercentage was ook hoog. Een diepte-interview kan lang duren, hierdoor kunnen veel vragen gesteld worden en is toelichting mogelijk. De voordelen uit de literatuur kloppen dus met de ervaringen. De nadelen komen niet helemaal overeen met de literatuur. Er wordt namelijk gezegd dat er relatief hoge kosten aan verbonden zijn. De interviews in dit onderzoek vonden allemaal plaats dicht in de buurt van ExplainiT. Er zaten dus weinig brandstofkosten aan verbonden. Echter, indien de interviews verder in het land plaats hadden gevonden, dan klopt het dat er relatief hoge kosten zijn. De kans op beïnvloeding is aanwezig. Tijdens het interview wordt onbewust de eigen mening van de interviewer gegeven. Dat het de respondent slecht kan uitkomen klopt niet. Het is namelijk van te voren afgesproken

Tijdens het hoofdonderzoek is gebruik gemaakt van een elektronische enquête. De voordelen hiervan zijn dat het goedkoop en snel is en dat de klant zelf kan weten wanneer hij/zij het invult. SurveyMonkey is een goedkoop software programma en makkelijk en snel in te vullen. Deze twee punten komen dus overeen. Ook kan de klant zelf weten wanneer hij/zij het invult, aangezien thuis of op het werk zelf kunnen doen. De nadelen komen tevens overeen. Het is vanzelfsprekend dat alleen de respondenten die internet gebruiken de enquête in kunnen vullen en vanwege de anonimiteit is het onbekend wie een enquête invult.

Het hoofdonderzoek, ofwel de elektronische enquête, was vooral kwantitatief van aard. Het is daarom makkelijk om de gegevens te analyseren, maar om hier conclusies en aanbevelingen aan te verbinden is lastiger. Je weet namelijk niet hoe de respondenten over de bepaalde onderwerpen

denken. Er is geprobeerd om dit te voorkomen, door enkele open vragen toe te voegen, maar dit was niet voldoende. Daarom zou het beter zijn geweest om meer kwalitatieve vragen toe te voegen, zodat het geven van aanbevelingen een stuk makkelijker geweest zou zijn.

Tot slot kan gezegd worden dat het een interessant onderzoek was. ExplainiT heeft een jonge en leuke organisatie waar ik met plezier gewerkt heb. Door de combinatie van het literatuuronderzoek, het vooronderzoek en het hoofdonderzoek is waardevolle informatie naar boven gekomen waarmee de klanttevredenheid bij ExplainiT in kaart gebracht is. Dankzij deze betrouwbare resultaten en aanbevelingen kan ExplainiT haar klanttevredenheid verhogen zodat ze nog beter in de markt zal liggen en haar omzet ziet groeien.

Hoofdstuk 9: Referenties

- Babbie, E. (2007). The practice of social research. Belmont: Thomson Wadsworth
- Bland, J.M. & Douglas, A.G., (1997), Statistics notes. Cronbach's Alpha, BMJ, Vol. 314, February, pp. 572.
- Bloemer, J.M.M.(1993). Loyaliteit en tevredenheid; een studie naar de relatie tussen
- Buttle, F., (1995), "SERVQUAL: review, critique, research agenda", European Journal of Marketing, Vol. 30 No. 1, pp. 8-32.
- Cronin, J.J. Jr and Taylor, S.A. (1992), "Measuring service quality: a reexamination and extension", Journal of Marketing, Vol. 56, July, pp. 55-68.
- Cronin, J.J. Jr and Taylor, S.A. (1994), "SERVPERF Versus SERVQUAL: Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement of Service Quality", Journal of Marketing, Vol 58, January, pp 125-131.
- Curry, J., Wurtz, W., Thys, G. & Zijlstra, C. (1998). De Customer Marketing methode. Amsterdam: Customer Marketing Network
- ExplainiT. Management, Communicatie, ICT trainingen, <http://www.explainit.nl>, geraadpleegd op 22 april 2011
- Heskett, J.L., Jones, T.O., Loveman, G.W., Sasser, W.E.Jr. en Schlesinger, J.A., (1994). Putting the service-profit chain to work, Harvard Business Review, Vol. 72, pp. 164 – 174.
- Naumann, E. & Giel, K. (1995). Customer Satisfaction Measurement and Management. Ohio: Thomson Executive Press
- Oliver, R.L., (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. Journal of Marketing.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. en Berry, L.L., (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. Journal of Retailing, Vol. 64, No. 1, Spring 1988, pp. 12-40.
- ResourcIT Group, <http://www.resourcit.nl/#>, geraadpleegd op 22 april 2011.
- Reichheld, F.E. & Sasser, W.E. Jr., (1990). Zero Defections: Quality Comes to Services. Harvard Business Review, September-October, 1990, pp. 105-111.
- Smidts, A. (1993). De kwaliteit van SERVQUAL; een toepassing bij zeven dienstverlenende organisaties. In: Jaarboek van de Nederlandse Vereniging van Marktonderzoekers, pp. 165-185.
- Thomassen, J-P.R. (2003). Klanttevredenheid, de zin en onzin. Deventer: Kluwer
- Thomassen, J-P.R.(1998). Waardering door klanten. Deventer: Samsom/INK.
- Thomassen, J-P.R., in 't Veld, E. & Winthorst, H.H. (1994). Klanttevredenheid, de succesfactor voor elke organisatie. Rotterdam: Stichting Kwaliteitsdienst.
- Berg, O. van den. & Dooren, E. van (2002). Hoe tevreden is uw klant?: het meten van klanttevredenheid. Deventer: Kluwer

Hoofdstuk 10: Bijlagen

Appendix A

Management trainingen

Project Management

1. Leidinggeven aan projecten basis
2. Leidinggeven aan projecten vervolg
3. Coaching projectmanagers
4. Projectmatig werken
5. Projectmanagement
6. Microsoft Project
7. MS Project voor teamleden
8. Enterprise Project Management voor (project)managers
9. Enterprise Project Management voor teamleden
10. PRINCE2® Foundation
11. PRINCE2® Practitioner

Persoonlijk Management

12. Time management
13. Omgaan met stress en werkdruk
14. Omgaan met agressie
15. Omgaan met moeilijke mensen
16. Persoonlijke effectiviteit
17. Onderhandelen en conflicthantering
18. Assertief optreden
19. Effectief vergaderen
20. Snellezen
21. Strategisch beïnvloeden
22. Zelfmanagement
23. Feedback geven
24. Omgaan met feedback

Algemeen Management

25. Leidinggeven basis
26. Leidinggeven vervolg
27. Leidinggeven aan professionals
28. Adviesvaardigheden
29. Omgaan met verandering en reorganisatie
30. Omgaan met verandering, de flexplek
31. Effectief samenwerken
32. Politieke gevoeligheid
33. Coachingsvaardigheden
34. Train de trainer
35. Verbeteren van teams
36. Teamdag

Sales

37. Account management
38. Commerciële binnendienst

39. De winnende offerte
40. Persoonlijke verkoop en acquisitie
41. Telefonische verkoop & acquisitie

HRM

42. Selectie- en sollicitatiegesprekken voeren
43. Functionerings- en beoordelingsgesprekken
44. POP gesprekken voeren
45. Verzuimgesprekken voeren
46. Effectief competentie management

Communicatie trainingen

Mondelinge Communicatie

47. Communicatieve vaardigheden
48. Presentatievaardigheden
49. Klantgericht telefoneren
50. Klantgericht denken en handelen
51. Klantvriendelijke klachtafhandeling
52. Interculturele samenwerking
53. Lastige gesprekken voeren
54. Gespreksvaardigheden
55. Creatief in communicatie

Schriftelijke Communicatie

56. Schriftelijk rapporteren
57. Zakelijk corresponderen
58. Klant- en doelgericht schrijven
59. Burgergericht schrijven
60. Typevaardigheden
61. Notuleren
62. Notuleren met de PC
63. Bedrijfsjournalistiek
64. Schrijven voor internet en intranet
65. Schrijven van raadsvoorstellen
66. Schrijven van beleidsnota's
67. Kort en krachtig formuleren

Talen

68. Nieuwe spelling
69. Correct Nederlands
70. Zakelijk Duits
71. Zakelijk Engels
72. Zakelijk Frans
73. Zakelijk Spaans

Social media

74. Haal alles uit LinkedIn
75. Zakelijk gebruik van Twitter
76. Social media voor bedrijven en instellingen
77. Google AdWords

78. Google Analytics

ICT trainingen**Microsoft Office**

- 79. Microsoft Word basis
- 80. Microsoft Word vervolg
- 81. Microsoft Excel basis
- 82. Microsoft Excel vervolg
- 83. Microsoft Access basis
- 84. Microsoft Access vervolg
- 85. Microsoft PowerPoint
- 86. Microsoft Outlook
- 87. Microsoft Project
- 88. Programmeren in Visual Basic for Applications
- 89. Microsoft Publisher
- 90. Microsoft Windows
- 91. Microsoft Internet Explorer
- 92. Microsoft Visio
- 93. Microsoft Office migratie

Microsoft SharePoint

- 94. SharePoint Content Management
- 95. SharePoint Site Management
- 96. Configuring and Administering Microsoft SharePoint 2010 (MOC 10174)
- 97. Microsoft SharePoint 2010, Application Development (MOC 10175)
- 98. SharePoint Designer
- 99. Advanced SharePoint Development (CW50064A)

OpenOffice

- 100. OpenOffice Writer basis
- 101. OpenOffice Writer vervolg
- 102. OpenOffice Calc basis
- 103. OpenOffice Calc vervolg
- 104. OpenOffice Base
- 105. OpenOffice Impress
- 106. OpenOffice migratie

Adobe

- 107. Adobe Photoshop basis
- 108. Adobe Photoshop vervolg
- 109. Adobe Indesign
- 110. Adobe Acrobat
- 111. Adobe Flash
- 112. Adobe Dreamweaver

Appendix B

Interview 1

Naam geïnterviewde: Hedwig Steghuis-Reuver

Datum interview: 12-05-2011

Duur gesprek: 45 minuten

Wat is uw functie?

Ik zit op de HR afdeling van Urenco, daarbij ben ik Learning & Development Officer.

Wat zijn zoal uw werkzaamheden?

