



Sportbedrijf
Raalte

Klanttevredenheids- onderzoek zomerrooster 2018

Caitlin Visscher, 1114976
Lucia Everts, 1113636
Emma Borggreve, 1113666

Zwolsestraat 65
8101 AB Raalte

t. 0572 760 600

info@sportbedrijfraalte.nl
sportbedrijfraalte.nl

Voorwoord

Voor u ligt het klanttevredenheidsonderzoek van het zomerrooster 2018. Het onderzoek is uitgevoerd bij Sportbedrijf Raalte naar aanleiding van een opdracht vanuit het Windesheim te Zwolle die hoort bij het vak operationeel management. Operationeel management is een onderdeel van het tweede leerjaar van de opleiding Sportkunde. Van oktober 2018 tot en met januari 2019 zijn wij bezig geweest met het uitvoeren en beschrijven van het klanttevredenheidsonderzoek.

Samen met Ingrid Veldwijk van de communicatie afdeling hebben wij een onderwerp gekozen, namelijk: het zomerrooster van 2018.

Wij verwachten dat we voor de oriëntatiefase met daarin de aanleiding en de doelstelling niet meer dan één bladzijde nodig hebben. Voor het vooronderzoek met daarin het SERVQUAL-model, respondentengroep en GAP-model verwachten wij 2 of 3 pagina's nodig te hebben. De onderzoeksmethodiek verwerken wij in de inleiding, waar ook de aanleiding en doelstelling uitgewerkt zijn. Voor de analyse van de resultaten en daarbij de conclusie en het advies denken wij ongeveer 5 pagina's nodig te hebben, met een uitloop tot maximaal 6. De uitkomsten van de resultaten per dimensie verwerken wij in de bijlage, om bladzijden te besparen. De reden hiervoor is, omdat het rapport uit maximaal 10 bladzijden mag bestaan, exclusief voorblad, inleiding, inhoudsopgave en bijlagen.

Bij dezen willen wij Ingrid Veldwijk bedanken voor de begeleiding en ondersteuning tijdens het onderzoek en Sportbedrijf Raalte voor de mogelijk die geboden werd om het onderzoek binnen hun bedrijf uit te voeren. Daarnaast willen wij alle respondenten bedanken die mee hebben gewerkt aan het onderzoek. Zonder hun medewerking hadden wij dit onderzoek niet kunnen voltooien.

Wij wensen u veel leesplezier toe.

Lucia Everts, Caitlin Visscher en Emma Borggreve

Almelo, 14 november 2018

Samenvatting

In dit onderzoek is er gekeken naar de invloed van het zomerrooster van 2018, die bij Sportbedrijf Raalte van toepassing was, op de klanten. De aanleiding van dit klanttevredenheidsonderzoek is het aangepaste lesrooster in een bepaalde periode van de zomer. Sportbedrijf Raalte is benieuwd naar de mening van hun klanten. De onderzoeksmethode die wij onder andere hebben gebruikt om de vragen te formuleren is het SERVQUAL-model, hierin staan vijf dimensies centraal. Dit model is verder toegelicht in het rapport. Om een antwoord te krijgen op de vraag vanuit Sportbedrijf Raalte is een vragenlijst opgesteld met behulp van SurveyMonkey. Deze vragenlijst is via de mail naar alle klanten, mensen met een abonnement van het Sportbedrijf, verstuurd. Uit de antwoorden op de vragenlijst bleek dat het Sportbedrijf Raalte op de drie van de vijf dimensies die wij uiteindelijk hebben kunnen testen, hoger dan neutraal scoort.

Ondanks het feit dat het Sportbedrijf volgens de cijfers op schaal van vijf: 3,09, 3,60, 3,78, wel boven het gemiddelde scoort, bleek uit de opmerkingen die bij de vragen waren gegeven, dat lang niet alle klanten tevreden waren. Er waren nog redelijk wat op- of aanmerkingen gegeven bij verschillende vragen waarin wij een dimensie hebben getest. De belangrijkste op- of aanmerkingen zijn benoemd in het rapport onder paragraaf 3.1.

