



Opdrachtgever

SVB

Opdrachtnemer

SVB / Lambrecht van Eekelen en Hasse
Vleeming

Onderzoek

Klantoordelen over dienstverlening van
de Sociale Verzekeringsbank
Startdatum – 1 januari 2010
Einddatum – 1 november 2010

Categorie

Klantsignalen

Klantoordelen over dienstverlening van de Sociale Verzekeringsbank

Doel en vraagstelling

Tussen 2000 en 2010 is de dienstverlening van de SVB veranderd. Wat is de invloed van deze veranderingen op de ontwikkelingen van oordelen van klanten?

Conclusie

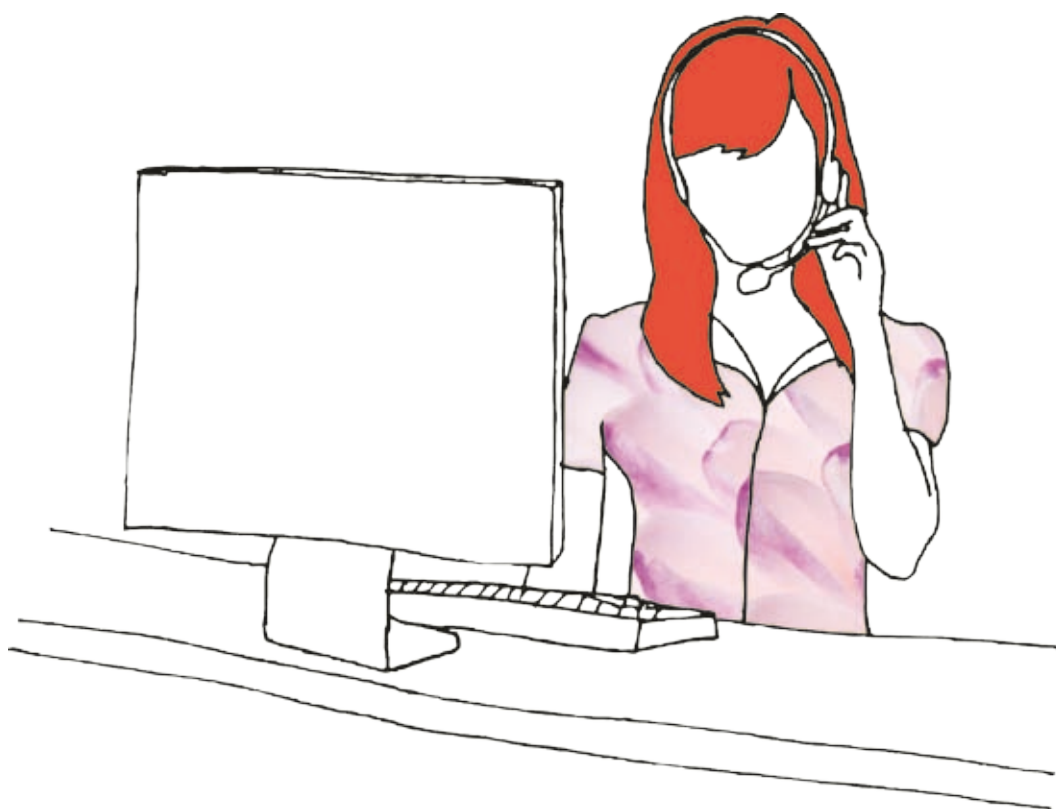
De SVB heeft de afgelopen tien jaar een aantal veranderingen doorgevoerd in de dienstverlening aan klanten. De belangrijkste zijn de invoering van callcenters in 2000 en de lancering van de serviceteams in 2006. Kijkend naar bestaande onderzoeksresultaten uit organisatiebrede klanttevredenheidsonderzoeken, klachtenregistraties en klantenpanels wijst het onderzoek uit dat deze maatregelen zichtbaar effect hebben gehad op de klanttevredenheid.

Link naar bestand

<http://www.onderzoekwerkeninkomen.nl/rapporten/odpnm71b>

ONDERZOEKSRAPPORT

Klantoordelen over dienstverlening van de Sociale Verzekeringsbank



voor het leven
Sociale Verzekeringsbank

ONDERZOEKSRAPPORT

Klantoordelen over dienstverlening van de Sociale Verzekeringsbank

auteurs: Lambrecht van Eekelen en Hasse Vleeming

INHOUDSOPGAVE

Samenvatting	4
1 Inleiding	5
2 Callcenters (1998-2006)	6
3 Serviceteams (vanaf 2006)	7
4 Toename klanttevredenheid na invoering serviceteams	8
5 Integrale dienstverlening	10
6 Dienstverlening bij andere organisaties	11
7 Conclusies	12
Bijlagen	13
Literatuur.....	37

SAMENVATTING

De SVB heeft de afgelopen jaren een aantal veranderingen doorgevoerd om de dienstverlening aan klanten te verbeteren. We concluderen dat de veranderingen die de SVB de laatste tien jaar heeft doorgevoerd een positieve invloed hebben gehad op de oordelen van klanten over de SVB. Dit terwijl de klanttevredenheid over de SVB al jaren hoog is. Omdat klanten een administratief integrale behandeling en globale kennis over andere relevante regelingen van een SVB-medewerker verwachten, is de invoering van integrale serviceteams een logische vervolgstap in de verbetering van de dienstverlening van de SVB. Het belang dat klanten hechten aan verschillende aspecten van dienstverlening verschilt per klant. Deze specifieke behoeften van klanten zijn relevant in de klantcontacten.

1 INLEIDING

De SVB wil excellente dienstverlening leveren aan haar klanten. Daarom hebben we als SVB de afgelopen jaren een aantal veranderingen doorgevoerd om de dienstverlening aan klanten te verbeteren. Voorbeelden hiervan zijn de inrichting van callcenters aan het begin van deze eeuw, de verbeteringen in de sturing die we daar hebben doorgevoerd en de omvorming van front- en backoffice tot serviceteams in 2006 en 2007. Wij willen onderzoeken of deze veranderingen invloed hebben gehad op de oordelen van klanten.

Vanaf 2000 heeft de SVB zeven organisatiebrede klanttevredenheidsonderzoeken (KTO's) uitgevoerd naar telefonische en schriftelijke dienstverlening. De focus in die onderzoeken ligt op klanten die recent contact hebben gehad met de SVB. In dit onderzoeksrapport kijken we naar de ontwikkelingen van oordelen en wensen van klanten.

De centrale vraagstelling van dit onderzoeksrapport is:

Tussen 2000 en 2010 is de dienstverlening van de SVB veranderd. Wat is de invloed van deze veranderingen op de ontwikkelingen van oordelen van klanten?

We hebben drie periodes van veranderingen in de dienstverlening van de SVB onderzocht:

- > Callcenters (1998-2006)
- > Serviceteams (vanaf 2006)
- > Integrale dienstverlening (in ontwikkeling)

In 1998 startte de SVB met haar eerste callcenter. Medewerkers die de dossiers van klanten behandelden zaten in wisseldienst in een callcenter. In de jaren vlak na 2000 is vooral geïnvesteerd in het verkorten van de wachttijd. Deze periode wordt in [hoofdstuk 2](#) besproken.

Na 2004 werd de aandacht verlegd naar de afhandeling van het gesprek. Vanaf 2006 heeft de SVB de front- en backoffice samengevoegd tot serviceteams. Een medewerker is daarin van begin tot eind verantwoordelijk voor een klantvraag. Dit wordt in [hoofdstuk 3](#) en [hoofdstuk 4](#) besproken.

In 2009 heeft de SVB een pilot uitgevoerd met integrale serviceteams. Klanten die contact hebben, kunnen bij één persoon terecht voor meerdere regelingen die de SVB uitvoert. Dit wordt in [hoofdstuk 5](#) besproken.

We willen onderzoeken of deze veranderingen invloed hebben gehad op de oordelen van klanten, en welke wensen klanten hebben over integrale dienstverlening. De oordelen en wensen komen uit de verschillende KTO's en andere klantonderzoeken die de SVB in de afgelopen tien jaar heeft uitgevoerd.

We wilden ook weten hoe andere overheidsdiensten omgaan met dienstverlening en klantoordelen. Daarom hebben we een bijeenkomst gehouden met dienstverleningsexperts van andere overheidsorganisaties. De resultaten hiervan staan in [hoofdstuk 6](#).