Ik ben coördinator van opleidingen binnen Urenco. Dit is een zeer brede functie. Ik moet bijvoorbeeld expats begeleiden. Dit zijn werknemers van Urenco die tijdelijk naar de vestigingen in het buitenland gaan om daar werk te verrichten. Maar ook werknemers die vanuit het buitenland naar Urenco in Almelo komen begeleid ik. Daarnaast help ik werknemers om zich te ontwikkelen. Dat doe ik door een POP (persoonlijk ontwikkelings plan) op te stellen.

Welke trainingen heeft Urenco gevolgd bij ExplainiT?

De werknemers van Urenco hebben Microsoft Office trainingen gevolgd. Dit zijn Excel, Word en PowerPoint. Dit is redelijk recent nog gebeurd. Op de site staan vaste trainingsdata 's. Daar hebben we gebruik van gemaakt. Dit is allemaal gebeurd door middel van mailen met een vaste accountmanager bij ExplainiT.

Ik heb zelf ook trainingen gevolgd. Dit waren redactietrainingen. We hebben een personeelsblad. Dit is een technisch blad, en om dit leuk te maken voor ook de gezinnen thuis, hebben we deze cursus gevolgd.

Heeft u er wel eens aan gedacht om in-company te trainen?

Daar hebben we wel aan gedacht, maar is nog niet gebeurd. Dit komt doordat we ruimtegebrek hebben bij Urenco. Er zijn vergaderzalen, maar die zijn constant bezet. Daarom doen we het liever bij ExplainiT.

Wat was uw mening en de mening van de collega's over de trainingen?

De werknemers waren neutraal tot positief over de Office trainingen. Er was een heldere uitleg en het was ook allemaal erg handig. Ze waren tevreden over de uitleg en de faciliteiten. Bij de faciliteiten kun je denken aan de koffie, de computers en het gebouw. Het totaalplaatje was goed. Ik zelf heb twee keer een redactietraining gehad. De eerste keer was erg goed. De voorbereiding van de docent was goed en zij bracht het op een leuke manier. De tweede training was minder. Deze was te traag en zat teveel herhaling in. De docent had van te voren stukken uit het personeelsblad opgevraagd en wou deze gebruiken tijdens de training. Maar hier deed ze tijdens de training niets mee. Dat was jammer. Daarnaast kregen we een reader. Hier hadden we alleen niets aan. Er stonden alleen maar artikelen in die ze had opgevraagd en uit het personeelsblad kwamen. Daarnaast had ze nog 2 pagina's met theorie toegevoegd. Hierin zaten echter veel spelfouten. Onze organisatiernaam en de organisatiernaam van ExplainiT waren bijvoorbeeld verkeerd getypt. Er kan dus meer uitgehaald worden.

Hoe bent u in contact gekomen met ExplainiT?

Dit kwam door een erfenis. Mijn collega, die voor mij deze zaken deed, had al contact met ExplainiT. Hij had gezegd dat hij met ExplainiT goede ervaringen had, dus toen ben ik daar automatisch verder mee gegaan.

Hoe verloopt het contact met ExplainiT?

Ik heb soms contact met een vaste accountmanager. Dit verloopt prima. Maar het gaat merendeels via de mail. Hier zijn geen problemen mee.

Ik heb hier nog wel een kritiekpuntje op. ExplainiT is niet de snelste in het versturen van offertes. Enkele concurrenten zijn hier sneller in. Als ik een keer snel moet beslissen over een training en ExplainiT reageert later met een offerte, dan gaat deze training ExplainiT aan de neus voorbij. Daarnaast is de accountmanager een keer vergeten om de definitieve uitnodiging van de training te versturen. Ik heb toen contact opgenomen en kreeg toen direct de uitnodiging.

Wat vindt u van de prijs/kwaliteitsverhouding?

Ik vind dat ExplainiT een reële prijs aanbiedt. Het zijn geen absurd hoge prijzen en ook niet te laag.

Wat zijn volgens u de sterke punten van ExplainiT?

ExplainiT praat niet no-nonsense, ze houden geen vage verkooppraatjes. Wat ze vertellen bieden ze ook aan. Ze hebben een goede houding met een goed taalgebruik.

Waar liggen de verbeterpunten?

ExplainiT heeft weinig verbeterpunten, maar als ik toch wat moet noemen dat is het de puntjes op de i zetten. Zoals bijvoorbeeld de afwerking van uitnodigingen wat ik al eerder gezegd heb. Dit kan beter. Daarnaast vond ik dus dat de docent van de redactietraining het er te gemakkelijk van af had gebracht. Ze dacht er te makkelijk over en het ging te langzaam. Ook dit kan dus beter.

Als laatste zou het handig zijn dat klanten van ExplainiT op de hoogte gehouden worden van de nieuwe ontwikkelingen die ExplainiT maakt. Als ze bijvoorbeeld nieuwe trainingen gaan aanbieden, zou dit onder de aandacht gebracht kunnen worden aan de klanten, zodat ze ook weten dat ExplainiT zich ontwikkeld.

Heeft u nog andere aspecten die van belang zouden kunnen zijn voor het klanttevredenheidsonderzoek?

Wat nog van belang zou kunnen zijn, is de bereikbaarheid. Hiermee bedoel ik de parkeermogelijkheden, of de locatie makkelijk en goed te vinden is, en de reisafstand voor de klanten. Wat ook van belang zou kunnen zijn is de link naar bedrijven toe. Bijvoorbeeld de informatie die ze krijgen. Wij krijgen maar één keer per jaar een trainingsbrochure. Maar die word in het bedrijf al snel uitgeleend aan elkaar. Daardoor raak je ze kwijt en als je dan geen nieuwe krijgt, weet je niet wat ExplainiT aanbiedt.

Als laatste vind ik het zeer belangrijk dat een bedrijf die trainingen aanbiedt ook goede intakegesprekken doet, om zo het niveau van de deelnemers te weten. Zo kan je de moeilijkheidsgraad van de training bepalen.

Appendix C

Interview 2

Naam geïnterviewde: Henriette Oosterhuis

Datum interview: 17-05-2011

Duur gesprek: 45 minuten

Wat is uw functie?

Ik ben coördinator van de Enschedese school. Dit is een intern opleidingsbureau van de gemeente Enschede.

Wat zijn zoal uw werkzaamheden?

Ik zorg voor de administratie. Daarnaast moet ik ervoor zorgen dat er een goed opleidingsaanbod is. Hierbij geef ik adviezen voor opleidingen. In de gemeente Enschede zijn verschillende sectoren. Deze sectoren hebben ook allemaal verschillende behoeftes. Mijn taak is om deze behoeftes samen te brengen. Als laatste ben ik verantwoordelijk voor de inkoop van opleidingen.

Hoe bent u in contact gekomen met ExplainiT?

Voordat ik bij de Enschedese school ging werken had ik nog een andere werkgever. Destijds heb ik zelf een training gevolgd bij ExplainiT. Toen ik voor de Enschedese school ging werken heb ik een offerte ronde gedaan bij bedrijven die trainingen geven. Hieruit volgde dat ExplainiT de beste was. Daarnaast had ik natuurlijk al eerdere ervaringen gehad met ExplainiT.

Welke training heeft u zelf gevolgd bij ExplainiT en beviel die training?

Dit was een basis training in Excel. Dit was via een open inschrijving, dus bij ExplainiT. Dit was echt een superleuke training. De trainer bracht alles heel enthousiast. Hierdoor werden we zelf ook enthousiast. Er was ruimte voor vragen vanuit andere perspectieven. Dus bijvoorbeeld vragen over PowerPoint of word. Dit maakte de trainer niet uit. De training was ook flexibel op allerlei fronten en de trainer had voldoende kennis van zaken.

Welke trainingen volgt de Enschedese school?

Wij volgen Office trainingen. Hierbij volgen we de basis en gevorderde trainingen. De afgelopen 2 jaar hebben we er ongeveer 15 à 20 gevolgd bij ExplainiT.

Zijn deze trainingen In-company, individueel of via open-inschrijving verlopen?

Wij volgen alles in-company. Daarbij gebruiken we wel de pc's van ExplainiT. Dit verliep goed.

Wat vinden de mensen van deze trainingen?

De trainer zorgt ervoor dat de training goed verloopt. Daarbij lost hij alles op. Hij is dus erg flexibel. De trainer heeft ook een enorme bereidwilligheid en zijn zeer enthousiast. Alles kan gevraagd worden, de cursisten voelden zich daar niet dom bij. Dit komt dus overeen met wat ik ervaren heb tijdens een training.

We hebben ook nog een keer een communicatietraining gehad die verlopen is via open-inschrijven. Ook hierover was men zeer enthousiast. Zowel over de trainster als over de inhoud. Het ontvangst bij ExplainiT bij deze training was zeer goed. Het was een 2-daagse cursus waarbij lunch inbegrepen zat. Vooraf had men twijfels of dit wel handig was, aangezien er heen en weer gereisd moest worden om de lunch te krijgen. Maar na de tijd was men hier zeer lovend over. Het reizen was geen probleem. Eens in de zoveel tijd houden we ook nog een evaluatie met het contactpersoon. Zo komen we beiden te weten of er eventueel enkele knelpunten geweest waren.

Hoe verloopt het contact met ExplainiT?

Ik heb een vast contactpersoon, Marco Kooiker. Ik mail en bel met hem en dit verloopt perfect. Alles gaat goed bij hem. Hij is flexibel, denkt mee met de organisatie, wil altijd helpen, is toegankelijk, is open, vriendelijk en ook eerlijk. Ik heb veel vertrouwen in hem. Ook als er een keer iets niet goed gaat, dan deelt hij dit met mij mee.

Is de bereikbaarheid in orde?

De bereikbaarheid is prima in orde. Er zijn voldoende parkeerplaatsen. Als er mensen met het openbaar vervoer moeten is ook geen probleem. De bus stopt dicht bij het gebouw van ExplainiT.

Als we kijken naar de toekomst, zou u dan nog een keer een training volgen bij ExplainiT?

Dit ligt aan de regels die we opgelegd krijgen. In het jaar 2011 zullen we zeker trainingen blijven volgen bij ExplainiT. In het jaar 2012 en de volgende jaren ligt het dus aan de regels. Maar we sluiten het zeker niet uit.

Wat zijn volgens u de sterke punten van ExplainiT?