Om de klanttevredenheid binnen het sportbedrijf te kunnen verbeteren, hebben wij twee duidelijke adviezen. Het eerste advies is: leer de verwachtingen van de klant kennen, door bijvoorbeeld marktonderzoek naar de verwachtingen van de klant te doen, of ga met ze in gesprek. Het tweede advies is: zorg ervoor dat de gedane belofte realistisch is, zodat klanten niet onnodig teleurgesteld worden. Dit kan gerealiseerd worden door de klanten bijvoorbeeld meer informatie over het bedrijf te geven. Hierdoor krijgen de klanten meer inzicht in de huidige bedrijfsvoering en snappen ze bepaalde beperkingen van bijvoorbeeld de receptie beter.

Inhoudsopgave

1 Inleiding	5
1.1 Aanleiding	5
1.2 Doel- en vraagstelling	5
1.3 Methodiek	5
1.4 Leeswijzer	5
2 Resultaten van het onderzoek	6
2.1 Uitleg SERVQUAL	6
2.2 Respondentengroep	6
2.3 Uitwerking van de vragenlijst	6
2.4 GAP model	7
2.5 Analyse resultaten onderdeel A	9
3 Conclusie en advies	10
3.1 Onderdeel B: conclusies uit het veldonderzoek	10
3.2 Onderdeel C: verklaring van de uitkomsten	11
3.3 Advies	12
4 Bronvermelding	14
Bijlage	15
Lege vragenlijst	15
Berekening per dimensie	19
Inlevingsvermogen	19
Alertheid	20
Zekerheid	21
Totaal ervaren kwaliteit	22

1 Inleiding

1.1 Aanleiding

De aanleiding van dit klanttevredenheidsonderzoek is de afgelopen zomervakantie, van 23 juli 2018 tot en met 31 augustus 2018. In deze periode waren de openingstijden en het lesrooster voor de aquasporten in zwembad Tijenraan aangepast. Het Sportbedrijf Raalte is benieuwd naar de ervaring van de klanten, hoe zij deze periode beleefd hebben.

1.2 Doel- en vraagstelling

De doelstelling van het klanttevredenheidsonderzoek is dat de uitkomst van het onderzoek de medewerkers van Sportbedrijf Raalte helpt. Het helpt het Sportbedrijf Raalte bij het inventariseren van de meningen van hun klanten. De feedback van de klanten helpt het Sportbedrijf om het zomerrooster te evalueren en mogelijk, bij veel ontevreden reacties, aan te passen en te verbeteren voor volgend jaar.

De vraagstelling is als volgt: zijn er veel tevreden, of juist ontevreden klanten over het zomerrooster van 2018 die van sprake was in zwembad Tijenraan?

1.3 Methodiek

De onderzoeksmethode die wij hebben gehanteerd is online onderzoek. Er is een e-mail verstuurd naar klanten met een link naar een online enquête. De enquête is gemaakt op SurveyMonkey, wij konden gebruik maken van hun premium account voor het maken hiervan. Deze manier van onderzoek valt onder kwantitatief onderzoek. De reden dat wij hiervoor hebben gekozen, is omdat het Sportbedrijf Raalte al hun klanten de mogelijkheid wilde bieden om hun mening te uiten over het zomerrooster. Het Sportbedrijf Raalte is daarbij op zoek naar relatief oppervlakkige informatie. De vragen die in de enquête stonden, zijn niet alleen maar algemeen. Bij de laatste vraag werd namelijk gevraagd naar de verwachtingen van de klanten voor het zomerrooster van 2019. Dit is een vraag die een beeld geeft van de behoeften van de respondenten. Deze vraag valt onder kwantitatief onderzoek, er is alleen niet één op één met respondenten gepraat.

1.4 Leeswijzer

Dit rapport bespreekt de uitkomsten van het klanttevredenheidsonderzoek die is afgenomen onder klanten van het Sportbedrijf Raalte. Hierbij worden de resultaten gebruikt voor de toekomst, en dan met name gericht op het zomerrooster van 2019 die gaat gelden voor zwembad Tijenraan.

Hoofdstuk 2 gaat in op de resultaten van het onderzoek, waar onder de uitleg van het SERVQUAL, de respondentengroep, de uitwerking van de vragenlijst en analyse resultaten onderdeel A. Hoofdstuk 3 bestaat uit de conclusie, waaronder onderdeel B: conclusies uit het veldonderzoek en onderdeel C: verklaring van de uitkomsten, en het advies en hoofdstuk 4 bestaat uit de bronvermelding. Het klanttevredenheidsonderzoek wordt afgerond met de bijlage, waarin de lege vragenlijst staat.

