



Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid
Klantgerichtheid als basis voor een helder beleid en betere prestaties

Richard Bakker
Mei 2006



Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

Klantgerichtheid als basis voor een helder beleid en betere prestaties.

Auteur	R.R. Bakker Studentnummer 20021694
Instelling	Haagse Hogeschool Opleiding Facility Management Johanna Westerdijkplein 75 2521 EN Den Haag
Docent begeleider	Mevr. B.A. Heemskerk – Nooij
Mede beoordelaar	Dhr. Th.G.J. Loeffen
Opdrachtgever	British Telecom Albert Einsteinlaan 50 2719 ER Zoetermeer
Mentor	Dhr. E. Bouwmeester
Periode onderzoek	november 2005 – mei 2006
Plaats en datum	Den Haag, 23 mei 2006
Soort document	Afstudeerscriptie

Auteursreferaat

Onderzoek naar de tevredenheid van de interne klant van het facilitair bedrijf bij British Telecom Zoetermeer, een onderdeel van BT Global Services, gespecialiseerd in ICT-oplossingen. De onderzoeksvraag is hoe men de klanttevredenheid van de interne klant van BT Zoetermeer kan meten, om hiermee bruikbare informatie te genereren over waar men wat kwaliteit betreft staat en hoe men deze kwaliteit kan optimaliseren. Achterliggende doelstelling is dat de facilitaire organisatie van British Telecom Zoetermeer zich meer klantgericht en meer professioneel wil gaan opstellen. Door een klantenonderzoek wil men de huidige klanttevredenheid meten en zo tot verbeterpunten komen. Belangrijkste conclusie is dat de facilitaire afdeling niet zodanig is ingericht zodat ze het primaire proces optimaal kan ondersteunen. Aanbevolen wordt om volgens een vraaggerichte aanpak te werken en kwaliteitsmanagement in de beleidsvoering door te voeren. Specifiek is er aandacht voor het onderdeel Service Level Management uit de kwaliteitskunde. Het doel van Service Level Agreements aan te gaan, een producten- en dienstencatalogus op te stellen, processen helder te omschrijven, een servicedesk op te zetten en een accountmanager aan te stellen zal er bewuster met de kosten worden omgegaan en klantgerichter worden gewerkt. Door het opvolgen van de aanbevelingen zal men klantgerichter te werk gaan en veel geld op het facilitaire budget besparen. Hierdoor zal de klanttevredenheid van de interne medewerker toenemen en is de facilitaire organisatie optimaal in staat om het primaire proces te ondersteunen. In de bijlagen o.a.: de uitleg over methoden om kwaliteit te meten, de klanttevredenheidsenquête, de uitwerking van de enquête in SPSS.

Indexreferaat

Facility management
Management in de organisatie
Kwaliteitsmanagement
Kwaliteitsmanagement in de dienstverlening
Kwaliteitsmanagement in de facilitaire organisatie
Klanttevredenheid
Kwaliteitsonderzoek
Kwaliteitszorg

Managementsamenvatting

In dit rapport wordt onderzoek gedaan naar de klanttevredenheid van de interne gebruiker van facilitaire organisatie van British Telecom Zoetermeer. In het rapport zal ook ingegaan worden op de inrichting van de afdeling met betrekking tot klanttevredenheid.

Dit naar aanleiding van de wens dat de facilitaire organisatie van British Telecom Benelux zich meer klantgericht en professioneel wil gaan opstellen en een samenwerking wil bewerkstelligen tussen haar locaties Amsterdam, Brussel en Zoetermeer. Het management van de facilitaire organisatie Benelux wil graag weten hoe de interne gebruiker de diensten en producten van Facilities waardeert. Het onderzoek richt zich op BT Zoetermeer; de opgestelde onderzoeksmethode is echter tot stand gekomen met input van Amsterdam, Brussel en Zoetermeer. Alleen bij de vestiging Zoetermeer zal de vragenlijst worden uitgezet. Indien de onderzoeksmethode als succesvol wordt beschouwd, zal deze in een vervolgonderzoek ook worden toegepast op de vestigingen Amsterdam en Brussel.

Op basis van deze gegevens is de volgende probleemstelling opgesteld:

‘Hoe kan men de klanttevredenheid van de interne klant meten van de diensten en producten van Facilities BT Zoetermeer, om hiermee vervolgens bruikbare informatie te genereren over hoe de interne gebruiker de diensten en producten ervaart en hoe Facilities BT Zoetermeer de diensten en producten kan optimaliseren?’

Om de klanttevredenheid van Facilities Zoetermeer te meten is gebruikgemaakt van deskresearch, observaties, interviews en enquêtes.

De conclusie die getrokken kan worden, is dat de facilitaire afdeling niet als zodanig is ingericht dat ze het primaire proces optimaal kan ondersteunen.

Geformuleerde aanbevelingen:

Strategisch

- Het invoeren van Service Level Management

Tactisch

- Het opstellen van een Producten en Diensten Catalogus
- Het opstellen van Service Level Agreements
- Het doorbelasten van de facilitaire kosten naar de afdelingen
- Het aanstellen van accountmanagers
- De uitkomsten van het klanttevredenheidsonderzoek met de afdelingen bespreken en evalueren

Operationeel

- Het Front Office doorstarten en deze een servicedeskfunctie te geven
- Het invoeren van een Facilitair Management informatie systeem
- Aanpassing van de diensten: Schoonmaak en Catering
- Een periodiek klanttevredenheidsonderzoek

De toekomstvisie

- Service Center
- Facilitaire doelstelling

Voorwoord

De facilitaire organisatie van British Telecom¹ Benelux heeft de auteur van dit rapport gevraagd een klanttevredenheidsonderzoek uit te voeren. De intentie van dit rapport is de tevredenheid van de interne medewerker ten opzichte van de verschillende facetten van Facilities te meten en te analyseren.

Hierbij wil ik een aantal mensen bedanken voor hun bijdrage aan het onderzoek. In het bijzonder wil ik de heer E. Bouwmeester bedanken voor de ondersteuning en begeleiding namens BT Zoetermeer. Daarnaast gaat mijn dank uit naar mevrouw B.A. Heemskerk-Nooij en de heer Th.G.J. Loeffen voor de begeleiding en ondersteuning namens de opleiding Facility Management.

Verder wil ik al mijn collega's van BT Benelux Facilities bedanken voor hun medewerking en bijdrage aan het onderzoek.

Richard Bakker

Den Haag, 23 mei 2006

¹ British Telecom zal in het vervolg van het rapport als BT worden aangeduid.

Inhoudsopgave

Voorwoord	6
Definitie van begrippen	9
Inleiding	10
Aanleiding	10
Probleemstelling	10
Subprobleemstellingen	10
Doelstelling	11
Opzet van het onderzoek	11
1. British Telecom Algemeen	13
Wat doet BT?	13
BT Nederland	14
Facilities en de BT Group	14
Facilities Zoetermeer	14
2. Kwaliteitsmanagement	16
3. Onderzoeksverantwoording	21
3.1. Deskresearch	21
3.2. Interviews met het management	22
3.3. Observeren van en interviews met de Facilities-medewerkers	22
3.4. Verdiepingsinterview random onder de populatie	22
3.5. Klanttevredenheidsenquête	23
3.6. Afbakening onderzoeksgebied	23
3.7. Relevantie van het onderzoek	24
3.8. Doelgroep van het onderzoek	24
4. Resultaten van de onderzoeken	25
4.1. Resultaten deskresearch	25
4.2. Resultaten-analyse BT Group	25
4.3. Resultaten observeren en het open interview	26
4.4. Resultaten verdieping interview random onder de populatie	26
4.5. Resultaten klanttevredenheidsenquête	29
5. Aanbevelingen	33
5.1 Strategisch	33
5.2 Tactisch	34
5.3 Operationeel	35
5.4 Aanpassing van de diensten	36
5.5 De toekomstvisie	37

6. Conclusie	38
7. Plan van aanpak	39
8. Baten en Kosten	43

Definitie van begrippen²

In dit hoofdstuk worden belangrijke definities behandeld die het lezen van het rapport vergemakkelijken en verduidelijken.

Kwaliteitszorg

Het totaal aan activiteiten die tot doel hebben factoren, die van invloed zijn op de kwaliteit van een product, proces of dienst, zodanig te integreren en beheersen dat een product of dienst met de beoogde kwaliteit wordt geleverd of verricht.

Interne klanten

Hiermee worden alle medewerkers van BT Zoetermeer bedoeld.

Kwaliteit

De begrippen kwaliteit en tevredenheid worden nog wel eens aan elkaar gelijk gesteld. Dit is iets wat in de praktijk niet kan. Wanneer een product of dienst kwalitatief goed is hoeft de klant nog niet per definitie tevreden te zijn en andersom geldt dit ook. Het is moeilijk om concreet over kwaliteit te spreken zonder dit begrip te koppelen aan een object: veelal wordt er onderscheid gemaakt tussen producten- of dienstenkwaliteit (wat wordt geleverd) en proceskwaliteit (hoe wordt het geleverd). Vervolgens kan kwaliteit vanuit verschillende invalshoeken worden gedefinieerd. De meest gangbare definities zijn:

- Het voldoen aan de vooraf gestelde specificaties;
- De mate waarin er (subjectief gezien) een acceptabele verhouding is tussen de kenmerken van een product en de inspanningen die moeten worden geleverd om het product te verkrijgen (prijs-prestatieverhouding);
- De mate waarin een geheel van eigenschappen en kenmerken voldoet aan de eisen.

Tevredenheid

In de laatste betekenis grenst het begrip kwaliteit aan 'tevredenheid'. Bij klanttevredenheid gaat het immers om de mate waarin aan de eisen van de klanten is voldaan, volgens de perceptie van de klant zelf. Kwaliteit en tevredenheid verschillen op de volgende punten van elkaar:

- Een tevredenheidsoordeel is gebaseerd op eigen ondervindingen en bij oordelen over de kwaliteit hoeft dit niet het geval te zijn;
- Een oordeel over kwaliteit van een dienst of product betreft meer een attitude, terwijl een tevredenheidsoordeel transactiespecifiek is.

Dit rapport richt zich op het laatst besproken onderdeel: tevredenheid en in dit geval de tevredenheid van de interne klant. Klanttevredenheid betreft de mate waarin de organisatie aan de behoeften en verwachtingen van de interne klanten beantwoordt. In het klanttevredenheidsrapport over de facilitaire organisatie van BT Zoetermeer wordt ingegaan op de eigen ondervindingen en houdingen van de ondervraagden ten aanzien van een bepaalde dienst of bepaald product.

² Bron: InAxis medewerkerstevredenheidsonderzoek blz. 14

Inleiding

In dit hoofdstuk wordt de aanleiding, de probleemstellingen, de subprobleemstellingen en de doelstelling van het onderzoek worden uitgewerkt. Vervolgens wordt er een schets worden gegeven van de onderzoeksopzet. De leeswijzer, waarmee de inleiding wordt afgesloten, geeft in het kort weer wat er per hoofdstuk behandeld wordt.

Aanleiding

De aanleiding van de opdracht is de wens vanuit British Telecom dat de facilitaire organisatie van British Telecom Benelux zich meer klantgericht en meer professioneel wil gaan opstellen. Er hebben zich de afgelopen jaren binnen British Telecom Benelux veel organisatorische veranderingen voorgedaan. De organisatie Syntegra Zoetermeer is overgenomen door BT en hierdoor zijn er veel personele verschuivingen geweest. Door deze overname is er een nieuw onderdeel ontstaan met een eigen facilitaire organisatie en bijbehorende opvattingen. De afdeling Facilities Benelux wil een samenwerking bewerkstelligen tussen haar locaties Amsterdam, Brussel en Zoetermeer. Het doel hiervan is dat de gebruiker op elke locatie binnen de Benelux een gelijkwaardige dienst of product krijgt aangeboden en de procedures, waaronder de manier van het aanvragen van diensten en producten, gelijk zijn. Een van de stappen in dit veranderproces is het vaststellen van de wens van de interne klant. Het management van de facilitaire organisatie Benelux wil graag weten hoe de interne gebruiker de diensten en producten van Facilities waardeert. Het onderzoek richt zich op BT Zoetermeer; de opgestelde vragenlijst is echter tot stand gekomen met input van Amsterdam, Brussel en Zoetermeer. De vragenlijst die deel uitmaakt van het onderzoek wordt alleen bij de vestiging Zoetermeer uitgezet. Zoetermeer dient hierbij als pilot; indien de onderzoeksmethode als succesvol wordt beschouwd, zal deze in een vervolgonderzoek ook worden toegepast op de vestigingen Amsterdam en Brussel. Door middel van dit onderzoek zal worden aangetoond wat de beleving is van de huidige kwaliteit van de facilitaire organisatie Zoetermeer. Het onderzoek richt zich op de klanttevredenheid van de interne klant ten aanzien van Facilities. Door middel van dit onderzoek wil men een helder beeld krijgen van de rol en de waardering van Facilities binnen de gehele organisatie. Hierdoor hoopt men beter op de wens van de interne klant in te kunnen spelen.

Probleemstelling

‘Hoe kan men de klanttevredenheid van de interne klant meten van de diensten en producten van Facilities BT Zoetermeer, om hiermee vervolgens bruikbare informatie te genereren over hoe de interne gebruiker de diensten en producten ervaart en hoe Facilities BT Zoetermeer de diensten en producten kan optimaliseren?’

Subprobleemstellingen

Er is een aantal subprobleemstellingen geformuleerd. De antwoorden hierop helpen een zo volledig mogelijk antwoord te geven op de probleemstelling.

- Hoe zit Facilities Zoetermeer organisatorisch in elkaar?
- Wat is kwaliteitsmanagement?
- Wie is de onderzoekspopulatie?
- Voor wie is dit onderzoek geschreven?
- Welke meetinstrument zijn er om kwaliteit te meten?
- Welke kwaliteitsmeetinstrumenten zijn er in dit rapport gebruikt?

- Hoe gaat men de verkregen informatie analyseren?
- Wat zijn de conclusies van de geanalyseerde informatie?
- Welke aanbevelingen kunnen we aan de hand van deze conclusies doen?

Doelstelling

De doelstelling van het onderzoek is om te komen tot een rapport over de mate van tevredenheid van de interne klant van BT met betrekking tot de afdeling Faciliteiten van de vestiging Zoetermeer. Door middel van meetinstrumenten uit de kwaliteitskunde worden ervaringen van de interne gebruiker in kaart gebracht. Deze ervaringen worden gebruikt om uiteindelijk te komen tot bruikbare informatie over ‘hoe de interne gebruiker de kwaliteit van de diensten en producten ervaart’ en ‘hoe men de facilitaire organisatie BT Zoetermeer de diensten en producten kan optimaliseren’.

Opzet van het onderzoek

Om tot een goede beantwoording van de probleemstelling te komen is er op verschillende wijzen informatie verzameld. In de eerste stap van het onderzoek is er deskresearch, waaronder een literatuuronderzoek, uitgevoerd. De resultaten hiervan zijn terug te vinden in hoofdstuk 4.1. Vervolgens is er geobserveerd waarbij deze resultaten staan genoemd in hoofdstuk 4.2. Tevens hebben er interviews plaatsgevonden met de medewerkers van de facilitaire organisatie. Dit hield in dat er een dagdeel met een medewerker werd meegelopen waarbij de medewerker vertelde wat zijn werkzaamheden inhielden. Tijdens de interviews werden vragen gesteld die tot doel hadden de afdelingprocessen te leren kennen. In hoofdstuk 4.3 wordt hier verder op in gegaan. Vervolgens is het onderzoek gericht op de interne gebruiker met een verdiepingsinterview random onder de populatie. Hier werden vijftien personen geïnterviewd op de verschillende afdelingen van de facilitaire organisatie; de bevindingen uit dit populatieonderzoek zijn gebaseerd op de critical incident methode. In hoofdstuk 4.4 wordt hier verder op in gegaan. Naar aanleiding van de critical incident methode is er gekeken of er verbanden in de ervaringen te zien waren. Hierop zijn de enquêtevragen - zie hoofdstuk 4.5 voor uitleg - gebaseerd. De enquête is vervolgens uitgezet onder alle medewerkers van de vestiging Zoetermeer.

Leeswijzer

Hoofdstuk 1 biedt inzicht in BT als organisatie. Er wordt gestart met een schets van de organisatie van BT wereldwijd. Vervolgens wordt er steeds specifiek ingegaan op de facilitaire organisatie Zoetermeer en haar kerntaken.

In het tweede hoofdstuk wordt de opzet van het onderzoek besproken. Hierin wordt duidelijk welke stappen er zijn genomen en welke voorwaarden hierbij golden om tot een bruikbaar antwoord te komen op de probleemstelling.

Vervolgens gaat hoofdstuk 3 in op de begrippen kwaliteit en kwaliteitsmanagement. Het gaat dan om de ontwikkeling van kwaliteit en kwaliteitsmanagement en de relatie met het hedendaags facilitair management. Tevens wordt het belang van onderzoek voor de facilitair manager behandeld.

In hoofdstuk 4 worden de resultaten van de onderzoeken weergegeven. Hier worden de resultaten samengevat uit het deskresearch, de interviews, de observatie en de enquêtes.

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

Op basis van de in hoofdstuk 4 verkregen resultaten, wordt in hoofdstuk 5 aanbevelingen worden geformuleerd. Deze aanbevelingen dragen stuk voor stuk bij aan de beantwoording van de probleemstelling.

Hoofdstuk 6 behandelt de financiële consequenties van de geformuleerde aanbevelingen.

In hoofdstuk 7 wordt een plan van aanpak weergegeven dat per aanbeveling beschrijft welke stappen door wie en wanneer ondernomen dienen te worden.

1. British Telecom Algemeen

Om de vraag over hoe Facilities Zoetermeer organisatorisch in elkaar zit te kunnen beantwoorden zal zowel naar BT als organisatie als naar Facilities zelf gekeken moeten worden. In dit eerste hoofdstuk zal een schets worden gegeven van de organisatie BT. Allereerst zal BT wereldwijd worden behandeld, vervolgens komt BT Nederland aan de orde en als afsluiting zal BT Zoetermeer worden uitgelicht met de nadruk op de facilitaire afdeling en haar kerntaken.

Wat doet BT?

Van oorsprong is BT is 's werelds oudste communicatiebedrijf; het was het eerste commerciële telecommunicatiebedrijf in Europa onder de naam van The Electric Telegraph Company.

BT was het eerste bedrijf, buiten de USA, dat zich richtte op de telecommunicatie sinds 1846³⁴. Tegenwoordig is BT een multinational die zich bundelt onder de BT Group; een geïntegreerde groep communicatiebedrijven. BT kent een notering aan de effectenbeurzen van Londen en New York. In 2004 bedroeg de omzet 18,5 miljard pond. British Telecommunications plc (BT) is de dochteronderneming van BT Group waarin vrijwel alle bedrijfsonderdelen en activa van BT Group zijn verzameld. De core business van BT is het wereldwijd aanbieden van communicatieoplossingen. De BT group is op te delen in vier divisies:

BT Exact:

BT Exact vormt de IT-divisie. Met IT-professionals verzorgt zij de technologische basis voor BT's verandering in een wereldwijde IT-serviceorganisatie.

BT Retail:

Deze divisie biedt diensten en oplossingen voor vaste en mobiele communicatie en is daarnaast een Britse internetprovider.

BT Wholesale:

Deze divisie levert binnen het Verenigd Koninkrijk netwerkdiensten en netwerkoplossingen aan operators of dienstverleners op het gebied van vaste en mobiele telefonie.

BT Global Services:

Deze divisie omvat de levering van ICT-oplossingen waarin het netwerk centraal staat; lokale, landelijke en internationale telecommunicatiediensten en producten en diensten op het gebied van breedband en Internet. BT Global Services is actief in Europa, Noord-Amerika, Zuid-Amerika, Zuidoost-Azië en Australië. BT Nederland is onderdeel van BT Global Services en sinds 1989 actief op de Nederlandse markt. In dit onderzoek wordt alleen ingaan op het onderdeel Benelux van de BT Global Services Tak⁵.

³ Bron: Medewerkers handboek BT Zoetermeer

⁴ http://www.edelmannederland.nl/cgi-bin/persnew/pdoc_dlv.pl?PR1248

⁵ Zie bijlage I voor organigram van BT Group plc.

BT Nederland

BT is sinds 1989 in Nederland gevestigd. In 1997 ging BT een joint venture aan met de Nederlandse Spoorwegen om zich door middel het bedrijf Telfort ook op de consumentenmarkt te kunnen richten. In 2001 besloot het moederbedrijf de telecomonderneming Telfort op te delen in een bedrijf voor mobiele telefonie en BT als leverancier van vaste telefoon, data en Internet verbindingen. BT Nederland richt zich uitsluitend op de grootzakelijke markt en de publieke sector⁶. De Consulting & Systems Integration tak van BT (voorheen Syntegra) helpt organisaties bij het veranderen en het verbeteren van de manier waarop kennis en technologie van bedrijfs- en informatieprocessen kunnen worden toegepast. BT zet haar kennis en ervaring in om klanten perspectief te bieden op groei en ontwikkeling. Met IT-gedreven oplossingen kunnen klanten kansen beter benutten. Het afgelopen jaar bedroeg de omzet van Nederland 80 miljoen euro.

Het mission statement voor de Benelux is:

“Being an IT consulting & systems integrator, we create added value for our customers by advising, implementing and managing effective IT solutions, and by producing measurable results.”

Facilities en de BT Group

BT is een matrixorganisatie⁷. Dit is een organisatievorm waarbij er sprake is van gelijkwaardig zeggenschap in twee richtingen. Een matrixorganisatie is een combinatie van een functionele structuur en de business-unit structuur. De medewerkers van de facilitaire organisatie maken tegelijkertijd deel uit van de functionele eenheid op basis van hun vakgebied facilitair management. BT Global Services werkt volgens een divisiestructuur; dit wil zeggen dat men een basismodel heeft van de organisatie-inrichting en dit op elke locatie op dezelfde wijze invoert⁸. De aansturing van Facilities wereldwijd valt direct onder Human Resources UK. Het hoofd van Human Resources legt verantwoording af aan de Directie. Daaronder valt ‘VP HR for CoEs and Workplace’ die leiding geeft aan ‘Head of Real Estate’. Deze persoon heeft verantwoording over het vastgoed wat BT wereldwijd bezit. Onder zijn leiding valt de Global Facility Manager; hij stuurt BT Global Facilities aan. In de volgende stap splitsen we alle onderdelen van BT Global Services naar de vestigingen wereldwijd. BT Benelux heeft een Interim Facility Manager die de verantwoording over 22 personeelsleden draagt. Facilities Zoetermeer valt onder die verantwoordelijkheid en dit is de locatie waar dit onderzoek zich op richt. De structuur van BT Zoetermeer is gelijk aan de structuur van BT wereldwijd.

Facilities Zoetermeer

De afdeling Facilities Zoetermeer is te omschrijven als een traditionele aanbodgestuurde facilitaire organisatie⁹. De afdeling ontvangt een begroting van BT waar de facilitaire organisatie standaarddiensten voor levert volgens vooraf gemaakte afspraken. Het Facilities-budget bedraagt ongeveer 2,5 miljoen euro voor de diensten. Kosten worden zodoende niet doorbelast aan de overige afdelingen. De afdeling Facilities wordt grotendeels gestuurd op basis van het budget en deels door de wensen en eisen van de interne gebruikers.

⁶ Bron: Folder BT in beeld. British Telecommunications plc 2004 geregistreerd in Engeland onder nr. 180000

⁷ Bron: Management & Organisatie blz. 264

⁸ Zie bijlage II: het organigram van de BT Group en het organigram Facilities vanuit de BT Group

⁹ Bron: Facilitair manager Facilities Zoetermeer

De afdeling Facilities Zoetermeer bestaat op dit moment uit vier personen die als team zorgdragen voor alle facilitaire werkzaamheden die zowel in, als buiten het gebouw voorkomen. Binnen de facilitaire organisatie zijn de volgende functies te vinden: facility manager, frontdeskmedewerker, een repromedewerker, een postmedewerker en een technisch medewerker.

De matrixstructuur die BT kenmerkt, heeft enkele gevolgen voor de aansturing van Facilities:

- De medewerkers van de facilitaire organisatie maken deel uit van de functionele eenheid op basis van hun vakgebied facilitair management. Hierin wordt Facilities Zoetermeer aangestuurd door de Interim Facility Manager Benelux. In deze eenheid wordt bepaald hoe de taken worden ingevuld;
- De manier waarop Facilities de taken uitvoert wordt bepaald door de business-units in Zoetermeer waar ze onder de afdeling Finance valt¹⁰. Finance heeft in deze constructie een uitsluitend adviserende rol.

Huidige kerntaken Facilitaire organisatie

De afdeling Facilities beheert en beheerst de volgende taken binnen BT te Zoetermeer: afvalverwerking, archiefbeheer, automatenbeheer, bedrijfsrestaurant, front office, kantoorartikelen, klimaatbeheer, postverwerking, reprografie, schoonmaakbeheer, technische dienst, vergader-, seminar- en boardroom service en het coördineren van verhuizingen;

Cultuur¹¹

Door de recentelijke overname van Syntegra door BT botsen hun culturen op bepaalde vlakken; de commerciële instelling en de overheidscultuur bijten elkaar nogal. De communicatielijnen binnen BT zijn lang en lopen door de matrixorganisatie door elkaar; verticale lijnen binnen BT Benelux en horizontaal de communicatielijnen van BT UK. De communicatie verloopt hierdoor stroef en het beslisproces wordt vertraagd. Door veel organisatorische veranderingen binnen BT Benelux, waar niemand op de werkvloer op de hoogte is van wat de toekomst zal brengen, ontstaat een grote onzekerheid. Door als organisatie niet duidelijk te ventileren wat de te volgen strategie is ontstaat er frustratie en irritatie bij de werknemer. Door deze situatie kunnen mensen voor zekerheid kiezen en de organisatie verlaten wat een groot kennisverlies voor de organisatie betekent.

Samenvatting

BT is een multinational die zich bundelt onder de BT Group; een geïntegreerde groep communicatiebedrijven. De core business van BT is het wereldwijd aanbieden van communicatieoplossingen. De BT group is op te delen in vier divisies: BT Exact, BT Retail, BT Wholesale en BT Global Services. BT Global Services omvat de levering van ICT-oplossingen waarin het netwerk centraal staat. In dit onderzoek wordt alleen ingaan op het onderdeel Benelux van de BT Global Services sinds 1989 in Nederland gevestigd. BT is een matrixorganisatie. Dit is een organisatievorm waarbij sprake is van gelijkwaardig zeggenschap in twee richtingen. Een matrixorganisatie is een combinatie van een functionele structuur en de business-unitstructuur. De medewerkers van de facilitaire organisatie maken tegelijkertijd deel uit van de functionele eenheid op basis van hun vakgebied facilitair management. BT Global Services werkt volgens een divisie structuur. De afdeling Facilities Zoetermeer is te omschrijven als een traditionele aanbodgestuurde facilitaire organisatie. Het Facilities-budget bedraagt ongeveer 2,5 miljoen euro voor de diensten. Kosten worden zodoende niet doorbelast aan de overige afdelingen.

¹⁰ Zie bijlage III: voor het organigram van Facilities Zoetermeer en de business-units Zoetermeer

¹¹ Bron: Uit gesprekken met medewerkers van Facilities.

2. Kwaliteitsmanagement

Om een beeld te krijgen van de begrippen kwaliteit, kwaliteitszorg en kwaliteitsmanagement wordt in dit hoofdstuk ingegaan op hun betekenissen en het belang van deze begrippen voor organisaties in het algemeen en voor BT Zoetermeer.

Kwaliteitszorg

Vanaf 1965 heeft kwaliteitszorg naar aanleiding van een aantal ontwikkelingen - o.a. consumentisme¹², participatie- en motivatiedenken in organisaties, technische ontwikkeling en grotere marktgerichtheid van bedrijven - zich verder ontwikkeld.

De zorg voor kwaliteit begint al bij het oppikken van signalen uit de markt en gaat door tot na het verkopen van het product of het verlenen van de dienst. Hiermee wordt geprobeerd weer aansluiting te vinden op de wens van de klant. Daarnaast raakt men er langzamerhand van doordrongen dat kwaliteitszorg niet een zaak is van één organisatorische eenheid, maar dat iedereen in een organisatie hiermee bezig moet zijn. Niet alleen de kwaliteitszorgafdeling moet zorgen voor de juiste kwaliteit, maar iedereen in de organisatie moet er zorg voor dragen dat geleverd wordt wat de klant wil. Deze twee ontwikkelingen - kwaliteitszorg in het hele proces en kwaliteitszorg door iedereen - zijn de kern van wat 'integrale kwaliteitszorg' wordt genoemd. Het is 'integrale kwaliteitszorg' dat door kwaliteitsgoeroes als Deming, Juran, Feigenbaum, Ishikawa en Crosby wordt gepredikt. Ieder heeft er zijn eigen naam voor en geeft er zijn eigen uitwerking aan, maar de kern is hetzelfde. Het doel van integrale kwaliteitszorg is terug naar de basis, terug naar wat in het begin van het tijdperk van arbeidsverdeling gewoon was: leveren wat voldoet aan de behoeften van de klant, en dat met behulp van hedendaagse organisaties, systemen, methoden en technieken.

Kwaliteitsmanagement vraagt om methoden en technieken waar mensen mee kunnen en willen werken en die aansluiten bij de betrokkenheid van de medewerkers in algemene zin. Kwaliteit is een zorg van mensen die wel kan worden ondersteund door, maar niet uitbesteed aan, methoden en technieken. Kwaliteit moet worden gerealiseerd in dynamische omgevingen met veel onzekerheden, tegengestelde belangen, wensen en eisen van binnen en buiten de organisatie. In deze benadering past het hebben van aandacht voor overleg, communicatie, leiderschap, motivatie en cultuur.

De praktijk heeft laten zien dat alleen operationele oriëntatie op kwaliteit uiteindelijk onvoldoende resultaat oplevert, vooral doordat kwaliteit een organisatorisch vraagstuk is en daarmee de verantwoordelijkheid is van het management. Op termijn ontstaat dan ook op strategisch niveau aandacht voor kwaliteit. Aanvankelijk komt deze strategische oriëntatie tot uitdrukking in bijvoorbeeld het toewijzen van kwaliteitsmanagement als aandachts- en verantwoordelijkheidsgebied aan een van de topmanagers. Ook zien we kwaliteit opgenomen worden in beleidsplannen, jaarverslagen en budgetten. Het gaat daarbij echter vaak om 'formele' aandacht, gericht op het ontwerp van taken, plannen en procedures zonder dat men in de top daadwerkelijk enthousiast is voor kwaliteitsmanagement. In veel gevallen leeft kwaliteitsmanagement niet op strategisch niveau en is het niet geïntegreerd in de strategievorming en de wijze van leidinggeven. Dit is pas het geval als er op hoog niveau in de organisatie expliciet aandacht is voor leiderschapsvraagstukken, voor organisatie- en cultuurvraagstukken en voor het gezamenlijk realiseren van doelstellingen.

¹² Bron: Kwaliteitszorg in dienstverlenende organisaties blz. 35

Kwaliteitszorg in facilitaire organisaties

Facilitaire organisaties die gezond willen blijven en zich willen blijven handhaven, zullen zich een weg moeten banen om de producten, diensten en werkprocessen voortdurend te evalueren en af te stemmen op de wensen van de klanten.¹³ In de facilitaire organisatie van de toekomst zal de klant een steeds belangrijkere rol spelen. Facilitaire dienstverlening draait niet meer alleen om kostenbeheersing en bezuinigingen, maar men is tegenwoordig steeds meer bezig met het integraal beheersen van het primaire proces. De kerntaken zijn veranderd in het integraal ondersteunen van het primaire proces met als insteek een tevreden medewerker te krijgen en zo ook een tevreden klant. Een tevreden medewerker zal zich meer betrokken voelen bij de organisatie, minder ziek zijn, productiever zijn, altijd positief over de organisatie praten en de organisatie trouwer blijven en zal positieve invloed hebben op de dienstverlening.¹⁴

Besturing Service Level Management¹⁵

Een vorm van kwaliteitsmanagement is het gebruik van Service Level Agreements. Bij Service Level Agreements gaat het om twee partijen die een overeenkomst sluiten. Het gaat erom dat in het Service Level Agreement (hierna te noemen 'SLA') overeengekomen wordt wat de klant wil. Het Service Level Management en het Service Management kennen drie niveaus van besturing, namelijk het strategisch, tactisch en operationeel niveau.

Strategisch niveau

Servicecontract

In het servicecontract zijn door het Service Level Management strategische afspraken vastgelegd, dit zijn lange termijn afspraken. In een servicecontract zijn de kaders afgetekend waarbinnen de SLA's, voor de concrete dienstverlening, dienen te passen. Een servicecontract is bindend voor alle partijen. Het taalgebruik zal daarom veelal juridisch van aard zijn. Het Service Management verzorgt op strategisch niveau het inrichtingsbeleid van de gebruiksfunctie, als uitgangspunt dienen hiervoor de afgesloten servicecontracten. Bij het inrichten van de gebruiksfunctie komen de aspecten organisatie, personeel, administratieve procedures, financiën, informatiebehoefte en technische hulpmiddelen naar voren. Regelmatig rapporteert het Service Management over de inrichting aan het Service Level Management middels beleidsrapportages.

Beleidsrapportage

De beleidsrapportage komt tot stand naar aanleiding van de evaluatie van het beleid. In deze rapportages dient tot uitdrukking te komen hoe de inrichting van de gebruiksfunctie voldoet, de consequenties die deze inrichting heeft voor de totale bedrijfsvoering en aanpassingen van het beleid die wenselijk geacht worden.

Tactisch niveau

Service Level Management

Het Service Level Management op tactisch niveau binnen de gebruiksfunctie richt zich op het maken van afspraken met de andere bedrijfsvoeringfuncties.

¹³ Bron: Facility management in perspectief blz 147-148

¹⁴ Bron: De waarde van tevreden medewerkers, hoofdstuk 6

¹⁵ Bron: <http://www.zbc.nu/index.php?ChapterID=4068> 11-5-2006

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

Deze afspraken hebben dan betrekking op de concrete dienstverlening. Uit het oogpunt van kwaliteitsbeheersing dient, bij het maken van afspraken, zoveel mogelijk gewerkt te worden met meetbare resultaten.

De gewenste resultaten worden zoveel mogelijk gekwantificeerd in termen van aantallen, antwoordtijden, doorlooptijden, reactietijden, etc. Voor de overeengekomen dienstverlening wordt bepaald welke activiteiten door de gebruiksfunctie en welke door de onderhouds- en exploitatiefunctie moeten worden uitgevoerd. Deze activiteiten worden vastgelegd in een Service Level Agreement in combinatie met de op te leveren resultaten.

Service Level Agreements

De Service Level Agreements beschrijven de gewenste dienstverlening en worden door het Service Management gebruikt voor het realiseren en toetsen van de daadwerkelijke dienstverlening. Het Service Management (SRM) zet de SLA's om in serviceplannen, welke gehanteerd worden bij het bewaken en bijsturen van de daadwerkelijke uitvoering van de dienstverlening. Op grond van servicerapportages rapporteert het Service Management, middels Service Level Reports, over de resultaten aan het Service Level Management.

Service Level Reports

In de Service Level Reports (SLR's) wordt gerapporteerd over de wijze waarop aan de Service Level Agreements voldaan wordt. In de SLR's dient aangegeven te worden in hoeverre hieraan wel of niet voldaan is, wat er gedaan wordt om weer te voldoen aan de gestelde criteria of welke acties ondernomen worden om te blijven voldoen aan deze criteria; analyse van opgetreden incidenten en problemen, met vermelding van wat er gedaan wordt om deze incidenten en/of problemen te voorkomen, dan wel sneller te verhelpen.

Operationeel niveau

Service Level Management

Op operationeel niveau worden binnen de gebruiksfunctie werkafspraken gemaakt en werkprocedures vastgesteld. De afspraken op operationeel niveau kunnen bijvoorbeeld vastgelegd worden in een dossier 'Afspraken en Procedures'. Werkafspraken zijn afspraken voor de dagelijkse werkzaamheden. Service Management draagt op operationeel niveau zorg voor de dagelijkse besturing. De werkafspraken vanuit het operationeel Service Level Management worden omgezet in plannings, procedures en richtlijnen voor de dagelijkse gang van zaken. Aan de hand van de uitvoeringsrapportages toetst het Service Management deze plannings, procedures en richtlijnen aan de werkafspraken en stuurt bij daar waar dat nodig blijkt. Het Service Management rapporteert over de dagelijkse gang van zaken aan het Service Level Management door middel van werkrapportages.

In deze werkrapportages dient tot uitdrukking te komen hoe aan de werkafspraken voldaan is en welke moeilijkheden daarbij ondervonden werden.

Bij succesvolle invoering van Service Level Management zijn er verschillende factoren die van invloed zijn:

1. Producten- en dienstencatalogus

Dit kan een krachtig communicatiemiddel zijn wanneer helder en actueel het aanbod op een rij wordt gezet, inclusief aanspreekpunten, bestel- en leveringstermijnen, prijs en kwaliteit, basisaanbod en mogelijkheden voor extra's of pluspakketten, etc. Het SLA is er dan als het ware bij ingebouwd.

2. Servicedesk of frontoffice

Hier is het steeds belangrijkere hospitality-element binnen de facilitaire dienstverlening in beeld. Het gaat niet alleen om een toegankelijk en goed bereikbaar loket voor alle bestellingen, wensen, problemen en klachten. De klant moet, vooral in de rol van eindgebruiker, aandacht, service en een positief gevoel krijgen. Dit wordt niet alleen bereikt in het directe contact, maar ook vooral in de nazorg: Krijgt de klant wat hij heeft gevraagd en wat hij verwacht, in de juiste kwaliteit, op tijd en op een prettige manier? De manier waarop fouten en klachten worden afgehandeld is daarin vaak doorslaggevender dan de fout op zich. Dit geeft meteen de kwetsbaarheid van het slagen weer: het hangt niet alleen af van de servicedesk zelf, maar vooral van de kwaliteit van de uitvoering, de backoffice, en de vlotte aansturing daarvan vanuit de frontoffice.

3. Accountmanagement

Waar een frontoffice primair is gericht op allerlei vormen van eindgebruik, is accountmanagement een goede aanvulling voor de relaties met het management en de budgethouders. Enerzijds in het kader van jaarlijkse volumeafspraken en anderzijds bij bijzondere projecten als reorganisaties, verhuizingen en evenementen. De bemiddelende rol van de facilitaire accountmanager is hierbij vooral *adviserend* naar de klant en *regisserend* naar de uitvoering. Daarnaast is de accountmanager de 'antenne' van de facilitaire dienst en levert op die basis input voor beleidsontwikkeling. Een goede ondersteuning hierbij kan een gebruikersplatform zijn. Voor de organisatorische positionering zijn er meerdere opties. Er is iets te zeggen voor de constructie van voorpost van de facilitaire dienst in het primaire proces. Ten behoeve van de onafhankelijkheid van de advisering wordt echter ook wel gekozen voor directe ophanging aan een business unit. Het belangrijkste is dat positie en de accountmanager van tevoren volstrekt transparant zijn gemaakt en dat de invulling hoe dan ook dienstverlenend is naar het primaire proces.

Een zekere nabijheid c.q. zichtbaarheid is in ieder geval ook belangrijk, zodat een decentrale fysieke plaatsing altijd overwogen moet worden. Bij concerns met dislocaties ligt dit al helemaal voor de hand in de vorm van facilitaire locatiemanagers.

Doorbelasten

Een manier om facilitaire kosten voor zowel de afnemende afdeling als de facilitaire afdeling inzichtelijk te maken is het doorbelasten van de kosten. Zo heeft elke afdeling zicht op de kosten die zij maken en zullen zij zich meer bewust worden van de kosten van diensten.

In vogelvlucht: De kostenplaatsmethode¹⁶:

- tracht de indirecte kosten in een organisatie te 'verbijzonderen' naar andere afdelingen;
- gaat uit van de gedachte dat afdelingen prestaties leveren aan andere organisatie-onderdelen;
- heeft drie belangrijke doelen:
 - nauwkeurigere kostprijscalculatie van het product/dienst
 - evaluatie van de prestaties (marktconformiteit) van de serviceafdelingen
 - onderdeel van het budgetsysteem (opstellen kostenbudgetten per afdeling)
- onderscheidt hulpkostenplaatsen, zelfstandige kostenplaatsen (= serviceafdelingen) en hoofdkostenplaatsen (= primair proces);
- onderscheidt per afdeling eerstbelaste kosten en doorbelaste kosten;
- werkt met prestatie-eenheden c.q. verdeelsleutels bij het toerekenen van de door te belasten kosten aan andere afdelingen.

¹⁶ Bron: Sheets Management Accounting 4 – college 1

Voorbeeld: De totale huisvestingskosten kunnen op meerdere manier worden verdeeld:

- Op basis van de in beslag genomen vierkante meters;
- Op basis van het aantal fte¹⁷ per afdeling;
- Op basis van het aantal personeelsleden per afdeling.

4. Klanttevredenheidsonderzoek

Voor het verkrijgen van representatieve en objectieve informatie over de klanttevredenheid is het nodig de doelgroep actief te benaderen¹⁸. De gemeten klanttevredenheid is een indicator voor de klantgerichtheid van de organisatie en, aan de hand van deze indicatoren, zal er een behoefteonderzoek worden uitgevoerd. Een behoefteonderzoek¹⁹ is voor een facilitaire dienstverlener onontbeerlijk. Dit is van belang in het kader van het maken van nieuwe plannen of beleid. Daarnaast zal de dienstverlener ook willen weten in hoeverre de resultaten overeenstemmen met de gestelde doelen. Hierdoor kan men de normen voor de SLA beter vast stellen. Er kunnen, door de normen die in de SLA zijn vastgelegd en er periodiek wordt bepaald wat de afwijkingen zijn, op strategisch, tactisch en operationeel niveau maatregelen genomen worden betreffende de volgende zaken: processen, klantgerichtheid, behandeling van klachten, logistiek, functies, werkdruk, aansturing van het management en klachtenregistratie.

Samenvatting

In dit hoofdstuk is duidelijk geworden hoe kwaliteitsmanagement is ontstaan. Kwaliteitsmanagement vraagt om methoden en technieken waarmee mensen kunnen en willen werken en die aansluiten bij de betrokkenheid van de medewerkers in algemene zin. In deze benadering past het hebben van aandacht voor overleg, communicatie, leiderschap, motivatie en cultuur. Op termijn ontstaat er dan ook op strategisch niveau aandacht voor kwaliteit. De facilitaire organisaties van de toekomst zullen zich een weg moeten banen om de producten, diensten en werkprocessen voortdurend te evalueren en af te stemmen op de wensen van de klanten. De organisaties moeten inzien dat de klant een steeds belangrijkere rol speelt. Een vorm van kwaliteitsmanagement is Service Level Management en het Service Management kent drie niveaus van besturing, namelijk het strategisch, tactisch en operationeel niveau. Bij deze vorm van kwaliteitsmanagement wordt gebruik gemaakt van Service Level Agreements. Het gaat erom dat in het Service Level Agreement overeengekomen wordt wat de klant wil. Facilities Zoetermeer werkt aanbodgestuurd. Wil men Service Level Management invoeren moet er nog veel veranderen op strategisch, tactisch en operationeel niveau.

¹⁷ fte: fulltime-equivalent

¹⁸ Bron: De vele gezichten van facility management blz. 246

¹⁹ Bron: Methode van onderzoek - blz. 125

3. Onderzoeksverantwoording

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op het type onderzoek en de doelgroepen die tot de onderzoekspopulatie behoren, verder wordt een uitleg gegeven van de gebruikte onderzoeksmethoden en de daarbij behorende randvoorwaarden. In de laatste twee paragrafen van het hoofdstuk wordt de relevantie van het onderzoek toegelicht en wordt besproken voor welke doelgroep het rapport is geschreven. De volgende subvragen worden behandeld:

- Wie is de onderzoekspopulatie?
- Welke meetinstrument zijn er om kwaliteit te meten?
- Welke kwaliteitsmeetinstrumenten zijn er in dit rapport gebruikt?
- Voor wie is dit onderzoek geschreven?

Er is gekozen voor een kwantitatief onderzoek omdat de volledige populatie van BT Zoetermeer ondervraagd wordt door middel van een enquête en op basis van deze enquête een oordeel gegeven wordt. In het vooronderzoek zijn echter verschillende methodes van onderzoek die bij kwalitatief onderzoek horen gebruikt om zo duidelijk mogelijk antwoord te geven op de probleemstelling.

Voor dit onderzoek waren de onderzoekspopulaties:

- Interne klanten van Faciliteiten van BT Zoetermeer.
In Zoetermeer kunnen meerdere groepen binnen de vestiging worden onderscheiden.
 - De gedetacheerde werknemers bij de klant: deze bellen in vanuit huis of bij de klant. Deze groep heeft geen vaste werkplek en is bijna nooit in het pand van BT Zoetermeer aanwezig.
 - De sales-afdeling: deze groep is vaak onderweg naar de klant en werkt als ze in het pand zijn vaak met flexplekken. De afdeling P&I werkt ook veel met flexplekken.
 - De medewerkers van de overige ondersteunende afdelingen werken dagelijks in het pand en hebben vaste werkplekken. Het opleidingsniveau van de doelgroep is gemiddeld gezien MBO/HBO;
- Het management van de facilitaire organisatie Benelux;
- De medewerkers van de facilitaire organisatie Benelux;
- De medewerkers van de afdeling Human Resources Management²⁰.
- De facilitair manager van de Rabobank

In dit onderzoek is gebruikgemaakt van verschillende dataverzamelingsmethoden. Eerst is er gekeken welke methoden er zijn om kwaliteit te meten²¹. In het volgende stuk zullen alle methoden behandeld worden die gebruikt zijn in het onderzoek:

3.1. Deskresearch

Dit betreft het systematische gebruik (verzamelen, ordenen en analyseren) van bestaande gegevens c.q. informatie.²² Als eerste is er gekeken naar de bestaande informatie in de organisatie; handboeken, folders, de website van BT en stageverslagen van vorige studenten. Vervolgens is er een literatuuronderzoek gedaan. Dit heeft zich gericht op het begrip kwaliteit in het algemeen, kwaliteit in de dienstverlening en de rol van kwaliteit in Facility Management. In dit onderzoek is gekeken naar de verschillende invalshoeken van kwaliteit, elke meetinstrumenten de kwaliteitskunde kent en onder welke voorwaarden men deze kan toepassen.

²⁰ Human Resources Management wordt in het vervolg aangeduid als HRM

²¹ Zie bijlage IV: Uitleg methode

²² Bron: Syllabus Methoden van Onderzoek en de Markt

3.2. Interviews met het management

Om een helder beeld van de organisatie te krijgen, en zo de context van het onderzoek in kaart te brengen, zijn tijdens dit onderzoek meerdere vragen gesteld aan het management. Deze hadden betrekking op de aansturing van de facilitaire organisatie, de structuur, de budgetten en de strategie van Facilities Benelux. Dit gebeurde in een meeting in Brussel waar heel het Facilities-team Benelux aanwezig was. Voor het opstellen van de vragenlijst is op regelmatige basis overleg geweest met de facilitair Managers van de vestigingen Zoetermeer en Amsterdam. Gedurende het onderzoek is er regelmatig contact geweest met de Facility Manager van facilities Zoetermeer over de voortgang van het rapport, onduidelijkheden en vragen over de organisatie. Om een goed beeld te krijgen van de populatie die in dit onderzoek onderzocht wordt, zijn er ook interviews gehouden met medewerkers van HRM²³. Hierbij werden vragen gesteld over de interne gebruiker, over de missie en visie van BT. Deze interviews zijn gevoerd bij één medewerker van HRM in Zoetermeer en één in Amsterdam. Er is heeft telefonisch interview plaatsgevonden met de Facilitair Manager van de Rabobank over kwaliteitsmanagement binnen de Rabobank. Hierbij stonden het kritische pad bij de invoering van kwaliteitsmanagement en het kostenaspect centraal.

3.3. Observeren van en interviews met de Facilities-medewerkers

Om een goed beeld te krijgen van de kerntaken en de processen van Facilities is in dit onderzoek gekozen voor het observeren en het interviewen van de medewerkers. Er is gedurende een dag of dagdeel meegelopen met de medewerkers van Facilities, waarbij werd geobserveerd. De medewerkers vertelden tijdens de observatie wat zijn of haar taken en verantwoordelijkheden zijn binnen de functie. Tijdens het observeren is gelet op:

- De processen;
- Klantgerichtheid;
- Behandeling van klachten;
- De logistiek;
- De functies;
- De werkdruk;
- De aansturing van het management;
- Klachtenregistratie.

3.4. Verdiepingsinterview random onder de populatie

De onderzoekspopulatie voor de enquête is relatief groot genoeg om een goed beeld krijgt over de tevredenheid, maar omdat er geen één op één feedback is, is er gekozen om willekeurig vijftien mensen te interviewen over hun ervaringen met de verschillende afdelingen van Facilities. Bij deze interviews zijn willekeurig mensen gekozen met verschillende functies en taken binnen het bedrijf. Het interview is gebaseerd op de critical incidenttechniek die door Bitner et al²⁴ in 1990 is ontwikkeld. Dit is een methode om inzicht te verkrijgen in kwaliteits- en tevredenheidsoordelen van de interne klanten.

Door interviews met klanten is getracht men de knelpunten van de dienstverlening te achterhalen²⁵. Hierbij is, aan de hand van de topics: wagenpark, technische dienst, receptie, beveiliging, front office, postkamer, repro, catering, schoonmaak en de vergaderservice, de vraag gesteld hoe de ondervraagde de dienst ervaarde.

²³ HRM: de afdeling Human Resources Management van BT

²⁴ Zie bijlage IV voor de uitleg van de methode

²⁵ Bron: Kwaliteitsmanagement in beweging blz. 299

Het doel van de onderzoeker is om de ondervraagde te laten spreken en niet te sturen. Aan de hand van deze uitkomsten is er gekeken of er een verband te zien was met de antwoorden van de interviews²⁶. Als basis voor de enquêtevragen zijn de knelpunten die bij de uitwerking van de interviews veelvuldig terug kwamen als basis genomen. Zowel in Amsterdam, Brussel en Zoetermeer zijn er vijf personen geïnterviewd. In deze methode is voor vijf personen gekozen omdat de onderzoeker eerst wilde kijken of hiermee het gewenste resultaat kon worden behaald, mocht dit niet het geval geweest zijn, hadden er nog meer interviews plaats kunnen vinden. In dit onderzoek is er voor gekozen om Amsterdam, Brussel en Zoetermeer te onderzoeken. Er is een vragenlijst ontwikkeld die voor de complete Benelux-organisatie relevant is en uitgezet kan worden na de pilot in Zoetermeer.

3.5. Klanttevredenheidsenquête

Na het houden van interviews onder de interne klanten is er een beeld ontstaan van de knelpunten binnen de facilitaire organisatie. Om deze punten onder de hele populatie te meten is gekozen voor het gebruik van een enquête. Hiervoor is gekozen omdat dit een effectieve manier is om een grote hoeveelheid mensen te ondervragen. Voor de opzet van de enquête zijn eerst de Servperf- en de Servqualmethoden bestudeerd²⁷. Hiervoor is gekozen omdat het erkende methodes zijn binnen de kwaliteitsleer om de populatie optimaal te kunnen ondervragen. Om de vragenlijst goedgekeurd te krijgen is er veel overleg geweest met het managementteam van Facilities. Op het moment dat de lijst voldeed aan alle eisen is het onderzoek eerst gecommuniceerd in een persoonlijke mail en tevens in de wekelijkse update mail van BT die elke woensdag wordt verspreid. De vragenlijst is uitgezet door de gehele vestiging Zoetermeer, met uitzondering van alle betrokkenen bij het facilitair bedrijf; dit om belangenverstrengelingen te voorkomen en de uitkomst zo representatief mogelijk te krijgen. Van de 116 mensen hebben 36 mensen de vragenlijst ingevuld retour gestuurd. Na een week is er een herinnering verzonden naar de mensen die de enquête nog niet hadden ingeleverd en dit leverde nog 7 ingevulde formulieren op²⁸. Uiteindelijk werden er 43 ingevulde enquêteformulieren ontvangen.

3.6. Afbakening onderzoeksgebied

Dit onderzoek richt zich uitsluitend op de tevredenheid van de interne klanten van BT Zoetermeer. De aandacht gaat uit naar de beleving van de interne klant ten opzichte van de diensten die Facilities aanbiedt. De diensten zijn nader genoemd bij de kerntaken van Facilities. Het vooronderzoek betrof de afdelingen wagenpark, technische dienst, receptie, beveiliging, front office, postkamer, repro, catering, schoonmaak en de vergaderservice. In de enquêtevragen zijn de onderwerpen wagenpark, vergaderservices en beveiliging niet opgenomen. Hiervoor is gekozen omdat de afdeling vergaderservices vanuit BT UK wordt aangestuurd en daarom niet kan worden aangepast door Facilities Zoetermeer. Beveiliging is deels een taak van Facilities maar heeft ook een eigen afdeling binnen BT dus ook deze afdeling is niet bij te sturen vanuit Facilities. Het wagenpark is niet meegenomen omdat men momenteel druk bezig is met reorganisatie van de afdeling en dit dus niet de geschikte tijd is om er een klanttevredenheidsonderzoek aan te wijden.

²⁶ Zie bijlage VII: voor uitwerking

²⁷ Zie bijlage IV: voor uitleg Servperf & Servqual

²⁸ Zie bijlage VI: voor de brieven.

Dit onderzoeksrapport geeft de klanttevredenheid van de interne gebruikers van Zoetermeer op dit moment weer en zal dieper in gaan op de uitkomsten van het deskresearch, de interviews intern, de observatie en de interviews met het management van de facilitaire organisatie. Uit de verschillende uitkomsten van deze onderzoeken zullen conclusies getrokken worden en aanbevelingen worden gedaan.

3.7. Relevantie van het onderzoek

Het onderzoek naar klantgerichtheid is speciaal geschreven om de tevredenheid van de interne klant in beeld te brengen, te analyseren en aanbevelingen te doen aan de facilitaire organisatie van British Telecom Benelux. Klanttevredenheid is een steeds belangrijker uitgangspunt voor organisaties. Hierdoor kan een organisatie zich continu verbeteren en toespitsen op de wens van haar klanten. Om de tevredenheid van de klant in kaart te brengen gaan steeds meer organisaties de klanttevredenheid meten en evalueren. Hierdoor krijgt men een helder beeld waar de organisatie staat ten opzichte van de wensen van de klant en waar men aan moet werken om beter aan de wens aan te voldoen.

3.8. Doelgroep van het onderzoek

Dit onderzoek is geschreven voor het management van BT Facilities Benelux. Dit zijn de managers van de verschillende locaties: Amsterdam, Brussel en Zoetermeer en het hoofd Facilities Benelux. Het management zal de conclusies bestuderen en de adviezen in overweging nemen en mogelijk uitvoeren. Daarnaast is het rapport bedoeld voor de medewerkers van de onderzochte afdelingen. Door dit onderzoek wordt door de medewerkers van Facilities een beter beeld verkregen van hun doelgroep en de waardering van de door hun aangeboden dienst.

4. Resultaten van de onderzoeken

In dit deel van het rapport worden de resultaten van de onderzoeken behandeld. In dit hoofdstuk gaat men de verkregen informatie analyseren.

4.1. Resultaten deskresearch

Uit het deskresearch is gebleken dat een aantal onderzoeksmethodes gekozen kan worden om een passend antwoord te kunnen geven op de probleemstelling. Deze resultaten zijn terug te vinden in de verschillende hoofdstukken van dit rapport.

4.2. Resultaten-analyse BT Group

Gelet op de invoering van kwaliteitsmanagement is gekeken wat er nodig is om dit succesvol te laten verlopen. In de matrix hieronder zijn de problemen die tijdens de diagnosefase naar voren kwamen gerangschikt om vervolgens in volgorde van prioriteit af te handelen. Op deze manier kan er een duidelijke inventarisatie gemaakt worden die gericht is op een specifieke laag van de organisatie, of vanuit een specifieke invalshoek plaatsvindt. De daadwerkelijke aanbevelingen volgen wanneer het onderzoek concrete resultaten heeft opgeleverd aan het eind van dit rapport. Onderstaande diagnose is gesteld op basis van waargenomen feiten, situaties en gevoerde gesprekken met de medewerkers en management van Facilities.

Verandermatrix²⁹

	Visie	Strategie	Structuur	Cultuur	Technologie
Top	X1	X1	X1	X1	
Midden	X2	X2	X2	X2	X2/3
Basis	X3	X3	X3	X3	X3

X1

In de top van de organisatie is geen visie, strategie, structuur en cultuur ontwikkeld gericht op kwaliteitsmanagement. Men heeft voor de invoering hiervan geen budget beschikbaar gesteld.

X2

Het middenmanagement heeft geen beleid omtrent kwaliteitsmanagement en hierdoor kan dit ook niet naar de werkvloer uitgedragen worden. Men mist ook overleg met de medewerkers op de werkvloer over de benodigde technische ondersteuning om de interne klant zo optimaal mogelijk te kunnen bedienen en klachten te kunnen oplossen en te registreren.

X3

De medewerkers van Facilities missen de theoretische kennis rond kwaliteitsmanagement of servicemanagement.

²⁹ Bron: Cozijnsen, Vrakking: Organisatiediagnose en organisatieverandering, 1993:111

4.3. Resultaten observeren en het open interview

	Repro-service	Frontdesk	Wagenpark	Technische Dienst	Receptie	Post-service	Vergader-service
Proces-beschrijvingen	+	-	-	-	+	+	+
Aanvraag-procedures	+	-	+	-	+	-	+
Klachten - registratie	-	-	-	-	-	-	-
Waardering Management	-	-	-	-	-	-	-

Procesbeschrijvingen

De algemene indruk van de processen is dat er weinig procesbeschrijvingen zijn. De beschrijvingen die er zijn, zijn niet up to date, of niet bekend binnen de organisatie. Medewerkers hebben in de loop der tijd zelf taken toegevoegd aan hun functie en aan de processen. Deze taken staan echter nergens beschreven.

Aanvraagprocedures

De aanvraagprocedures zijn niet overal goed omschreven. De interne klant houdt zich niet aan de procedures, of is hier niet bekend mee. Het feit is dat veel diensten en producten op een andere manier worden aangevraagd, dan wel besteld, dan officieel zou moeten.

Klachtenregistratie

Klachten worden in de meeste gevallen niet geregistreerd en bij de klachten die wel geregistreerd worden is bij de afdelingen niet duidelijk wat hiermee moet gedaan moet worden of wat er reeds gedaan is.

Waardering management

Tijdens het in kaart brengen van de processen kwam naar voren dat er weinig waardering vanuit het management was. Medewerkers voelen zich ondergewaardeerd en hebben het idee dat het management niet weet waar de medewerkers zich mee bezighouden en hoeveel tijd hun taken in beslag nemen.

4.4. Resultaten verdieping interview random onder de populatie

Uit de vijftien afgenomen interviews kwamen diverse aspecten naar voren, hier is een verslag van gemaakt. De vragenlijst van de klanttevredenheidsenquête is gebaseerd op de hier onderstaande uitkomsten van de critical incident techniek³⁰.

Technische dienst

Amsterdam: De algemene indruk over de technische dienst is erg positief. De medewerkers zijn flexibel en denken altijd mee met de interne klant. Het imago van de dienst moet wel beter kunnen en moet er meer geld in gestoken worden om de afdeling professioneler neer te zetten.

Brussel: In het algemeen is men negatief over de technische dienst. De doorlooptijd tussen de klacht en het verhelpen van de klacht is lang. De voortgang wordt niet teruggekoppeld en het

³⁰ Bijlage IV: Voor uitleg methode

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

gebeurt dat er klachten kwijtraken. Men gebruikt voor de problemen veel tijdelijke oplossingen.

Zoetermeer: In Zoetermeer staan de medewerkers altijd voor iedereen klaar. Men is klantvriendelijk en kundig. Problemen worden goed en snel opgelost.

De receptie

Amsterdam: De receptiemedewerkers zijn vriendelijk, de wachttijden acceptabel en klanten worden goed opgevangen. Men vindt het erg jammer dat er geen vast team is. De uitstraling van de dienst is professioneel en representatief voor BT, al wordt de kleding oubollig gevonden.

Brussel: De receptie in Brussel voldoet wel aan de uitstraling voor BT. Naar de klant toe en bij het doorverbinden van telefoongesprekken zijn de medewerkers correct, snel en professioneel, maar de medewerkers worden omschreven als niet vriendelijk en niet beleefd naar de interne klant toe. Verder vindt men het jammer dat er geen vast team is en dat de invallers niet altijd even vriendelijk zijn.

Zoetermeer: Het personeel is professioneel en regelt zaken goed. Tegen interne klanten is men niet altijd even vriendelijk en wel eens kort van stof. Klanten worden goed ontvangen en te woord gestaan.

Front Office

Amsterdam: De medewerkers tonen veel inzet; de afdeling rust ook meer op de medewerker dan op de processen. Op het Intranet kunnen medewerkers veel informatie vinden. De formulieren op de site zijn niet gebruiksvriendelijk. Aanvraagprocedures zijn niet duidelijk en om deze reden gaat men direct naar de balie toe.

Brussel: Zaken blijven liggen en men krijgt geen terugkoppeling over de voortgang van problemen.

Zoetermeer: De bereikbaarheid van de dienst per telefoon is slecht. De afhandeling is snel en correct. Men is tevreden over de klantvriendelijkheid van de medewerker. Soms wordt er vergeten klachten te noteren.

Reproservice

Amsterdam: Deze afdeling wordt positief beoordeeld; de medewerkers zijn behulpzaam. De kwaliteit van het inbinden en kopiëren van de aangeleverde stukken is goed.

Brussel: Deze afdeling bestaat niet in Brussel.

Zoetermeer: De kwaliteit van het drukwerk is goed. De medewerkers willen er altijd iets moois van maken. Men is flexibel, vakbekwaam en betrokken bij de opdracht.

Postservice

Amsterdam: Men heeft geen vertrouwen in de postverzorging in Amsterdam. Het verloop op de afdeling is groot. De post komt later aan of helemaal niet. Dit is zowel intern als extern het geval. Aangetekende stukken worden bij binnenkomst niet bevestigd naar de afdeling. Op de afdeling is de distributie slecht en het postvakjessysteem bij de liften is niet waterdicht. Het systeem om na een verhuizing je nieuwe werkplek door te geven is te complex.

Brussel: Deze afdeling bestaat niet in Brussel.

Zoetermeer: Men is tevreden over de postverzorging. In het verleden raakten er nog wel eens stukken kwijt, dat is nu niet meer aan de orde.

Catering

Amsterdam: De catering scoort in zijn totaal niet erg sterk. De medewerkers zijn wel erg klantvriendelijk. De broodjes in de kantine zijn onder de maat en het assortiment is te krap.

De broodjes staan bij vergaderingen te lang buiten de koeling. Het bedrijfsrestaurant is ongezeellig.

De cateringorganisatie is niet flexibel als men vergaderingen of borrels wil boeken. Dit heeft vaak tot gevolg dat de medewerkers een cateraar van buiten af inschakelen. Men vindt het jammer dat het ontbijt en het avondeten niet meer aangeboden wordt.

Brussel: Men is in Brussel niet tevreden over de catering. Men vindt dat er te weinig aanbod is; zowel in het algemeen als voor vegetariërs.

De kwaliteit is over het algemeen wel goed. De broodjes bij vergaderingen zijn slecht qua smaak en versheid. De werkwijze is niet altijd even hygiënisch. De prijs/ kwaliteitsverhouding is soms niet in evenwicht. De 3 teams die in ploegendiensten werken om afdelingen 24 uur per dag te bemannen, hebben niet de gelegenheid om iets te eten.

Zoetermeer: De klanttevredenheid van de cateraar in Zoetermeer wordt als bijzonder goed ervaren. Het assortiment is echter te klein en de variatie in het assortiment te krap. Verder stoort men zich aan de methode van betalen (via de chip) en aan de geur uit de keuken die lang in het pand blijft hangen.

Schoonmaak

Amsterdam: De indruk van de schoonmaak is niet positief. Er wordt niet met schoon water gewerkt, de bureaus zien er vaak vuil uit en de luchtroosters worden nooit schoongemaakt. Tevens vindt men het storend dat de computer en het toetsenbord nooit worden schoongemaakt. De toiletten op de eerste verdieping zijn ook vaak onhygiënisch. Omdat klanten daar naar de toiletten gaan is het erg belangrijk dat deze toiletgroep schoon en representatief is.

Brussel: Over de schoonmaak in Brussel is men redelijk positief. Alleen de toiletten en de koffiecorners worden niet als schoon ervaren. Kasten worden nooit schoongemaakt en de computers worden nooit meegenomen tijdens de schoonmaakronden.

Zoetermeer: De schoonmaak is niet altijd even goed. De bureaus zijn nadat de schoonmaak is geweest niet schoon. De toiletten op de begane grond worden vaak als onhygiënisch beschouwd. De handdoeken op de toiletten zijn aan het einde van de dag altijd op.

Vergaderservice

Amsterdam: In Amsterdam is men niet tevreden over de vergaderservice. Men vindt dat er te weinig één op één plekken zijn. Buiten dat er niet genoeg vergaderzalen zijn, zien ze er ook rommelig en onverzorgd uit. Projectgroepen houden soms maandenlang de vergaderzalen bezet. Het systeem book-a-room is niet gebruiksvriendelijk; men kan geen dagen voor meerdere weken vastzetten. De AV-media³¹ voldoet maar de aanvraagprocedure is moeilijk en lang.

Brussel: Het systeem book-a-room is niet gebruiksvriendelijk; men kan geen dagen voor meerderen weken vast zetten. De AV-media in de zalen zijn goed. Men kan niet meerdere dagen vast zetten in het systeem. De kabels liggen open en bloot door de kamer heen. In de zomer worden de vergaderkamer erg warm. Mensen blijven in de kamer zitten ook al hebben zij deze helemaal niet geboekt. Er blijven veel vertrouwelijke spullen liggen na een vergadering. In de vergaderzaal is een gebrek aan frisse lucht.

Zoetermeer: De vergaderservice wordt in Zoetermeer als goed ervaren. Men zou het wel prettig vinden als men de opstelling van de zaal direct door zou kunnen geven bij de boeking.