Deze punten heb ik eigenlijk al wel genoemd. Het belangrijkste punt is de flexibiliteit van ExplainiT. De betrouwbaarheid is ook erg hoog, ze komen altijd de afspraken na. De prijs/kwaliteitsverhouding is ook goed. Het is niet te duur, maar ook niet te goedkoop. De faciliteiten zijn in orde. Daarbij kun je denken aan de computers die ExplainiT levert en bijvoorbeeld de koffie. ExplainiT is ook een bedrijf dat zeer snel overal op reageert, bijvoorbeeld via mail of via offertes. Ze willen alles snel regelen, wat ik zeer belangrijk vind. De bereidwilligheid is aanwezig. Als we snel een training tussendoor willen regelen, dan kan dit allemaal. ExplainiT regelt het. Ik heb dus veel vertrouwen in de organisatie.

Waar liggen de verbeterpunten?

Die zou ik zo niet weten.

Appendix D

Interview 3

Naam geïnterviewde: Sietie Zuidema

Datum interview: 18-05-2011

Duur gesprek: 45 minuten

Wat is uw functie?

Ik ben opdrachten coördinator van Management en Bestuur op de Universiteit Twente.

Wat zijn daarbij uw werkzaamheden?

Ik voer gesprekken met studenten als ze met problemen zitten rondom bachelor- of masteropdrachten. Ik ga bijvoorbeeld naar bedrijven toe om te vragen of ze opdrachten beschikbaar willen stellen voor de Universiteit die studenten kunnen gaan uitvoeren. Daarnaast nemen bedrijven contact met mij op, om te zeggen dat ze opdrachten klaar hebben liggen. Dan ga ik ook naar die bedrijven toe.

Ik hou ook het Studenten Mobiliteits Systeem (SMS) bij. Dit is een systeem dat stages en externe opdrachten registreert. Als laatste houd ik nog voorlichtingen.

Welke training heeft u gevolgd en wat vond u daarvan?

We hebben een office2010 training gehad bij ExplainiT. We zijn op de Universiteit overgegaan van Office 2003 naar Office 2010 UK. Hierin hebben we een dagdeel training gehad. Dit was een erg goede training. Van tevoren konden we aangeven welke onderwerpen we graag behandeld zouden willen hebben. Dit is een stukje maatwerk, dus als bedrijf kun je aangeven wat getraind moet worden. Dat vind ik erg knap van ExplainiT.

Ik kon tijdens de training ook persoonlijke vragen stellen die niet helemaal over het onderwerp gingen. Dus een specifieke vraag. Deze beantwoorde hij dan ook meteen. Dat vond ik ook erg goed.

Wat vond u van de docent?

De docent had erg hoge kennis van zaken. Hij had er veel verstand van en vond het ook erg leuk om te doen. Hij praatte alleen wel erg snel en we kregen veel informatie in korte tijd. Maar dit kwam omdat we maar 3 uur de tijd hadden. Dat had van mij wel iets langer gemogen, aangezien er veel stof in weinig tijd uitgelegd werd. Hij legde de stof erg leuk uit aan de hand van verhaaltjes. De training ging dus goed.

Waarom hebben jullie voor ExplainiT gekozen?

Onze ICTS (centrale op universiteit) kon de training niet aanbieden. Toen kregen we een introcursus van iemand van een ander bedrijf. Dit was een zeer korte training waar alleen de basis dingen werden uitgelegd. Hij stuurde ons door naar ExplainiT voor de gehele training.

Op de Universiteit hebben we verschillende soorten groepen. Als één groep een training nodig heeft, informeren ze eerst bij anderen of die de training al gehad heeft. Als dit zo is, verwijzen ze elkaar ook weer door naar ExplainiT.

Waren de faciliteiten in orde?

De faciliteiten waren prima. Mijn monitor had alleen wel last van een trillend beeld, waardoor ik in het begin de lettertjes niet helemaal goed kon lezen. Maar na een tijdje was ik hieraan gewend en stoorde het niet meer. De andere dingen, zoals koffie en moderniteit waren allemaal zeer goed. Een kritisch punt vond ik de trainingsopstelling. We zaten allemaal in een U-vorm. Als we dan uitleg kregen van de docent moest iedereen steeds met zijn hoofd een kwartslag draaien om alles mee te krijgen. Hierdoor kon je niet meer op je eigen beeldscherm kijken. Dat vond ik wel vervelend.

Daardoor lijkt het me beter dat de opstelling zo is als in een schoolklas. Dus gewoon in rijen. Dan overzie je alles beter.

Een ander kritisch punt vond ik de bereikbaarheid. Mijn tomtom gaf de goede afslag niet goed aan. Daardoor wist ik niet precies goed waar het was. Ik zag ook nergens borden aan de weg staan die me naar ExplainiT toewezen. Ik heb het aan iemand moeten vragen die in de buurt woonde. Ik zou als ExplainiT dus een bordje ergens neerzetten, zodat iedereen (ook mensen die verder weg wonen) weten waar het is.

Er waren voldoende parkeerplaatsen aanwezig.

Waarom hebben jullie er voor gekozen om de training bij ExplainiT te houden?

Dit komt doordat het op de universiteit moeilijk is om zalen vast te roosteren. De meeste zalen zijn altijd bezet door studenten die zelf willen studeren en door lesuren. Daardoor hebben we er voor gekozen om de training bij ExplainiT te houden.

Wat zijn de sterke punten van ExplainiT?

Het grootste sterke punt is de kwaliteit. Die is zeer goed. Dit komt doordat ExplainiT maatwerk aanbiedt. Door deze maatwerk training kun je persoonlijke vragen stellen die meteen uitgezocht worden. Dit wil de klant erg graag. Een klant wil graag dat de vragen die ze stellen meteen en goed beantwoord worden. Dat biedt ExplainiT aan. De cursus was dus erg leuk. Daarnaast voelt het bedrijf erg goed aan. Je wordt netjes behandeld. Iedereen is vriendelijk en toegankelijk. Het is een gezond en goed bedrijf.

Heeft u nog verbeterpunten?

Zoals ik al eerder zei kan de bereikbaarheid beter bij ExplainiT. Een ander punt zijn de evaluatieformulieren. Wij hadden maar een dagdeel training. Toen we de evaluatieformulieren invulden stond er of de lunch goed was. Aangezien we geen lunch hadden gehad, vonden we dit een beetje vreemd. Ze zouden misschien dan 2 formulieren moeten maken: één van een hele dag inclusief lunch, en één van een dagdeel zonder lunch.

Appendix E

Klanttevredenheidsmodel Schulte		
Dimensie	Construct	Element
Accountmanager	Betrouwbaarheid	Belofte/afspraken over werkwijze nakomen, Belofte/afspraken op termijn nakomen
	Responsiviteit	Hulpvaardigheid, snelheid hulp, telefonische bereikbaarheid, snelheid offerte, snelheid problemen oplossen
	Zekerheid Empathie	Vriendelijkheid, verzorging, deskundigheid Persoonlijke aandacht, begrijpen van specifieke wensen/behoefte, meelevendheid
Training	Trainer	Voorbereiding, handige/heldere uitleg, deskundigheid, ruimte voor persoonlijke vragen
	Training	Bepalen inhoud training tijdens intake, inhoud training, bepalen niveau training tijdens intake, niveau training, snelheid, missende onderwerpen
Algemeen	Gebouw	Verzorgdheid/netheid, moderne uitstraling, schone/aantrekkelijke publieke gebieden
	Faciliteiten	Inrichting lokaal, computers/laptops, brochures/readers
	Bereikbaarheid	Parkeergelegenheid, bereikbaarheid OV, bereikbaarheid auto
	Prijs	Prijs/kwaliteitverhouding
	Aanbod Overige	Informatie over nieuwe trainingen Positieve ervaring, negatieve ervaring, andere opmerkingen

Appendix F

Klanttevredenheidsonderzoek ExplainiT

Geachte heer/mevrouw,

In opdracht van ExplainiT voer ik dit klanttevredenheidsonderzoek uit. Wij willen graag uw mening weten over verschillende aspecten van de dienstverlening van ExplainiT.

Wij willen niet alleen weten hoe tevreden u bent, maar ook hoeveel belang u hecht aan de verschillende aspecten. Daarmee onderscheidt deze enquête zich van andere onderzoeken.

Uit de uitkomsten van dit onderzoek kunnen wij niet alleen uw mate van tevredenheid over een bepaald aspect afleiden, maar ook -doordat u de mate van belang hebt aangegeven- de urgentie van een verandering of bijstelling.

Hoe werkt de enquête ?

Er wordt telkens een uitspraak gedaan over een bepaald aspect van de dienstverlening. Allereerst geeft u aan hoeveel belang u aan dit aspect hecht. In de tweede kolom vermeld u hoe tevreden u erover bent. Als een uitspraak op u niet van toepassing is, dan hoeft u die niet in te vullen. Aan het einde van elk aspect kunt u een toelichting geven over de uitspraken.

Naast deze uitspraken kent de enquête enkele open vragen.

Deze enquête duurt slechts vijf minuten. Uw medewerking aan dit onderzoek wordt zeer gewaardeerd en helpt ons om u in het vervolg nog beter van dienst te kunnen zijn.

Met vriendelijke groet,

Jorg Schulte
Afstudeerder ExplainiT

Helemaal niet belangrijk
 Niet belangrijk
 Niet belangrijk noch belangrijk
 Belangrijk
 Zeer belangrijk

 Zeer ontevreden
 Ontevreden
 Ontevreden noch tevreden
 Tevreden
 Zeer tevreden

Accountmanager

Betrouwbaarheid

De beloftes en afspraken die de accountmanager maakt worden op de afgesproken wijze afgehandeld
De beloftes en afspraken die de accountmanager maakt worden op de afgesproken termijn afgehandeld en stipt nagekomen
Toelichting op uitspraken (niet verplicht)

Responsiviteit

De accountmanager is zeer hulpvaardig
Ik word altijd snel en op tijd geholpen
De accountmanager is telefonisch goed bereikbaar
Wanneer ik om een offerte vraag, wordt die snel geleverd
Problemen worden snel door de accountmanager opgelost
Toelichting op uitspraken (niet verplicht)

Zekerheid

De accountmanager is vriendelijk en beleefd
De accountmanager ziet er netjes en verzorgd uit
De accountmanager is deskundig
Toelichting op uitspraken (niet verplicht)

Empathie

De accountmanager geeft mij persoonlijke aandacht
Mijn specifieke wensen en behoeften worden begrepen
De accountmanager heeft het beste met mij voor
Toelichting op uitspraken (niet verplicht)

Overige

Heeft u nog een toelichting of verdere toevoegingen over de accountmanager?