2 Resultaten van het onderzoek

2.1 Uitleg SERVQUAL

In een organisatie zijn *gaps* aanwezig, om deze *gaps* in kaart te brengen, is het SERVQUAL-model ontwikkeld. Het GAP-model lichten we in paragraaf 2.4 toe. Het SERVQUAL-model is gebaseerd op de aanname dat klanten de kwaliteit van de dienstverlening kunnen beoordelen door hun ervaringen te vergelijken met hun verwachtingen. De verwachting en perceptie van de klant worden vergeleken op vijf vlakken:

- *Betrouwbaarheid*: diensten worden verleend zoals beloofd.
- *Alertheid*: werknemers zijn altijd bereid te helpen.
- *Inlevingsvermogen*: klanten krijgen afzonderlijke aandacht.
- *Zekerheid*: werknemers zijn beleefd en kunnen vragen van klanten beantwoorden.
- *Tastbaarheden*: de organisatie is voorzien van goede apparatuur.

Het meest gehoorde punt van kritiek is dat SERVQUAL wat te algemeen is en dat de vijf dimensies van het instrument slechts op een aantal takken van dienstverlening van toepassing zijn. Daarnaast is er kritiek op de moeilijkheid die mensen ervaren wanneer ze zowel hun verwachtingen als hun ervaringen moeten benoemen. Wanneer er wordt gekozen voor het SERVQUAL-model, is het raadzaam om aanvullende kwaliteitsinformatie van toeschouwers, leden en deelnemers te verzamelen. In paragraaf 2.3, uitwerking van de vragenlijst, is te zien dat we bij de laatste vraag naar aanvullende kwaliteitsinformatie hebben gevraagd. (Beech, Chadwick, & Van 't Verlaat, 2018)

2.2 Respondentengroep

De respondentengroep voor dit klanttevredenheidsonderzoek bestaat uit alle klanten van het Sportbedrijf Raalte die een abonnement tot hun beschikking hebben. In totaal is de uitnodiging voor de enquête naar 534 klanten gestuurd. Hiervan hebben 398 klanten de enquête geopend, waarvan 202 klanten de enquête hebben voltooid. Verder kunnen wij zien dat 129 klanten de enquête nog niet hebben geopend, 2 klanten de enquête geweigerd hebben en 5 klanten aangegeven hebben dat ze in de toekomst geen mailtjes meer willen ontvangen van het desbetreffende SurveyMonkey-account. Als gevolg hiervan hebben wij voor het uitvoeren van het klanttevredenheidsonderzoek dus de beschikking over 202 respondenten.

2.3 Uitwerking van de vragenlijst

In overleg met Ingrid Veldwijk van Sportbedrijf Raalte hebben wij afgestemd dat wij binnen het bedrijf een klanttevredenheidsonderzoek mochten uitvoeren. We hebben samen met Ingrid afgestemd dat wij de enquête in SurveyMonkey zouden invoeren en dat zij zou zorgen dat de enquête werd verspreid over alle klanten, namelijk de mensen die over een abonnement beschikken. Ingrid had daarnaast al een opzetje gemaakt over de vragen die in de enquête moesten komen, wij hebben nog een aantal vragen toegevoegd rekening houdend met de eisen voor de opdracht die wij hebben gekregen vanuit school.

De vragen die wij hadden opgesteld om de vijf dimensies, betrouwbaarheid, alertheid, inlevingsvermogen, zekerheid en tastbaarheden, in de enquête te verwerken, luiden als volgt:

- *Betrouwbaarheid*: 'Begonnen de geplande activiteiten (groepslessen) op het afgesproken tijdstip?'
- *Alertheid*: 'Alle deelnemers aan de groepslessen zijn per e-mail geïnformeerd over het zomerrooster. Daarnaast was er informatie beschikbaar bij de receptie en op de website. Was u tevreden over de informatievoorziening van het zomerrooster?'
- *Inlevingsvermogen*: 'Was u tevreden over de lesdagen en lestijden tijdens het zomerrooster?'
- *Zekerheid*: 'Bent u tevreden met de kennis waarover het personeel van Sportbedrijf Raalte beschikt met betrekking tot het zomerrooster?'
- *Tastbaarheden*: 'Bent u tevreden over de materialen die tijdens de activiteiten gebruikt worden? Denk hierbij aan de fietsen, aquahalters etc.'

