

De quickscan uitkomsten



Een eerste blik
op de resultaten

Disclaimer!

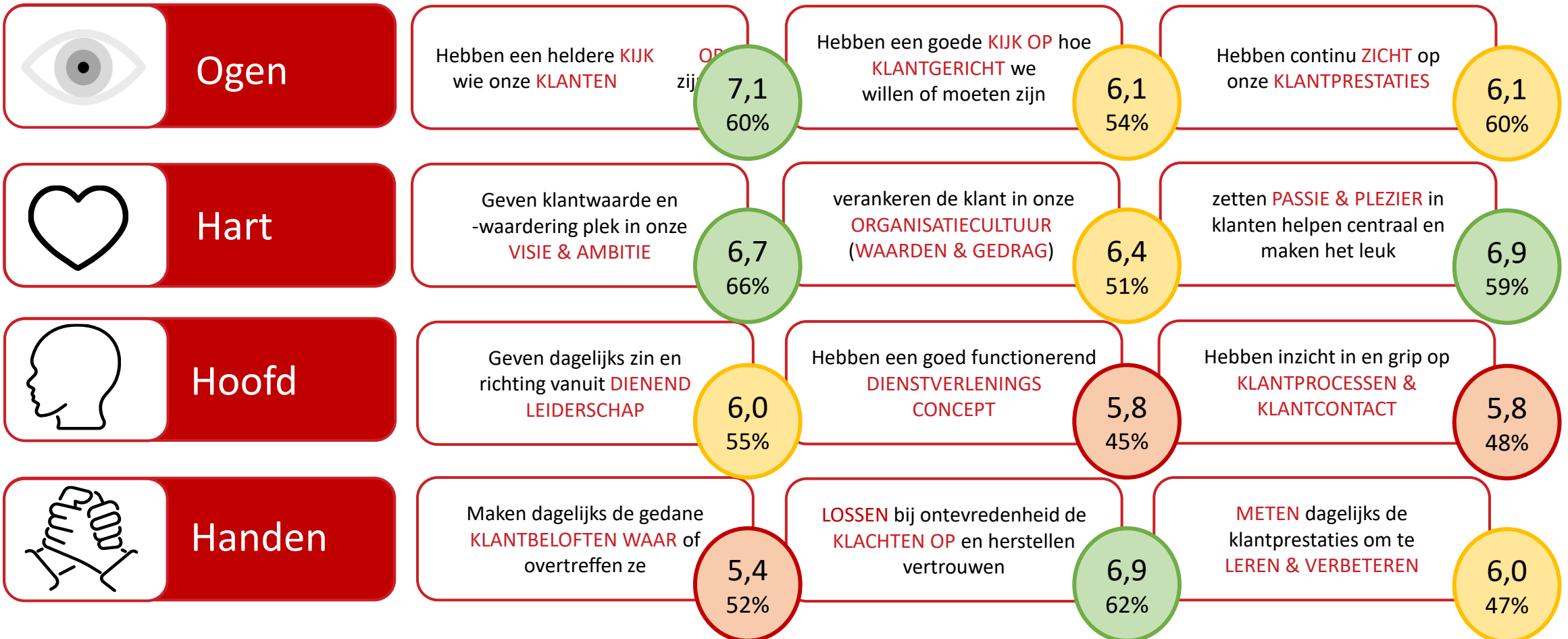


Helpt Klantgericht Maatschappelijk Ondernemen

- De resultaten zijn gebaseerd op de quickscan (36 vragen) en niet op een complete doormeting van het Klantgerichtheid-in-Kaart model (100+ meetpunten).
- De resultaten zijn de mening van 1 of enkele collega's. Discussie over de verschillen van inzicht/inschatting/ervaring verrijkt de scorebepaling!
- Gebruik de uitkomsten daarom vooral voor dialoog en als aanzet tot een goede positie- en ambitiebepaling.
- Laat je svp begeleiden door een KWH-adviseur of H3ROES als je een brede scan met je MT of in de organisatie wilt realiseren!

Groepsscore gemiddeld

WIJ ALS KLANTGERICHTE WONINGCORPORATIE...



Waar zitten de Uitdagingen?

WIJ ALS KLANTGERICHTE WONINGCORPORATIE...



Ogen

zonder klant in zicht
niet klantgericht

Geen filantropie:
gezonde strategie!

De normen vs
ons eigen normaal

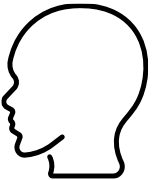


Hart

Droom vs daad: hoe
gedragen is de visie?