--

Training

Trainer

De trainer is goed voorbereid
De trainer heeft een heldere/handige uitleg
De trainer beheerst de stof en is deskundig
De trainer biedt voldoende ruimte voor persoonlijke vragen
Toelichting op uitspraken (niet verplicht)

Heeft u nog een toelichting of verdere opmerkingen over de trainer?

--

Training

Het bepalen van de inhoud van de training tijdens de intakegesprekken is goed
De inhoud van de training is goed
Het bepalen van het niveau van de training tijdens de intake is goed
Het niveau van de training is goed
De snelheid van de training is goed
Tijdens de training worden geen onderwerpen gemist
Toelichting op uitspraken (niet verplicht)

Heeft u nog een toelichting of verdere opmerkingen over de training?

--

Algemeen

Gebouw

Het ExplainiT-gebouw ziet er netjes en verzorgd uit
ExplainiT heeft een moderne uitstraling
ExplainiT heeft schone, aantrekkelijke en handige publieke gebieden (koffieruimte, toiletten)
Toelichting op uitspraken (niet verplicht)

Faciliteiten

De inrichting van het lokaal geeft mij een goed gevoel
Ik heb geen problemen ondervonden met de computers/laptops (alleen voor ICT-trainingen)
De brochures/readers zijn handig en gebruik ik nog steeds
Toelichting op uitspraken (niet verplicht)

Bereikbaarheid

Er is voldoende parkeergelegenheid
ExplainiT is goed bereikbaar met het openbaar vervoer
ExplainiT is makkelijk te vinden
Toelichting op uitspraken (niet verplicht)

Prijs

De prijs/kwaliteitverhouding is goed
Toelichting op uitspraken (niet verplicht)

Aanbod

We worden op de hoogte gehouden van vernieuwingen in het aanbod van ExplainiT
Welke andere trainingen ziet u graag verschijnen in het aanbod van ExplainiT?

Heeft u de afgelopen tijd een bijzonder positieve ervaring met ExplainiT gehad die u hier wilt vermelden?
Is er in de tijd dat u klant bent van ExplainiT iets voorgevallen waardoor u minder tevreden bent?
Heeft u nog andere opmerkingen die u graag kwijt wilt over ExplainiT en dat mij kan helpen in het onderzoek?

Tot slot

Indien u de resultaten van dit onderzoek wilt weten, kunt u uw email-adres opgeven
--

--

Hartelijk bedankt voor uw medewerking aan deze enquête.

Appendix G

Stellingen en bijbehorende doel

Accountmanager

Betrouwbaarheid

De beloftes en afspraken die de accountmanager maakt worden op de afgesproken wijze afgehandeld

De beloftes en afspraken die de accountmanager maakt worden op de afgesproken termijn afgehandeld en stipt nagekomen

Responsiviteit

De accountmanager is zeer hulpvaardig

Ik word altijd snel en op tijd geholpen

De accountmanager is telefonisch goed bereikbaar

Wanneer ik om een offerte vraag, wordt die snel geleverd

Problemen worden snel door de accountmanager opgelost

Zekerheid

De accountmanager is vriendelijk en beleefd

De accountmanager ziet er netjes en verzorgd uit

De accountmanager is deskundig

Empathie

De accountmanager geeft mij persoonlijke aandacht

Mijn specifieke wensen en behoeften worden begrepen

De accountmanager heeft het beste met mij voor

Overige

Heeft u nog een toelichting of verdere toevoegingen over de accountmanager?

Training

Trainer

De trainer is goed voorbereid

De trainer heeft een heldere/handige uitleg

De trainer beheerst de stof en is deskundig

Doel

Achterhalen of alles in één keer goed geleverd wordt. Achterhalen of alles nauwkeurig wordt afgehandeld. Achterhalen of alles volledig wordt afgehandeld.

Achterhalen of de afspraken stipt worden nagekomen

Achterhalen of de accountmanager behulpzaam is en bereid is om steun en assistentie te verlenen

Achterhalen of de klanten snel en tijdig worden geholpen

Achterhalen of de accountmanager goed bereikbaar is voor klanten, aangezien ze veel bellen en contact hebben.

Achterhalen of de accountmanager snel problemen kan oplossen

Bij tekortkomingen moet er snel geanticipeerd kunnen worden door de accountmanagers.

Klanten moeten vriendelijk en beleefd benaderd worden. Als dit niet zo is, moet dit veranderd worden.

Tijdens communicatie over en weer moet een accountmanager er verzorgd en netjes uitzien. Klanten kijken hier naar

Accountmanagers moeten beschikken over de vereiste vaardigheden en kennis om een hoge kwaliteit van de dienstverlening te leveren.

De klant moet zich belangrijk voelen.

Maatwerk is een belangrijk aspect van ExplainiT. Hier wordt dan ook gekeken of aan de specifieke wensen wordt voldaan

De zorg voor een klant is belangrijk. De klant wil dit graag voelen om zo vertrouwen te krijgen in de organisatie

Achterhalen of er nog toevoegingen zijn waar ik niet naar gevraagd heb

Doel

Een training kan niet goed verlopen zonder een goede voorbereiding. Klanten oordelen hier op.

Een trainer moet alles goed en duidelijk kunnen uitleggen, anders wordt het niet begrepen.

Zonder kennis van zaken kunnen de klanten niets bijgeleerd worden. Het is belangrijk dat ze zien dat de trainer weet waar hij/zij over praat

De trainer biedt voldoende ruimte voor persoonlijke vragen

Klanten zitten vaak met kleine vraagjes die misschien niet tijdens de training worden beantwoord. Ze zullen dan ook tevredener zijn wanneer deze vragen beantwoord worden

Heeft u nog een toelichting of verdere opmerkingen over de trainer?

Achterhalen of er nog toevoegingen zijn waar ik niet naar gevraagd heb

Training

Het bepalen van de inhoud van de training tijdens de intakegesprekken is goed

De inhoud van de training is goed

(zie volgende)

Zeer belangrijk voor de training. De inhoud van de training moet natuurlijk altijd goed zijn, hierdoor zullen de klanten zeer tevreden zijn. In combinatie met de vorige vraag kan er gekeken worden of de accountmanager van tevoren goed de inhoud van de training heeft bepaald. (tip Erwout)

Het bepalen van het niveau van de training tijdens de intake is goed

Het niveau van de training is goed

(zie volgende)

Ook zeer belangrijk voor de training. Het niveau van de training mag niet te laag zijn, maar ook zeker niet te hoog waardoor de cursisten het niet zullen snappen. In combinatie met de vorige vraag kan er gekeken worden of de accountmanager goed het niveau kan bepalen (tip Erwout)

De snelheid van de training is goed

Tijdens de training worden geen onderwerpen gemist

Het tempo is ook bepalend voor de tevredenheid. Als het zeer traag is wordt het automatisch saai. Als het te snel gaat volgen de cursisten het niet

Van tevoren worden afspraken gemaakt over de onderwerpen die aan bod komen. De klanten verwachten dan ook dat dit behandeld gaat worden. Indien dit niet het geval is, zullen ze ontevreden zijn en moet dit veranderd worden

Heeft u nog een toelichting of verdere opmerkingen over de training?

Achterhalen of er nog toevoegingen zijn waar ik niet naar gevraagd heb

Algemeen

Doel

Gebouw

Het ExplainiT-gebouw ziet er netjes en verzorgd uit

ExplainiT heeft een moderne uitstraling

ExplainiT heeft schone, aantrekkelijke en handige publieke gebieden (koffieruimte, toiletten)

Klanten willen te maken hebben met een betrouwbare en professionele organisatie. Deze drie vragen kunnen dat precies goed beantwoorden.

Zie vorige

Zie vorige

Faciliteiten

De inrichting van het lokaal geeft mij een goed gevoel

Ik heb geen problemen ondervonden met de computers/laptops (alleen voor ICT-trainingen)

De brochures/readers zijn handig en gebruik ik nog steeds

Met een goed gevoel gaan de klanten automatisch de training al beter in. Ze voelen zich dan meer op hun gemak

Computers en laptops moeten natuurlijk niet uitvallen of iets dergelijks. Dit bepaald de tevredenheid

Tijdens en na de training maken de cursisten gebruik van de readers/brochures. Deze moeten goed te gebruiken zijn.

Bereikbaarheid

Er is voldoende parkeergelegenheid.

ExplainiT is goed bereikbaar met het openbaar vervoer

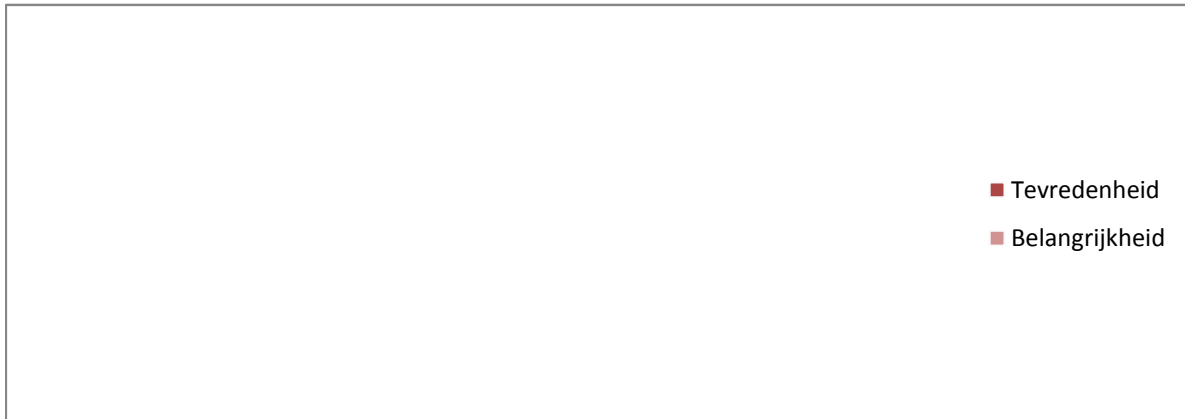
Het is natuurlijk zeer vervelend als er te weinig parkeerplaatsen aanwezig zijn op het terrein.

Er zijn altijd klanten die met het openbaar vervoer zullen komen.