Tot onze grote spijt zijn de vragen die betrekking hadden op de dimensies betrouwbaarheid en tastbaarheden verwijderd nadat wij alle vragen in SurveyMonkey hadden gezet. Later in dit verslag, in paragraaf 2.5, hebben wij dit verder toegelicht.

De rest van de 10 vragen uit de enquête stonden in het opzetje die Ingrid ons had gestuurd. In dit document stonden vragen die in de enquête gesteld moesten worden, deze vragen hebben wij hier en daar nog wat aangepast, maar zonder de kern van de vraag eruit te halen.

2.4 GAP model

Het *gap-model* biedt inzicht in de manier waarop de kwaliteit van de dienstverlening wordt bepaald. Het Engelse woord *gap* staat voor het gat tussen wat de klant van een dienst verwacht en wat er (volgens de klant) van die verwachting wordt waargemaakt. Dit gat wordt aangeduid als *gap 5*. *Gap 5* wordt veroorzaakt door een aantal andere begripsgaten en communicatiegaten:

- *Gap 1*. Het gat tussen wat een klant van een dienst verwacht en de percepties van het management van deze verwachtingen. Het management weet niet goed genoeg wat de klant nu echt wil.
- *Gap 2*. Het management weet wel wat de klant wil, maar slaagt er niet in om dat in goede kwaliteitsnormen te vertalen. Dit gat is het verschil tussen wat het management denkt dat de klant verwacht en de kwaliteitsstandaarden die voor de dienstverlening gelden.
- *Gap 3*. Dit gat is het verschil tussen de gespecificeerde normen en de daadwerkelijke prestaties van de dienstverlener op het gebied van deze normen. De normen zijn wel in orde, maar het ontbreekt aan de toerusting van het personeel: het personeel wil niet en/of kan niet aan de kwaliteitsstandaarden voldoen.
- *Gap 4*. De marketingcommunicatie belooft meer dan het bedrijf kan waarmaken. Dit gat geeft het verschil aan tussen de naar de klant gecommuniceerde kenmerken, prestaties en kwaliteit en datgene wat de organisatie werkelijk levert.

Sportmanagers moeten weten hoe ze eraan bij kunnen dragen dat toeschouwers en deelnemers krijgen wat ze verwachten. Op die manier kan de kwaliteitsbeoordeling worden beïnvloed. Sportmanagers kunnen de kwaliteit van hun diensten verbeteren door elk van de gaten te identificeren en vervolgens te dichten.

De verwachting die een klant heeft wordt bepaald door vier factoren: de externe communicatie vanuit de organisatie, mond-tot-mondreclame van eerdere klanten, eigen eerdere ervaringen van de klant en de behoeften die de klant op dat moment heeft.

De gaten 1 en 5 zijn externe gaten, tussen de klant en de organisatie. De gaten 2, 3 en 4 zijn interne gaten, tussen de verschillende functies en afdelingen van de organisatie. Het verschil tussen wat klanten verwachtten te ontvangen en hun perceptie van wat ze daadwerkelijk ontvangen hebben (*gap 5*), is het meest zorgwekkend.

Per gat kunnen verschillende maatregelen worden genoemd waarmee dat gat in het dienstverleningsproces gedicht kan worden:

- Maatregel voor *gap 1*: leer de verwachtingen van de klant kennen.
- Maatregel voor *gap 2*: zorg voor de juiste kwaliteitsnormen.
- Maatregel voor *gap 3*: zorg ervoor dat de dienstverlening aan deze normen voldoet.
- Maatregel voor *gap 4*: zorg ervoor dat de gedane belofte realistisch is.

(Beech et al., 2018)

2.5 Analyse resultaten onderdeel A

Per aspect van drie van de vijf dimensies hebben wij het rekenkundig gemiddelde voor iedere dimensie apart berekend. De reden dat wij slechts beschikking hebben over drie van de vijf dimensies, vinden wij heel erg spijtig. Wij dachten dat alles goed was afgestemd en dat wij goedkeuring hadden gekregen voor de door ons opgestelde enquête, maar dit bleek achteraf blijkbaar niet het geval. Hierdoor zijn er twee vragen verwijderd, die uitgerekend allebei betrekking hadden op één van de vijf dimensies. De twee dimensies die ontbreken zijn: betrouwbaarheid en tastbaarheden.