In [hoofdstuk 7](#) staan de conclusies. Via de hyperlinks in dit rapport navigeert u eenvoudig naar verdere verdieping van de besproken punten.

2 CALLCENTERS (1998-2006)

In 1998 startte de SVB met haar eerste callcenter. Het nieuwe callcenter maakte deel uit van de modernisering van het kantorennetwerk van de SVB, waarbij het aantal kantoren werd teruggebracht en de dienstverlening werd gemoderniseerd. Het callcenter was zo ingericht dat mensen, naast het werk op hun afdeling, in wisseldiensten de callcenters bezetten. De kantoren vulden dit op verschillende manieren in. Enkele kantoren hadden enkele vaste medewerkers in het callcenter, die werden aangevuld met medewerkers van de afdelingen in wisseldiensten.

De eerste jaren was de bezetting van het callcenter een probleem. Het leek erop dat medewerkers het werk in het callcenter niet belangrijk vonden. In de eerste jaren kwamen er daarom steeds meer teamleiders en supervisors en werd er vooral gestuurd op de wachttijd. Het doel was om de telefoon binnen twintig seconden op te nemen en negentig procent van de telefoontjes direct in het callcenter af te handelen.

Tussen 2000 en 2006 zijn de telefonische klanten veel positiever geworden over de wachttijd en de afhandelingsnelheid van hun telefoongesprek met de SVB.

Hierop werd de focus verlegd naar de afwikkeling na het gesprek. De tevredenheid over de afwikkeling bleef namelijk achter. Zowel klanten als medewerkers klaagden dat klanten zowel aan de telefoon als bij brieven te lang moesten wachten. Een mogelijke verklaring voor deze lange afhandelingsduur is dat frontoffice- en backofficewerk als twee aparte zaken werden gezien, zelfs door medewerkers die bij allebei werkten. In de frontoffice werd daarbij vooral vanuit dienstverlening gedacht, terwijl in de backoffice vooral vanuit productiedruk werd gedacht. Hierdoor kwam het voor dat de frontoffice beloften deed aan de klant die de backoffice niet nakwam.

3 SERVICETEAMS (VANAF 2006)

Om te zorgen dat beloften beter zouden worden nagekomen heeft de SVB de front- en backoffice omgevormd tot serviceteams; in 2006 voor de Algemene Kinderbijslagwet (AKW) en in 2007 voor de gecombineerde uitvoering van de Algemene Ouderdomswet (AOW) en de Algemene nabestaandenwet (Anw).

In de teams van ongeveer vijftien personen zijn de front- en backoffice niet meer van elkaar gescheiden. Als een klant contact opneemt is één serviceteammedewerker persoonlijk verantwoordelijk voor de volledige afwikkeling van het contact met deze klant. Klanten kunnen de serviceteammedewerkers telefonisch, schriftelijk en via een webformulier bereiken.

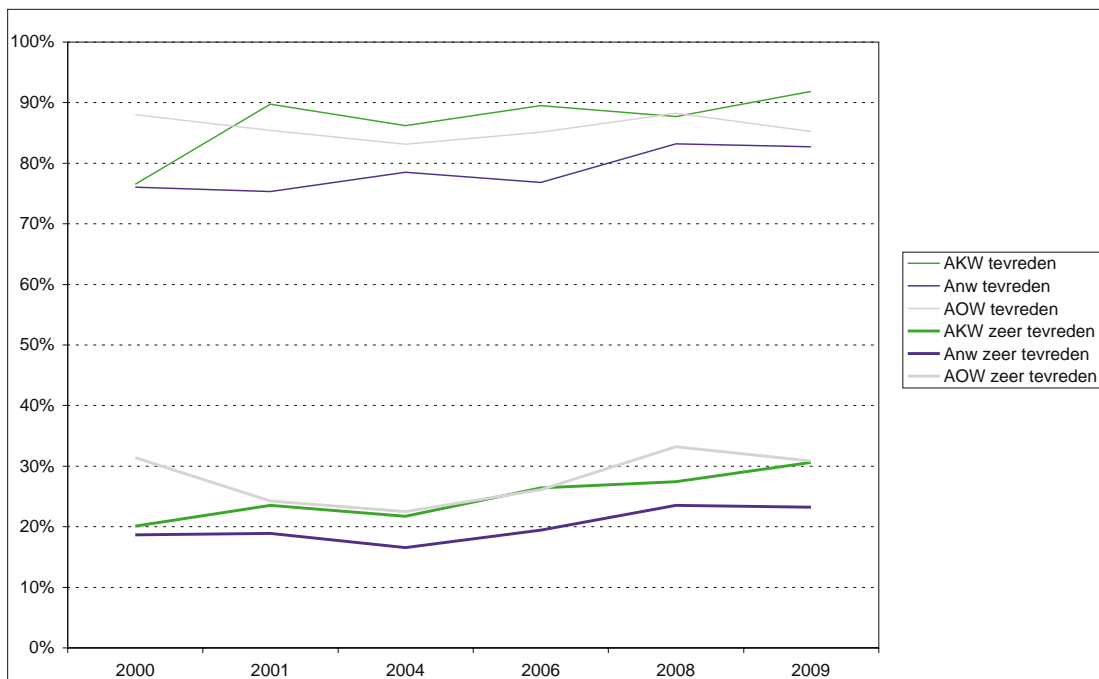
Daarnaast kunnen klanten een bezoek brengen aan een balie (die we “winkel” noemen) in een SVB-vestiging. De SVB heeft negen vestigingen verdeeld over het land waar klanten uit de regio terecht kunnen voor vragen. De klanten uit het buitenland zijn per land verdeeld over de vestigingen. Iedere vestiging heeft een aantal AKW-serviceteams en een aantal AOW/Anw-serviceteams. Sommige van deze teams zijn ook gespecialiseerd in andere wetten of taken, of houden zich alleen met speciale regelingen en taken bezig.

Op basis van een onderzoek dat de SVB heeft laten uitvoeren door [TNS-Nipo](#) blijkt dat klanten zijn in te delen in drie typen. Sommige klanten (‘de noodgedwongen regelaren’) hebben vooral behoefte aan begrip en duidelijkheid. Andere klanten (‘de zorgelozen’) willen zich niet bezighouden met de SVB en willen vooral dat alles soepel verloopt. Een derde groep (‘de natuurlijke managers’) is zelfbewust en actief en wil duidelijkheid en volledigheid. Deze klanttypering is afhankelijk van het karakter van de klant en van de omstandigheden. Iemand die in de ene situatie bijvoorbeeld een natuurlijke manager is, kan in een situatie komen waarin hij een noodgedwongen regelaar wordt. Doordat klanten de SVB via verschillende kanalen kunnen bereiken, wordt rekening gehouden met verschillende behoeften van klanten.

4 TOENAME KLANTTEVREDENHEID NA INVOERING SERVICETEAMS

Figuur 1 biedt een grafische weergave van de tevredenheid over de dienstverlening van de SVB van klanten die net een brief van ons hebben gehad (verder briefontvangers genoemd). Figuur 2 biedt een grafische weergave van de tevredenheid van klanten die net gebeld hebben met de SVB (verder bellers genoemd). In beide figuren staat zowel het percentage van de klanten dat tevreden is over de dienstverlening van de SVB (zij beoordelen deze als goed, zeer goed of uitstekend), als het percentage klanten dat zeer tevreden is over de dienstverlening van de SVB (zij beoordelen deze als zeer goed of uitstekend). Klanten die zeer tevreden zijn, zitten dus ook in de groep klanten die tevreden zijn.

Figuur 1: Tevredenheid onder briefontvangers over dienstverlening SVB



Figuur 2: Tevredenheid onder bellers over dienstverlening SVB



Meer dan 85 procent van de klanten met kinderbijslag of een AOW is in 2009 tevreden over onze dienstverlening, net als klanten met een nabestaandenuitkering die recent gebeld hebben. De tevredenheid van klanten met een nabestaandenuitkering die onlangs een brief hebben gehad, blijft iets achter op de andere klantengroepen. In de afgelopen tien jaar zijn bellers positiever geworden over onze dienstverlening, terwijl de tevredenheid bij briefontvangers onveranderd hoog is gebleven. Bij bellers met kinderbijslag is de tevredenheid over de dienstverlening geleidelijk toegenomen.