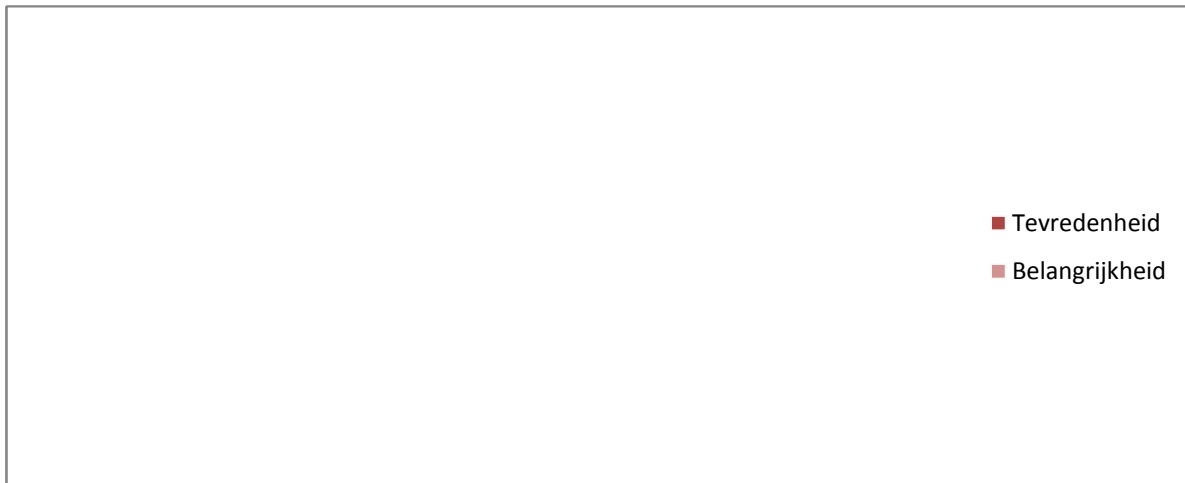
	Als de bushalte ver weg is, en de klanten moeten ver lopen zal dit ten koste gaan van de tevredenheid
ExplainiT is makkelijk te vinden	Klanten moeten niet lang zoeken naar het gebouw.
Prijs	
De prijs/kwaliteitverhouding is goed	Klanten willen niet te veel betalen voor een training. Daarnaast moet de verhouding van de kwaliteit ten opzichte van de prijs goed zijn
Aanbod	
Welke andere trainingen ziet u graag verschijnen in het aanbod van ExplainiT?	Als de klanten graag nieuwe trainingen zien verschijnen, moet ExplainiT hier op inspelen
We worden op de hoogte gehouden van vernieuwingen in het aanbod van ExplainiT	Uit de diepte-interviews kreeg ik te horen dat de klanten dit graag wouden. Benieuwd of de andere klanten dit ook willen
Heeft u de afgelopen tijd een bijzonder positieve ervaring met ExplainiT gehad die u hier wilt vermelden?	Achterhalen wat de klanten nu echt als bijzonder positief ervaren hebben. Hierdoor zullen ze tevredener zijn.
Is er in de tijd dat u klant bent van ExplainiT iets voorgevallen waardoor u minder tevreden bent?	Achterhalen waarover klanten minder tevreden zijn. Als deze knelpunten verwijderd worden, zullen ze tevredener zijn.
Heeft u nog andere opmerkingen die u graag kwijt wilt over ExplainiT en dat mij kan helpen in het onderzoek?	Achterhalen of de klanten nog iets anders te melden hebben dat relevant kan zijn voor mijn onderzoek.

Appendix H

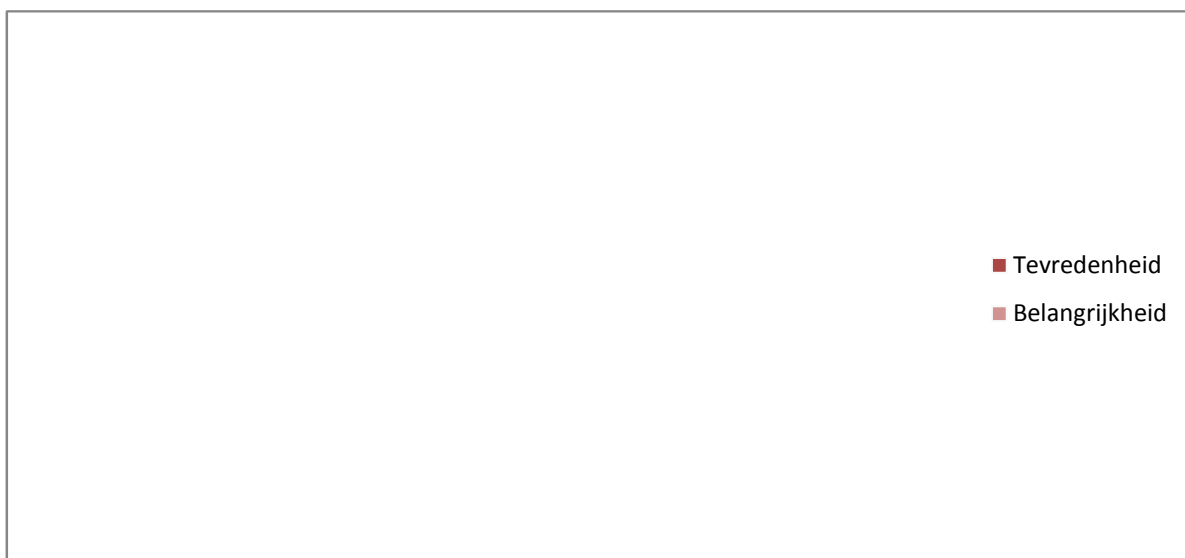
H.1 Grafiek tevredenheid en belangrijkheid dimensie accountmanager



H.2 Grafiek tevredenheid en belangrijkheid dimensie training

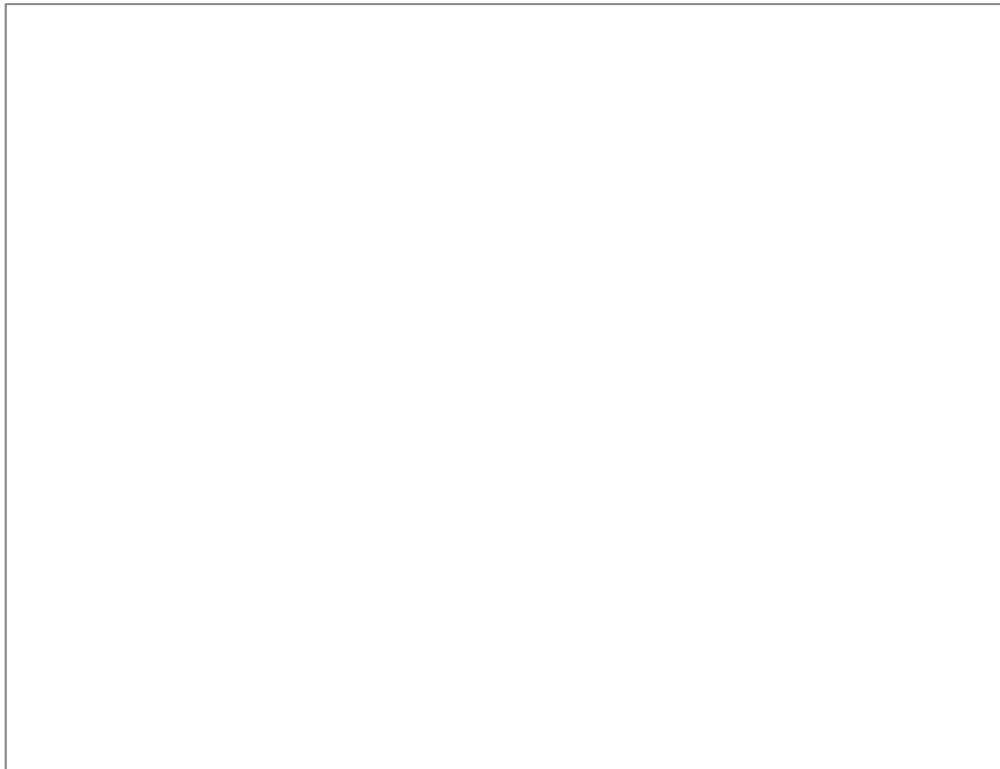


H.3 Grafiek tevredenheid en belangrijkheid dimensie algemeen



Appendix I

1.1 Prioriteitenmatrix dimensie accountmanager



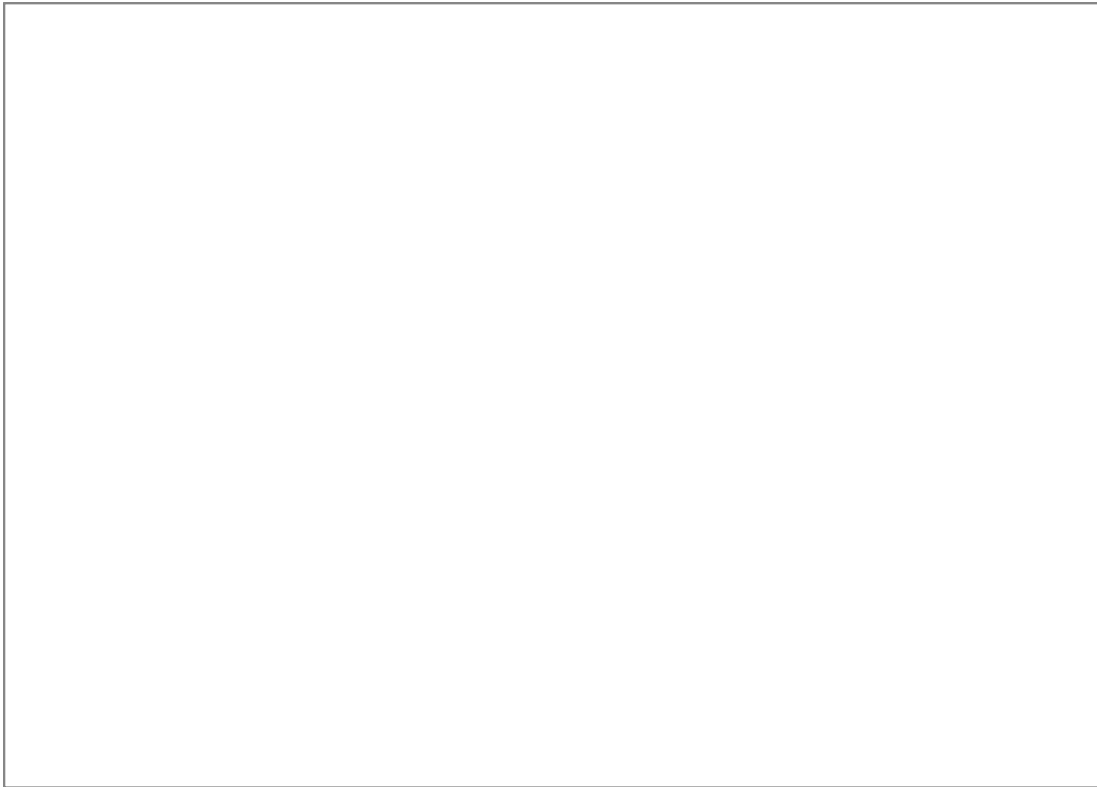
1. Belofte/afspraken over werkwijze nakomen
2. Belofte/afspraken op termijn nakomen
3. Hulpvaardigheid
4. Snelheid hulp
5. Telefonische bereikbaarheid
6. Snelheid offertes
7. Snelheid problemen oplossen
8. Vriendelijkheid
9. Verzorging
10. Deskundigheid
11. Persoonlijke aandacht
12. Begrijpen specifieke wensen
13. Meelevendheid