Inlevingsvermogen

Vraag 5: 'Was u tevreden over de lesdagen en lestijden tijdens het zomerrooster?', heeft betrekking op de dimensie inlevingsvermogen. 179 respondenten hebben deze vraag beantwoord en 23 respondenten hebben deze vraag overgeslagen. Deze mensen hebben dan naar alle waarschijnlijkheid niet deelgenomen aan de lessen die plaatsvonden in het zomerrooster. De ervaren kwaliteit op de dimensie inlevingsvermogen ligt bij 3,09.

Alertheid

Vraag 9 in de door ons opgestelde enquête, maar uiteindelijk vraag 8 in de daadwerkelijke enquête luidt als volgt: 'Alle deelnemers aan de groepslessen zijn per e-mail geïnformeerd over het zomerrooster. Daarnaast was er informatie beschikbaar bij de receptie en op de website. Was u tevreden over de informatievoorziening van het zomerrooster?'. 197 respondenten hebben deze vraag beantwoord en 5 respondenten hebben deze vraag overgeslagen. De ervaren kwaliteit op de dimensie alertheid ligt bij 3,78.

Zekerheid

Vraag 12 in de door ons opgestelde enquête, maar uiteindelijk vraag 11 in de daadwerkelijke enquête luidt als volgt: 'Bent u tevreden met de kennis waarover het personeel van Sportcentrum Tijenraan beschikt met betrekking tot het zomerrooster?'. 196 respondenten hebben deze vraag beantwoord en 6 respondenten hebben deze vraag overgeslagen. De ervaren kwaliteit op de dimensie zekerheid ligt bij 3,60.

Daarnaast hebben wij alle antwoorden van alle respondenten bij elkaar opgeteld, en dat gedeeld door het aantal respondenten, zodat een rekenkundig gemiddelde voor de totale ervaren kwaliteit ontstaat. De totaal ervaren kwaliteit van de drie dimensies waarop wij hebben getest ligt bij 3,50. De berekening hiervan is te zien in de bijlage.

3 Conclusie en advies

3.1 Onderdeel B: conclusies uit het veldonderzoek

Nog even kort samengevat de uitkomsten per dimensie:

- *Inlevingsvermogen*: 3,09
- *Zekerheid*: 3,60
- *Alertheid*: 3,78

Naar aanleiding van deze uitkomsten, kunnen wij concluderen dat Sportbedrijf Raalte op de schaal van klanttevredenheid bij alle drie de dimensies tussen neutraal en tevreden zit volgens de respondenten.

Zoals in bovenstaande uitkomsten te zien is, scoort de dimensie inlevingsvermogen het minste van de drie. Deze dimensie heeft betrekking op de afzonderlijke aandacht die klanten krijgen, dat specifieke wensen begrepen worden en dat de organisatie handige tijden hanteert en makkelijk bereikbaar is. De vraag waarmee wij deze dimensie hebben getest, zullen wij nogmaals formuleren: 'Was u tevreden over de lesdagen en lestijden tijdens het zomerrooster?'

Zoals wij hebben begrepen uit het verhaal van Ingrid Veldwijk, waren zowel de lesdagen als lestijden tijdens het zomerrooster anders ten opzichte van het normale rooster. Groepslessen vonden niet alleen minder vaak plaats, maar ook eerder op de dag in plaats van 's avonds.

Uit de opmerkingen die respondenten hebben geplaatst, blijkt dat vooral wordt aangegeven dat de aangepaste lesdagen als lestijden niet in de planning pasten van de klanten. Zo gaven veel klanten aan dat de standaard lessen die ze volgden, verplaatst waren naar een andere dag waarop ze niet beschikbaar waren om te sporten.

Daarnaast blijkt uit de opmerkingen dat een aantal respondenten vond dat er te weinig lessen plaatsvonden. Als gevolg daarvan kwam het voor dat er geen plek was voor een aantal klanten tijdens de groepslessen, omdat er bijvoorbeeld te weinig fietsen beschikbaar waren voor de groepslessen aquafietsen.

De dimensie zekerheid scoorde niet het beste, maar ook niet het minste. Deze dimensie heeft betrekking op het feit dat werknemers beleefd zijn en ze vragen van klanten kunnen beantwoorden. De vraag waarmee wij deze dimensie hebben getest, zullen wij nogmaals formuleren: 'Bent u tevreden met de kennis waarover het personeel van Sportbedrijf Raalte beschikt met betrekking tot het zomerrooster?'