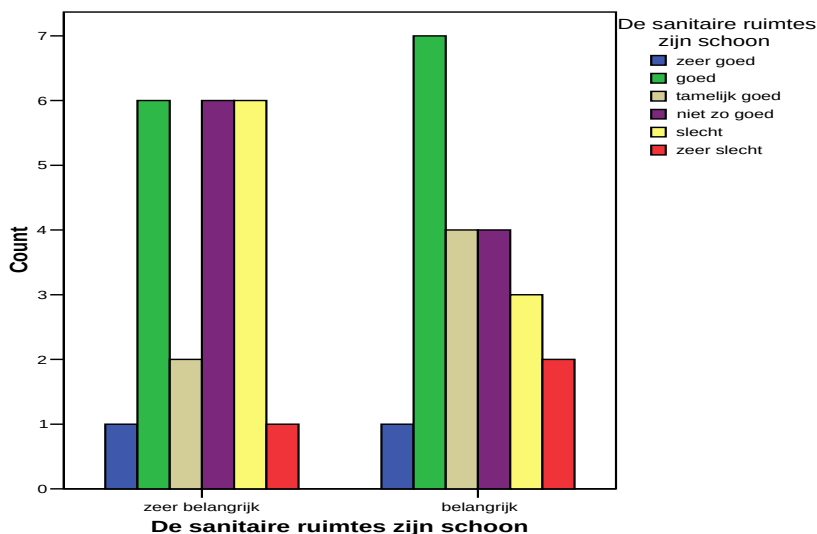
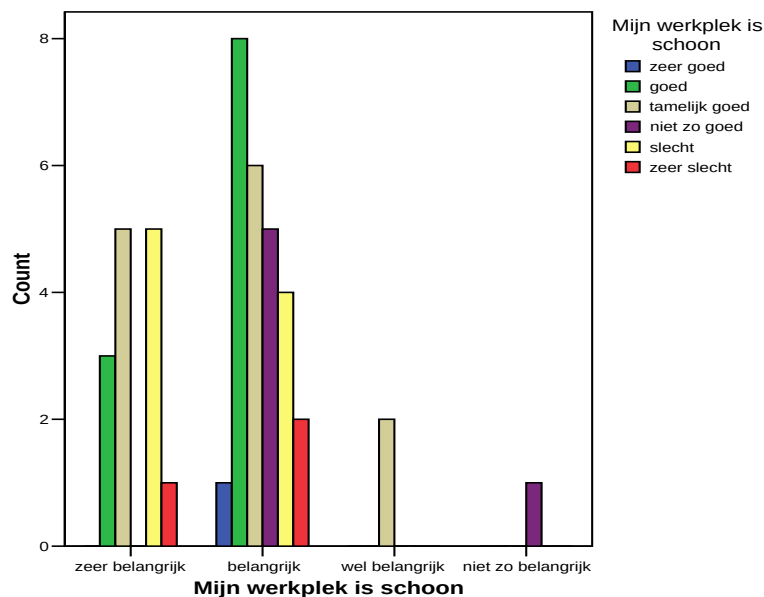
³¹ AV-media: de audiovisuele middelen

4.5. Resultaten klanttevredenheidsenquête

Uit het onderzoek kwam naar voren dat alle vragen die gesteld zijn in de vragenlijst³² als belangrijk werden ervaren. Verder was het opvallend dat de mensen die de enquête anoniem hadden ingevuld veel kritischer waren dan de mensen die de enquête niet anoniem ingevuld hadden. Ook was het opmerkelijk dat de ervaringen met de verschillende diensten veel van elkaar verschilden; waar de een de dienst met ‘heel goed’ beoordeelde deed de ander dit met ‘zeer slecht’.

Schoonmaak

Verbeterpunten liggen bij de schoonmaak van de werkplek, van alle ondervraagden vindt 98% dit van hoog belang en is 42% niet tevreden over de schoonmaak. Uit de resultaten kwam ook naar voren dat 100% van de respondenten het belangrijk vindt dat het sanitair schoon is en 51% hier niet tevreden over is. Het gemiddelde cijfer voor Schoonmaak is een 6,6



³² Zie bijlage VIII: Uitkomsten uitgewerkt in SPSS

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

Catering

De variatie van het assortiment kan beter; 91% geeft dit een hoog belang en 35% is hierover niet tevreden. De prijs/kwaliteitverhouding voldoet niet aan de wensen van de interne klant. Men acht het belang van prijs/kwaliteitverhouding hoog met 98% en 33% is er niet tevreden over. De smaak van de door de koffiecorners geleverde warme dranken is een punt van kritiek met een belang van 98% waarbij 49% van de populatie ontevreden is. De medewerkers zijn zeer te spreken over de hulpvaardigheid met een hoog belang van 98% en een score van 93% betreffende de tevredenheid. De klantvriendelijkheid van de medewerkers is zelfs met 2% meer gewaardeerd, dus 95%. Het gemiddelde cijfer voor de Catering is een 7,3.

Receptie

Op alle punten waar men op ondervraagd werd scoort de afdeling een voldoende. Op het punt van bereikbaarheid en de wachttijd bij de balie bleek zelfs een tevredenheid van 93%. Het gemiddelde cijfer voor de Receptie is een 7,5.

Reproservice en postservice

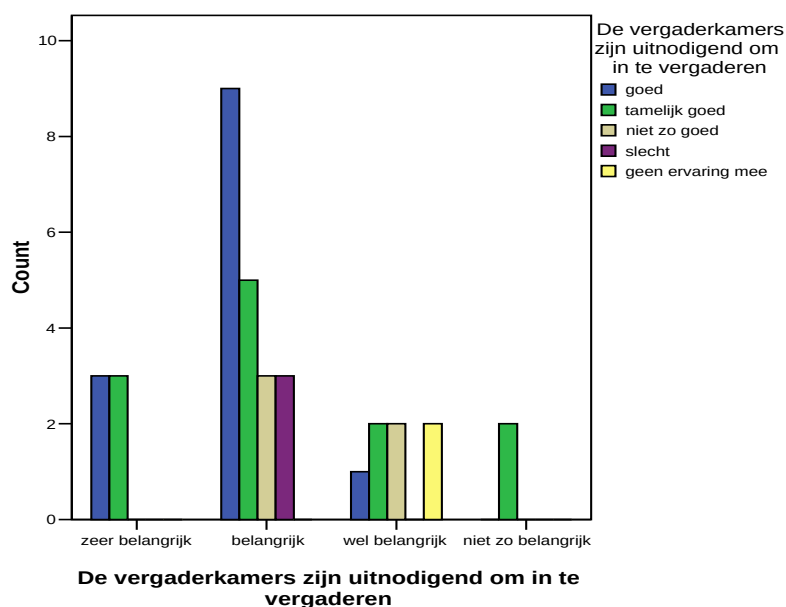
Deze afdeling scoort het hoogst van allemaal. Op de vraag of de medewerker de kennis heeft om de vragen te beantwoorden scoort men 86% positief en de kwaliteit van de afwerking van het product wordt door 93% als positief beoordeeld. Alleen de betrouwbaarheid van de inkomende post is een aandachtspunt en verder wordt de levertijd van de kantoorartikelen als niet goed ervaren. Het gemiddelde cijfer voor Reproservice en postservice is een 7,7.

Technical Service

Vooraf over de tijdsduur tussen het aanmelden en het afhandelen van het verzoek is men niet tevreden met 16% van de ondervraagden waarvan 77% het belang hoog vindt. Het gemiddelde cijfer voor Technical Service is een 7,1.

Vergaderservice

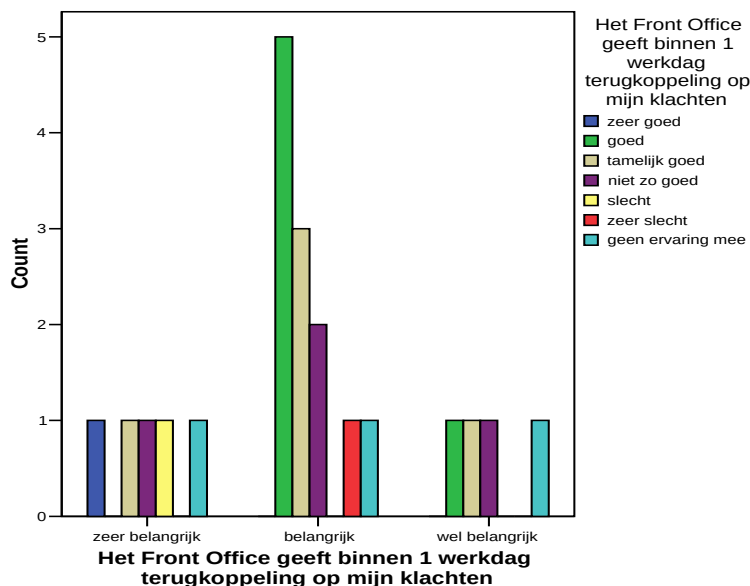
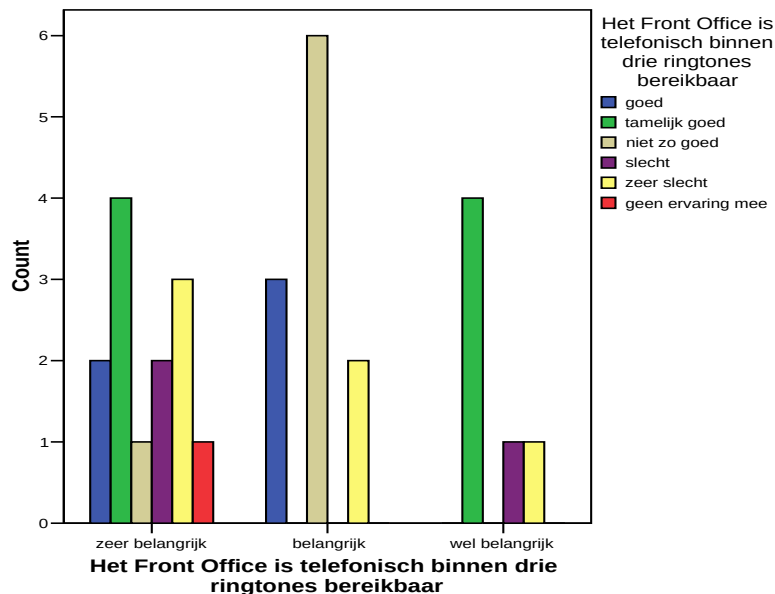
De vergaderkamers worden als niet uitnodigend om in te werken ervaren. 19% is hier niet tevreden over en 77% geeft dit aan als zijnde belangrijk. Het gemiddelde cijfer voor Vergaderservice is een 7,0.



Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

Het Front Office

De telefonische bereikbaarheid presteert niet naar de wens van de ondervraagden; 37% is hier niet tevreden over en 70% gaf dit een hoog belang. De balie is zeer slecht te bereiken met een hoog belang van 72% en 22% hiervan is niet tevreden. Op de andere vragen scoort de afdeling ook niet hoog. De afdeling is opgeheven na het vertrek van de frontdeskmedewerker en is nu dus niet meer in bedrijf. Dit heeft veel gevolgen voor het resultaat. Veel mensen hebben dit onderdeel om deze reden niet ingevuld. Het gemiddelde cijfer voor Het Front Office is een 6,4.



Conclusie

In dit hoofdstuk zijn de resultaten van de onderzoeken bekeken. Uit de verschillende paragrafen mag de conclusie worden getrokken dat er op allerlei vlakken in de organisatie zaken moeten veranderen als men kwaliteitsmanagement wil gaan invoeren, zowel op strategisch, tactisch en operationeel niveau. Het beleid moet eerst goed op papier worden gezet: wat wil men en hoe gaat men dit bereiken? Vervolgens zal gekeken moeten worden hoe men dit uit gaat dragen binnen de organisatie en hoe het personeel van Facilities betrokken kan worden bij dit beleid. De uitkomsten van het onderzoek waar Facilities nog aandacht aan moet besteden zijn ook behandeld. Zo moet er nog naar sommige facetten van de facilitaire diensten gekeken worden.

5. Aanbevelingen

In dit hoofdstuk zullen er aan de hand van de uitkomsten van het rapport aanbevelingen gedaan worden aan Facilites Zoetermeer. De aanbevelingen zijn onderverdeeld in drie niveaus: strategisch, tactisch en operationeel.

5.1 *Strategisch*

Service Level Management

Door de invoering van Service Level management kan Facilites Zoetermeer een klantgerichte werkwijze bewerkstelligen. Het levert de interne klant een meer kostenbewust bestedingspatroon en kostenbesparingen op.

Wat moet men doen om Service Level Management tot een succesfactor te maken?

Het management moet zich oriënteren op de lange termijn. Men dient het verband tussen klanttevredenheid en het verbeteren van het financiële resultaat in kaart te brengen binnen de organisatie. Het management van de facilitaire organisatie in de matrixorganisatie van BT UK en het management op lokaal vestigingsniveau moeten in samenwerking en samenspraak een sturende rol innemen en klanttevredenheid moet een vast punt op de agenda worden. Het management dient zelf het goede voorbeeld te geven en in de communicatie zal het management steeds het belang van klanttevredenheid door moeten laten klinken. Het management moet, indien nodig, middelen ter beschikking stellen voor het doorvoeren van verbeteringsmaatregelen. Klanttevredenheid dient te worden meegenomen in de doelstelling van BT; zowel voor de externe als interne klanten. Het voordeel van deze werkwijze is dat door een effectieve en efficiënte ondersteuning veel kosten kunnen worden bespaard.

Een gemotiveerde medewerker heeft een positieve uitwerking op de klanttevredenheid van de externe klant. Waar moet men dan op letten en op welk vlakken moet men dan veranderen? BT dient weer te geven hoe Service Level Management georganiseerd wordt, welke functies er onderkend worden, hoe de communicatie verloopt en welke overlegstructuren er zijn. Op het gebied van personeel moet aangegeven worden welke personeelsleden er binnen het facilitair bedrijf werkzaam zijn. Vervolgens wordt aangegeven welke taken, verantwoordelijkheden en bevoegdheden aan deze personeelsleden met betrekking tot Service Level Management worden toegewezen. Tenslotte moeten de functie-eisen worden geformuleerd, zoals ervaring, bekwaamheden en opleidingsniveau. In de functiebeschrijving van de medewerker moet deze taak met betrekking tot Service Level Management dan ook meegenomen worden. De medewerker wordt bij functioneringsgesprekken ook beoordeeld op de uitvoering en er wordt bekeken waar bijgestuurd kan worden. Door middel van administratieve procedures moet het management vaststellen hoe activiteiten dienen te verlopen. Te denken valt dan bijvoorbeeld aan aanvraagprocedures en klachtenafhandelingsprocedures, etc.

Financiële zaken als begrotingen, budgetten en de beschikbaarheid van financiële middelen voor de invoering van Service Level Management zullen goed bekeken moeten worden. Een investering nu kan in de toekomst juist geld gaan besparen.

Voor het uitvoeren van Service Level Management is informatie nodig en komt er informatie beschikbaar. Binnen dit aspect dient de organisatie te bepalen hoe er wordt ingegaan op de structuur van deze informatie en de wijze waarop deze verwerkt wordt in de beleidsrapportage.

5.2 Tactisch

Procedures binnen de facilitaire organisatie:

Bij het gebruik van de diensten van Facilities komt naar voren dat men de opgestelde aanvraagprocedures niet volgt. Men wil diensten direct af kunnen nemen, ondanks het feit dat er vastgestelde termijnen zijn voor de levering van die diensten.

Producten- en dienstencatalogus

Er bestaat een producten- en dienstencatalogus waar de termijnen voor de levering van diensten in staan vermeld, maar deze is verouderd; hij stamt nog uit Syntegra-tijdperk. Deze catalogus dient zodoende herzien te worden. Het management van de facilitaire organisatie houdt toezicht op het naleven van de regels over de levering van de diensten. Voor het management van de facilitaire organisatie staat ook de grote opgave om alle processen te omschrijven. Door de processen helder te formuleren kunnen collega's bij ziekte of afwezigheid de taken waarnemen zodat de voortgang niet wordt belemmerd. De aanvraagprocedures moeten duidelijk omschreven worden en Facilities Zoetermeer moet kijken welke taken wel bij de facilitaire organisatie horen en welke niet. Daarna moet men dit kernachtig naar buitenbrengen; met welke problemen kan men bij de facilitaire organisatie terecht en met welke niet? De communicatie met de interne gebruiker is een cruciale factor in het geheel.

Service Level Agreement

Het management van de facilitaire organisatie maakt afspraken met het management van de overige afdelingen met betrekking tot servicecontracten, SLA's en werkafspraken. Afspraken nakomen, communiceren met de klant en terugkoppeling geven op de voortgang kan veel onbegrip en frustratie bij de klant wegnemen. Deze afspraken dienen als leidraad te worden genomen. Door een Service Level Agreement op te stellen in samenwerking met de afdelingen ontstaat er een duidelijk beschreven protocol waar beide partijen zich aan dienen te houden. Hier moeten ook prestatie-indicatoren aan gehangen worden.

Hiermee weet elke afdeling wat er van de afdeling Facilities verwacht mag worden en wat Facilities op haar beurt van de afdeling mag verwachten.

Hiermee weet elke afdeling wat men van Facilities mag verwachten en wat Facilities op haar beurt van de afdeling verwacht. Wordt dit door een van de partijen niet nagekomen, kan men zich op het protocol beroepen. Door de prestatie-indicatoren kan men ook snel zien waar in het proces iets fout gaat en kan worden ingezoomd op dit proces om actie te ondernemen. Deze duidelijkheid ontlast het personeel van de afdeling en zorgt ervoor dat klachten worden verholpen op volgorde van binnenkomst en belangrijkheid. Het uiteindelijke resultaat zal de werksfeer en werkdruk zeer ten goede komen.

Accountmanagers aanstellen

Om de afdelingen zelf ook betrokken te krijgen bij de facilitaire organisatie is het raadzaam om alle facilitaire kosten aan de afdelingen door te belasten en een accountmanager aan te stellen; deze krijgt ook een sales-rol. Dit houdt in dat de accountmanager de relatie met de verschillende afdelingen onderhoudt en probeert te anticiperen op de vraag van de interne klanten en het aanprijzen van nieuwe producten en nieuwe oplossingen voor de interne klant/afdeling.

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

Door doorbelasting van kosten krijgt iedere afdeling een duidelijk beeld van de kosten die ten laste komen van de organisatie. Als een afdeling meer diensten wil afnemen, gaat er meer van hun budget af. Het voordeel hiervan is dat er een extra controlefunctie in de administratieve organisatie ontstaat. De manager van de afdeling kan beter dan de facilitaire organisatie inschatten of de producten en/of diensten wel echt nodig zijn voor de afdeling.

Bij explosieve stijging van de kosten kan de facilitaire organisatie op haar beurt inspringen om te kijken wat deze kosten veroorzaakt heeft en of dit daadwerkelijk nodig is. De aanvraag voor extra diensten loopt via de manager; klachten over de frequentie van de dienst en de kwaliteit van het product worden door de manager behandeld. Dit zorgt ervoor dat het management kostenbewuster zal handelen³³.

De door de facilitaire organisatie aangestelde accountmanager zal hierin dan als onderhandelaar tussen de afdeling en de organisatie optreden. Het doel van deze functie is een bevredigende uitkomst te krijgen voor beide partijen. Vervolgens zal door de facilitaire organisatie de beste leverancier gezocht worden. Het uitvoeren van processen vereist de beschikbaarheid van diverse hulpmiddelen. Hierbij dient gedacht te worden aan huisvesting, kantooormiddelen, communicatiemiddelen en automatiseringsmiddelen voor gebruik binnen Service Level Management. Daarnaast worden binnen dit aspect ook de hulpmiddelen en voorzieningen beschreven die nodig zijn om de functionaliteit en kwaliteit van de Informatievoorziening te waarborgen. De voortgang van het proces beschrijft men in de Service Level Reports welke weer naar het management doorgezonden zullen worden. Door middel van de Service Level Reports wordt de voortgang inzichtelijk gemaakt en kan worden geëvalueerd en geanalyseerd of er op bepaalde vlakken bijgestuurd moet worden of dat er aanpassingen in het proces, product of personeel moeten plaatsvinden.

Aanpassen van de diensten: uitkomsten met de afdelingen bespreken en evalueren

Het is raadzaam om met de verschillende verantwoordelijke afdelingen te overleggen en te vergaderen over de uitkomsten van dit verslag en eens te kijken naar wat er goed gaat en wat er verbeterd moet worden binnen een desbetreffende afdeling. Er dient geïnventariseerd te worden wat de medewerkers van de uitkomsten vinden en de medewerkers dienen betrokken te worden in de verbetermaatregelen. Mocht blijken dat medewerkers een kennisbehoefte of een kennisgebrek hebben, is het raadzaam de medewerkers hierin bij te scholen.

5.3 Operationeel

Front Office (service desk)

Naar deze afdeling en haar toekomst zal met veel aandacht gekeken moeten worden. In elke servicegerichte situatie is een front office een must. Dit om de klant snel te helpen met zijn problemen en de voortgang te bewaken en te handelen bij problemen met de producten en diensten. De problemen dienen geregistreerd, geanalyseerd en gerapporteerd te worden, samen met de facilitair manager Zoetermeer. De gerapporteerde klachten zullen aan het managementteam van Zoetermeer en aan de Facilitair Manager Benelux worden voorgelegd. Deze partijen kunnen op hun beurt, indien nodig, veranderingen op strategisch, tactisch of operationeel niveau doorvoeren.

³³ Bron bijlage IX: Interview Facilitair manager Rabobank

Facility Management Informatie Systeem (Klachtenregistratiesysteem)

Het systeem 'FIRE' (is dit een FMIS? zoja, meldt dit dan en leg uit dat hier voorheen al mee gewerkt is) moet zo snel mogelijk weer in bedrijf gesteld worden of vervangen worden door een nieuw systeem. Men dient de frontdesk weer te openen en een medewerker in dienst moeten nemen met voldoende kennis om vragen te beantwoorden en op effectieve wijze met kwaliteitsmanagement om kan gaan. Vervolgens zal men de interne klant moeten leren om te gaan met kwaliteitsmanagement met behulp van een goede communicatie binnen de organisatie. De medewerkers die met het systeem gaan werken dienen te worden getraind om consequent alle meldingen van de interne gebruiker in te voeren. Hierdoor kan een klachtenregistratie op poten worden gezet. Uit de Service Level Reports die hieruit ontstaan kan het management conclusies trekken en kan het beleid worden bijgestuurd waar dit nodig wordt geacht.

5.4 *Aanpassing van de diensten***Schoonmaak**

Aanbevolen wordt om een vervolgonderzoek uit te voeren naar de schoonmaak binnen BT. De schoonmaak wordt momenteel uitbesteed aan derden. Als onderzoeksvorm kan er voor interviews worden gekozen. Naar aanleiding van dit onderzoek kan er specifieker worden bekeken waar de onvrede door veroorzaakt wordt en welke stappen ondernomen kunnen worden om de schoonmaak te optimaliseren en hiermee de klanttevredenheid te vergroten. Het is praktisch om een norm te hanteren voor het niveau van schoonmaken. Een voorbeeld hiervan is de VSR-norm; de VSR is de vereniging van de schoonmaakbranche en heeft kwaliteitscontrolesystemen ontwikkeld voor de schoonmaak.³⁴

Catering

Momenteel wordt de catering uitbesteed. De medewerkers van BT vinden de prijs en de kwaliteit van de geleverde producten niet tot elkaar in verhouding staan. Facilities dient overleg te plegen met de bedrijfscateraar over de gemaakte afspraken betreffende de gebruikte producten en de bereidingswijze hiervan. Er moet overleg plaatsvinden tussen Facilities en de leverancier van de koffiemachineproducten om tot alternatieven te komen voor de huidige geboden warme dranken. Daarna kan worden bekeken of de medewerkers meer tevreden zijn over de nieuwe producten.

Klanttevredenheidsonderzoek

Om de klanttevredenheid te meten moet men periodiek de kwaliteit van de diensten en producten van Facilities Zoetermeer gaan meten. Jaarlijks moet er een onderzoek onder alle interne klanten van Facilities Zoetermeer plaats vinden.

³⁴ Bron: <http://www.intexso.nl/VSR.htm>

5.5 *De toekomstvisie*

De rol van de facilitaire organisatie binnen BT

Service Center

Facilities gaat een adviesrol vervullen en dient meer betrokken te worden bij de afdeling Human Resources Management en logistieke kwesties; niet alleen in de uitvoerende zin maar ook bij het vaststellen van het beleid. Dit onderzoek is een goede stap om de eisen en wensen van de interne klant helder in kaart te brengen aan de hand van een eisen- en wensenpakket per afdeling. Door de uitkomsten hiervan in combinatie met een samenwerking met Human Resources Management en Finance kunnen problemen integraal aangepakt worden. De ondersteunende afdelingen zullen bij elkaar gevoegd moeten worden tot een grote afdeling die kan worden beschouwd als een Service Center. Binnen deze afdeling bestaan de subgroepen met hun eigen kerntaken maar met een centrale aansturing die per subgroep de doelen op elkaar aan laat sluiten.

De afdelingen werken nu voor hetzelfde doel, maar iedere afdeling op basis van hun eigen protocol. De facilitaire organisatie moet, om aan de tevredenheid van de interne gebruiker tegemoet te komen, van een aanbodgerichte organisatie naar een vraaggerichte organisatie toe groeien.

Facilitaire doelstelling

Er dient een strategische facilitaire doelstelling te komen met een missie en visie die operationeel gemaakt worden naar het uitvoerende deel van de facilitaire organisatie. Ook moet er goed gekeken worden naar de functies die er zijn; welke kunnen bij elkaar worden gevoegd en welke diensten kunnen centraal of decentraal aangestuurd kunnen worden. De afdeling Facilities moet zich gaan ontwikkelen tot een aanvoerder binnen de organisatie. Een afdeling die ingrijpt als er iets fout gaat binnen het primaire proces maar ook adviezen gaat geven aan het primaire proces over mogelijke verbeteringen. Het wordt een Service Center dat actief bezig is om te kijken welke ontwikkelingen er op technologisch, automatiserings- en personeelsgebied beschikbaar zijn en welke van deze ontwikkelingen op de meest effectieve en efficiënte wijze aan de wensen en eisen van de interne klant tegemoet komen. Deze ontwikkelingen kunnen dan op hun beurt het bedrijfsrendement optimaliseren. De missie die Facilities dient te volgen is: “Facilities Zoetermeer als ondersteunend onderdeel van BT Zoetermeer, stelt zich ten doel het primaire proces zo optimaal mogelijk te ondersteunen, met als doel een tevreden interne klant te realiseren die in een zo optimaal mogelijke werkomgeving het beste uit zichzelf kan halen.”

6. Conclusie

Na het onderzoek kan er een antwoord worden gegeven op de probleemstelling en subprobleemstellingen.

‘Hoe kan men de klanttevredenheid van de interne klant meten van de diensten en producten van Facilites BT Zoetermeer, om hiermee vervolgens bruikbare informatie te genereren over hoe de interne gebruiker de diensten en producten ervaart en hoe Facilites BT Zoetermeer de diensten en producten kan optimaliseren?’

Subprobleemstellingen

- Hoe zit Facilites Zoetermeer organisatorisch in elkaar?
- Wat is kwaliteitsmanagement?
- Wie is de onderzoekspopulatie?
- Voor wie is dit onderzoek geschreven?
- Welke meetinstrument zijn er om kwaliteit te meten?
- Welke kwaliteitsmeetinstrumenten zijn er in dit rapport gebruikt?
- Hoe gaat men de verkregen informatie analyseren?
- Wat zijn de conclusies van de geanalyseerde informatie?
- Welke aanbevelingen kunnen we aan de hand van deze conclusies doen?

De facilitaire organisatie staat in een matrixorganisatie en wordt aangestuurd door een horizontale en een verticale lijn. Wat men vanuit BT U.K. wil invoeren staat soms haaks op wat men op lokaal niveau wil en andersom. Het is de vraag of een matrixorganisatie de juiste organisatievorm is voor BT. Deze organisatievorm wordt gebruikt voor projectteams of voor tijdelijke opdrachten. Deze vorm is niet geschikt om op langere termijn missie en visie binnen een bedrijf uit te dragen. Ook speelt het probleem dat de organisatie door de lange communicatielijnen een tijdrovend en log beslissingsapparaat vormt.

In het rapport komt duidelijk naar voren dat Facilites Zoetermeer begint met het meten van de kwaliteit terwijl er nog geen kwaliteitsbeleid is. Men begint als het ware het traject van de verkeerde kant. Men heeft of nog geen beleid of processen op papier, of wel omschreven, maar niet uitgedragen binnen de organisatie. Facilites Zoetermeer moet inzien dat de klant een steeds belangrijkere rol speelt. Door deze ontwikkeling en door dat Facilites Zoetermeer veel geld kan besparen door beter beleid uit te zetten, is het van groot belang dat ze aan kwaliteitsmanagement gaan doen.

Facilites Zoetermeer werkt aanbodgestuurd. Zodoende ontstaat de vraag of een onderzoek naar de diensten en producten wel relevant is; men gaat van het eigen aanbod uit en niet van de wens van de interne gebruiker. Service Level Management is voor Facilites Zoetermeer een goede oplossing. Uit het onderzoek blijkt namelijk dat er geen duidelijke richtlijnen betreffende klachtenbeleid zijn, er zijn geen procedures of bestaande procedures worden niet nageleefd, facilitaire kosten worden niet doorbelast en er wordt niet vanuit de klant gewerkt. Service Level Management is een aanvulling op de tekortkomingen waar Facilites Zoetermeer op het moment mee kampt en biedt zodoende de mogelijkheid de werkwijze van Facilites om te buigen naar een werkwijze waarin zowel de medewerkers als de interne klanten tevreden zijn en er kosten worden bespaard.

7. Plan van aanpak

In dit plan van aanpak worden de aanbevelingen geconcretiseerd in een implementatieplan waarin staat welke stap er wordt ondernomen, wanneer dit dient te gebeuren, welke personen er betrokken zijn en, indien van toepassing, wanneer de stap herhaald dient te worden.

Het klanttevredenheidsbeleid

Overleggen met de afdelingen

Stappen	Wanneer?	Betrokkenen	Continueren
Overleggen met de afdelingen	Week 29 tot 30	De medewerkers van de verschillende afdelingen en de Facilitair Manager	Na elk klanttevredenheids-onderzoek
Rapport opstellen van de uitkomsten en verbeterpunten welke voortvloeien uit de gesprekken	Week 31 tot 32	De Facilitair Manager Zoetermeer	1 keer per jaar
Terugkoppeling aan de afdelingen	Week 33	Medewerkers van de betrokken afdelingen en de facilitair manager	1 keer per jaar

Beleid uitzetten

Stappen	Wanneer?	Betrokkenen	Continueren
Overleg op nationaal en internationaal niveau over de te varen koers	Week 34	Facilitair hoofd Benelux & Directeur Benelux algemeen	Na elk klanttevredenheids-onderzoek. Na de evaluatie per afdeling op de locatie
Besluitvorming uitdragen naar de vestigingen Amsterdam, Brussel en Zoetermeer	Week 35	Facilitair hoofd Benelux & Directeur Benelux algemeen	Na het eerste jaar alleen de veranderingen 1 keer per jaar
Beleid operationaliseren naar verschillende afdelingen op locatieniveau	augustus-oktober 2006	Facilitair Manager op de locatie	Na het eerste jaar alleen de veranderingen 1 keer per jaar
Evaluatie van klanttevredenheid	Vanaf 2007	Facilitair Manager op de locatie in samenwerking met Facilitair hoofd Benelux	1 keer per jaar

Het Front office en Klachtenregistratiesysteem

Stappen	Wanneer?	Betrokkenen	Continueren
Kijken naar de toekomst van het Front office	Week 29	De Facilitair Manager Zoetermeer en de Facilitair Manager Benelux	n.v.t.
Het aanstellen van een Front desk medewerker	Week 29-34	De Facilitair Manager Zoetermeer en de Facilitair Manager Benelux	n.v.t.
Doorstarten van het Front office	Week 34	De Facilitair Manager Zoetermeer, Facilitair Manager Benelux en de nieuwe medewerker van de Frontdesk.	n.v.t.
Het inwerken van de medewerker.	Week 34	De Facilitair Manager Zoetermeer en de nieuwe medewerker van de Frontdesk.	n.v.t.
Trainingen volgen: analyseren van de klanten	Week 35	De Facilitair Manager Zoetermeer en de nieuwe medewerker van de Frontdesk.	5 keer per jaar 2 dagen.
Doorstarten van FIRE ³⁵ of een ander registratiesysteem	Week 34	De Facilitair Manager Zoetermeer, Facilitair Manager Benelux en de nieuwe medewerker van de Frontdesk.	n.v.t.
Maandelijkse klachten rapporteren aan de Facilitair Manager Benelux	Vanaf 1 oktober 2006	Facilitair Manager en de nieuwe medewerker van de Frontdesk.	Elk maand

Het opstellen van een producten- en diensten catalogus

Stappen	Wanneer?	Betrokkenen	Continueren
Het inventariseren van de wensen en eisen van de medewerker op de werkvloer	Week 29-33	De afdelingshoofden van de vestiging Zoetermeer en een bankzitter	n.v.t.
Overleg op locatie-niveau over de wensen en eisen van de medewerker	Week 34-35	Facilitair Manager Zoetermeer en de afdelingshoofden van de vestiging Zoetermeer	n.v.t.

³⁵ Het softwareprogramma voor klachtenregistratie wat BT Zoetermeer voorheen gebruikte

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

Inventariseren wat wensen en eisen van de medewerker zijn.	augustus 2006	Facilitair Manager op de locatie in samenwerking met facilitaire dienst Benelux	n.v.t.
Overleggen naar mogelijkheden en budget	augustus-oktober 2006	Facilitair Manager Benelux en de algemeen Directeur Benelux	n.v.t.
Uitwerken van een producten- en diensten-catalogus	Vanaf oktober-januari 2007	Facilitair Manager Zoetermeer in samenwerking met facilitair hoofd Benelux	n.v.t.

Het opstellen van een SLA

Stappen	Wanneer?	Betrokkenen	Continueren
Aan de hand van de PDC moet men het servicecontract opstellen	februari 2007	De Facilitair Manager Benelux en het managementteam Zoetermeer	Elk jaar evalueren of er aanpassingen nodig zijn.
Het beschrijven van de Service Level Agreements	maart-april 2007	De Facilitair Manager Zoetermeer in samenwerking met de afdelingshoofden	Elk jaar evalueren of er aanpassingen nodig zijn.
Werkafspraken maken en werkprocedures vaststellen	mei 2007	De facilitair Manager Zoetermeer in samenwerking met de medewerkers van Facilities Zoetermeer	Elk jaar evalueren of er aanpassingen nodig zijn.

Doorbelasten en een accountmanager

Stappen	Wanneer?	Betrokkenen	Continueren
De indirecte kosten in een organisatie te 'verbijzonderen' naar andere functies / afdelingen	september-oktober 2006	De Facilitair Manager Benelux in samenwerking met de Facilitair Manager Zoetermeer	n.v.t
Nauwkeurigere kostprijscalculatie van het product of de dienst	september-oktober 2006	De Facilitair Manager Benelux in samenwerking met de Facilitair Manager Zoetermeer	n.v.t
Onderscheid in hulpkostenplaatsen, zelfstandige kostenplaatsen en hoofdkostenplaatsen	september-oktober 2006	De Facilitair Manager Benelux in samenwerking met de Facilitair Manager Zoetermeer	n.v.t

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

Onderscheid per afdeling eerstbelaste kosten en doorbelaste kosten;	september-oktober 2006	De Facilitair Manager Benelux in samenwerking met de Facilitair Manager Zoetermeer	n.v.t
Werken met prestatie-eenheden c.q. verdeelsleutels bij het toerekenen van de door te belasten kosten aan andere afdelingen.	september-oktober 2006	De Facilitair Manager Benelux in samenwerking met de Facilitair Manager Zoetermeer	n.v.t
Aanstellen van accountmanagers	september 2006	De Facilitair Manager Benelux in samenwerking met de afdeling Finance	n.v.t
Opleiden van accountmanagers	Week 45-46	De Facilitair Manager Zoetermeer en Finance	n.v.t

Klant Tevredenheids Onderzoek

Stappen	Wanneer?	Betrokkenen	Continueren
KTO laten uitvoeren door een stagiair	oktober-december 2007	Stagiair in samenwerking met de Facilitair Manager Zoetermeer	1 keer per jaar
Met gebruik van de bestaande enquête gebruikt in dit onderzoek	oktober-december 2007	Stagiair in samenwerking met de Facilitair Manager Zoetermeer	1 keer per jaar
Waar de student elk jaar een afdeling helemaal onder de loep neemt.	oktober-december 2007	Stagiair in samenwerking met de Facilitair Manager Zoetermeer	1 keer per jaar

8. Baten en Kosten

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de baten en kosten die de aanbevelingen met zich meebrengen.

Het klanttevredenheidsbeleid³⁶

Overleggen met de afdelingen

Stappen			
1. Overleggen met de afdelingen	6 medewerkers x 6 uur FM-er	€	151,84 ³⁷
2. Rapport opstellen van de uitkomsten en verbeterpunten n.a.v. de gesprekken.	40 uur uitwerken FM Zoetermeer	€	563,75
3. Terugkoppelen aan de afdelingen	6 medewerkers x 6 uur FM-er	€	151,84
Totaal		€	867,43

Beleid uitzetten

Stappen			
4. Overleg op nationaal en internationaal niveau over de te varen koers	16 uur FM Benelux 16 uur Alg. Dir.	€	512,60
5. Besluitvorming uitdragen naar de vestigingen Amsterdam, Brussel en Zoetermeer	16 uur FM Benelux 16 uur Alg. Dir.	€	512,60
6. Beleid operationaliseren naar verschillende afdelingen op locatieniveau	Uitwerken FM Zoetermeer 3 maanden	€	7.323,00
7. Evaluatie van klanttevredenheid	Elk jaar behalve het eerste jaar, daarna indien nodig stap 1 t/m 6 herhalen	€	481,80
Totaal		€	8.830,00

Het Front Office en Klachtenregistratiesysteem

Stappen			
8. Kijken naar de toekomst van het Front office	16 uur FM Benelux 16 uur FM Zoetermeer	€	481,80
Doorstarten van het Front office			-
Doorstarten van FIRE of een ander registratiesysteem			-
9. Het aanstellen van een Front desk medewerker	Jaar salaris medewerker	€	21.528,00
10. Het inwerken van de medewerker.	40 uur Frontdeskmedewerker 40 uur FM-er	€	1.012,25
11. Een cursus kwaliteitsmanagement voor de frontdesk medewerker en de facilitair manager		€	2.340,00
Totaal		€	25.362,05

Het opstellen van een Producten- en dienstencatalogus

Stappen			
12. Het inventariseren van de wensen en eisen van de medewerker op de werkvloer	6 Afdelingshoofden 1 maand	€	15.378,00
13. Overleg op locatieniveau over de wensen en eisen van de medewerker	12 uur FM Zoetermeer 12 uur afdelingshoofd	€	384,45
14. Inventariseren wat wensen en eisen van de medewerker mogelijk zijn.	16 uur FM Benelux 16 uur FM Zoetermeer.	€	481,80
15. Overleggen naar mogelijkheden en budget	50 uur FM Benelux 50 uur FM Zoetermeer.	€	1.505,63
16. Uitwerken van een producten- en diensten catalogus	4 maanden bankzitter	€	7.176,00

³⁶ Het salaris is exclusief 8% vakantiegeld en eindejaarsuitkering

³⁷ Zie bijlage X: Toelichting op kostenbesparing

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

	Totaal	€ 24.925,88
--	--------	-------------

Het opstellen van een SLA

Stappen		
17. Het opstellen van het servicecontract	24 uur FM Benelux 24 uur FM Zoetermeer.	€ 722,70
18. Het beschrijven van de Service Level Agreements	60 uur FM Zoetermeer 60 uur afdelingshoofd	€ 1.922,25
19. Werkafspraken maken en werkprocedures vaststellen	6 medewerkers x 4uur FM-er	€ 607,35
	Totaal	€ 3.252,30

Doorbelasten en een accountmanager

Stappen		
20. De indirecte kosten in een organisatie te 'verbijzonderen' naar andere functies afdelingen	FM Zoetermeer	€ 4.882,00
Nauwkeurigere kostprijscalculatie van het product/dienst		"
Onderscheid tussen hulpkostenplaatsen, zelfstandige kostenplaatsen en hoofdkostenplaatsen		"
Onderscheid per afdeling eerstbelaste kosten en doorbelaste kosten;		"
Werken met prestatie-eenheden c.q. verdeelsleutels bij het toerekenen van de door te belasten kosten aan andere afdelingen.		"
Aanstellen van accountmanagers		
21. Opleiden van accountmanagers	40 uur Finance 40 uur FM Zoetermeer.	€ 1.127,50
	Totaal	€ 6.009,50

Klanttevredenheidsonderzoek

Stappen		
22. KTO laten uitvoeren door een stagiair	5 maanden 1 stagiair	€ 1.375,00
	Totaal	€ 1.375,00

Totaal bedrag invoering het eerste jaar	Totaal	€ 69.754,73
Totaal bedrag invoering continueren opvolgende jaren tot 5 jaar	Totaal	€ 1.856,80

	Budget Facilities Zoetermeer	Kostenbesparing
1e jaar ³⁸	€ 2.500.000,00	€ 55.245,28
2e jaar	€ 2.441.725,88	€ 120.380,94
3e jaar	€ 2.321.496,38	€ 114.361,89
4e jaar	€ 2.207.278,36	€ 108.643,79
5e jaar	€ 2.098.771,24	€ 103.221,61
	Totale besparingen in 5 jaar	€ 501.843,50

³⁸ Bron zie bijlage IX: interview met de facility manager van de Rabobank. Is 5% besparen per jaar met aftrek van de kosten van de invoering. Dit is een aanname op basis van de resultaten uit het interview met de facility manager van de Rabobank.

Bronvermelding

Boeken

Bij, van der J.D./ Broekhuis, H./ Gieskes, J.F.B.: *Kwaliteitsmanagement in beweging*. Kluwer, 1999

Boomsma, S.: *De waarde van tevreden medewerkers: meten en verbeteren van personeelstevredenheid*. Kluwer, 2001

Cameron, K.S./ Quinn R.E.: *Onderzoeken en veranderen van organisatiecultuur*. Academic Service 3^e oplage, 2003

Kerklaan, L.A.F.M./ Mastenbroek, drs.. W.F.G./ Wijchers L.TH.R.: *Kwaliteitsmanagement in de dienstverlening*. Kluwer bedrijfswetenschap 1^e oplage, 1992

Keuning, D/ Epping, D.J.: *Management & Organisatie*. Stenfert Kroese 7^e oplage, 2000

Krimpen, van J.: *Facility management in perspectief*. Kluwer b.v. 1^e oplage, 2003

Maas, J.G.: *Kwaliteitszorg in de praktijk*. Kluwer kwaliteitszorg 1e oplage, 1988

Muntinga, drs. M.A. en Lagerveld, drs. C.J.: *Instrumenten voor modern kwaliteitsmanagement*. Kluwer bedrijfsinformatie 1^e oplage, 1998

Neijzen, drs. J.A. en Trompetter, drs. M.: *Kwaliteitszorg in dienstverlenende organisaties*. Kluwer bedrijfswetenschap 6^e oplage, 1996

Oakland, J. S.: *Kwaliteitsmanagement*. Management Press bv, 1995

Thomassen, drs.. J-P.R., in 't Veld, drs. E. en Winthorst drs.. H.H.: *Klanttevredenheid de succesfactor voor elke organisatie*. Kluwer bedrijfsinformatie 4^e oplage, 2004

Ytsma, drs. W.: *De vele gezichten van facility management*. Kluwer Bedrijfsinformatie 2^e oplage, 2002

Syllabi

Genet, C., *Methode van onderzoek en de Markt*, Haagse Hogeschool, Den Haag, 2003

Mante, Y., *Handleiding Schriftelijke Rapportage*, Haagse Hogeschool, Den Haag, 2003

Andere bronnen

Bruijn, H. de en Postmes, P.F.W. Sheets Advieskunde, Haagse Hogeschool, 2005,

Geerdink, M., Hardjosusono, S. en Hoving, J. Sheets Bedrijfsorganisatie 1 en 2, Haagse Hogeschool, 2005,

Kloos, J./ Bonthond, J.H.R.. Sheets Managementaccounting 4, Haagse Hogeschool, 2005.

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

Monchy, C./ Heemskerk-Nooij, B. Sheets Integraal Kwaliteitsmanagement, Haagse Hogeschool, 2005.

Geerdink, M.en Postmes, P.F.W. Sheets Verandermanagement, Haagse Hogeschool, 2005.

Medewerkerhandboek BT Zoetermeer

Kamer van Koophandel

Interviews met de medewerker van de facilitaire organisatie.

Interviews met medewerkers van de vestigingen Amsterdam, Brussel en Zoetermeer.

Internetsites

<http://adbudais.nl/kwaliteitssysteem.htm>.

http://www.btglobalservices.com/business/be/nl/about_us/around_the_world/belgium.html

http://www.btglobalservices.com/business/be/nl/about_us/around_the_world/netherlands.html

<http://www.buildingbrands.com>

http://www.edelmannederland.nl/cgi-bin/persnew/pdoc_dlv.pl?PR1248

<http://www.intexso.nl/VSR.htm>

<http://www.monsterboard.nl/loonwijzer/salariescheck.asp>

<http://www.zbc.nu/index.php?ChapterID=4068>

Artikelen

Folder BT in beeld. British Telecommunications plc 2004. Geregistreerd in Engeland onder nr. 180000

Rapport: In Axis medewerkerstevredenheidsonderzoek 2004



Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid
Klantgerichtheid als basis voor een helder beleid en betere prestaties
Bijlage

Richard Bakker
Mei 2006



Inhoudsopgave:

Bijlage I: De organisatie van British Telecommunications plc. _____

Bijlage II: Organigram BT Group _____

Bijlage III: Organigram van BT Zoetermeer _____

Bijlage IV: Onderzoeksmethoden _____

Bijlage V: Klanttevredenheidsenquête _____

Bijlage VI: Introductiebrieven _____

Bijlage VII: Uitwerking interviews _____

Bijlage VIII: Uitkomsten uitgewerkt in SPSS. _____

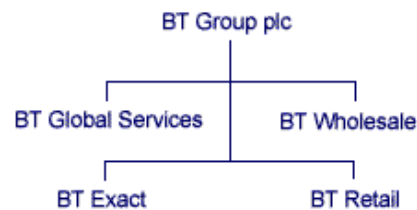
Bijlage IX: Interview facilitair manager Rabobank _____

Bijlage X: Toelichting op kostenbesparing _____

Bijlage I: De organisatie van British Telecommunications plc.

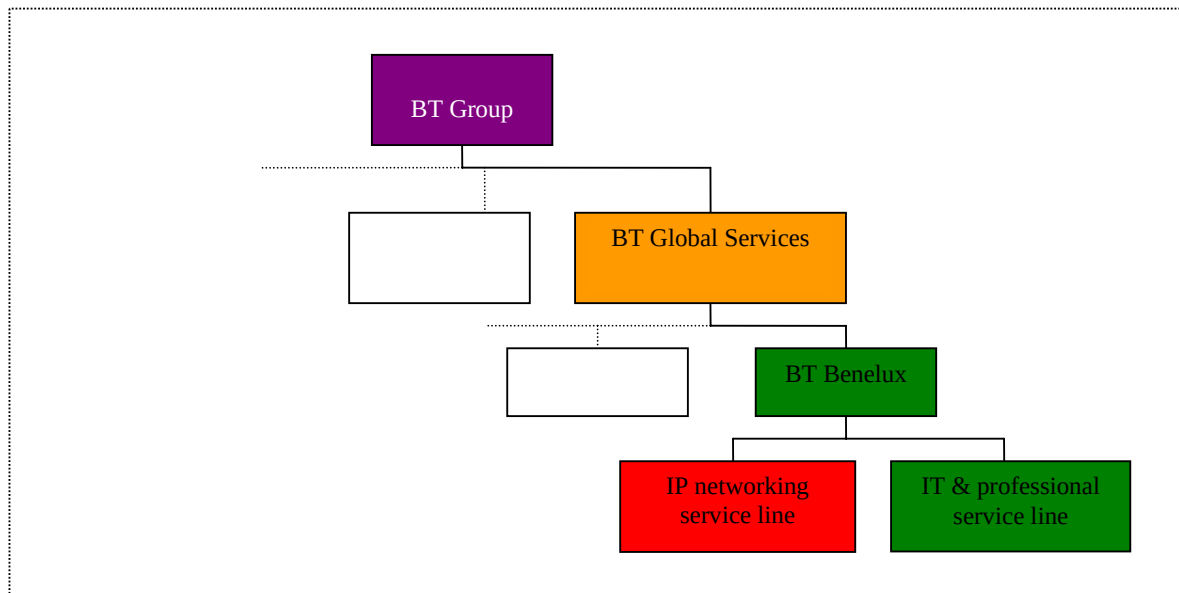
Hieronder staat het organigram van de organisatie van British Telecommunications plc schematisch weergegeven.

In het organigram hieronder wordt de relatie weergegeven tussen de BT Group en BT Global Services waar de Benelux onder valt. Bij de eerst stippellijn wordt een scheiding gemaakt van BT Group naar de vier divisies BT Wholesale, BT Exact, BT Retail en BT Global Services. Op de volgende tree wordt BT Benelux aangeduid. De stippellijn horizontaal aan BT Benelux zijn de andere afdelingen: wereldwijd in Europa, het Amerikaanse continent, Azië en de landen rond Australië.

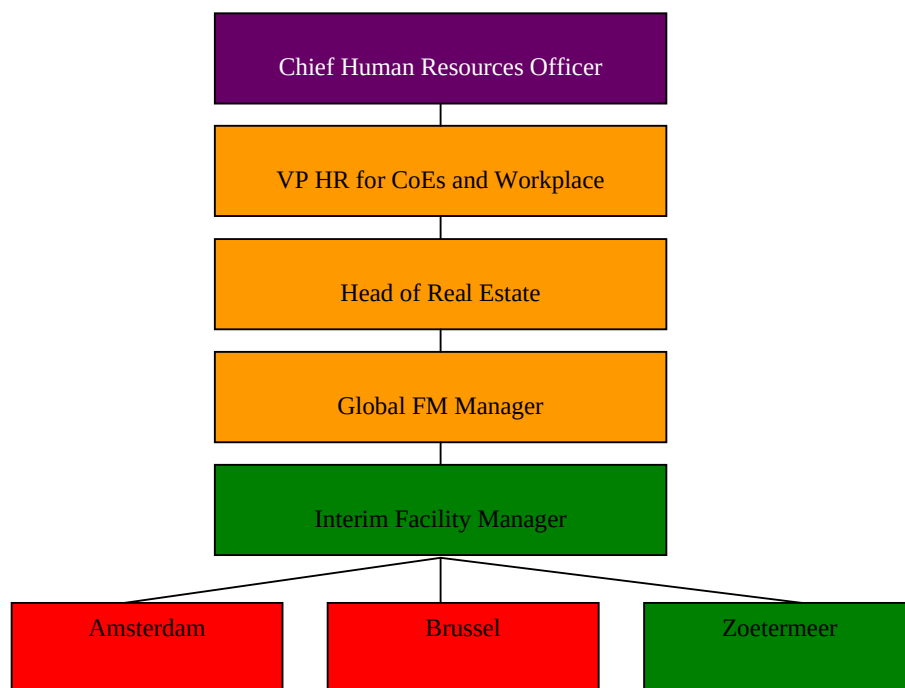


Bijlage II: Organigram BT Group

Het organigram van BT Group:

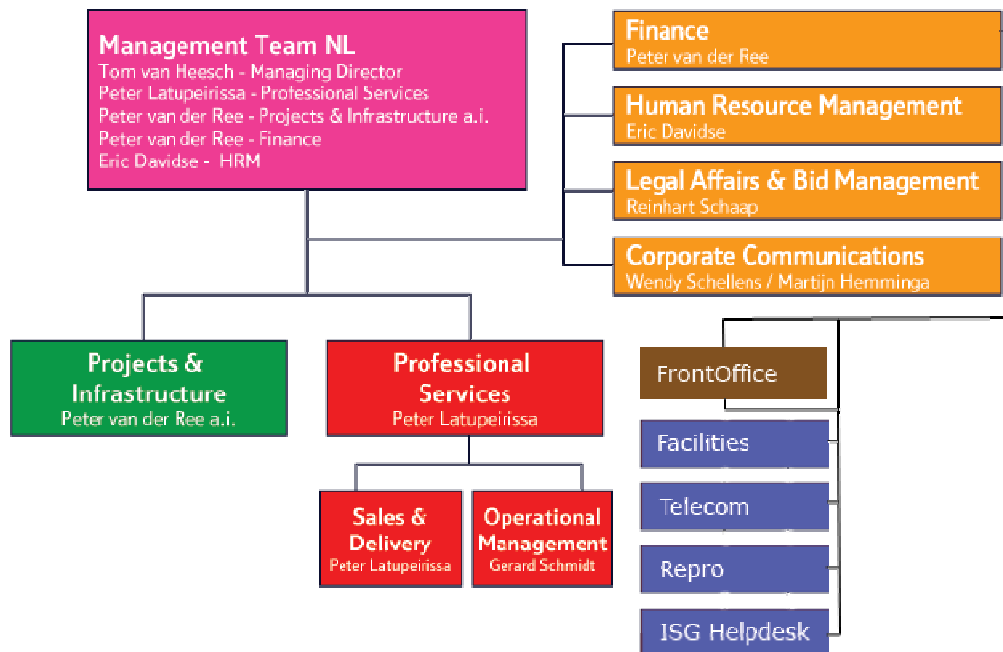


Hieronder vindt men het organigram van Facilities vanuit de BT Group:

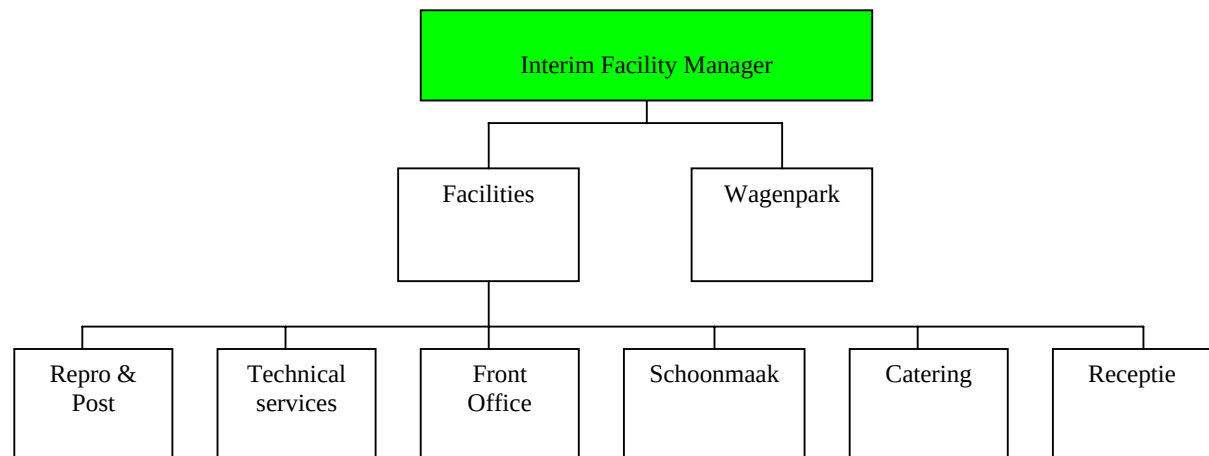


Bijlage III: Organigram van BT Zoetermeer

Hieronder vindt men het organigram van BT Zoetermeer van de business-units en de aansturing naar Facilities Zoetermeer.



Hieronder vindt men het organigram van Facilities Zoetermeer.



Bijlage IV: Onderzoeksmethoden

Clinics

Clinics is een verzamelnaam voor allerlei onderzoeksmethoden die ten doel hebben de kwaliteit van prototypen of bestaande producten te testen. Zo kunnen potentiële klanten een tijd gebruik maken van een prototype van een auto en worden de ervaringen systematisch geïnventariseerd (Thomassen, 1998).

Klantenpanel

Het klantenpanel is een methode waarbij klanten gevraagd wordt om gebruik te maken van het product, c.q. het te proeven (denk aan levensmiddelen, enzovoorts). Deze methode wordt gebruikt bij het ontwikkelen c.q. verbeteren van een product, om zoveel mogelijk aan te sluiten bij de wensen van de klant.

Mystery gast

Gespecialiseerde bureaus of medewerkers bezoeken anoniem een organisatie en fungeren daar als testklant. Vaak gaat het hierbij om een vergelijking van de geleverde service met de gestelde richtlijnen (bijvoorbeeld iemand die een groot aantal kantoren van een zelfde reisorganisatie bezoekt om eenzelfde reis te boeken en vervolgens het gegeven advies en de verleende dienstverlening in kaart brengt). De resultaten van een mystery onderzoek worden gerapporteerd aan het verantwoordelijke management, dat eventueel maatregelen moet nemen om afwijkingen van de richtlijn in de toekomst te voorkomen. De Nederlandse privacywetgeving zegt dat medewerkers vooraf moeten worden geïnformeerd wanneer er een interne meting wordt verricht. Dit geldt dus ook voor de continue interne metingen en de mystery-onderzoeken.

Het Servqual-Model

In 1988 hebben L. Berry, V. Zeithaml, A. Parasuraman et al. een instrument ontwikkeld waarmee de gepercipieerde kwaliteit van diensten kan worden gemeten. Dit instrument is inmiddels wijd verbreid toegepast. Het meetinstrument wordt het Servqual-Model genoemd: het service quality instrument. Daarnaast biedt de servqual-benadering inzicht in de factoren, die de kwaliteit van de dienstverlening beïnvloeden.

De kwaliteit van een dienst wordt binnen deze benadering gezien als een houding, een multi-dimensioneel construct, hetgeen is samengesteld uit de verschillen, die er bestaan tussen de ervaringen van de consument en diens verwachtingen (Boerkamp & Vriens, 1993). Deze definitie van kwaliteit komt overeen met de definitie van kwaliteit, zoals Gronroos (1984, 1990) en Parasuraman et al. (1985) die hanteren. Zij definiëren kwaliteit als het spanningsveld tussen ervaringen en verwachtingen. Het bepalen van de verschillen tussen percepties en verwachtingen vertegenwoordigt de kern van het meetinstrument, die in de servqual-benadering wordt gebruikt. Het servqual meetinstrument kan men in formulevorm als gegeven:

$$Q = \sum I_i (P_i - E_i), \text{ waarbij}$$

Q = gepercipieerde kwaliteit van een dienst

I_i = het belang van dimensie i ($i = 1$ tot 5 of 10)

P_i = perceptiescore dimensie i ($i = 1$ tot 5 of 10)

E_i = verwachtingscore dimensie i ($i = 1$ tot 5 of 10)

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

Bij het meten van percepties en verwachtingen werd aanvankelijk uitgegaan van een tiental dimensies. Deze dimensies zijn in te delen in een drietal categorieën (zie tabel):

1. *experience- of ervaringseigenschappen*: op deze dimensies kan men zich tijdens of direct na de dienstverlening een oordeel geven;
2. *search- of zoekseigenschappen*: op deze dimensies kan de dienst worden beoordeeld voor een aankoop;
3. *credence- of vertrouwenseigenschappen*: dit zijn dimensies die niet zichtbaar worden of alleen in uitzonderlijke situaties, zoals in onveilige gebruikerssituaties.

1.	Communicatie	(e)	6.	Competentie	(c)
2.	Betrouwbaarheid	(e)	7.	Toegankelijkheid	(e)
3.	Tegemoetkomendheid	(e)	8.	Veiligheid	(c)
4.	Begrip voor de klant	(e)	9.	Geloofwaardigheid	(s)
5.	Beleefdheid	(e)	10.	Tastbaarheden	(s)

(e) = experience properties

(c) = credence properties

(s) = search properties

In een later onderzoek zijn deze tien dimensies met behulp van factoranalyse gereduceerd tot vijf dimensies, te weten: uiterlijk, betrouwbaarheid, snelheid, zekerheid en empathie. Deze dimensies vertegenwoordigen de criteria, die door consumenten gebruikt worden om een willekeurige dienst te evalueren. Deze criteria zijn met behulp van 22 paren stellingen geoperationaliseerd. De meetprocedure houdt in, dat op 22 paren stellingen een reactie wordt gevraagd. Men kan de stellingen op een zevenpuntsschaal, variërend van 'volledig mee eens' tot 'volledig mee oneens', beoordelen. Voor ieder paar stellingen geldt dat een stelling gebruikt wordt voor het meten van de verwachtingen en dat een stelling gebruikt wordt om de percepties te meten. Daarnaast wordt aan elke dimensie een gewicht toegekend, zodat een gewogen som van verschilcores berekend kan worden.

De Servqual-benadering geeft naast een duidelijk beeld over het kwaliteitsniveau van de organisatie, ook mogelijke oorzaken van een bepaalde gepercipieerde kwaliteit. Deze benadering biedt inzicht in de factoren die het kwaliteitsniveau beïnvloeden.

Het Servqual-Model is een gemakkelijk hanteerbaar instrument en daardoor uitermate geschikt voor organisaties, die geen tijd of geld hebben om zelf servicemaatstaven te definiëren. Er kleven echter wel een paar bezwaren aan het gebruik van dit instrument. Deze bezwaren hebben vooral betrekking op de methodologische beperkingen van het Servqual-Model (Boerkamp & Vriens, 1993):

- De generaliseerbaarheid van de resultaten
De premisse, dat het Servqual-Model voor het bepalen van de kwaliteit van een breed scala van verschillende diensten ongewijzigd gebruikt kan worden, staat ter discussie. Onder andere uit een onderzoek van Carman (1990) blijkt, dat het noodzakelijk is om voor bepaalde diensten dimensies toe te voegen of juist weg te laten.
- Het gebruik van zowel positief als negatief geformuleerde vragen het opnemen van vragen in een vragenlijst, zowel in positieve als in negatieve bewoordingen, brengt de

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

- respondenten in verwarring (Carman, 1990). Dit komt de validiteit van de antwoorden niet ten goede.
- Het gebruik van verschilcodes
Het feit, dat de servqual-benadering gebruik maakt van verschilcodes tussen percepties en ervaringen heeft een nadelige invloed op de betrouwbaarheid van de meting (Babakus & Boller, 1992). Deze nadelige invloed kan door psychometrisch onderzoek aangetoond worden.
 - Het ontbreken van mogelijkheden om het model te toetsen
Binnen de servqual-benadering is het additieve principe (impliciet) als uitgangspunt gebruikt om de kwaliteit te modelleren. Het bezwaar hiervan is, dat dit uitgangspunt op geen enkele wijze geëvalueerd en getoetst kan worden. Dus de vraag of de vijf dimensies de lading van het kwaliteitsbegrip voor honderd procent dekken, is niet te beantwoorden. Daarnaast is er geen mogelijkheid om eventuele interactie-effecten tussen twee dimensies te verdisconteren.
 - De beperkte toepassingsmogelijkheden van het model
Het laatste bezwaar heeft betrekking op de beperkte mogelijkheden van de servqual-benadering om deze op (nog) niet bestaande of hypothetische diensten toe te kunnen passen. Het model kan alleen gebruikt worden om een oordeel te vellen over bestaande diensten.

Het Servperf-Model

Het Servperf-Model is een alternatieve benadering om de servicekwaliteit van een dienst te meten (Cronin & Taylor, 1992;1994). In vergelijking met het Servqual-Model richt het Servperf-Model zich echter alleen op de *perceptie van de geleverde prestatie* (performance). De verwachtingen worden in het Servperf-Model niet meegenomen. De discussie die op dit moment wordt gevoerd, gaat over de vraag welke benadering nu beter de kwaliteit van een dienst conceptualiseert.

In formule vorm wordt het Servperf-Model als volgt weergegeven:

$Q = \sum P_i$, waarbij

Q = gepercipieerde kwaliteit van een dienst

P_i = prestatiescore (i = 1 tot 5 of 10)

De vragenlijst met de 22 beweringen kan ook voor Servperf worden gebruikt, maar dan alleen de stellingen die vragen naar de ervaringen. De wegingsfactor is verdwenen, daar de onderzoekers Cronin & Taylor uit hun onderzoek concludeerden dat de wegingsfactor niet van invloed bleek op de performanscore.

Critical incidenttechniek

De Critical incidenttechniek (CIT) is een alternatieve methode die inzicht kan verschaffen in kwaliteits- en tevredenheidsoordelen. Bij deze ontwikkelde techniek staat de *service encounter* centraal (Bitner et al, 1990). Dat wil zeggen: men gaat er van uit dat de ontmoeting tussen klant en personeel datgene is wat de klant ervaart van de dienstverlening en dit derhalve zijn tevredenheid of kwaliteitsoordeel bepaalt. Door middel van interviews met klanten tracht men de knelpunten van de dienstverlening te achterhalen. Daartoe dienen de klanten terug te kijken op de dienstverlening en met name die gebeurtenissen en ervaringen aan te geven die een uitzonderlijk positieve dan wel negatieve kwaliteit hadden. De specifieke beschrijvingen van deze gebeurtenissen worden de *critical incidents* genoemd. Op deze wijze worden alle incidenten verzameld die klanten zich kunnen herinneren en

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

daarvan wordt aangegeven welke aspecten(handelingen, uitspraken) de kwaliteit van de dienstverlening beïnvloed hebben. Veelal zijn er drie categorieën van reacties:

- de reactie van het personeel op fouten in het dienstverleningsproces;
- de reactie van het personeel op persoonlijke verzoeken of behoeften van de klanten;
- ongevraagde of onverwachte acties van het personeel.

De CIT is vooral van toepassing bij het beoordelen van het dienstverleningsproces; juist omdat hierbij zoveel aspecten een rol spelen, kunnen deze bij het afnemen van een algemene vragenlijst uit het gezichtsveld verdwijnen. De nadelen van de CIT zijn de volgende. De verwerking van de uitspraken van de klanten vraagt om een interpretatie van de onderzoekers, hetgeen de validiteit en betrouwbaarheid van het onderzoek kan beïnvloeden. Verder wordt er alleen gelet op de interactie tussen klant en personeel, terwijl we weten dat meerdere aspecten de kwaliteit van de dienstverlening bepalen. Ten slotte is het niet mogelijk zicht te krijgen in hoeverre en op welke wijze de critical incidents de overall kwaliteit beïnvloeden.

Conjunct analysebenadering

De laatste methode die we hier behandelen om kwaliteit van dienstverlening te meten is de conjunct analysebenadering. In deze benadering wordt een aantal hypothetische diensten geconstrueerd dat vervolgens ter evaluatie aan een steekproef van (potentiële) klanten wordt voorgelegd. Allereerst wordt, op basis van (diepte-)interviews met klanten en management-en/of literatuuronderzoek, een aantal relevante kenmerken of aspecten van de dienst gedefinieerd met bijbehorende normen. Een voorbeeld met betrekking tot de dienstverlening van een apotheek kan dit verduidelijken. Een relevant kenmerk van een apothekersdienst zou kunnen zijn: de wachttijd voordat u geholpen wordt. Dit kenmerk kan vervolgens gedefinieerd worden aan de hand van bijvoorbeeld de volgende drie normen:

1. de wachttijd is 10 minuten;
2. de wachttijd is 5 minuten;
3. er is geen wachttijd.

Andere relevante kenmerken in dit verband zouden betrekking kunnen hebben op de hulp die geboden wordt bij problemen, openingstijden, bereikbaarheid, de vriendelijkheid van het personeel enzovoorts. Daarna wordt op basis van deze kenmerken en de daaraan gekoppelde normniveaus een aantal hypothetische diensten of profielen geconstrueerd dat vervolgens ter beoordeling wordt voorgelegd aan respondenten. Een profiel van een apothekersdienst kan bijvoorbeeld het volgende zijn:

- wachttijd is 5 minuten;
- de openingstijden zijn van acht uur 's ochtends tot zes uur 's avonds;
- het personeel is erg vriendelijk;
- u kunt alleen contant betalen.

Aan hen wordt gevraagd deze hypothetische diensten te evalueren in termen van gepercipieerde kwaliteit of voorkeur. De globale beoordelingen van de hypothetische diensten, zoals deze gegeven zijn door de respondenten, kunnen nu met behulp van regressieanalyse gerelateerd worden aan de normniveaus van de kenmerken. We voor een uitwerking van dit deel: Vriens & Wittink, 1990). Het resultaat van de regressieanalyse is dat aan ieder normniveau van elk kenmerk een getal wordt toegekend op basis van de reacties van de respondenten op de profielen. Op basis van een gegeven model, bijvoorbeeld een additief model, kan hieruit de rangorde zo goed mogelijk worden gereconstrueerd die voor een bepaalde respondent geldt.