1.2 Prioriteitenmatrix dimensie training



1. Voorbereiding
2. Handige/heldere uitleg
3. Deskundigheid
4. Ruimte voor persoonlijke vragen
5. Bepalen inhoud training tijdens intake
6. Inhoud training
7. Bepalen niveau training tijdens intake
8. Niveau training
9. Snelheid
10. Missende onderwerpen.2 Prioriteitenmatrix dimensie training

1.3 Prioriteitenmatrix dimensie algemeen



1. Verzorgdheid/netheid
2. Moderne uitstraling
3. Schone/aantrekkelijke publieke gebieden
4. Inrichting lokaal
5. Computers/laptops
6. Brochures/readers
7. Parkeergelegenheid
8. Bereikbaarheid OV
9. Bereikbaarheid auto
10. Prijs/kwaliteitverhouding
11. Informatie over nieuwe trainingen

Appendix J

J.1 Dimensie accountmanager

- Ik heb alleen maar goede ervaringen met de accountmanager Harold Koenjer.
- Het is goed met hem samen te werken
- "Heb slechts tel en mailcontact met de accountmanager gehad over één cursus.
- Betrokkene komt professioneel en correct over."
- Prima
- Ik heb de accountmanager alleen telefonisch gesproken, kan dus niet oordelen of hij er verzorgd uitziet. Maar getuige de cursusleidster is dit wel zo, dus ik vertrouw daar op!!
- Het is een beetje eentonig, maar ik ben zeer tevreden
- We zijn erg tevreden over het contact tussen de accountmanager en ons.
- Hele fijne contacten met Harold Koenjer
- Tevreden, vragen worden goed opgepakt, maatwerk is mogelijk en accountmanager is flexibel
- Rubel heeft me uitstekend geholpen en gebeld enz. Kijk als de cursus dan ook goed is dan denk je toch al gauw, die Rubel heeft het goed door en hij houdt goed de vinger aan de pols ook na de cursus. Prima gedaan hoor Rubel.
- Positief: Reageert snel op mijn berichten per mail.
- Tot nu toe zeer tevreden over de samenwerking met ExplainIT IT
- Alles wat goed is gegaan:
 - Planning zat strak in elkaar.
 - Docenten bekwaam en ruim op tijd aanwezig.
 - Prettige samenwerking zowel docenten als contactpersoon.
 - Altijd mee zoekend naar oplossingen.
 - Goed dat je 1 persoon hebt die is toegewezen aan onze organisatie.
- Verbeterpunten
 - Planning drie keer controleren.
 - Drie dubbele check namenlijst en uitnodigingen
 - Het erop aan spreken van docenten dat ze de presentielijsten
 - consequent laten invullen.
- Zeer tevreden
- Er waren afmeldingen voor mijn cursus zodat het niet op korte termijn en in de buurt gegeven kon worden. Uiteindelijk is toch op redelijke termijn een niet te ver weg voor 2 personen deze cursus georganiseerd. De accountmanager toonde zich hierbij betrokken om een goede oplossing te vinden.
- Bart Bakker (in ons geval), was zeer behulpzaam. Het eerste gesprek heeft hij samen met een andere accountmanager gedaan. Ik vond toen dat die het meest het woord had i.p.v. Bart (maar voelde niet vervelend). Verder waren de contacten voor en na dat gesprek met Bart prettig.
- bevalt goed
- "Ik heb de samenwerking met Justin ten Veen als bijzonder prettig ervaren. Hij denkt goed mee, ook als dingen anders lopen dan gedacht."
- Wij zijn positief en tevreden!
- Prima accountmanager
- Afgelopen goede contract gehouden met onze organisatie, ondanks dat het nog niet geresulteerd heeft in concrete samenwerking
- Rubel is een hele goede accountmanager!
- Het is belangrijk dat de accountmanager zich goed inleeft in de klant en zo in overleg met de

klant tot een goede training op maat komt. ExplainIT deed dit zeer goed.

- wij zijn zeer tevreden over de contacten met ExplainIT-it. Geen op- of aanmerkingen
- Wij zijn zeer tevreden over ExplainIT, mede doordat wij telkens een zeer geschikte docent hebben, maar dat is inmiddels ook voorwaarde voor onze trainingen via ExplainIT: steeds dezelfde docent.

J.2 Dimensie training

- De intake van GroupWise is niet goed geweest. Tevens was er uiteraard een diversiteit van niveaus binnen de groep maar ik heb het idee dat deze redelijk is verlopen.
- Er is geen intake gesprek geweest. Ook geen niveau-bepaling.
- Ik heb zelf de training niet gevolgd, dus kan hier niet over oordelen. De medewerkers waren wel tevreden.
- Er was mogelijkheid aan te geven wat je zelf behandeld wilde hebben
- "Gezien de kaders waarbinnen deze training werd georganiseerd en het budget dat wij hiervoor ter beschikking hadden, zijn wij als organisator tevreden met de trainingen. Van veel cursisten kregen we wel te horen dat ze vonden dat de training heel snel ging, erg veel onderwerpen bevatte en dat ze weinig tijd hadden om te oefenen. Deze snelheid en de veelheid aan onderwerpen was van te voren afgesproken. Maar in de toekomst zullen we bij het aanbieden van een training wel rekening houden met dit commentaar."
- Trainingstijd vond ik vrij kort
- omgaan met verschillende niveau in een trainersgroep is een punt van aandacht. Dat heb ik ook gemerkt met notuleren op de PC, open inschrijvingen is mooi maar hierdoor creer je wel verschillende verwachtingen. Wij hadden een ontevreden cursist omdat zij in een groep zat met zeer onervaren mensen, hierdoor kwam ze niet tot haar recht
- Bij vorige training was het niveau van de groep te verschillend waardoor niveau toch vaak niet goed aansloot. Dit is uitvoering geëvalueerd met Explainit.
- De voorbereiding en deskundigheid van de trainer zijn zeer belangrijk. Een enkele keer sluit het niveau niet voldoende aan, de cursus lijkt dan wat te kinderachtig. In grote gezelschappen is het goed om alle niveau's aan te spreken.
- "is nog nooit een intake geweest!
- Soms zou de training iets meer maatwerk mogen zijn. vooral zaken die essentieel zijn voor het bedrijf."
- Trainer wilde meer zijn eigen kennis en vaardigheid tonen en ging nogal snel door de stof heen.
- Ik ben van mening dat een trainer het volledige pakket inclusief praktijk ervaring moet beheersen en instaat moet zijn flexibel zich te conformeren aan de doelgroep, zodanig dat ze het gevoel hebben dat het nuttig is geweest.
- Ik had toch het idee dat wat ik bij de intake met de accountmanager had afgesproken niet helemaal bij de trainer was overgekomen.
- Begeleiding was uitstekend/goed omdat er voornamelijk uitleg kwam op onderdelen die ik in mijn dagelijkse werkzaamheden uitvoer.
- De enige opmerkingen die van deelnemers bij mij binnen kwamen die NIET positief waren, was van de GroupWise-trainer. Niet goed voorbereid d.m.v. contact met de opdrachtgever op ICT gebied. Niet de juiste informatie verstrekt op het gebied van "spelen met het programma" hierdoor binnen het werkkterrein voor ongemakken gezorgd.
- De trainer was erg enthousiast. Dit werd door de cursisten erg gewaardeerd.
- "Het is zeer belangrijk om de juiste trainer voor de juiste groep te zetten.
- Ook is het belangrijk dat een training -altijd- ruim op tijd aanwezig is."

- Trainers open, geduldig en vriendelijk
- Hij was niet voorbereid op de Engelse versie van Word van de klant
- Ikzelf volg de trainingen niet, dus kan vanuit dat opzicht geen oordeel vellen. Ik heb verder geen klachten of opmerkingen gehoord van degene die wel de trainingen heeft gevolgd, vandaar mijn oordeel tevreden.
- Mevrouw Carina Kopstijn gaf bij ons de cursus Bedrijfjournalistiek. Dit deed zij uitstekend!
- Tips van mij (systeembeheerder) aan de trainer over de werking van een aantal functies werden goed ontvangen, maar in trainingen voor andere collega's is gesproken dat mijn inbreng ongewenst/irrelevant zou zijn.
- Persoonlijke vragen: Proberen toe te passen in de training welke situaties bij mij in het bedrijf zich voor kunnen doen, prettig.
- Zelf heb ik de training niet gevolgd maar de werknemers die dat wel deden waren zeer positief over de trainer.
- Wij zijn erg tevreden tot zéér tevreden over de trainers. De training 'Assertief optreden' is heel erg goed ontvangen.
- De trainer had de nederlandse versie voorbereid, wij werken met de engelse versies
- Ik ehb zelf de trainingen niet gevolgd, maar weet wel dat de medewerkers die wel de training hebben gevolgd, tevreden zijn.
- Soms teveel ruimte gegeven voor persoonlijke vragen (c.q. te lang ingaan op vragen)
- Handige uitleg die je in de praktijk kunt gebruiken
- Bij de eerste training liep het opzetten van de computers en de verdere inrichting van de trainingszaal niet helemaal soepel. De klant heeft daarbij zelf moeten helpen om het op tijd gereed te hebben. Deels was dit te wijten aan het te laat komen van de trainer en deels was het te wijten aan onduidelijkheid over het door explainit beschikbaar gestelde materiaal
- De excelcursus die ik gevolgd heb, was gewoon goed!
- Cor heeft me heel goed geholpen en me naast de training timemanagement ook nog meer tips gegeven.
- nog geen ervaringen
- Kort en bondig. Zeer goed
- Het feit dat deze vraag met tevreden is beantwoord is vooral te danken aan het feit dat zowel de trainer van de eerste alsook de trainer van de 3e en 4e training tot onze grote tevredenheid hebben lesgegeven.
- Cursus is door een werknemer gevolgd, deze was tevreden over trainer en training
- De te behandelen stof werd aangepast op onze situaties.
- Ik heb een vervangende trainer 'gekregen' na mijn training en deze man was wel heel deskundig en helder. Goed geregeld dus!
- Bij start eerste 'gevorderden' groep, werd per abuis toch begonnen met de stof van de 'beginners' groep. Trainer corrigeerde gelukkig snel.
- De trainer stak zijn verhaal af, Kwam weinig geïnteresseerd over. Weinig ruimte voor persoonlijke vragen of deze konden niet beantwoord worden. Geen interactie tussen trainer en leerling.
- dat weet ik niet ik verzorg de inkoop, de cursisten waren tevreden
- De trainer die de agressietraining voor Patijnenburg verzorgde was uitermate deskundig, zowel inhoudelijk als qua trainersvaardigheden.
- Heb nooit negatieve verhalen terug ontvangen van een van de deelnemers!"
- sommige trainers zijn goed; maar we hebben ook wel eens een ongeïnspireerde trainer gehad en dat werkt niet.
- het is al weer even geleden maar ik weet dat men er toen positief over was
- ik heb een 1 op 1 training gehad
- Trainer was te laat en daardoor slecht voorbereid.

