

## 5 Manieren om klanttevredenheid te meten

### Versterk de band met je klant

Er zijn vele manieren om klanttevredenheid te meten en deze vervolgens te verbeteren. Welke manier past het beste bij jouw bedrijf en klanten?

#### Klanttevredenheid volgens de ISO 9001

Één van de doelen van de ISO 9001 is dat bedrijven hun klanttevredenheid verbeteren. Logischerwijs moet je dit dan ook kunnen aantonen en op een planmatige manier aanpakken. Zoals: wat heb je gemeten, wanneer doe je dat en welke acties heb je daarop getroffen? In het normartikel 9.1.2 vind je hier meer informatie over.



Omdat het verbeteren van klanttevredenheid een ruim begrip is, is het niet perse nodig om dit in een cijfer uit te drukken of online enquêtes uit te sturen. Alhoewel het makkelijk is om met cijfers te werken, zijn er vaak ook andere manieren die goed werken. Het enige criterium is dat je klanttevredenheid meet en evalueert en vervolgens de dienstverlening of producten verbetert. Daarnaast zien wij dat het contact met klanten juist hierdoor versterkt kan worden.

### Versterk de band met de klant

Je kunt stellen dat het altijd goed werkt om de klant mee te laten denken aan verbeteringen en oplossingen. Klanten voelen zich dan meer betrokken. Er zijn dan ook manieren om klanttevredenheid te meten en tegelijkertijd de band met de klant te versterken. Hier enkele voorbeelden:

#### Voorbeelden van klantonderzoek

1. Persoonlijke enquêtes
2. De Net Promotor Score (NPS)
3. Online reviews
4. Verrassende online enquêtes
5. Een goed gesprek



## 1. Persoonlijke enquêtes

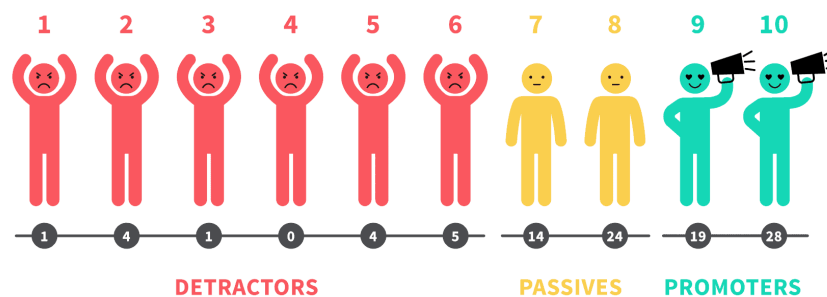
Het houden van persoonlijke enquêtes is een effectieve manier om klanttevredenheid te meten en tegelijk de relatie met de klant te versterken. Een goed gesprek levert je veel informatie op en het zorgt ervoor dat de klant zich gehoord voelt. De meeste mensen vinden het leuk om mee te denken, dus vraag gerust naar mogelijke verbeteringen voor jullie diensten.

Je kunt deze interviews live, online of zelfs ook via de telefoon houden. Stel vooraf een beknopte vragenlijst op en vraag tijdens zo'n gesprek dus ook naar tips ter verbetering.

Je kunt natuurlijk ook de vraag stellen: Als u ons een cijfer zou geven, wat zou dat dan zijn?

## 2. Net Promotor Score (NPS)

De NPS is een modern meetinstrument dat meet of klanten jouw product of dienst zouden aanbevelen aan anderen. Het meet de loyaliteit van klanten door hen te vragen hoe waarschijnlijk het is dat ze jouw bedrijf zouden aanbevelen aan vrienden of collega's op een schaal van 0 tot 10. Door het stellen van deze eenvoudige vraag krijg je een andere dynamiek dan wanneer je de vraag zou stellen: "Hoe tevreden bent u?". De klant voelt zich namelijk meer actief betrokken bij deze vraag.



Klanten beantwoorden deze vraag op een schaal van 0 tot 10. Dit resulteert in drie soorten klanten: promotors, passives en detractors. Volgens een bepaalde berekening volgt hieruit de Net Promotor Score. Verder vraag je klanten dan ook om tips en mogelijke verbeteringen, waardoor ze jouw bedrijf wel zouden aanbevelen.