Bellers met een AOW of een nabestaandenuitkering zijn tussen 2008 en 2009 meer tevreden over onze dienstverlening geworden. Onder bellers met een nabestaandenuitkering is het percentage zeer tevreden klanten tussen 2008 en 2009 zelfs verdubbeld: bijna de helft van de bellers met een nabestaandenuitkering vindt onze dienstverlening in 2009 zeer goed of uitstekend.

Tussen 2008 en 2009 is het percentage tevreden klanten met een nabestaandenuitkering sterk toegenomen. Ook onder AOW-klanten is een stijging in de tevredenheid te zien. Onder AKW-klanten is het percentage zeer tevreden klanten toegenomen na invoering van de serviceteams. Naast de tevredenheid over de wachttijd en de afhandelingsnelheid is de tevredenheid toegenomen over de benadering en de inhoud van de telefonische dienstverlening: klanten zijn meer tevreden geworden over de duidelijkheid, de vriendelijkheid en de afwikkeling na het telefoongesprek. Het belang dat bellers aan verschillende aspecten hechten verschilt per regeling. AKW-klanten hechten vooral aan duidelijkheid, terwijl klanten met een nabestaandenuitkering meer hechten aan volledigheid en begrip. Klanten met een AOW vinden wachttijd belangrijk.

5 INTEGRALE DIENSTVERLENING

De volgende stap is om ook de indeling naar verschillende wetten op te heffen in de serviceteams. De SVB verwacht dat in de toekomst steeds meer klanten behoefte hebben aan informatie over verschillende regelingen. Die klanten willen wij laten helpen door serviceteammedewerkers met zoveel mogelijk kennis van alle wetten, regelingen en producten die wij uitvoeren. Ze kunnen dan vragen over meerdere wetten en regelingen inhoudelijk afhandelen en meer informatie verstrekken.

In 2009 heeft de SVB daarom een pilot uitgevoerd met integrale serviceteams. Hierbij kan een klant die met meerdere regelingen te maken heeft dus bij één persoon terecht. Elke vestiging heeft op dit moment één integraal serviceteam. Inmiddels heeft de SVB besloten binnen de hele organisatie integrale serviceteams in te voeren. De aparte teams per regeling worden dus afgeschaft.

De SVB heeft een aantal kwalitatieve onderzoeken naar de verwachtingen van klanten over integrale dienstverlening uitgevoerd. Daaruit is naar voren gekomen dat klanten een administratief integrale behandeling verwachten. Daarnaast verwachten klanten van een SVB-medewerker globale kennis over andere relevante regelingen. De SVB-medewerker zou volgens klanten moeten kunnen doorverwijzen naar experts bij andere instanties.

6 DIENSTVERLENING BIJ ANDERE ORGANISATIES

Wij hebben onze onderzoeksbevindingen voorgelegd aan onderzoeksexperts uit enkele andere organisaties (Belastingdienst, CVZ, DUO, IND en RDW), om te toetsen of zij vergelijkbare ervaringen hebben. Herkenbaar voor deze experts is dat verbeteringen in de dienstverlening vooral plaatsvinden door te leren van vragen en klachten van klanten. Organisaties gebruiken daarvoor resultaten uit onderzoek, maar dat is niet het enige. Ook bedrijfsdoelstellingen zoals juistheid van beslissingen en doelmatigheid spelen een rol bij de keuzes die organisaties maken.

Klanttevredenheidsonderzoeken worden breed ingezet om te achterhalen hoe klanten over de dienstverlening denken en voor het vinden van mogelijke verbeteringen. Zij hebben echter ook als belangrijk doel om de prestatie-indicatoren voor klanttevredenheid op te leveren. Organisaties rapporteren deze indicatoren aan hun opdrachtgevers. De experts herkennen het risico dat het onderzoek daardoor te veel gericht is op het meten van de norm en te weinig op verbeterkansen.

Ook herkenbaar voor de experts is dat kwantitatief klanttevredenheidsonderzoek goed in kaart kan brengen waarover klanten ontevreden zijn, maar beperkingen kent voor het in kaart brengen van de 'gewenste' dienstverlening.

Het viel ons op dat verschillende organisaties verschillende aanpakken van klantonderzoek hebben. Dit is een aandachtspunt bij het onderling vergelijken van onderzoeksresultaten.

7 CONCLUSIES

Callcenters

In 2000 waren klanten tevreden over onze brieven, maar er waren minder klanten tevreden over onze telefonische dienstverlening. De wachttijd was het grootste probleem. Door verbetering van de callcenters is de tevredenheid over de wachttijd spectaculair verbeterd. De tevredenheid over de afwikkeling van telefoongesprekken bleef achter. Medewerkers in de frontoffice deden beloften over de afwikkeling die medewerkers van de backoffice niet nakwamen. Door de front- en backoffice samen te voegen in een serviceteam werden medewerkers verantwoordelijk voor het volledige klantcontact inclusief de afwikkeling.

Serviceteams

Na de invoering van de serviceteams in 2006 en 2007 zijn meer klanten tevreden over de afwikkeling na telefoongesprekken. Daarnaast zijn klanten veel positiever geworden over de duidelijkheid en vriendelijkheid van de medewerker. De tevredenheid over brieven is onveranderd hoog gebleven. Het terugdringen van de wachttijd en het samenvoegen van front- en backoffice hebben bijgedragen aan de klanttevredenheid.

De centrale vraagstelling van dit onderzoek was:

Tussen 2000 en 2010 is de dienstverlening van de SVB veranderd. Wat is de invloed van deze veranderingen op de ontwikkelingen van oordelen van klanten?

We kunnen concluderen dat de veranderingen die de SVB de laatste tien jaar heeft doorgevoerd een positieve invloed hebben gehad op de oordelen van klanten over de SVB, met name van klanten die telefonisch contact met ons hebben gehad. De invoering van integrale serviceteams is een logische vervolgstap in de verbetering van dienstverlening van de SVB. Klanten verwachten namelijk een administratief integrale behandeling. Daarnaast verwachten klanten van een SVB-medewerker globale kennis over andere relevante regelingen. Het belang dat klanten hechten aan verschillende aspecten van dienstverlening verschilt per klant. Met name nabestaanden hebben meer behoefte aan begrip. Deze specifieke behoeften van nabestaanden zijn van belang om rekening mee te houden in de klantcontacten.

BIJLAGEN

1 Waar zijn bellers positiever over geworden?

Figuur 3: Tevredenheid van bellers over laatste telefoongesprek met SVB



Sinds 2008 zijn meer bellers tevreden over hun laatste telefoongesprek met de SVB dan voorheen. Negen van de tien bellers zijn tevreden over hun laatste telefoongesprek met de SVB. Vier van de tien bellers vonden hun laatste telefoongesprek zelfs zeer goed of uitstekend. Tot en met 2008 waren AOW-klienten positiever over het laatste telefoongesprek dan klienten met kinderbijslag of een nabestaandenuitkering. In 2009 is dit verschil verdwenen.

[Terug naar hoofdtekst](#)