- Persoonlijk heb ik met slechts 1 trainer ervaring in het leslokaal. De voorbereiding schoot danig te kort. De trainer was wel hulpvaardig en bood ruimte voor persoonlijke vragen.
- De reacties van de deelnemers waren over het algemeen positief. De dagelijkse trainingsduur was achteraf gezien te lang, maar daar was de rechtbank zelf verantwoordelijk voor.
- De tijd nemen om een training te geven en met praktijkvoorbeelden kunnen werken.
- Ik vond het een prettige training, normaal verslapt je aandacht in de middag, maar zij kon toch je aandacht vasthouden.
- ik had een training 1 op 1 en dat was erg prettig omdat alles wat voor mij toepasselijk was ter sprake kwam en besproken kon worden.
- Bij de laatste training Excel voor gevorderden kreeg ik de indruk dat de trainster erg blij was dat het 16:00 u. was. Het ontbrak aan een gedegen afronding.
- Bij de snelheid van de training moet rekening gehouden worden met de snelheid/niveau van de deelnemers."
- Wij zijn uitermate tevreden over onze vaste trainer Erwin
- Fijn dat wij dezelfde trainer hadden voor de verschillende trainingen.
- Maatwerk prima
- De uitkomst van de gehouden evaluatie was goed. Mijn collega's waren zeer enthousiast.
- Het resultaat van een training zoals wij die verwachten is niet prestige gericht maar vooral bedoeld om de gebruikers comfort te bieden tijdens hun werk, waardoor ze effectiever en efficiënter kunnen werken.
- De training was korter dan afgesproken, halverwege de middag waren we klaar terwijl het een hele dag zou zijn, dat vond ik vreemd.
- Ik heb deelgenomen aan een Word en Exceltraining. Deze trainer was uitstekend.
- 2. De cursisten van onze firma die deel hebben genomen aan IT trainingen, geven aan tevreden te zijn over inhoud en niveau."

J.3 Dimensie Algemeen

- Het lokaal was ingericht in U-vorm, van veel van de cursisten kreeg ik het commentaar dat ze dat niet prettig vonden omdat ze telkens hun hoofd moesten draaien om naar het projectiescherm voor in de zaal te kijken
- Voor fietsenstalling zou meer aandacht moeten zijn en aanpassingen.
- En de fietsers dan ??
- "Brochures /readers wordt geen gebruik van gemaakt. Ik maak gebruik van info op de website."
- Geen brochure gebruikt... contact is via internet tot stand gekomen.
- Kijk meestal op de site ipv brochures
- In vergelijking met brochures van andere trainingsbureau's vindt ik die van explain it er minder professioneel uitzien.
- Ik bekijk de informatie het liefst via Internet.
- ik heb ook de handout gekregen en deze gebruik ik ook nog steeds.
- Ik heb de brochure wel, maar gebruik deze eigenlijk niet, althans het is nog niet nodig geweest. Ik heb geen verzoeken voor nieuwe aanvragen binnen de organisatie. Anders zal ik de brochure zeker gaan gebruiken.
- Je ontkomt niet aan brochures, maar internetinfo is minstens zo belangrijk.
- ik ontvang de brochure maar sla hem niet meer na. ik kijk op internet
- Ik heb wel een reader gehad, maar er weinig mee gedaan
- Wij maken alleen gebruik van de digitale versie.

- Belangrijk vinden wij dat de lesstof toegespitst is op de doelgroep en dat de stof op verschillende manieren aangeboden wordt - dus ook in het trainingsmateriaal.
- Brochures te zien op internet. Wordt geraadpleegd indien nodig.
- Gebruik ik niet. Internet is voldoende

J.4 Bijzonder positieve ervaring

- Totaal training OFFICE 2007 voor alle medewerkers is uitstekend verlopen, we zijn zeer tevreden over de dienstverlening!
- prima service
- Ze hebben de training prima gegeven.
- Het feit dat onze werknemers zo positief waren, er een persoonlijke offerte werd gemaakt en alles goed is verlopen maakt dat ik ook in toekomstige opleidingsaanvragen eerst naar ExplainIT zal kijken.
- "- De band die snel gelegd werd door trainer Simone van ""Assertief optreden"" was zeer bijzonder te noemen.
- De NIET standaard training voor de secretaressedag was subliem goed verzorgd door Art."
- Wij hebben hier zeer positieve ervaringen met ze. Maar dat blijkt al wel uit de ingevulde enquête.
- ik had de basis van excel en windows gehad bij u en dat is mij goed bevallen
- 1 training gevolgd. Was zeer te vreden
- Training SharePoint met Bas van der Wielen, goede trainer, aardige gast en heel deskundig, topper.
- Op zeer korte termijn een training Ms Project gevraagd, dit werd zeer snel geregeld.
- ben tevreden, ook via afdelingshoofden hoor ik positieve geluiden
- Voorbereiding en de training prima verlopen
- Voor mij is het een jaar geleden dat ik bij ExplainIT een training heb gevolgd.
- De accountmanager houdt met regelmaat contact (niet te veel en niet te weinig) en houdt ons op een prettige wijze goed op de hoogte van de ontwikkelingen
- nazorg van accountmanager was prima, open en eerlijk.
- Samenwerking verloopt altijd goed.
- zeer goede Adobe training gehad. Helder, duidelijk, prettige trainer.
- De trainer had veel kennis over ons bedrijf.
- Ik heb één cursus gevolgd bij ExplainIT en deze als bijzonder positief ervaren. Vanaf de intake tot en met de cursus zelf.
- Maatwerk in MS project training door stof in 2 dagdelen te behandelen in plaats van volledige tijdsduur. Was fijn dat het mogelijk was dit aan te passen aan onze wensen.
- Ik heb een cursus op maat gevolgd en die vond ik zeer leerzaam. Tijdens de cursus had ik ook een uitdaging vanuit mijn werk, en de docent heeft het meteen uitgezocht. Geweldig!
- Betrokken en klantgerichte accountmanager en kundige trainers.
- Tevreden over de samenwerking!
- Op alle onderstaande feiten kan ik verwijzen naar de eerste blok opmerkingen.
- Toen ons bedrijf de nieuwste versies van excel niet op de trainingscomputers kon zetten bood de heer Blokhuis spontaan aan om laptops mee te geven aan de trainer zodat de groep toch met de nieuwste versie kon oefenen. Helemaal geweldig zo een service!!
- Ja, het was heel positief. We zijn van plan meer gebruik van de diensten te maken
- ExplainIT denkt steeds mee en biedt de voor ons passende oplossingen
- Visio basis training gehad en goede handvatten gekregen tijdens de training

- trainer Stef van de Berg is een zeer prettige trainer die zich volledig inzet en altijd tijd in zijn agenda vrij maakt om een training te verplaatsen. Deze flexibiliteit waarderen wij zeer en hij heeft een zeer prettige manier van lesgeven.,
- Ik wordt altijd prettig geholpen en de accountmanager denk zeer flexibel mee.
- "- erg fijn dat je als kleine organisatie pc's van ExplainIT kunt laten neerzetten
- erg tevreden over het inschrijven van de medewerkers. ik heb er zelf geen werk aan"
- ben tevreden over de afhandeling en het meedenken met trainingen
- Open training was geannuleerd door afmeldingen etc. Er werd direct een 1-op-1 training aangeboden voor dezelfde prijs.
- Wij hebben de afgelopen periode diverse PC trainingen laten uitvoeren door ExplainIT en zijn daar zeer tevreden over. Met name over de aanpak en kennis van de trainer.
- Onze accountmanager is Justin ten Veen en wij zijn zeer tevreden over hoe hij ons als klant behandelt. Zeer hulpvaardig, sociaal en oplossingsgericht. Echt geweldig!
- "Excel en Wordtraining Office 2007 van prima kwaliteit. Echte aanrader.
- Heb ik ook gedaan naar Stichting Thuiszorg M. Gelderland, die ook cursussen hebben afgenomen."
- "ik heb maar 1 keer een training gevolgd, was hier erg tevreden over.
- Tevens vind ik de optie dat de training ook kan plaats vinden op de werklocatie."
- Wij hebben alleen maar positieve ervaringen.....
- Training is snel en vakkundig geregeld. Training was 1 op 1 voor dezelfde prijs. Op locatie in mijn bedrijf. Daarom persoonlijk en heb ik er veel uit kunnen halen
- Ja, de hulp die ExplainIT bood bij de 'proeftoets Vapro'. Hier gingen wat IT zaken mis, en ExplainIT bood direct hulp.
- De cursussen bedrijfsjournalistiek waren bijzonder waardevol. Het gaf ons de handvatten om de kwaliteit van ons werk te verhogen.
- Bijzonder positieve ervaringen in het algemeen. Ik stel zorgvuldigheid, netheid zeer op prijs en dat ervaar ik bij ExplainIT. Laat onverlet dat ik altijd kijk welke aanbieder het beste bij onze behoefte past.
- Persoonlijk erg tevreden, geen klachten gehoord van collega's.
- Carine Kopstein is een perfecte lerares. Zij verdient een pluim!
- Time Management cursus gevolgd, zeer goed bevallen, interessante cursus

J.5 Negatieve ervaring

- Alleen de GroupWise/PowerPoint-training kan wat meer aandacht krijgen.
- Training Groupwise 7 december 2010. De trainer heeft uit een gedateerd boek lesgegeven. De deelnemers kwamen hierdoor in de problemen. ICT-medewerkers van gemeente Arnhem waren hier niet over te spreken. Dit moet u bekend zijn.
- Een van de examens was in het engels, terwijl de cursus nederlands was. Dit is slordig. Student net gezakt en dag kwijt. Erg slordig.
- Laatste keer is niet het volledige doel behaald. Hierover hebben we contact gehad met de trainer en het is goed afgehandeld.
- Onderlinge communicatie tussen accountmanager en trainer over wensen en mogelijkheden van de klant
- Wij hebben ervaren dat een trainer onvoldoende afgestemd was onze organisatie. Daarin had ExplainIT beter kunnen handelen door deze te vervangen.
- "Een detail: de trainer die voor ons de training Migratie Office 2010 verzorgde bleek dit de eerste keer zelf niet op zijn laptop te hebben staan. Kwam wat knullig over en leidde tot ad hoc acties om hem op ons systeem geautoriseerd te krijgen.
- Was de eerstvolgende keer overigens opgelost."