Van basaal doen wat
we zeggen tot echt
inleven

Doe maar gewoon,
het is ons al snel te
gek!



Hoofd

Ruimte geven,
ruimte nemen &
ondersteunen!

Hoe krijgen we écht
een klik met de klant?

Beter contact, niet
vaker of minder vaak



Handen

Niet doen wat we
zeggen...ook niet duidelijk
zeggen wat we doen

Responsiviteit en
oprechte aandacht
voorkomt ruis

Verandering is geen
lang proces, maar een
dagelijkse actie

Toelichtingen per bouwsteen



Een aantal
voorbeelden

Doet klantinzicht ertoe?



Helpt Klantgericht Maatschappelijk Ondernemen

Ja!

Actuele en complete bewonerskennis -binnen dat wat wettelijk is toegestaan- is essentieel. Het helpt de woningcorporatie om beter aan te sluiten bij de wensen en behoeften van bewoners, middelen gericht in te zetten en problemen vroegtijdig te signaleren. Zo kan de corporatie effectief, rechtvaardig en in vertrouwen met bewoners samenwerken aan leefbare buurten.

Wat als je de ambitie op bewonersgerichtheid los laat



Helpt Klantgericht Maatschappelijk Ondernemen

- I. Verlies van vertrouwen van bewoners
- II. Slechtere reputatie (straalt mogelijk ook af op collega-corpo's)
- III. Meer klachten en escalaties
- IV. Meer agressie
- V. Gefrustreerde medewerkers/werkdruk
- VI. Bewoners voelen zich niet gezien en gehoord
- VII. Minder draagvlak voor plannen en meer weerstand
- VIII. Oplossingen die wij bedenken sluiten niet aan bij behoefte van bewoners
- IX. Je mist aansluiting met de praktijk/werkelijkheid

Er is 100% commitment om de afgesproken kwaliteit ook te leveren



Helpt Klantgericht Maatschappelijk Ondernemen

- Die commitment is zeker niet 100%. Ik denk dat de plannen niet concreet genoeg zijn en er wordt te weinig op gestuurd.
- Wij hebben onze klantprestaties wel in zicht, maar we doen niet heel veel met die informatie. De vertaalslag naar actie is er wel, maar niet concreet genoeg en er is nauwelijks sturing.
- Er is nu een nieuw groepje collega's dat de Klantwaardering nieuw leven gaat inblazen. We willen graag concrete plannen maken en ook zorgen dat collega's zich eraan houden. Daarbij is het een uitdaging/ belangrijk dat we het positief insteken, en het niet laten voelen als een afstraffing.
- Een andere uitdaging is motivatie; we scoren heel gemiddeld. Dus collega's voelen niet direct de noodzaak om te veranderen; het gaat goed zoals het gaat (en ze zijn druk zat).

Wie scoorde hoe goed en waarop?



Let op: uitkomsten alleen bedoeld voor deling/bespreking binnen Bootcamp 2025
deelnemersgroep!

Wie scoorde
waar hoog op ?

WIJ ALS KLANTGERICHTE WONINGCORPORATIE...



Ogen

Dionne
ZOwonen

Ciska Smit
WoonOpMaat

Ellis Verboort
Brabant Wonen

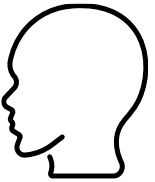


Hart

Elvera Weusten
ZOwonen

Edwin Knijnenburg
Staedion

Maryenka Overweg
OFW



Hoofd

Manon van 't Hoff
Parteon

Ciska Smit
WoonOpMaat

Edwin Knijnenburg
Staedion



Handen

???

Elvera Weusten
ZOwonen

Manon van 't Hoff
Parteon

Score van:

Manon van 't Hoff

m.van.t.hoff@parteon.nl

WIJ ALS KLANTGERICHTE WONINGCORPORATIE...