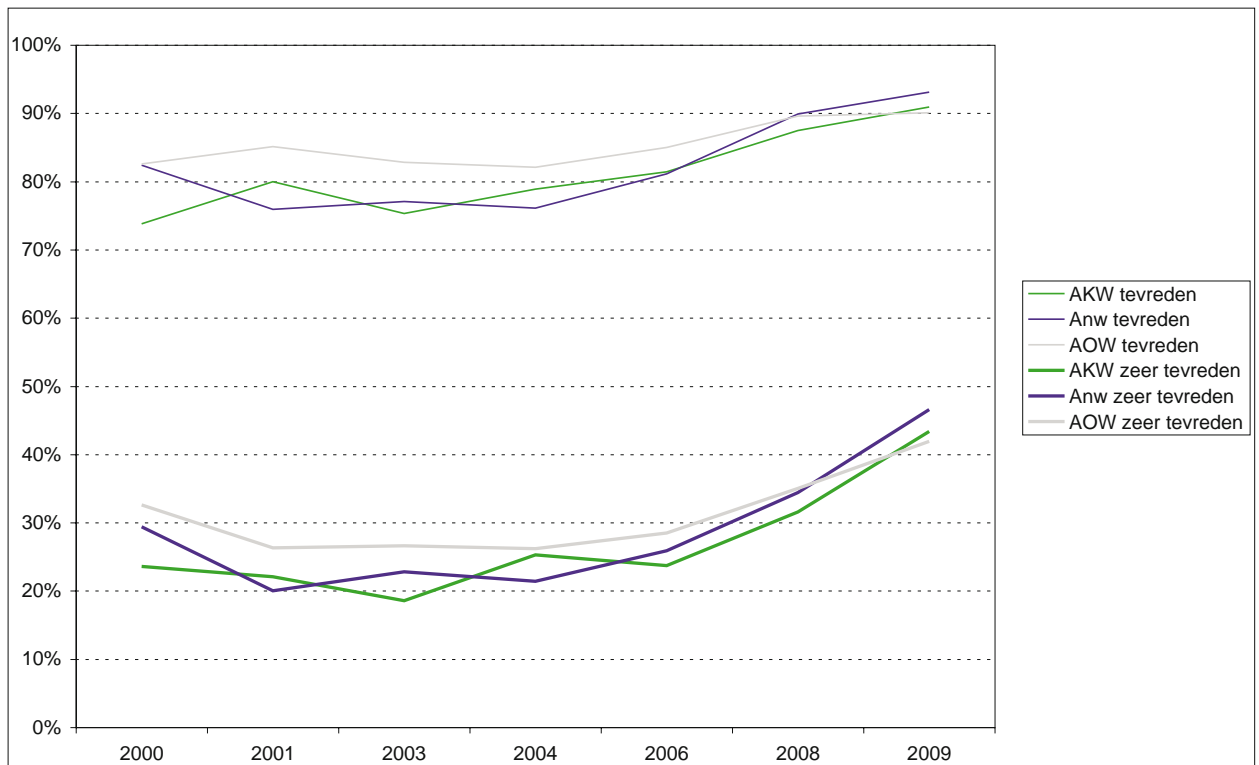
Figuur 4: Tevredenheid van bellers over wachttijd voor laatste telefoongesprek



Tussen 2000 en 2006 is de tevredenheid over de wachttijd spectaculair verbeterd. In 2000 was nog maar de helft van de klanten tevreden met de wachttijd, terwijl in 2006 negen op de tien klanten tevreden was met de wachttijd. In 2008, toen de serviceteams net ingevoerd waren, nam de tevredenheid licht af. In 2009 is de tevredenheid verder gestegen. Tussen 2008 en 2009 is het percentage van de telefonische klanten met kinderbijslag of een nabestaandenuitkering dat zeer tevreden is over de wachttijd bijna verdubbeld, van ruim 25 procent in 2008 tot bijna 50 procent in 2009.

[Terug naar hoofdtekst](#)

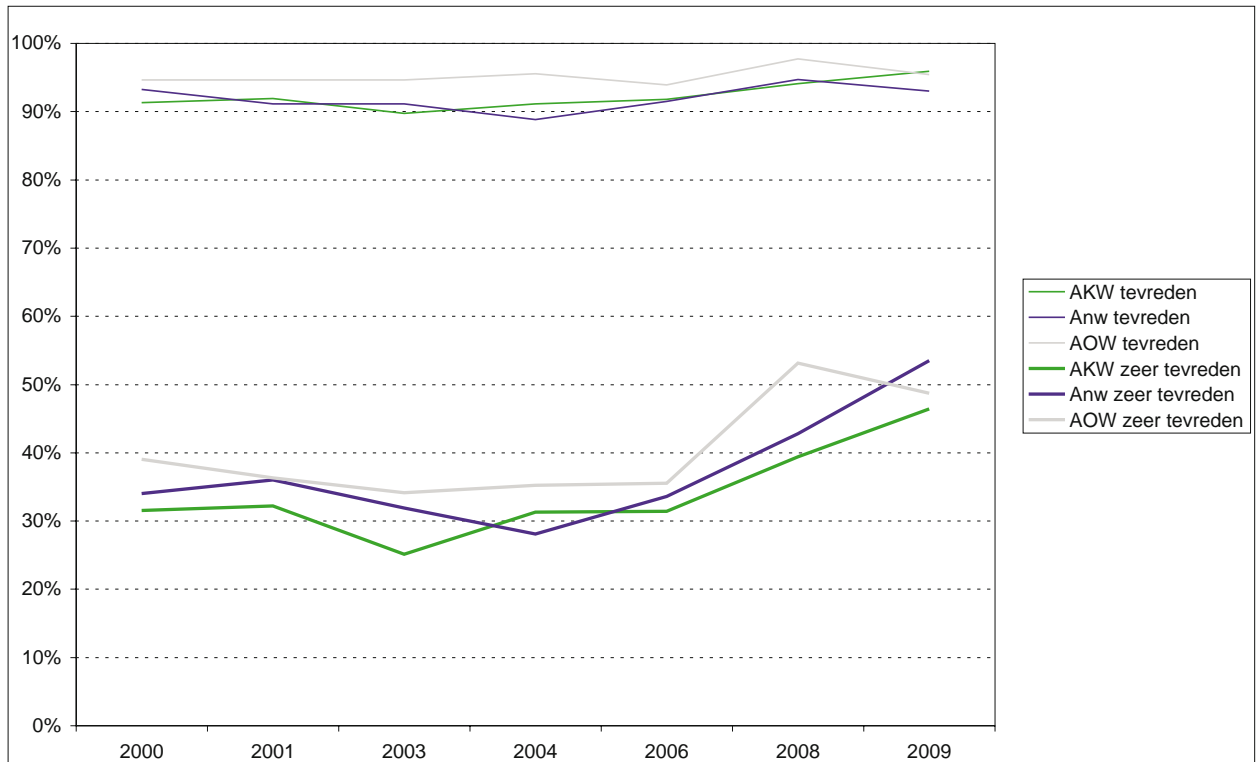
Figuur 5: Tevredenheid van bellers over duidelijkheid van het laatste telefoongesprek



De tevredenheid over de duidelijkheid van het laatste telefoongesprek is vanaf 2006 voor alle drie de wetten sterk verbeterd. In 2009 was meer dan 90 procent van de klanten hier tevreden over. Tussen 2006, vóór de start van de invoering van de serviceteams, en 2009 is het percentage zeer tevreden klanten bijna verdubbeld tot boven de 40 procent.

[Terug naar hoofdtekst](#)

Figuur 6: Tevredenheid van bellers over de vriendelijkheid van de medewerker tijdens het laatste telefoongesprek



De tevredenheid over de vriendelijkheid van de SVB-medewerkers tijdens het laatste telefoongesprek is altijd heel hoog geweest. Het percentage zeer tevreden klanten is sterk gestegen sinds 2006. In 2009 was ongeveer de helft van de klanten zeer tevreden over de vriendelijkheid van de medewerkers, terwijl in 2006 nog ruim dertig procent zeer tevreden was.

[Terug naar hoofdtekst](#)

Figuur 7: Tevredenheid van bellers over de afhandelingsnelheid van het laatste telefoongesprek



De tevredenheid over de afhandelingsnelheid van het laatste telefoongesprek is geleidelijk gestegen van ongeveer 70 procent in 2000 tot ongeveer 90 procent in 2009. Het percentage klanten dat zeer tevreden is over de afhandelingsnelheid is versneld gestegen sinds de start van de invoering van de serviceteams in 2006. In 2009 was ruim 40 procent van de klanten zeer tevreden over de afhandelingsnelheid. Tot 2009 waren AOW-klanten vaker (zeer) tevreden over de afhandelingsnelheid dan Anw- en AKW-klanten.

[Terug naar hoofdtekst](#)

Figuur 8: Tevredenheid van bellers over de afwikkeling na het laatste telefoongesprek



Tussen 2006 en 2008 is de tevredenheid over de afwikkeling na het laatste telefoongesprek toegenomen van ongeveer 75 procent in 2006 tot ruim 90 procent in 2008. Het percentage van de klanten dat zeer tevreden is over de afwikkeling van hun laatste telefoongesprek, is ook sterk toegenomen. Bij AOW-klanten begon deze stijging al in 2004, bij klanten met kinderbijslag of een nabestaandenuitkering in 2008.

[Terug naar p. 7](#)

[Terug naar p. 9](#)

Figuur 9: Eindoordeel van bellers over contact incl. afwikkeling na laatste telefoongesprek



Tot en met 2006 waren er bij deze vraag vijf antwoordmogelijkheden, vanaf 2006 konden klanten een rapportcijfer geven (zie [bijlage 8](#)). In 2006 is deze vraag dus op twee manieren gesteld. De tevredenheid over het laatste telefoongesprek inclusief de afwikkeling na het telefoongesprek is niet toegenomen in de periode 2000-2006. Tussen 2006 en 2009 is het aantal mensen dat een rapportcijfer van een 7 of hoger voor het telefoongesprek geeft, toegenomen. Ongeveer 15 procent van de klanten met kinderbijslag geeft een rapportcijfer van een 9 of hoger. In 2008 zat er een groot verschil tussen de rapportcijfers van AOW- en Anw-klanten: Van de AOW-klanten gaf 28 procent een 9 of hoger, terwijl van de Anw-klanten 11 procent een 9 of hoger gaf. In 2009 is het percentage van de klanten dat een 9 of hoger geeft voor het laatste telefoongesprek zowel bij de AOW als de Anw 20 procent.

