

## Resultaten van het onderzoek 'Kanaalmigratie'

Hieronder leest u de resultaten van het laatste onderzoek dat wij gedaan hebben.

Wij stelden u vragen over de manier waarop u contact met ons zoekt als u een vraag heeft.

De titel van het onderzoek 'kanaalmigratie' heeft wat toelichting nodig. Onder 'kanaal' verstaan we communicatiemiddelen als telefoon, website, persoonlijk contact enzovoorts. Met 'kanaalmigratie' bedoelen we dat wij de manier waarop wij vragen beantwoorden en informatie geven, willen vernieuwen.

### Wat was het doel van het onderzoek?

Het doel van het onderzoek was een antwoord te vinden op de volgende vraag: Op welke manier bedienen wij de huurders snel en goed als zij vragen hebben en contact met ons zoeken?

### Wat doen we met de resultaten en conclusies?

De resultaten en conclusies van het onderzoek helpen om klantvriendelijker te werken. Daarvoor kijken wij momenteel kritisch naar de wijze waarop wij voor de klant bereikbaar zijn. Verbeteringen volgen in een latere fase. Als er concrete voorstellen zijn, horen wij graag weer wat u ervan vindt.

### Hoeveel panelleden hebben de vragenlijst ingevuld?

In totaal zijn 435 leden uitgenodigd om mee te doen. Van deze groep hebben 260 leden (ofwel 60 procent) alle vragen beantwoord. Wij zijn heel blij mee met dit hoge aantal deelnemers.

### Welke vragen zijn er gesteld?

De vragenlijst is samen te vatten in zes hoofdvragen:

1. welk communicatiemiddel is gebruikt?
2. waarom dat communicatiemiddel?
3. welke vraag is gesteld?
4. wanneer had u voor een ander communicatiemiddel gekozen?
5. wat zou onze website moeten bieden om het bellen te voorkomen?

### Wat zijn de resultaten?

Hieronder leest u de antwoorden en de conclusies.

#### 1. Welk communicatiemiddel is in het laatste half jaar gebruikt?

Bij bijna twee derde deel (65%) verliep het contact in het laatste half jaar telefonisch, bij een derde deel (30%) via de e-mail en bij bijna een vijfde deel (18%) via de website.

Bij klantpanelleden die in het afgelopen half jaar géén contact met ons gehad hebben, komen dezelfde voorkeuren naar voren en staat het telefonische contact bovenaan. Het is belangrijk om gemakkelijk (zonder te zoeken) en snel een antwoord te krijgen. Ook wil men graag persoonlijk contact zodat er geen misverstanden over de antwoorden ontstaan. En men vindt het socialer. Informatie die via de e-mail gegeven wordt, staat zwart-op-wit wat een enkeling een voordeel vindt. Over sociale media zijn veel klanten negatief. Zij zien de meerwaarde niet.

**Conclusie:** Telefonisch contact komt het meest voor, daarna komt contact via de e-mail. Weinig populair is contact via een papieren brief of via een bezoek aan kantoor. Contact leggen via sociale media gebeurt zelden.

#### 2. Waarom dit communicatiemiddel?

Voordat men de telefoon pakte, keek bijna de helft eerst op de website. Een belangrijke reden om (toch) te bellen, is dat men graag persoonlijk iemand wilde spreken. Op de

tweede plaats komt de reden dat men sneller een antwoord denkt te krijgen. Enkele klanten antwoorden dat er geen reactie kwam op de mail of op een reparatieverzoek. Een tiental mensen geeft aan het antwoord op de website niet te kunnen vinden of dat er te weinig informatie op staat. Er zijn ook mensen die niet denken aan de website of niet weten dat hier antwoorden op te vinden zijn.

**Conclusie:** Bijna de helft van de klantpanelleden kijkt vóór het bellen eerst op de website maar kan het antwoord hier niet snel genoeg op vinden.

### **3. Welke vraag is gesteld?**

Op de eerste plaats kwam het reparatieverzoek. Op de tweede plaats kwamen klachtmeldingen, bijvoorbeeld over overlast, en op de derde plaats had men een concrete vraag over de persoonlijke situatie. Ook belde men over concrete, technische vragen zoals over isolatiemaatregelen.

**Conclusie:** Huurders bellen over verschillende onderwerpen maar vooral voor het doen van een reparatieverzoek. We gaan onderzoeken of we hiervoor een andere manier kunnen vinden, bijvoorbeeld via de website.

### **4. Wanneer wil men via internet of de website contact?**

Hierbij waren meerdere antwoorden mogelijk. Bijna 30% van de bellers zegt dit te doen als zij op de website gemakkelijker de informatie kunnen vinden. Praktisch hetzelfde percentage zegt dit te doen als er een online helpdesk is of een speciaal emailadres voor vragen. Ongeveer een kwart van de bellers geeft aan dit te doen als er een afspraak voor een reparatie gemaakt kan worden via de website.

**Conclusie:** De website kan beter. Belangrijk hierbij is het gemakkelijker vindbaar maken van de informatie, het gemakkelijker maken van contact via de website en het maken van afspraken voor reparaties.

### **Samengevat trekken we de volgende conclusies:**

- Men heeft een voorkeur voor telefonisch contact en contact via e-mail. De website komt op de derde plaats;
- Men pakt de telefoon voor de snelheid en het persoonlijke contact;
- Als de telefoon het niet doet, komt contact via e-mail op de eerste plaats en de website op de tweede plaats;
- De sociale media zijn het minst populaire kanaal om contact met ons te leggen;
- Bijna de helft van de bellers kijkt voordat men de telefoon pakt, op de website;
- Men vindt het lastig om antwoorden op de website te vinden;
- Erg veel telefoontjes gaan over reparatieverzoeken;
- Ongeveer een vierde deel van de bellers is bereid om via de website afspraken voor reparaties te maken.