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

Stel een hypothetische respondent heeft voor de bovengenoemde vier kenmerken aan elk normniveau een deelutiliteit toegekend. Een deelutiliteit geeft de getallen weer die aan een normniveau zijn toegekend. Bij het bovengenoemde profiel heeft de respondent de volgende deelutiliteiten genoemd:

- wachttijd van vijf minuten: -.05;
- openingstijden van acht uur tot zes uur: -.32;
- erg vriendelijk personeel: -.10;
- contant betalen: -.23.

De overallwaarde van het bovenstaande profiel is voor deze respondent, uitgaande van een additief model: $-.05 + -.32 + -.10 + -.23 = -.70$

De analyse vindt dus in eerste instantie plaats op individueel niveau; per respondent is voor ieder kenmerk een verzameling van deelutiliteiten bekend. Wat kunnen we nu met deze gegevens?

1. Het belang van een kenmerk wordt zichtbaar; het belang van een kenmerk wordt gedefinieerd als het verschil tussen het nut van het hoogste normniveau en het laagste normniveau. Door nu per respondent het belang van elk kenmerk te delen door de som van het belang van alle kenmerken samen, krijgen we de relatieve belangrijkheid van een kenmerk.
2. We kunnen ook iets zeggen over de mate waarin een bepaald normniveau van een bepaald kenmerk bijdraagt aan de kwaliteit van een dienst (kritische overgangen of drempels).
3. We kunnen uitspraken doen over hoe hoog de kwaliteit is van de gecreëerde hypothetische diensten, en hoe hoog de kwaliteit van hypothetische diensten die niet door respondenten zijn beoordeeld.
4. We kunnen analyseren of er individuele verschillen zijn tussen de respondenten en op basis hiervan klantgroepen onderscheiden.

In de literatuur wordt als nadeel van deze benadering genoemd dat het lastig is om veel kenmerken in het onderzoek mee te nemen (Sikkel, 1993). De complexiteit van de constructie van de hypothetische diensten neemt toe, en de respondenten krijgen teveel stimuli om nog te evalueren ten opzichte van elkaar.

Bijlage V: Klanttevredenheidsenquête

Tevredenheidsonderzoek Facilitaire organisatie BT Zoetermeer

Het doel van Facilities Zoetermeer is zorgdragen voor een prettige en aangename werkomgeving binnen een bepaald budget en volgens bepaalde kwaliteitstandaarden.

Jouw tevredenheid inzake onze dienstverlening is voor ons een belangrijke graadmeter.

Toelichting enquête

De volgende aspecten worden in dit onderzoek gemeten:

- Wat voor belang hecht je aan een bepaalde service of dienst (kolom1);
- Wat is je ervaring (beleving) van een bepaalde service of dienst (kolom 2).

Voorbeeld:

De uitspraak luidt: 'De medewerker is hulpvaardig'. In de eerste kolom kruis je aan welk belang je hecht aan de hulpvaardigheid van de medewerker; je kunt kiezen tussen 6 kwalificaties, die lopen van 'helemaal niet belangrijk' tot 'heel belangrijk'.

Vind je bijvoorbeeld de hulpvaardigheid 'niet zo belangrijk', dan geef je dit zo aan:

Mate van belangrijkheid

zeer belangrijk					
helemaal niet belangrijk					
☐	☐	☐	☒	☐	☐

In de tweede kolom kruis je vervolgens aan hoe het met de hulpvaardigheid van de medewerker is gesteld; je kunt wederom kiezen uit 6 kwalificaties, die lopen van 'zeer goed' tot 'zeer slecht'.

Ervaar je bijvoorbeeld de hulpverlening 'tamelijk goed', dan geef je dit in de tweede kolom zo aan:

Mijn ervaring

zeer goed			zeer slecht		
☐	☐	☒	☐	☐	☐

Als een uitspraak niet voor jou van toepassing is, kun je dit aangeven in de kolom uiterst rechts: 'geen ervaring mee'.

geen ervaring mee
☐

Start onderzoek

We stellen het op prijs dat jij jouw naam vermeld zodat we, indien gewenst, toelichting aan je kunnen vragen.

1. Voornaam: _____

2. Achternaam: _____

3. Geslacht ☐ man ☐ vrouw

< 20jr. 21-30jr. 31-40jr. >41jr.

4. Leeftijd ☐ ☐ ☐ ☐

5. Schoonmaak

Een schone werkomgeving is een prettige omgeving om in te werken. Facilities hanteert een schoonmaakprogramma dat als doel heeft de werkomgeving schoon te houden. De werknemer is verantwoordelijk voor een nette en opgeruimde werkplek en dient vertrouwelijke stukken op te bergen, conform de clean- en cleardeskpolicy van BT. Onderstaande vragen hebben betrekking op jouw beleving van de schoonmaak.

	Mate van belangrijkheid	Mijn ervaring	
	zeer belangrijk helemaal niet belangrijk	zeer goed zeer slecht	geen ervaring mee
Mijn werkplek is schoon	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐
De sanitaire ruimtes zijn schoon	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐
De koffiecorners zijn schoon	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐
De vergaderkamers zijn schoon	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐
De algemene ruimtes zijn schoon	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐
De schoonmaakmedewerkers zijn vriendelijk	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐
De schoonmaakmedewerkers zijn hulpvaardig	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐
Facilities geeft binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn <u>vragen</u> over de Schoonmaak	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐
Facilities geeft binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn <u>klachten</u> over de Schoonmaak	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐
Mijn klachten over de Schoonmaak worden adequaat opgelost	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐

Ik beoordeel de Schoonmaak in totaliteit met het volgende cijfer tussen de 1 en de 10:
(1 = uitermate slecht en 10 = uitmuntend)

Indien je niet tevreden bent over de Schoonmaak, kun je dan aangeven waarover je precies niet tevreden bent?

Heb je nog opmerkingen / aanvullingen over de Schoonmaak?

6. Catering

Facilities heeft als uitgangspunt dat Cateringvoorzieningen binnen het bedrijf praktisch, doelgericht en functioneel dienen te zijn voor de gebruikers. De prijs/kwaliteitverhouding voor deze voorziening is hier op afgestemd. Dit betekent dat er gestreefd wordt naar een betaalbare lunch in het restaurant en gratis warme drankenvoorzieningen in de koffiecorners. Onderstaande vragen hebben betrekking op jouw beleving van de Catering.

Bedrijfsrestaurant

Wat vind je van de volgende aspecten van de geleverde producten in het bedrijfsrestaurant:

- De smaak
- De temperatuur
- De versheid
- De presentatie
- De variatie in producten
- Het aanbod van gezonde producten
- De prijs/kwaliteitsverhouding

De tijdsduur van de wachttijd bij de kassa in het bedrijfsrestaurant is acceptabel

Mate van belangrijkheid

— zeer belangrijk
helemaal niet belangrijk —

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Mijn ervaring

— zeer goed
zeer slecht —

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

geen
ervaring
mee

☐

☐

☐

☐

☐

☐

☐

☐

Koffiecorners

Wat vind je van de volgende aspecten van de geleverde warme dranken in de koffiecorners:

- De smaak
- De temperatuur
- De variatie in dranken

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

☐

☐

☐

Algemeen

De Catering heeft aandacht voor hygiëne

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

☐

De cateringmedewerkers zijn klantvriendelijk

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

☐

De cateringmedewerkers zijn hulpvaardig

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

☐

De Catering geeft binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn vragen over de Catering

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

☐

Facilities geeft binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn klachten over de Catering

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

☐

Mijn klachten over de Catering worden adequaat opgelost

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

☐

Ik beoordeel de Catering in totaliteit met het volgende cijfer tussen de 1 en de 10:
(1 = uitermate slecht en 10 = uitmuntend)

Indien je niet tevreden over de Catering bent, kun je dan aangeven waarover je precies niet tevreden bent?

Heb je nog opmerkingen / aanvullingen over de Catering?

7. Receptie

De Receptie levert een belangrijke bijdrage aan de beeldvorming van BT op locatie. Je hoort verzekerd te zijn van een glimlach van een professional. De primaire taken van de Receptie zijn:

- Het ontvangen van gasten en bezoekers
- Het afhandelen van intern en extern telefoonverkeer
- Het verstrekken van inlichtingen van algemene aard
- Het doorgeven van interne en externe boodschappen

Onderstaande vragen hebben betrekking op jouw beleving van de receptie.

	Mate van belangrijkheid	Mijn ervaring	geen ervaring mee
	zeer belangrijk helemaal niet belangrijk	zeer goed zeer slecht	
De receptiemedewerkers zijn telefonisch binnen drie ringtones bereikbaar	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐
De receptiemedewerkers hebben de kennis om mijn vragen te beantwoorden	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐
De receptiemedewerkers ontvangen mijn klanten en relaties gastvrij	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐
De receptiemedewerkers zijn klantvriendelijk	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐
De receptiemedewerkers zijn hulpvaardig	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐
De wachttijd bij de Receptiebalie is acceptabel	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐
De receptiemedewerkers zijn netjes en verzorgd gekleed	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐
De receptiemedewerkers geven binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn <u>vragen</u>	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐
De receptiemedewerkers geven binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn <u>klachten</u>	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐
Mijn klachten over de Receptie worden adequaat opgelost	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐
De uitstraling van de receptiebalie en de lobby voldoet in mijn beleving als visitekaartje voor BT	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐

Ik beoordeel de Receptie in totaliteit met het volgende cijfertussen de 1 en de 10:
(1 = uitermate slecht en 10 = uitmuntend)

Indien je niet tevreden bent over de Receptie, kun je dan aangeven waarover je precies niet tevreden bent?

Heb je nog opmerkingen / aanvullingen over de receptie?

8. Repro & Post service

De Repro & Post service is verantwoordelijk voor het vermenigvuldigen en dupliceren van documenten. Een bijkomstigheid bij deze service is het zorg dragen voor een correcte afhandeling en afwerking van documenten, te- neinde de documenten een professionele uitstraling te geven. De Repro & Post service is verder verantwoordelijk voor het correct verzenden van interne en externe post en het leveren van kantoorartikelen. Onderstaande vragen hebben betrekking op jouw beleving van de Repro & Post service.

	Mate van belangrijkheid	Mijn ervaring
	zeer belangrijk helemaal niet belangrijk	zeer goed zeer slecht geen ervaring mee
Repro Service		
Wat vind je van de kwaliteit van de print	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Wat vind je van de kwaliteit van de kopie	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Wat vind je van de kwaliteit van de afwerking	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
De tijdsduur waarbinnen mijn repro-opdracht wordt uitgevoerd is acceptabel	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
De tijdsduur waarbinnen mijn repro- <u>spoed</u> opdracht wordt uitgevoerd is acceptabel	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
De repromedewerker bezit de kennis om mijn vragen te beantwoorden	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Storingen aan printers in de Service corners worden adequaat opgelost	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Post service		
De inkomende post komt altijd aan bij de geadresseerde	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Het verspreiden en ophalen van post gebeurt adequaat	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Kantoorartikelen		
Bij een bestelling krijg ik de juiste artikelen geleverd	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
De levertijd van kantoorartikelen vind ik acceptabel	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Ik beoordeel de Repro & Post service in totaliteit met het volgende cijfer tussen de 1 en de 10:
(1 = uitermate slecht en 10 = uitmuntend)

Indien je niet tevreden bent over deze service, kun je dan aangeven waarover je precies niet tevreden bent?

Heb je nog opmerkingen / aanvullingen over de Repro & Post service?

9. Technische Dienst

De Technische Dienst dient op een flexibele, pro-actieve en klantgerichte wijze er voor te zorgen dat je plezierig en comfortabel kunt werken. Storingen, problemen, aanpassingen en klachten binnen en om het pand, behoudens IT-Infrastructuur, dienen adequaat te worden opgelost. Onderstaande vragen hebben betrekking op jouw beleving van de Technische Dienst.

	Mate van belangrijkheid	Mijn ervaring
	zeer belangrijk helemaal niet belangrijk	zeer goed zeer slecht geen ervaring mee
De Technische Dienst bezit de kennis om mijn vragen te beantwoorden	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Door de Technische Dienst-medewerker word ik geïnformeerd wanneer mijn verzoek/klacht is verholpen	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
De tijdsduur tussen aanmelding van mijn verzoek/klacht en de afmelding hiervan is acceptabel	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Mijn verzoek/klacht wordt adequaat opgelost	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Ik beoordeel de Technische Dienst in totaliteit met het volgende cijfer tussen de 1 en de 10: (1 = uitermate slecht en 10 = uitmuntend)		

Indien je niet tevreden bent over de Technische Dienst, kun je dan aangeven waarover je precies niet tevreden bent?

Heb je nog opmerkingen / aanvullingen over de Technische Dienst?

10. Vergaderfaciliteiten

BT maakt gebruik van het BT "Room & Desk booking" Systeem voor het reserveren van vergaderkamers. Hiermee kun je binnen BT overal ter wereld vergaderkamers reserveren. De audiovisuele middelen en andere vergaderbenodigdheden dienen apart aangevraagd te worden. Onderstaande vragen hebben betrekking op jouw beleving van de vergaderfaciliteiten.

	Mate van belangrijkheid	Mijn ervaring
	zeer belangrijk helemaal niet belangrijk	zeer goed zeer slecht geen ervaring mee
Er zijn voldoende vergaderfaciliteiten aanwezig	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
De vergaderkamers zijn uitnodigend om in te vergaderen	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
De vergaderkamers zijn netjes en schoon	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
De bediening van de beamer is duidelijk	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Mijn klachten over de vergaderfaciliteiten worden adequaat opgelost	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Ik beoordeel de vergaderfaciliteiten in totaliteit met het volgende cijfer tussen de 1 en de 10: (1 = uitermate slecht en 10 = uitmuntend)		

Indien je niet tevreden bent over de vergaderfaciliteiten, kun je dan aangeven waarover je precies niet tevreden bent?

Heb je nog opmerkingen / aanvullingen over de vergaderfaciliteiten?

11. Het Front Office

Het Front Office is jouw eerste aanspreekpunt voor allerlei facilitaire vragen, problemen en levering van diensten/uitgifte van producten ter bevordering van een aangename werkplek en werkomgeving. Onderstaande vragen hebben betrekking op jouw beleving van de service van het Front Office.

Mate van belangrijkheid

zeer belangrijk
helemaal niet belangrijk

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Mijn ervaring

zeer goed
zeer slecht
geen ervaring mee

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Het Front Office is telefonisch binnen drie ringtones bereikbaar

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

De Front Office-medewerker bezit de kennis om mijn vragen te beantwoorden

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

De wachttijd bij de balie van het Front Office is acceptabel

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Het Front Office geeft binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn vragen

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Het Front Office geeft binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn klachten

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Mijn verzoeken/klachten over Facilitaire Diensten worden door het Front Office adequaat opgelost

Ik beoordeel het Front Office in totaliteit met het volgende cijfer tussen de 1 en de 10:
(1 = uitermate slecht en 10 = uitmuntend)

Indien je niet tevreden bent over het Front Office, kun je dan aangeven waarover je precies niet tevreden bent?

Heb je nog opmerkingen / aanvullingen over het Front Office?

Dit is het einde van het Tevredenheidsonderzoek.
Wij danken je hartelijk voor jouw medewerking en verzoeken je vriendelijk de ingevulde enquête bij het Front Office-loket op de bagane grond af te leveren .

Met vriendelijke groet,

Team Facilities

Bijlage VI: Introductiebrieven

Beste collega,

Een goed gefaciliteerde werkomgeving is een plezierige omgeving om in te werken. Om jouw beleving van de werkomgeving in kaart te brengen voert de afdeling Facilities een belevingsonderzoek uit middels een enquête.

Met dit onderzoek wordt de klanttevredenheid van BT te Zoetermeer gemeten. Met de uitkomsten van dit onderzoek kan Facilities beter inspelen op de wens van jou als klant.

Wij verzoeken je vriendelijk om mee te werken aan dit onderzoek. De enquête neemt ongeveer 10 minuten in beslag. Je kunt de enquête tot met woensdag 14 februari 2006 invullen.

Bij voorbaat dank voor je tijd en medewerking.

Met vriendelijke groet,

Richard Bakker
Facilities

Beste collega,

Volgens onze gegevens heb je de enquête Facilities nog niet ingevuld. Om onze dienstverlening te kunnen optimaliseren zouden we het waarderen wanneer je de tijd zou nemen hieraan mee te werken. De enquête neemt ongeveer 10 minuten in beslag.

Je kunt de enquête tot met woensdag 18 februari 2006 invullen.

Bij voorbaat dank voor je tijd en medewerking.

Met vriendelijke groet,

Richard Bakker
Facilities

Bijlage VII: Uitwerking interviews

Amsterdam

Wagenpark
Vergeet dat we interne klanten zijn
Niet flexibel veel procedures
1 persoon beslist over wie er op de parkeerplaats mag staan geen consequent beleid wie er mag staan en wie niet.
Mensen uit andere vestigingen hebben andere auto's en klasse auto per functie
Kosten besparingen gaan ten kosten van het imago naar de klant te kleine of oude auto's worden meegegeven naar de klant.
Procedure is duidelijk
Veel rommel in de teamauto's; niemand voelt zich er verantwoordelijk voor.
Wagenpark heeft het heel druk misschien extra mensen aantrekken
De keuze van auto's is beperkt: er zijn veel dure merken. De kwaliteit van deze merken is wel goed.
Aanbod in auto's minimaal

Technische dienst
Heel tevreden over
Flexibel/ meedenken
Vanuit het management wordt er te weinig geld gegeven om dit goed op poten te zetten.
Doen hun best ondanks het oude pand
Het imago naar de klant kan beter

Receptie
Veel verloop dus geen ervaring
Te veel procedures
Vriendelijk
Korte wachttijd
Klant wordt goed opgevangen
Representatief voor het bedrijf
Kleding netjes maar oubollig
Professionele uitstraling van de dienst.

Beveiliging
De pas aanvraag voor nieuw personeel gaat vaak fout
De pas registratie van een leen pas is slecht. Men ontvangt een dreig mail terwijl de pas allang weer is ingeleverd
Geven in de avond een veilig gevoel willen met je meelopen.
De regels binnen BT geven me een veilig gevoel.
De beveiliging kan beter in noodsituaties. Raken in paniek en zetten dan de lijnen niet uit als het moet. Hebben bij incidenten niet goed het overzicht.
Veilig gevoel
Een vast team vind ik heel belangrijk voor mijn veiligheid.
Na 7 uur buiten het pand voel ik me niet veilig
Komen snel kijken bij een cal.

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

De verlichting in de garage kan beter
Externe komen snel binnen via andere en door mee te lopen uit de garage
Goede interne controle

Front office
Ik ga gelijk naar de dienst waar ik problemen mee heb aanvraag procedures niet duidelijk
Intranet gebruik ik wel, maar is niet duidelijk: de aanvraag formulieren zijn niet gebruiksvriendelijk.
Rust veel op het personeel van de afdeling en niet op de processen.
De openingstijden zijn goed
Formulier snel te vinden op de site.
De formulieren zijn niet gebruiksvriendelijk.
Veel inzet van de medewerkers

Repro service
Goed en Behulpzaam
Goede kwaliteit van het inbinden en kopiëren van de aangeleverde stukken

Postservice
De postkamer heeft steeds nieuw personeel veel verloop.
Post komt niet altijd aan of veel later.
Afdelingen die stukken aangetekend verstuurt krijgt de ontvangstbevestiging niet teruggekoppeld
Het systeem om bij een verhuizing je nieuwe kamer door te geven te complex.
De postvakjes bij de liften zijn niet te vertrouwen.
Post komt niet aan bij klanten
Op de etage is de post distributie slecht.

Catering
Je kunt voor alleen tot 15:00 bellen. Voor een vergadering op het laatste moment kan de catering dus niet gebeld worden. Dus is men genoodzaakt naar een externe cateraar te gaan voor de broodjes.
De broodjes staan bij een vergadering aan veel te lang van te voren klaar buiten de koeling.
Bij een borrel gaat de catering als om vier uur weg. Daarna wordt er iemand ander gehuurd of moet de afdeling het zelf overnemen.
De presentatie ziet er vaak slecht uit. Broodjes zijn gewoon neer gelegd en verder niks. Ziet er vaak slecht en rommelig uit.
De presentatie gaat ten onder het korten op het budget.
Zijn erg klantvriendelijk
Duur, vies en niet lekker
Ongezellig
Van de interne cateraar gebruik ik niks laat een externe cateraar komen.
Jammer dat het in een ander gebouw zit
Slecht dat men het ontbijt en avond eten heel afgeschaft.
Vergaderen tijdens de lunch gebeurt niet meer lunch omdat de aanvraag procedure zo omslachtig is geworden voor een lunch aanvraag bij de catering.
Goed assortiment
Het assortiment is te klein

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

De prijs is goed en er is veel variatie
Klanten uitnodigen om mee te eten is geen optie

Schoonmaak
Het 5/3 systeem is geen probleem
Er wordt bij de schoonmaak niet met schoon water gewerkt
W.C. ruikt wel eens onhygiënisch.
Het bureau is vaak nog vuil als de schoonmaak is geweest
De W.C. waar klanten komen is vaak heel vuil.
Lucht rooster worden nooit schoongemaakt
Computers worden nooit schoongemaakt.

Vergaderservice
Slecht dat de catering niet gelijk bij het reserveren van een ruimte kan. Moet twee handelingen doen.
Kan niet is het systeem dagen wekelijks vast zetten. Dus moet elke keer apart boeken voor een wekelijkse meeting.
De beamer mag niet naar buiten. Maar men moet wel presenteren bij de klant dus dit moet stiekem.
Er zijn niet genoeg zalen aanwezig
Project groepen houden vaak weken lang de vergaderzalen bezet. Misschien project kamers maken om dit te voorkomen
De inrichting van de kamer moet luxer.
De vergaderzalen beneden zijn er slecht uit.
Borrels zijn slecht.
De kamers zijn rommelig draden liggen los over de vloer.
Weinig 1 op 1 plekken
AV-media is goed alleen moeilijk met aanvragen.

Tips
Het systeem 'book a room' voorzien van een beschrijving van de kamer die je boekt. Men het soort kamer, opstelling, voor hoeveel personen en een foto van de kamer.
Welke taak is de verantwoording van welke afdeling. Men kan hier misschien een lijst voor maken.
De kosten voor BT aan de gebruikers van lease auto en telefoons zichtbaar te maken. Hierdoor wordt de gebruiker misschien bewuster en dankbaarder
Bestek later in de lijn bij het buffet zetten omdat nu mensen al bestek pakken wat men niet gaat gebruiken.

Brussel

Wagenpark
Flexibel.
Buiten worden de auto's beschadigd.
De veiligheid in de parkeerplaats is goed.
Er is altijd genoeg parkeerplaats.
Weinig keus in de klasse
Teveel mensen hebben een auto wel iets van 85%
Er zit een groot verschil tussen klasse auto's in België en Nederland. Andere functies hebben

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

wel een auto en hier niet. Dit moet men gelijk trekken.
Wordt niet aan functies gekoppeld
De service van de afdeling is goed.
Je weet niet wanneer de garage vol zit.
De plekken zijn te dicht op elkaar gemaakt mensen kunnen er niet makkelijk uit
De medewerker zetten hun auto buiten niet netjes neer.
Alleen de lease auto's mogen binnen staan waarom mensen met een eigen auto niet.

Technische dienst
Duurt lang voordat iets verholpen is.
Doorlooptijd is veel te lang van klacht tot actie
Van de facility manager geen terugkoppeling over de voortgang
Klachten raken kwijt
Wordt bij het plaatsen van bureaus niet gekeken naar de plaats. Bureaus onder de airco en plaatsen met slecht licht.
Teveel tijdelijke oplossingen voor problemen.
De bekers in de koffie automaat zijn vaak op.

Receptie
Goede bedrijfskleding
Goede uitstraling voor het bedrijf
Teveel empowerment
Niet beleeft.
Niet vriendelijk
Geen vast team.
Er worden privé gesprekken gevoerd als je staat te wachten.
Ze draaien weg als je met ze staat te praten.
Niet behulpzaam
Vriendelijk
Gaan goed met klanten om.
De kleding is grauw
Doorverbinden is goed, snel en professioneel
Klant werd slecht geholpen door een invaller.

Beveiliging
Slecht.
Mensen loggen wel in maar niet uit met het passysteem.
Voel me veilig in het pand.
Training goed op brandalarm
Personeel is goed.
Mensen dragen niet altijd hun pas zichtbaar en niemand zegt er wat van.
Beveiliging 's avonds soms te streng.
Voor het belang van BT is het leed niet te overzien als de verkeerde binnenkomt.
Leveranciers krijgen een pas en mogen zich zonder begeleiding door het pand begeven.
Deuren sluiten niet.
Zonder pas kan je naar binnen.
De garage deur blijft lang open na dat de auto er door is.

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

Front office/ Facility manager
Dingen blijven liggen
Apparaten blijven stuk
Krijgt geen terugkoppeling over de voortgang van mijn probleem
Niet altijd even vriendelijk
Veel keus.

Repro service
n.v.t bestaat niet in Brussel

Post service
n.v.t bestaat niet in Brussel

Catering
Mensen werken hier in Brussel 24-uur maar er is geen gelegenheid om iets te eten te halen
De kantine is te kort geopend: als collega's die in ploegendiensten werken elkaar op de afdeling aflossen, is het bedrijfsrestaurant al dicht.
Weinig aanbod in vergelijking met BT U.K.
Kwaliteit is wel goed
Service is goed
Prijs/ waarde verhouding soms te duur
Er is weinig keus als je vegetariër bent
Broodjes zijn van slechte kwaliteit.
Broodjes bij de vergadering heel slecht. Oud brood en de vleeswaren zijn uitgedroogd.
De cateraar werkt niet altijd hygiënisch met handschoenen.
Er is weinig aanbod.
Goede prijs voor de producten die je krijgt.
Het eten is koud.

Schoonmaak
W.C. is vies.
Koffie corners zijn vies.
Het vorige schoonmaak bedrijf is beter
Is schoon.
Als je overwerkt is het wel verveld dat ze al gaan schoonmaken.
Op de kasten wordt nooit schoongemaakt.
Ik mis doekjes om zelf iets schoon te maken als ik iets vies maak.
Toetsenborden worden niet meegenomen.

Vergaderservice
De vergaderzalen zijn schoon.
AV-media is goed in de zalen.
Makkelijk te boeken.
Kan niet meerdere dagen vastzetten.
Kabels liggen openlijk verspreid over de vloer.

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

In de zomer is de kamer heel warm.
Mensen blijven in de niet door hun geboekte kamer zitten.
Er blijven wel vertrouwelijke spullen van de vorige medewerker liggen.
Vergaderruimtes worden vastgelegd maar niet gebruikt
In de vergaderzalen gebrek aan frisse lucht.

Tips
Een schoonmaak ploeg die speciaal de computer mag doen. 1 keer in de zoveel tijd.

Zoetermeer

Wagenpark
Te druk voor 1 medewerker
De terugkoppeling is slecht of gebeurd niet
De flexibiliteit en snelheid zijn slecht
Het parkeerbeleid is niet consequent doorgevoerd

Technische dienst
Staan altijd klaar niks is gek
Klantvriendelijk en kundig
De wacht tijd is kort op hulp bij problemen.
Via FIRE aanvragen lukt niet goed; meldingen worden wel eens vergeten in te vullen.
Behulpzaam

Receptie
Het personeel is professioneel en regelt zaken goed.
De vriendelijkheid van de medewerkers van de receptie laat wel eens wat te wensen over.
Tegen de interne klant is men vaak kort van stof en ik heb het idee dat dit ook tegenover de externe klant af en toe het geval is.
Klanten worden goed ontvangen
De telefoon wordt vaak te snel doorverbonden naar 3 ^e terwijl men zelf ook al door kan verbinden naar de goede persoon zelf met een beetje moeite.

Beveiliging
Er staan wel vaak ramen open de hele avond.
De veiligheid rond het pand is ook goed.
In de winter een probleem bij overwerk moet ik in het donker terug lopen naar mijn auto.
Deze weg daar naar toe is donker en rustig dus dan voel ik mij niet echt veilig.
Veilig gevoel binnen het bedrijf
Bij overwerk kan mijn auto niet voor de deur staan, ondanks dat het terrein leeg is.

Front office
De bereikbaarheid van deze dienst per telefoon is slecht.
Telefoon wordt niet opgenomen
Afhandeling snel en correct.
Er wordt ook nog wel eens vergeten een call aan te maken ik heb het gevoel dat er niet secuur genoeg is.
Tevreden over de klantvriendelijkheid van de medewerker.

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

Repro service
De kwaliteit van het drukwerk is goed.
Wil er iets moois van maken.
Spoed gevallen kunnen er altijd doorheen
Men is flexibel en vakbekwaam
Betrokken met de opdracht

Post service
Tevreden over de postverzorging.
In het verleden raakten wel eens stukken kwijt

Catering
De klantvriendelijkheid is buiten gewoon goed
Het assortiment is te klein; vooral de broodbenodigdheden zijn er vaak te weinig.
Kom er nooit slechte betaalmethode
De variatie is weinig
Het assortiment is ook niet flexibel genoeg een borrel zonder het een week van tevoren te melden is onmogelijk omdat er maar 1 bestelmoment is per week is.
De geur in de kantine is niet optimaal er hangen vaak kook luchten binnen het gebouw.

Schoonmaak
De schoonmaak is niet altijd even goed bureau is vies
Op de begane grond is het toilet vuil; de overige toiletten zijn wel schoon.
Papierbakken worden samen gegoooid met rest van het vuil.
Men moet de medewerkers opvoeden om troep op te ruimen.
W.C. handdoeken zijn altijd op

Vergaderservice
In een ideale situatie zou er een combinatieservice met de catering zijn.
De opstellingen die worden doorgegeven worden vaak niet zo uitgevoerd. Dit zou beter kunnen.

Tips
De vlaggen nakijken, het imago binnen en buiten nakijken en bijhouden.

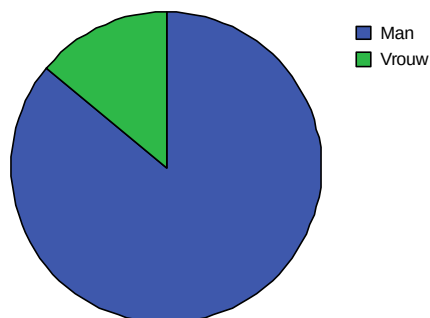
Bijlage VIII: Uitkomsten uitgewerkt in SPSS.

Frequencies

Man of Vrouw

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Man	37	86,0	86,0	86,0
	Vrouw	6	14,0	14,0	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

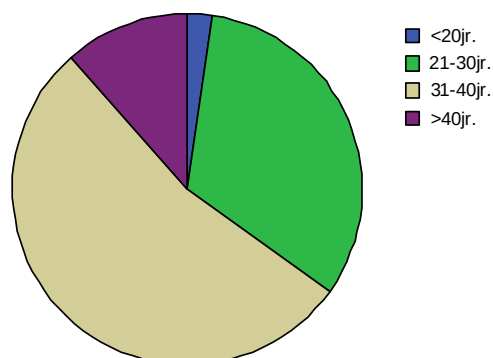
Man of Vrouw



De Leeftijd

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<20jr.	1	2,3	2,3	2,3
	21-30jr.	14	32,6	32,6	34,9
	31-40jr.	23	53,5	53,5	88,4
	>40jr.	5	11,6	11,6	100,0
	Total	43	100,0	100,0	

De Leeftijd



Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

Mijn werkplek is schoon * Mijn werkplek is schoon Crosstabulation

Count

		Mijn werkplek is schoon						Total
		zeer goed	goed	tamelijk goed	niet zo goed	slecht	zeer slecht	
Mijn werkplek is schoon	zeer belangrijk	0	3	5	0	5	1	14
	belangrijk	1	8	6	5	4	2	26
	wel belangrijk	0	0	2	0	0	0	2
	niet zo belangrijk	0	0	0	1	0	0	1
Total		1	11	13	6	9	3	43

De sanitaire ruimtes zijn schoon * De sanitaire ruimtes zijn schoon Crosstabulation

Count

		De sanitaire ruimtes zijn schoon						Total
		zeer goed	goed	tamelijk goed	niet zo goed	slecht	zeer slecht	
De sanitaire ruimtes zijn schoon	zeer belangrijk	1	6	2	6	6	1	22
	belangrijk	1	7	4	4	3	2	21
Total		2	13	6	10	9	3	43

De koffiecorners zijn schoon * De koffiecorners zijn schoon Crosstabulation

Count

		De koffiecorners zijn schoon						Total
		zeer goed	goed	tamelijk goed	niet zo goed	slecht		
De koffiecorners zijn schoon	zeer belangrijk	1	6	1	2	0		10
	belangrijk	0	5	6	5	1		17
	wel belangrijk	0	6	4	3	0		13
	niet zo belangrijk	0	0	1	0	0		1
	niet belangrijk	0	0	1	0	1		2
Total		1	17	13	10	2		43

Case Processing Summary

	Valid		Cases Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
De vergaderkamers zijn schoon * De vergaderkamer zijn schoon	38	88,4%	5	11,6%	43	100,0%

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

De vergaderkamers zijn schoon * De vergaderkamer zijn schoon Crosstabulation

Count

		De vergaderkamers zijn schoon					Total
		zeer goed	goed	tamelijk goed	niet zo goed	geen ervaring mee	
De vergaderkamers zijn schoon	zeer belangrijk	1	4	1	1	0	7
	belangrijk	0	8	5	3	0	16
	wel belangrijk	0	3	4	2	1	10
	niet zo belangrijk	0	1	0	3	0	4
	helemaal niet belangrijk	0	0	0	0	1	1
Total		1	16	10	9	2	38

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
De algemene ruimtes zijn schoon * De algemene ruimtes zijn schoon	43	100,0%	0	,0%	43	100,0%

De algemene ruimtes zijn schoon * De algemene ruimtes zijn schoon Crosstabulation

Count

		De algemene ruimtes zijn schoon					Total
		zeer goed	goed	tamelijk goed	niet zo goed	zeer slecht	
De algemene ruimtes zijn schoon	zeer belangrijk	1	2	3	0	0	6
	belangrijk	0	9	5	4	1	19
	wel belangrijk	0	5	9	3	0	17
	niet zo belangrijk	0	1	0	0	0	1
Total		1	17	17	7	1	43

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
De schoonmaakmedewerkers zijn vriendelijk * De schoonmaakmedewerkers zijn vriendelijk	40	93,0%	3	7,0%	43	100,0%

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

De schoonmaakmedewerkers zijn vriendelijk * De schoonmaakmedewerkers zijn vriendelijk Crosstabulation

Count

		De schoonmaakmedewerkers zijn vriendelijk					Total
		zeer goed	goed	tamelijk goed	niet zo goed	geen ervaring mee	
De schoonmaakmedewerkers zijn vriendelijk	zeer belangrijk	1	1	0	0	0	2
	belangrijk	3	5	1	0	1	10
	wel belangrijk	2	9	4	2	1	18
	niet zo belangrijk	1	1	1	0	0	3
	niet belangrijk	0	0	2	0	3	5
	helemaal niet belangrijk	0	0	1	0	1	2
Total		7	16	9	2	6	40

Case Processing Summary

	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
De schoonmaakmedewerkers zijn hulpvaardig * De schoonmaakmedewerkers zijn hulpvaardig	32	74,4%	11	25,6%	43	100,0%

De schoonmaakmedewerkers zijn hulpvaardig * De schoonmaakmedewerkers zijn hulpvaardig Crosstabulation

Count

		De schoonmaakmedewerkers zijn hulpvaardig					Total
		zeer goed	goed	tamelijk goed	niet zo goed	geen ervaring mee	
De schoonmaakmedewerkers zijn hulpvaardig	belangrijk	2	2	1	0	3	8
	wel belangrijk	3	6	3	1	4	17
	niet zo belangrijk	0	0	1	0	0	1
	niet belangrijk	0	0	1	0	3	4
	helemaal niet belangrijk	0	0	1	0	1	2
Total		5	8	7	1	11	32

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Facilities geeft binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn vragen over de Schoonmaak * Facilities geeft binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn vragen over de Schoonmaak	18	41,9%	25	58,1%	43	100,0%

Facilities geeft binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn vragen over de Schoonmaak * Facilities geeft binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn vragen over de Schoonmaak Crosstabulation

Count

		Facilities geeft binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn vragen over de Schoonmaak					Total
		zeer goed	goed	tamelijk goed	niet zo goed	geen ervaring mee	
Facilities geeft binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn vragen over de Schoonmaak	zeer belangrijk	1	1	0	0	0	2
	belangrijk	1	2	0	0	5	8
	wel belangrijk	0	0	1	0	2	3
	niet zo belangrijk	0	0	0	0	3	3
	niet belangrijk	0	0	0	1	1	2
Total		2	3	1	1	11	18

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Facilities geeft binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn klachten over de Schoonmaak * Facilities geeft binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn klachten over de Schoonmaak	19	44,2%	24	55,8%	43	100,0%

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

Facilities geeft binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn klachten over de Schoonmaak * Facilities geeft binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn klachten over de Schoonmaak Crosstabulation

Count

		Facilities geeft binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn klachten over de Schoonmaak					Total
		zeer goed	goed	tamelijk goed	niet zo goed	geen ervaring mee	
Facilities geeft binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn klachten over de Schoonmaak	zeer belangrijk	1	1	0	0	0	2
	belangrijk	0	2	1	0	5	8
	wel belangrijk	0	0	2	0	3	5
	niet zo belangrijk	0	0	0	0	2	2
	niet belangrijk	0	0	0	1	1	2
Total		1	3	3	1	11	19

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Mijn klachten over de Schoonmaak worden adequaat opgelost * Mijn klachten over de Schoonmaak worden adequaat opgelost	19	44,2%	24	55,8%	43	100,0%

Mijn klachten over de Schoonmaak worden adequaat opgelost * Mijn klachten over de Schoonmaak worden adequaat opgelost Crosstabulation

Count

		Mijn klachten over de Schoonmaak worden adequaat opgelost					Total
		zeer goed	goed	tamelijk goed	niet zo goed	slecht	
Mijn klachten over de Schoonmaak worden adequaat opgelost	zeer belangrijk	0	1	0	1	0	4
	belangrijk	0	0	0	2	1	10
	wel belangrijk	1	0	1	0	0	4
	niet zo belangrijk	0	0	0	0	0	1
	Total	1	1	1	3	1	19

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Wat vind je van de smaak van de geleverde producten in het bedrijfsrestaurant * Wat vind je van de smaak van de geleverde producten in het bedrijfsrestaurant	42	97,7%	1	2,3%	43	100,0%

Wat vind je van de smaak van de geleverde producten in het bedrijfsrestaurant * Wat vind je van de smaak van de geleverde producten in het bedrijfsrestaurant Crosstabulation

Count

	Wat vind je van de smaak van de geleverde producten in het bedrijfsrestaurant					Total
	goed	tamelijk goed	niet zo goed	slecht	geen ervaring mee	
Wat vind je van de smaak van de geleverde producten in het bedrijfsrestaurant	9	5	1	1	0	16
zeer belangrijk	12	7	4	0	1	24
belangrijk	1	0	0	0	1	2
wel belangrijk	22	12	5	1	2	42
Total						

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Wat vind je van de temperatuur van de geleverde producten in het bedrijfsrestaurant * Wat vind je van de temperatuur van de geleverde producten in het bedrijfsrestaurant	42	97,7%	1	2,3%	43	100,0%

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

Wat vind je van de temperatuur van de geleverde producten in het bedrijfsrestaurant * Wat vind je van de temperatuur van de geleverde producten in het bedrijfsrestaurant Crosstabulation

Count

	Wat vind je van de temperatuur van de geleverde producten in het bedrijfsrestaurant					Total
	goed	tamelijk goed	niet zo goed	slecht	geen ervaring mee	
Wat vind je van de temperatuur van de geleverde producten in het bedrijfsrestaurant						
zeer belangrijk	2	5	2	0	0	9
belangrijk	15	10	0	2	1	28
wel belangrijk	1	3	0	0	1	5
Total	18	18	2	2	2	42

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Wat vind je van de versheid van de geleverde producten in het bedrijfsrestaurant * Wat vind je van de versheid van de geleverde producten in het bedrijfsrestaurant	42	97,7%	1	2,3%	43	100,0%

Wat vind je van de versheid van de geleverde producten in het bedrijfsrestaurant * Wat vind je van de versheid van de geleverde producten in het bedrijfsrestaurant Crosstabulation

Count

	Wat vind je van de versheid van de geleverde producten in het bedrijfsrestaurant							Total
	zeer goed	goed	tamelijk goed	niet zo goed	slecht	zeer slecht	geen ervaring mee	
Wat vind je van de versheid van de geleverde producten in het bedrijfsrestaurant								
zeer belangrijk	1	8	5	2	3	1	1	21
belangrijk	0	10	7	0	2	0	0	19
wel belangrijk	0	0	0	1	0	0	1	2
Total	1	18	12	3	5	1	2	42

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Wat vind je van de presentatie van de geleverde producten in het bedrijfsrestaurant * Wat vind je van de presentatie van de geleverde producten in het bedrijfsrestaurant	41	95,3%	2	4,7%	43	100,0%

Wat vind je van de presentatie van de geleverde producten in het bedrijfsrestaurant * Wat vind je van de presentatie van de geleverde producten in het bedrijfsrestaurant Crosstabulation

Count

		Wat vind je van de presentatie van de geleverde producten in het bedrijfsrestaurant					Total
		zeer goed	goed	tamelijk goed	niet zo goed	geen ervaring mee	
Wat vind je van de presentatie van de geleverde producten in het bedrijfsrestaurant	zeer belangrijk	2	1	2	1	0	6
	belangrijk	0	8	5	0	0	13
	wel belangrijk	0	8	6	0	2	16
	niet zo belangrijk	2	1	3	0	0	6
Total		4	18	16	1	2	41

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Wat vind je van de variatie van de geleverde producten in het bedrijfsrestaurant * Wat vind je van de variatie van de geleverde producten in het bedrijfsrestaurant	42	97,7%	1	2,3%	43	100,0%

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

Wat vind je van de variatie van de geleverde producten in het bedrijfsrestaurant * Wat vind je van de variatie van de geleverde producten in het bedrijfsrestaurant Crosstabulation

Count

		Wat vind je van de variatie van de geleverde producten in het bedrijfsrestaurant						Total
		zeer goed	goed	tamelijk goed	niet zo goed	slecht	geen ervaring mee	
Wat vind je van de variatie van de geleverde producten in het bedrijfs-restaurant	zeer belangrijk	0	3	3	5	1	0	12
	belangrijk	0	6	5	3	4	1	19
	wel belangrijk	1	1	4	1	0	1	8
	niet zo belangrijk	0	0	1	1	0	0	2
	niet belangrijk	0	0	1	0	0	0	1
	Total	1	10	14	10	5	2	42

Case Processing Summary

	Valid		Cases Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Wat vind je van de gezondheidsproducten geleverd in het bedrijfsrestaurant * Wat vind je van de gezondheidsproducten geleverd in het bedrijfsrestaurant	42	97,7%	1	2,3%	43	100,0%

Wat vind je van de gezondheidsproducten geleverd in het bedrijfsrestaurant * Wat vind je van de gezondheidsproducten geleverd in het bedrijfsrestaurant Crosstabulation

Count

Count		Wat vind je van de gezondheidsproducten geleverd in het bedrijfsrestaurant					Total
		goed	tamelijk goed	niet zo goed	slecht	geen ervaring mee	
Wat vind je van de gezondheidsproducten geleverd in het bedrijfsrestaurant	zeer belangrijk	1	4	3	0	0	8
	belangrijk	13	4	2	1	1	21
	wel belangrijk	3	7	1	0	1	12
	niet belangrijk	0	1	0	0	0	1
	Total	17	16	6	1	2	42

Case Processing Summary

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Wat vind je van de prijskwaliteit van de geleverde producten in het bedrijfsrestaurant * Wat vind je van de prijskwaliteit van de geleverde producten in het bedrijfsrestaurant	42	97,7%	1	2,3%	43	100,0%

Wat vind je van de prijskwaliteit van de geleverde producten in het bedrijfsrestaurant * Wat vind je van de prijskwaliteit van de geleverde producten in het bedrijfsrestaurant Crosstabulation

Count

		Wat vind je van de prijskwaliteit van de geleverde producten in het bedrijfsrestaurant							Total
		zeer goed	goed	tamelijk goed	niet zo goed	slecht	zeer slecht	geen ervaring mee	
Wat vind je van de prijskwaliteit van de geleverde producten in het bedrijfsrestaurant	zeer belangrijk	1	5	4	3	1	0	0	14
	belangrijk	0	8	4	5	1	1	1	20
	wel belangrijk	0	2	2	3	0	0	1	8
	Total	1	15	10	11	2	1	2	42

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
De tijdsduur van de wachttijd bij de kassa in het bedrijfsrestaurant is acceptabel * De tijdsduur van de wachttijd bij de kassa in het bedrijfsrestaurant is acceptabel	42	97,7%	1	2,3%	43	100,0%

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

De tijdsduur van de wachttijd bij de kassa in het bedrijfsrestaurant is acceptabel * De tijdsduur van de wachttijd bij de kassa in het bedrijfsrestaurant is acceptabel Crosstabulation

Count

		De tijdsduur van de wachttijd bij de kassa in het bedrijfsrestaurant is acceptabel					Total
		zeer goed	goed	tamelijk goed	niet zo goed	geen ervaring mee	
De tijdsduur van de wachttijd bij de kassa in het bedrijfsrestaurant is acceptabel	zeer belangrijk	4	2	0	0	0	6
	belangrijk	6	13	1	3	0	23
	wel belangrijk	1	2	6	2	2	13
Total		11	17	7	5	2	42

Case Processing Summary

	Valid		Cases Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Wat vind je van de smaak van de geleverde warme dranken in de koffi corner * Wat vind je van de smaak van de geleverde warme dranken in de koffi corner	42	97,7%	1	2,3%	43	100,0%

Wat vind je van de smaak van de geleverde warme dranken in de koffi corner * Wat vind je van de smaak van de geleverde warme dranken in de koffi corner Crosstabulation

Count

		Wat vind je van de smaak van de geleverde warme dranken in de koffi corner						Total
		zeer goed	goed	tamelijk goed	niet zo goed	slecht	zeer slecht	
Wat vind je van de smaak van de geleverde warme dranken in de koffi corner	zeer belangrijk	0	3	4	2	4	4	17
	belangrijk	1	7	5	4	6	1	24
	wel belangrijk	0	1	0	0	0	0	1
Total		1	11	9	6	10	5	42

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Wat vind je van de temperatuur van de geleverde warme dranken in de koffiecorner * Wat vind je van de temperatuur van de geleverde warme dranken in de koffiecorner	42	97,7%	1	2,3%	43	100,0%

Wat vind je van de temperatuur van de geleverde warme dranken in de koffiecorner * Wat vind je van de temperatuur van de geleverde warme dranken in de koffiecorner Crosstabulation

Count

		Wat vind je van de temperatuur van de geleverde warme dranken in de koffiecorner					Total
		zeer goed	goed	tamelijk goed	niet zo goed	slecht	
Wat vind je van de temperatuur van de geleverde warme dranken in de koffiecorner	zeer belangrijk	0	8	2	5	0	15
	belangrijk	1	16	6	0	2	25
	wel belangrijk	0	0	1	0	0	1
	niet zo belangrijk	0	0	0	1	0	1
Total		1	24	9	6	2	42

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Wat vind je van de variatie van de geleverde warme dranken in de koffiecorner * Wat vind je van de variatie van de geleverde warme dranken in de koffiecorner	42	97,7%	1	2,3%	43	100,0%

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

Wat vind je van de variatie van de geleverde warme dranken in de koffiecorner * Wat vind je van de variatie van de geleverde warme dranken in de koffiecorner Crosstabulation

Count

		Wat vind je van de variatie van de geleverde warme dranken in de koffiecorner						Total
		zeer goed	goed	tamelijk goed	niet zo goed	slecht	zeer slecht	
Wat vind je van de variatie van de geleverde warme dranken in de koffiecorner	zeer belangrijk	2	5	0	1	1	2	11
	belangrijk	1	8	5	4	1	0	19
	wel belangrijk	0	0	7	1	0	0	8
	niet zo belangrijk	0	0	1	1	0	0	2
	niet belangrijk	0	0	1	0	0	0	1
	helemaal niet belangrijk	0	1	0	0	0	0	1
	Total	3	14	14	7	2	2	42

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
De Catering heeft aandacht voor hygiëne * De Catering heeft aandacht voor hygiëne	41	95,3%	2	4,7%	43	100,0%

De Catering heeft aandacht voor hygiëne * De Catering heeft aandacht voor hygiëne Crosstabulation

Count

		De Catering heeft aandacht voor hygiëne				Total
		zeer goed	goed	tamelijk goed	geen ervaring mee	
De Catering heeft aandacht voor hygiëne	zeer belangrijk	5	10	5	4	24
	belangrijk	1	11	2	0	14
	wel belangrijk	0	3	0	0	3
Total		6	24	7	4	41

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
De cateringmedewerkers zijn klantvriendelijk * De cateringmedewerkers zijn klantvriendelijk	42	97,7%	1	2,3%	43	100,0%

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

De cateringmedewerkers zijn klantvriendelijk * De cateringmedewerkers zijn klantvriendelijk Crosstabulation

Count

		De cateringmedewerkers zijn klantvriendelijk				Total
		zeer goed	goed	tamelijk goed	geen ervaring mee	
De cateringmedewerkers zijn klantvriendelijk	zeer belangrijk	10	0	2	0	12
	belangrijk	6	15	1	0	22
	wel belangrijk	1	5	1	1	8
Total		17	20	4	1	42

Case Processing Summary

	Valid		Cases Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
De cateringmedewerkers zijn hulpvaardig * De cateringmedewerkers zijn hulpvaardig	42	97,7%	1	2,3%	43	100,0%

De cateringmedewerkers zijn hulpvaardig * De cateringmedewerkers zijn hulpvaardig Crosstabulation

Count

		De cateringmedewerkers zijn hulpvaardig				Total
		zeer goed	goed	tamelijk goed	geen ervaring mee	
De cateringmedewerkers zijn hulpvaardig	zeer belangrijk	10	2	1	0	13
	belangrijk	5	15	1	0	21
	wel belangrijk	1	5	0	2	8
Total		16	22	2	2	42

Case Processing Summary

	Valid		Cases Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
De Catering geeft binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn vragen over de Catering * De Catering geeft binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn vragen over de Catering	21	48,8%	22	51,2%	43	100,0%

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

De Catering geeft binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn vragen over de Catering * De Catering geeft binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn vragen over de Catering Crosstabulation

Count

		De Catering geeft binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn vragen over de Catering					Total
		zeer goed	goed	tamelijk goed	slecht	geen ervaring mee	
De Catering geeft binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn vragen over de Catering	zeer belangrijk	2	1	0	0	1	4
	belangrijk	0	3	2	0	5	10
	wel belangrijk	0	0	1	0	3	4
	niet zo belangrijk	0	0	0	1	0	1
	niet belangrijk	0	1	0	0	1	2
Total		2	5	3	1	10	21

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Facilities geeft binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn klachten over de Catering * Facilities geeft binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn klachten over de Catering	18	41,9%	25	58,1%	43	100,0%

Facilities geeft binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn klachten over de Catering * Facilities geeft binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn klachten over de Catering Crosstabulation

Count

		Facilities geeft binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn klachten over de Catering				Total
		zeer goed	goed	tamelijk goed	geen ervaring mee	
Facilities geeft binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn klachten over de Catering	zeer belangrijk	1	0	0	2	3
	belangrijk	0	3	0	6	9
	wel belangrijk	0	0	2	3	5
	niet belangrijk	0	0	0	1	1
Total		1	3	2	12	18

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Mijn klachten over de Catering worden adequaat opgelost * Mijn klachten over de Catering worden adequaat opgelost	18	41,9%	25	58,1%	43	100,0%

Mijn klachten over de Catering worden adequaat opgelost * Mijn klachten over de Catering worden adequaat opgelost Crosstabulation

Count

		Mijn klachten over de Catering worden adequaat opgelost		Total
		goed	geen ervaring mee	
Mijn klachten over de Catering worden adequaat opgelost	zeer belangrijk	1	5	6
	belangrijk	3	6	9
	wel belangrijk	0	2	2
	niet belangrijk	0	1	1
Total		4	14	18

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
De receptiemedewerkers zijn telefonisch binnen drie ringtones bereikbaar * De receptiemedewerkers zijn telefonisch binnen drie ringtones bereikbaar	42	97,7%	1	2,3%	43	100,0%



Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

De receptiemedewerkers zijn telefonisch binnen drie ringtones bereikbaar * De receptiemedewerkers zijn telefonisch binnen drie ringtones bereikbaar Crosstabulation

Count

		De receptiemedewerkers zijn telefonisch binnen drie ringtones bereikbaar					Total
		zeer goed	goed	tamelijk goed	niet zo goed	slecht	
De receptiemedewerkers zijn telefonisch binnen drie ringtones bereikbaar	zeer belangrijk	2	5	5	2	0	14
	belangrijk	2	12	6	0	1	21
	wel belangrijk	1	1	3	0	0	5
	niet zo belangrijk	1	1	0	0	0	2
	Total	6	19	14	2	1	42

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
De receptiemedewerkers hebben de kennis om mijn vragen te beantwoorden * De receptiemedewerkers hebben de kennis om mijn vragen te beantwoorden	42	97,7%	1	2,3%	43	100,0%

De receptiemedewerkers hebben de kennis om mijn vragen te beantwoorden * De receptiemedewerkers hebben de kennis om mijn vragen te beantwoorden Crosstabulation

Count

		De receptiemedewerkers hebben de kennis om mijn vragen te beantwoorden					Total
		zeer goed	goed	tamelijk goed	niet zo goed	geen ervaring mee	
De receptiemedewerkers hebben de kennis om mijn vragen te beantwoorden	zeer belangrijk	1	5	5	0	0	11
	belangrijk	0	15	4	2	0	21
	wel belangrijk	1	1	4	0	2	8
	niet zo belangrijk	0	2	0	0	0	2
	Total	2	23	13	2	2	42

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
De receptiemedewerkers ontvangen mijn klanten en relaties gastvrij * De receptiemedewerkers ontvangen mijn klanten en relaties gastvrij	36	83,7%	7	16,3%	43	100,0%

De receptiemedewerkers ontvangen mijn klanten en relaties gastvrij * De receptiemedewerkers ontvangen mijn klanten en relaties gastvrij Crosstabulation

Count

	De receptiemedewerkers ontvangen mijn klanten en relaties gastvrij					Total
	zeer goed	goed	tamelijk goed	slecht	geen ervaring mee	
De receptiemedewerkers ontvangen mijn klanten en relaties gastvrij	3	14	0	1	0	18
belangrijk	2	11	2	0	2	17
wel belangrijk	0	1	0	0	0	1
Total	5	26	2	1	2	36

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
De receptiemedewerkers zijn klantvriendelijk * De receptiemedewerkers zijn klantvriendelijk	41	95,3%	2	4,7%	43	100,0%

De receptiemedewerkers zijn klantvriendelijk * De receptiemedewerkers zijn klantvriendelijk Crosstabulation

Count

	De receptiemedewerkers zijn klantvriendelijk						Total
	zeer goed	goed	tamelijk goed	niet zo goed	slecht	geen ervaring mee	
De receptiemedewerkers zijn klantvriendelijk	5	8	5	1	1	0	20
belangrijk	3	11	3	0	0	1	18
wel belangrijk	0	1	1	1	0	0	3
Total	8	20	9	2	1	1	41

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
De receptiemedewerkers zijn hulpvaardig * De receptiemedewerkers zijn hulpvaardig	41	95,3%	2	4,7%	43	100,0%

De receptiemedewerkers zijn hulpvaardig * De receptiemedewerkers zijn hulpvaardig Crosstabulation

Count

		De receptiemedewerkers zijn hulpvaardig						Total
		zeer goed	goed	tamelijk goed	niet zo goed	slecht	geen ervaring mee	
De receptiemedewerkers zijn hulpvaardig	zeer belangrijk	6	6	4	1	1	0	18
	belangrijk	4	13	1	0	0	1	19
	wel belangrijk	0	2	1	1	0	0	4
Total		10	21	6	2	1	1	41

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
De wachttijd bij Receptiebalie is acceptabel * De wachttijd bij Receptiebalie is acceptabel	41	95,3%	2	4,7%	43	100,0%

De wachttijd bij Receptiebalie is acceptabel * De wachttijd bij Receptiebalie is acceptabel Crosstabulation

Count

		De wachttijd bij Receptiebalie is acceptabel					Total
		zeer goed	goed	tamelijk goed	geen ervaring mee		
De wachttijd bij Receptiebalie is acceptabel	zeer belangrijk	5	6	2	1		14
	belangrijk	5	13	2	1		21
	wel belangrijk	2	2	1	0		5
	niet belangrijk	0	1	0	0		1
Total		12	22	5	2		41

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
De receptiemedewerkers zijn netjes en verzorgd gekleed. * De receptiemedewerkers zijn netjes en verzorgd gekleed.	42	97,7%	1	2,3%	43	100,0%

De receptiemedewerkers zijn netjes en verzorgd gekleed. * De receptiemedewerkers zijn netjes en verzorgd gekleed.

Crosstabulation

Count

		De receptiemedewerkers zijn netjes en verzorgd gekleed.			Total
		zeer goed	goed	tamelijk goed	
De receptiemedewerkers zijn netjes en verzorgd gekleed.	zeer belangrijk	5	5	3	13
	belangrijk	2	13	5	20
	wel belangrijk	1	5	2	8
	niet zo belangrijk	0	1	0	1
Total		8	24	10	42

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
De receptiemedewerkers geven binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn vragen * De receptiemedewerkers geven binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn vragen	20	46,5%	23	53,5%	43	100,0%

De receptiemedewerkers geven binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn vragen * De receptiemedewerkers geven binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn vragen

Crosstabulation

Count

		De receptiemedewerkers geven binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn vragen				Total
		zeer goed	goed	tamelijk goed	geen ervaring mee	
De receptiemedewerkers geven binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn vragen	zeer belangrijk	3	0	1	0	4
	belangrijk	1	6	0	2	9
	wel belangrijk	0	0	0	5	5
	niet zo belangrijk	0	0	0	1	1
	niet belangrijk	0	1	0	0	1
Total		4	7	1	8	20

Case Processing Summary

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
De receptiemedewerkers geven binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn klachten * De receptiemedewerkers geven binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn klachten	17	39,5%	26	60,5%	43	100,0%

De receptiemedewerkers geven binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn klachten * De receptiemedewerkers geven binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn klachten Crosstabulation

Count

		De receptiemedewerkers geven binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn klachten				Total
		zeer goed	goed	tamelijk goed	geen ervaring mee	
De receptiemedewerkers geven binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn klachten	zeer belangrijk	1	0	1	1	3
	belangrijk	0	2	0	5	7
	wel belangrijk	0	0	0	5	5
	niet zo belangrijk	0	0	0	1	1
	niet belangrijk	0	1	0	0	1
Total		1	3	1	12	17

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Mijn klachten over de Receptie worden adequaat opgelost * Mijn klachten over de Receptie worden adequaat opgelost	17	39,5%	26	60,5%	43	100,0%

Mijn klachten over de Receptie worden adequaat opgelost * Mijn klachten over de Receptie worden adequaat opgelost Crosstabulation

Count

		Mijn klachten over de Receptie worden adequaat opgelost				Total
		goed	tamelijk goed	niet zo goed	geen ervaring mee	
Mijn klachten over de Receptie worden adequaat opgelost	zeer belangrijk	0	1	0	2	3
	belangrijk	3	2	1	2	8
	wel belangrijk	0	0	0	6	6
Total		3	3	1	10	17

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
De uitstraling van de receptiebalie en de lobby voldoet in mijn beleving als visitekaartje voor BT * De uitstraling van de receptiebalie en de lobby voldoet in mijn beleving als visitekaartje voor BT	42	97,7%	1	2,3%	43	100,0%

De uitstraling van de receptiebalie en de lobby voldoet in mijn beleving als visitekaartje voor BT * De uitstraling van de receptiebalie en de lobby voldoet in mijn beleving als visitekaartje voor BT Crosstabulation

Count

		De uitstraling van de receptiebalie en de lobby voldoet in mijn beleving als visitekaartje voor BT						Total
		zeer goed	goed	tamelijk goed	niet zo goed	slecht	geen ervaring mee	
De uitstraling van de receptiebalie en de lobby voldoet in mijn beleving als visitekaartje voor BT	zeer belangrijk	4	7	3	0	1	0	15
	belangrijk	2	8	6	2	0	0	18
	wel belangrijk	0	2	4	1	0	1	8
	niet zo belangrijk	0	0	1	0	0	0	1
	Total	6	17	14	3	1	1	42

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Wat vind je van de kwaliteit van de print van het document * Wat vind je van de kwaliteit van de print van het document	42	97,7%	1	2,3%	43	100,0%

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

Wat vind je van de kwaliteit van de print van het document * Wat vind je van de kwaliteit van de print van het document Crosstabulation

Count

		Wat vind je van de kwaliteit van de print van het document				Total
		zeer goed	goed	niet zo goed	geen ervaring mee	
Wat vind je van de kwaliteit van de print van het document	zeer belangrijk	5	11	0	1	17
	belangrijk	6	15	1	1	23
	wel belangrijk	1	0	0	0	1
	niet zo belangrijk	0	1	0	0	1
Total		12	27	1	2	42

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Wat vind je van de kwaliteit van de kopie van het document * Wat vind je van de kwaliteit van de kopie van het document	41	95,3%	2	4,7%	43	100,0%

Wat vind je van de kwaliteit van de kopie van het document * Wat vind je van de kwaliteit van de kopie van het document Crosstabulation

Count

		Wat vind je van de kwaliteit van de kopie van het document					Total
		zeer goed	goed	tamelijk goed	niet zo goed	geen ervaring mee	
Wat vind je van de kwaliteit van de kopie van het document	zeer belangrijk	5	6	0	0	0	11
	belangrijk	5	18	0	2	1	26
	wel belangrijk	1	1	1	0	0	3
	niet zo belangrijk	0	1	0	0	0	1
Total		11	26	1	2	1	41

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Wat vind je van de kwaliteit van de afwerking * Wat vind je van de kwaliteit van de afwerking	42	97,7%	1	2,3%	43	100,0%

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

Wat vind je van de kwaliteit van de afwerking * Wat vind je van de kwaliteit van de afwerking Crosstabulation

Count

		Wat vind je van de kwaliteit van de afwerking				Total
		zeer goed	goed	tamelijk goed	geen ervaring mee	
Wat vind je van de kwaliteit van de afwerking	zeer belangrijk	6	11	0	0	17
	belangrijk	5	14	0	2	21
	wel belangrijk	1	0	2	0	3
	niet zo belangrijk	0	1	0	0	1
Total		12	26	2	2	42

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
De tijdsduur waarbinnen mijn repro-opdracht wordt uitgevoerd is acceptabel * De tijdsduur waarbinnen mijn repro-opdracht wordt uitgevoerd is acceptabel	41	95,3%	2	4,7%	43	100,0%

De tijdsduur waarbinnen mijn repro-opdracht wordt uitgevoerd is acceptabel * De tijdsduur waarbinnen mijn repro-opdracht wordt uitgevoerd is acceptabel Crosstabulation

Count

		De tijdsduur waarbinnen mijn repro-opdracht wordt uitgevoerd is acceptabel				Total
		zeer goed	goed	tamelijk goed	niet zo goed	
De tijdsduur waarbinnen mijn repro-opdracht wordt uitgevoerd is acceptabel	zeer belangrijk	6	7	1	1	16
	belangrijk	2	14	2	1	21
	wel belangrijk	0	1	3	0	4
	Total	8	22	6	2	41

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
De tijdsduur waarbinnen mijn repro-spoedopdracht wordt uitgevoerd is acceptabel * De tijdsduur waarbinnen mijn repro-spoedopdracht wordt uitgevoerd is acceptabel	36	83,7%	7	16,3%	43	100,0%

De tijdsduur waarbinnen mijn repro-spoedopdracht wordt uitgevoerd is acceptabel * De tijdsduur waarbinnen mijn repro-spoedopdracht wordt uitgevoerd is acceptabel Crosstabulation

Count

		De tijdsduur waarbinnen mijn repro-spoedopdracht wordt uitgevoerd is acceptabel				Total
		zeer goed	goed	tamelijk goed	geen ervaring mee	
De tijdsduur waarbinnen mijn repro-spoedopdracht wordt uitgevoerd is acceptabel	zeer belangrijk	8	5	3	2	18
	belangrijk	3	11	0	3	17
	wel belangrijk	0	0	0	1	1
Total		11	16	3	6	36

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
De repromedewerker bezit de kennis om mijn vragen te beantwoorden * De repromedewerker bezit de kennis om mijn vragen te beantwoorden	40	93,0%	3	7,0%	43	100,0%

De repromedewerker bezit de kennis om mijn vragen te beantwoorden * De repromedewerker bezit de kennis om mijn vragen te beantwoorden Crosstabulation

Count

		De repromedewerker bezit de kennis om mijn vragen te beantwoorden				Total
		zeer goed	goed	tamelijk goed	geen ervaring mee	
De repromedewerker bezit de kennis om mijn vragen te beantwoorden	zeer belangrijk	9	3	0	1	13
	belangrijk	4	18	1	2	25
	wel belangrijk	1	0	1	0	2
Total		14	21	2	3	40

Case Processing Summary

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Storingen aan printers in de Service corners worden adequaat opgelost *	37	86,0%	6	14,0%	43	100,0%
Storingen aan printers in de Service corners worden adequaat opgelost						

Storingen aan printers in de Service corners worden adequaat opgelost * Storingen aan printers in de Service corners worden adequaat opgelost Crosstabulation

Count

		Storingen aan printers in de Service corners worden adequaat opgelost						Total
		zeer goed	goed	tamelijk goed	niet zo goed	slecht	geen ervaring mee	
Storingen aan printers in de Service corners worden adequaat opgelost	zeer belangrijk	5	4	3	5	3	3	23
	belangrijk	0	6	2	3	0	1	12
	wel belangrijk	0	1	0	0	0	1	2
Total		5	11	5	8	3	5	37

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
De inkomende post komt altijd aan bij de geadresseerde	36	83,7%	7	16,3%	43	100,0%

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

De inkomende post komt altijd aan bij de geadresseerde * De inkomende post komt altijd aan bij de geadresseerde

Count

		De inkomende post komt altijd aan bij de geadresseerde					Total
		zeer goed	goed	tamelijk goed	niet zo goed	slecht	
De inkomende post komt altijd aan bij de geadresseerde	zeer belangrijk	3	6	6	3	1	20
	belangrijk	0	10	1	2	1	15
	wel belangrijk	0	1	0	0	0	1
Total		3	17	7	5	2	36

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Het verspreiden en ophalen van de post gebeurt adequaat	37	86,0%	6	14,0%	43	100,0%

Het verspreiden en ophalen van de post gebeurt adequaat * Het verspreiden en ophalen van de post gebeurt adequaat

Count

		Het verspreiden en ophalen van de post gebeurt adequaat				Total
		zeer goed	goed	tamelijk goed	geen ervaring mee	
Het verspreiden en ophalen van de post gebeurt adequaat	zeer belangrijk	3	6	5	0	14
	belangrijk	1	13	3	2	19
	wel belangrijk	0	2	2	0	4
Total		4	21	10	2	37

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Bij een bestelling krijg ik de juiste artikelen geleverd	22	51,2%	21	48,8%	43	100,0%



Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

Bij een bestelling krijg ik de juiste artikelen geleverd * Bij een bestelling krijg ik de juiste artikelen geleverd
Crosstabulation

Count

		Bij een bestelling krijg ik de juiste artikelen geleverd					Total
		zeer goed	goed	tamelijk goed	zeer slecht	geen ervaring mee	
Bij een bestelling krijg ik de juiste artikelen geleverd	zeer belangrijk	4	2	1	1	3	11
	belangrijk	0	5	1	0	1	7
	wel belangrijk	0	2	2	0	0	4
Total		4	9	4	1	4	22

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
De levertijd van kantoorartikelen vind ik acceptabel * De levertijd van kantoorartikelen vind ik acceptabel	22	51,2%	21	48,8%	43	100,0%

De levertijd van kantoorartikelen vind ik acceptabel * De levertijd van kantoorartikelen vind ik acceptabel
Crosstabulation

Count

		De levertijd van kantoorartikelen vind ik acceptabel					Total
		zeer goed	goed	tamelijk goed	slecht	geen ervaring mee	
De levertijd van kantoorartikelen vind ik acceptabel	zeer belangrijk	1	0	2	2	2	7
	belangrijk	1	5	1	1	2	10
	wel belangrijk	0	2	2	0	0	4
	niet belangrijk	0	0	1	0	0	1
Total		2	7	6	3	4	22

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Technical Service bezit de kennis om mijn vragen te beantwoorden * Technical Service bezit de kennis om mijn vragen te beantwoorden	36	83,7%	7	16,3%	43	100,0%

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

Technical Service bezit de kennis om mijn vragen te beantwoorden * Technical Service bezit de kennis om mijn vragen te beantwoorden Crosstabulation

Count

		Technical Service bezit de kennis om mijn vragen te beantwoorden				Total
		zeer goed	goed	tamelijk goed	geen ervaring mee	
Technical Service bezit de kennis om mijn vragen te beantwoorden	zeer belangrijk	2	3	1	1	7
	belangrijk	2	16	6	0	24
	wel belangrijk	0	0	4	1	5
Total		4	19	11	2	36

Case Processing Summary

	Valid		Cases Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Door de Technical Servicemedewerker word ik geïnformeerd wanneer mijn verzoek/klacht wordt verholpen * Door de Technical Servicemedewerker word ik geïnformeerd wanneer mijn verzoek/klacht wordt verholpen	33	76,7%	10	23,3%	43	100,0%

Door de Technical Servicemedewerker word ik geïnformeerd wanneer mijn verzoek/klacht wordt verholpen * Door de Technical Servicemedewerker word ik geïnformeerd wanneer mijn verzoek/klacht wordt verholpen Crosstabulation

Count

		Door de Technical Servicemedewerker word ik geïnformeerd wanneer mijn verzoek/klacht wordt verholpen					Total
		zeer goed	goed	tamelijk goed	niet zo goed	geen ervaring mee	
Door de Technical Servicemedewerker word ik geïnformeerd wanneer mijn verzoek/klacht wordt verholpen	zeer belangrijk	2	3	3	0	1	9
	belangrijk	2	14	3	1	0	20
	wel belangrijk	0	1	1	1	1	4
Total		4	18	7	2	2	33

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
De tijdsduur tussen het aanmelden van mijn verzoek/klacht e.d. de afmelding hiervan is acceptabel * De tijdsduur tussen het aanmelden van mijn verzoek/klacht e.d. de afmelding hiervan is acceptabel	33	76,7%	10	23,3%	43	100,0%

De tijdsduur tussen het aanmelden van mijn verzoek/klacht e.d. de afmelding hiervan is acceptabel * De tijdsduur tussen het aanmelden van mijn verzoek/klacht e.d. de afmelding hiervan is acceptabel Crosstabulation

Count

		De tijdsduur tussen het aanmelden van mijn verzoek/klacht e.d. de afmelding hiervan is acceptabel					Total
		zeer goed	goed	tamelijk goed	niet zo goed	geen ervaring mee	
De tijdsduur tussen het aanmelden van mijn verzoek/klacht e.d. de afmelding hiervan is acceptabel	zeer belangrijk	2	0	5	3	1	11
	belangrijk	1	12	2	4	0	19
	wel belangrijk	0	0	2	0	1	3
	Total	3	12	9	7	2	33

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Mijn verzoek/klacht wordt adequaat opgelost * Mijn verzoek/klacht wordt adequaat opgelost	31	72,1%	12	27,9%	43	100,0%

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

Mijn verzoek/klacht wordt adequaat opgelost * Mijn verzoek/klacht wordt adequaat opgelost Crosstabulation

Count

		Mijn verzoek/klacht wordt adequaat opgelost					Total
		zeer goed	goed	tamelijk goed	niet zo goed	geen ervaring mee	
Mijn verzoek/klacht wordt adequaat opgelost	zeer belangrijk	2	1	4	2	1	10
	belangrijk	2	9	2	4	0	17
	wel belangrijk	0	0	3	0	1	4
Total		4	10	9	6	2	31

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Er zijn voldoende vergaderfaciliteiten aanwezig * Er zijn voldoende vergaderfaciliteiten aanwezig	35	81,4%	8	18,6%	43	100,0%

Er zijn voldoende vergaderfaciliteiten aanwezig * Er zijn voldoende vergaderfaciliteiten aanwezig Crosstabulation

Count

		Er zijn voldoende vergaderfaciliteiten aanwezig					Total
		zeer goed	goed	tamelijk goed	niet zo goed	slecht	
Er zijn voldoende vergaderfaciliteiten aanwezig	zeer belangrijk	0	4	3	1	2	10
	belangrijk	2	13	4	2	0	21
	wel belangrijk	0	0	2	0	0	3
	niet zo belangrijk	0	0	0	0	0	1
Total		2	17	9	3	2	35

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
De vergaderkamers zijn uitnodigend om in te vergaderen * De vergaderkamers zijn uitnodigend om in te vergaderen	35	81,4%	8	18,6%	43	100,0%

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

De vergaderkamers zijn uitnodigend om in te vergaderen * De vergaderkamers zijn uitnodigend om in te vergaderen
Crosstabulation

Count

		De vergaderkamers zijn uitnodigend om in te vergaderen					Total
		goed	tamelijk goed	niet zo goed	slecht	geen ervaring mee	
De vergaderkamers zijn uitnodigend om in te vergaderen	zeer belangrijk	3	3	0	0	0	6
	belangrijk	9	5	3	3	0	20
	wel belangrijk	1	2	2	0	2	7
	niet zo belangrijk	0	2	0	0	0	2
Total		13	12	5	3	2	35

Case Processing Summary

	Valid		Cases Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
De vergaderkamers zijn netjes en schoon * De vergaderkamers zijn netjes en schoon	35	81,4%	8	18,6%	43	100,0%

De vergaderkamers zijn netjes en schoon * De vergaderkamers zijn netjes en schoon Crosstabulation

Count

		De vergaderkamers zijn netjes en schoon				Total
		goed	tamelijk goed	niet zo goed	geen ervaring mee	
De vergaderkamers zijn netjes en schoon	zeer belangrijk	4	3	2	0	9
	belangrijk	14	5	3	1	23
	wel belangrijk	0	1	1	1	3
Total		18	9	6	2	35

Case Processing Summary

	Valid		Cases Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
De bediening van de beamer is duidelijk * De bediening van de beamer is duidelijk	34	79,1%	9	20,9%	43	100,0%

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

De bediening van de beamer is duidelijk * De bediening van de beamer is duidelijk Crosstabulation

Count

		De bediening van de beamer is duidelijk					Total
		goed	tamelijk goed	niet zo goed	slecht	geen ervaring mee	
De bediening van de beamer is duidelijk	zeer belangrijk	2	1	2	0	0	5
	belangrijk	10	3	3	1	5	22
	wel belangrijk	0	2	1	0	2	5
	niet zo belangrijk	0	0	0	0	2	2
	Total	12	6	6	1	9	34

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Mijn klachten over de vergaderfaciliteiten worden adequaat opgelost * Mijn klachten over de vergaderfaciliteiten worden adequaat opgelost	19	44,2%	24	55,8%	43	100,0%

Mijn klachten over de vergaderfaciliteiten worden adequaat opgelost * Mijn klachten over de vergaderfaciliteiten worden adequaat opgelost Crosstabulation

Count

		Mijn klachten over de vergaderfaciliteiten worden adequaat opgelost				Total
		goed	tamelijk goed	slecht	geen ervaring mee	
Mijn klachten over de vergaderfaciliteiten worden adequaat opgelost	zeer belangrijk	0	0	0	1	1
	belangrijk	3	1	1	7	12
	wel belangrijk	0	2	0	3	5
	niet zo belangrijk	0	0	0	1	1
Total		3	3	1	12	19

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Het Front Office is telefonisch binnen drie ringtones bereikbaar * Het Front Office is telefonisch binnen drie ringtones bereikbaar	30	69,8%	13	30,2%	43	100,0%

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

Het Front Office is telefonisch binnen drie ringtones bereikbaar * Het Front Office is telefonisch binnen drie ringtones bereikbaar Crosstabulation

Count

		Het Front Office is telefonisch binnen drie ringtones bereikbaar						Total
		goed	tamelijk goed	niet zo goed	slecht	zeer slecht	geen ervaring mee	
Het Front Office is telefonisch binnen drie ringtones bereikbaar	zeer belangrijk	2	4	1	2	3	1	13
	belangrijk	3	0	6	0	2	0	11
	wel belangrijk	0	4	0	1	1	0	6
	Total	5	8	7	3	6	1	30

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
De Front Office-medewerker bezit de kennis om mijn vragen te beantwoorden * De Front Office-medewerker bezit de kennis om mijn vragen te beantwoorden	29	67,4%	14	32,6%	43	100,0%

De Front Office-medewerker bezit de kennis om mijn vragen te beantwoorden * De Front Office-medewerker bezit de kennis om mijn vragen te beantwoorden Crosstabulation

Count

		De Front Office-medewerker bezit de kennis om mijn vragen te beantwoorden						Total
		goed	tamelijk goed	niet zo goed	slecht	zeer slecht	geen ervaring mee	
De Front Office-medewerker bezit de kennis om mijn vragen te beantwoorden	zeer belangrijk	3	4	1	1	0	1	10
	belangrijk	4	6	2	2	2	0	16
	wel belangrijk	0	3	0	0	0	0	3
	Total	7	13	3	3	2	1	29

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
De wachttijd bij de balie van het Front Office is acceptabel * De wachttijd bij de balie van het Front Office is acceptabel	31	72,1%	12	27,9%	43	100,0%

De wachttijd bij de balie van het Front Office is acceptabel * De wachttijd bij de balie van het Front Office is acceptabel Crosstabulation

		De wachttijd bij de balie van het Front Office is acceptabel							Total
		zeer goed	goed	tamelijk goed	niet zo goed	slecht	zeer slecht	geen ervaring mee	
De wachttijd bij de balie van het Front Office is acceptabel	zeer belangrijk	0	4	2	0	1	0	1	8
	belangrijk	0	7	4	4	2	2	0	19
	wel belangrijk	1	0	1	0	0	0	2	4
Total		1	11	7	4	3	2	3	31

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Het Front Office geeft binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn vragen * Het Front Office geeft binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn vragen	30	69,8%	13	30,2%	43	100,0%

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

Het Front Office geeft binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn vragen * Het Front Office geeft binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn vragen Crosstabulation

Count

		Het Front Office geeft binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn vragen						Total
		zeer goed	goed	tamelijk goed	niet zo goed	slecht	zeer slecht	geen ervaring mee
Het Front Office geeft binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn vragen	zeer belangrijk	1	1	4	2	1	0	1
	belangrijk	0	7	4	2	0	1	0
	wel belangrijk	1	1	2	1	1	0	0
	Total	2	9	10	5	2	1	1

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Het Front Office geeft binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn klachten * Het Front Office geeft binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn klachten	21	48,8%	22	51,2%	43	100,0%

Het Front Office geeft binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn klachten * Het Front Office geeft binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn klachten Crosstabulation

Count

		Het Front Office geeft binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn klachten						Total
		zeer goed	goed	tamelijk goed	niet zo goed	slecht	zeer slecht	geen ervaring mee
Het Front Office geeft binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn klachten	zeer belangrijk	1	0	1	1	1	0	1
	belangrijk	0	5	3	2	0	1	1
	wel belangrijk	0	1	1	1	0	0	1
	Total	1	6	5	4	1	1	3

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Mijn verzoeken/klachten over Facilitaire Diensten worden door het Front Office adequaat opgelost * Mijn verzoeken/klachten over Facilitaire Diensten worden door het Front Office adequaat opgelost	20	46,5%	23	53,5%	43	100,0%

Mijn verzoeken/klachten over Facilitaire Diensten worden door het Front Office adequaat opgelost * Mijn verzoeken/klachten over Facilitaire Diensten worden door het Front Office adequaat opgelost Crosstabulation

Count

		Mijn verzoeken/klachten over Facilitaire Diensten worden door het Front Office adequaat opgelost						Total
		goed	tamelijk goed	niet zo goed	slecht	zeer slecht	geen ervaring mee	
Mijn verzoeken/klachten over Facilitaire Diensten worden door het Front Office adequaat opgelost	zeer belangrijk	0	0	1	2	0	1	4
	belangrijk	7	2	2	0	1	1	13
	wel belangrijk	2	1	0	0	0	0	3
Total		9	3	3	2	1	2	20

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

	N	Minimum	Maximum	Mean
Ik beoordeel de Schoonmaak in totaliteit met het volgende cijfer:	43	4	8	6,63
Ik beoordeel de Catering in totaliteit met het volgende cijfer:	43	5	9	7,28
Ik beoordeel de Receptie in totaliteit met het volgende cijfer	43	6	9	7,51
Ik beoordeel de Repro & Post service in totaliteit met het volgende cijfer	43	6	10	7,74
Ik beoordeel de Technical Service in totaliteit met het volgende cijfer	33	6	9	7,18
Ik beoordeel de vergaderfaciliteiten in totaliteit met het volgende cijfer	34	6	8	7,03
Ik beoordeel het Front Office in totaliteit met het volgende cijfer	30	4	8	6,40
Valid N (listwise)	17			



Uitkomsten in procenten

Mijn werkplek is schoon					
Zeer belangrijk	14	33%	Zeer goed	1	2%
Belangrijk	26	60%	goed	11	26%
Wel belangrijk	2	5%	tamelijk goed	13	30%
niet zo belangrijk	1	2%	niet zo goed	6	14%
niet belangrijk		0%	slecht	9	21%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht	3	7%

Belang laag Belang hoog
2% 98%
Tevreden Niet tevreden
58% 42%

De sanitaire ruimtes zijn schoon					
Zeer belangrijk	22	51%	Zeer goed	2	5%
Belangrijk	21	49%	goed	13	30%
Wel belangrijk		0%	tamelijk goed	6	14%
niet zo belangrijk		0%	niet zo goed	10	23%
niet belangrijk		0%	slecht	9	21%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht	3	7%

Belang laag Belang hoog
0% 100%
Tevreden Niet tevreden
49% 51%

De koffiecorners zijn schoon					
Zeer belangrijk	10	23%	Zeer goed	1	2%
Belangrijk	17	40%	goed	17	40%
Wel belangrijk	13	30%	tamelijk goed	13	30%
niet zo belangrijk	1	2%	niet zo goed	10	23%
niet belangrijk	2	5%	slecht	2	5%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht		0%

Belang laag Belang hoog
7% 93%
Tevreden Niet tevreden
72% 28%

De vergader ruimtes zijn schoon					
Zeer belangrijk	7	16%	Zeer goed	1	2%
Belangrijk	16	37%	goed	16	37%
Wel belangrijk	10	23%	tamelijk goed	10	23%
niet zo belangrijk	4	9%	niet zo goed	9	21%
niet belangrijk		0%	slecht		0%
helemaal niet belangrijk	1	2%	zeer slecht		0%
			geen ervaring mee	2	5%

Belang laag Belang hoog
12% 77%
Tevreden Niet tevreden
63% 21%

De algemene ruimtes zijn schoon					
Zeer belangrijk	6	14%	Zeer goed	1	2%
Belangrijk	19	44%	goed	17	40%
Wel belangrijk	17	40%	tamelijk goed	17	40%
niet zo belangrijk	1	2%	niet zo goed	7	16%
niet belangrijk		0%	slecht		0%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht	1	2%
			geen ervaring mee		0%

Belang laag Belang hoog
2% 98%
Tevreden Niet tevreden
81% 19%

De schoonmaakmedewerkers zijn vriendelijk					
Zeer belangrijk	2	5%	Zeer goed	7	16%
Belangrijk	10	23%	goed	16	37%
Wel belangrijk	18	42%	tamelijk goed	9	21%
niet zo belangrijk	3	7%	niet zo goed	2	5%
niet belangrijk	5	12%	slecht		0%
helemaal niet belangrijk	2	5%	zeer slecht		0%
			geen ervaring mee	6	14%

Belang laag Belang hoog
23% 70%
Tevreden Niet tevreden
74% 5%

De schoonmaakmedewerkers zijn hulpvaardig					
Zeer belangrijk		0%	Zeer goed	5	12%
Belangrijk	8	19%	goed	8	19%
Wel belangrijk	17	40%	tamelijk goed	7	16%
niet zo belangrijk	1	2%	niet zo goed	1	2%
niet belangrijk	4	9%	slecht		0%
helemaal niet belangrijk	1	2%	zeer slecht		0%
			geen ervaring mee	11	26%

Belang laag Belang hoog
14% 58%
Tevreden Niet tevreden
47% 2%

Facilities geeft binnen1 werkdag terugkoppeling op mijn vragen over de schoonmaak					
Zeer belangrijk	2	5%	Zeer goed	2	5%
Belangrijk	8	19%	goed	3	7%
Wel belangrijk	3	7%	tamelijk goed	1	2%
niet zo belangrijk	3	7%	niet zo goed	1	2%
niet belangrijk	2	5%	slecht		0%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht		0%
			geen ervaring mee	11	26%

Belang laag Belang hoog
12% 30%
Tevreden Niet tevreden
14% 2%

Facilities geeft binnen1 werkdag terugkoppeling op mijn klachten over de schoonmaak					
Zeer belangrijk	2	5%	Zeer goed	1	2%
Belangrijk	8	19%	goed	3	7%
Wel belangrijk	5	12%	tamelijk goed	3	7%
niet zo belangrijk	2	5%	niet zo goed	1	2%
niet belangrijk	2	5%	slecht		0%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht		0%
			geen ervaring mee	11	26%

Belang laag Belang hoog
9% 35%
Tevreden Niet tevreden
16% 2%

Mijn klachten over de schoonmaak worden adequaat opgelost					
Zeer belangrijk	4	9%	Zeer goed	1	2%
Belangrijk	10	23%	goed	1	2%
Wel belangrijk	4	9%	tamelijk goed	1	2%
niet zo belangrijk	1	2%	niet zo goed	3	7%
niet belangrijk		0%	slecht	1	2%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht		0%
			geen ervaring mee	12	28%

Belang laag Belang hoog
2% 42%
Tevreden Niet tevreden
7% 9%

Wat vind je smaak van de geleverde producten in het bedrijfsrestaurant					
Zeer belangrijk	16	37%	Zeer goed		0%
Belangrijk	24	56%	goed	22	51%
Wel belangrijk	2	5%	tamelijk goed	12	28%
niet zo belangrijk		0%	niet zo goed	5	12%
niet belangrijk		0%	slecht	1	2%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht		0%
			geen ervaring mee	2	5%

Belang laag Belang hoog
0% 98%
Tevreden Niet tevreden
79% 14%

Wat vind je van de temperatuur van de geleverde producten in het bedrijfsrestaurant					
Zeer belangrijk	9	21%	Zeer goed		0%
Belangrijk	28	65%	goed	18	42%
Wel belangrijk	5	12%	tamelijk goed	18	42%
niet zo belangrijk		0%	niet zo goed	2	5%
niet belangrijk		0%	slecht	2	5%

Belang laag Belang hoog
0% 98%
Tevreden Niet tevreden
84% 9%

helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht		0%
			geen ervaring mee	2	5%

Wat vind je van de versheid van de geleverde producten in het bedrijfsrestaurant

Zeer belangrijk	21	49%	Zeer goed	1	2%
Belangrijk	19	44%	goed	18	42%
Wel belangrijk	2	5%	tamelijk goed	12	28%
niet zo belangrijk		0%	niet zo goed	3	7%
niet belangrijk		0%	slecht	5	12%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht	1	2%
			geen ervaring mee		0%

Belang laag Belang hoog
0% 98%
Tevreden Niet tevreden
72% 21%

Wat vind je van de presentatie van de geleverde producten in het bedrijfsrestaurant

Zeer belangrijk	6	14%	Zeer goed	4	9%
Belangrijk	13	30%	goed	18	42%
Wel belangrijk	16	37%	tamelijk goed	16	37%
niet zo belangrijk	6	14%	niet zo goed	1	2%
niet belangrijk		0%	slecht		0%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht		0%
			geen ervaring mee	2	5%

Belang laag Belang hoog
14% 81%
Tevreden Niet tevreden
88% 2%

Wat vind je van de variatie van de geleverde producten in het bedrijfsrestaurant

Zeer belangrijk	12	28%	Zeer goed	1	2%
Belangrijk	19	44%	goed	10	23%
Wel belangrijk	8	19%	tamelijk goed	14	33%
niet zo belangrijk	2	5%	niet zo goed	10	23%
niet belangrijk	1	2%	slecht	5	12%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht		0%
			geen ervaring mee	2	5%

Belang laag Belang hoog
7% 91%
Tevreden Niet tevreden
58% 35%

Wat vind je van de gezondheidsproducten geleverd in het bedrijfsrestaurant

Zeer belangrijk	8	19%	Zeer goed		0%
Belangrijk	21	49%	goed	17	40%
Wel belangrijk	12	28%	tamelijk goed	16	37%
niet zo belangrijk		0%	niet zo goed	6	14%
niet belangrijk	1	2%	slecht	1	2%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht		0%
			geen ervaring mee	2	5%

Belang laag Belang hoog
2% 95%
Tevreden Niet tevreden
77% 16%

Wat vind je van de prijskwaliteit van de geleverde producten in het bedrijfsrestaurant

Zeer belangrijk	14	33%	Zeer goed	1	2%
Belangrijk	20	47%	goed	15	35%
Wel belangrijk	8	19%	tamelijk goed	10	23%
niet zo belangrijk		0%	niet zo goed	11	26%
niet belangrijk		0%	slecht	2	5%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht	1	2%
			geen ervaring mee	2	5%

Belang laag Belang hoog
0% 98%
Tevreden Niet tevreden
60% 33%

De tijdsduur van de wachttijd bij de kassa in het bedrijfsrestaurant is acceptabel

Zeer belangrijk	6	14%	Zeer goed	11	26%
Belangrijk	23	53%	goed	17	40%

Belang laag Belang hoog

Wel belangrijk	13	30%	tamelijk goed	7	16%
niet zo belangrijk		0%	niet zo goed	5	12%
niet belangrijk		0%	slecht		0%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht		0%
			geen ervaring mee	2	5%

0% 98%
Tevreden Niet tevreden
81% 12%

Wat vind je smaak van de geleverde warme dranken in de koffiecorner

Zeer belangrijk	17	40%	Zeer goed	1	2%
Belangrijk	24	56%	goed	11	26%
Wel belangrijk	1	2%	tamelijk goed	9	21%
niet zo belangrijk		0%	niet zo goed	6	14%
niet belangrijk		0%	slecht	10	23%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht	5	12%
			geen ervaring mee		0%

Belang laag Belang hoog
0% 98%
Tevreden Niet tevreden
49% 49%

Wat vind je van de temperatuur van de geleverde warme dranken in de koffiecorner

Zeer belangrijk	15	35%	Zeer goed	1	2%
Belangrijk	25	58%	goed	24	56%
Wel belangrijk	1	2%	tamelijk goed	9	21%
niet zo belangrijk	1	2%	niet zo goed	6	14%
niet belangrijk		0%	slecht	2	5%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht		0%
			geen ervaring mee		0%

Belang laag Belang hoog
2% 95%
Tevreden Niet tevreden
79% 19%

Wat vind je van de variatie van de geleverde warme dranken in de koffiecorner

Zeer belangrijk	11	26%	Zeer goed	3	7%
Belangrijk	19	44%	goed	14	33%
Wel belangrijk	8	19%	tamelijk goed	14	33%
niet zo belangrijk	2	5%	niet zo goed	7	16%
niet belangrijk	1	2%	slecht	2	5%
helemaal niet belangrijk	1	2%	zeer slecht	2	5%
			geen ervaring mee		0%

Belang laag Belang hoog
9% 88%
Tevreden Niet tevreden
72% 26%

De catering heeft aandacht voor hygiëne

Zeer belangrijk	24	56%	Zeer goed	6	14%
Belangrijk	14	33%	goed	24	56%
Wel belangrijk	3	7%	tamelijk goed	7	16%
niet zo belangrijk		0%	niet zo goed		0%
niet belangrijk		0%	slecht		0%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht		0%
			geen ervaring mee	4	9%

Belang laag Belang hoog
0% 95%
Tevreden Niet tevreden
86% 0%

De cateringmedewerkers zijn klantvriendelijk

Zeer belangrijk	12	28%	Zeer goed	17	40%
Belangrijk	22	51%	goed	20	47%
Wel belangrijk	8	19%	tamelijk goed	4	9%
niet zo belangrijk		0%	niet zo goed		0%
niet belangrijk		0%	slecht		0%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht		0%
			geen ervaring mee	1	2%

Belang laag Belang hoog
0% 98%
Tevreden Niet tevreden
95% 0%

De cateringmedewerkers zijn hulpvaardig					
Zeer belangrijk	13	30%	Zeer goed	16	37%
Belangrijk	21	49%	goed	22	51%
Wel belangrijk	8	19%	tamelijk goed	2	5%
niet zo belangrijk		0%	niet zo goed		0%
niet belangrijk		0%	slecht		0%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht		0%
			geen ervaring mee	2	5%

Belang laag Belang hoog
0% 98%

Tevreden Niet tevreden
93% 0%

De Catering geeft binnen1 werkdag terugkoppeling op mijn vragen over de Catering					
Zeer belangrijk	4	9%	Zeer goed	2	5%
Belangrijk	10	23%	goed	5	12%
Wel belangrijk	4	9%	tamelijk goed	3	7%
niet zo belangrijk	1	2%	niet zo goed	1	2%
niet belangrijk	2	5%	slecht		0%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht		0%
			geen ervaring mee	10	23%

Belang laag Belang hoog
7% 42%

Tevreden Niet tevreden
23% 2%

Facilities geeft binnen1 werkdag terugkoppeling op mijn klachten over de Catering					
Zeer belangrijk	3	7%	Zeer goed	1	2%
Belangrijk	9	21%	goed	3	7%
Wel belangrijk	5	12%	tamelijk goed	2	5%
niet zo belangrijk	1	2%	niet zo goed		0%
niet belangrijk		0%	slecht		0%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht		0%
			geen ervaring mee	12	28%

Belang laag Belang hoog
2% 40%

Tevreden Niet tevreden
14% 0%

Mijn klachten over de Catering worden adequaat opgelost					
Zeer belangrijk	6	14%	Zeer goed		0%
Belangrijk	9	21%	goed	4	9%
Wel belangrijk	2	5%	tamelijk goed		0%
niet zo belangrijk	1	2%	niet zo goed		0%
niet belangrijk		0%	slecht		0%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht		0%
			geen ervaring mee	14	33%

Belang laag Belang hoog
2% 40%

Tevreden Niet tevreden
9% 0%

De receptiemedewerkers zijn telefonisch binnen drie ringtones bereikbaar					
Zeer belangrijk	14	33%	Zeer goed	6	14%
Belangrijk	21	49%	goed	19	44%
Wel belangrijk	5	12%	tamelijk goed	14	33%
niet zo belangrijk	2	5%	niet zo goed	2	5%
niet belangrijk		0%	slecht	1	2%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht		0%
			geen ervaring mee		0%

Belang laag Belang hoog
5% 93%

Tevreden Niet tevreden
91% 7%

De receptiemedewerkers hebben de kennis om mijn vragen te beantwoorden					
Zeer belangrijk	11	26%	Zeer goed	2	5%
Belangrijk	21	49%	goed	23	53%
Wel belangrijk	8	19%	tamelijk goed	13	30%
niet zo belangrijk	2	5%	niet zo goed	2	5%
niet belangrijk		0%	slecht		0%

Belang laag Belang hoog
5% 93%

Tevreden Niet tevreden
88% 5%

helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht		0%
			geen ervaring mee	2	5%

De receptiemedewerkers ontvangen mijn klanten en relaties gastvrij

Zeer belangrijk	18	42%	Zeer goed	5	12%
Belangrijk	17	40%	goed	26	60%
Wel belangrijk	1	2%	tamelijk goed	2	5%
niet zo belangrijk		0%	niet zo goed		0%
niet belangrijk		0%	slecht	1	2%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht		0%
			geen ervaring mee	2	5%

Belang laag Belang hoog
0% 84%
Tevreden Niet tevreden
77% 2%

De receptiemedewerkers zijn klantvriendelijk

Zeer belangrijk	20	47%	Zeer goed	8	19%
Belangrijk	18	42%	goed	20	47%
Wel belangrijk	3	7%	tamelijk goed	9	21%
niet zo belangrijk		0%	niet zo goed	2	5%
niet belangrijk		0%	slecht	1	2%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht		0%
			geen ervaring mee	1	2%

Belang laag Belang hoog
0% 95%
Tevreden Niet tevreden
86% 7%

De receptiemedewerkers zijn hulpvaardig

Zeer belangrijk	18	42%	Zeer goed	10	23%
Belangrijk	19	44%	goed	21	49%
Wel belangrijk	4	9%	tamelijk goed	6	14%
niet zo belangrijk		0%	niet zo goed	2	5%
niet belangrijk		0%	slecht	1	2%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht		0%
			geen ervaring mee	1	2%

Belang laag Belang hoog
0% 95%
Tevreden Niet tevreden
86% 7%

De wachttijd bij de receptiebalie is acceptabel

Zeer belangrijk	14	33%	Zeer goed	12	28%
Belangrijk	21	49%	goed	22	51%
Wel belangrijk	5	12%	tamelijk goed	5	12%
niet zo belangrijk	1	2%	niet zo goed		0%
niet belangrijk		0%	slecht		0%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht		0%
			geen ervaring mee	2	5%

Belang laag Belang hoog
2% 93%
Tevreden Niet tevreden
91% 0%

De receptiemedewerkers zijn netjes en verzorgd gekleed

Zeer belangrijk	13	30%	Zeer goed	8	19%
Belangrijk	20	47%	goed	24	56%
Wel belangrijk	8	19%	tamelijk goed	10	23%
niet zo belangrijk	1	2%	niet zo goed		0%
niet belangrijk		0%	slecht		0%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht		0%
			geen ervaring mee		0%

Belang laag Belang hoog
2% 95%
Tevreden Niet tevreden
98% 0%

De receptiemedewerkers geven binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn vragen

Zeer belangrijk	4	9%	Zeer goed	4	9%
Belangrijk	9	21%	goed	7	16%

Belang laag Belang hoog

Wel belangrijk	5	12%	tamelijk goed	1	2%
niet zo belangrijk	1	2%	niet zo goed		0%
niet belangrijk		0%	slecht		0%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht		0%
			geen ervaring mee	8	19%

2% 42%
Tevreden Niet tevreden
28% 0%

De receptiemedewerkers geven binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn klachten

Zeer belangrijk	3	7%	Zeer goed	1	2%
Belangrijk	7	16%	goed	3	7%
Wel belangrijk	5	12%	tamelijk goed	1	2%
niet zo belangrijk	1	2%	niet zo goed		0%
niet belangrijk	1	2%	slecht		0%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht		0%
			geen ervaring mee	12	28%

Belang laag Belang hoog
5% 35%
Tevreden Niet tevreden
12% 0%

Mijn klachten over de Receptie worden adequaat opgelost

Zeer belangrijk	3	7%	Zeer goed	3	7%
Belangrijk	8	19%	goed	3	7%
Wel belangrijk	6	14%	tamelijk goed	1	2%
niet zo belangrijk		0%	niet zo goed		0%
niet belangrijk		0%	slecht		0%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht		0%
			geen ervaring mee	10	23%

Belang laag Belang hoog
0% 40%
Tevreden Niet tevreden
16% 0%

De uitstraling van de receptielobby voldoet in mijn beleving als visitekaartje voor BT

Zeer belangrijk	15	35%	Zeer goed	6	14%
Belangrijk	18	42%	goed	17	40%
Wel belangrijk	8	19%	tamelijk goed	14	33%
niet zo belangrijk	1	2%	niet zo goed	3	7%
niet belangrijk		0%	slecht	1	2%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht		0%
			geen ervaring mee	1	2%

Belang laag Belang hoog
2% 95%
Tevreden Niet tevreden
86% 9%

Wat vind je van de kwaliteit van de print van het document

Zeer belangrijk	17	40%	Zeer goed	12	28%
Belangrijk	23	53%	goed	27	63%
Wel belangrijk	1	2%	tamelijk goed		0%
niet zo belangrijk	1	2%	niet zo goed	1	2%
niet belangrijk		0%	slecht		0%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht		0%
			geen ervaring mee	2	5%

Belang laag Belang hoog
2% 95%
Tevreden Niet tevreden
91% 2%

Wat vind je van de kwaliteit van de kopie van het document

Zeer belangrijk	11	26%	Zeer goed	11	26%
Belangrijk	26	60%	goed	26	60%
Wel belangrijk	3	7%	tamelijk goed	1	2%
niet zo belangrijk	1	2%	niet zo goed	2	5%
niet belangrijk		0%	slecht		0%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht		0%
			geen ervaring mee	1	2%

Belang laag Belang hoog
2% 93%
Tevreden Niet tevreden
88% 5%

Wat vind je van de kwaliteit van de afwerking					
Zeer belangrijk	17	40%	Zeer goed	12	28%
Belangrijk	21	49%	goed	26	60%
Wel belangrijk	3	7%	tamelijk goed	2	5%
niet zo belangrijk	1	2%	niet zo goed		0%
niet belangrijk		0%	slecht		0%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht		0%
			geen ervaring mee	2	5%

Belang laag Belang hoog
2% 95%
Tevreden Niet tevreden
93% 0%

De tijdsduur waarbinnen mijn repro-opdracht wordt uitgevoerd is acceptabel					
Zeer belangrijk	16	37%	Zeer goed	8	19%
Belangrijk	21	49%	goed	22	51%
Wel belangrijk	4	9%	tamelijk goed	6	14%
niet zo belangrijk		0%	niet zo goed	2	5%
niet belangrijk		0%	slecht		0%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht		0%
			geen ervaring mee	2	5%

Belang laag Belang hoog
9% 86%
Tevreden Niet tevreden
70% 19%

De tijdsduur waarbinnen mijn repro-spoedopdracht wordt uitgevoerd is acceptabel					
Zeer belangrijk	18	42%	Zeer goed	11	26%
Belangrijk	17	40%	goed	16	37%
Wel belangrijk	1	2%	tamelijk goed	3	7%
niet zo belangrijk		0%	niet zo goed		0%
niet belangrijk		0%	slecht		0%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht		0%
			geen ervaring mee	6	14%

Belang laag Belang hoog
0% 84%
Tevreden Niet tevreden
70% 0%

De repromedewerker bezit de kennis om mijn vragen te beantwoorden					
Zeer belangrijk	13	30%	Zeer goed	14	33%
Belangrijk	25	58%	goed	21	49%
Wel belangrijk	2	5%	tamelijk goed	2	5%
niet zo belangrijk		0%	niet zo goed		0%
niet belangrijk		0%	slecht		0%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht		0%
			geen ervaring mee	3	7%

Belang laag Belang hoog
0% 93%
Tevreden Niet tevreden
86% 0%

Storingen aan printers in de Service corners worden adequaat opgelost					
Zeer belangrijk	23	53%	Zeer goed	5	12%
Belangrijk	12	28%	goed	11	26%
Wel belangrijk	2	5%	tamelijk goed	5	12%
niet zo belangrijk		0%	niet zo goed	8	19%
niet belangrijk		0%	slecht	3	7%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht		0%
			geen ervaring mee	5	12%

Belang laag Belang hoog
0% 86%
Tevreden Niet tevreden
49% 26%

De inkomende post komt altijd aan bij de geadresseerde					
Zeer belangrijk	20	47%	Zeer goed	3	7%
Belangrijk	15	35%	goed	17	40%
Wel belangrijk	1	2%	tamelijk goed	7	16%
niet zo belangrijk		0%	niet zo goed	5	12%
niet belangrijk		0%	slecht	2	5%

Belang laag Belang hoog
0% 84%
Tevreden Niet tevreden
63% 16%

helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht		0%
			geen ervaring mee	2	5%

Het verspreiden en ophalen van de post gebeurt adequaat					
Zeer belangrijk	14	33%	Zeer goed	4	9%
Belangrijk	19	44%	goed	21	49%
Wel belangrijk	4	9%	tamelijk goed	10	23%
niet zo belangrijk		0%	niet zo goed		0%
niet belangrijk		0%	slecht		0%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht		0%
			geen ervaring mee	2	5%

Belang laag Belang hoog
0% 86%
Tevreden Niet tevreden
81% 0%

Bij een bestelling krijg ik de juiste artikelen geleverd					
Zeer belangrijk	11	26%	Zeer goed	4	9%
Belangrijk	7	16%	goed	9	21%
Wel belangrijk	4	9%	tamelijk goed	4	9%
niet zo belangrijk		0%	niet zo goed		0%
niet belangrijk		0%	slecht		0%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht	1	2%
			geen ervaring mee	4	9%

Belang laag Belang hoog
0% 51%
Tevreden Niet tevreden
40% 2%

De levertijd van kantoorartikelen vind ik acceptabel					
Zeer belangrijk	7	16%	Zeer goed	2	5%
Belangrijk	10	23%	goed	7	16%
Wel belangrijk	4	9%	tamelijk goed	6	14%
niet zo belangrijk	1	2%	niet zo goed		0%
niet belangrijk		0%	slecht	3	7%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht		0%
			geen ervaring mee	4	9%

Belang laag Belang hoog
2% 49%
Tevreden Niet tevreden
35% 7%

Technical Service bezit de kennis om mijn vragen te beantwoorden

Zeer belangrijk	7	16%	Zeer goed	4	9%
Belangrijk	24	56%	goed	24	56%
Wel belangrijk	5	12%	tamelijk goed	11	26%
niet zo belangrijk		0%	niet zo goed		0%
niet belangrijk		0%	slecht		0%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht		0%
			geen ervaring mee	2	5%

Belang laag Belang hoog
0% 84%
Tevreden Niet tevreden
91% 0%

Door de Technical Service-medewerker word ik geïnformeerd wanneer mijn verzoek/ klacht w

Zeer belangrijk	9	21%	Zeer goed	4	9%
Belangrijk	20	47%	goed	18	42%
Wel belangrijk	4	9%	tamelijk goed	7	16%
niet zo belangrijk		0%	niet zo goed	2	5%
niet belangrijk		0%	slecht		0%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht		0%
			geen ervaring mee	2	5%

Belang laag Belang hoog
0% 77%
Tevreden Niet tevreden
67% 5%

De tijdsduur tussen het aanmelden van mijn verzoek/ klacht en de afmelding hiervan is accep

Zeer belangrijk	11	26%	Zeer goed	3	7%
Belangrijk	19	44%	goed	12	28%

Belang laag Belang hoog

Wel belangrijk	3	7%	tamelijk goed	9	21%
niet zo belangrijk		0%	niet zo goed	7	16%
niet belangrijk		0%	slecht		0%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht		0%
			geen ervaring mee	2	5%

0% 77%
Tevreden Niet tevreden
56% 16%

Mijn verzoek/ klacht wordt adequaat opgelost					
Zeer belangrijk	10	23%	Zeer goed	4	9%
Belangrijk	17	40%	goed	10	23%
Wel belangrijk	4	9%	tamelijk goed	9	21%
niet zo belangrijk		0%	niet zo goed	6	14%
niet belangrijk		0%	slecht		0%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht		0%
			geen ervaring mee	2	5%

Belang laag Belang hoog
0% 72%
Tevreden Niet tevreden
53% 14%

Er zijn voldoende vergaderfaciliteiten aanwezig					
Zeer belangrijk	10	23%	Zeer goed	2	5%
Belangrijk	21	49%	goed	17	40%
Wel belangrijk	3	7%	tamelijk goed	9	21%
niet zo belangrijk	1	2%	niet zo goed	3	7%
niet belangrijk		0%	slecht	2	5%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht		0%
			geen ervaring mee	2	5%

Belang laag Belang hoog
2% 79%
Tevreden Niet tevreden
65% 12%

De vergaderkamers zijn uitnodigend om in te vergaderen					
Zeer belangrijk	6	14%	Zeer goed		0%
Belangrijk	20	47%	goed	13	30%
Wel belangrijk	7	16%	tamelijk goed	12	28%
niet zo belangrijk	2	5%	niet zo goed	5	12%
niet belangrijk		0%	slecht	3	7%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht		0%
			geen ervaring mee	2	5%

Belang laag Belang hoog
5% 77%
Tevreden Niet tevreden
58% 19%

De vergaderkamers zijn netjes en schoon					
Zeer belangrijk	9	21%	Zeer goed		0%
Belangrijk	23	53%	goed	18	42%
Wel belangrijk	3	7%	tamelijk goed	9	21%
niet zo belangrijk		0%	niet zo goed	6	14%
niet belangrijk		0%	slecht		0%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht		0%
			geen ervaring mee	2	5%

Belang laag Belang hoog
0% 81%
Tevreden Niet tevreden
63% 14%

De bediening van de beamer is duidelijk					
Zeer belangrijk	5	12%	Zeer goed		0%
Belangrijk	22	51%	goed	12	28%
Wel belangrijk	5	12%	tamelijk goed	6	14%
niet zo belangrijk	2	5%	niet zo goed	6	14%
niet belangrijk		0%	slecht	1	2%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht		0%
			geen ervaring mee	9	21%

Belang laag Belang hoog
5% 74%
Tevreden Niet tevreden
42% 16%

Mijn klachten over de vergaderfaciliteiten worden adequaat opgelost

Zeer belangrijk	1	2%	Zeer goed		0%
Belangrijk	12	28%	goed	3	7%
Wel belangrijk	5	12%	tamelijk goed	3	7%
niet zo belangrijk	1	2%	niet zo goed		0%
niet belangrijk		0%	slecht	1	2%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht		0%
			geen ervaring mee	12	28%

Belang laag Belang hoog
2% 42%

Tevreden Niet tevreden
14% 2%

Het Front Office is telefonisch binnen drie ringtones bereikbaar

Zeer belangrijk	13	30%	Zeer goed		0%
Belangrijk	11	26%	goed	5	12%
Wel belangrijk	6	14%	tamelijk goed	8	19%
niet zo belangrijk		0%	niet zo goed	7	16%
niet belangrijk		0%	slecht	3	7%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht	6	14%
			geen ervaring mee	1	2%

Belang laag Belang hoog
0% 70%

Tevreden Niet tevreden
30% 37%

Het Front Office-medewerker bezit de kennis om mijn vragen te beantwoorden

Zeer belangrijk	10	23%	Zeer goed		0%
Belangrijk	16	37%	goed	7	16%
Wel belangrijk	3	7%	tamelijk goed	13	30%
niet zo belangrijk		0%	niet zo goed	3	7%
niet belangrijk		0%	slecht	3	7%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht	2	5%
			geen ervaring mee	1	2%

Belang laag Belang hoog
0% 67%

Tevreden Niet tevreden
47% 19%

De wachttijd bij de balie van het Front Office is acceptabel

Zeer belangrijk	8	19%	Zeer goed	1	2%
Belangrijk	19	44%	goed	11	26%
Wel belangrijk	4	9%	tamelijk goed	7	16%
niet zo belangrijk		0%	niet zo goed	4	9%
niet belangrijk		0%	slecht	3	7%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht	2	5%
			geen ervaring mee	3	7%

Belang laag Belang hoog
0% 72%

Tevreden Niet tevreden
44% 21%

Het Front Office geeft binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn vragen

Zeer belangrijk	10	23%	Zeer goed	2	5%
Belangrijk	14	33%	goed	9	21%
Wel belangrijk	6	14%	tamelijk goed	10	23%
niet zo belangrijk		0%	niet zo goed	5	12%
niet belangrijk		0%	slecht	2	5%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht	1	2%
			geen ervaring mee	1	2%

Belang laag Belang hoog
0% 70%

Tevreden Niet tevreden
49% 19%

Het Front Office geeft binnen 1 werkdag terugkoppeling op mijn vragen

Zeer belangrijk	5	12%	Zeer goed	1	2%
Belangrijk	12	28%	goed	6	14%
Wel belangrijk	4	9%	tamelijk goed	5	12%
niet zo belangrijk		0%	niet zo goed	4	9%
niet belangrijk		0%	slecht	1	2%

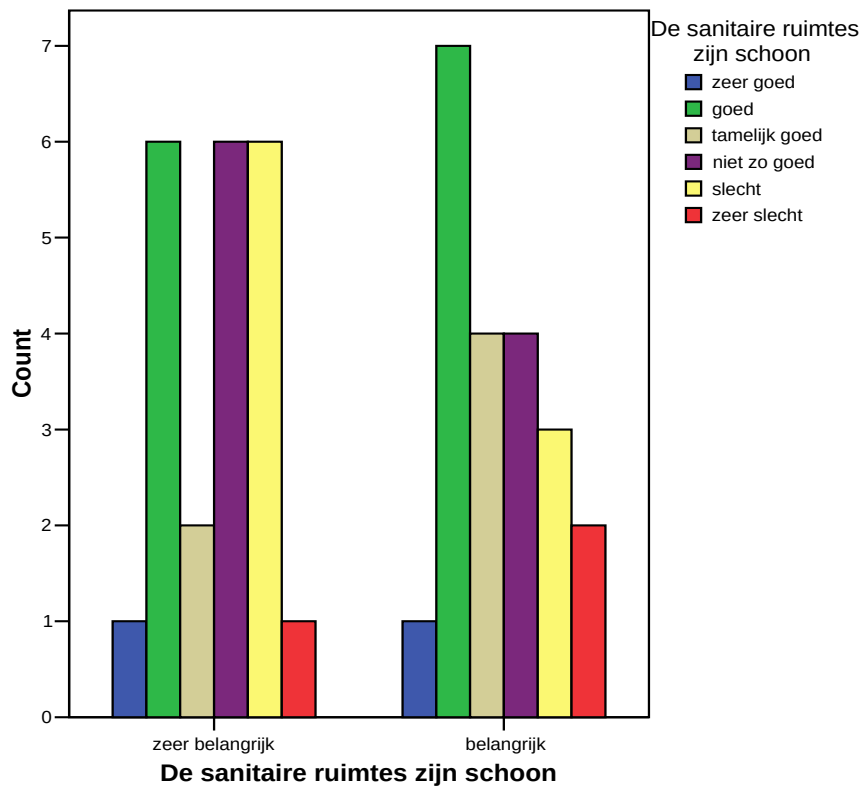
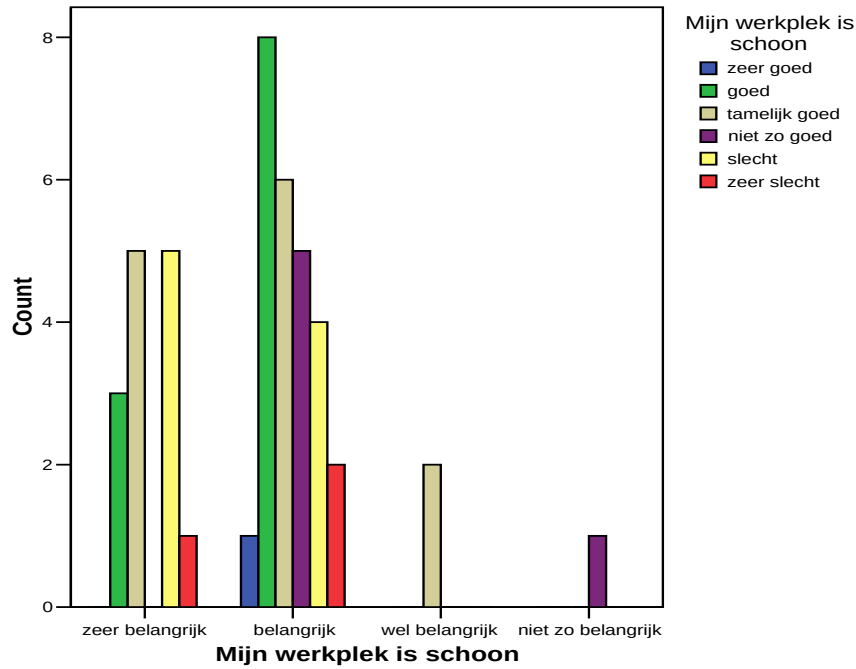
Belang laag Belang hoog
0% 49%

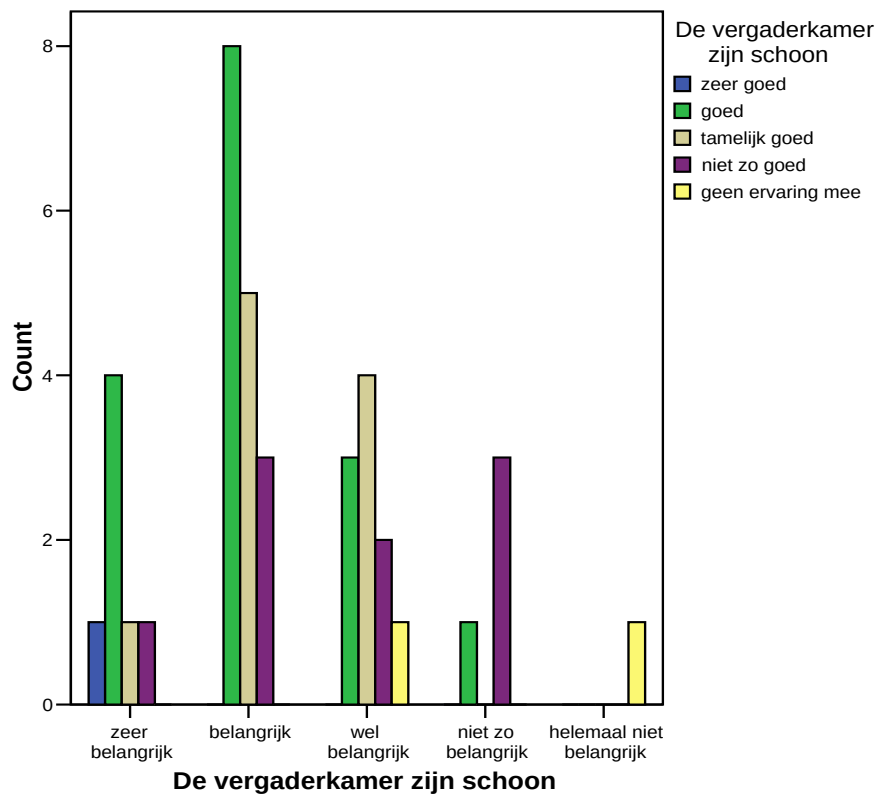
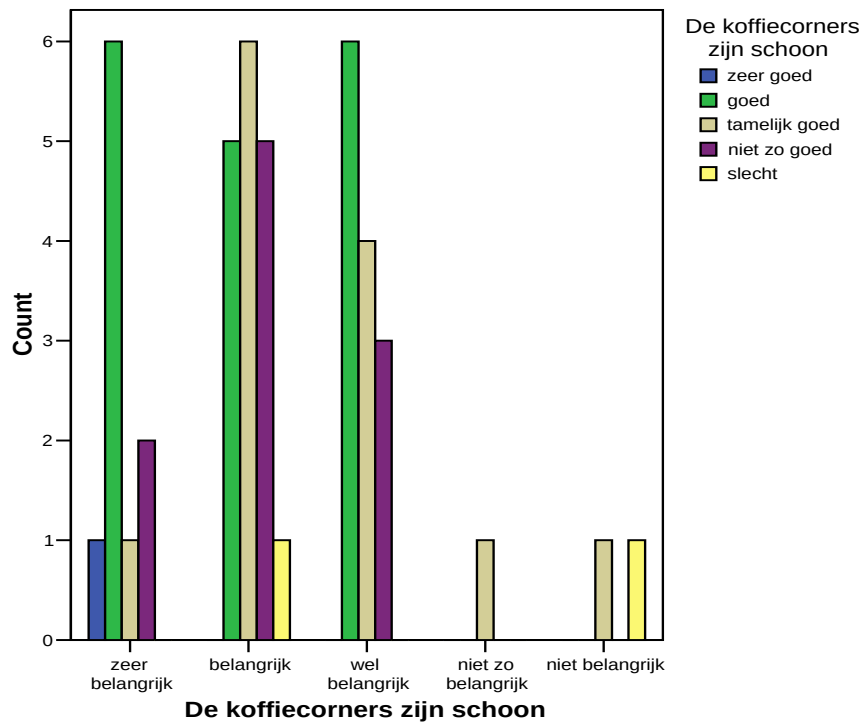
Tevreden Niet tevreden
28% 14%

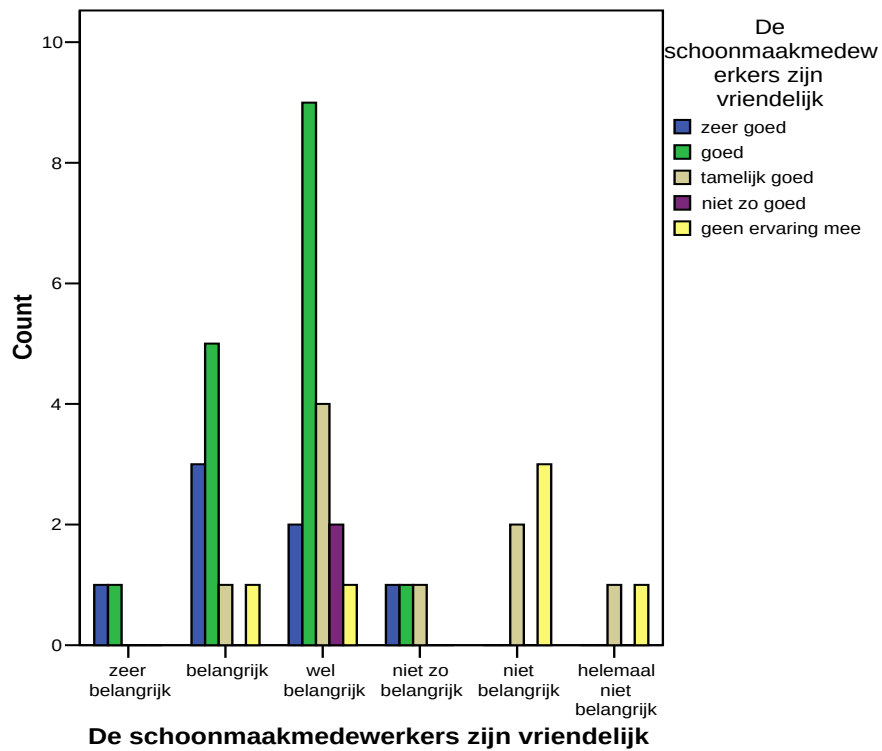
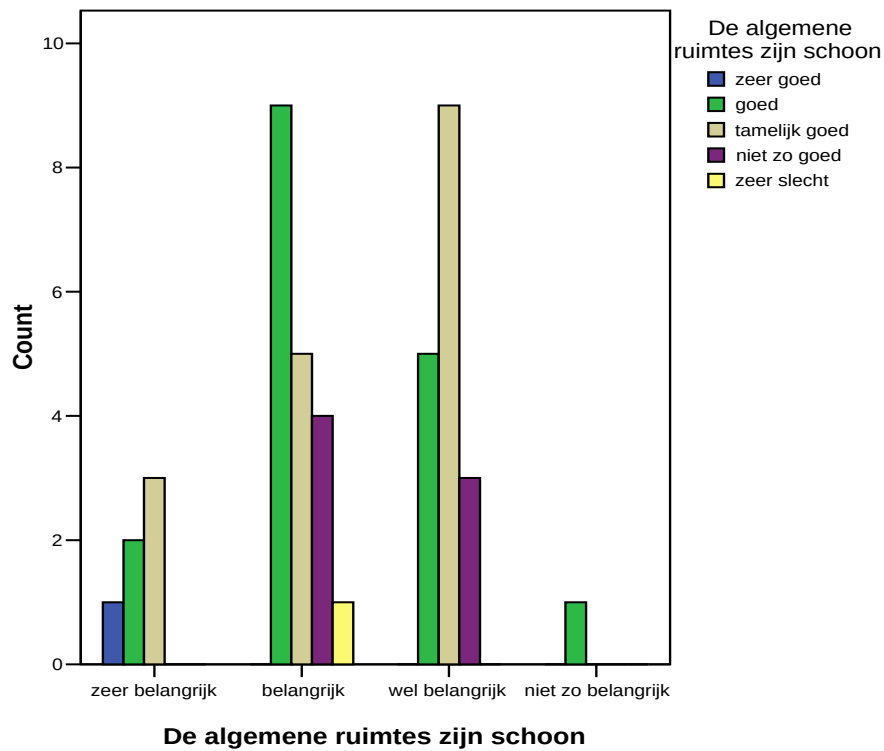
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht	1	2%
			geen ervaring mee	3	7%

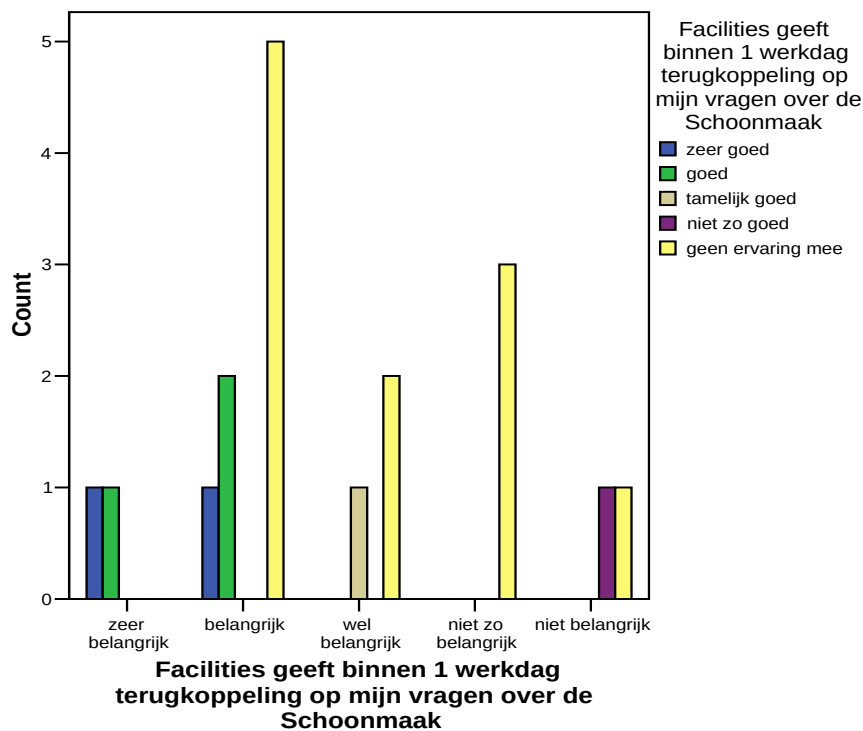
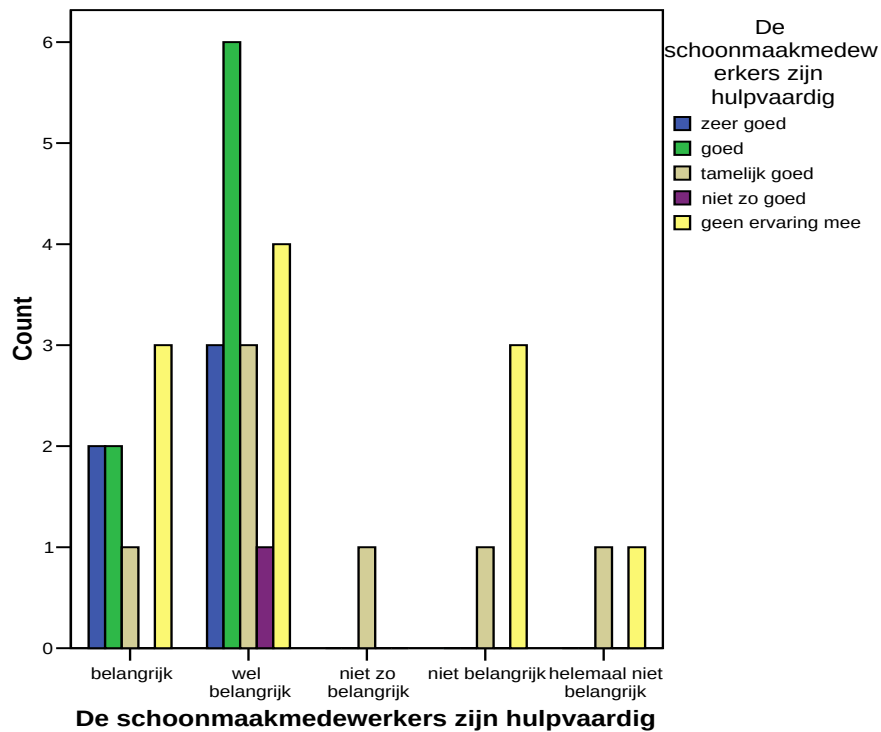
Mijn verzoeken/ klachten over de facilitaire Diensten worden door het Front Office adequaat o					
Zeer belangrijk	4	9%	Zeer goed	9	21%
Belangrijk	13	30%	goed	3	7%
Wel belangrijk	3	7%	tamelijk goed		0%
niet zo belangrijk		0%	niet zo goed	3	7%
niet belangrijk		0%	slecht	2	5%
helemaal niet belangrijk		0%	zeer slecht	1	2%
			geen ervaring mee	2	5%

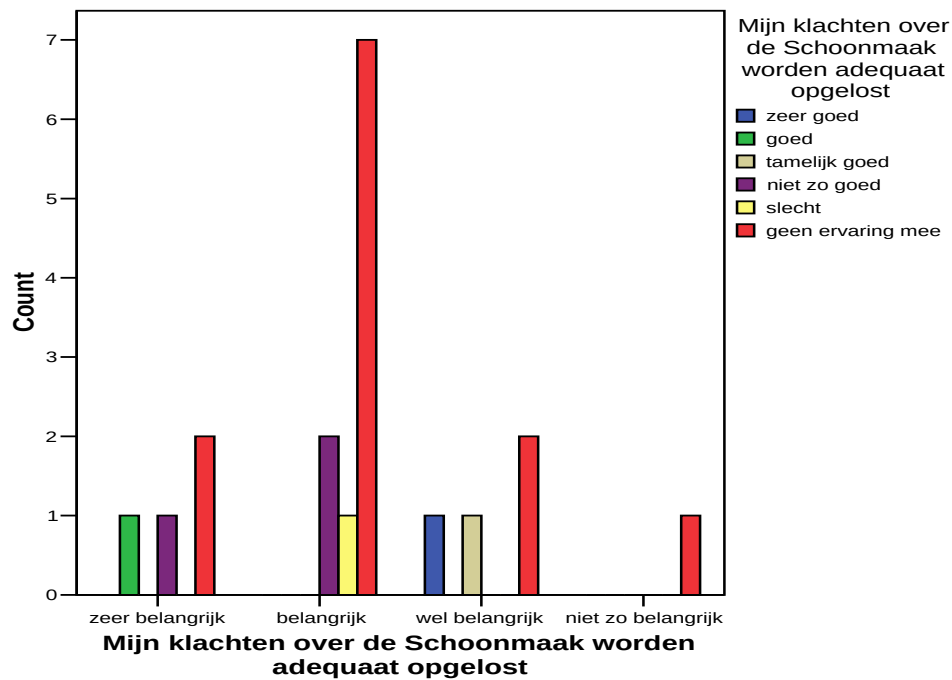
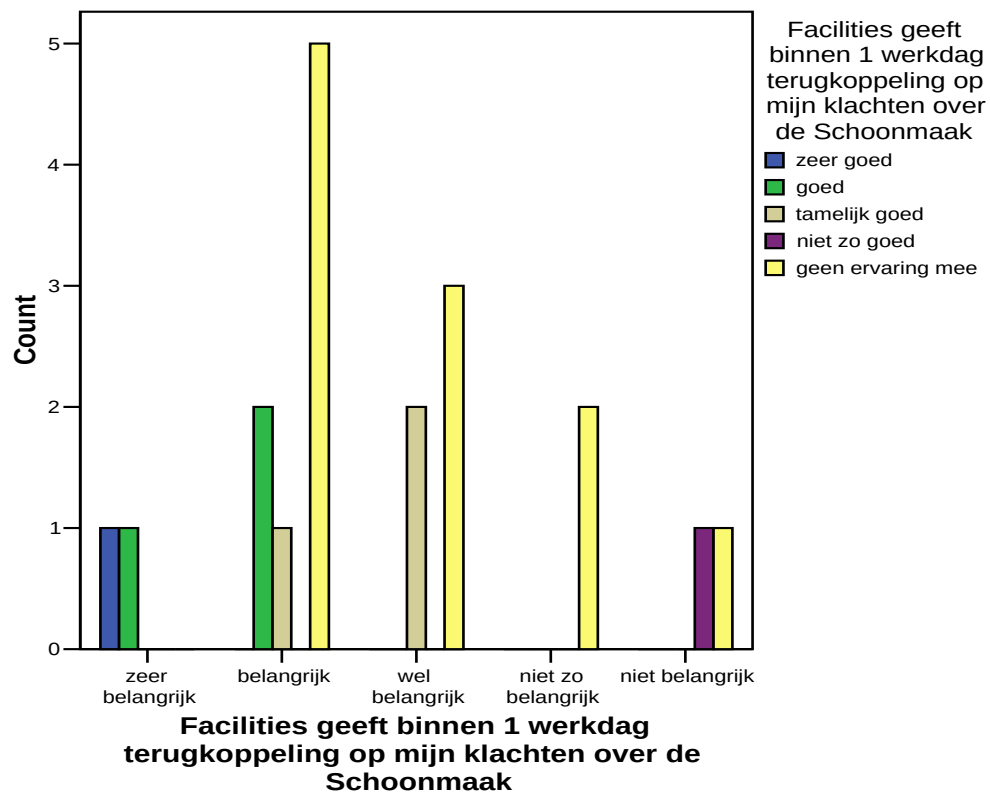
Belang laag Belang hoog
0% 47%
Tevreden Niet tevreden
28% 14%