Er zijn geen respondenten die bij deze vraag een opmerking hebben geplaatst. Van de 198 respondenten hebben maar liefst 94 klanten aangegeven dat ze tevreden zijn over de kennis waarover het personeel beschikt.

De dimensie alertheid scoorde het beste van de drie die wij hebben getest. Deze dimensie heeft onder andere betrekking op het feit dat werknemers direct service verlenen en ze altijd bereid zijn om te helpen. De vraag waarmee wij deze dimensie hebben getest, zullen wij nogmaals formuleren: 'Alle deelnemers aan de groepslessen zijn per e-mail geïnformeerd over het zomerrooster. Daarnaast was er informatie beschikbaar bij de receptie en op de website. Was u tevreden over de informatievoorziening van het zomerrooster?'

Er zijn 199 klanten die deze vraag hebben ingevuld. Maar liefst 118 respondenten geven aan tevreden te zijn over de informatievoorziening.

Bij deze vraag zijn zestien opmerkingen geplaatst. Er waren vier soorten antwoorden die twee keer of vaker werden gegeven. Zo vonden vier respondenten dat het rooster te laat bekend werd gemaakt. Drie respondenten gaven aan dat ze het rooster onduidelijk vonden. Twee respondenten gaven aan dat de medewerkers wel mee wilden denken, maar dat er geen oplossing werd geboden. En tot slot gaven nog twee respondenten aan dat zij geen e-mails of toelichting hebben gekregen.

3.2 Onderdeel C: verklaring van de uitkomsten

De verklaring van de uitkomst bij de dimensie inlevingsvermogen, komt tot stand door Gap 1. Gap 1: Het gat tussen wat een klant van een dienst verwacht en de percepties van het management van deze verwachtingen. Het management weet niet goed genoeg wat de klant nu echt wil. (Beech et al., 2018)

Zoals in paragraaf 3.1 is vermeld, blijkt uit de opmerkingen van de klanten vooral dat de aangepaste lesdagen en lestijden niet in de planning paste van de klanten. De maatregel die bij gap 1 hoort luidt als volgt: leer de verwachtingen van de klant kennen. Dit kan het Sportbedrijf Raalte doen door bijvoorbeeld door marktonderzoek de verwachtingen van de klant te leren kennen. Op basis van de uitkomsten kan het bedrijf beter inschatten wat de klant van de dienst verwacht en hoe het management van het bedrijf hierop kan inspelen.

De verklaring van de uitkomst bij de dimensie zekerheid, komt tot stand door Gap 3. Gap 3: Dit gat is het verschil tussen de gespecificeerde normen en de daadwerkelijke prestaties van de dienstverlener op het gebied van deze normen. De normen zijn wel in orde, maar het ontbreekt aan de toerusting van het personeel: het personeel wil niet en/of kan niet aan de kwaliteitsstandaarden voldoen. (Beech et al., 2018)

Zoals in paragraaf 3.1 is vermeld, zijn er geen opmerkingen bij deze vraag geplaatst. Daaruit kunnen wij concluderen dat er geen klanten zijn die hier nog specifiek wat over te zeggen hadden. Wel heeft deze dimensie op schaal van 1 tot 5 een 3,60 gescoord, dit zou dus nog wel beter kunnen. De maatregel die bij gap 3 hoort luidt als volgt: zorg ervoor dat de dienstverlening aan deze normen voldoet. Om ervoor te zorgen dat daadwerkelijk al het personeel informatie kan verschaffen over het zomerrooster, kunnen de managers ervoor zorgen dat de werknemers vaardigheden worden bijgebracht. Op deze manier kunnen de werknemers de gewenste kwaliteit leveren, de kwaliteit die wordt verwacht vanuit de klant.