Twee interessante links:

<https://www.salesforce.com/nl/learning-centre/customer-service/calculate-net-promoter-score/>

<https://www.frankwatching.com/archive/2023/05/03/verhogen-nps-8-tips/>

## 3. Verrassende online enquêtes

Ken je dat? Je wordt in een mail gevraagd om je mening over een dienst te geven. Je klikt even snel een cijfer of een duimpje aan. Maar vervolgens word je naar een website omgeleid waar je nog meer vragen moeten beantwoorden en je gegevens toevoegen. Zucht. Dan sluit je alles maar af.

Ook is het niet interessant om eindeloze saaie vragenformulieren te ontvangen die veel tijd vergen om in te vullen. Bijna niemand doet dat.

Als je zelf zo'n lijst wilt uitsturen houd het dan ook kort en beperkt jezelf tot 1 of 2 interessante vragen. Hoe korter hoe beter én hoe leuker hoe beter. De gemiddelde respons op klantenonderzoeken zoals dit in Nederland is zo'n 10%. Met een beetje meer inspanning maak je daar misschien wel 20-25% van.

Voorbeelden van vragen:

- Ben je blij?
- Welke functies/producten zou jij toevoegen?
- Geef je ervaring in een emoji aan
- Wil je ons twee verbeteringen geven?
- Wat zou jij doen? Vraag eens om input bij nieuwe bedrijfsbeslissingen.

#### 4. Online reviews

Reviews op sociale media en websites kunnen een goede indicatie zijn van klanttevredenheid. Het monitoren van deze reviews helpt je om inzicht te krijgen in de sterke en zwakke punten van het bedrijf. Daarnaast is het ook handig om in te gaan op de reacties van mensen. Je ziet vaak dat online vragen en opmerkingen in het niets verdwijnen omdat bedrijven er niet op reageren. Wees actief en reageer op opmerkingen en vragen. Dit toont aan dat je luistert en waarde hecht aan de interactie met klanten.

Wellicht ten overvloede maar het is belangrijk om te onthouden dat online klantbeoordelingen subjectief zijn en afhankelijk van individuele ervaringen. Het is daarom aan te raden om een breed scala aan beoordelingen te evalueren zodat je een betrouwbaar beeld krijgt.

#### 5. Een goed gesprek: Evaluatiegesprekken

Een van de betere manieren om klanttevredenheid te meten, verbeteringen op te halen én de band met klanten te versterken is een goed (evaluatie-)gesprek houden. Door op vaste momenten tussentijdse evaluaties of eindevaluaties met klanten te doen haal je veel interessante informatie op. Ook biedt het klanten de kans om feedback te geven en concrete verbeteringen aan te geven.

Dit stelt je in staat om een goed beeld van de tevredenheid te krijgen maar ook om de dienstverlening aan te passen aan de specifieke behoeften en wensen van de klant. Het voordeel van een evaluatiegesprek is dat je concrete inhoudelijke vragen kunt stellen over het project, product of de dienstverlening. Dat levert je kwalitatieve informatie op.

En ook hier kun je weer de vraag stellen of een klant een tevredenheidscijfer zou willen geven.



## Hoe doen wij dat?

Vaak zijn er twee manieren waarop klanttevredenheid wordt gemeten:

1. Evaluatiemomenten die zijn ingebouwd in de operationele processen: projectevaluaties, eindevaluaties of tussentijdse evaluatiegesprekken. Voorbeelden hiervan zijn aanwezig.
2. Metingen die ingebouwd zijn in de marketingkalender of de kwaliteitsjaarkalender: het meten van de net promotor score, het uitsturen van vragenlijsten en het nagaan van online reviews.



Verschillende voorbeelden hiervan staan in het [digitale kwaliteitshandboek](#); dit is ons voorbeeldmanagementsysteem voor ISO 9001

Door het opstellen van een evaluatiecyclus en het toepassen van de voorbeelden, kunnen bedrijven de kwaliteit, bedrijfsprocessen en hun klanttevredenheid stroomlijnen en verbeteren.

## ISO+

Praktische tools, templates en advies voor kwaliteitsmanagers

[www.isoplus.nu](http://www.isoplus.nu)

## In 5 stappen naar de ISO 9001