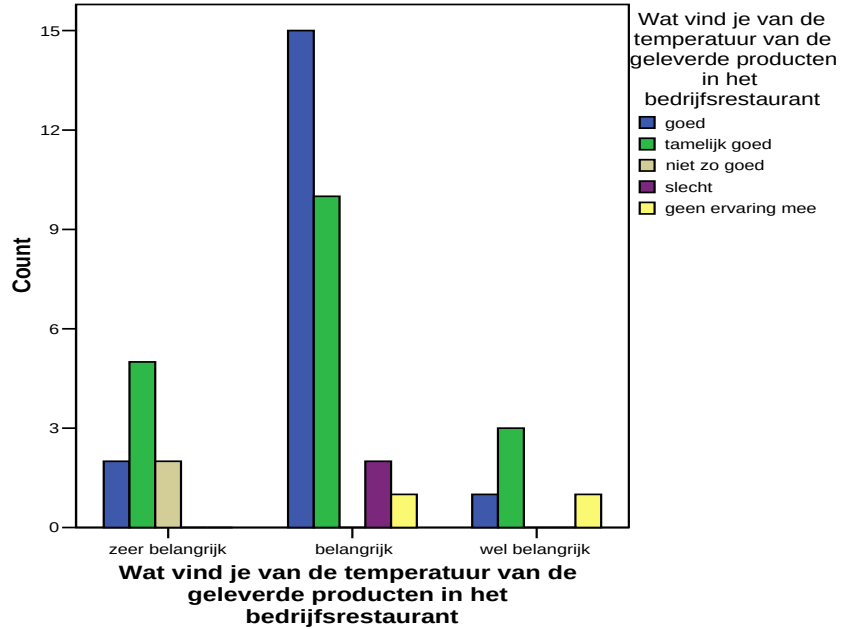
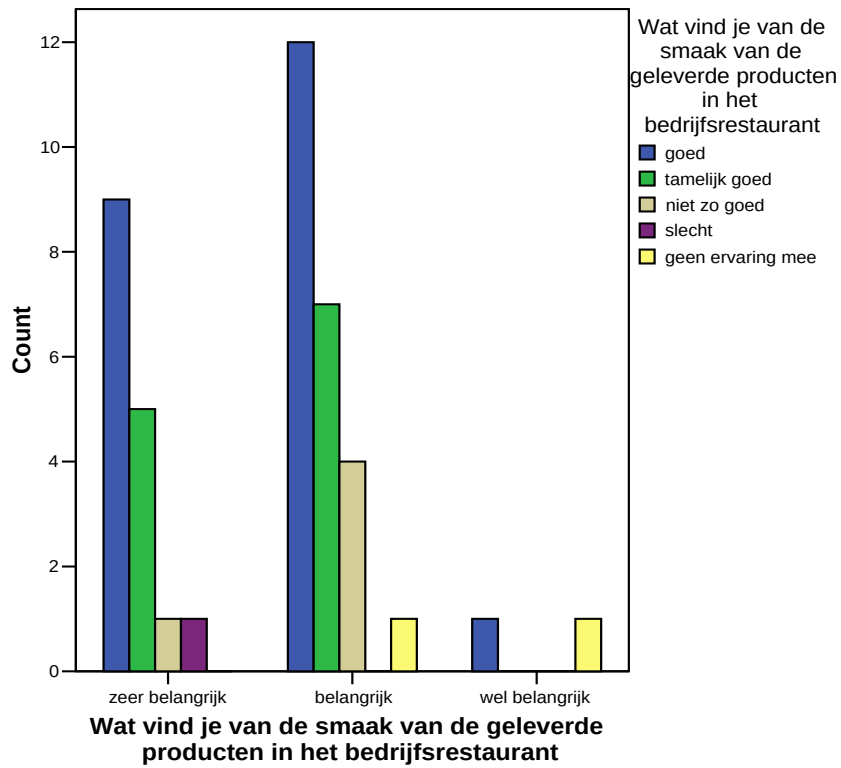


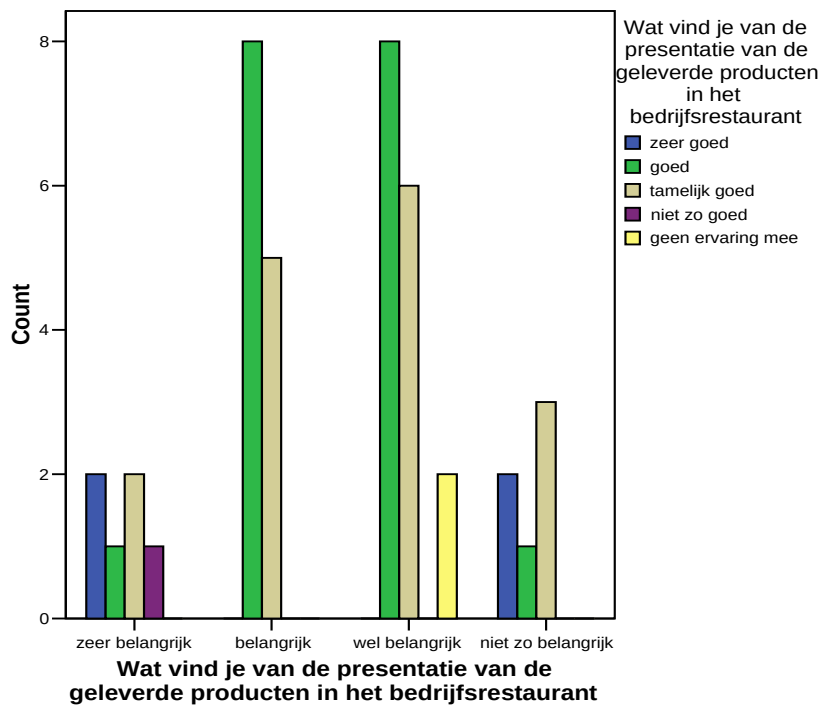
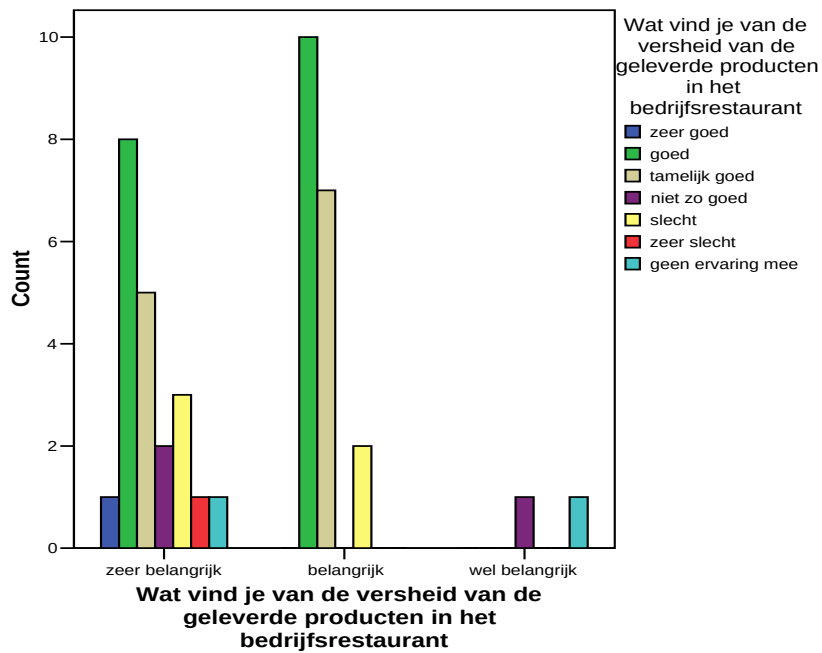


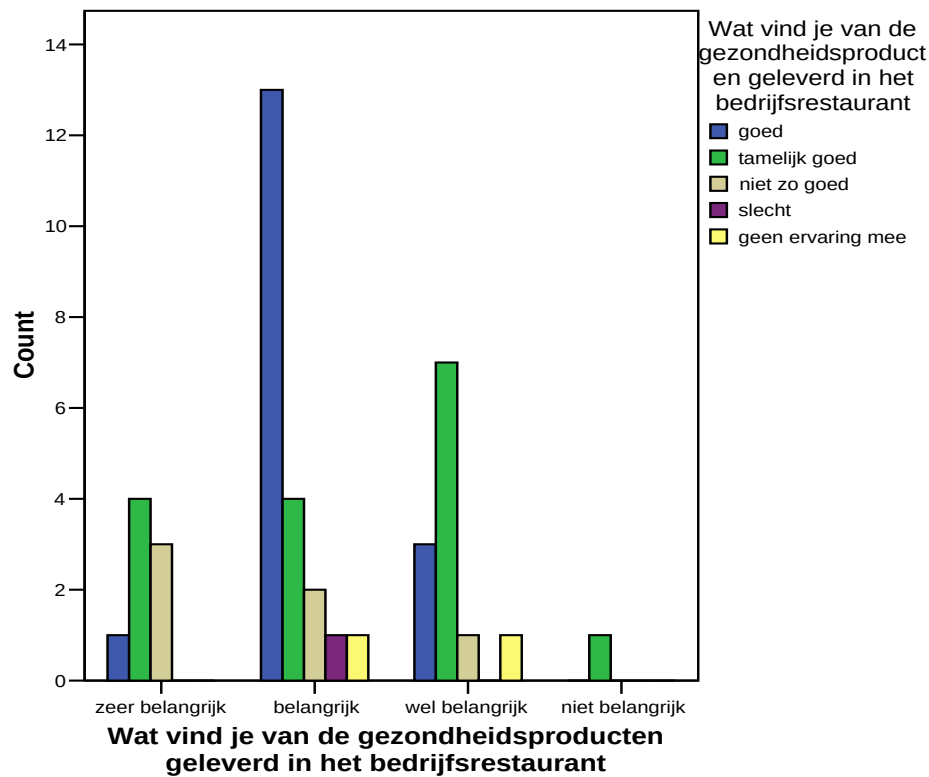
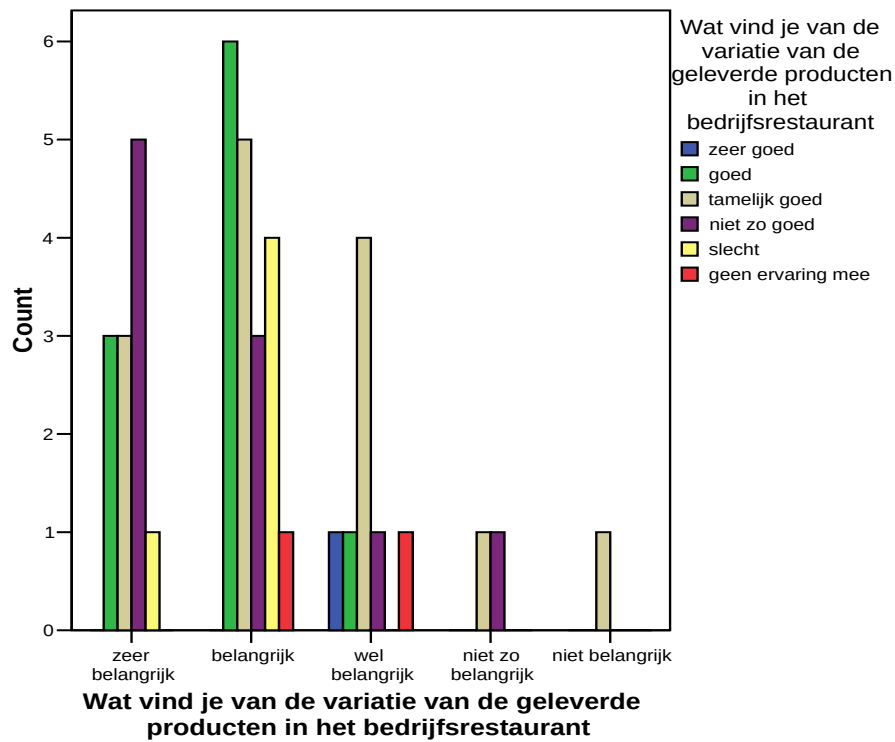


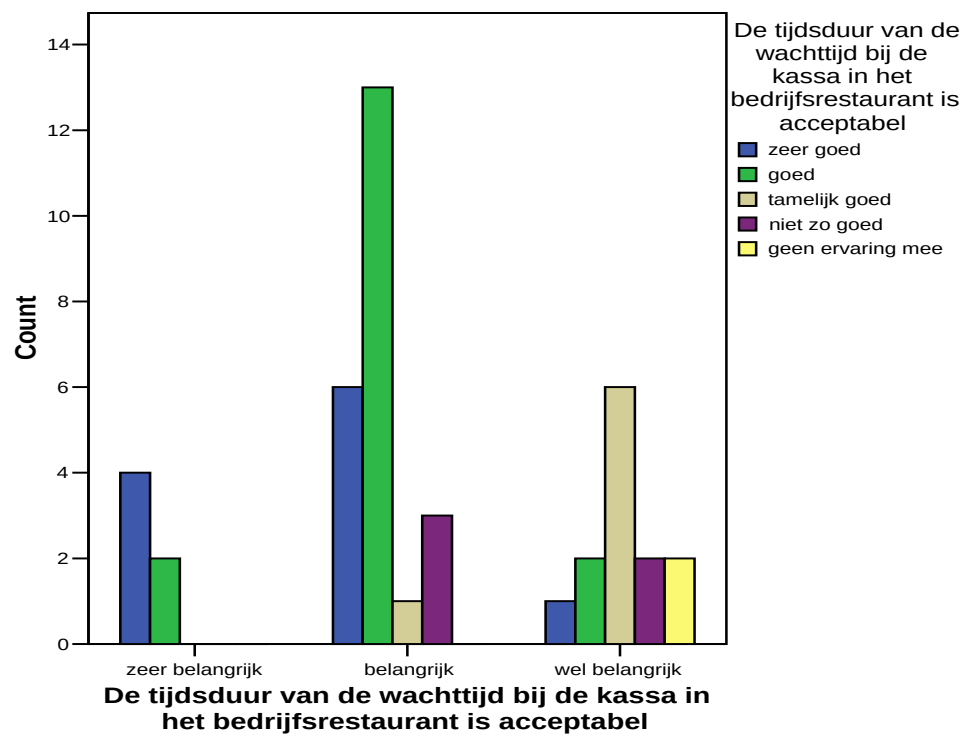
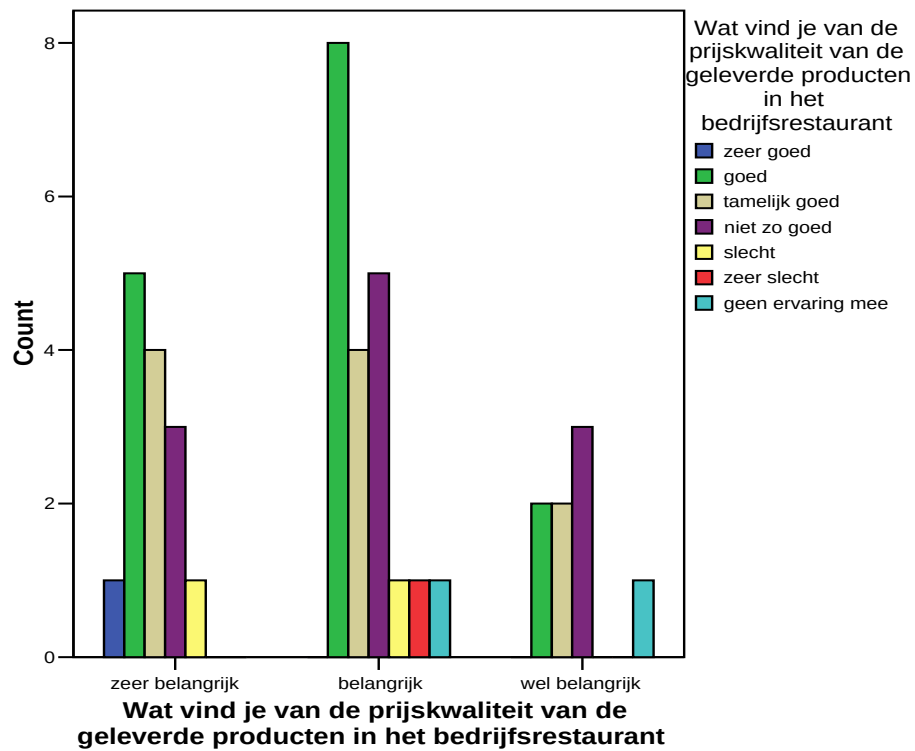


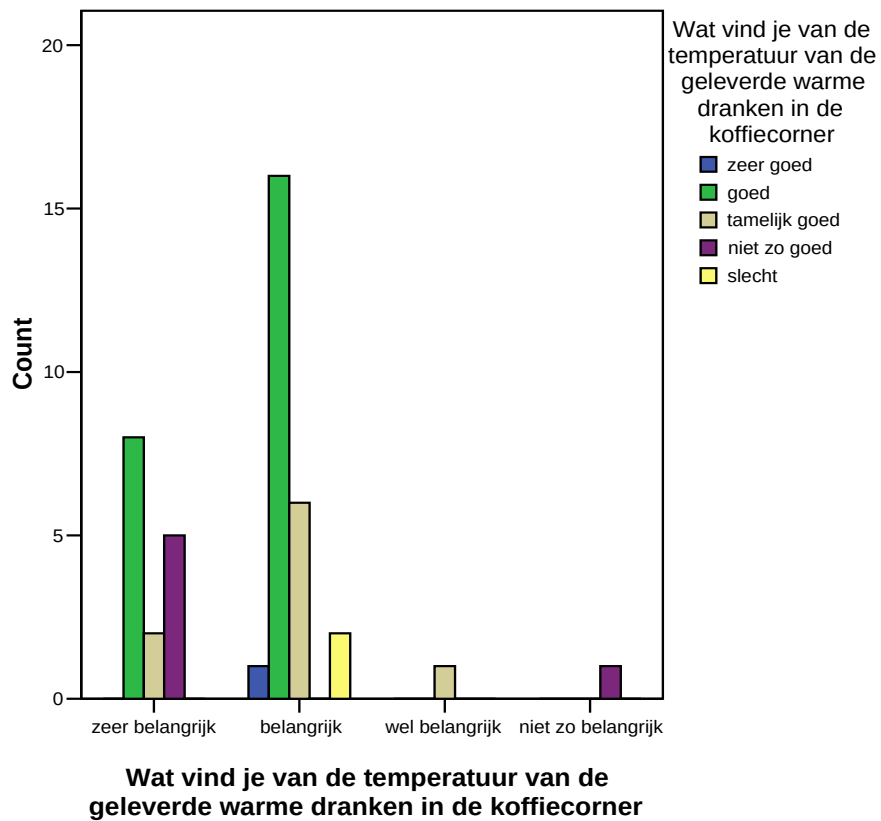
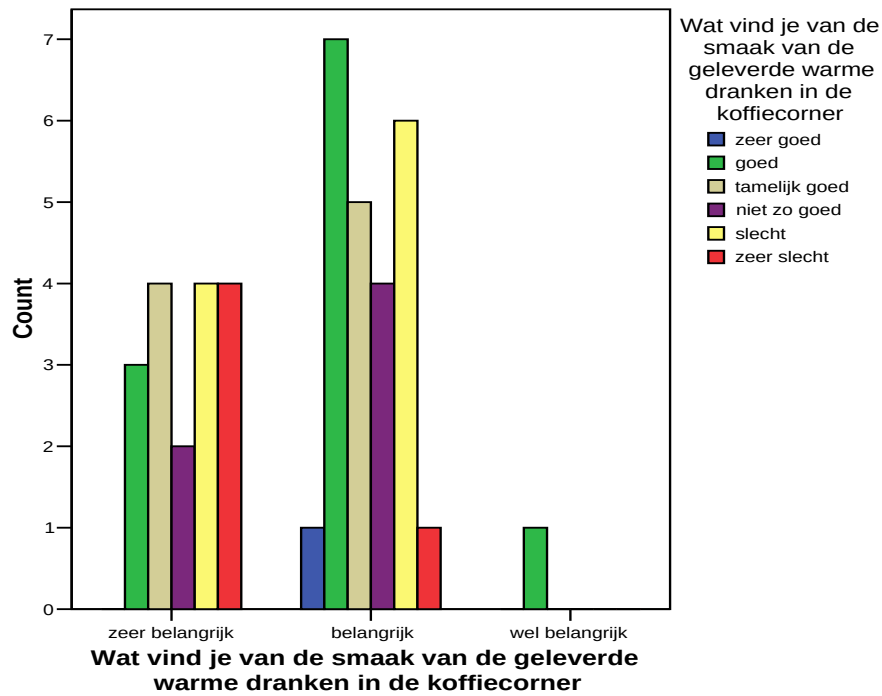
Graph

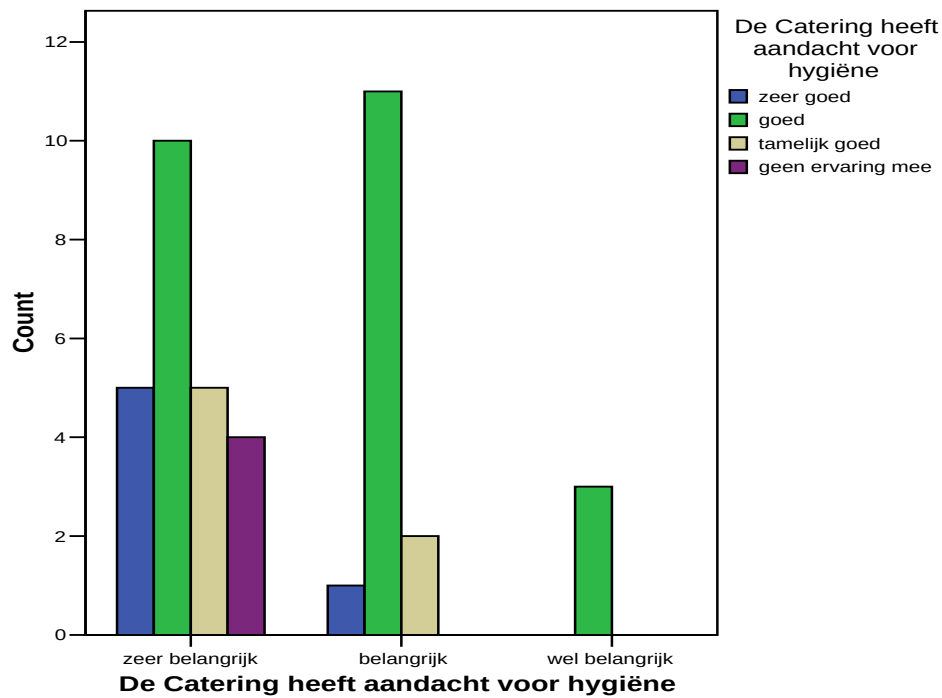
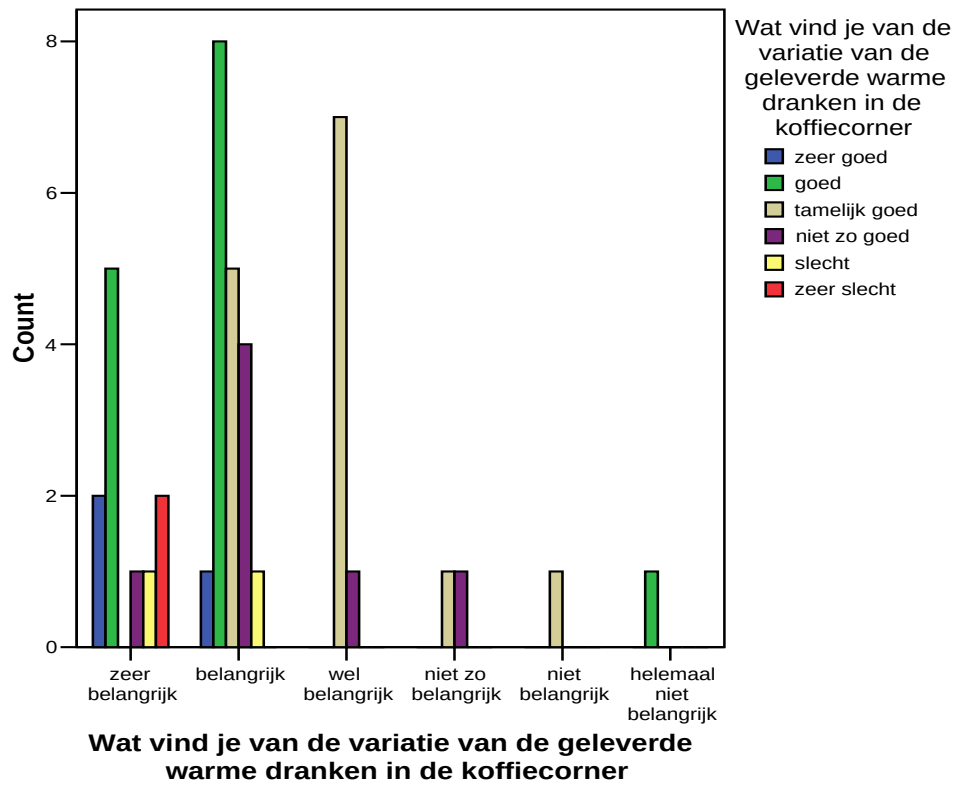


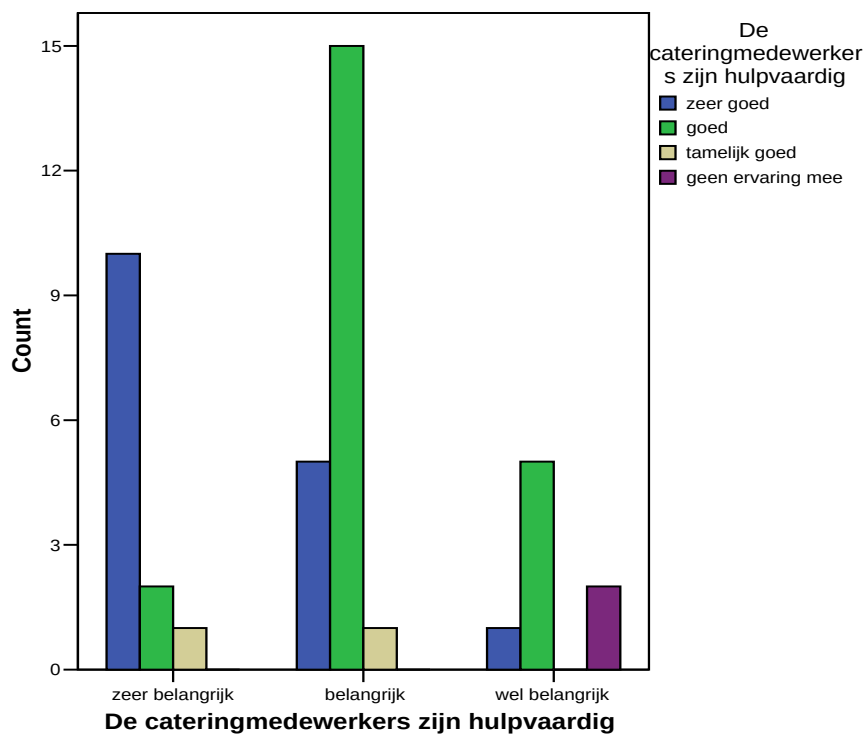
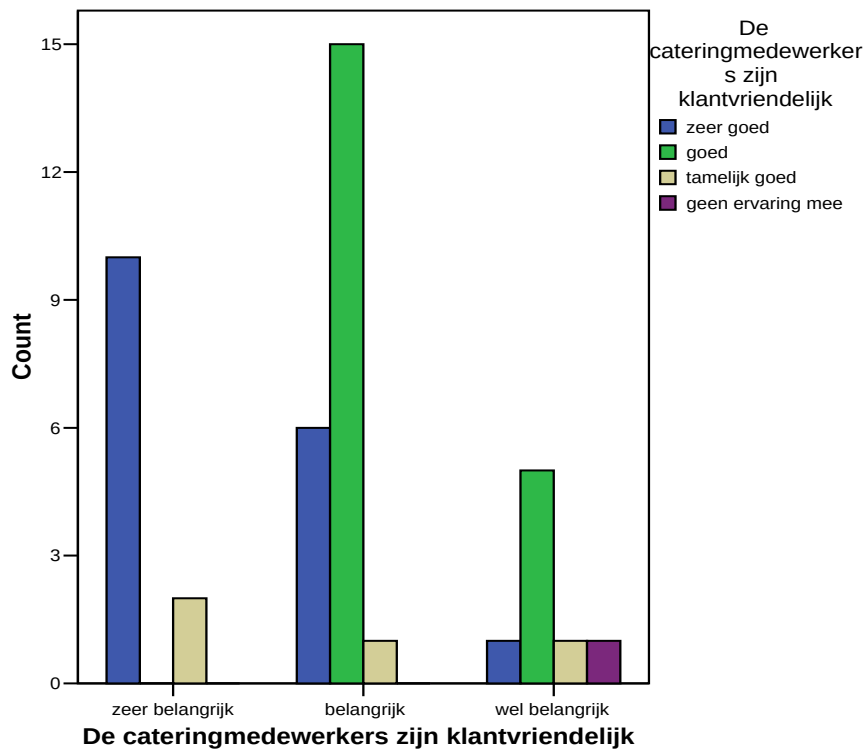


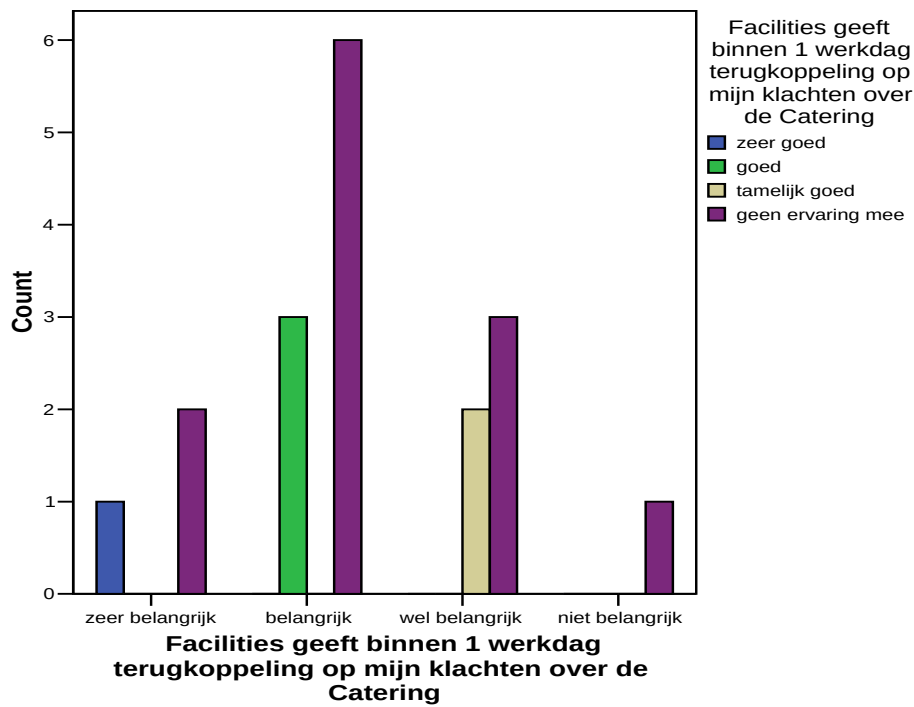
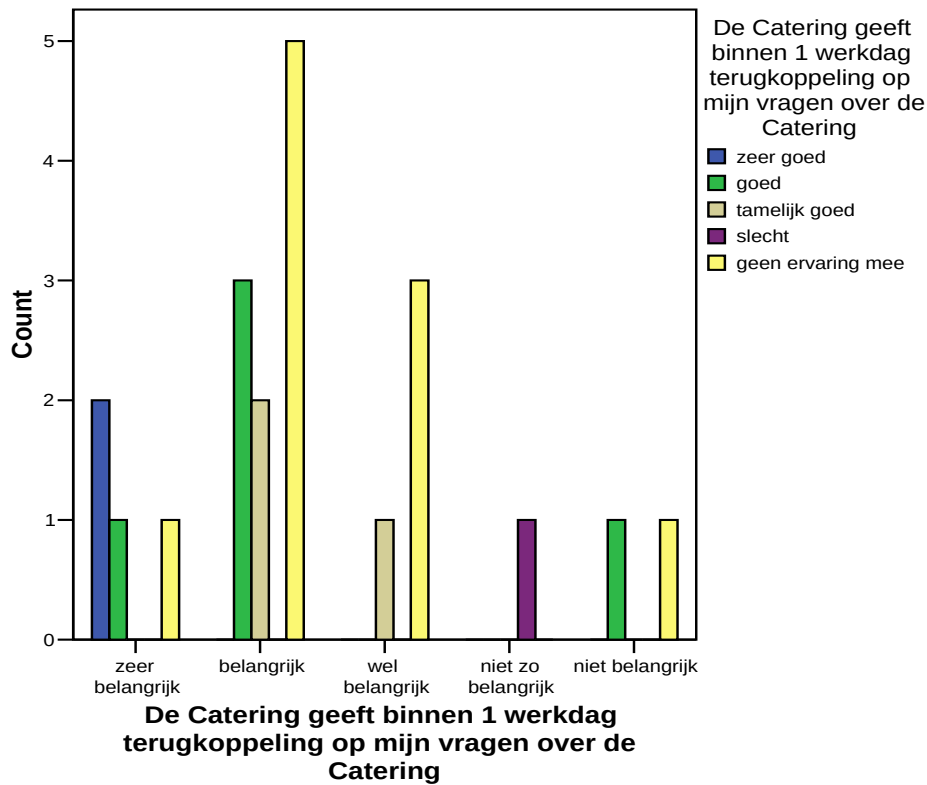


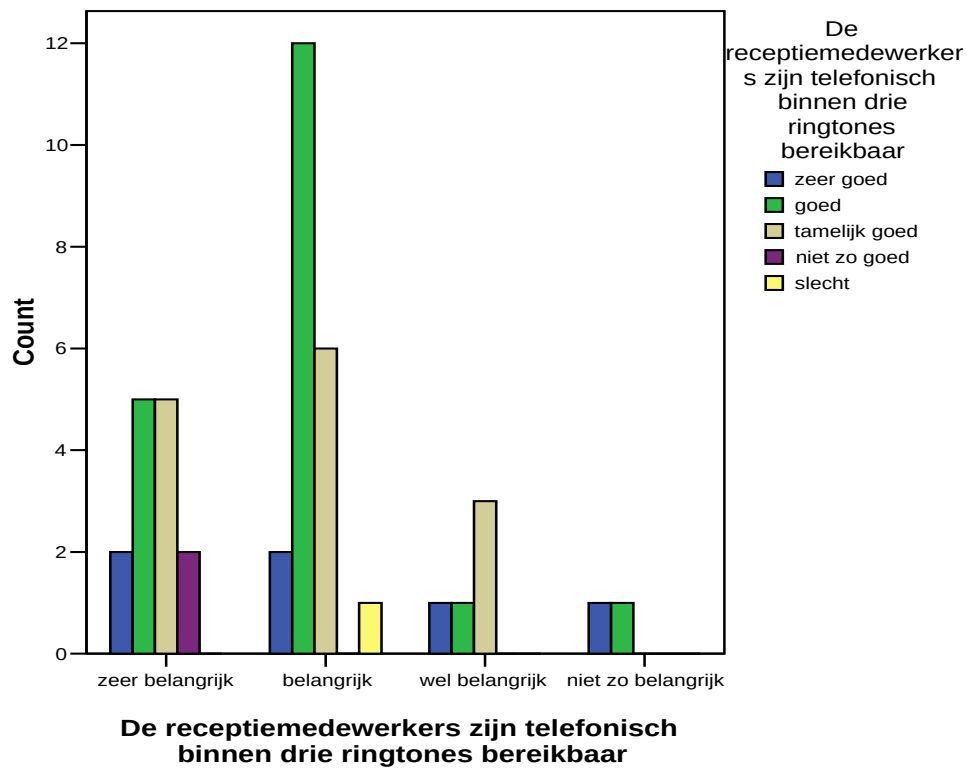
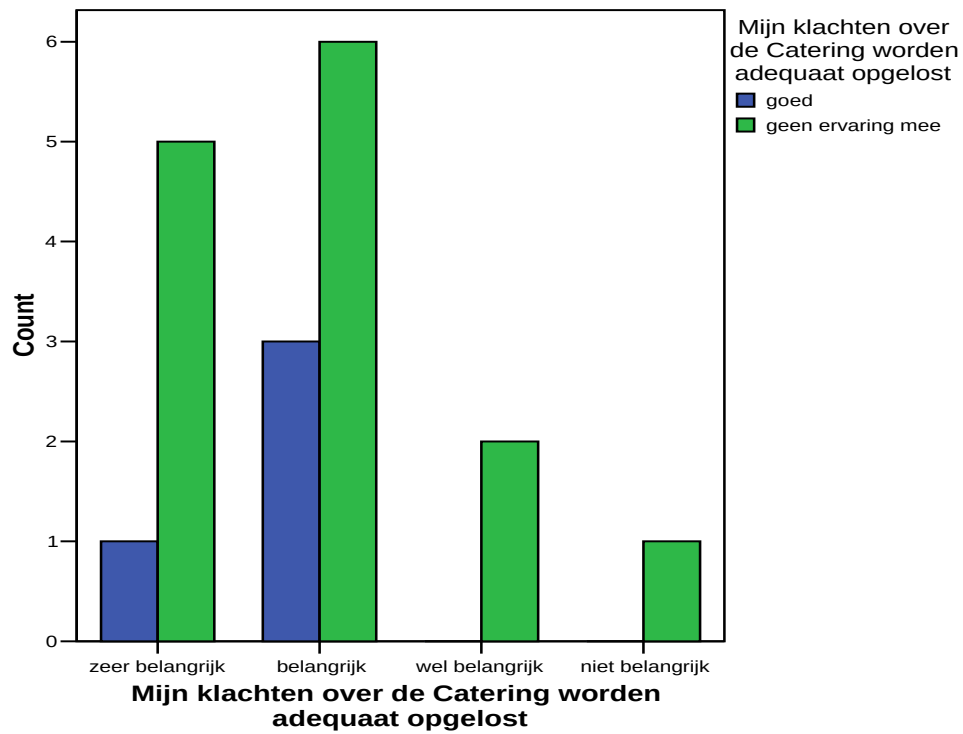


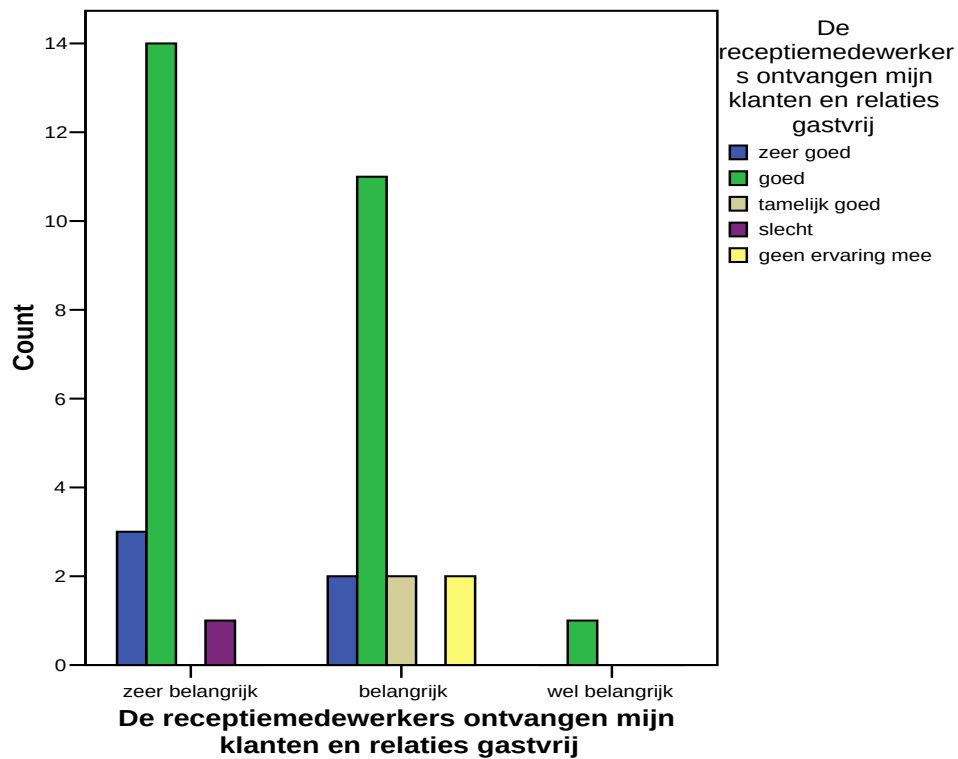
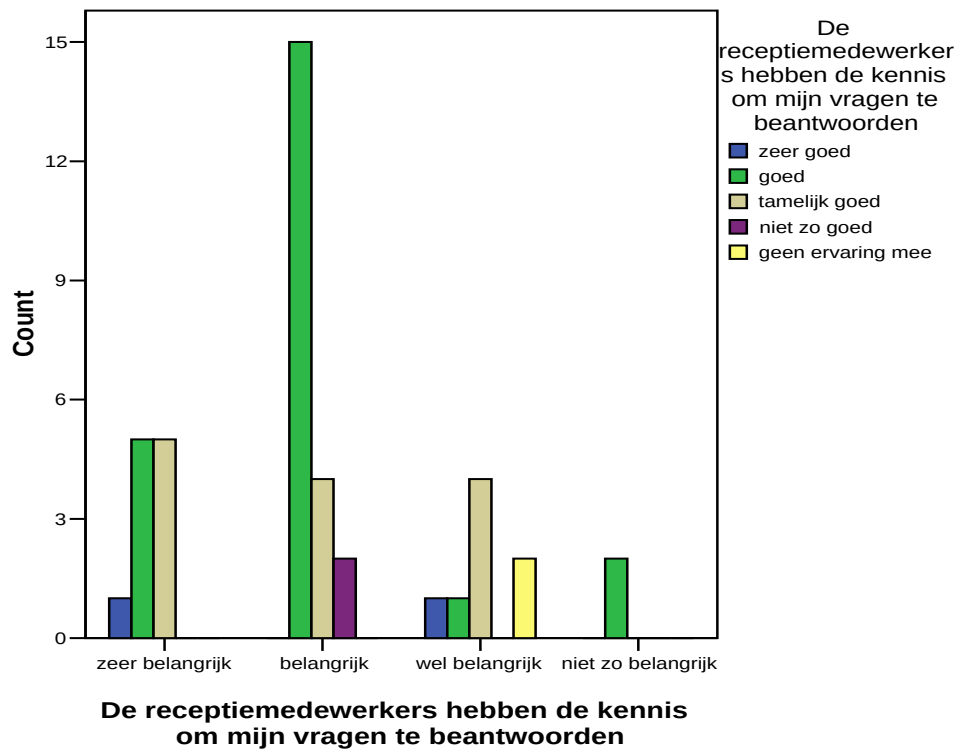


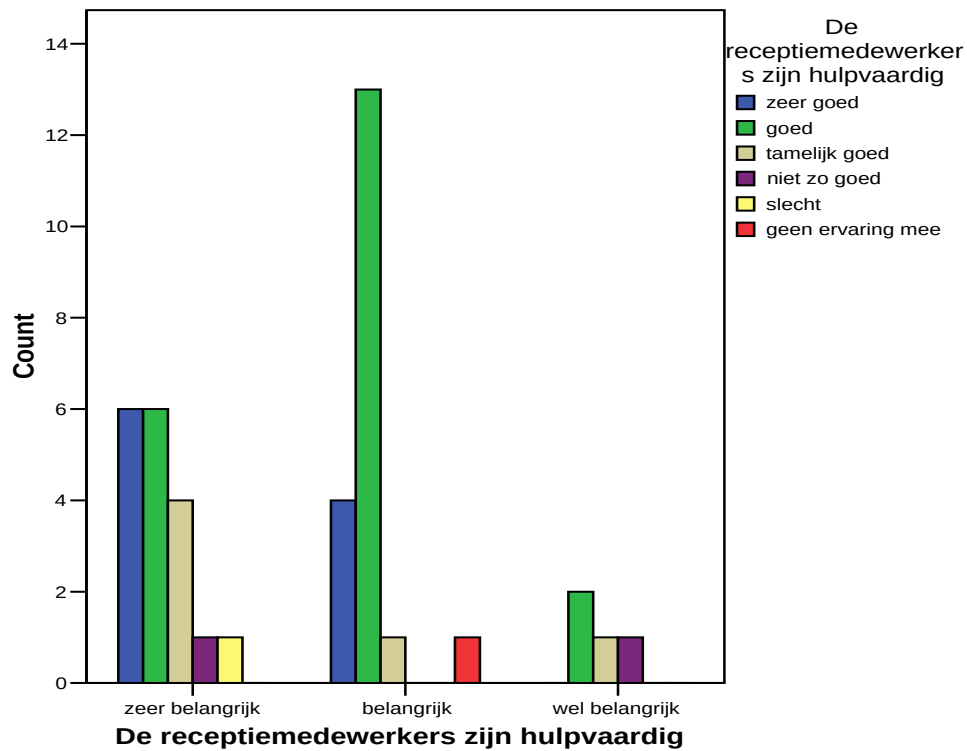
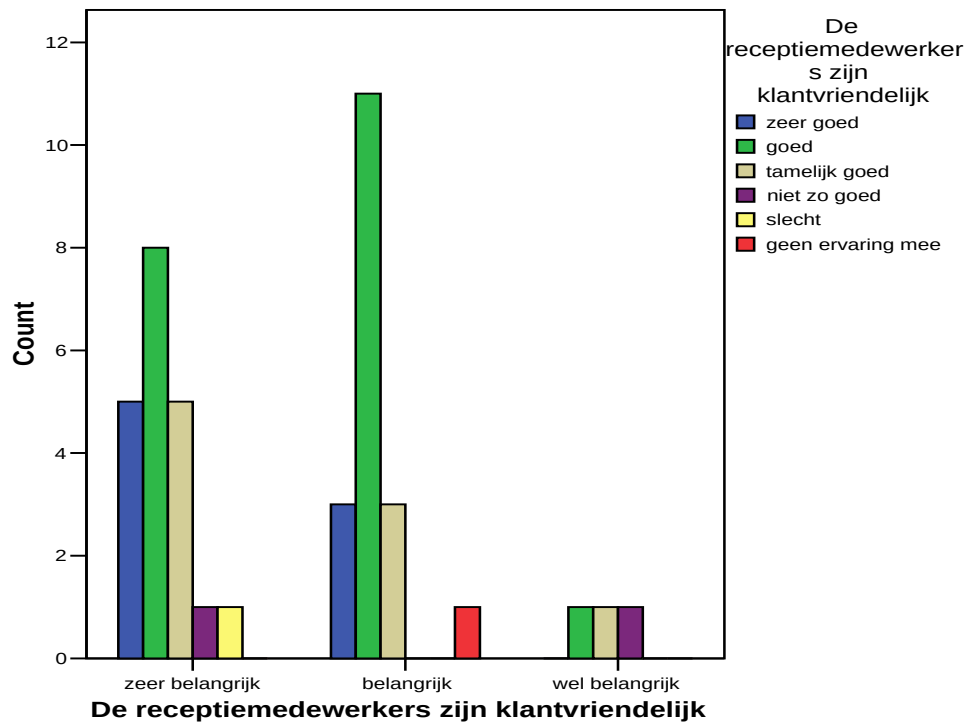


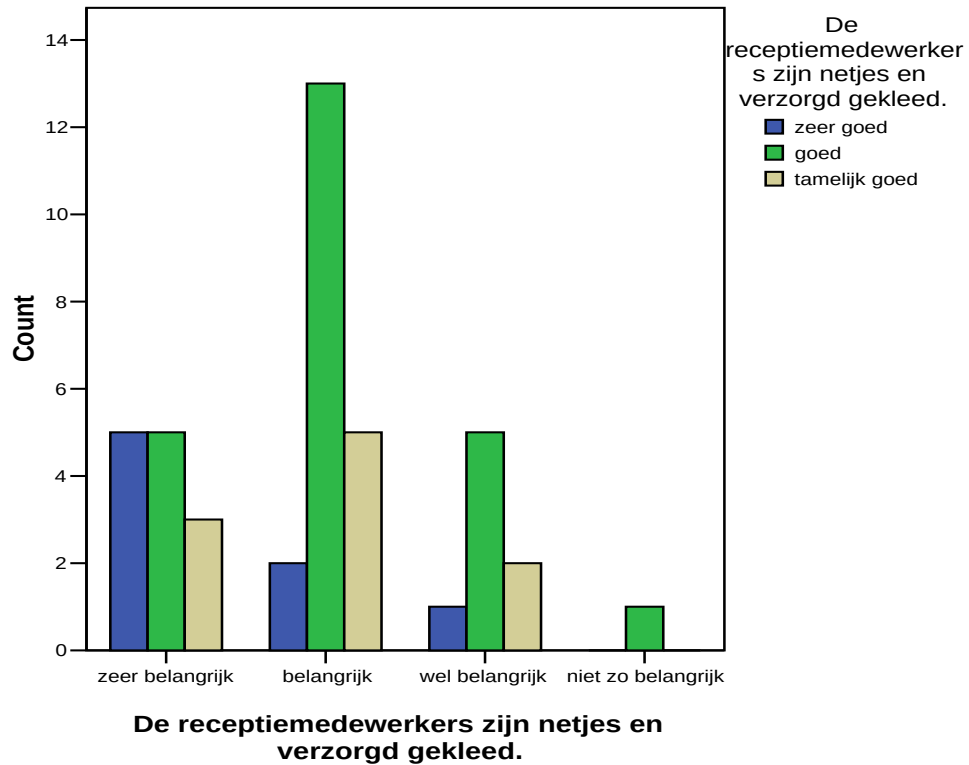
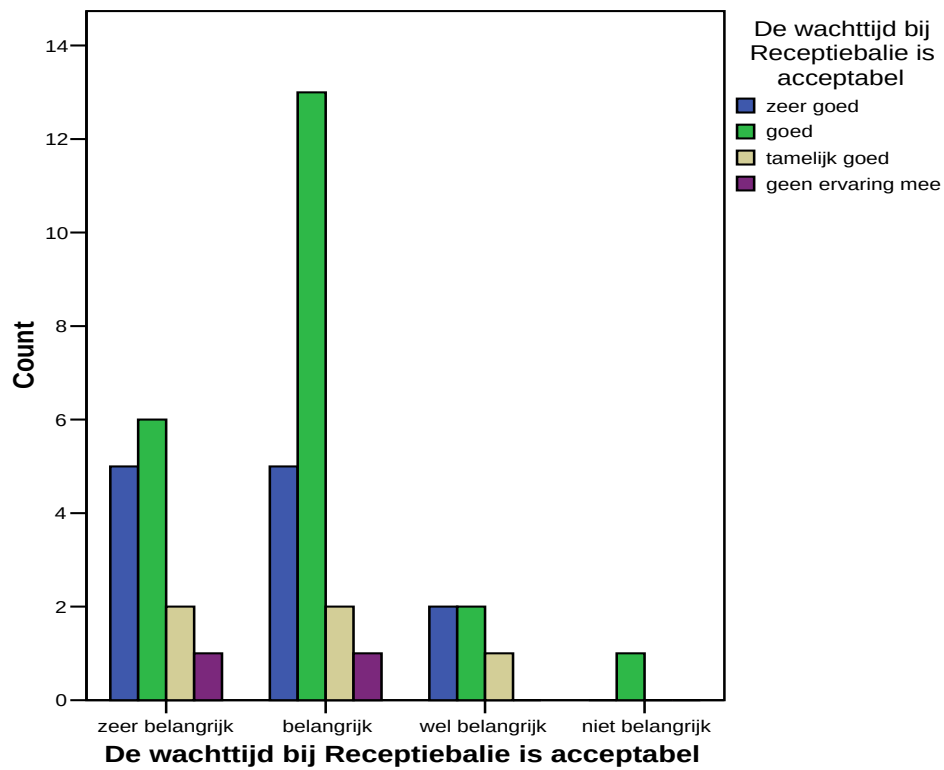


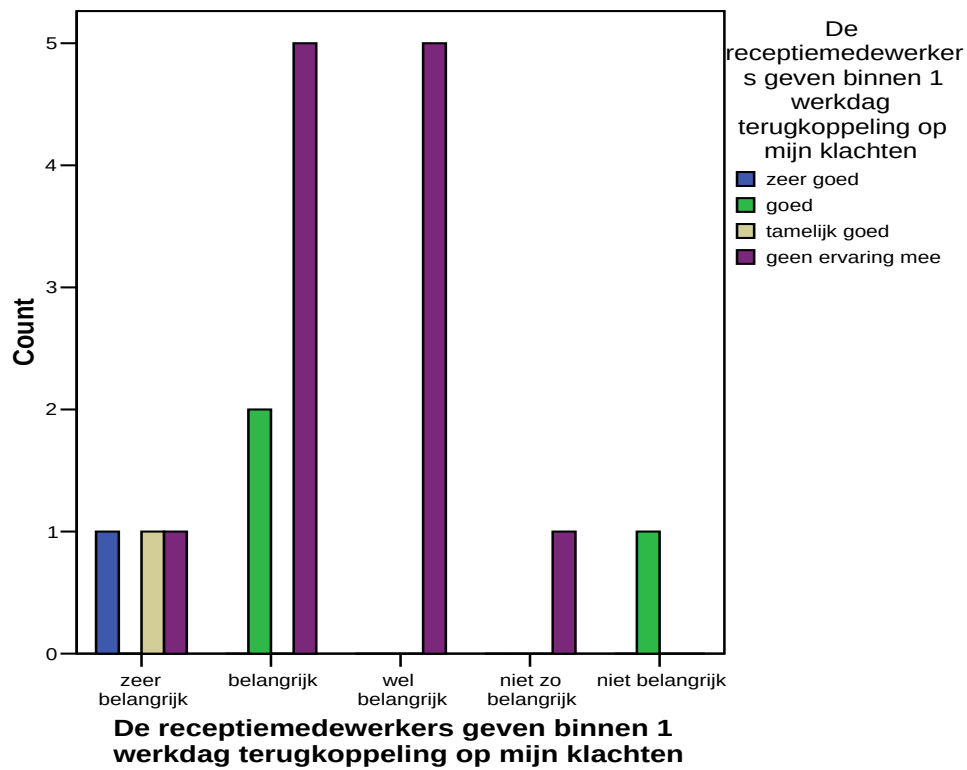
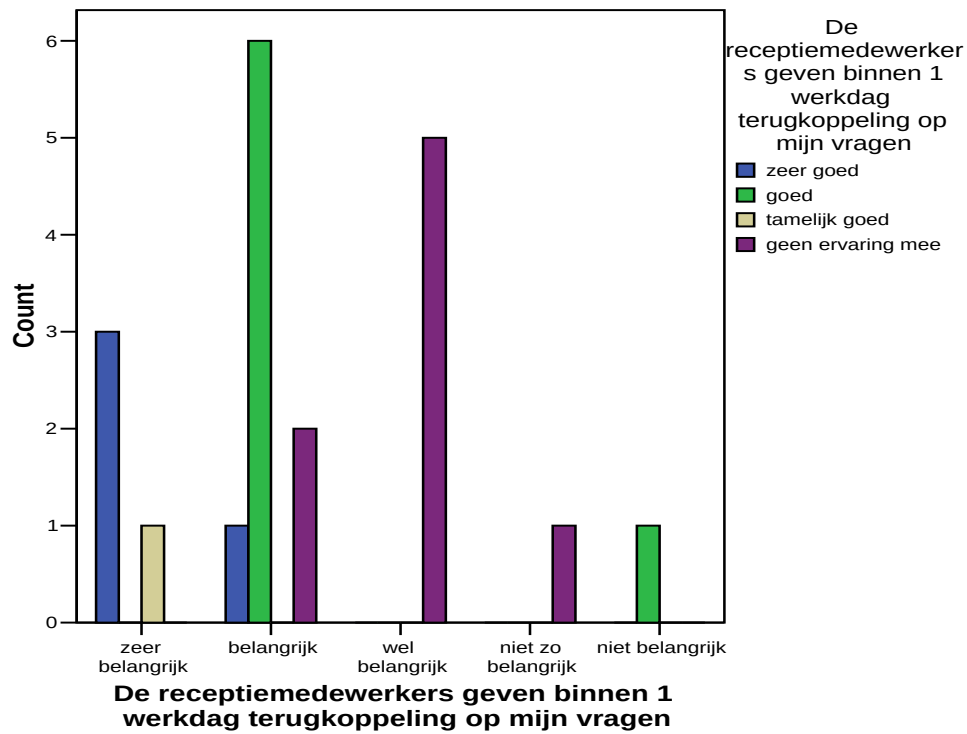


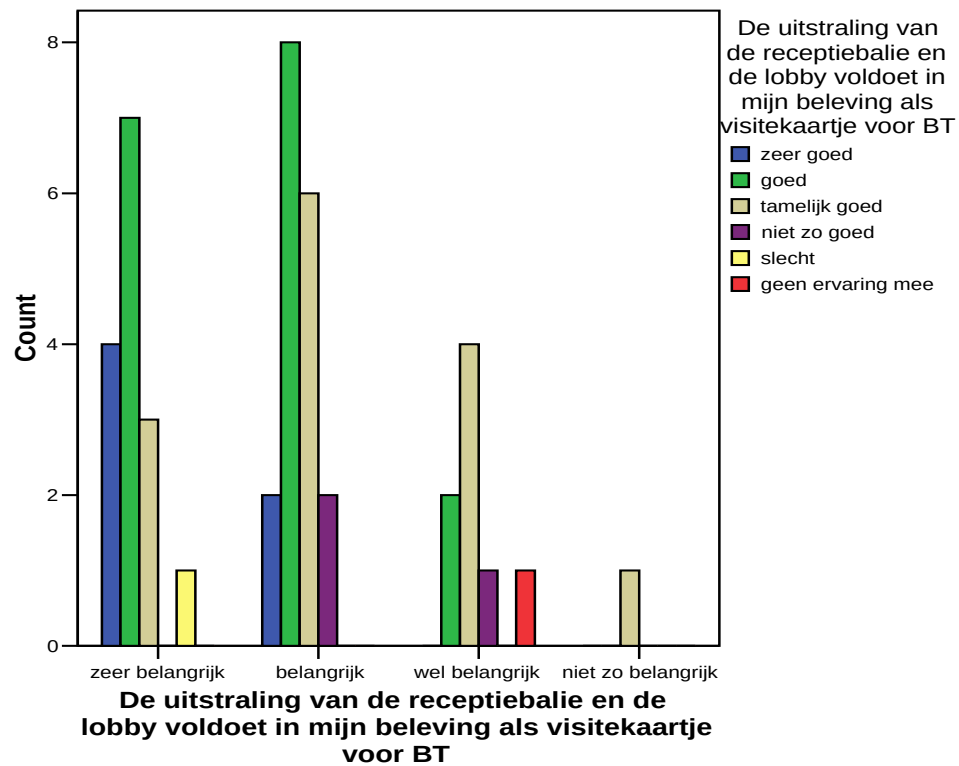
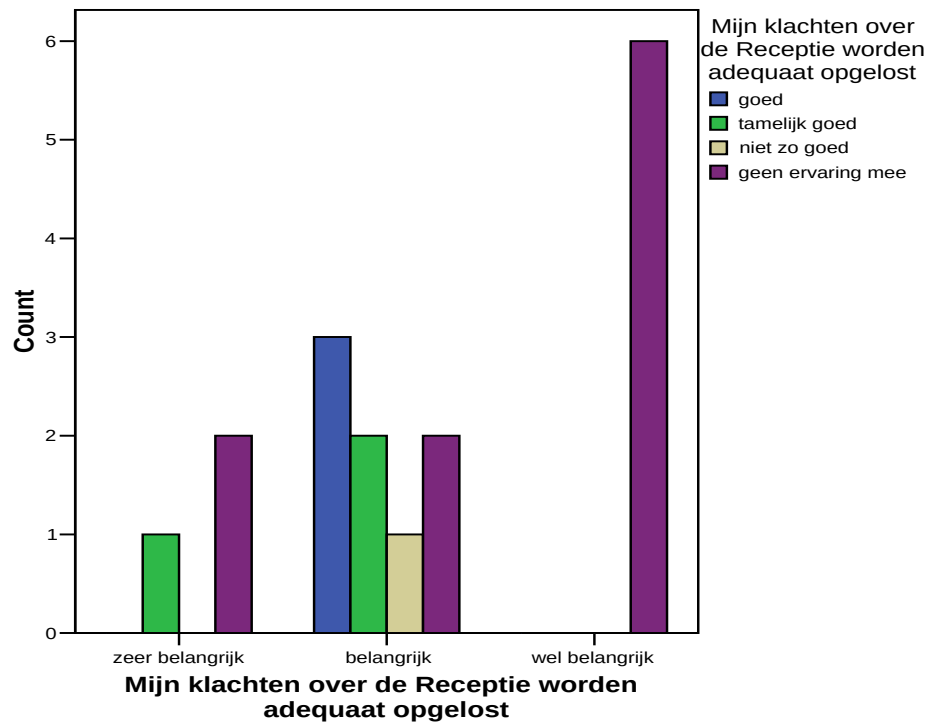


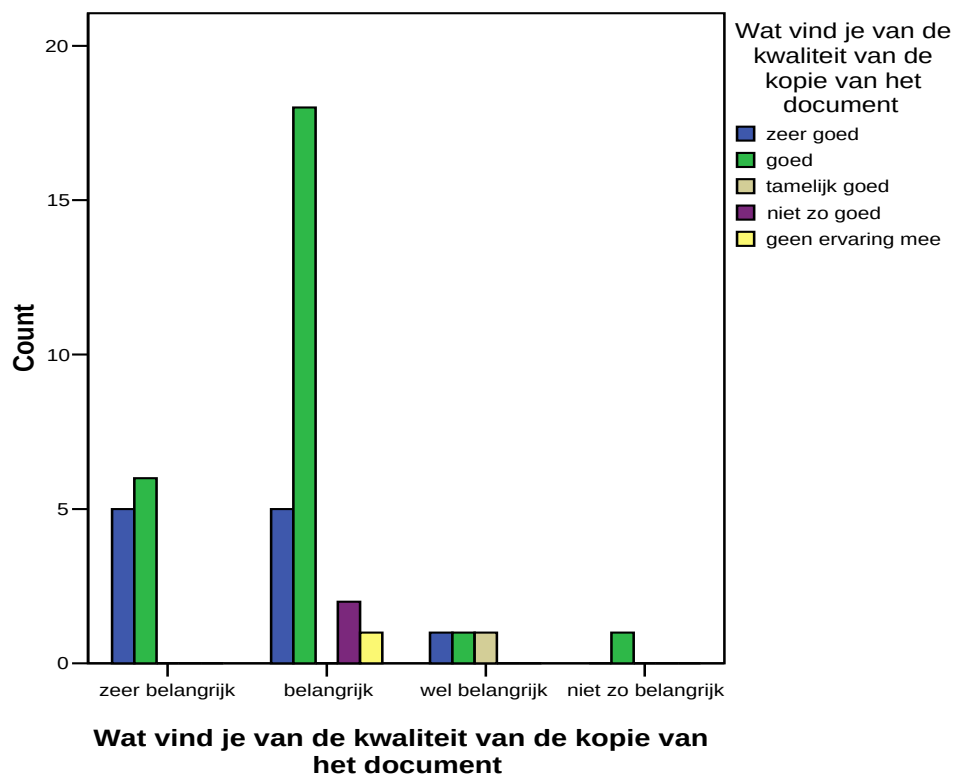
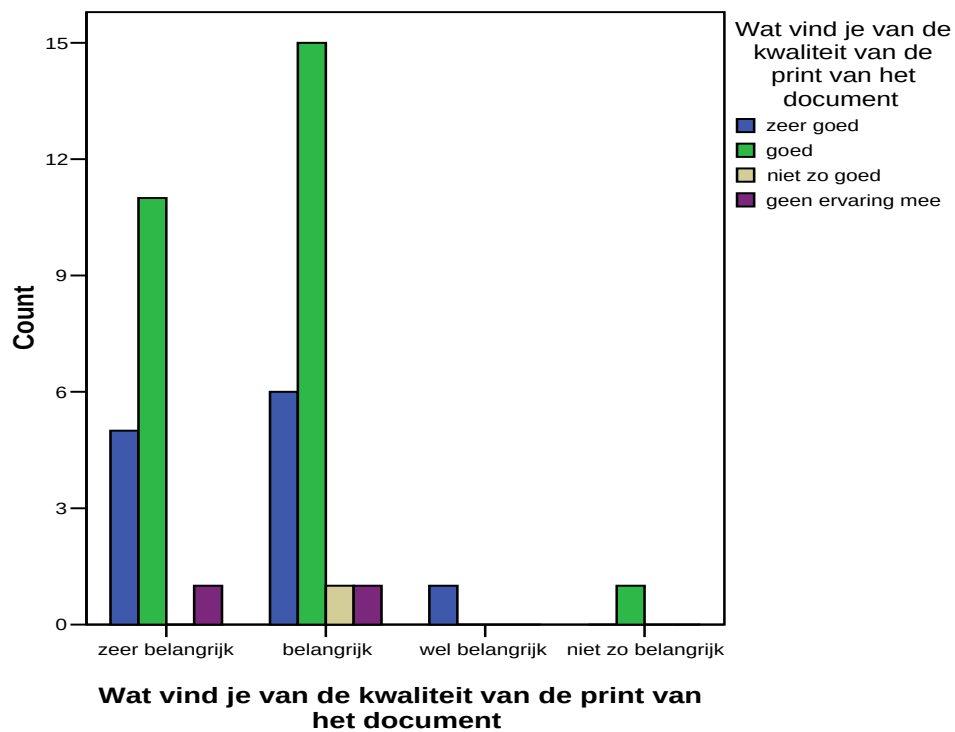


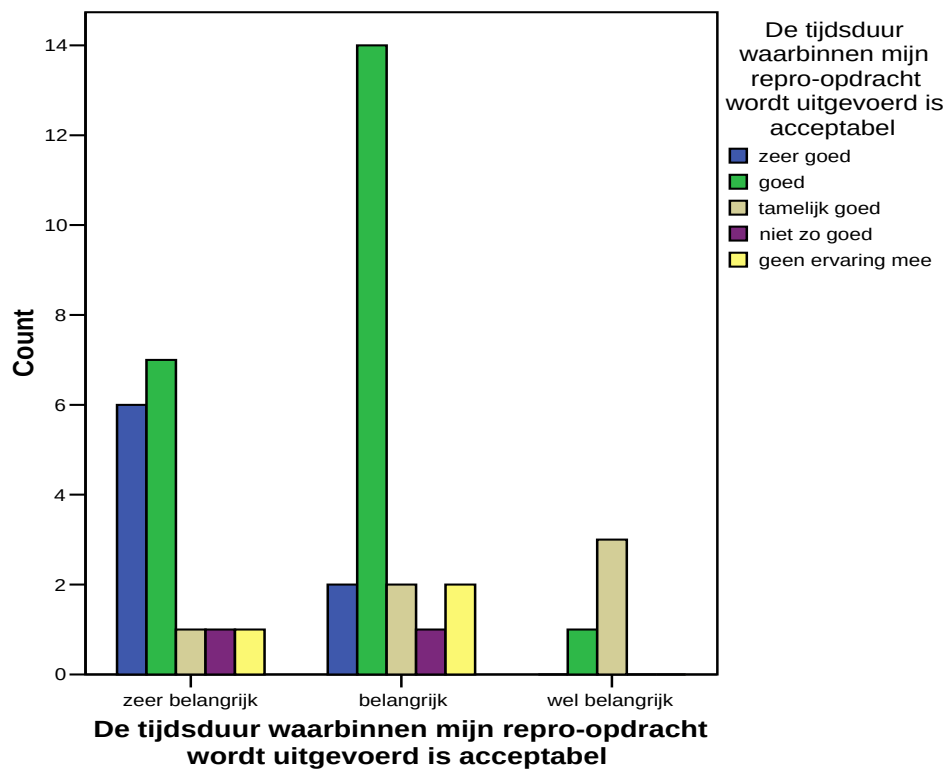
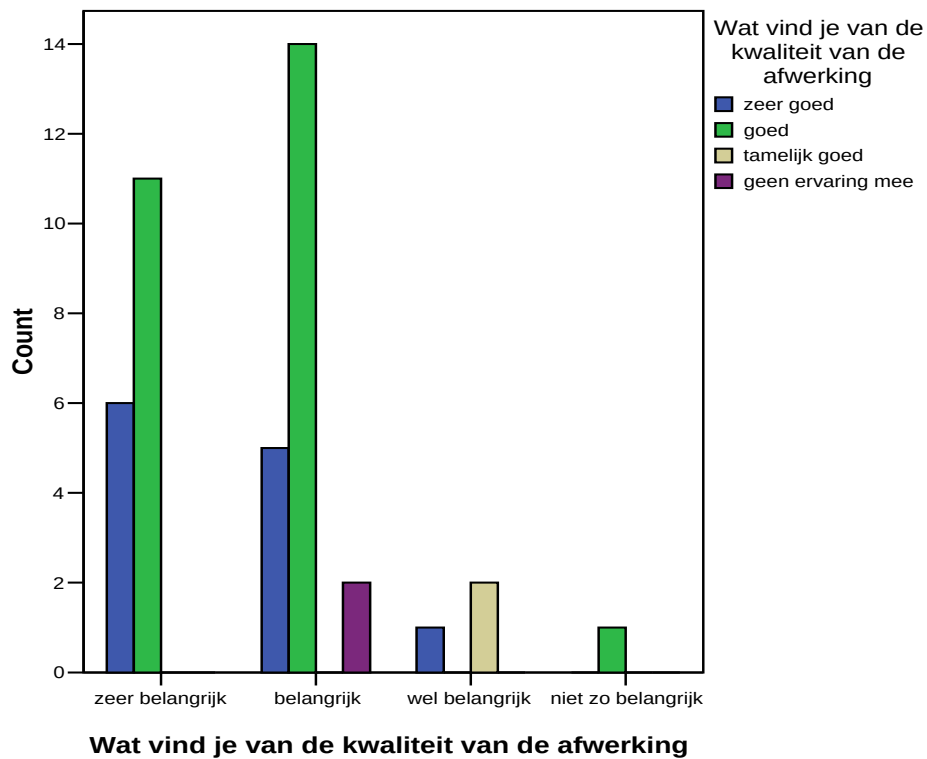


