Onderzoek naar dienstverlening van leveranciers hulpmiddelen

Eisen gebruikers worden belangrijk in revalidatiemarkt

Bij de invoering van de Wet Voorzieningen Gehandicapten (WVG) zal de dienstverlening van leveranciers en de kwaliteit van de door hen geleverde hulpmiddelen een belangrijk criterium vormen voor de keuze van een leverancier van hulpmiddelen. Gemeenten zijn er immers niet bij gebaat om mensen aan het loket te krijgen met problemen met hun hulpmiddel en/of dienstverlening van leveranciers. Om een marktaandeel te behouden of te vergroten wordt het voor leveranciers steeds belangrijker om rekening te houden met eisen en wensen van gebruikers van hulpmiddelen en financiers. Met behulp van onderzoek kunnen die eisen en wensen geïnventariseerd worden. Drs Paul Ketelaar geeft in dit artikel aan wat een onderzoek naar de dienstverlening van leveranciers inhoudt, wat het oplevert en waarmee rekening moet worden gehouden. Ketelaar beheerst samen met een compagnon een communicatie-adviesbureau en is tevens docent Marketing-communicatie bij de vakgroep Communicatiemethoden aan de Katholieke Universiteit Nijmegen.

Als essentieel onderdeel van een effectief marketingbeleid laten tegenwoordig steeds meer bedrijven onder hun klanten onderzoek doen naar de kwaliteit van hun produkten en dienstverlening. De resultaten van een onderzoek onder klanten maken duidelijk welk beeld zij van het bedrijf hebben en hoe zij de produkten en/of dienstverlening waarderen. Op basis van die uitkomsten kan dan een marketingbeleid worden aangepast en kunnen actiepunten worden gedefinieerd. Een goed functionerende dienstverlening is een belangrijk middel om zich van concurrenten te onderscheiden. Goede dienstverlening zorgt voor klantenbinding en -werving, wat een omzetverhogend effect heeft.

Invloed

In de revalidatiemarkt komt onderzoek naar de kwaliteit van dienstverlening nog nauwelijks op gang. Dat komt met name omdat deze markt anders functioneert dan een 'normale' markt. Het is immers zelden zo dat een gebruiker zelf een hulpmiddel koopt. Ook heeft iemand met een handicap weinig invloed op de keuze van het hulpmiddel en op de keuze van een leverancier. De mening van de gebruiker over de kwaliteit van de dienstverlening van leveranciers is daarvoor nauwelijks bepalend voor de omzet. Een gevolg is dat nog weinig onderzoek is verricht om de eisen en wensen van de klant in kaart te brengen. Terwijl luistert voor de klant in de revalidatiemarkt kwalitatief goede produkten en een hoog niveau van dienstverlening zo belangrijk zijn.

De Wet Voorzieningen Gehandicapten zal de nodige gevolgen hebben voor de gebruikers van hulpmiddelen, terwijl ook instanties als het GAK, de GMDs, de sociale diensten en de leveranciers met de wijzigingen te maken zullen krijgen. De gemeenten zullen een belangrijke spilfunctie gaan krijgen bij de verstrekkings van hulpmiddelen. En wellicht wordt op termijn als bezuinigingsmaatregel het cliëntgeboonden budget ingevoerd. Door deze veranderingen is te verwachten dat behalve gemeenten ook mensen met een handicap invloed krijgen op de keuze van het hulpmiddel en op de keuze van de leverancier. De kwaliteit van de dienstverlening van leveranciers, de kwaliteit van hulpmiddelen en de prijs zullen bepalende kwaliteitscriteria worden. Gemeenten zullen immers geen behoefte hebben aan cliënten die aan het loket hun klachten deponeren over de kwaliteit van produkten en de dienstverlening van leveranciers. Slecht functionerende hulpmiddelen moeten bovendien eerder gerepareerd of vervangen worden wat de gemeente extra geld kost. En iemand met een slecht passend hulpmiddel zal vaker een beroep moeten doen op medische zorg en andere soorten van hulpmiddelen.
zoals thuiszorg en mantelzorg. Dat mensen met een handicap ge- 
baard zijn bij een goed functionerend hulpmiddel en een 
goeidienstverlening spreekt voor zich.

**Bijstellen.**

Door onderzoek is nauwkeurig in kaart te bre- 
gen waar klanten tevreden of ontevreden zijn en welke 
aspecten van dienstverlening het belangrijkst vinden.
Het onderzoeksgebied moet diverse terreinen bestrijken.
Aan welke vormen van dienstverlening heeft de klant be-
hoeft? En wordt dit gebeurd? Welke problemen komen 
incidenteel voor en welke zijn structureel? Wat zijn de 
sterke punten van dienstverlening? Welke imago heeft het 
bedrijf?