2 Wat vinden bellers belangrijk?

In de klanttevredenheidsonderzoeken is niet gevraagd naar de aspecten die klanten belangrijk vinden in de dienstverlening. Op basis van regressieanalyses is wel af te leiden welke aspecten van de dienstverlening samenhangen met algemene oordelen over het telefoongesprek.

In hun eindoordeel over het telefonische contact hechten klanten met kinderbijslag of een nabestaandenuitkering vooral aan de afwikkeling na het laatste telefoongesprek.

AKW-klanten hechten bij hun oordeel over het telefoongesprek zelf vooral aan duidelijkheid. Anw-klanten hechten aan volledigheid en begrip. Sinds 2004 heeft het oordeel over de wachttijd invloed op het algemene oordeel van klanten met een AOW over het telefoongesprek. Het belang dat AOW-klanten hechten aan duidelijkheid en volledigheid wisselt door de jaren heen.

[Terug naar hoofdtekst](#)

[Terug naar bijlage 8](#)

3 Waar zijn briefontvangers tevreden over?

Figuur 10: Tevredenheid van briefontvangers over laatste brief



Briefontvangers zijn behoorlijk tevreden over de laatste brief. Sinds 2000 is bijna 90 procent van de klanten tevreden. Van 2004 tot en met 2008 steeg het percentage klanten dat zeer tevreden was over de brief tot ruim 20 procent. In 2009 daalde het percentage zeer tevreden klanten weer licht. Anw-klanten zijn over het algemeen minder tevreden over de brief dan AOW- en AKW-klanten.

[Terug naar hoofdtekst](#)

Figuur 11: Tevredenheid van briefontvangers over duidelijkheid van de laatste brief



Sinds 2001 is 90 procent van de briefontvangers met kinderbijslag of een AOW tevreden over de duidelijkheid van de brief. Anw-klanten zijn tussen 2008 en 2009 minder tevreden geworden. Het percentage briefontvangers met een nabestaandenuitkering dat tevreden is over de duidelijkheid van de brief is gedaald van 90 procent naar 80 procent. Kinderbijslagklanten zijn sinds 2008 vaker zeer tevreden over de duidelijkheid van de brief.

Figuur 12: Tevredenheid van briefontvangers over volledigheid van de laatste brief



Het percentage klanten dat tevreden is over de volledigheid van de laatste brief schommelt sinds 2001 tussen de 80 en ruim 90 procent. Nadat het percentage eerst daalde, neemt het aantal klanten dat zeer tevreden is over de volledigheid van de brief de laatste jaren weer toe. Vooral bij de AKW is een sterke stijging te zien. In 2009 was ruim 25 procent zeer tevreden.

Figuur 13: Tevredenheid van briefontvangers over antwoord op vraag



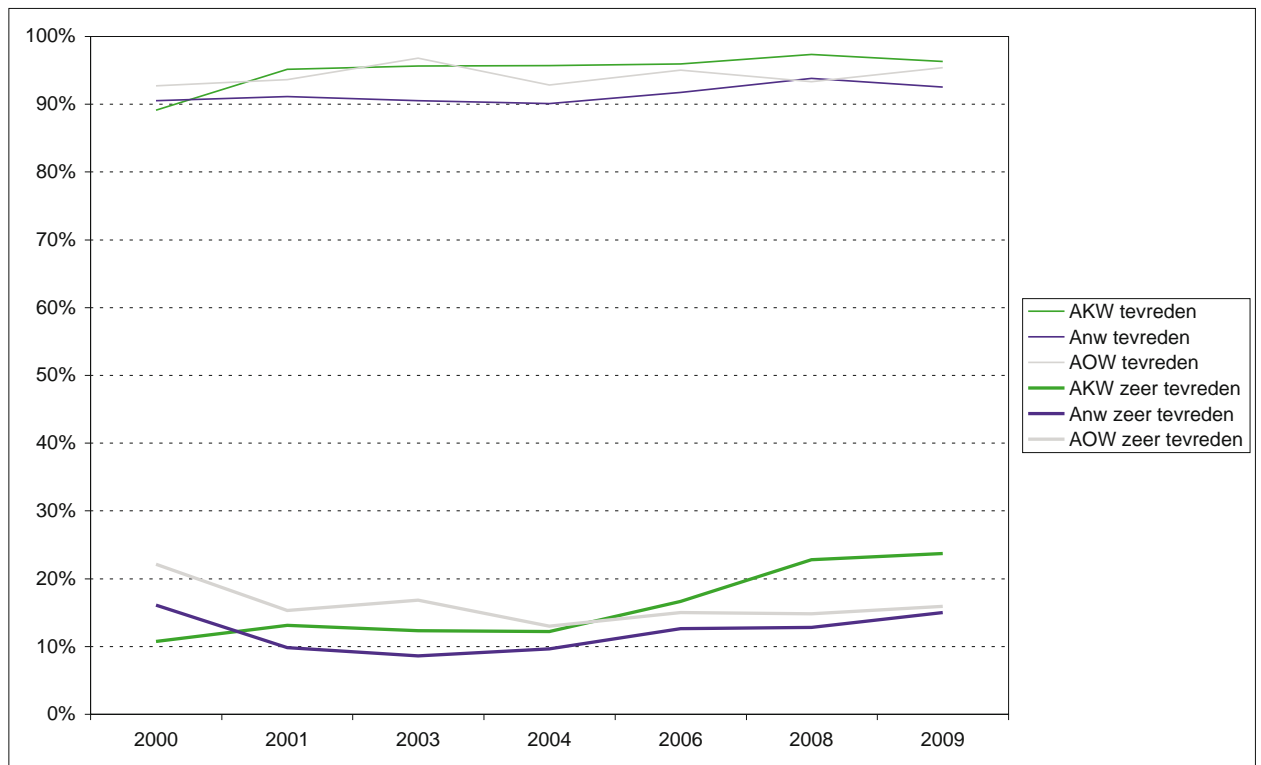
Sinds 2003 schommelt het percentage klanten dat tevreden is tussen de 80 en 95 procent. Bij de AOW was in 2003 95 procent van de klanten die een vraag hadden gesteld, tevreden met het antwoord. Daarna daalde het percentage tevreden klanten tot 80 procent en nam daarna weer toe tot 85 procent. Onder Anw-klanten is het percentage dat tevreden is over de beantwoording van een vraag sterk toegenomen tussen 2000 en 2004. Na een afname in tevredenheid tussen 2004 en 2006 is het percentage Anw-klanten dat tevreden is over de beantwoording van een vraag weer toegenomen tot bijna 90 procent. Het percentage klanten dat zeer tevreden is over de beantwoording van een vraag die ze gesteld hebben is sterk gestegen tussen 2006 en 2009, met name bij AKW-klanten .