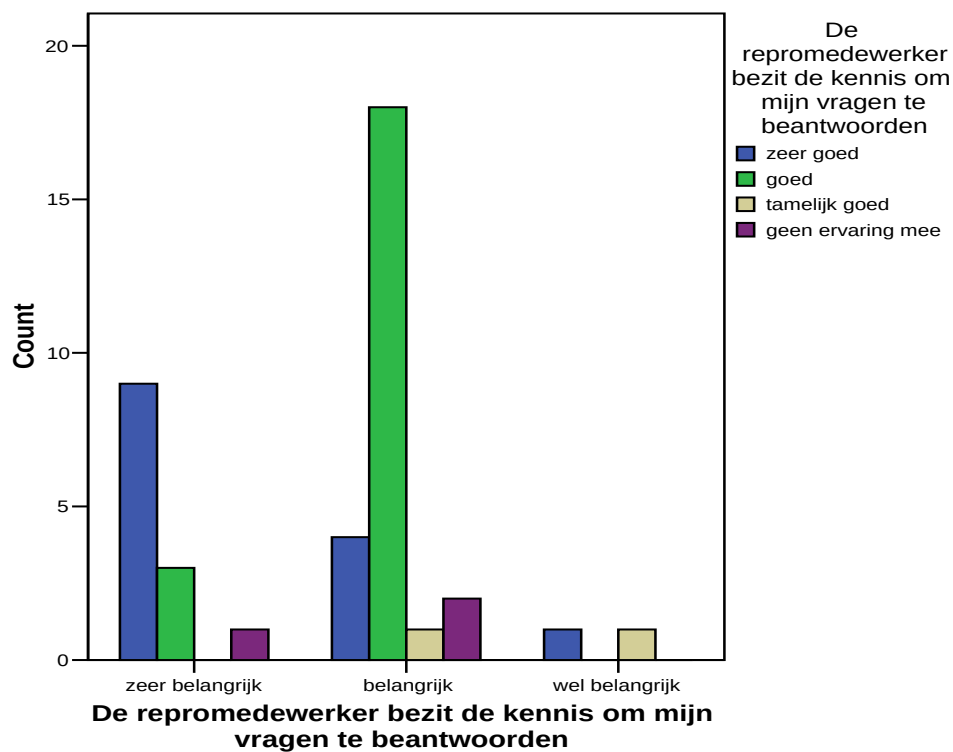
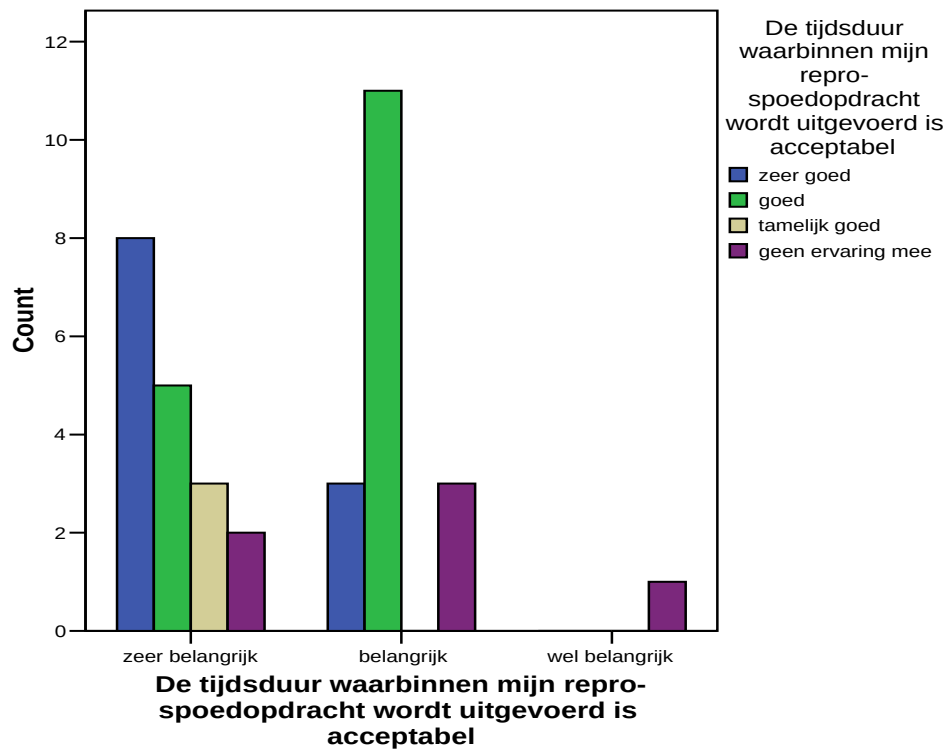


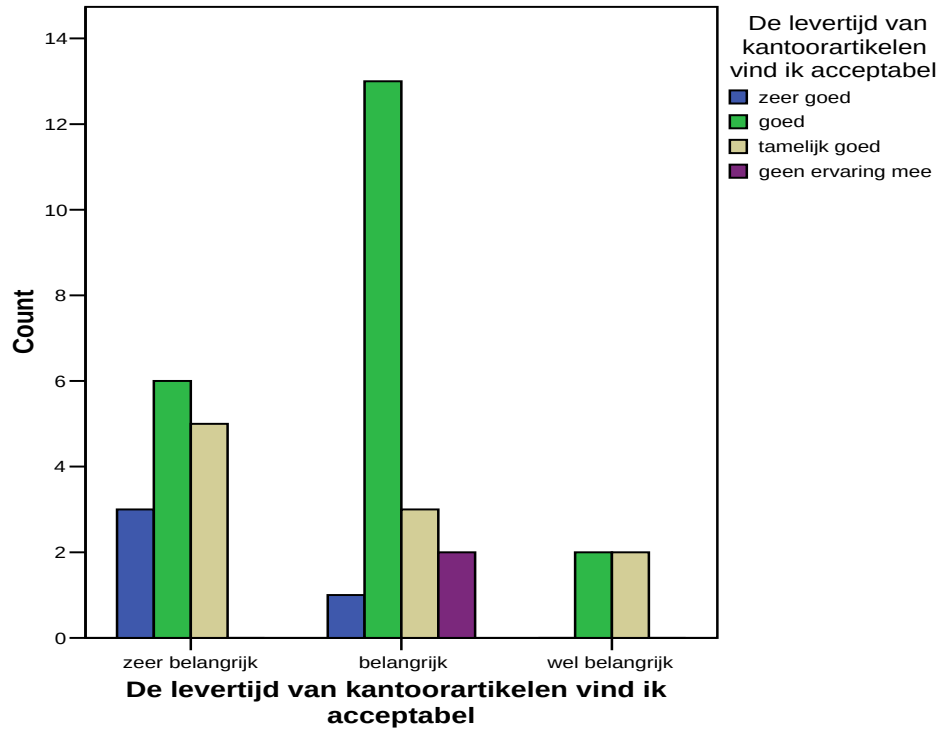
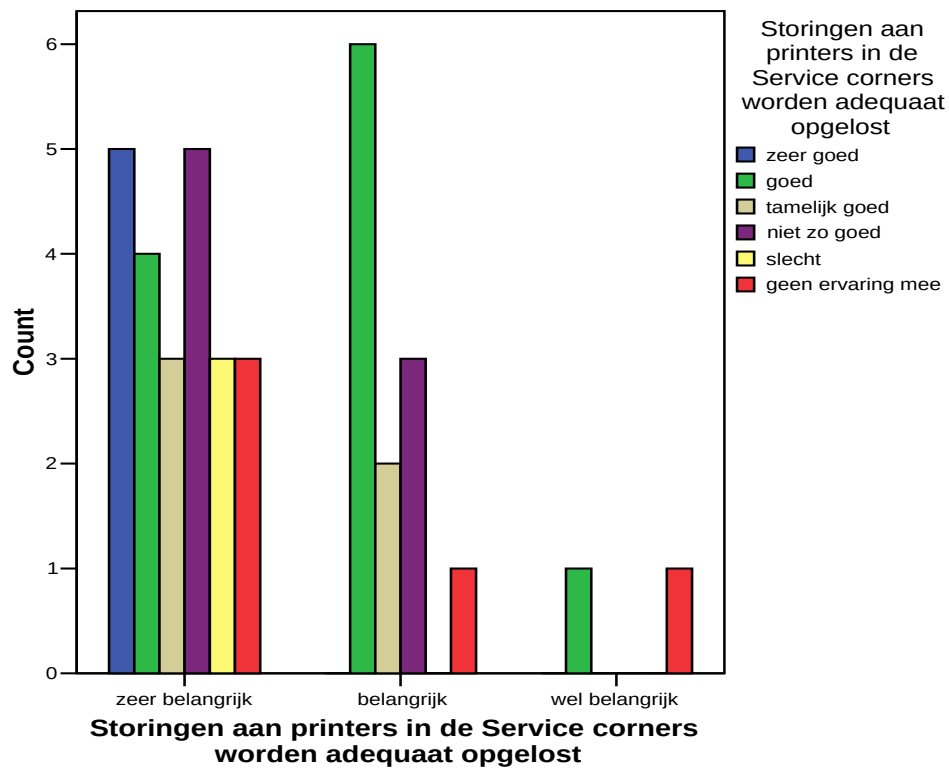


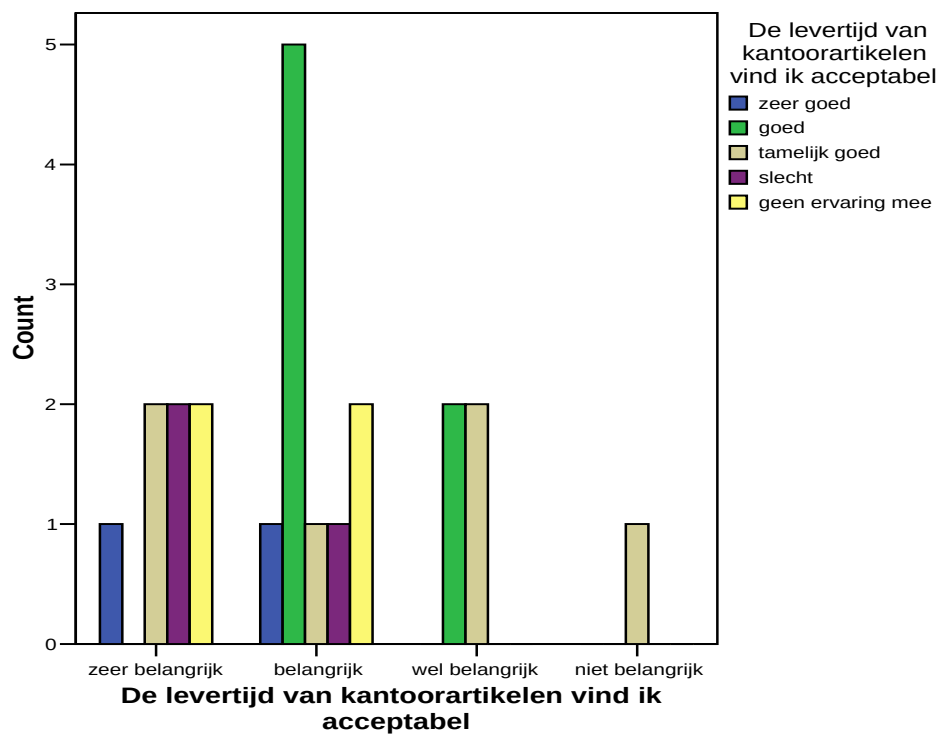
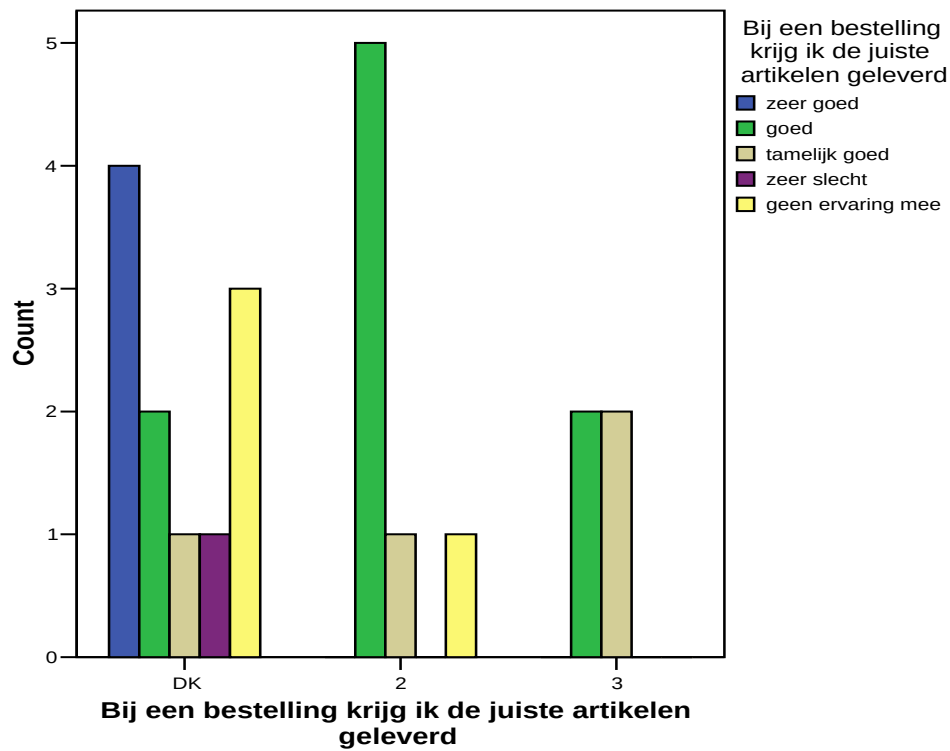


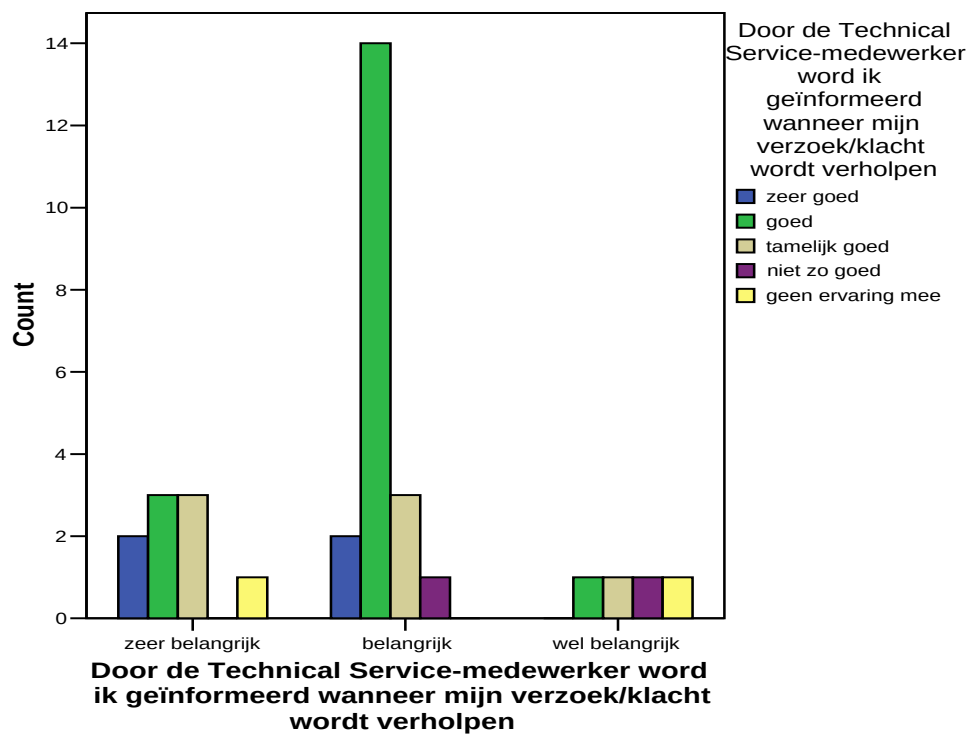
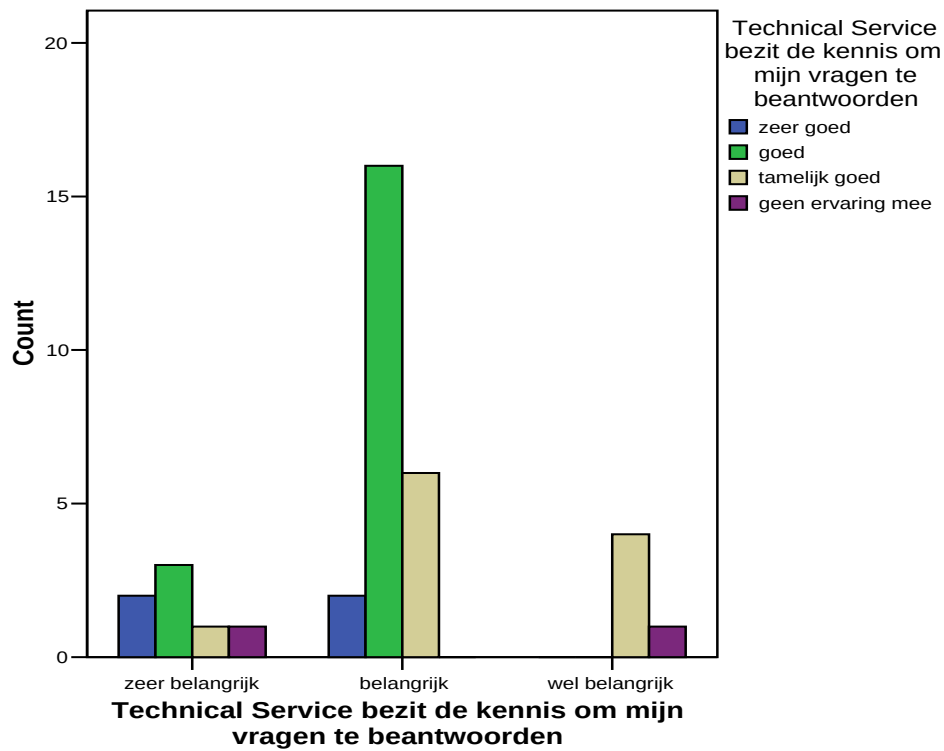


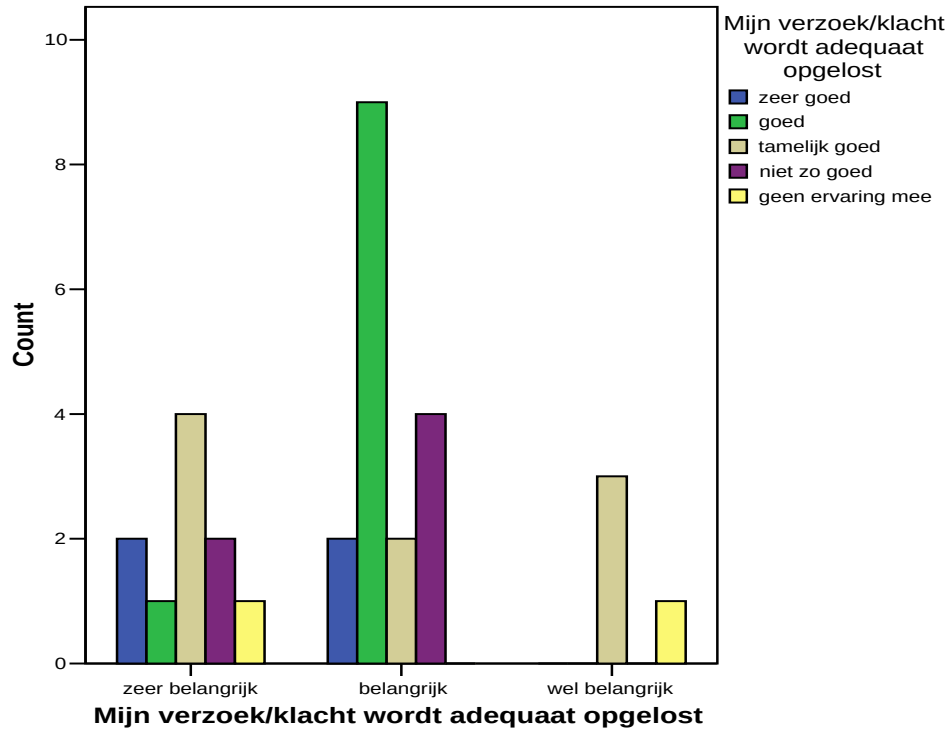
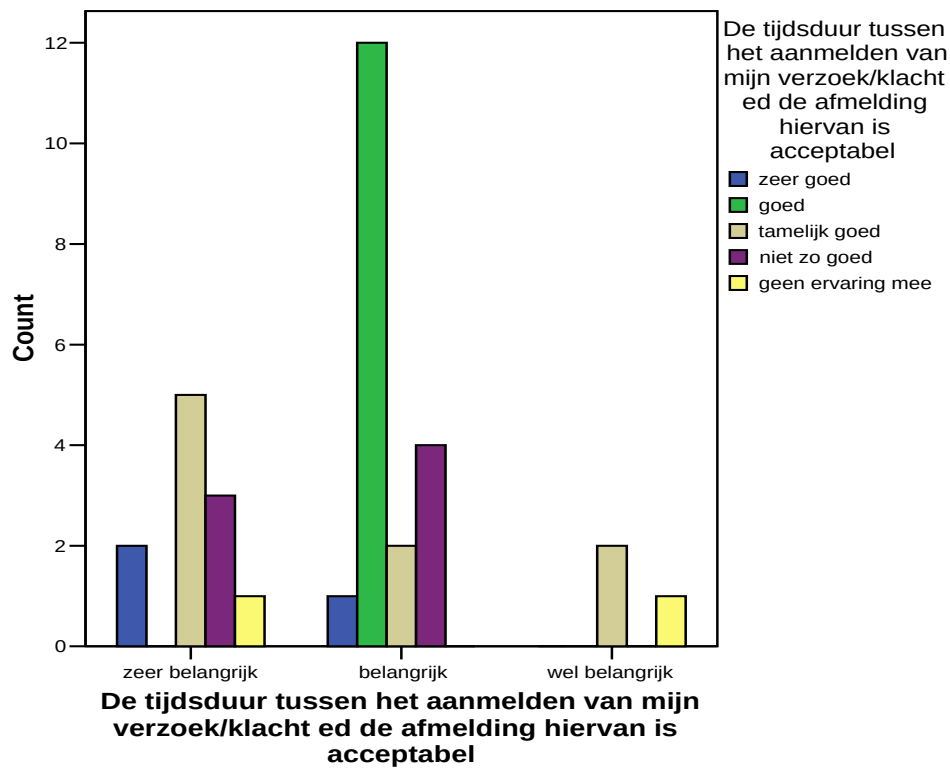


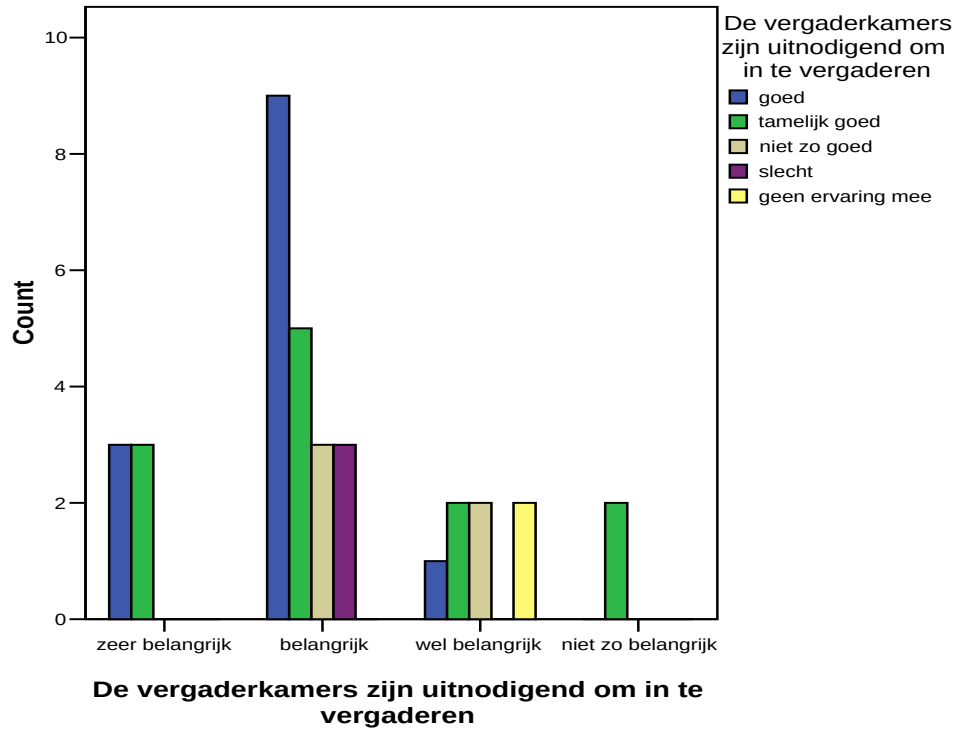
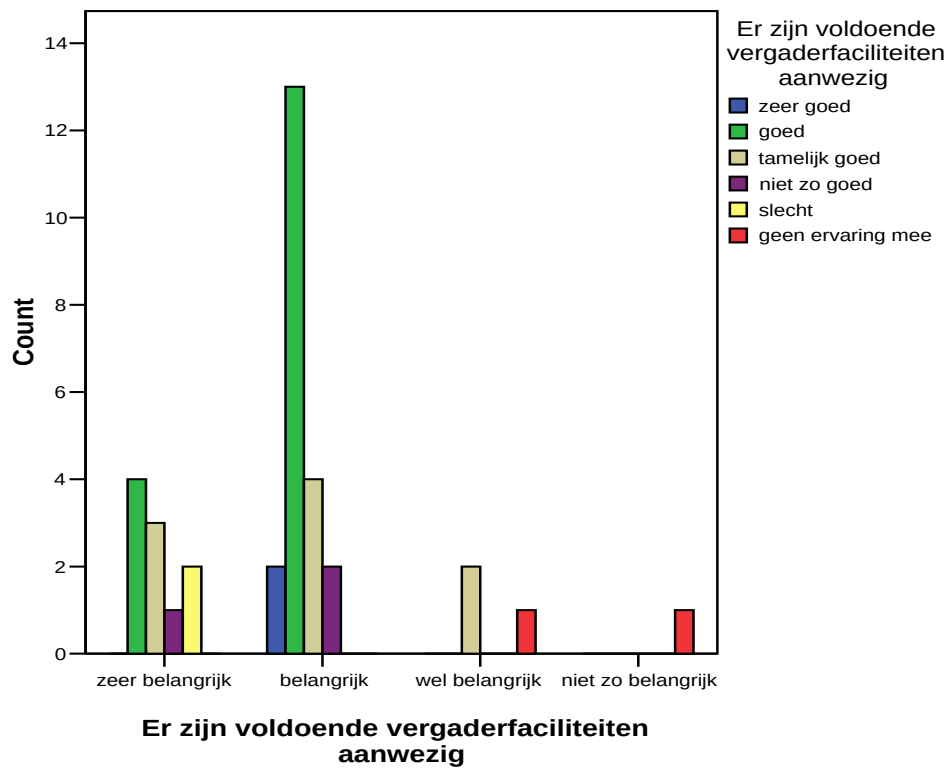


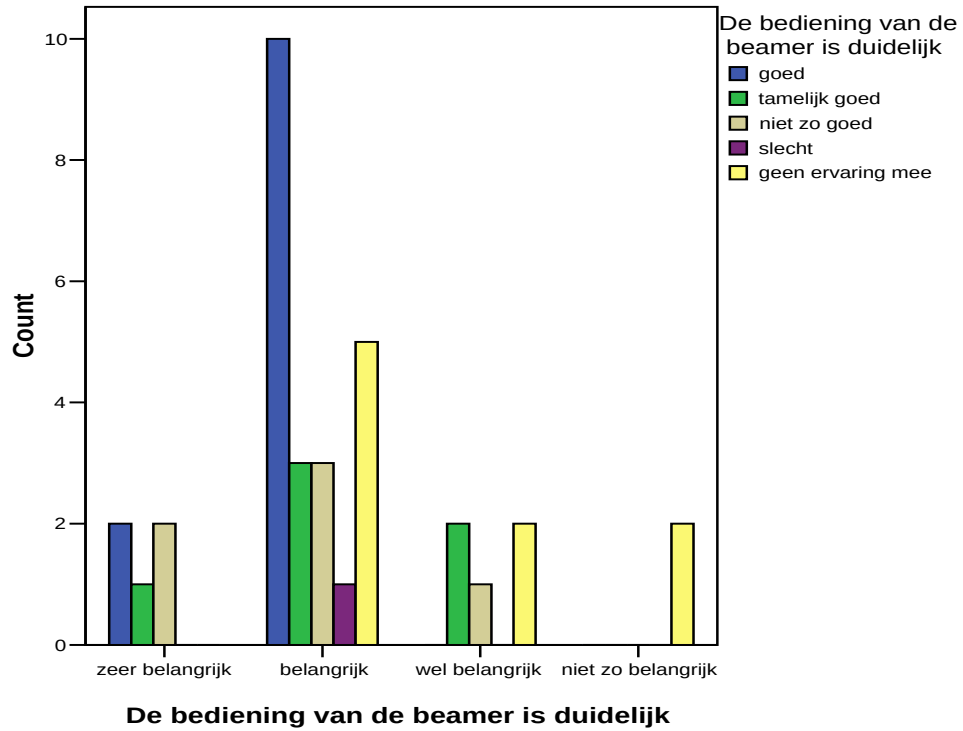
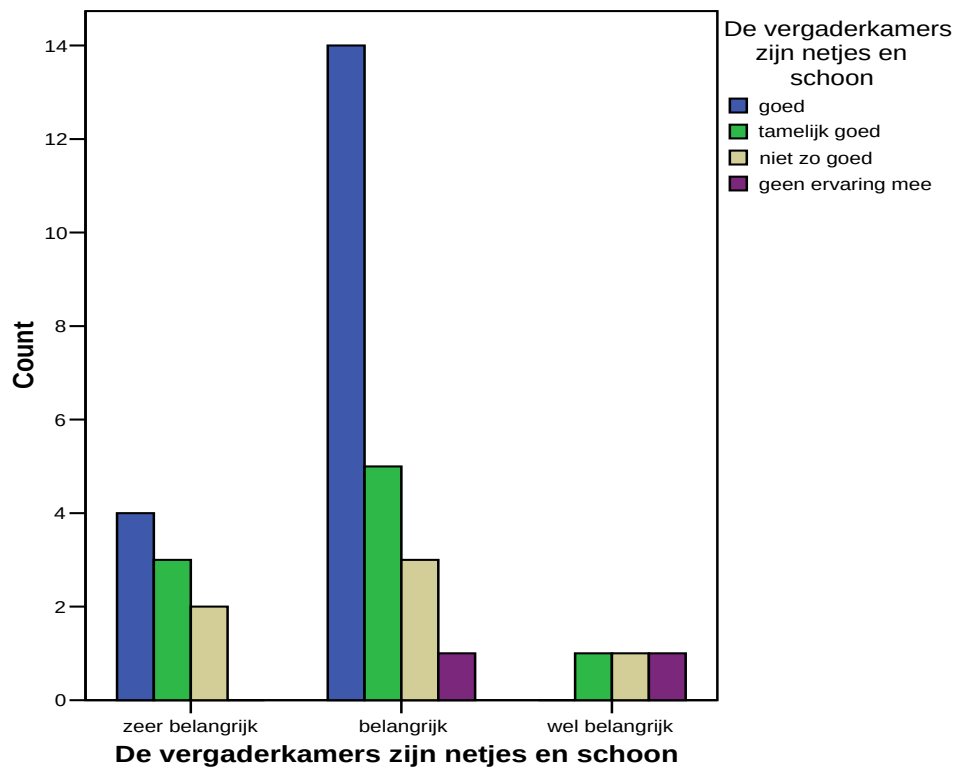


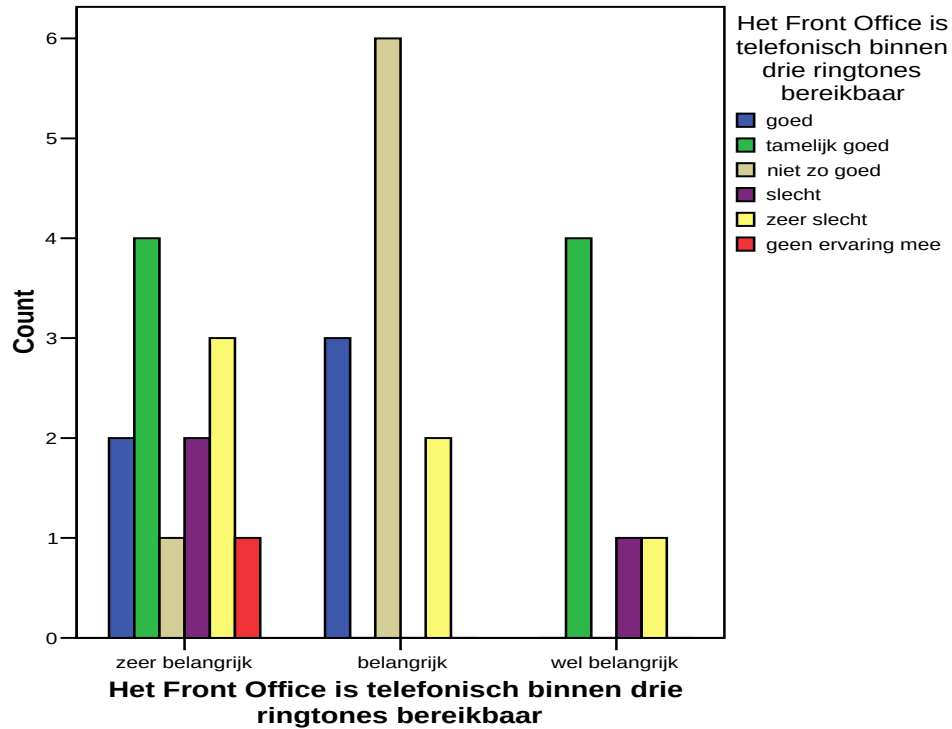
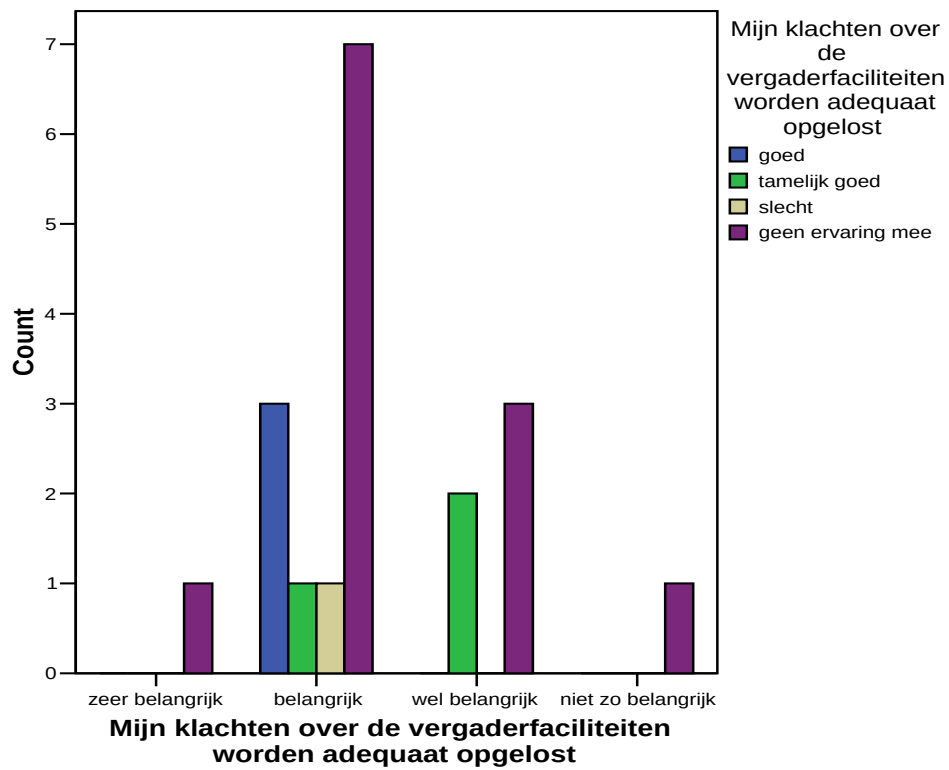


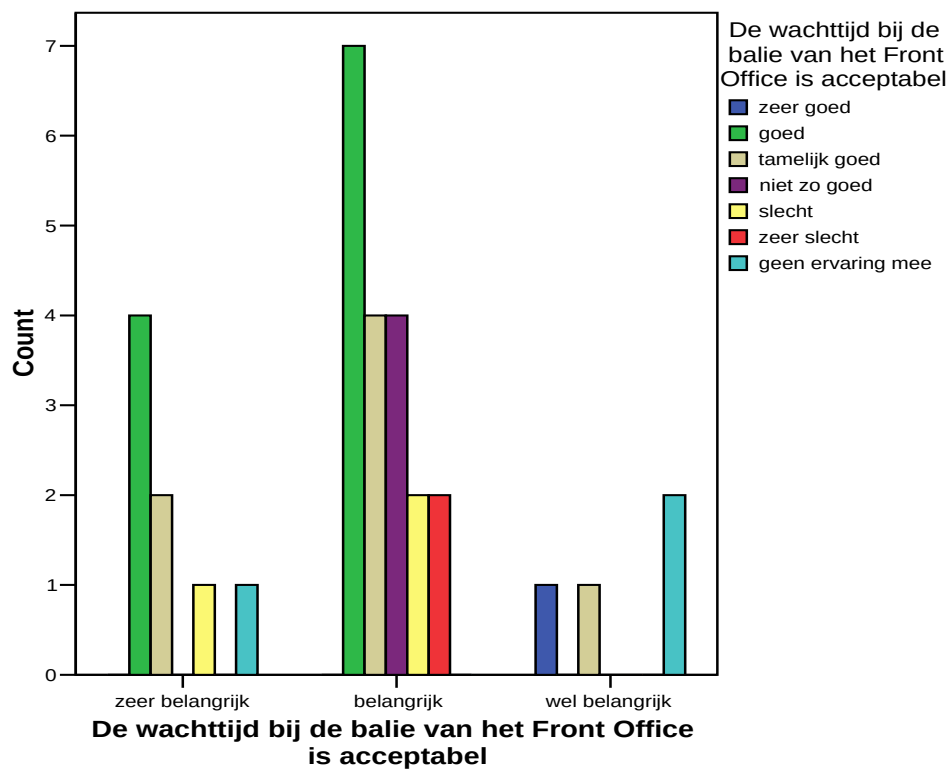
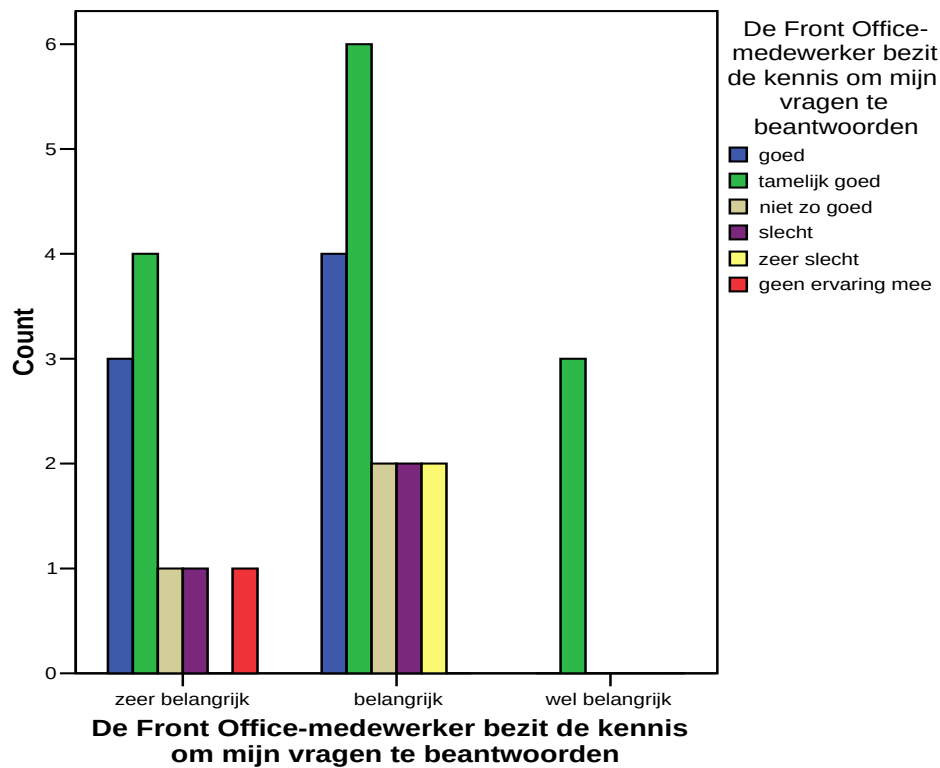


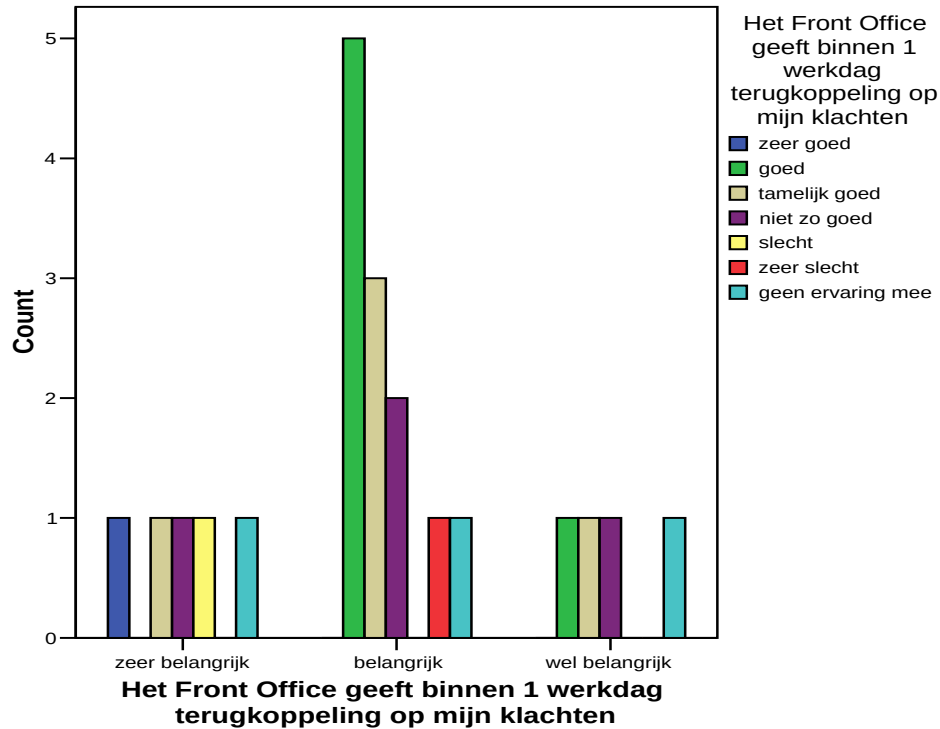
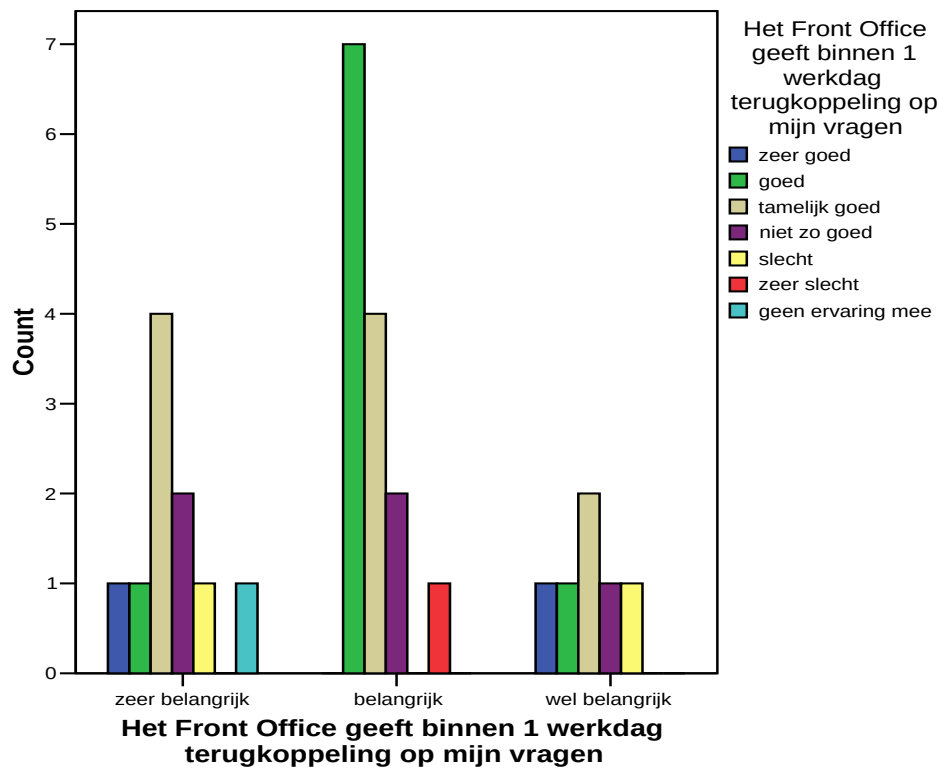


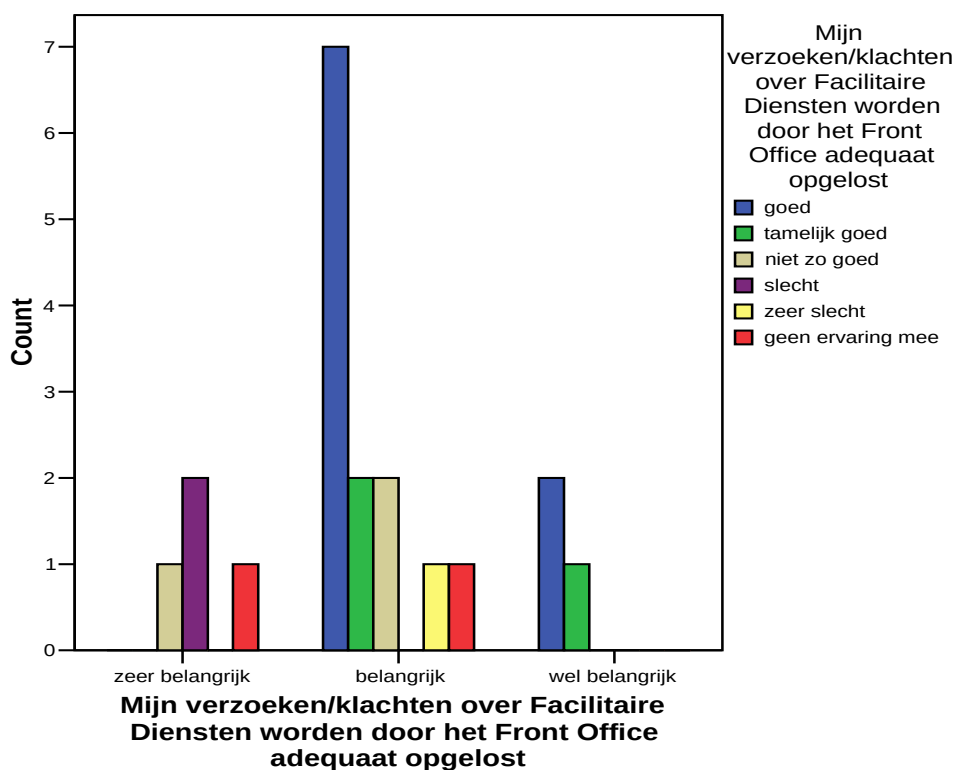












Opmerking van de ondervraagden

Schoonmaak:

De opmerkingen van de ondervraagden over de afdeling volgen hieronder:

De bureaus zijn niet schoon en de computer en het keyboard zijn stoffig. Het lijkt wel of alleen de prullenbak wordt geleegd. Er moet meer aandacht voor de toiletten komen. Onder de bureaus en de vloeren mogen ook schoongemaakt worden. Het toetsenbord is verschoven en het bureau is een puinhoop als de schoonmaak is geweest. Er ligt veel stof en de koelkast is vies. Een gedeelte ligt aan de medewerkers van BT; die maken er een troep van, maar het is niet altijd schoon. De toiletten vaker schoonmaken.

Catering:

De opmerkingen van de ondervraagde over de afdeling volgen hieronder: Het fruit is slecht van kwaliteit en oud. Er moet meer keuze uit gezonde producten komen (groente/ fruit en vegetarische producten. Er is geen keuken voor warme maaltijden en snacks. Het brood is regelmatig oud. Snacks zijn helaas ovenproducten, deze liever in de frituurpan bereiden. Er moeten echte bloemen op tafel of niets. De catering is te duur en de variatie te beperkt.

Receptie:

De opmerkingen van de ondervraagde over de afdeling volgen hieronder: Misschien kunnen er bloemen op de balie en kan de televisie van de eerste verdieping naar beneden. De uitstraling mag professioneler uniforme kleding zou al helpen. De laatste tijd zaten er vaak nieuwe gezichten die niet wisten wat ze moesten doen met bepaalde telefoontjes.



Reproservice en postservice:

De opmerkingen van de ondervraagden over de afdeling volgen hieronder: De toegankelijkheid om even snel een kleuren print te maken is slecht. De printapparatuur op de afdeling voldoet niet. De laatste tijd komen poststukken te laat aan.

Technical Service:

De opmerkingen van de ondervraagden over de afdeling volgen hieronder: Ik ben ontevreden over de lichtkwaliteit. De luchtvochtigheid is nog steeds slecht.

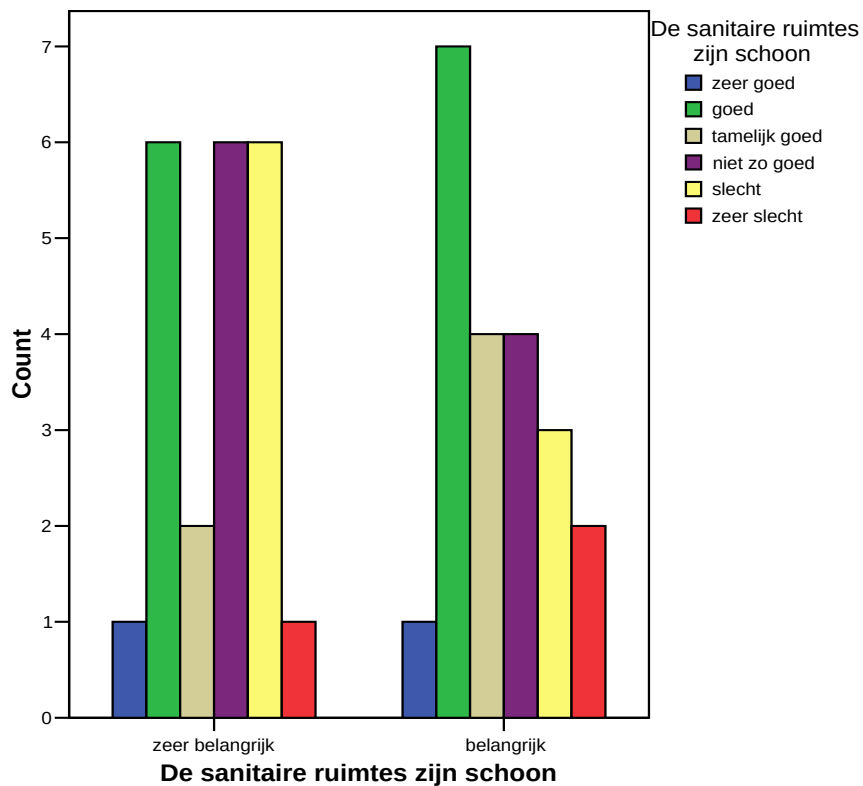
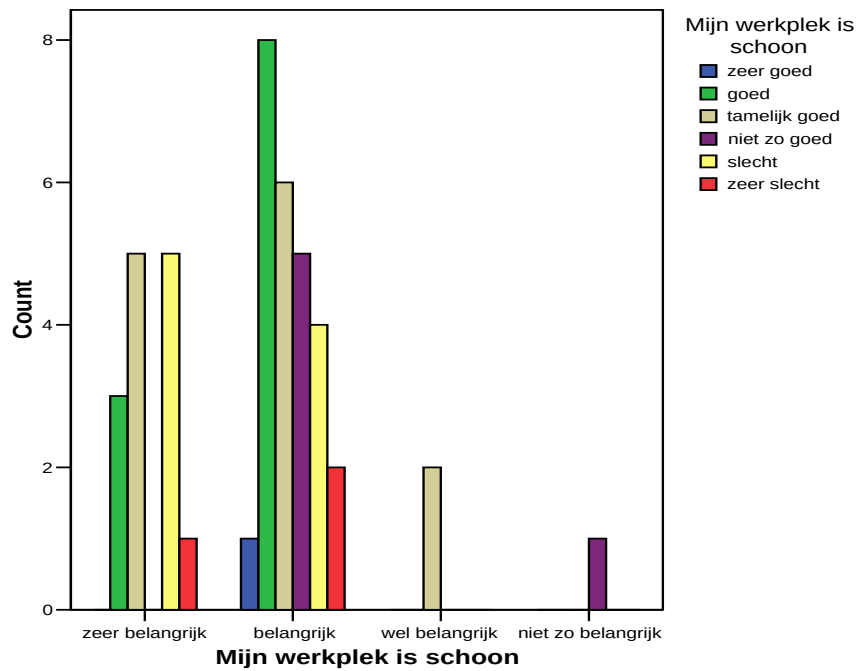
Vergaderservice:

De opmerkingen van de ondervraagde over de afdeling volgen hieronder: De kamers iets meer aankleden. De temperatuur regeling in de kamers is slecht. Veel kamers zijn te klein.

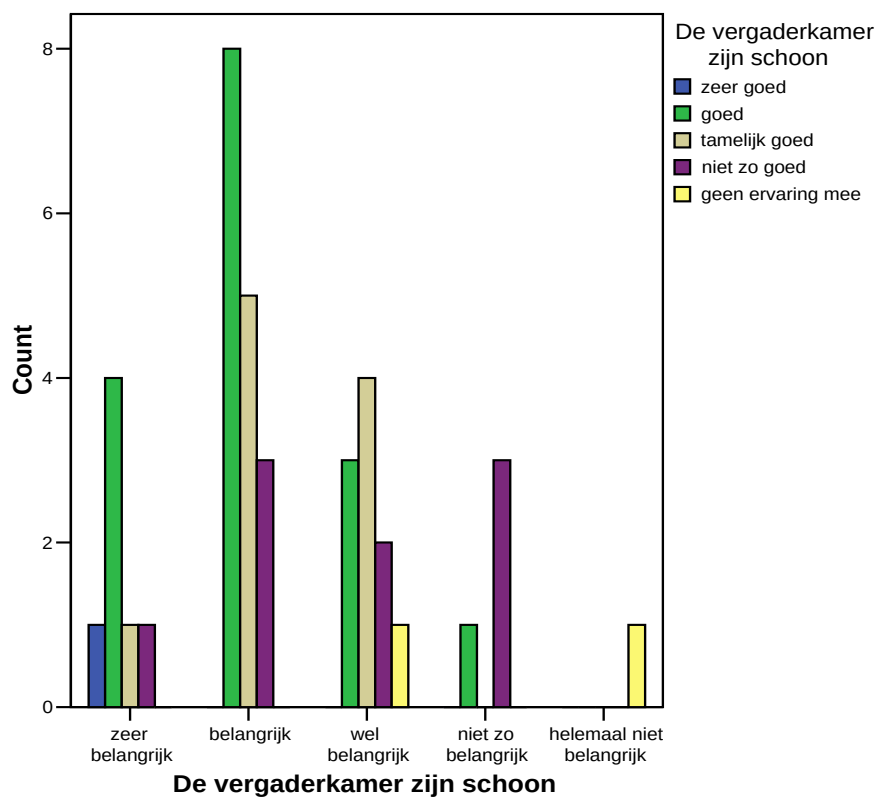
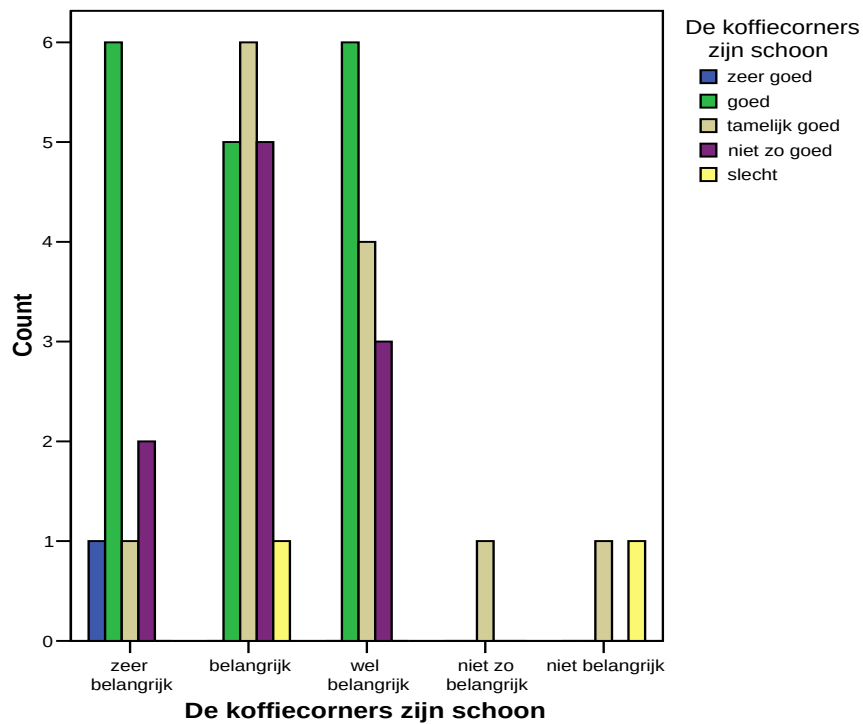
Het Front Office:

De opmerkingen van de ondervraagde over de afdeling volgen hieronder: sinds het vertrek van de van de medewerker zijn de wachttijden er opgelopen. Er zat nooit iemand; zorgen voor meer bezetting of opheffen. Bestaat niet meer, dit is een schande voor een serviceorganisatie. Het vertrek van de medewerker duidelijk merkbaar.