Ogen

Hebben een heldere **KIJK OP** wie onze **KLANTEN** zijn

9

58%

Hebben een goede **KIJK OP** hoe **KLANTGERICHT** we willen of moeten zijn

7

75%

Hebben continu **ZICHT** op onze **KLANTPRESTATIES**

3

42%



Hart

Geven klantwaarde en -waardering plek in onze **VISIE & AMBITIE**

6

67%

verankeren de klant in onze **ORGANISATIECULTUUR (WAARDEN & GEDRAG)**

6

50%

zetten **PASSIE & PLEZIER** in klanten helpen centraal en maken het leuk

7

58%



Hoofd

Geven dagelijks zin en richting vanuit **DIENEND LEIDERSCHAP**

9

83%

Hebben een goed functionerend **DIENSTVERLENINGS CONCEPT**

7

67%

Hebben inzicht in en grip op **KLANTPROCESSEN & KLANTCONTACT**

8

67%



Handen

Maken dagelijks de gedane **KLANTBELOFTEN WAAR** of overtreffen ze

5

58%

LOSSEN bij ontevredenheid de **KLACHTEN OP** en herstellen vertrouwen

7

92%

METEN dagelijks de klantprestaties om te **LEREN & VERBETEREN**

10

50%

Score van:

Marion Gorlach

mg@dewoningstichting.nl

WIJ ALS KLANTGERICHTE WONINGCORPORATIE...



Score van:

Ciska Smit

smit.c@woonopmaat.nl

WIJ ALS KLANTGERICHTE WONINGCORPORATIE...



Score van:

Kirsten ter Halle

k.terhalle@welbions.nl

WIJ ALS KLANTGERICHTE WONINGCORPORATIE...



Score van:

Maryenka Overweg

maryenkaoverweg@ofw.nl

WIJ ALS KLANTGERICHTE WONINGCORPORATIE...



Score van:

Elvera Weusten

e.weusten@zowonen.com

WIJ ALS KLANTGERICHTE WONINGCORPORATIE...



Ogen

Hebben een heldere **KIJK OP** wie onze **KLANTEN** zijn

7
67%

Hebben een goede **KIJK OP** hoe **KLANTGERICHT** we willen of moeten zijn

4
33%

Hebben continu **ZICHT** op onze **KLANTPRESTATIES**

7
67%



Hart

Geven klantwaarde en -waardering plek in onze **VISIE & AMBITIE**

9
92%

verankeren de klant in onze **ORGANISATIECULTUUR (WAARDEN & GEDRAG)**

6
50%

zetten **PASSIE & PLEZIER** in klanten helpen centraal en maken het leuk

5
33%



Hoofd

Geven dagelijks zin en richting vanuit **DIENEND LEIDERSCHAP**

5
42%

Hebben een goed functionerend **DIENSTVERLENINGS CONCEPT**

7
58%

Hebben inzicht in en grip op **KLANTPROCESSEN & KLANTCONTACT**

5
25%



Handen

Maken dagelijks de gedane **KLANTBELOFTEN WAAR** of overtreffen ze

5
58%

LOSSEN bij ontevredenheid de **KLACHTEN OP** en herstellen vertrouwen

8
92%

METEN dagelijks de klantprestaties om te **LEREN & VERBETEREN**

6
58%

Score van:

Edwin Knijnenburg

ekn@staedion.nl

WIJ ALS KLANTGERICHTE WONINGCORPORATIE...



Ogen

Hebben een heldere **KIJK OP** wie onze **KLANTEN** zijn

8

75%

Hebben een goede **KIJK OP** hoe **KLANTGERICHT** we willen of moeten zijn

7

58%

Hebben continu **ZICHT** op onze **KLANTPRESTATIES**

8

58%



Hart

Geven klantwaarde en -waardering plek in onze **VISIE & AMBITIE**

0

67%

verankeren de klant in onze **ORGANISATIECULTUUR (WAARDEN & GEDRAG)**

8

75%

zetten **PASSIE & PLEZIER** in klanten helpen centraal en maken het leuk

8

75%



Hoofd

Geven dagelijks zin en richting vanuit **DIENEND LEIDERSCHAP**

7

58%

Hebben een goed functionerend **DIENSTVERLENINGS CONCEPT**

8

58%

Hebben inzicht in en grip op **KLANTPROCESSEN & KLANTCONTACT**

8

75%



Handen

Maken dagelijks de gedane **KLANTBELOFTEN WAAR** of overtreffen ze

6

58%

LOSSEN bij ontevredenheid de **KLACHTEN OP** en herstellen vertrouwen

7

67%

METEN dagelijks de klantprestaties om te **LEREN & VERBETEREN**

8

50%

Score van:

Ellis Verboort

e.verboort@brabantwonen.nl

WIJ ALS KLANTGERICHTE WONINGCORPORATIE...



Score van:

Laura Selten

l.selten@zowonen.com

WIJ ALS KLANTGERICHTE WONINGCORPORATIE...



Score van:

Marieke Pieters

m.pieters@gooienom.nl

WIJ ALS KLANTGERICHTE WONINGCORPORATIE...