- "Workshop gebruik internet sloot niet aan bij de vragen.
- Inhoud kwam niet overeen met de verwachtingen, c,q, de afspraken."
- Gebrek aan voorbereiding door de trainer.
- Slecht trainingsmateriaal (veel spelfouten e.d.), zeer summier en weinig educatief."
- De leraar voor Photoshop was af en toe wat betweterig. Daar zit je niet op te wachten als klant.

J.6 Andere opmerkingen

- Het zou voor in de toekomst prettig zijn als de trainingen aan een niveau gekoppeld kunnen worden. B.v. is het MBO of HBO- niveau etc. Dit uiteraard vermelden op certificaat. Dit geeft een belangrijke meerwaarde voor de opdrachtgever.
- Zo doorgaan.
- Indien een werknemer weer naar een opleiding vraagt, zal ik zeker bij Explain It gaan kijken.
- Ik heb slechts eenmaal gebruik mogen maken van het aanbod van ExplainIT. Deze ervaring was uiterst positief. Iedere cursist kon op zijn/haar eigen niveau werken.
- Ik zou wel willen weten of ExplainIT ook ondersteuning kan bieden met het implementeren van het Software programma ORACLE en ook na implementatie ondersteuning kan bieden.
- Omdat het al langere tijd geleden is dat wij contact hebben gehad met ExplainIT is het niet zinnig om
- Ik was achteraf toch liever ook zelf betrokken geweest in de stap van accountmanager naar opleider. Het ging om een maatwerk opleiding en ik deze dat deze beter uit de verf was gekomen als ik een half uurtje had kunnen voorbespreken met de opleider zodat de achtergrond van de deelnemers duidelijker was geworden.
- De keren dat ik een cursus of anders van Explain-It heb gehad óf contact gehad met manager zijn prima. Vooral de voorbereidende gesprekken zijn goed, er wordt doorgevraagd : wat wil je precies, hoe kunnen we een zo goed op maat geschreven programma aanbieden. Prima!
- Hou mij op de hoogte van andere cursussen.
- Jammer dat niet alle Excel vragen door de trainer beantwoord konden worden. Wellicht omdat wat vroeger wellicht niet mogelijk was binnen het pakket maar dat werd ook niet duidelijk aangegeven door de trainer. Wellicht hadden we een meer "expert" als trainer moeten vragen omdat het niveau van de vragen wellicht hoger lag als verwacht door de trainer.
- We willen graag doorgaan zoals het nu gaat... zijn zeer tevreden!
- De persoonlijke benadering in een 'oostelijke' sfeer, zonder daarbij de professionaliteit te verliezen, maakt ExplainIT speciaal geschikt voor de regio.

Logboek

Dag	Wat heb ik uitgevoerd?
<i>Dinsdag 19 april</i>	De eerste dag op kantoor, kennismaking en werkplek maken. Informatie verzamelen op internet over klanttevredenheid. Algemene hoofdstukindeling gemaakt voor verslag
<i>Woensdag 20 april</i>	Gezocht op internet naar geschikte boeken over klanttevredenheid. Aanleiding gemaakt. Probleemstelling gedefinieerd.
<i>Donderdag 21 april</i>	Opdrachtformulier afgegeven bij dhr. Van Benthem. Boeken opgezocht in Universiteits Bibliotheek. Probleemstelling opnieuw gedefinieerd en onderzoeksvragen geformuleerd
<i>Vrijdag 22 april</i>	Bedrijfsprofiel ExplainiT gemaakt
<i>Maandag 26 april</i>	2 ^e paasdag. Vrije dag dus
<i>Dinsdag 27 april</i>	Probleemstelling wederom veranderd en onderzoeksvragen geformuleerd.
<i>Woensdag 28 april</i>	Begonnen aan theoretisch kader
<i>Donderdag 29 april</i>	Verder gegaan met theoretisch kader en nieuwe artikelen gezocht.
<i>Vrijdag 30 april</i>	Artikelen gezocht en verder gegaan met theoretisch kader. Huidige verslag opgestuurd naar dhr. Van Benthem.
<i>Maandag 2 mei</i>	Gesprek gehad met dhr. Van Benthem over probleemstelling en onderzoeksvragen. Probleemstelling iets veranderd, is nu goed.
<i>Dinsdag 3 mei</i>	Verder gegaan met theoretisch kader.
<i>Woensdag 4 mei</i>	Verder gegaan met theoretisch kader
<i>Donderdag 5 mei</i>	Verder gegaan met theoretisch kader
<i>Vrijdag 6 mei</i>	Verder gegaan met theoretisch kader
<i>Maandag 9 mei</i>	Afspraken gemaakt voor diepte-interviews
<i>Dinsdag 10 mei</i>	Afspraken gemaakt voor diepte-interviews
<i>Woensdag 11 mei</i>	Opzet gemaakt voor diepte-interviews en besproken met Erwout Slot
<i>Donderdag 12 mei</i>	Diepte-interview gehad met mevrouw Steghuis van URENCO. Vervolgens uitgewerkt.
<i>Vrijdag 13 mei</i>	Afspraak die gemaakt was op 10 mei is afgezegd. Vandaag nieuwe afspraak gemaakt en vooronderzoek uitgewerkt. Tussenverslag ingeleverd bij dhr. Van Benthem
<i>Maandag 16 mei</i>	's Morgens gesprek gehad met dhr. Van Benthem over theorie en methodologie. 's Middags begrafenis gehad
<i>Dinsdag 17 mei</i>	Diepte-interview gehad met mevrouw Oosterhuis van gemeente Enschede. Vervolgens uitgewerkt.
<i>Woensdag 18 mei</i>	Diepte-interview gehad mevrouw Zuidema van Universiteit Twente.
<i>Donderdag 19 mei</i>	Diepte-interview uitgewerkt en begonnen aan vragen enquête
<i>Vrijdag 20 mei</i>	Enquête uitgewerkt
<i>Maandag 23 mei</i>	Enquête besproken met dhr. Slot en dhr. Kienhuis. Vervolgens aangepast.
<i>Dinsdag 24 mei</i>	Enquete gemaakt in Survey Monkey en verstuurd naar klanten
<i>Woensdag 25 mei</i>	Uitwerken vooronderzoek
<i>Donderdag 26 mei</i>	Uitwerken vooronderzoek

<i>Vrijdag 27 mei</i>	Uitwerken vooronderzoek
<i>Maandag 30 mei</i>	Theoretisch kader iets gewijzigd
<i>Dinsdag 31 mei</i>	Bezig geweest met Cedeo klanttevredenheidsonderzoek (heeft niks te maken met mijn onderzoek)
<i>Woensdag 1 juni</i>	Bezig geweest met Cedeo klanttevredenheidsonderzoek (heeft niks te maken met mijn onderzoek)
<i>Donderdag 2 juni</i>	Theoretisch kader iets gewijzigd
<i>Vrijdag 3 juni</i>	Theoretisch kader iets gewijzigd
<i>Maandag 6 juni</i>	Herinneringsmail gestuurd naar klanten die nog niet gereageerd hebben op de enquête. Hoofdstuk Hoofdonderzoek uitwerken
<i>Dinsdag 7 juni</i>	Hoofdstuk Hoofdonderzoek uitwerken
<i>Woensdag 8 juni</i>	Hoofdonderzoek uitwerken
<i>Donderdag 9 juni</i>	Informatie zoeken over uitvoeren van betrouwbaarheidsanalyse
<i>Vrijdag 10 juni</i>	Betrouwbaarheidsanalyse proberen uit te voeren. Lukt niet goed. Begonnen met 'one sample T-test'.
<i>Dinsdag 14 juni</i>	Gesprek gehad met dhr. Van Benthem.
<i>Woensdag 15 juni</i>	Verbeterpunten uit gesprek met dhr. Van Benthem toepassen in onderzoek
<i>Donderdag 16 juni</i>	Verbeterpunten uit gesprek met dhr. Van Benthem toepassen in onderzoek
<i>Vrijdag 17 juni</i>	Verbeterpunten uit gesprek met dhr. Van Benthem toepassen in onderzoek
<i>Maandag 20 juni</i>	Betrouwbaarheidsanalyse uitgevoerd
<i>Dinsdag 21 juni</i>	Resultaten geanalyseerd
<i>Woensdag 22 juni</i>	Resultaten geanalyseerd
<i>Donderdag 23 juni</i>	Resultaten geanalyseerd
<i>Vrijdag 24 juni</i>	Weekend weg
<i>Maandag 27 juni</i>	Weekend weg
<i>Dinsdag 28 juni</i>	Resultaten uitwerken
<i>Woensdag 29 juni</i>	Resultaten uitwerken
<i>Donderdag 30 juni</i>	Resultaten uitwerken
<i>Vrijdag 1 juli</i>	Conclusie maken
<i>Maandag 4 juli</i>	Conclusie maken
<i>Dinsdag 5 juli</i>	Aanbevelingen maken
<i>Woensdag 6 juli</i>	Aanbevelingen maken
<i>Donderdag 7 juli</i>	Samenvatting gemaakt en rest van verslag in orde maken
<i>Vrijdag 8 juli</i>	Laatste dag op kantoor