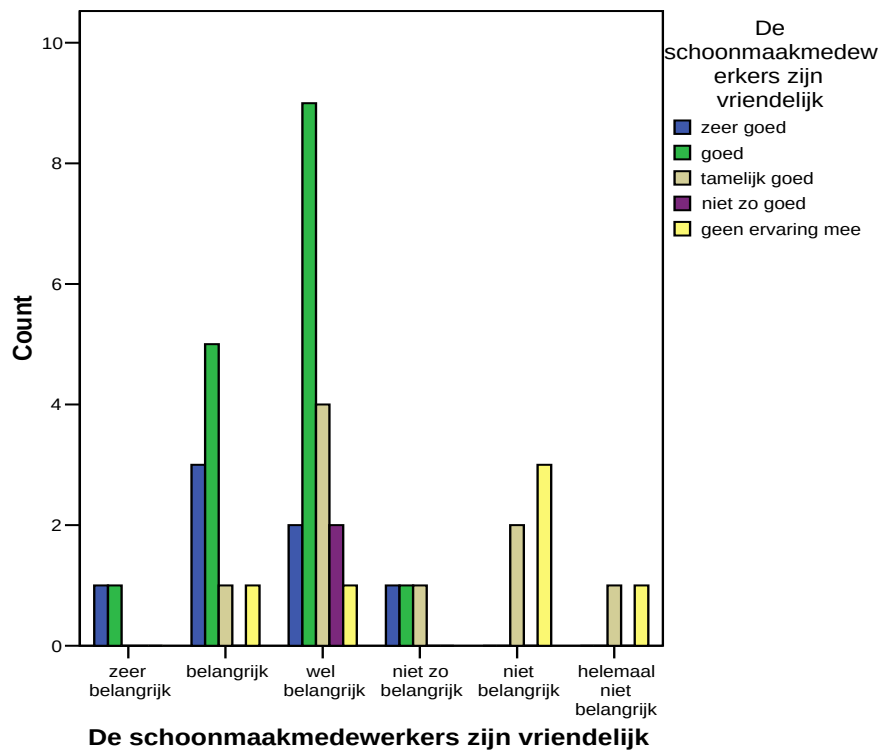
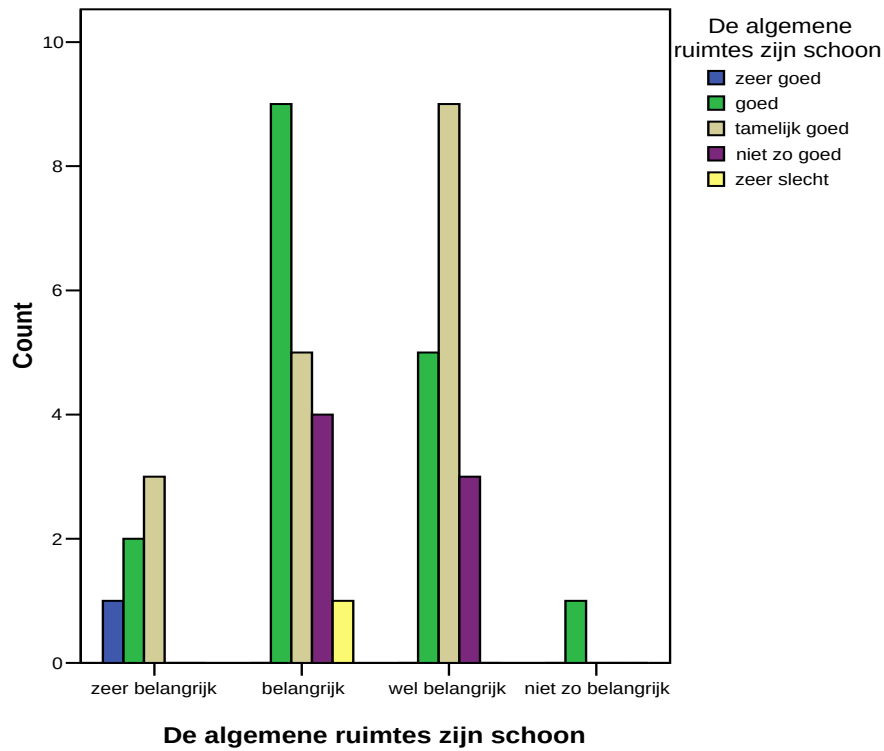
Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid



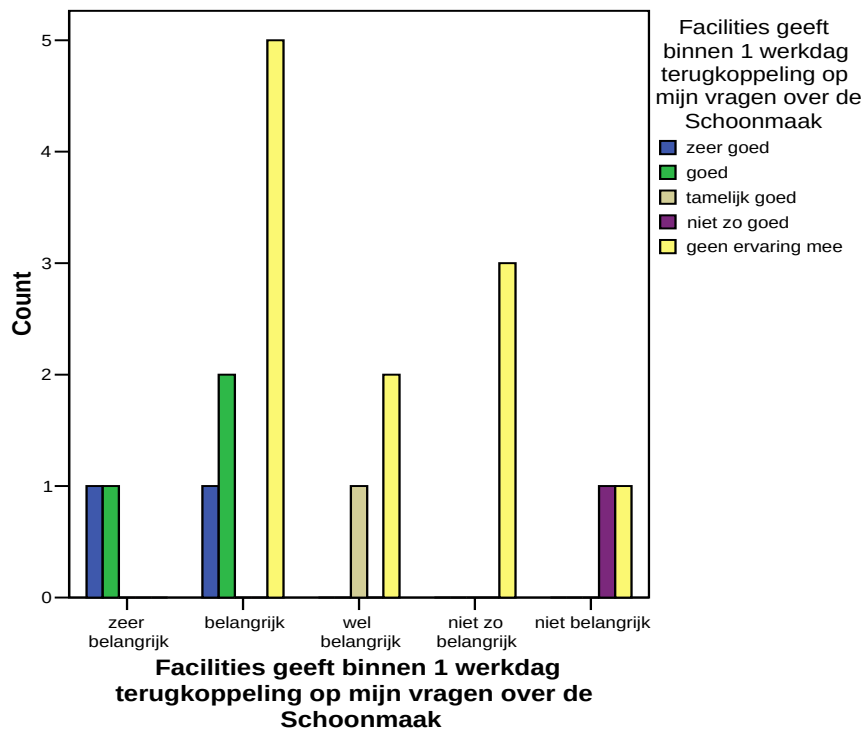
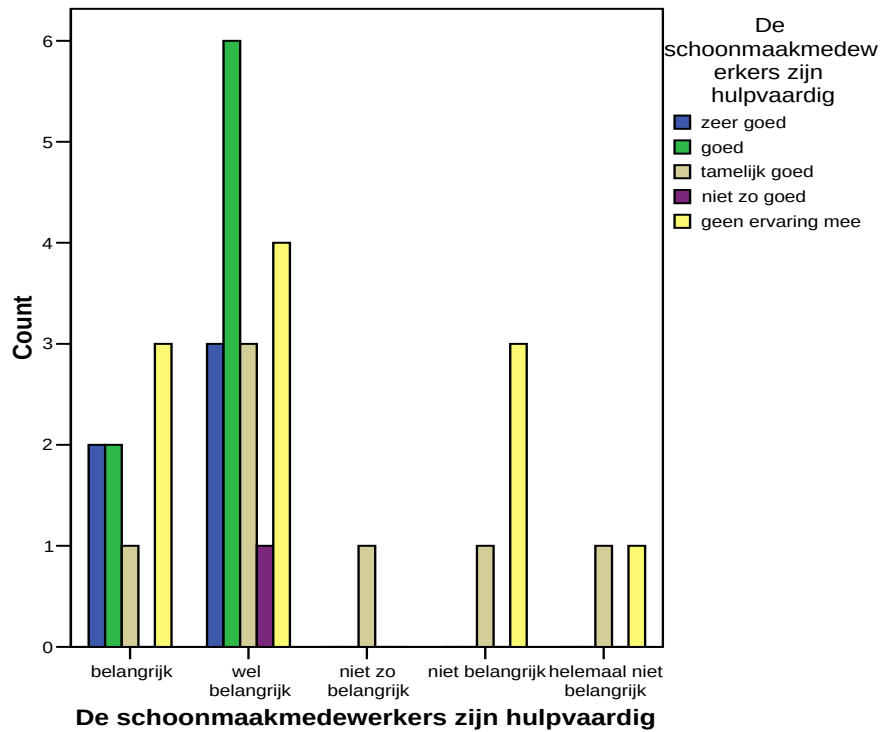
Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid



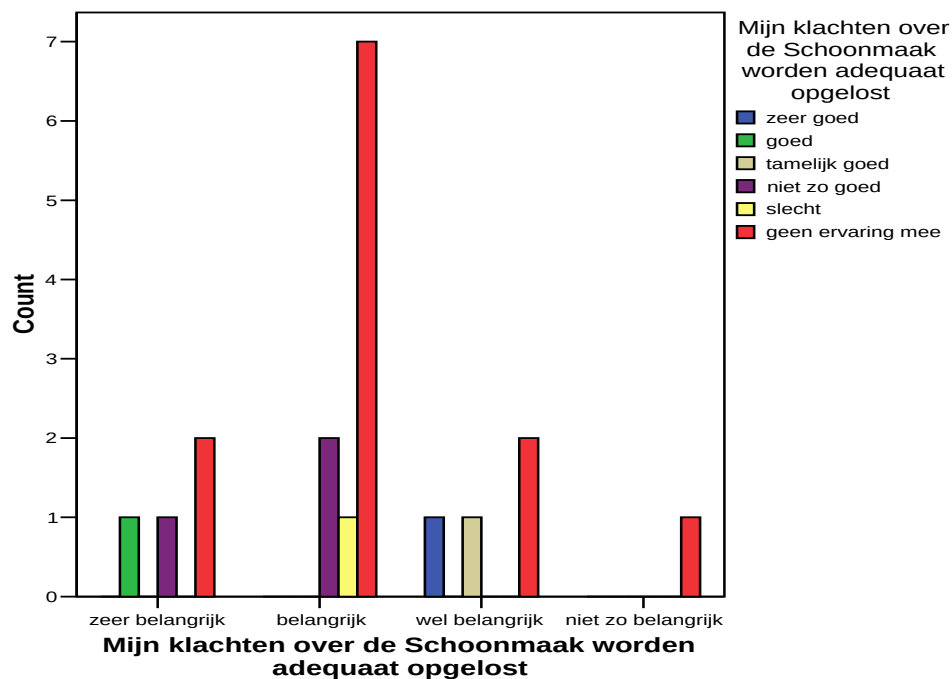
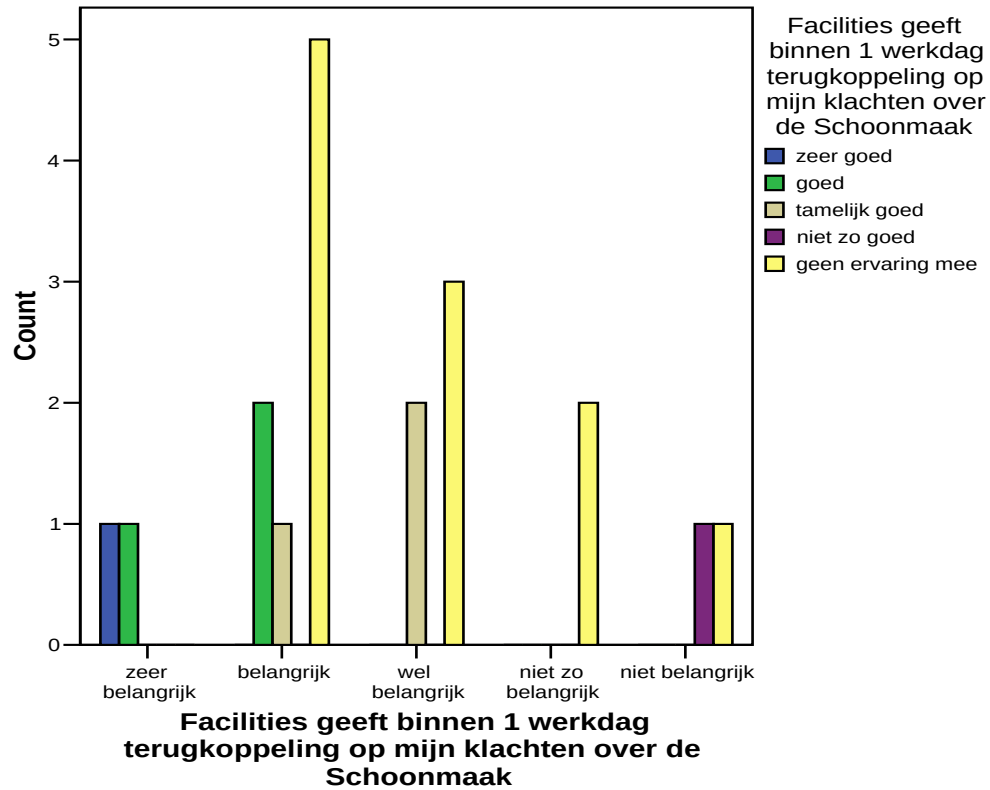
Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid



Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

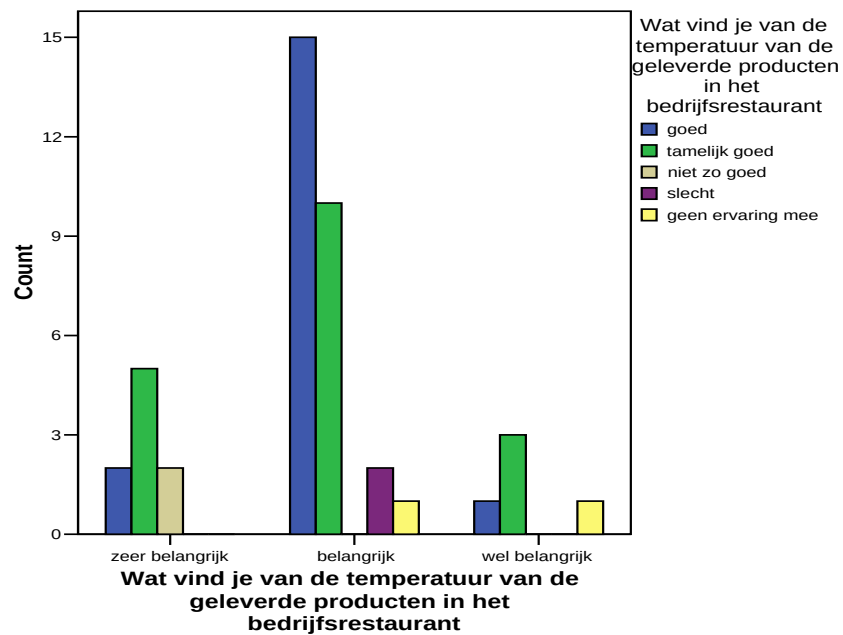
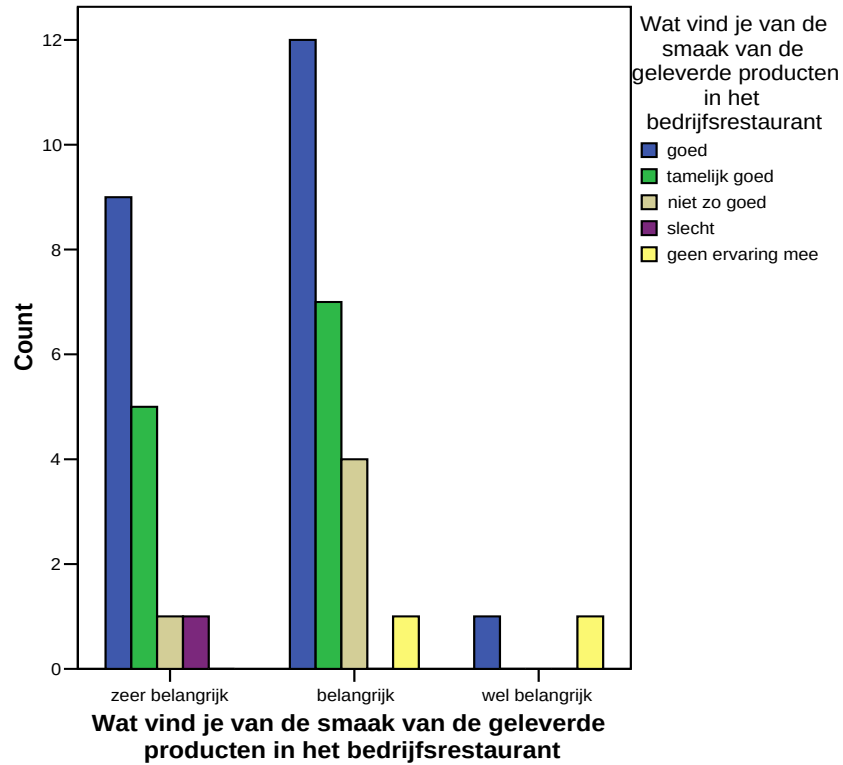


Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

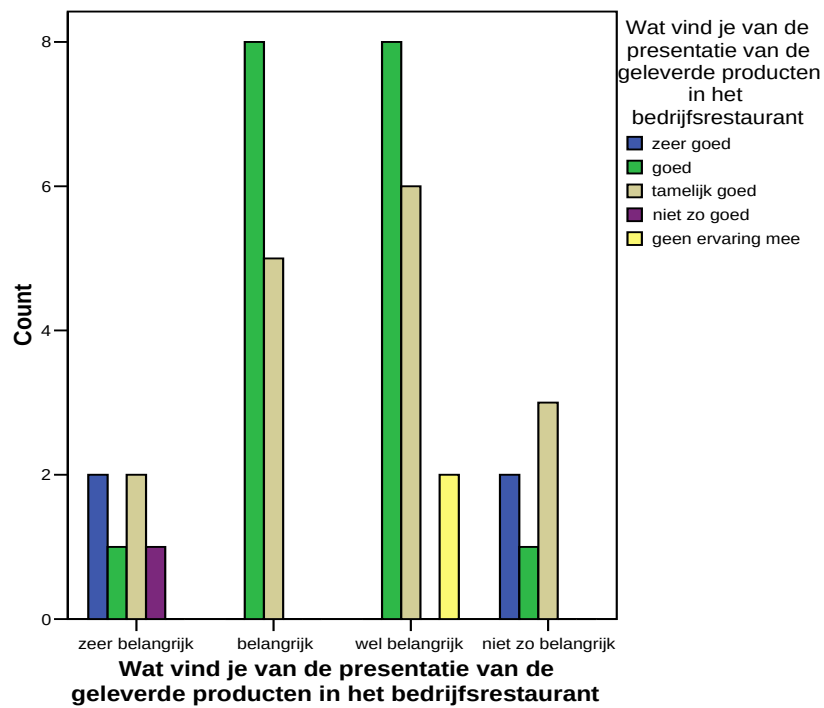
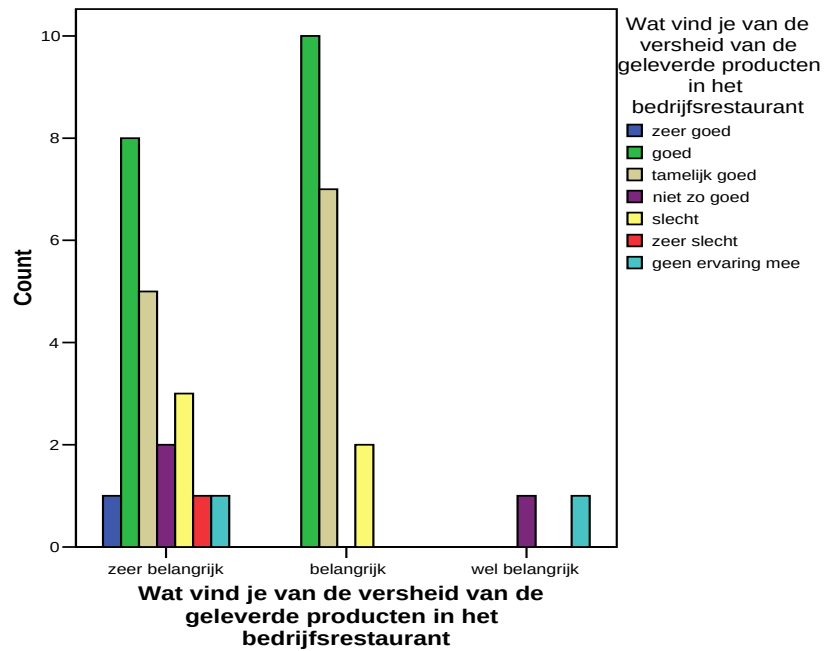


Graph

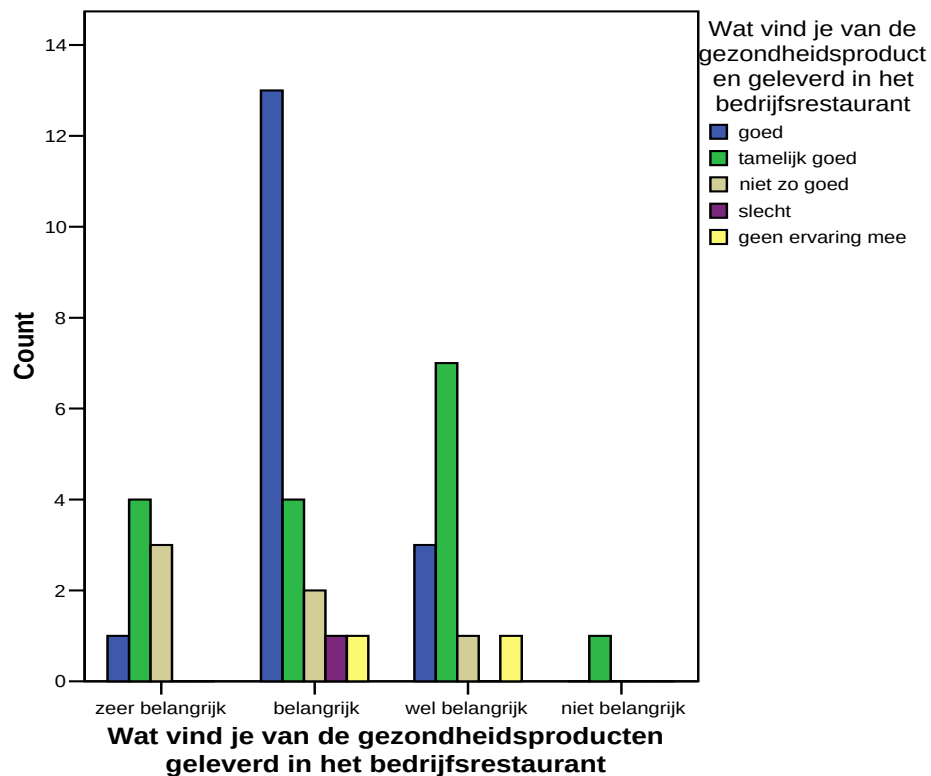
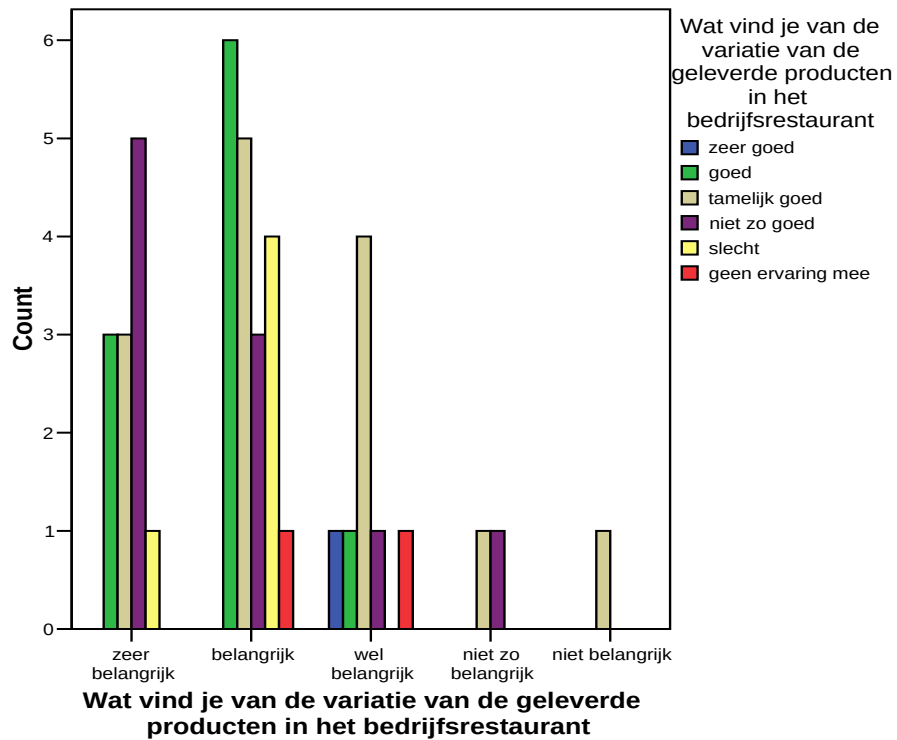
Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid



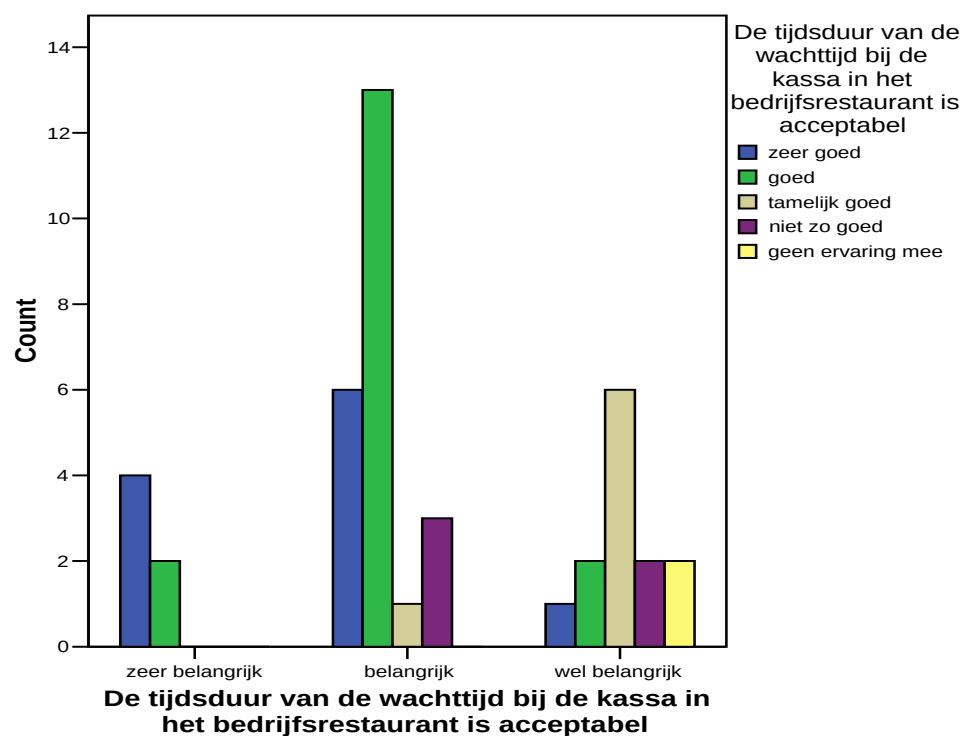
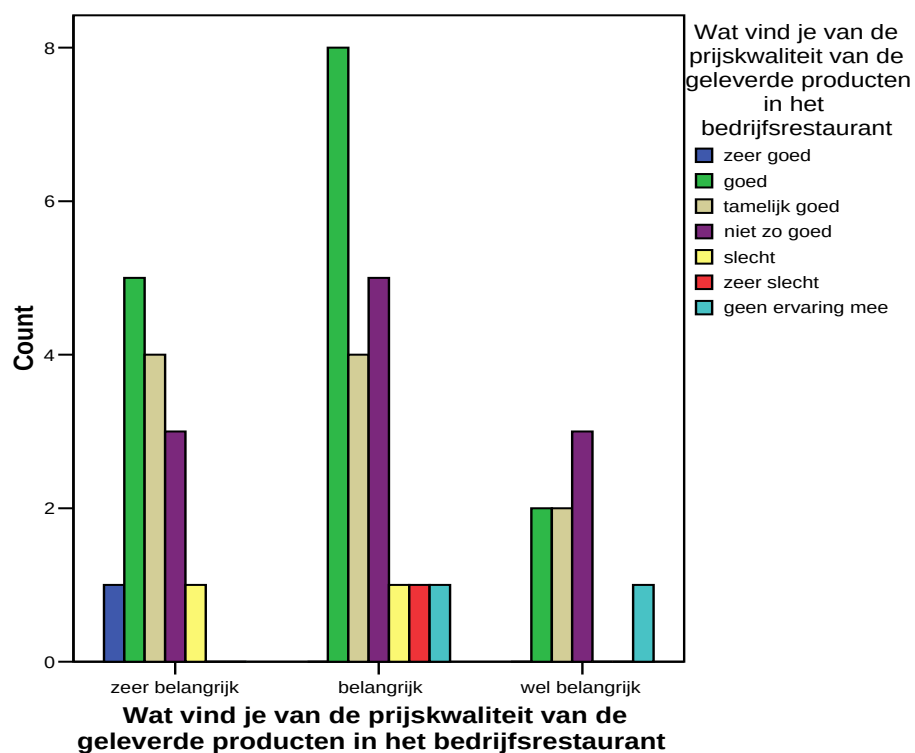
Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid



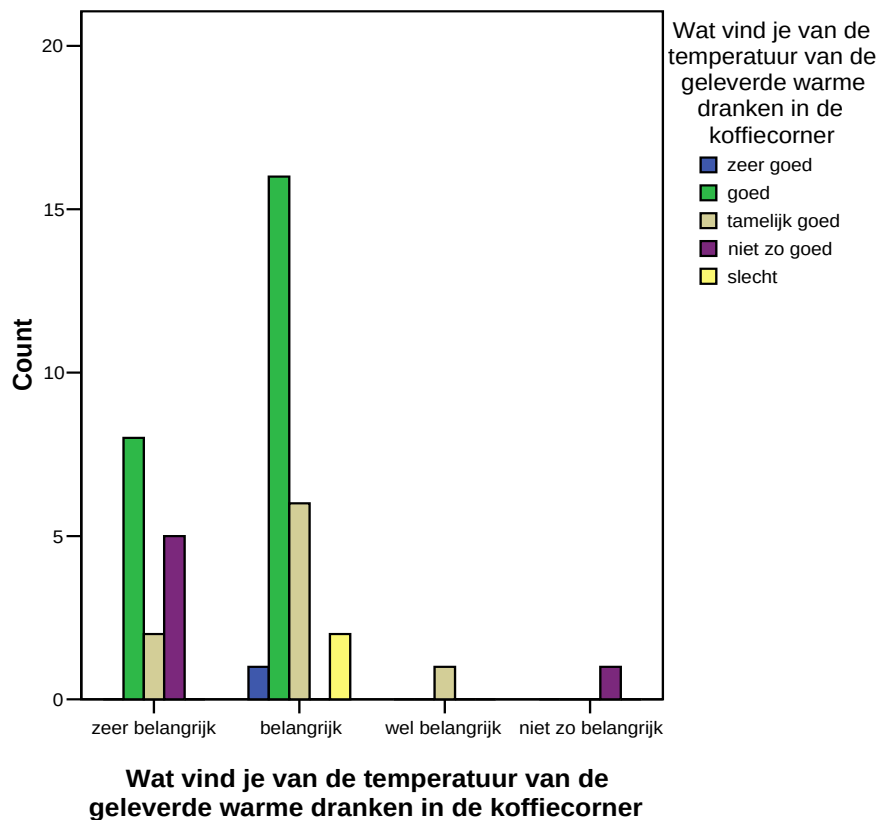
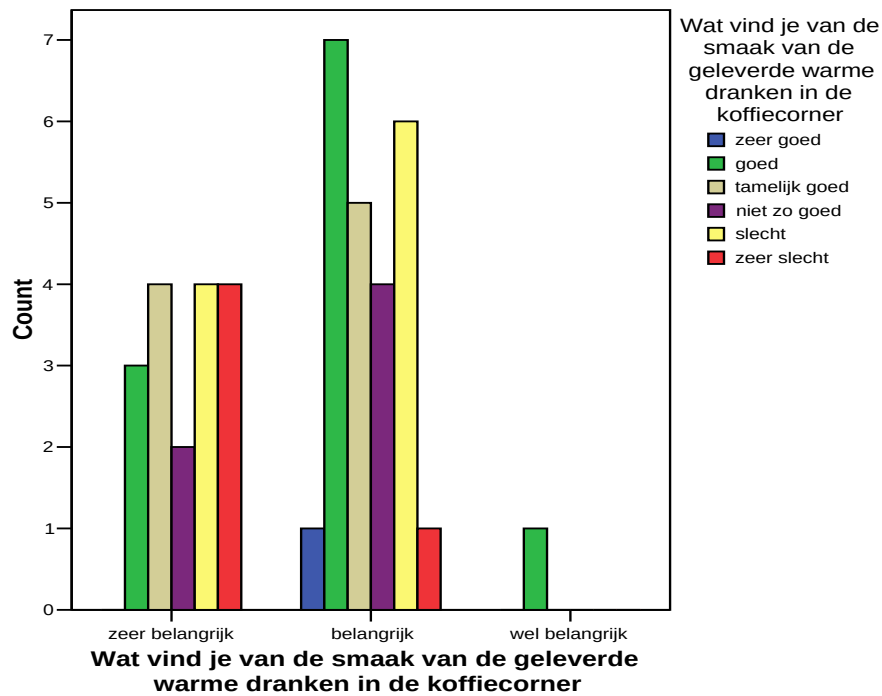
Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid



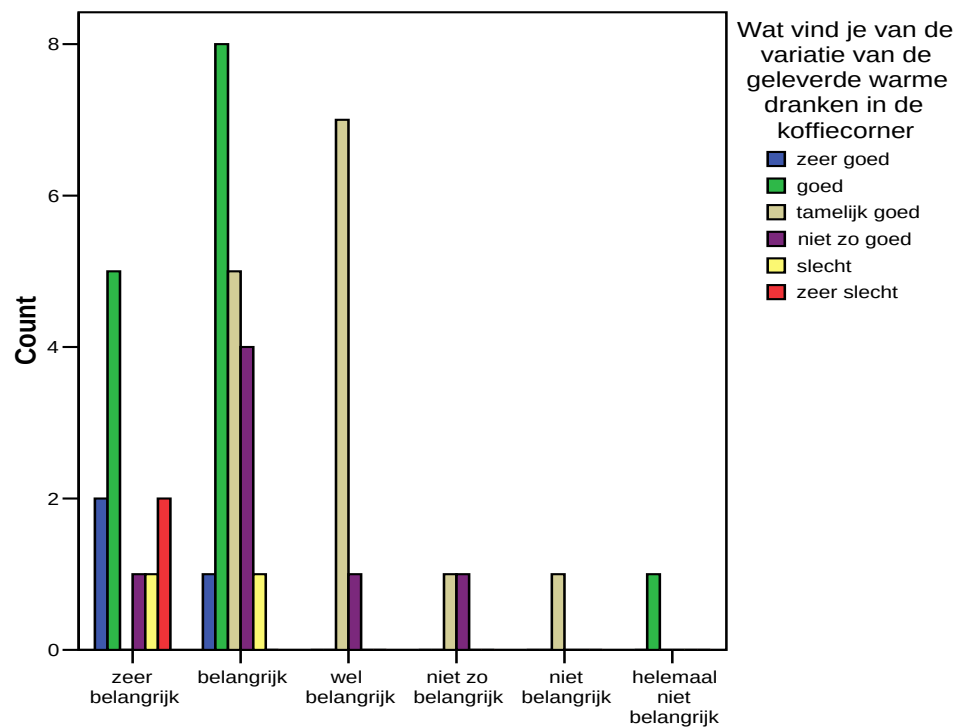
Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid



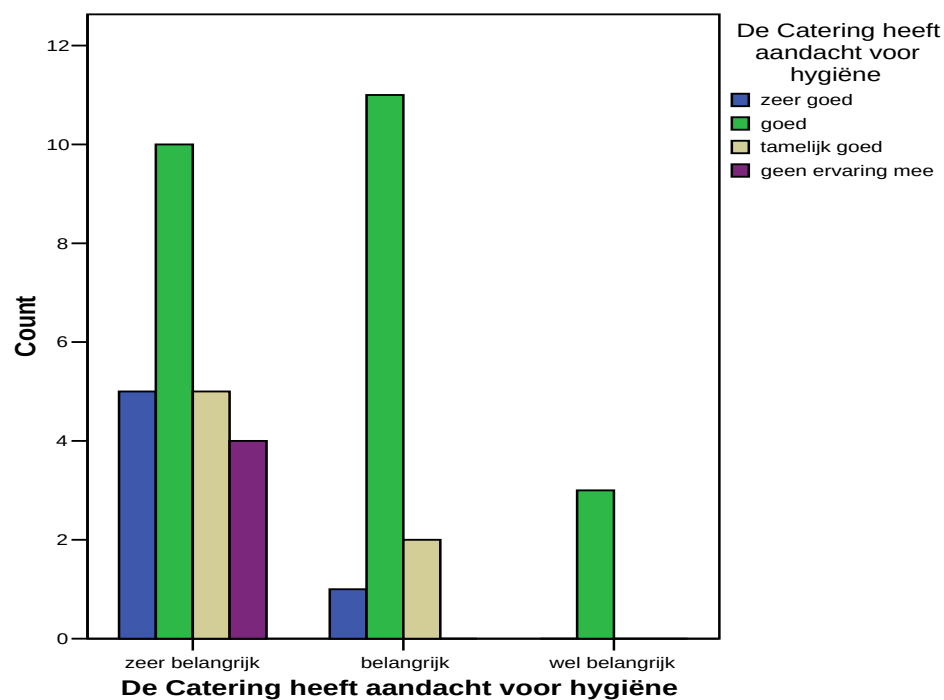
Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid



Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

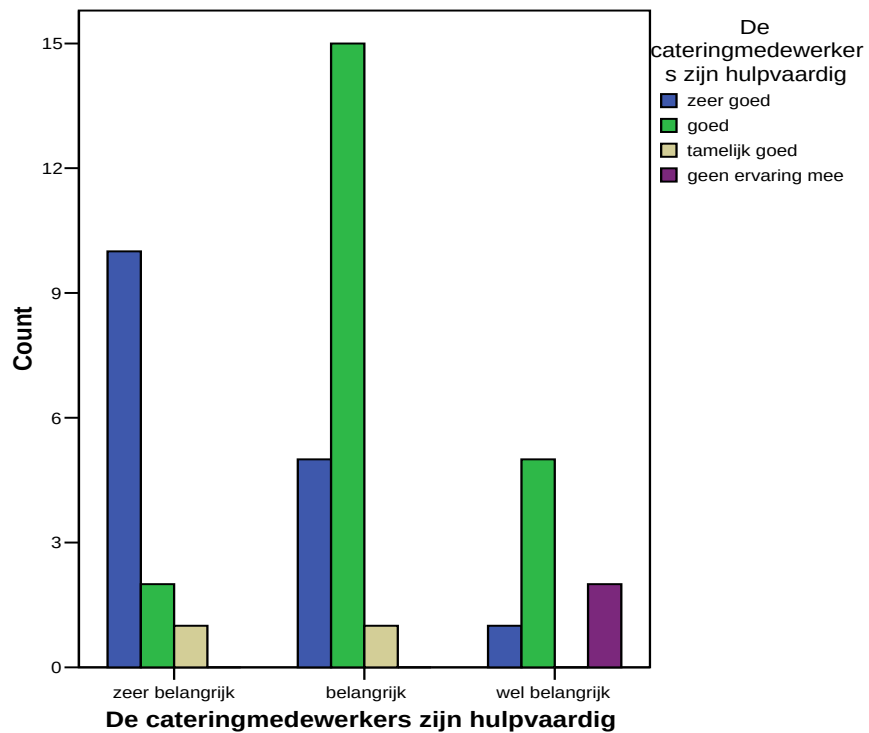
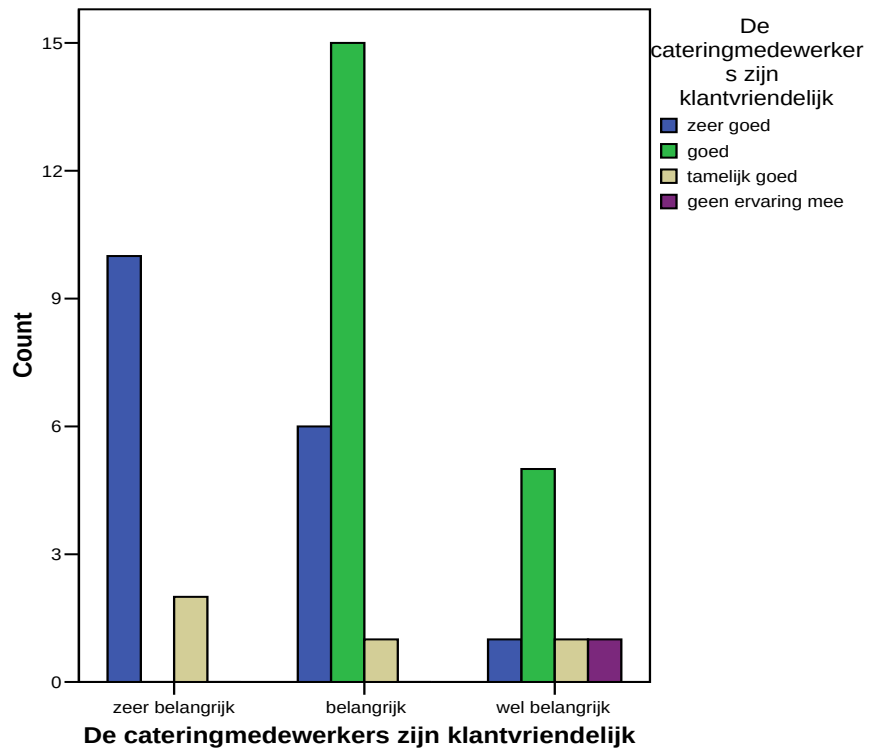


Wat vind je van de variatie van de geleverde warme dranken in de koffiecorner

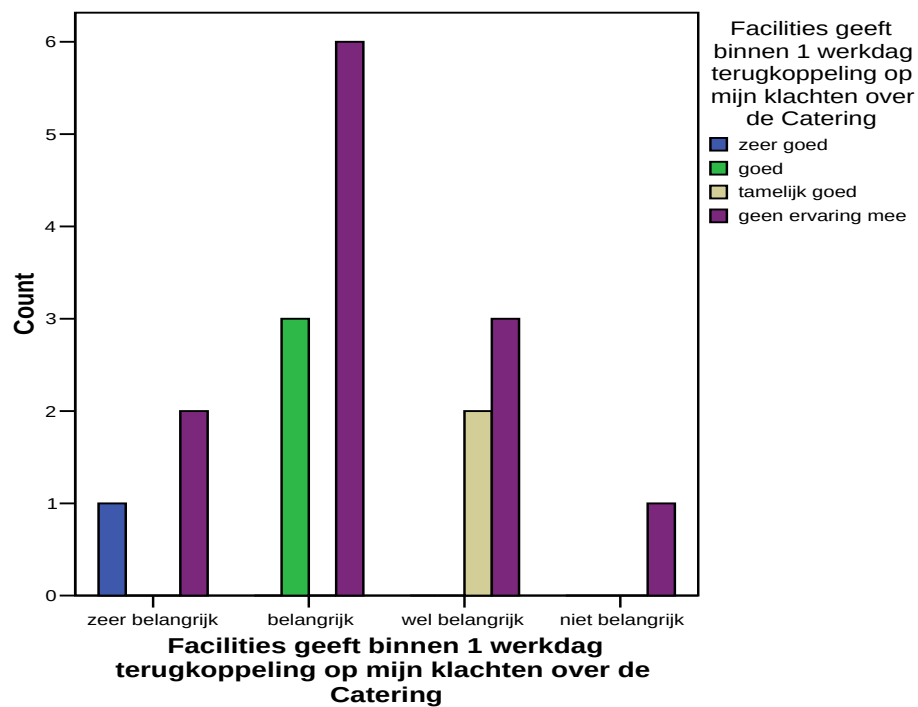
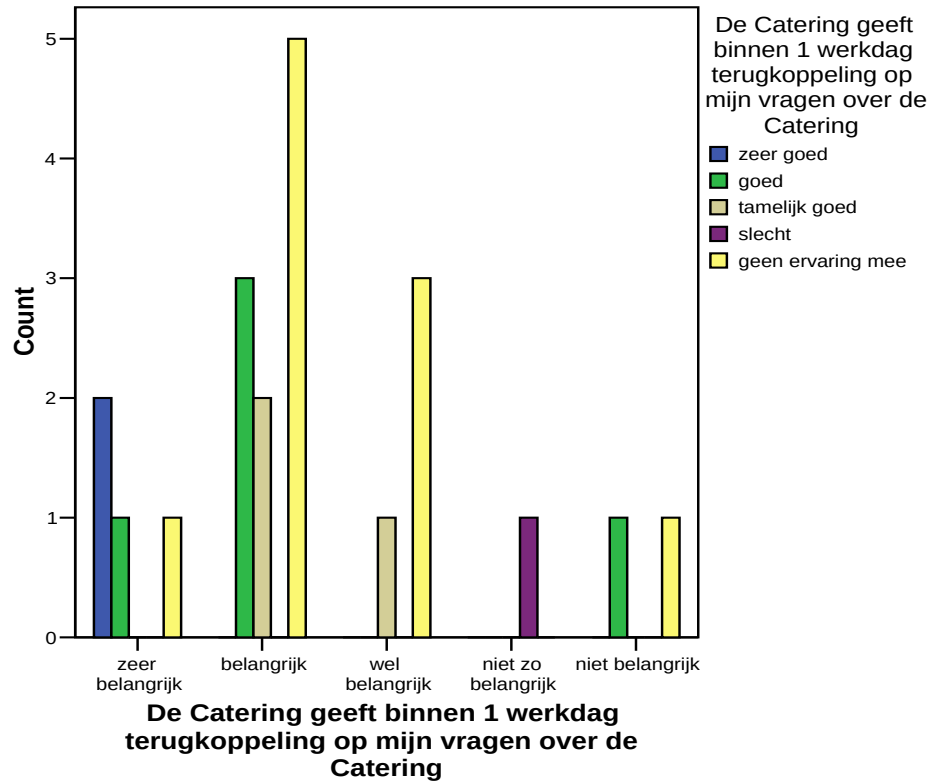


De Catering heeft aandacht voor hygiëne

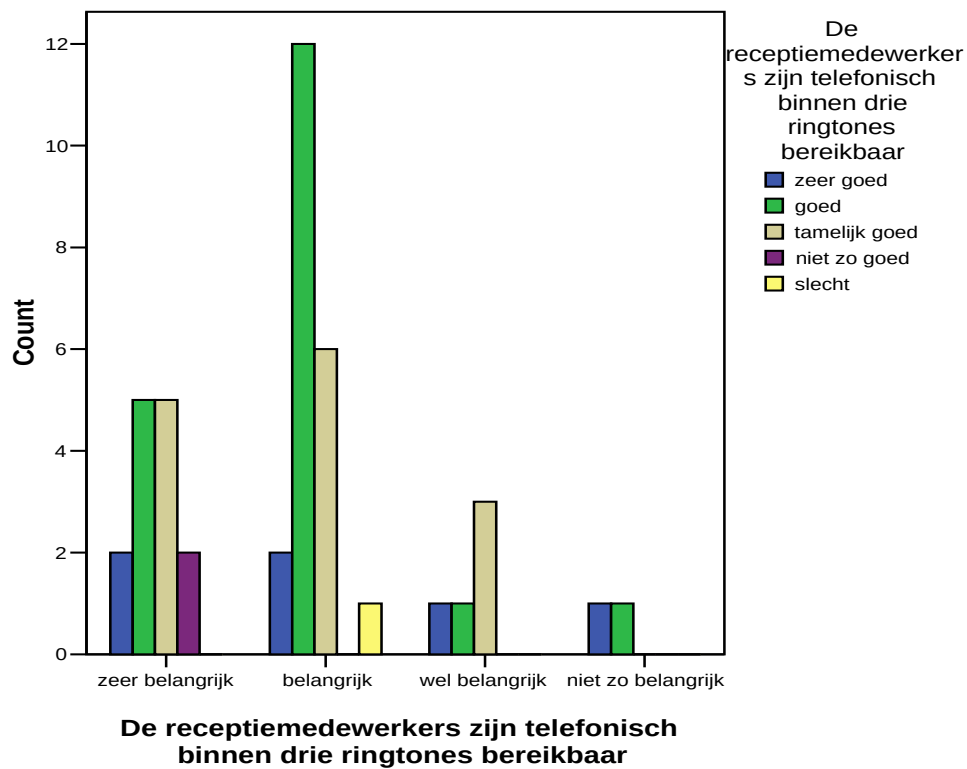
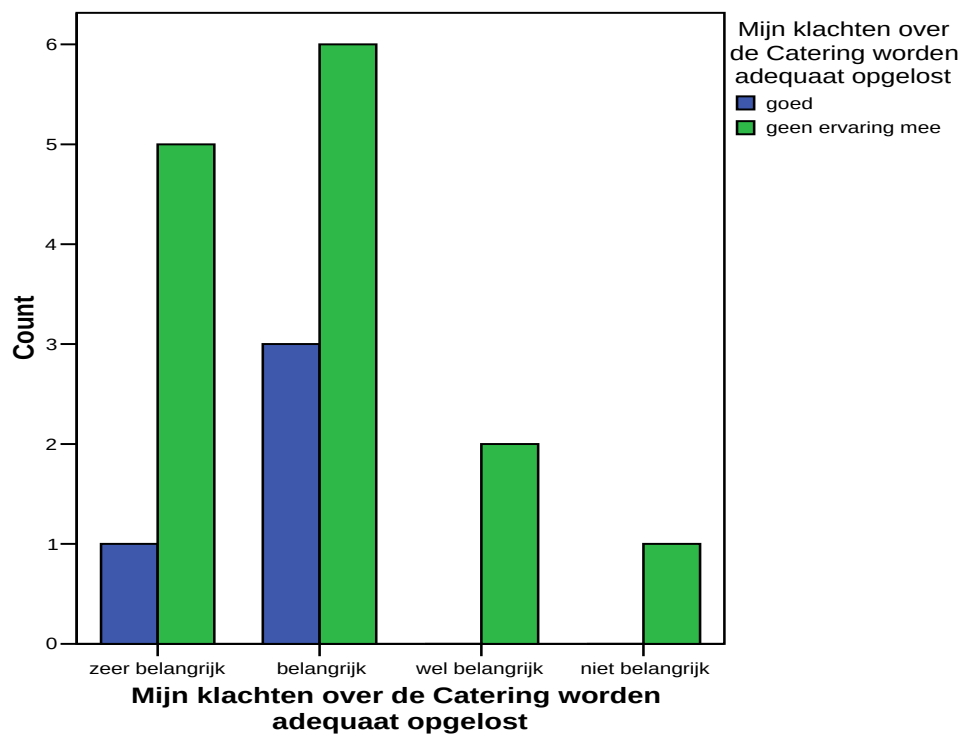
Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid



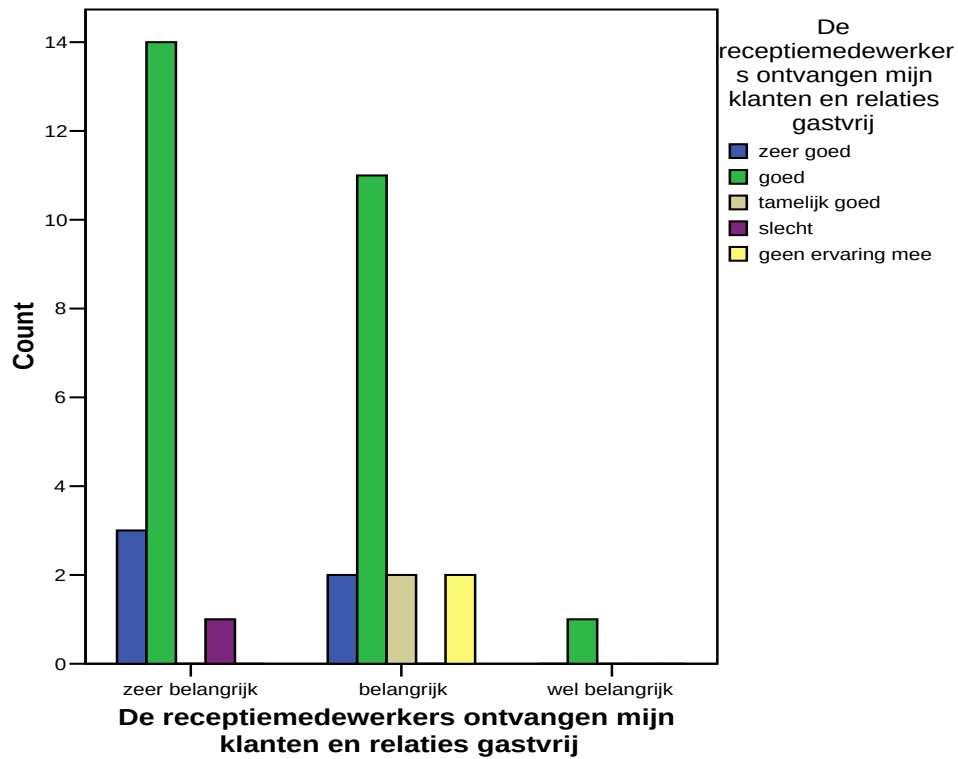
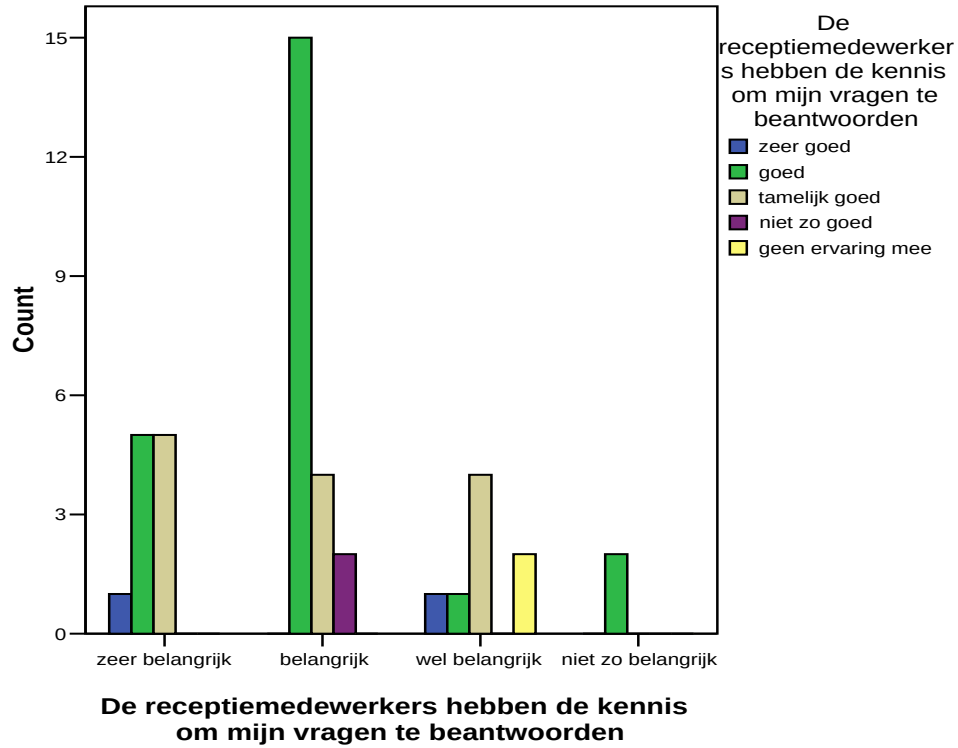
Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid



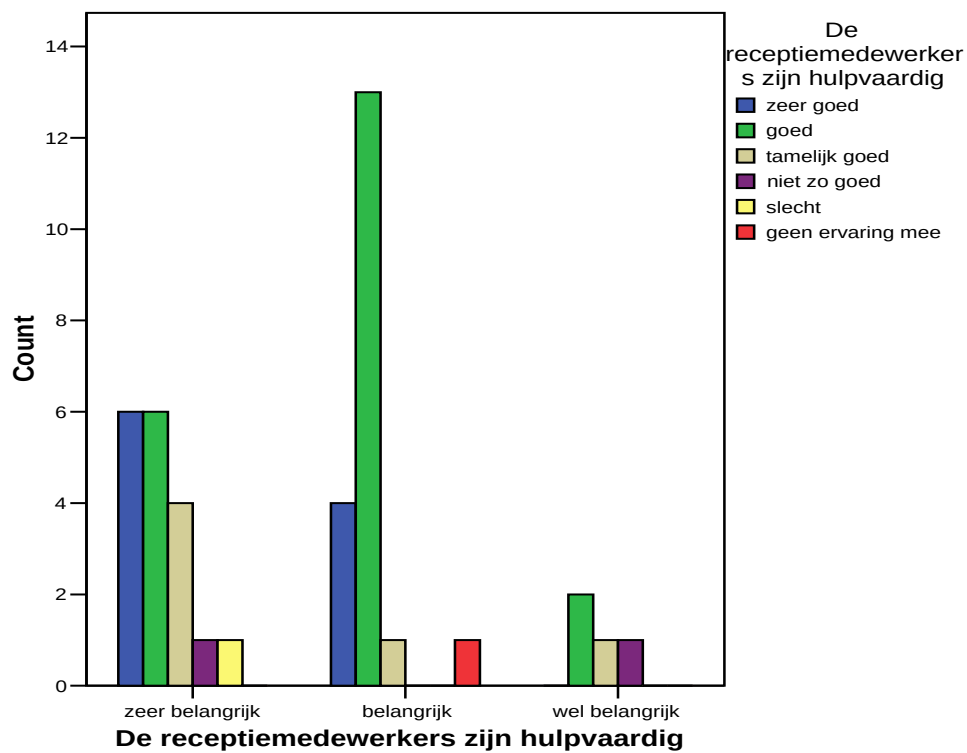
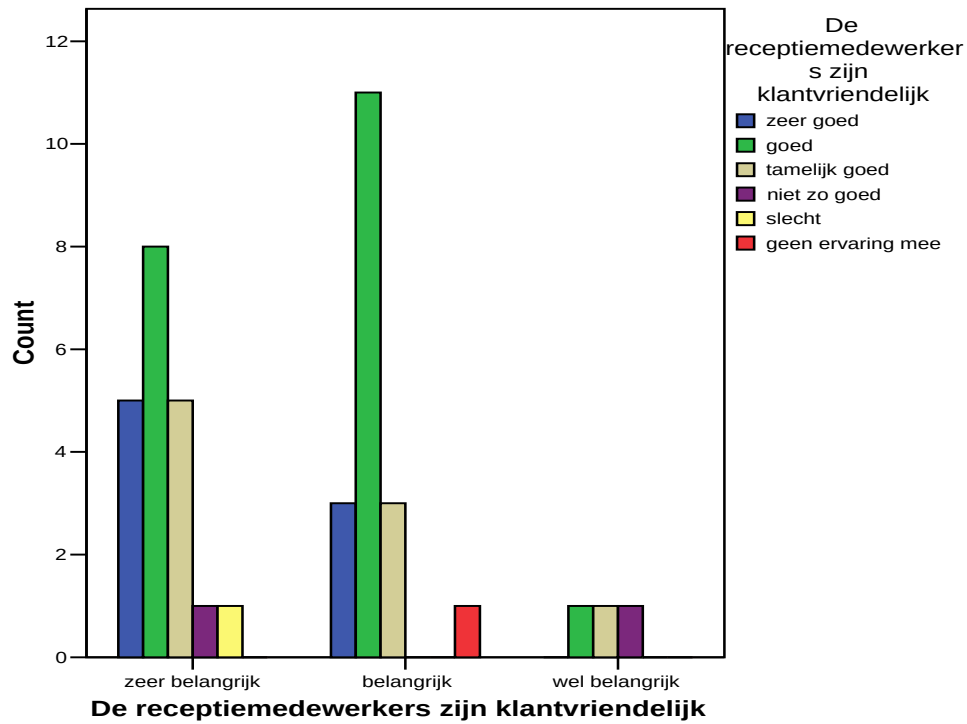
Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid



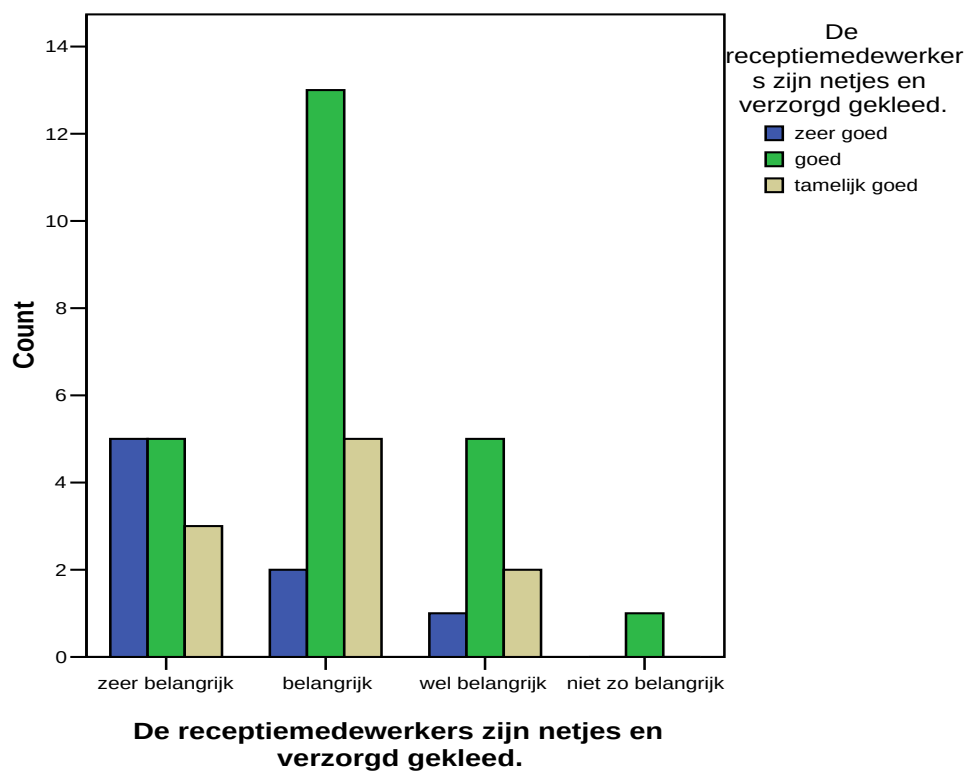
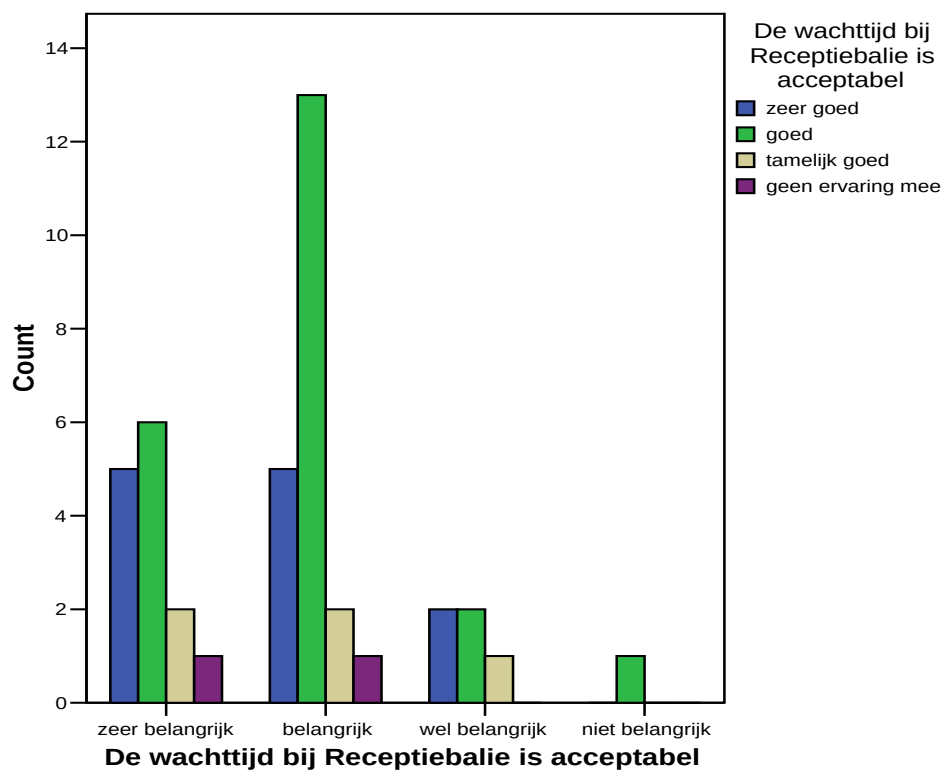
Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid



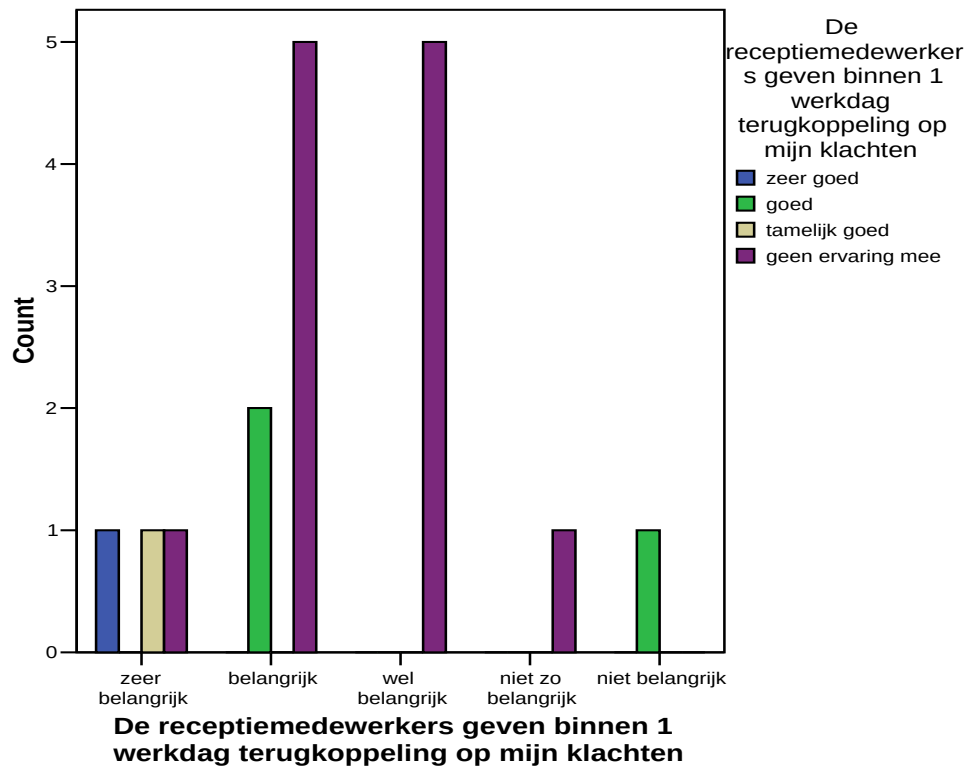
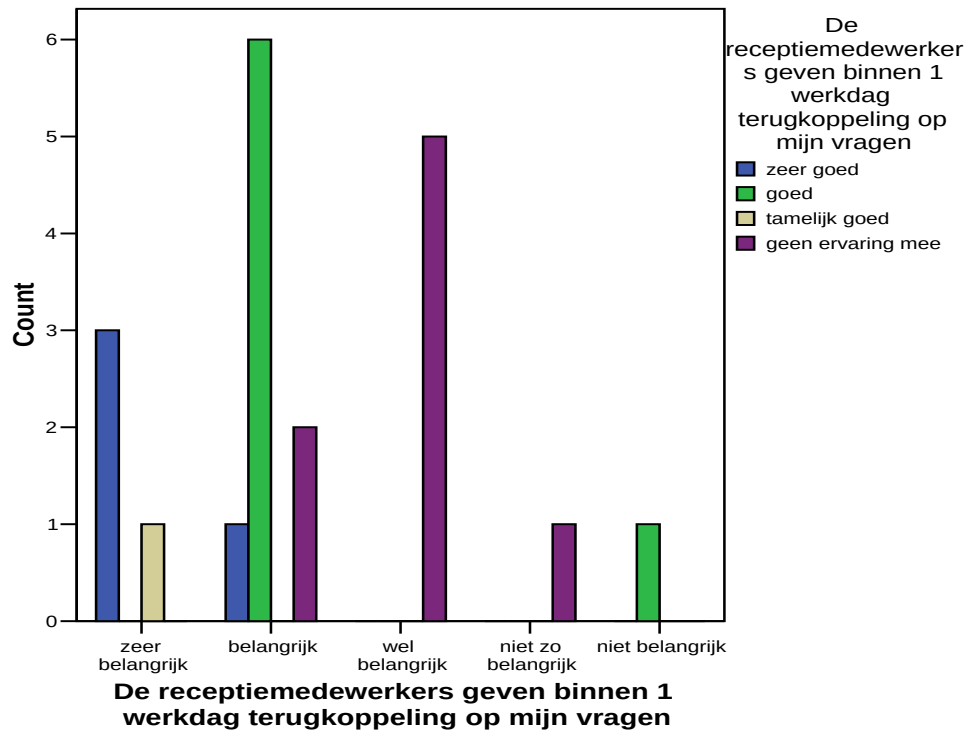
Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid



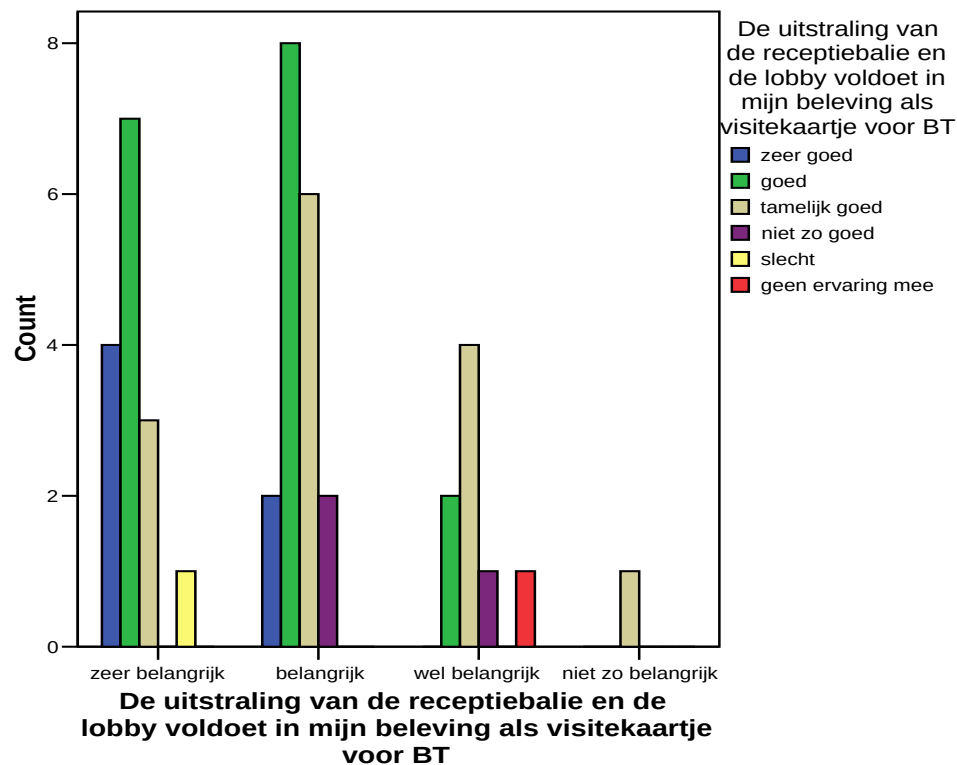
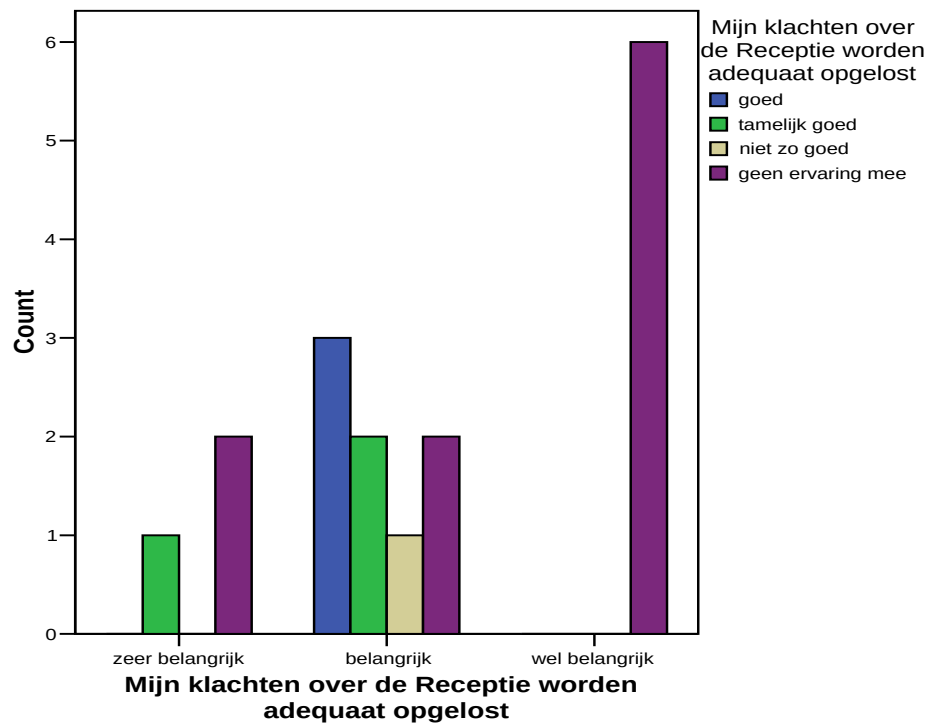
Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid



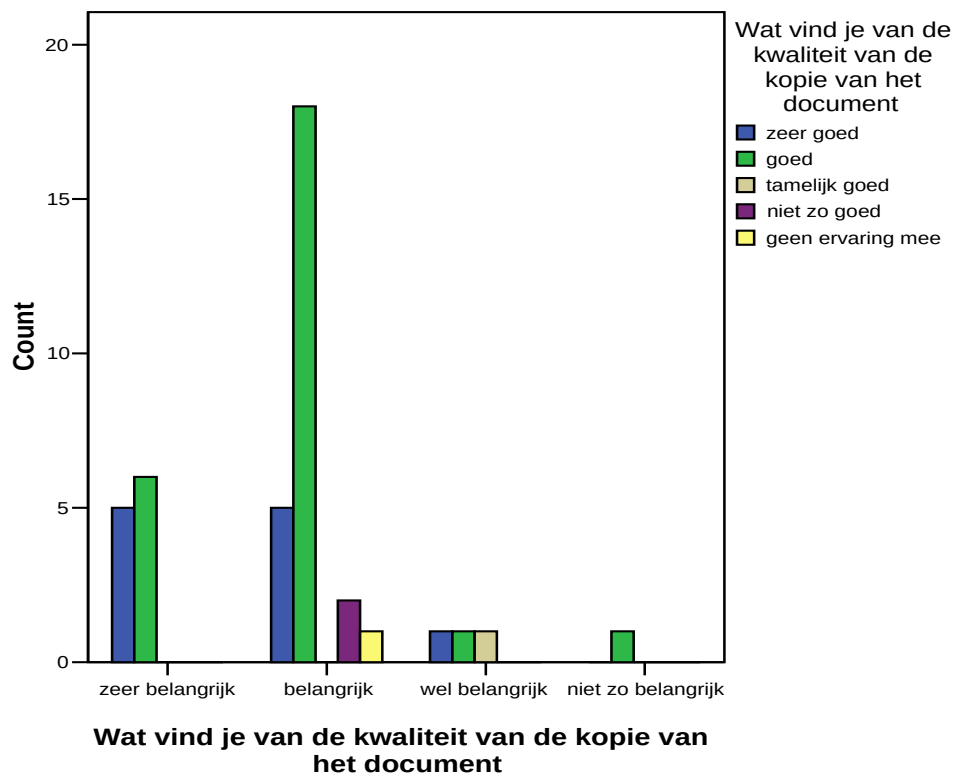
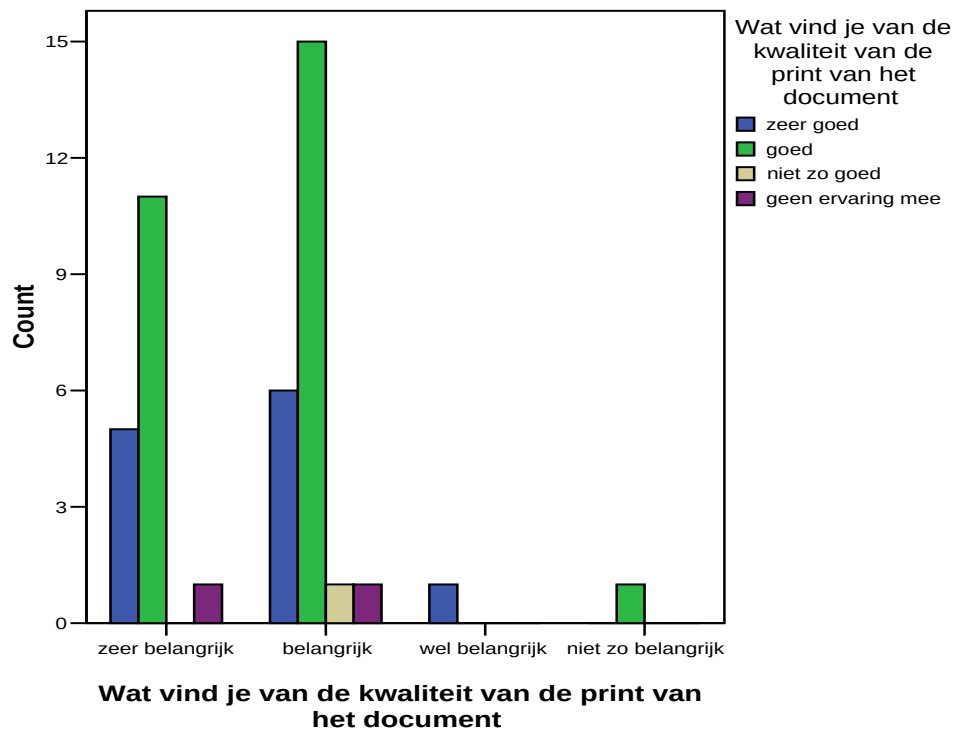
Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid



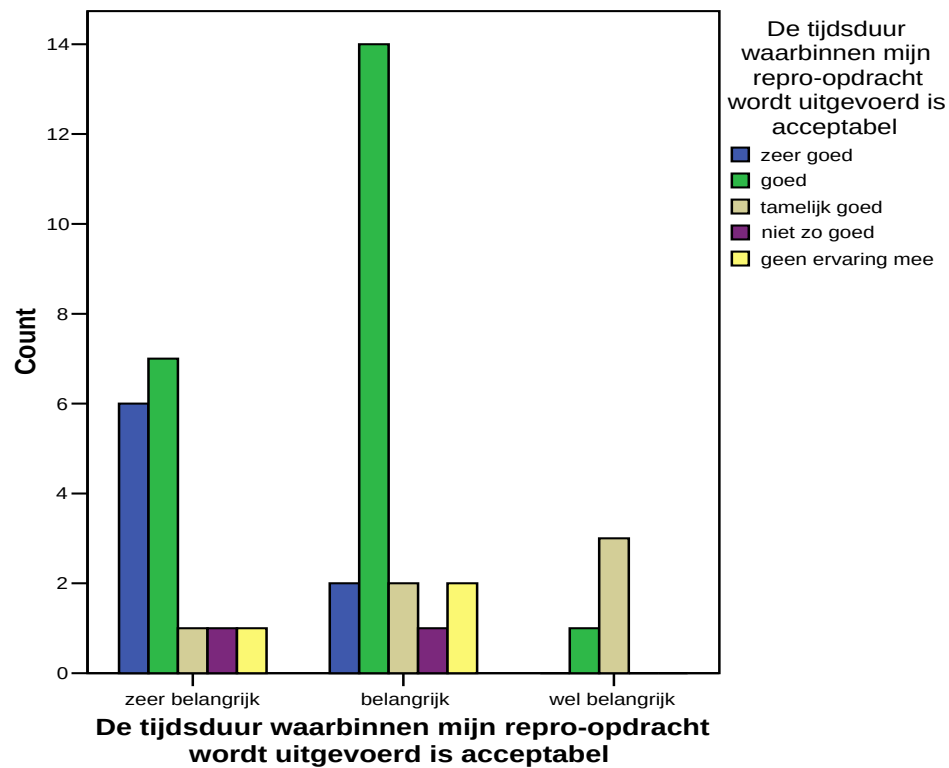
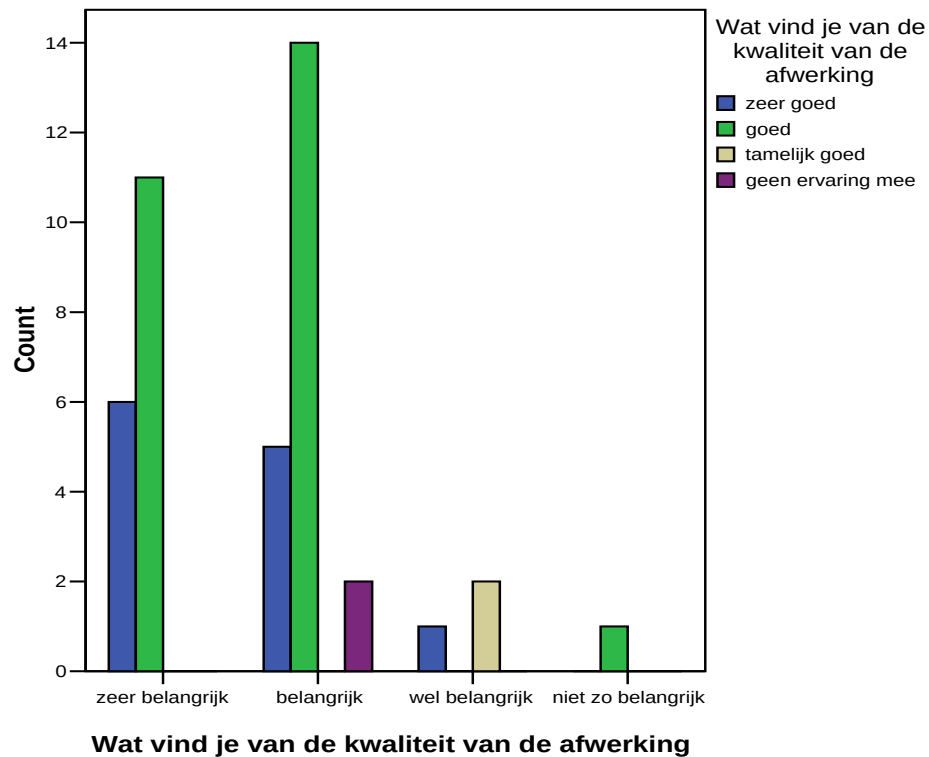
Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid



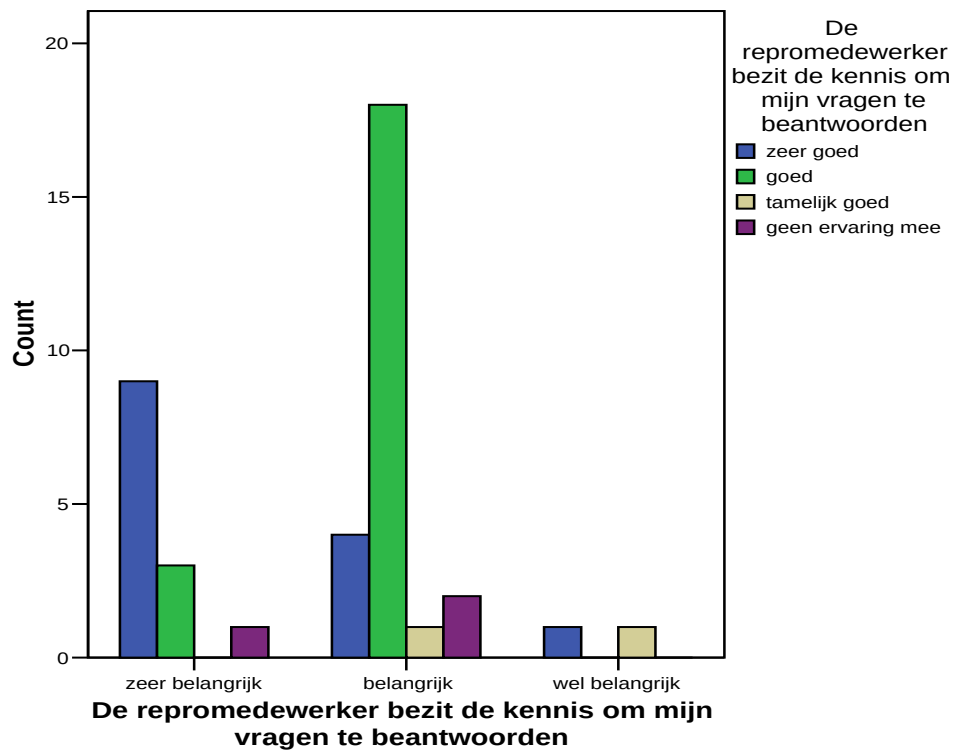
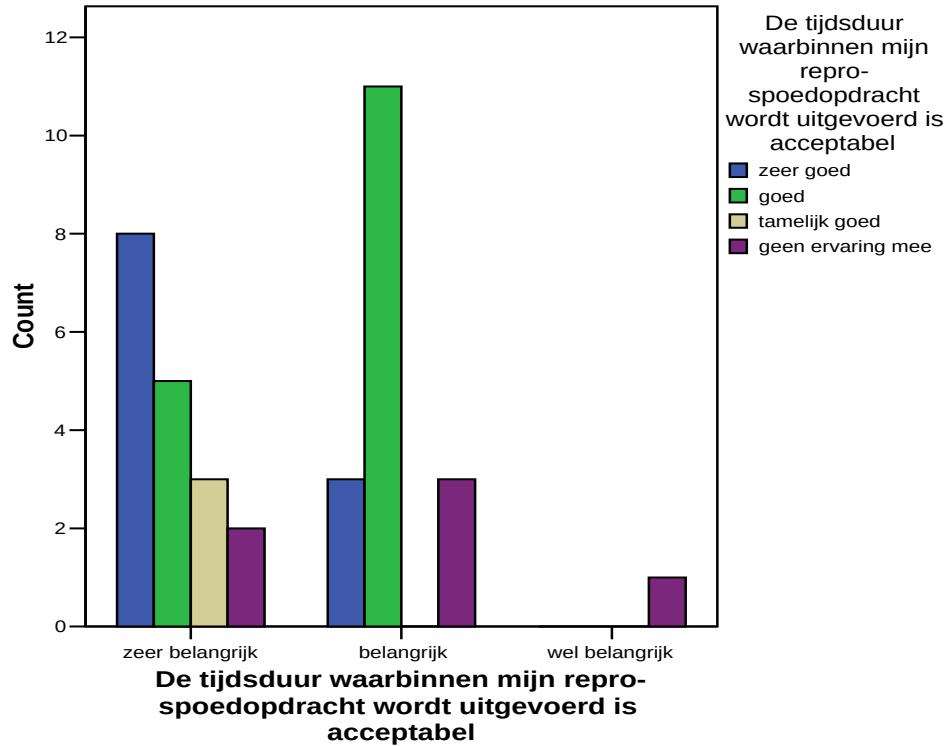
Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid



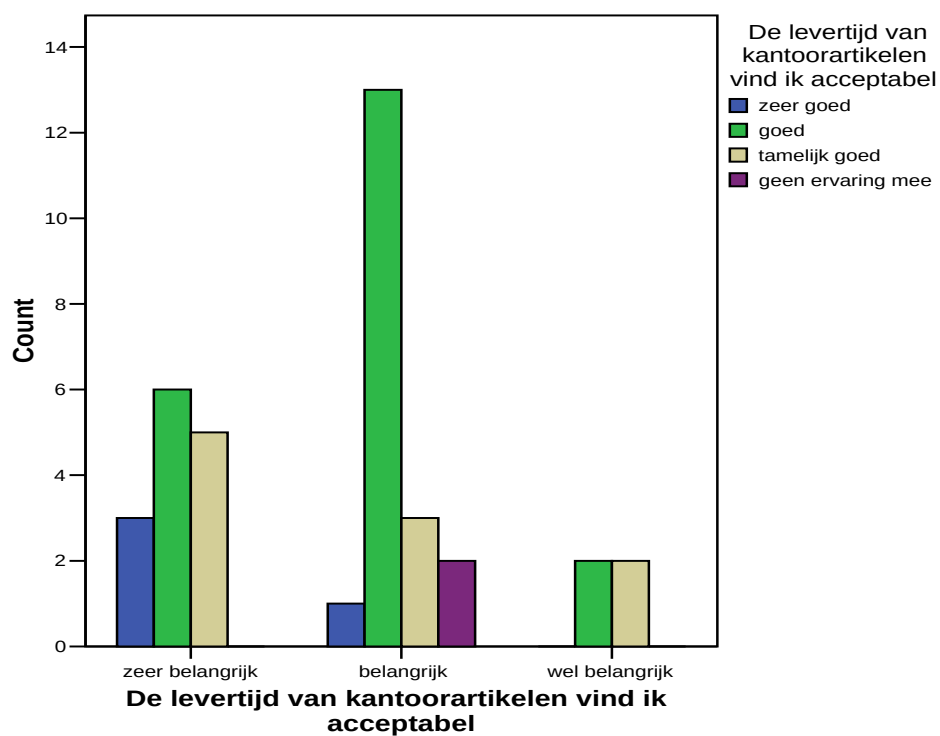
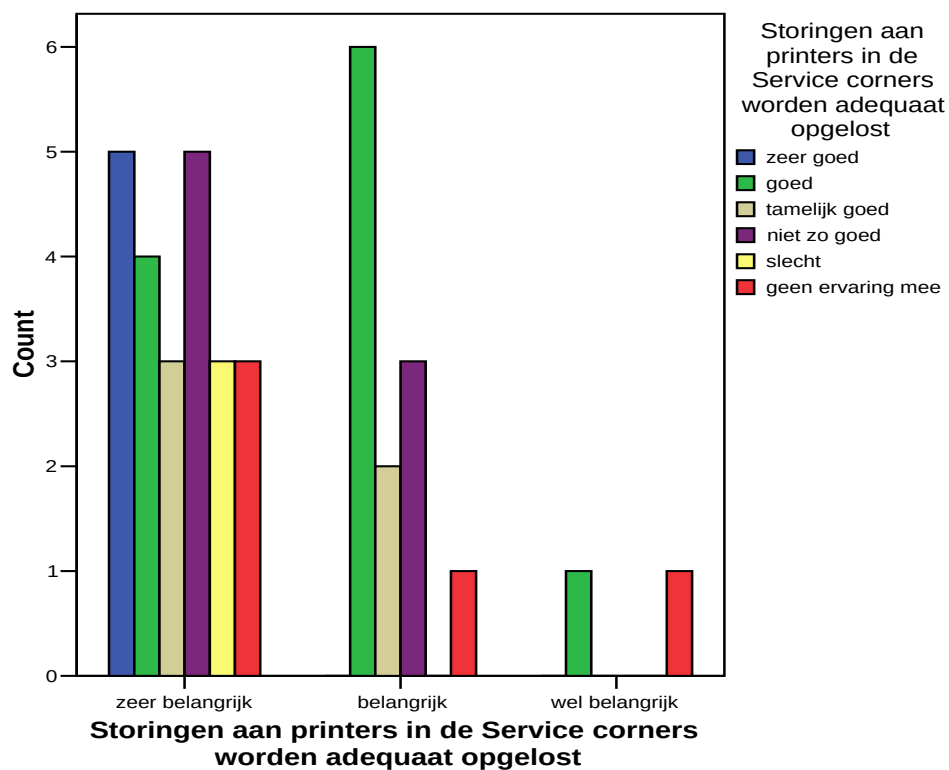
Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid



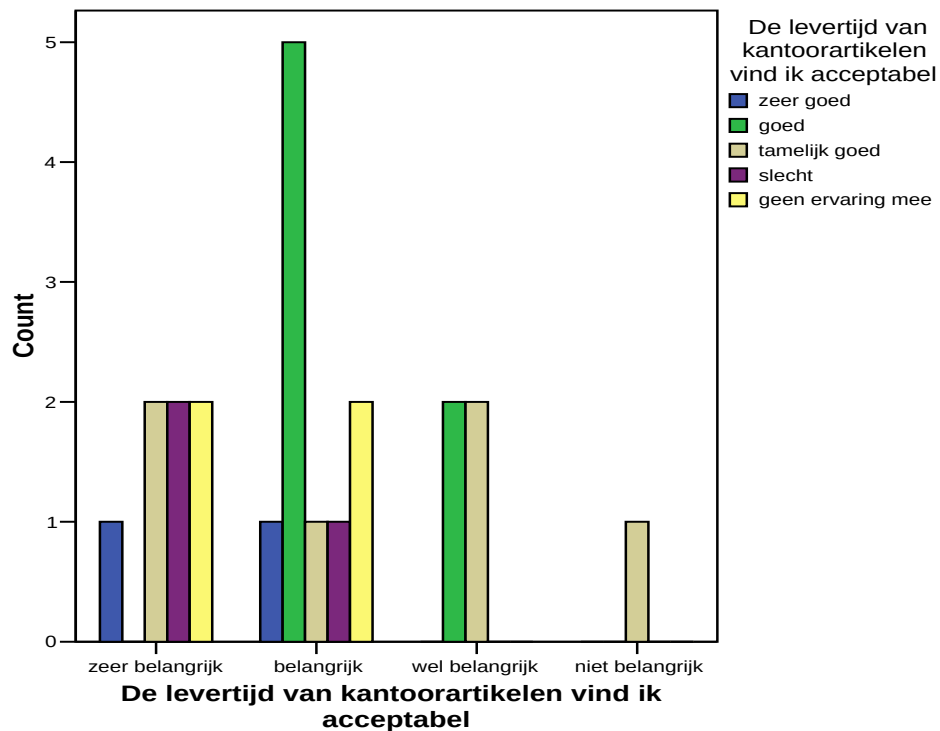
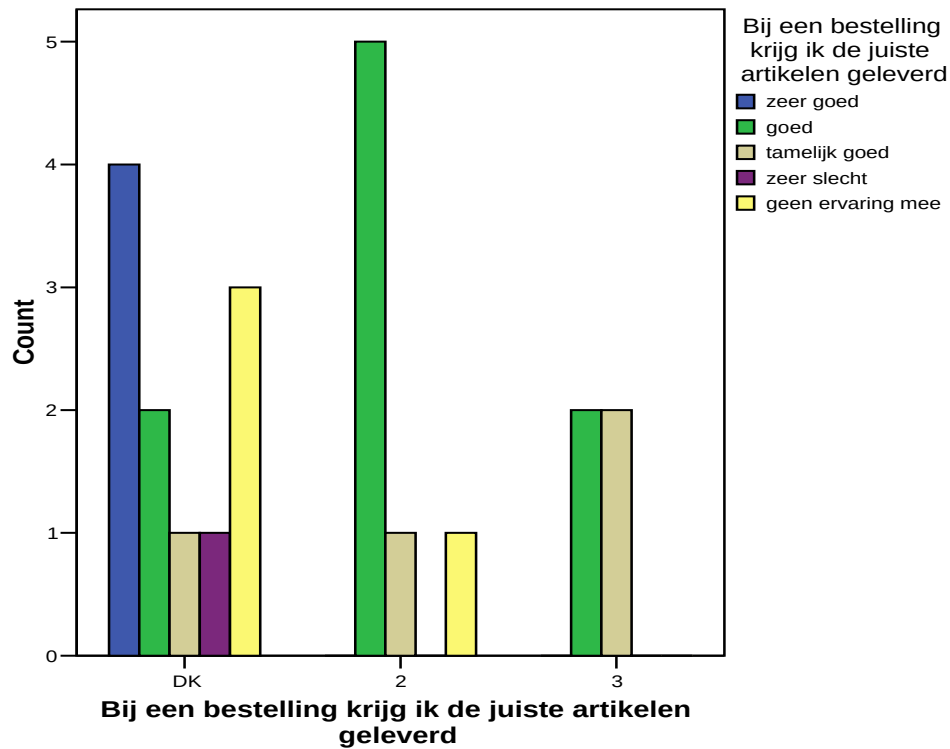
Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid



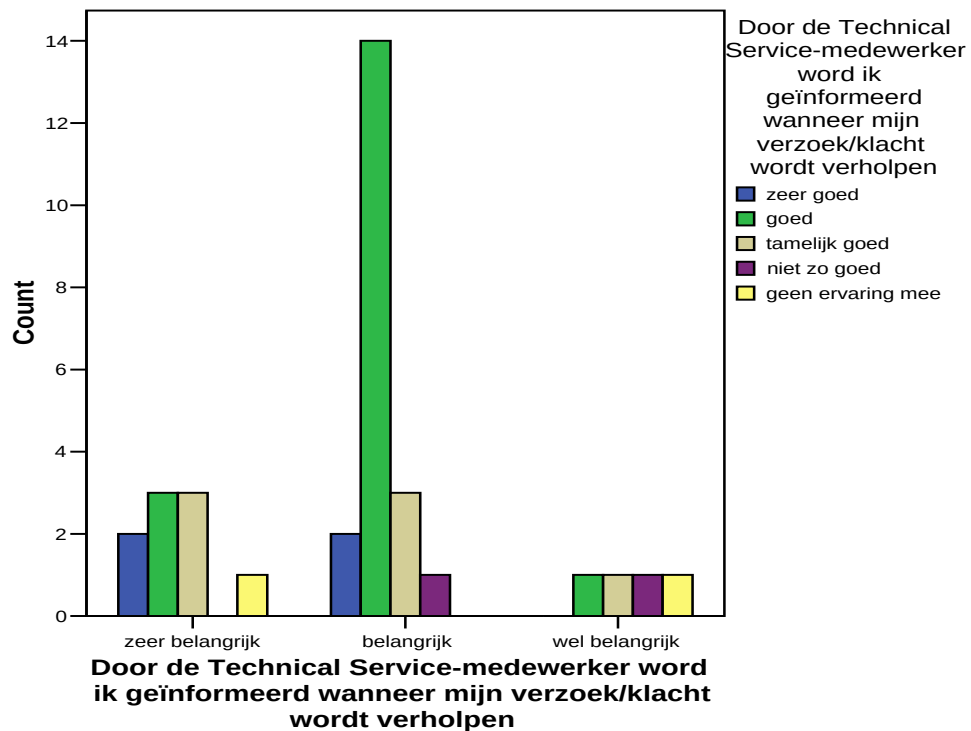
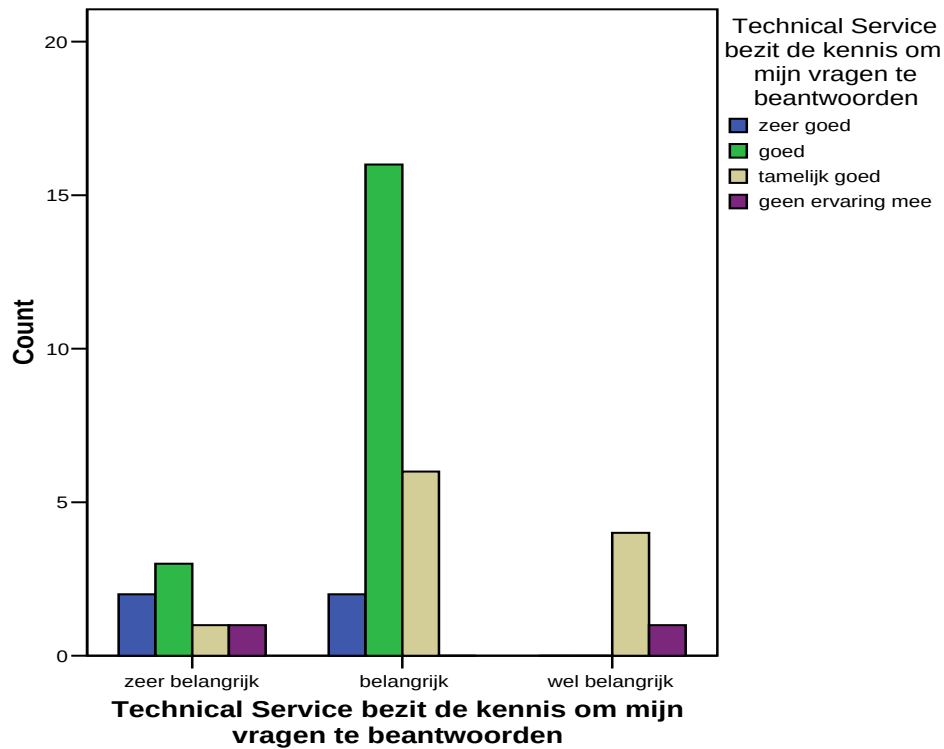
Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid



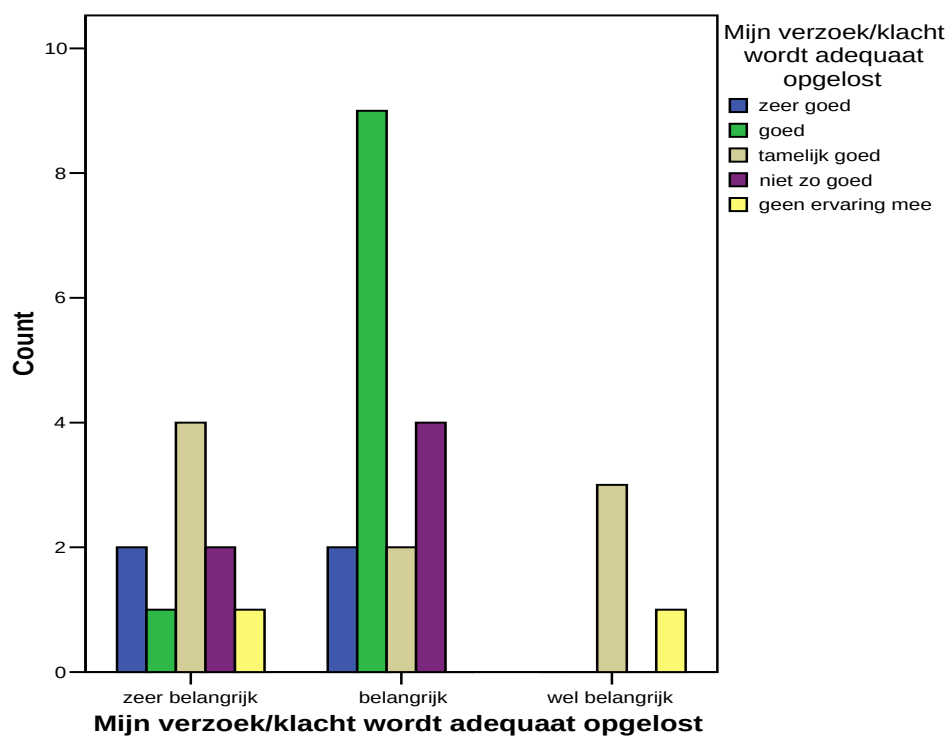
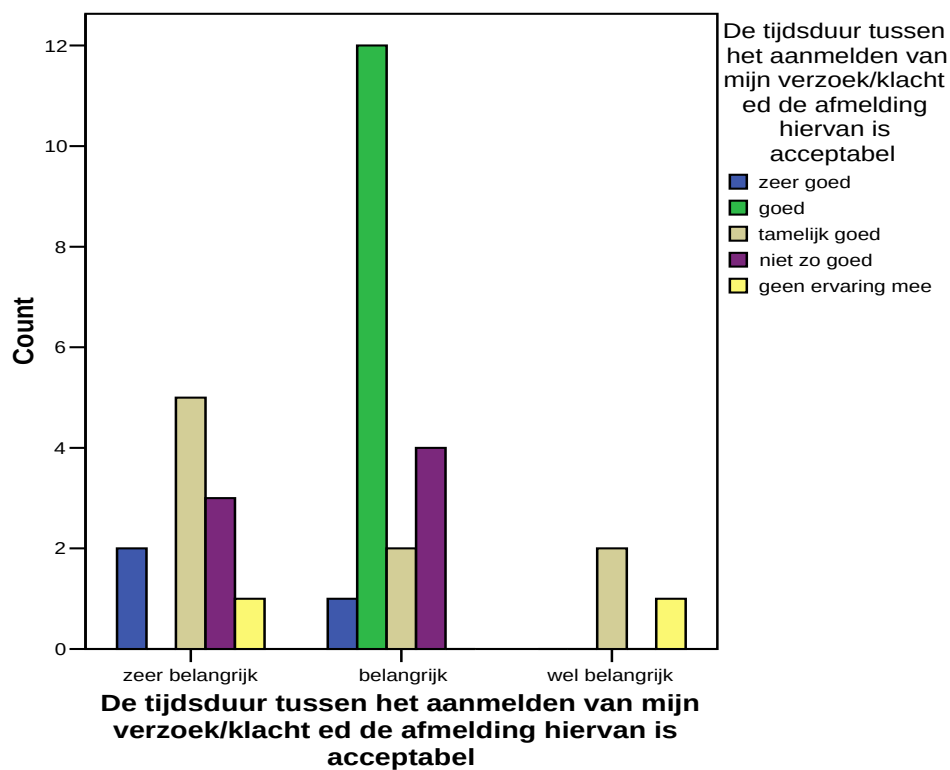
Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid



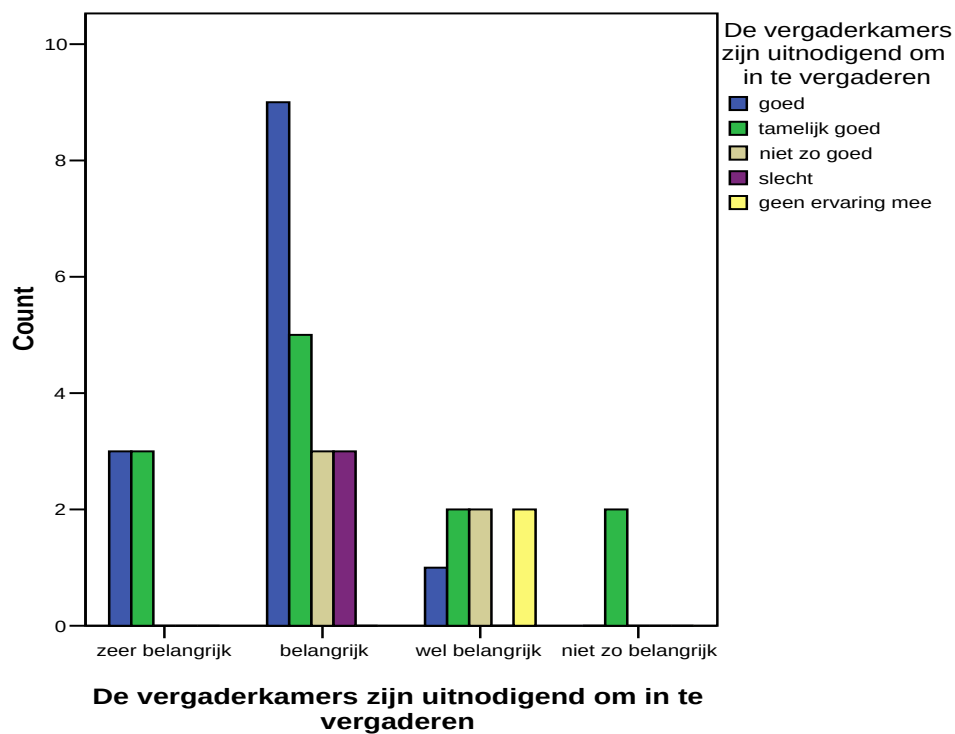
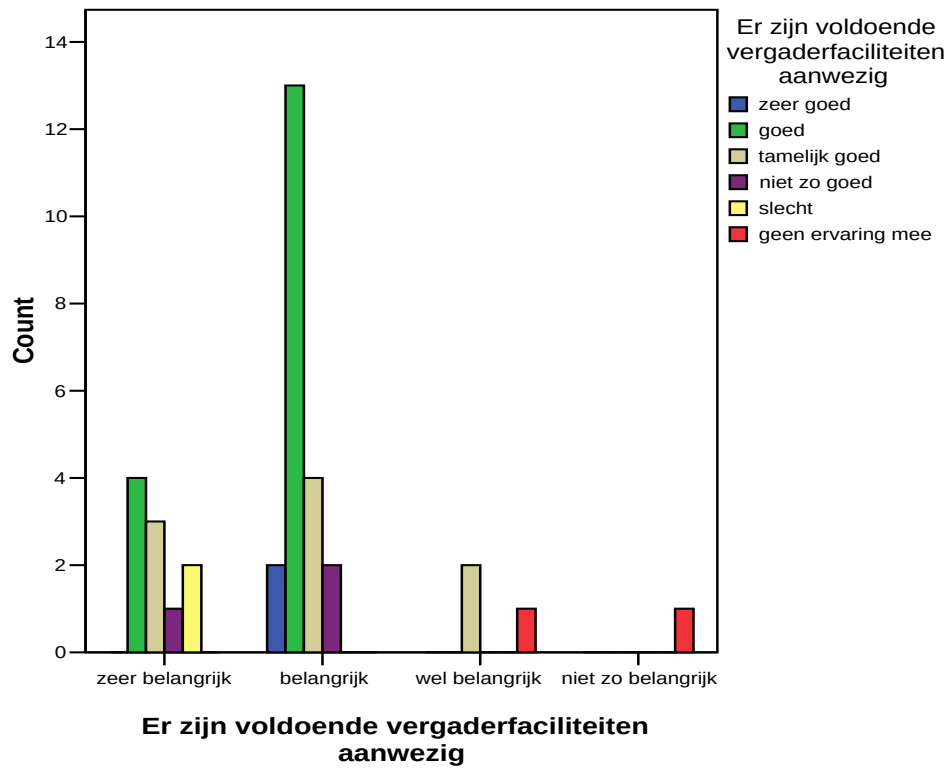
Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid



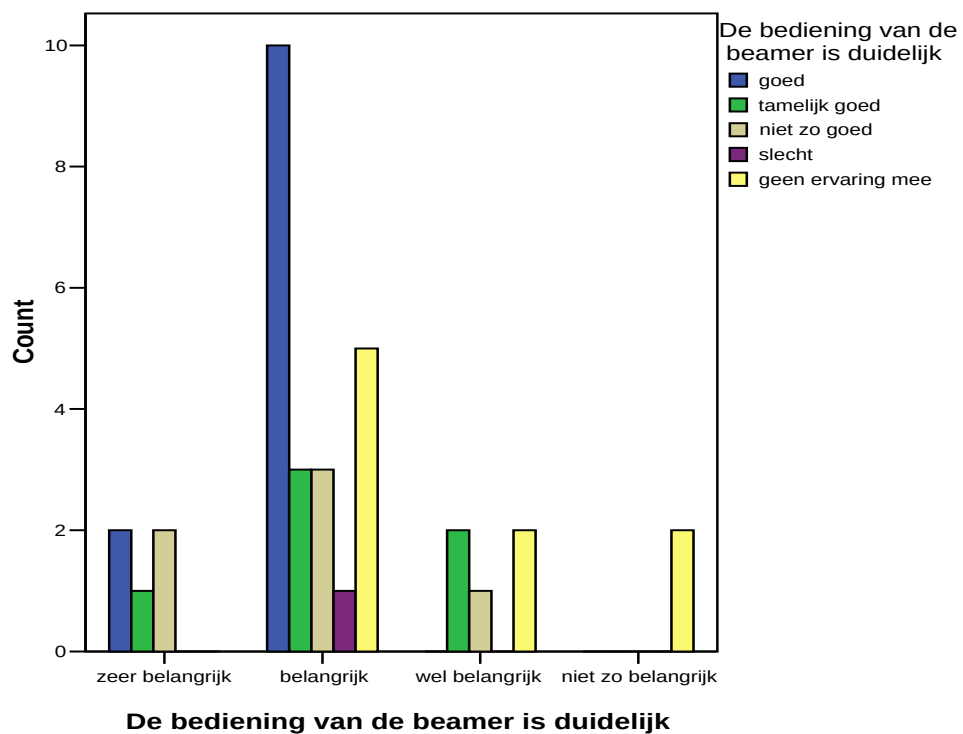
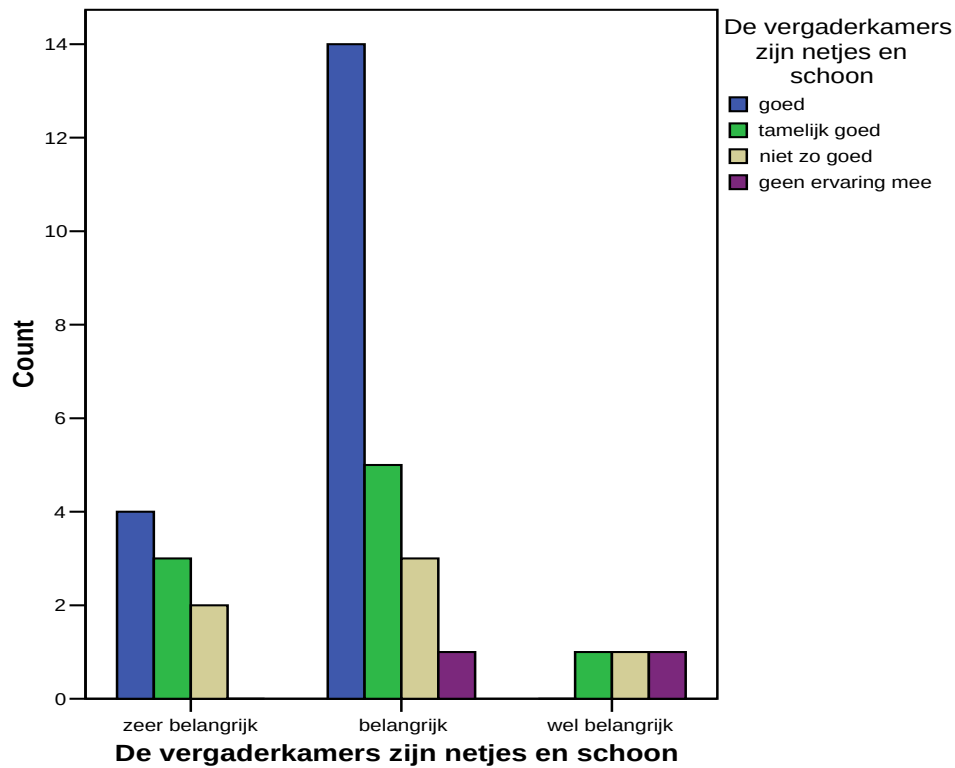
Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid



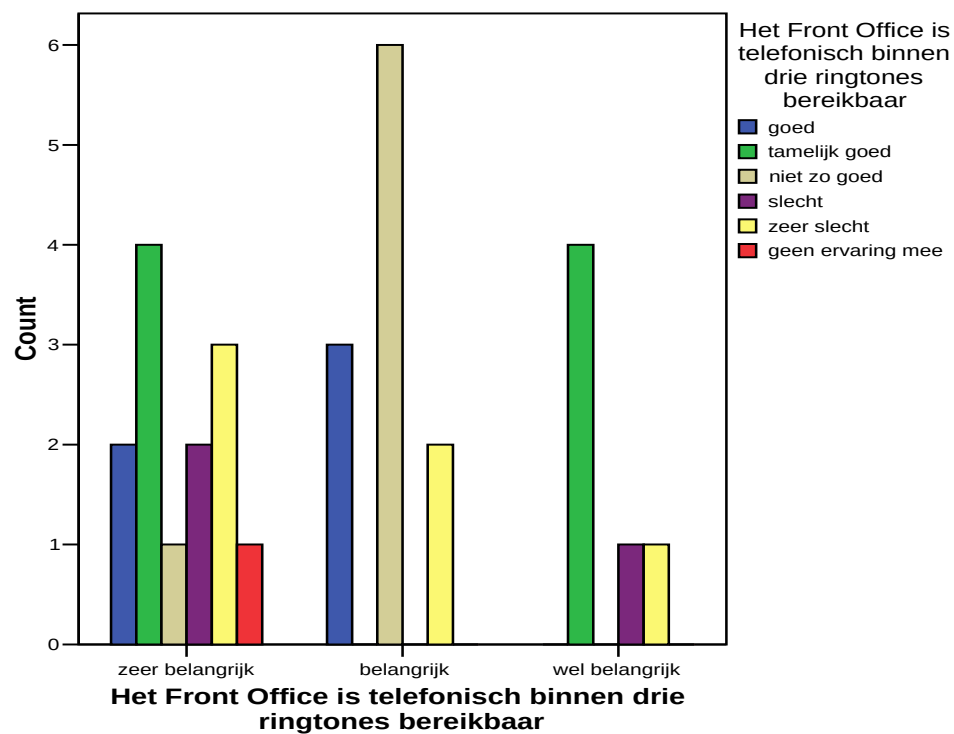
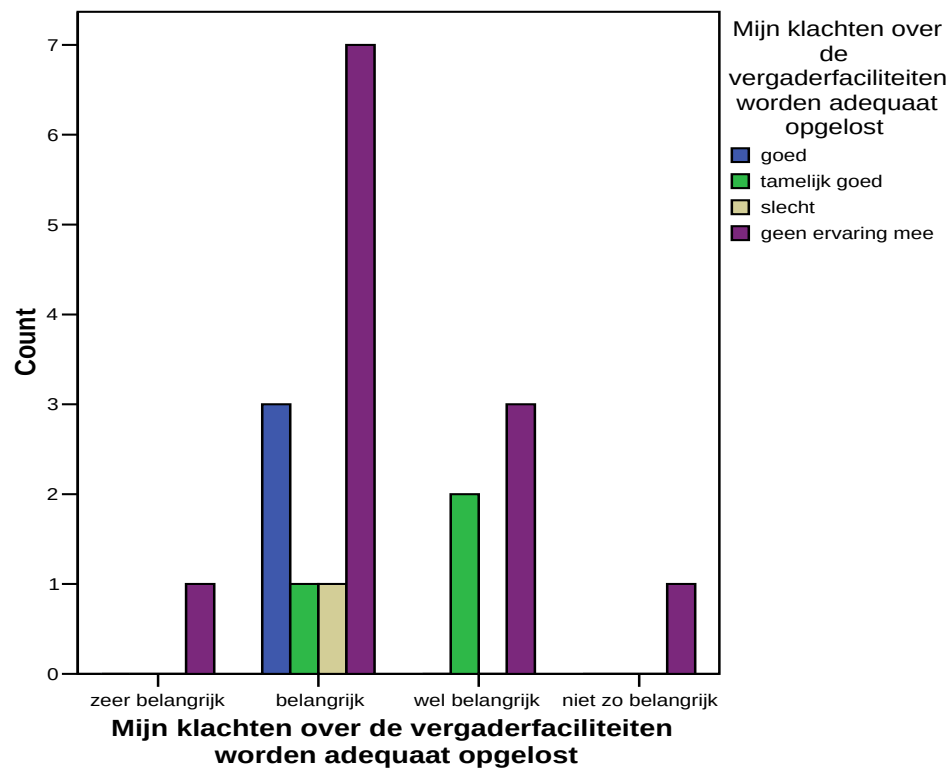
Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid



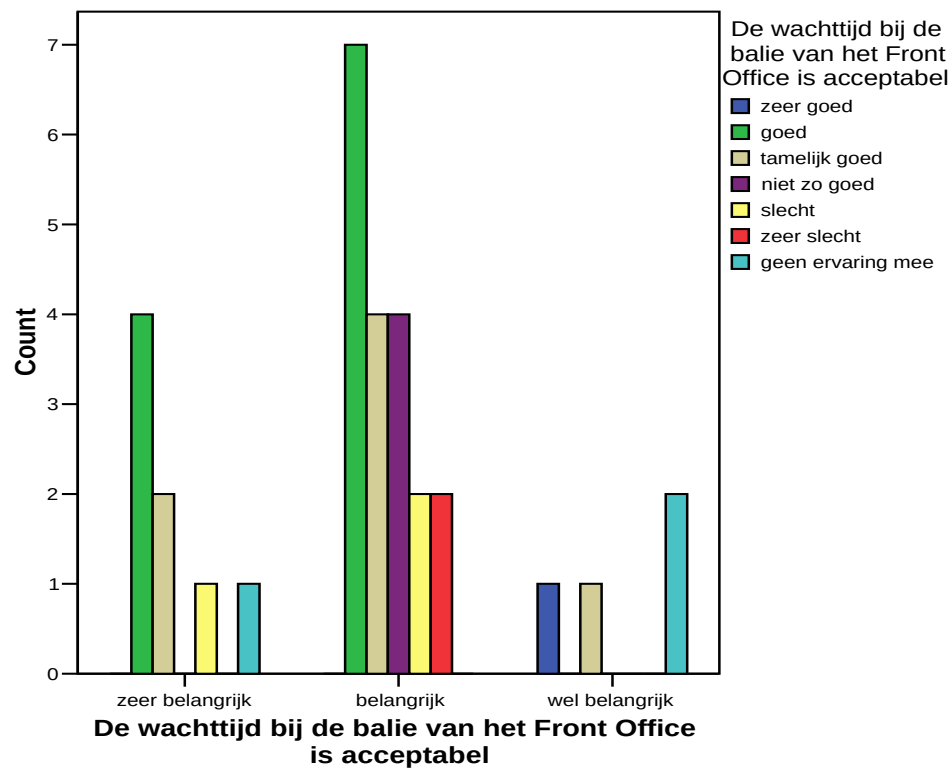
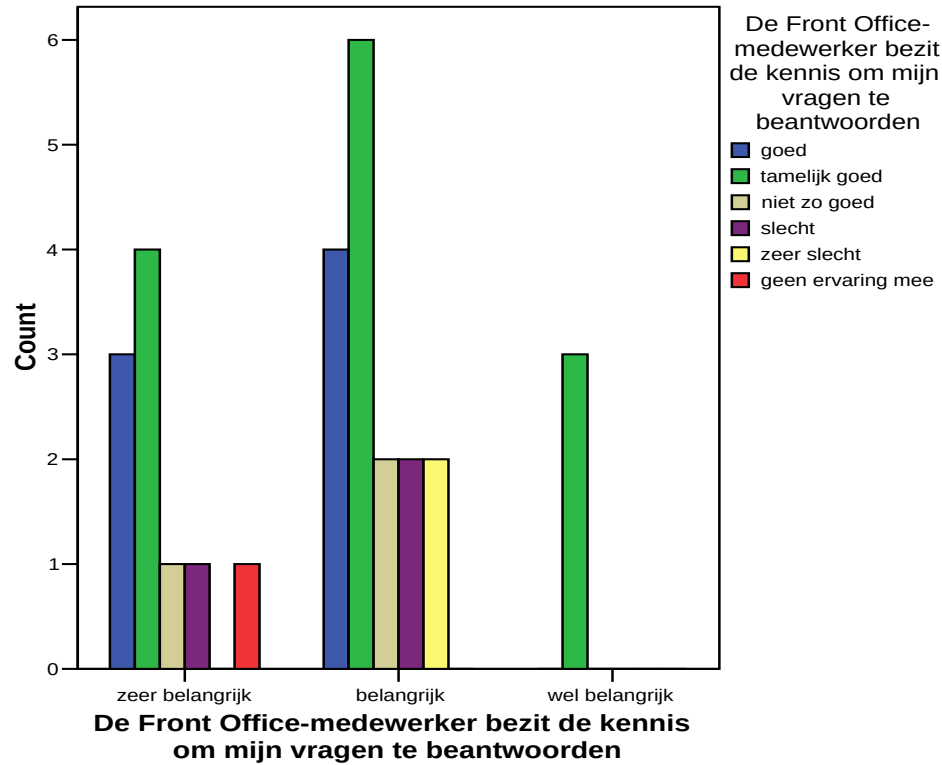
Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid



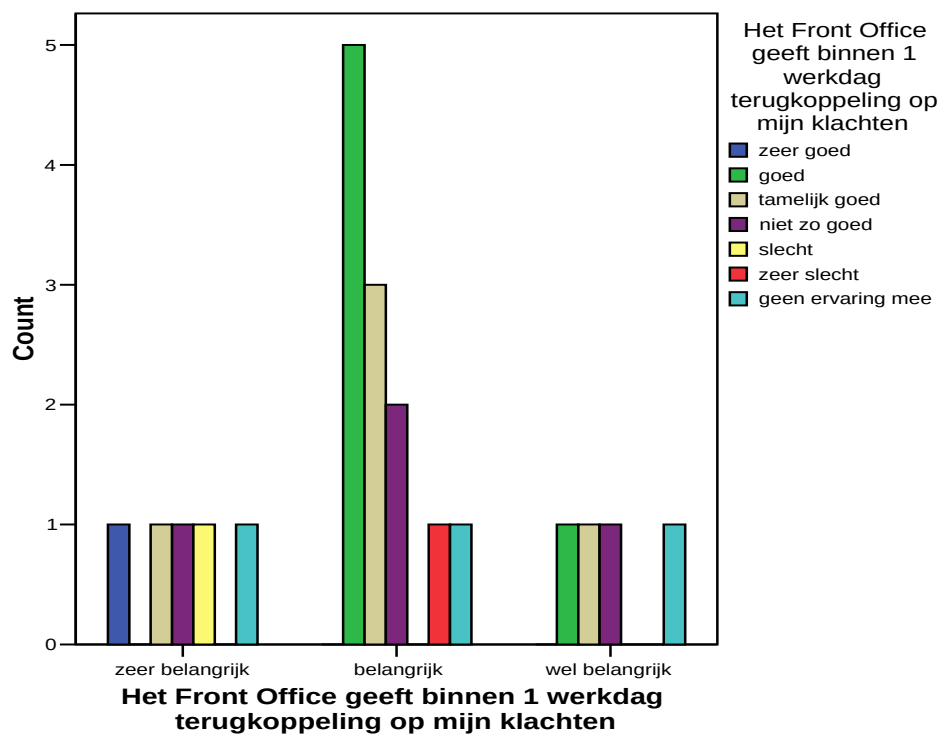
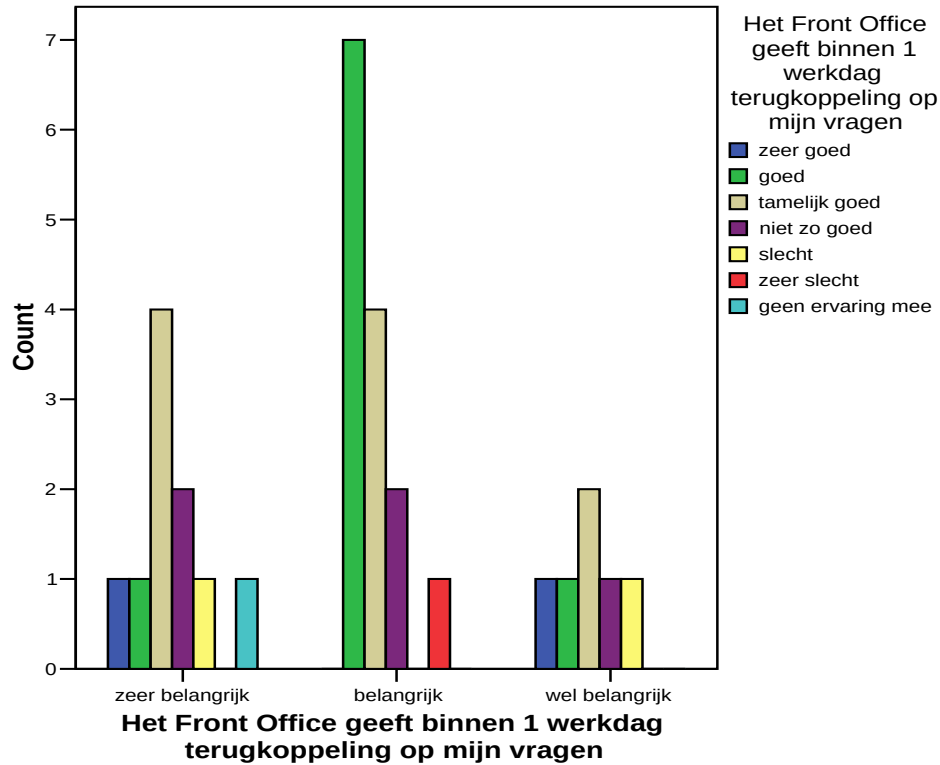
Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid



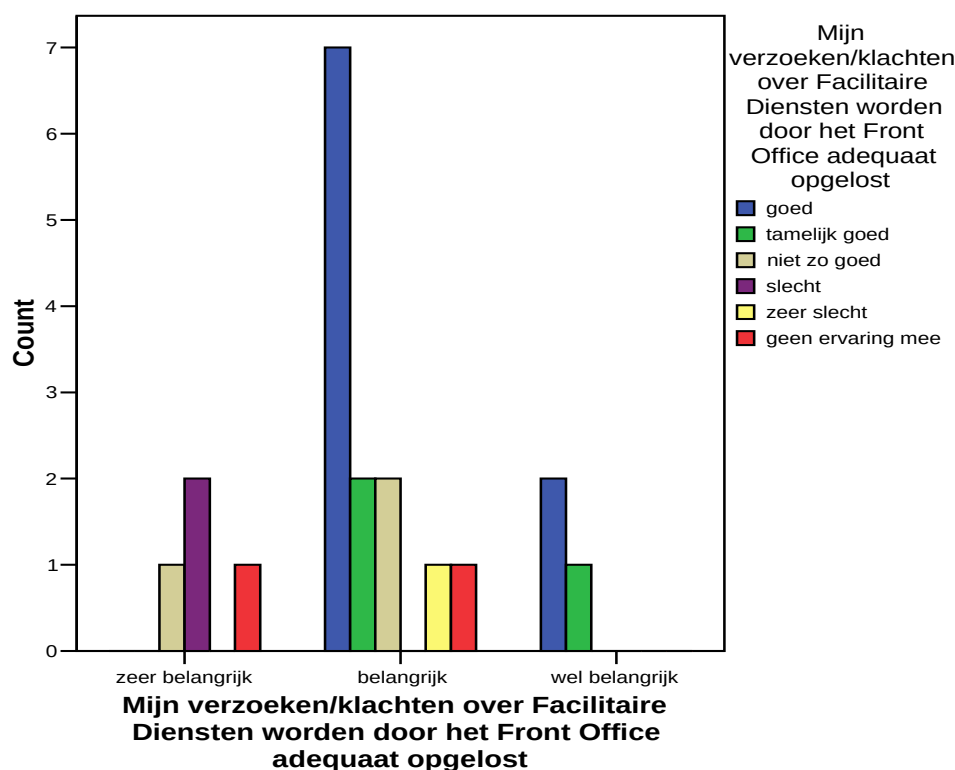
Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid



Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid



Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid



Opmerking van de ondervraagden

Schoonmaak:

De opmerkingen van de ondervraagden over de afdeling volgen hieronder:

De bureaus zijn niet schoon en de computer en het keyboard zijn stoffig. Het lijkt wel of alleen de prullenbak wordt geleegd. Er moet meer aandacht voor de toiletten komen. Onder de bureaus en de vloeren mogen ook schoongemaakt worden. Het toetsenbord is verschoven en het bureau is een puinhoop als de schoonmaak is geweest. Er ligt veel stof en de koelkast is vies. Een gedeelte ligt aan de medewerkers van BT; die maken veel rommel, maar vanuit de kant van de schoonmaker is het niet altijd schoon. De toiletten vaker schoonmaken.

Catering:

De opmerkingen van de ondervraagde over de afdeling volgen hieronder: Het fruit is slecht van kwaliteit en oud. Er moet meer keuze uit gezonde producten komen (groente/ fruit en vegetarische producten. Er is geen keuken voor warme maaltijden en snacks. Het brood is regelmatig oud. Snacks zijn helaas ovenproducten, deze liever in de frituurpan bereiden. Er moeten echte bloemen op tafel of niets. De catering is te duur en de variatie te beperkt.

Receptie:

De opmerkingen van de ondervraagde over de afdeling volgen hieronder: Misschien kunnen er bloemen op de balie en kan de televisie van de eerste verdieping naar beneden. De uitstraling mag professioneler uniforme kleding zou al helpen. De laatste tijd zaten er vaak nieuwe gezichten die niet wisten wat ze moesten doen met bepaalde telefoontjes.

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

Reproservice en postservice:

De opmerkingen van de ondervraagden over de afdeling volgen hieronder: De toegankelijkheid om even snel een kleurenprint te maken is slecht. De printapparatuur op de afdeling voldoet niet. De laatste tijd komen poststukken te laat aan.

Technical Service:

De opmerkingen van de ondervraagden over de afdeling volgen hieronder: Ik ben ontevreden over de lichtkwaliteit. De luchtvochtigheid is nog steeds slecht.

Vergaderservice:

De opmerkingen van de ondervraagde over de afdeling volgen hieronder: De kamers iets meer aankleden. De temperatuur regeling in de kamers is slecht. Veel kamers zijn te klein.

Het Front Office:

De opmerkingen van de ondervraagde over de afdeling volgen hieronder: sinds het vertrek van de van de medewerker zijn de wachttijden er opgelopen. Er zat nooit iemand; zorgen voor meer bezetting of opheffen. Bestaat niet meer, dit is een schande voor een serviceorganisatie. Het vertrek van de medewerker duidelijk merkbaar.

Bijlage IX: Interview facilitair manager Rabobank

Interview Rabobank Vestigingen - Korte Vijverberg 2

Met de heer van der Vlist werkzaam als Facilitair Management en introduceerden Service Level Management 4 jaar geleden bij de Rabobank.

Wat was de reden om Service Level Management te introduceren?

Bij de rabo bank heersten de cultuur van u vraag en wij draaien. Om daar een beetje een lijn in te brengen is men begonnen met de introductie van Service Level Management.

Wat waren de kosten van de invoering van Service Level Management?

De kosten van de invoering kan ik je niet precies vertellen. Dit waren vooral de personeelskosten voor het uitvoeren en het opstellen van de processen. We zijn over gegaan op een service desk, accountmanagement, opstellen van sla's, producten en diensten catalogus en het opstellen van communicatie campagnes op de klanten de cultuur omslag te laten maken.

Wat waren de knelpunten bij de invoering Service Level Management?

Het grootste knelpunt waren de klanten. Het was heel moeilijk om binnen het bedrijf een cultuur omslag te maken. Om naar de klanten de regels te communiceren en te laten gebruiken.

Hoeveel tijd kostte de invoering van Service Level Management?

Binnen een half jaar was Service Level Management binnen de Rabobank geïntroduceerd en we werken er nu al 4 jaar mee met veel succes.

Wat bespaart Service Level Management de organisatie?

De introductie en de extra diensten kosten geld. Het Facilitair bedrijf bespaart nu zins de invoering elk jaar 5% op het totaal Facilitair budget dus dat is 20% van 11 miljoen euro dus reken maar uit.

Wat waren nadelen van de invoering?

Bij het invoeren van Service Level Management heeft als nadeel dat het systeem ambtelijk kan worden. Door te veel formulieren te gebruiken en medewerker die op het systeem gaan hangen en het systeem log en bureaucratie maken. Dus bij Service Level Management moet men altijd waken om niet de flexibiliteit te verliezen regels zijn goed maar en moet altijd ruimte zijn om de klant tegemoet te komen. Bij Service Level Management moet je niet vast komen zitten in procedures maar van de klantwens uit blijven gaan.

Is er een verandering in het bestel gedrag van de klanten te zien?

We hebben eigenlijk nooit echt naar de werkelijke opbrengsten van voor de introductie en na de introductie gekeken, maar een feit is dat er door de afdelingen nu men de kosten zelf ziet veel bewuster is gaan bestellen dus dit heeft natuurlijk geld bespaard.

Bijlage X: Toelichting op kostenbesparing

De nummers corresponderen met de geformuleerde stappen in hoofdstuk 8 van het verslag. Ze zijn te vinden in de eerste kolom van de tabellen.

1. De individuele overleggen met de afdelingen zullen plaats vinden met 6 medewerkers van alle afdelingen die onderzocht zijn. De besprekingen duren een uur en voor de Facilitair Manager 6 uur.

Berekening: $(€ 1794,-^1 / 160 \text{ uur} * 6 \text{ uur}) + (€ 2255,-^2 / 160 \text{ uur} * 6 \text{ uur})$

2. Rapport opstellen van de uitkomsten en verbeterpunten uit de gesprekken. Het 40 uur uitwerken door de Facilitair Manager Zoetermeer.

Berekening: $€ 2255,- / 160 \text{ uur} * 40 \text{ uur}$

3. De terugkoppeling met de afdelingen individueel zullen plaats vinden met 6 medewerkers van alle afdelingen die onderzocht zijn. De besprekingen duren een uur en voor de Facilitair Manager 6 uur.

Berekening: $(€ 1794,- / 160 \text{ uur} * 6 \text{ uur}) + (€ 2255,- / 160 \text{ uur} * 6 \text{ uur})$

4. Overleg op nationaal en internationaal niveau over de te varen koers, 16uur Facilitair Manager Benelux en 16uur Algemeen Directeur Benelux.

Berekening: $(€ 2563,-^3 / 160 \text{ uur} * 16 \text{ uur}) + (€ 2563,-^4 / 160 \text{ uur} * 16 \text{ uur})$

5. Besluitvorming uitdragen naar de vestigingen Amsterdam, Brussel en Zoetermeer 16 uur Facilitair Manager Benelux en 16 uur Algemeen Directeur.

Berekening: $(€ 2563,- / 160 \text{ uur} * 16 \text{ uur}) + (€ 2563,- / 160 \text{ uur} * 16 \text{ uur})$

6. Beleid operationaliseren naar verschillende afdelingen op locatieniveau. Uitwerken Facilitair Manager Zoetermeer 3 maanden

Berekening: $€ 2441,- * 3 \text{ maanden}$

7. Evaluatie van de klanttevredenheid. Dit gebeurt elk jaar behalve het eerste jaar.

Berekening: $(€ 2563,- / 160 \text{ uur} * 16 \text{ uur}) + (€ 2255,- / 160 \text{ uur} * 16 \text{ uur})$

8. Kijken naar de toekomst van het Front Office 16 uur Facilitair Manager Benelux en 16 uur Facilitair Manager Zoetermeer.

Berekening: $(€ 2255,- / 160 \text{ uur} * 16 \text{ uur}) + (€ 2563,- / 160 \text{ uur} * 16 \text{ uur})$

9. Het aanstellen van een Front desk medewerker.

Het jaarsalaris van de medewerker is: 12 maanden * € 1794,-

10. Het inwerken van de medewerker 40 uur Front desk medewerker en 40 uur Facilitair Manager Zoetermeer.

Berekening: $(€ 1794,- / 160 \text{ uur} * 40 \text{ uur}) + (€ 2255,- / 160 \text{ uur} * 40 \text{ uur})$

¹ Bron: monsterboard.nl/loonwijzer/salariescheck.asp Een aanname op basis van functie en ervaring ingevuld.

² Bron: monsterboard.nl/loonwijzer/salariescheck.asp Een aanname op basis van functie en ervaring ingevuld

³ Bron: monsterboard.nl/loonwijzer/salariescheck.asp Een aanname op basis van functie en ervaring ingevuld.

⁴ Bron: monsterboard.nl/loonwijzer/salariescheck.asp Een aanname op basis van functie en ervaring ingevuld.

Klanttevredenheid kan niet zonder een goed beleid

11. Een cursus kwaliteitsmanagement voor de frontdesk medewerker en de facilitair manager.
Een cursus kwaliteitsmanagement, DOOR Training & Consulting op HBO niveau € 1170,-
(exclusief BTW) per persoon

12. Het inventariseren van de wensen en eisen van de medewerker op de werkvloer door 6
Afdelingshoofden voor 1 maand
Berekening: 6 personen * € 2563,-

13. Overleg op locatieniveau over de wensen en eisen van de medewerker
12 uur Facilitaire Manager Zoetermeer 12 uur afdelingshoofd.
Berekening: € 2563,- / 160 uur * 24 uur

14. Inventariseren welke wensen en eisen van de medewerker mogelijk zijn.
16uur Facilitaire Manager Benelux en 16uur Facilitair Manager Zoetermeer.
Berekening: (€ 2255,- / 160 uur * 16 uur) + (€ 2563,- / 160 uur * 16 uur)

15. Overleggen naar mogelijkheden en budget 50 uur Facilitair Manager Benelux 50 uur en de
Facilitair Manager Zoetermeer.
Berekening: (€ 2255,- / 160 uur * 50 uur) + (€ 2563,- / 160 uur * 50 uur)

16. Uitwerken van een producten- en dienstencatalogus. 4 maanden bankzitter⁵
Berekening: 4 maanden * € 1794,-

17. Het opstellen van het servicecontract 24 uur Facilitair Manager Benelux 24 uur Facilitair
Manager Zoetermeer.
Berekening: (€ 2255,- / 160 uur * 24 uur) + (€ 2563,- / 160 uur * 24 uur)

18. Het beschrijven van de Service Level Agreements 60 uur Facilitair Manager Zoetermeer
60 uur afdelingshoofden.
Berekening: € 2563 / 160 uur * 120 uur

19. Werkafspraken maken en werkprocedures vaststellen 6 medewerkers x 4 uur Facilitair
Manager.
Berekening: (€ 1794,- / 160 uur * 24 uur) + (€ 2255,- / 160 uur * 24 uur)

20. De indirecte kosten in een organisatie te 'verbijzonderen' naar andere functies afdelingen
Facilitair Manager Zoetermeer
Berekening: 2 maanden* € 2441,-

21. Opleiden van accountmanagers 40 uur Finance medewerker en 40 uur Facilitair Manager
Zoetermeer.
Berekening: € 2255,- / 160 uur * 80 uur

22. Klanttevredheidsonderzoek laten uitvoeren door een stagiair 5 maanden 1 stagiair.
Berekening: 5 maanden * € 275⁶,-

⁵ Dit zijn gedetacheerde medewerkers die op het moment geen werk hebben bij een klant van BT

⁶ Bron: Het bedrag wat BT per maand aan een stagiair toekent.