Figuur 14: Tevredenheid van briefontvangers over toon van de laatste brief



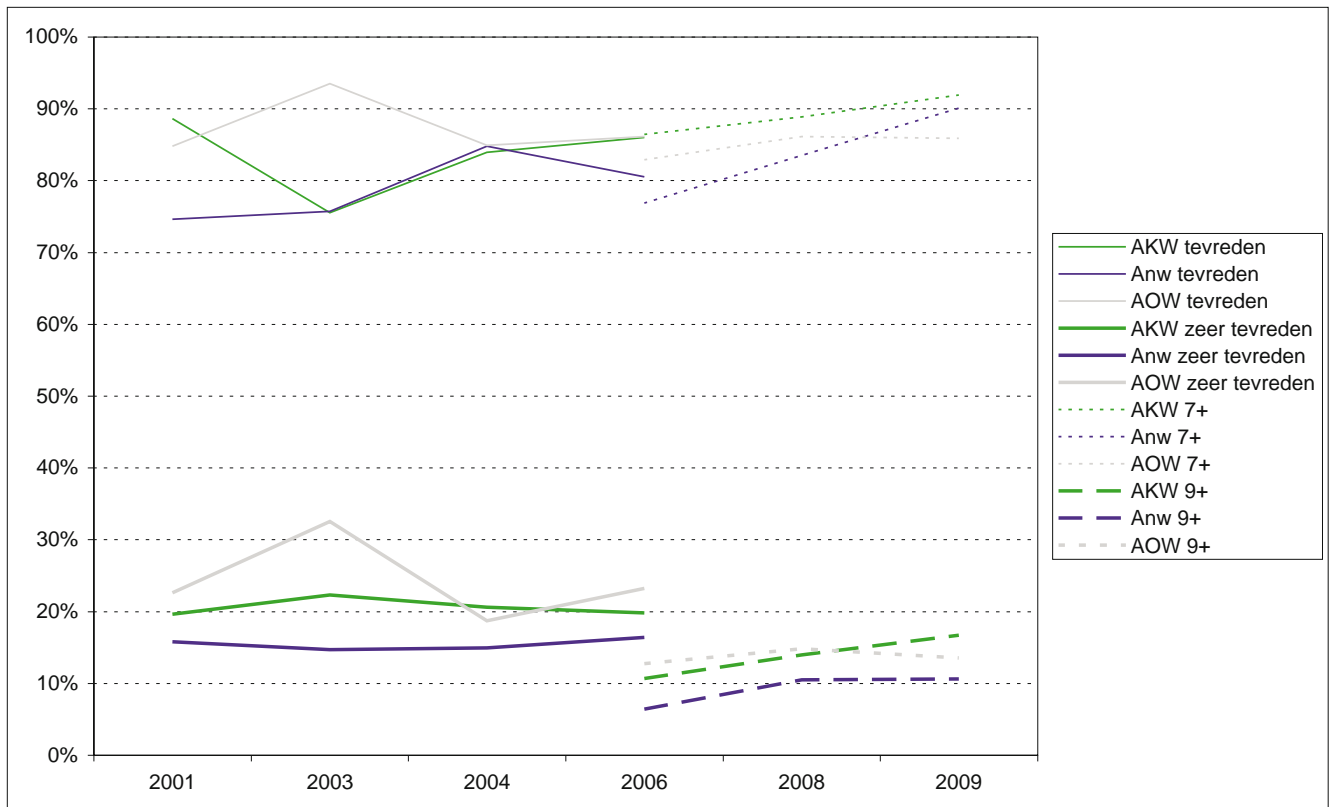
Sinds 2001 schommelt de tevredenheid van AKW-klienten of AOW-klienten over de toon van de brief tussen 85 en 95 procent. De tevredenheid van Anw-klienten is geleidelijk gestegen van 80 procent in 2000 tot 88 procent in 2009. Sinds 2008 is bijna één op de vier AKW-klienten zeer tevreden met de brieven van de SVB, tweemaal zoveel als vóór 2008.

Figuur 15: Tevredenheid van briefontvangers over het taalgebruik van de laatste brief



In de hele onderzochte periode is meer dan 90 procent van de klanten tevreden over het taalgebruik van de laatste brief. Het percentage zeer tevreden klanten is redelijk constant. Vooral AKW-klanten zijn de laatste jaren vaker zeer tevreden over de taal van de brief, in 2009 was bijna 25 procent zeer tevreden. Anw-klanten en AOW-klanten zijn minder vaak zeer tevreden, het percentage ligt constant op ongeveer 15 procent.

Figuur 16: Eindoordeel van briefontvangers over contact incl. afwikkeling na laatste brief



Tot en met 2006 waren er bij deze vraag vijf antwoordmogelijkheden, vanaf 2006 konden klanten een rapportcijfer geven (zie [bijlage 8](#)). In 2006 is deze vraag dus op twee manieren gesteld. De tevredenheid over de laatste brief inclusief de afwikkeling na de brief is niet toegenomen in de periode 2000-2006. Tussen 2006 en 2009 is het aantal mensen dat een rapportcijfer van een 7 of hoger voor de brief geeft toegenomen, met name voor de Anw en in mindere mate de AKW. Het percentage AKW-klanten dat een rapportcijfer van een 9 of hoger geeft voor de laatste brief is toegenomen van 10 procent in 2006 tot 18 procent in 2009. Ook bij de Anw is het percentage klanten dat een rapportcijfer van een 9 of hoger geeft, toegenomen van ruim 6 procent in 2006 naar ruim 10 procent in 2009.

4 Wat vinden briefontvangers belangrijk?

In de klanttevredenheidsonderzoeken is niet gevraagd naar de aspecten die klanten belangrijk vinden aan de dienstverlening. Op basis van regressieanalyses is wel af te leiden welke aspecten van de dienstverlening samenhangen met algemene oordelen over de brief.

Het eindoordeel van briefontvangers wordt vooral bepaald door hun oordeel over de afwikkeling na de brief.

Het oordeel over de brief zelf wordt bij klanten met kinderbijslag of een nabestaandenuitkering bepaald door het oordeel over de toon van de brief en in mindere mate door de duidelijkheid en de volledigheid. Het taalgebruik draagt niet bij aan het oordeel van deze klanten over de brief. Sterker nog: in 2009 hadden AKW-klanten zelfs een hogere waardering voor de brief als zij negatiever waren over het taalgebruik van de brief.

AOW-klanten hechten vooral veel waarde aan de volledigheid van de brief. Vóór 2008 vonden briefontvangers met AOW duidelijkheid en volledigheid ook belangrijk, maar sinds 2008 hebben deze aspecten weinig invloed op het oordeel over de brief. Ook bij AOW-klanten speelt het oordeel over de taal van de brief nauwelijks een rol.

Een deel van de briefontvangers ontving een brief nadat zij een vraag hadden gestuurd naar de SVB. Bij deze specifieke groep heeft het oordeel vooral betrekking op het antwoord op de vraag.

[Terug naar bijlage 8](#)

5 Wat zijn de belangrijkste wensen van klanten?

Klanten verwachten (globale) kennis over andere relevante regelingen van een SVB-medewerker. De globale kennis strekt verder dan alleen SVB-regelingen. De SVB-medewerker kan adviseren en doorverwijzen naar deskundigen, ook bij andere instanties. Omdat klanten niet verwachten vaak over meerdere regelingen contact te hebben, zullen zij ook niet vaak geconfronteerd worden met de kennis over verschillende regelingen bij een SVB-medewerker.

Uit de kwalitatieve onderzoeken naar klanten van integrale serviceteams (zie bijlage 6) blijkt dat de klant uit lijkt te gaan van een administratief integrale behandeling. Ze verwachten dat het SVB-systeem gekoppeld is. Sommigen verwachten zelfs dat de koppeling geldt met alle overheidsinstanties.

6 Wat vinden klanten van integrale dienstverlening?

Naar aanleiding van de pilot met integrale serviceteams heeft de SVB kwalitatief onderzoek gevoerd naar klanten die contact hebben gehad met integrale serviceteams van de SVB. De kwalitatieve onderzoeken zijn vooral indicatief van aard, er kunnen nog geen harde conclusies uit worden getrokken.

Tevredenheid blijft hoog

De tevredenheid met de SVB blijft ook bij klanten die contact hebben met integrale serviceteams bijzonder hoog. Het wordt vooral gewaardeerd dat regelingen vlekkeloos verlopen, waardoor contact vaak niet nodig is (automatisch bericht bij wijzigingen, snelle behandeling van aanvragen en wijzigingen, proactief contact vanuit de SVB).

Onze klanten waarderen ook de persoonlijke benadering. Ze vinden het fijn dat ze naar een lokaal nummer kunnen bellen en direct de juiste persoon aan de lijn hebben. Verder waarderen ze het medeleven en meedenken van SVB-medewerkers. Klanten vinden de toon van brieven soms wel wat dreigend wanneer actie van de klant wordt verwacht. Nabestaanden moeten bijvoorbeeld regelmatig inkomensgegevens opsturen om de hoogte van hun uitkering te kunnen bepalen.

In deze onderzoeken is onderzocht hoe onze klanten bediend willen worden door de SVB, vooral wanneer het gaat over contact over meerdere regelingen. Er is een aantal verwachtingen uitgekomen die invloed kunnen hebben op toekomstige klantoordelen.