Ogen

Hebben een heldere **KIJK OP** wie onze **KLANTEN** zijn

7

58%

Hebben een goede **KIJK OP** hoe **KLANTGERICHT** we willen of moeten zijn

6

42%

Hebben continu **ZICHT** op onze **KLANTPRESTATIES**

7

83%



Hart

Geven klantwaarde en -waardering plek in onze **VISIE & AMBITIE**

7

58%

verankeren de klant in onze **ORGANISATIECULTUUR (WAARDEN & GEDRAG)**

4

25%

zetten **PASSIE & PLEZIER** in klanten helpen centraal en maken het leuk

5

58%



Hoofd

Geven dagelijks zin en richting vanuit **DIENEND LEIDERSCHAP**

3

33%

Hebben een goed functionerend **DIENSTVERLENINGS CONCEPT**

3

42%

Hebben inzicht in en grip op **KLANTPROCESSEN & KLANTCONTACT**

3

33%



Handen

Maken dagelijks de gedane **KLANTBELOFTEN WAAR** of overtreffen ze

6

42%

LOSSEN bij ontevredenheid de **KLACHTEN OP** en herstellen vertrouwen

7

75%

METEN dagelijks de klantprestaties om te **LEREN & VERBETEREN**

7

42%

Score van:

Marianne Hurkmans

m.hurkmans@velisonwonen.nl

WIJ ALS KLANTGERICHTE WONINGCORPORATIE...



Score van:

Erna de Groot

e.degroot@velisonwonen.nl

WIJ ALS KLANTGERICHTE WONINGCORPORATIE...



Score van:

Ferty Maulidhinna

Maulidhinna@woonopmaat.nl

WIJ ALS KLANTGERICHTE WONINGCORPORATIE...



Ogen

Hebben een heldere **KIJK OP** wie onze **KLANTEN** zijn

7

33%

Hebben een goede **KIJK OP** hoe **KLANTGERICHT** we willen of moeten zijn

9

75%

Hebben continu **ZICHT** op onze **KLANTPRESTATIES**

6

58%



Hart

Geven klantwaarde en -waardering plek in onze **VISIE & AMBITIE**

9

67%

verankeren de klant in onze **ORGANISATIECULTUUR (WAARDEN & GEDRAG)**

6

33%

zetten **PASSIE & PLEZIER** in klanten helpen centraal en maken het leuk

7

33%



Hoofd

Geven dagelijks zin en richting vanuit **DIENEND LEIDERSCHAP**

5

67%

Hebben een goed functionerend **DIENSTVERLENINGS CONCEPT**

8

42%

Hebben inzicht in en grip op **KLANTPROCESSEN & KLANTCONTACT**

7

25%



Handen

Maken dagelijks de gedane **KLANTBELOFTEN WAAR** of overtreffen ze

6

50%

LOSSEN bij ontevredenheid de **KLACHTEN OP** en herstellen vertrouwen

6

25%

METEN dagelijks de klantprestaties om te **LEREN & VERBETEREN**

5

25%

Score van:

Dionne van Kan

d.van.kan@zowonen.nl

WIJ ALS KLANTGERICHTE WONINGCORPORATIE...



Ogen

Hebben een heldere **KIJK OP** wie onze **KLANTEN** zijn

9

67%

Hebben een goede **KIJK OP** hoe **KLANTGERICHT** we willen of moeten zijn

5

42%

Hebben continu **ZICHT** op onze **KLANTPRESTATIES**

6

58%



Hart

Geven klantwaarde en -waardering plek in onze **VISIE & AMBITIE**

8

83%

verankeren de klant in onze **ORGANISATIECULTUUR (WAARDEN & GEDRAG)**

5

33%

zetten **PASSIE & PLEZIER** in klanten helpen centraal en maken het leuk

8

75%



Hoofd

Geven dagelijks zin en richting vanuit **DIENEND LEIDERSCHAP**

4

42%

Hebben een goed functionerend **DIENSTVERLENINGS CONCEPT**

3

25%

Hebben inzicht in en grip op **KLANTPROCESSEN & KLANTCONTACT**

6

42%



Handen

Maken dagelijks de gedane **KLANTBELOFTEN WAAR** of overtreffen ze

6

42%

LOSSEN bij ontevredenheid de **KLACHTEN OP** en herstellen vertrouwen

8

58%

METEN dagelijks de klantprestaties om te **LEREN & VERBETEREN**

3

33%

Score van:

Richard Rojer

richard.rojer@goedestede.nl

WIJ ALS KLANTGERICHTE WONINGCORPORATIE...

