



'Kruip in de huid van uw inwoners en ervaar wat zij ervaren'

Mystery Visits Sociaal Domein

Per 1 januari zijn veel zorgtaken overgedragen aan gemeenten. Inmiddels is duidelijk hoe de daarvoor ontworpen dienstverleningsconcepten en werkprocessen in de praktijk uitwerken. De managementrapportages die inzicht moeten geven in de prestaties, geven vooral inzicht in de belangen van de eigen organisatie: doorlooptijden, budgetten en productiecijfers.

Maar hoe ervaren uw cliënten de dienstverlening van uw organisatie en ketenpartners? Vragen de medewerkers wel voldoende door? Wat betekent '1 gezin, 1 plan, 1 regisseur' in de praktijk? Hoe garandeert u privacy bij de verwerking van persoonsgegevens? Sluiten de processen van front office of wijkteam en back office naadloos op elkaar aan? Productiecijfers (output) zeggen niets over wat inwoners feitelijk ervaren en wat het effect is van uw dienstverlening (outcome). Mystery visits zijn een uitstekend middel om klantervaringen naar boven te halen en bieden aanknopingspunten om gericht te sturen op klantbeleving en effect.

Een mystery visit onderzoek geeft antwoord op deze vragen, geeft een feitelijk en reëel beeld van uw prestaties en helpt uw organisatie om gericht te verbeteren en transformeren!



De Processhoppers is onderdeel van De Processpecialisten

Mystery Visits Sociaal Domein

Meer weten?

Neem contact op met Vincent Damen
damen@processpecialisten.nl
06 46 16 26 77

Doelstellingen van het onderzoek

Onze onderzoeken sluiten aan op uw doelstellingen. Enkele voorbeelden van onderzoeksvragen:

Kwaliteit van dienstverlening

Hoe is de toegang georganiseerd? Krijgen inwoners via verschillende kanalen wel hetzelfde antwoord? Komt u afspraken na?

Privacy

Werken de richtlijnen voor het vastleggen en delen van dossiergegevens? In hoeverre werkt uw organisatie volgens het Normenkader Suwinet? Weet iedereen wat de afspraken zijn voor het verwerken van gegevens? Krijgen ouders voldoende informatie over wie inzage heeft in het dossier van hun kind?

Stimuleren van zelfredzaamheid

In hoeverre doet uw organisatie een beroep op eigen kracht en het netwerk van de inwoner?

Samenwerking in de wijk of keten

Zijn de overdrachtsmomenten helder? Ervaren inwoners consistentie in dienstverlening?

1 gezin, 1 plan, 1 regisseur

Kan de keten dat waarmaken? Hoe helpt dit inwoners om hun problemen op te lossen?

Aanpak

Onze aanpak is maatwerk, maar bestaat op hoofdlijnen uit de volgende stappen:

1. Keuzes maken met betrekking tot doelstelling, opzet, mate waarin cliënten betrokken worden en casuïstiek. Soms brengen we in deze fase eerst de klantreis met alle klantcontactmomenten in kaart. Dit helpt om gericht keuzes te maken in het onderzoek.
2. Uitvoering van het onderzoek door mystery shoppers en / of cliënten door middel van bijvoorbeeld telefoon, locatiebezoek, e-mail, interviews, video.
3. Rapportage en presentatie van de resultaten op de 4 onderdelen die samen de klantervaring bepalen: proces, gedrag, zintuigen en effect.

Opzet van het onderzoek

Uw doelstelling bepaalt de opzet van het onderzoek, bijvoorbeeld:

- Een kort onderzoek om de meest kritische punten in beeld te brengen;
- Een breed onderzoek om alle kanalen te analyseren op klantervaring;
- Een meerjarig onderzoek waarbij we elk jaar volgens eenzelfde aanpak de organisatie op de eigen prestaties benchmarken.