Een integrale behandeling

De klant lijkt uit te gaan van een administratief integrale behandeling. Dit wordt breder getrokken dan alleen de SVB. Vanwege bekende technologieën als DigiD en BSN wordt verwacht dat het SVB-systeem gekoppeld is. Sommigen verwachten zelfs dat de koppeling geldt voor alle overheidsinstanties.

Een overzicht van mogelijk relevante regelingen, uitgaand van de persoonlijke situatie, lijkt bijzonder gewenst. Ook dit wordt breder getrokken dan alleen de SVB.

De meeste klanten hadden nog geen bewuste ervaring met integrale serviceteams. Ze hebben ook de indruk dat ze sowieso weinig contact met de SVB hebben.

Kwalitatief onderzoek

Voor de onderzoeken zijn verschillende groepsdiscussies gehouden met groepen klanten die voor meerdere regelingen contact hadden met de SVB (AKW-Anw of AKW-TOG). Het onderzoek "*Integrale serviceteams: sluit aan bij de wensen van de klant*" (april 2009) is gebaseerd op online groepsdiscussie met 37 klanten. De onderzoeken "*Integrale behandeling; administratief verwacht, inhoudelijk verschillend*" (mei 2009) en "*Klantervaringen met de integrale service teams. Geen bewuste verandering in een uitstekende dienstverlening*" (september 2009) zijn gebaseerd op in totaal acht groepsdiscussies met per discussie vijf of zes personen. Er is nog geen kwantitatief onderzoek geweest naar de (pilot van de) integrale serviceteams (IST-teams). De kwalitatieve onderzoeken zijn slechts indicatief van aard.

Klanten verwachten (globale) kennis over andere relevante regelingen van een SVB-medewerker. De globale kennis strekt verder dan alleen SVB-regelingen, de medewerker kan adviseren en doorverwijzen naar experts, ook bij andere instanties.

[Terug naar hoofdtekst](#)

7 Welke verschillende klanttypen onderscheidt de SVB?

In 2005 heeft TNS-Nipo in opdracht van de SVB onderzoek gedaan naar wat voor verschillende klanttypen er zijn bij klanten van de SVB. Dit is gedaan door middel van interviews met verschillende (groepen) klanten bij de AOW, Anw en AKW. De SVB wilde op die manier inzicht krijgen in de manier waarop klanten met de SVB omgaan en welke informatiebehoeften en wensen daar bij aansluiten.

De indeling in klanttypen is gemaakt aan de hand van twee dimensies. De individuele dimensie stelt klanten met een lage bezorgdheid tegenover klanten met een hoge bezorgdheid. Mensen met een lage bezorgdheid zijn meer einddoelgericht en mensen met een hoge bezorgdheid zijn meer procesgericht.

De sociale dimensie stelt afhankelijke klanten tegenover onafhankelijke klanten. Afhankelijke klanten willen veel hulp van de SVB, terwijl onafhankelijke klanten zoveel mogelijk zelf hun uitkering en/of financiën willen managen en controleren.

De SVB onderscheidt drie typen klanten aan de hand van deze dimensies: de zorgeloze, de noodgedwongen regelaar en de natuurlijke manager.

De noodgedwongen regelaar zoekt steun, stelt zich onafhankelijk op en maakt zich zorgen. De noodgedwongen regelaar wil:

- > Dat de SVB meeleeft, zich kan inleven in de klant in en begrip toont (tijdigheid brief- niet te vroeg in geval van Anw)
- > Geholpen en gesteund worden: oplossingsbereidheid
- > Weten waar men aan toe is
- > Duidelijkheid over het proces
- > Gerust gesteld worden
- > De SVB zorg uit handen neemt
- > Het initiatief bij SVB.

De zorgeloze wil zo min mogelijk sores, wil zich niet bezig houden met de SVB en haar wetten, maakt zich niet bezorgd en wacht af. De zorgeloze wil:

- > Dat de SVB initiatief neemt, het proces in gang zet, aanvraagformulieren stuurt en tijdig informatie verstrekt
- > Dat de SVB alles aanreikt
- > Dat het proces zo soepel mogelijk verloopt
- > Dat de SVB over alle benodigde informatie beschikt.

De natuurlijke manager regelt zijn of haar zaken het liefst zelf. Hij of zij eist rechten op en stelt zich onafhankelijk op. De natuurlijke manager wil:

- > Duidelijkheid over waar informatie te vinden is
- > Duidelijke, volledige en gerichte informatie
- > Zakelijk en gericht contact
- > Dat de SVB afspraken nakomt
- > Schriftelijke bevestiging van alle zaken.

Doordat klanten de SVB via verschillende kanalen kunnen bereiken, wordt rekening gehouden met verschillende behoeften van klanten.

[Terug naar hoofdtekst](#)

8 Welk rapportcijfer is goed?

Vóór 2006 werden de klantenuoordelen gevraagd op basis van vijf antwoordmogelijkheden:

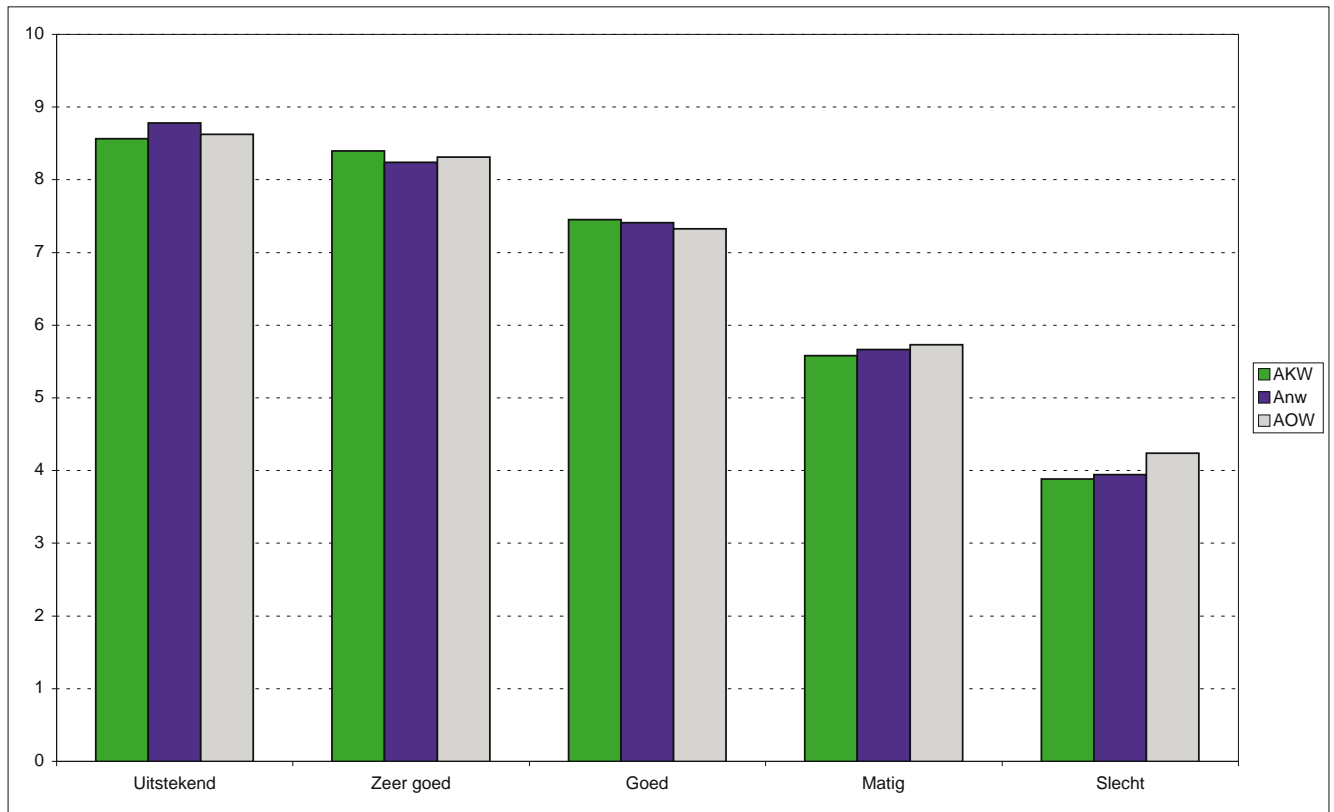
- > Uitstekend
- > Zeer goed
- > Goed
- > Matig
- > Slecht

In 2006 is voor het eindoordeel over het contact één vraag gesteld met een rapportcijfer. Als vergelijking is toen ook naar het eindoordeel gevraagd met de vijf antwoordmogelijkheden variërend van uitstekend tot slecht.