Als duidelijk is afgebakend waar problemen liggen en op 
welke vlakken de dienstverlening kan verbeteren, kan het 
bedrijf zijn werkzame bijstellen. Dat kan het simpel oplo-
sen van een communicatieprobleem zijn of verregaande 
wijzigingen in beleid.

Huida Revalidatietechniek, met filialen in Oldenzaal en 
Zwolle, is een van de leveranciers die enige tijd geleden een 
onderzoek naar haar dienstverlening heeft laten doen. Ben 
Kamp, directielid, vertelt waarom.

‘Waarom een onderzoek? We hoorden via via weleens op-
merkingen over onze dienstverlening’, vertelt Ben Kamp.
‘Zowel positieve als negatieve. Die hebben we opgevat als 
anwijzingen dat sommige dingen binnen ons bedrijf mis-
schien niet zo goed waren als we dachten. De enquête moest 
etwijzen hoe onze klanten nu eigenlijk over onze dienst-
verlening dachten en welk beeld zij van ons hebben. Daarree 
kon we dan binnen ons bedrijf aan de slag: waar nodig 
verbeteringen aanbrengen of onderdelen bijpassen. En he-
wel we goed in de gaten hebben dat we ook met de verstrek-
kende instantie rekening moeten houden, ons standpunt is 
zo: de eindgebruiker staat voorop. Hen moeten we het 
naar de zin maken, want zij zijn onze doelgroep. Maar ook: 
zij bepalen uiteindelijk onze omzet.’

De respondent op de enquête was groot, ondanks het feit dat het 
et een behoorlijk pakket met vragen was. Ben Kamp: ‘Zo’n 
enquête biedt een frisse kijk op de stand van zaken. Sommi-
ge zaken waarvan wij het idee hadden dat de klant er niet zo 
zwaar aan tilde, bleken voor hem of haar juist van groot 
belang. Aan de andere kant, over de dingen waarvan wij 
dachten ‘dat moeten we verbeteren’ bleken de klanten volop 
geteerd.’

‘Wat verder opviel uit het onderzoek was de verantwoordelijk-
heid die Huida ten opzichte van haar klanten heeft’, gaat 
Ben Kamp verder. ‘De gebruiker verwacht het een en ander 
von ons, iets waar we ons niet zo sterk van bewust waren.
Vooral op het gebied van informatieverstrekking. Als leva-
rancer roest je al snel vast in de gedachte: ‘Daar zijn belan-
genverenigingen voor’. Fout gedacht! Veel klanten hebben 
regelmatig contact met de leverancier en verwachten daar-
on de nodige informatie van hem. Informatie over produc-
ten, wie tussen ons bedrijf waar vooral verantwoordelijk is,
belangrijke telefoonnummers, regelingen, enzovoorts. Dat 
deelt ons doen besluiten om een informatiecentrum op te 
richten en een nieuwsbrief uit te geven. In de nieuwsbrief 
nodegen we onze klanten uit om hun klachten en vragen aan 
on te melden.’

**Anonimitéit.**

Soms denken bedrijven dat ze zelf een on-
derzoek naar dienstverlening kunnen doen door gewoon met 
diverse klanten te spreken. Het probleem is dat daarmee de 
anonimitéit van de respondenten niet is gewaarborgd. Juist 
door die anonimitéit komen heel wat klachten naar voren 
die bij persoonlijk contact van personeel met klanten ver-
zwegen worden. Ook is onderzoek het enige middel om er 
achter te komen hoe representatief bepaalde klachten zijn.
Met name leveranciers van hulpmiddelen zijn nog niet ver-
trouwd met dit soort onderzoek, waardoor er in deze sector 
tot nu toe weinig animo is onder hen om dergelijk onderzoek 
te laten verrichten. Tijdsduur en kosten zijn een sterk afhanke-
lijk van de omvang en diepgang van een onderzoek. De 
lasten van dit soort onderzoek bedragen al snel enkele 
tienduizenden guldens. Het rendement van deze investering 
ut zich in een dienstverlening die beter aansluit op de eisen 
en wensen van zowel de mensen met een handicap als de 
verstrekkers.

**DRS PAUL KETELAAR.**

**Adres.**

Verheijke & Ketelaar communicatie-adviesburo 
heeft zich gespecialiseerd in onderzoek en onder-
steuning ten behoeve van de in- en externe com-
municatie van instellingen in de gezondheidszorg. 
Zij verzorgen het structureren van informatie en 
et gebruiksvriendelijk maken van informatiesyste-
men, bijvoorbeeld door het samenstellen van pro-
tocolen m.b.t. verpleegkundige handelingen en 
optellen van toegankelijke handboeken. Om 
onderzoek te doen in de revalidatie-markt stellen 
zij onder andere enquêtes samen die aansluiten op 
de zeer gedifferentieerde doelgroep. Voor meer infor-
matie: Verheijke & Ketelaar, Postbus 591, 6500 
AN Nijmegen, tel: 080-557199.