Op deze manier is een vergelijking te maken tussen de oordelen van uitstekend tot en met slecht en de rapportcijfers die briefontvangers en bellers hieraan toekennen. Zo zijn ook de overige klantenuoordelen om te rekenen naar rapportcijfers. Zo kun je door middel van een regressieanalyse beoordelen wat de invloed is van verschillende aspecten op het algemene oordeel van briefontvangers en bellers.

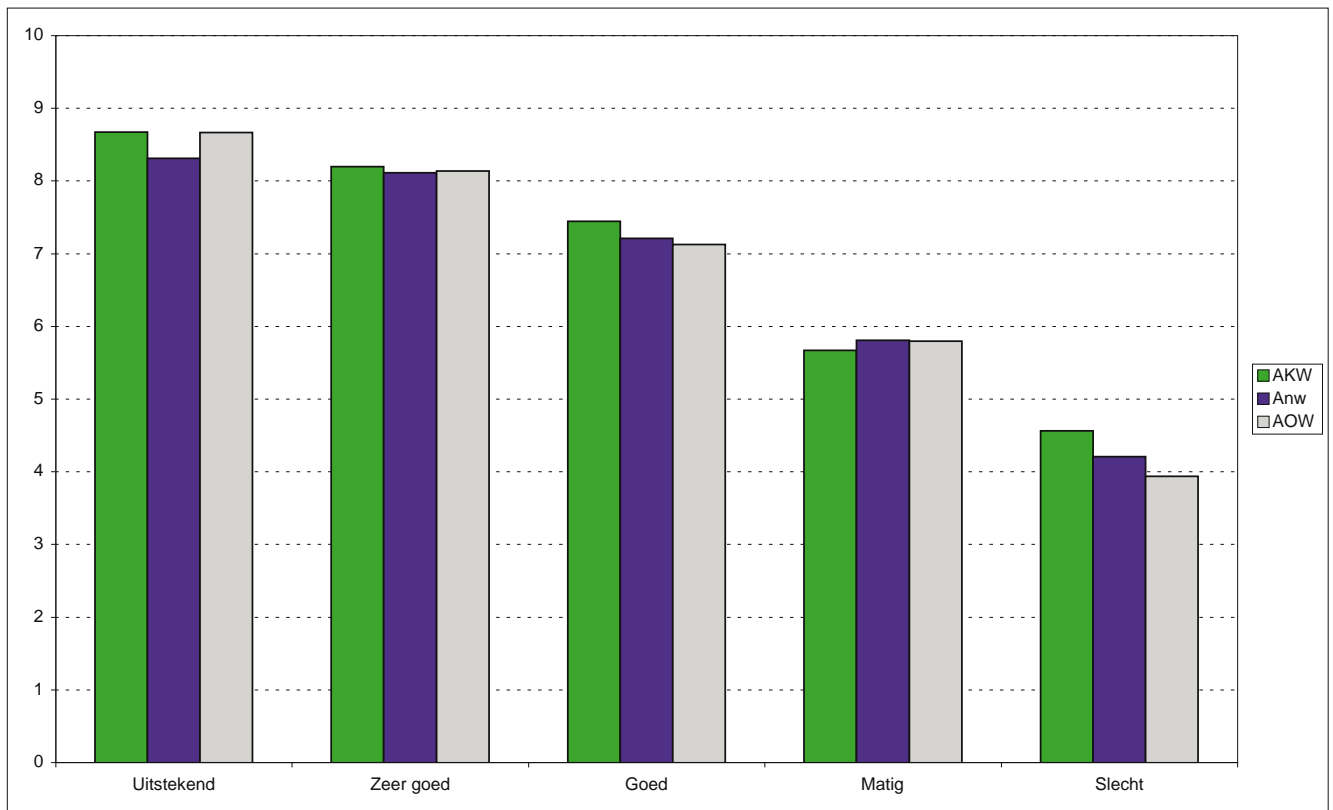
Verder zijn de figuren 9 en 16 uit dit rapport zo beter te beoordelen.

Figuur 17: Gemiddelde rapportcijfer van bellers voor laatste contact op basis van oordeel uitstekend tot slecht in 2006



Bellers die het laatste contact beoordeelden als uitstekend of als zeer goed gaven voor dit contact gemiddeld een rapportcijfer van tussen 8 en 9. Als bellers het contact als goed beoordeelden dan gaven ze gemiddeld een rapportcijfer tussen 7 en 8, als ze het contact als matig beoordeelden gaven ze gemiddeld een rapportcijfer tussen 5 en 6 en bij het oordeel slecht gemiddeld rond een 4. Bij de negatieve oordelen gaven AOW'ers een iets hoger rapportcijfer dan klanten met kinderbijslag of Anw.

Figuur 18: Gemiddelde rapportcijfer van briefontvangers over laatste contact op basis van oordeel uitstekend tot slecht in 2006



Briefontvangers die het laatste contact als uitstekend beoordeelden gaven gemiddeld een rapportcijfer tussen 8 en 9. Bij het oordeel zeer goed gaven ze gemiddeld een rapportcijfer rond een 8, bij het oordeel goed ruim boven de 7, bij het oordeel matig bijna op een 6. Bij het oordeel slecht varieerde het gemiddelde rapportcijfer tussen een 4 bij AOW'ers en tussen 4 en 5 voor klanten met kinderbijslag of Anw.

De verschillen tussen uitstekend, zeer goed en goed blijken naar het oordeel van de klanten dus veel kleiner dan tussen goed, matig en slecht.

Voor de eindoordelen geven briefontvangers en bellers vanaf 2006 rapportcijfers. Alle overige klantoordelen zijn alleen bekend naar antwoordmogelijkheden uitstekend tot slecht. Op basis de gemiddelde rapportcijfers die klanten in 2006 aan de eindoordelen toekenden, zijn alle overige klantoordelen ook om te rekenen naar rapportcijfers. Zo kun je door middel van een regressieanalyse bij schriftelijke klanten beoordelen wat de invloed is van verschillende aspecten van de brief op het algemene oordeel over de brief. Een soortgelijke analyse kun je ook doen bij bellers.

[Terug naar bijlage 1](#)

[Terug naar bijlage 3](#)

LITERATUUR

Klanttevredenheidsonderzoeken (KTO's)

KTO 2000:

Hoff, A. (2000)

SVB Klanttevredenheid 2000: Vestiging totaal

Leiden: Interview NSS

KTO 2002:

Interview NSS (2002)

Klanttevredenheidsonderzoek 2002: Vestiging totaal

Amsterdam: Interview NSS

KTO 2003:

Kalker, R. en Rombouts, S. (2003)

Klanttevredenheidsonderzoek 2003: Analyse resultaten

Amstelveen: SVB

KTO 2004:

Kalker, R. (2004)

Klanttevredenheidsonderzoek 2004: Analyse resultaten

Amstelveen: SVB

KTO 2006:

Verheij, F. (2006)

Klanttevredenheidsonderzoek 2006: Analyse resultaten

Amstelveen: SVB

KTO 2008:

Dijkema, L, Oudshoorn, E en Kuiper, F. (2008)

Contacttevredenheid SVB klanten 2008: Een tussentijdse scan

Amsterdam: Synovate

KTO 2009:

Oudshoorn, E. en Hendriks, S. (2009)

Contacttevredenheid SVB klanten 2009

Amsterdam: Synovate

Overige literatuur

Cappelle, C. van de, en Visser, J. (2005)

Informatiewensen en – behoeften inzake AKW, ANW en AOW: Een kwalitatief onderzoek onder de SVB klanten

Amsterdam: [TNS Nipo](#)

[Terug naar hoofdtekst](#)

[Terug naar bijlage 7](#)

Oudshoorn, E. en Schuur, K. van. (2009a)

De visie van de integrale SVB-klant. Integrale behandeling: administratief verwacht, inhoudelijk verschillend

Amsterdam: [Synovate](#)

[Terug naar bijlage 6](#)

Oudshoorn, E. en Schuur, K. van. (2009b)

Integrale serviceteams: sluit aan bij de wensen van de klant

Amsterdam: [Synovate](#)

[Terug naar bijlage 6](#)

Schuur, K. van. (2009)

Klantervaring met de integrale serviceteams: Geen bewuste verandering in een uitstekende dienstverlening

Amsterdam: [Synovate](#)

[Terug naar bijlage 6](#)