De verklaring van de uitkomst alertheid, komt tot stand door Gap 4. Gap 4: De marketingcommunicatie belooft meer dan het bedrijf kan waarmaken. Dit gat geeft het verschil aan tussen de naar de klant gecommuniceerde kenmerken, prestaties en kwaliteit en datgene wat de organisatie werkelijk levert. (Beech et al., 2018)

Zoals in paragraaf 3.1 is vermeld, zijn er bij deze vraag een aantal antwoorden gegeven. Geselecteerd zijn dat de volgende antwoorden: het rooster werd te laat bekend gemaakt, het rooster was onduidelijk, de medewerkers willen wel meedenken maar bieden geen uiteindelijke oplossing en er zijn twee klanten geweest die geen e-mails hebben ontvangen of toelichting hebben gekregen. De maatregel die bij gap 4 hoort luidt als volgt: zorg ervoor dat de gedane belofte realistisch is. Om hoger te scoren op deze dimensie, kan het Sportbedrijf Raalte diverse maatregelen nemen.

Hierbij kan gedacht worden aan bijvoorbeeld het volgende: beheer de verwachtingen van de klant door te laten weten wat wel en niet mogelijk is, en waarom. De medewerkers in het zwembad of achter de balie gaan namelijk niet over het zoeken van een oplossing, dit ligt bij het management van het bedrijf. Problemen die klanten ondervinden zijn daarom niet van de één op de andere dag op te lossen. Daarnaast kan het bedrijf lijsten met e-mailadressen regelmatig laten controleren door de klanten, zodat deze lijst up-to-date blijft en er wordt voorkomen dat sommige klanten geen e-mails ontvangen.

3.3 Advies

Om ons verder in de stageorganisatie te verdiepen, hebben wij een gesprek gevoerd met Brigit Trooster. Brigit is onze stagebegeleider en is werkzaam als sportconsulent binnen Sportbedrijf Raalte.

Als gevolg van het gesprek dat wij hebben gevoerd met Brigit, zijn wij tot nieuwe inzichten gekomen over hoe de huidige bedrijfsvoering binnen Sportbedrijf Raalte eruit ziet. De missie van het Sportbedrijf Raalte luidt als volgt: Wij gaan voor een gezond, vitaal en sociaal leven voor iedereen door samen sportief en actief te zijn. De visie: Voor iedereen in beweging!

Het doel van het sportbedrijf is om een gezonde leefstijl te stimuleren door het aanbieden van sport- en beweegprogramma's. Binnen Sportbedrijf Raalte staan vijf kernwaarden centraal, namelijk: deskundig, gastvrij, samenwerken, grensverleggend en veilig.

Sportbedrijf Raalte B.V bestaat, naast staftaken als het secretariaat, de communicatie, de marketing en projectontwikkeling, uit drie onderdelen, namelijk: Zwembaden, Sportstimulering & Verenigingsadvisering, en Bedrijfsvoering & Facilitaire zaken.

Onder de Zwembaden vallen de zweminstructeurs. Onder Sportstimulering & Verenigingsadvisering vallen de sportconsulenten en combinatiefunctionarissen. Onder Bedrijfsvoering & Facilitaire zaken vallen de financiële administratie, de receptie, het beheer en het verhuur.

De specificaties, vertaling van kwaliteitsnormen in operationele regels, zijn niet uiterst bijzonder binnen het bedrijf. Wel gelden algemene regels, bijvoorbeeld wanneer een klant een aantal weken achter elkaar niet bij de groepslessen aanwezig is. De receptie belt dan naar deze klant om te vragen waarom hij/zij langere tijd afwezig is. Verder worden problemen die zich voordoen, over het algemeen opgelost binnen de groepen zelf. Zo is er eens een vrouw geweest die tijdens de groepsles hydrotherapie onwel is geworden. De instructeur van die les heeft de vrouw toen aangeraden om met een andere groepsles mee te doen, omdat hydrotherapie voor die mevrouw te zwaar was. Op schaal van één tot vijf, heeft Sportbedrijf Raalte als volgt gescoord:

- *Inlevingsvermogen*: 3,09
- *Zekerheid*: 3,60
- *Inlevingsvermogen*: 3,78

Hieruit kunnen we concluderen dat Sportbedrijf vooral op de dimensies inlevingsvermogen en zekerheid nog vooruitgang kan boeken.

Om zich daadwerkelijk te verbeteren, is het allereerst belangrijk om achter de verwachtingen van de klant te komen. Uit de reacties van de klanten, kwam namelijk duidelijk naar voren dat het aangepaste rooster niet in de planning van de klanten paste. Door in 2019 naar de verwachtingen van de klant te vragen, kan het sportbedrijf hier rekening mee houden waardoor er minder teleurgestelde klanten zouden zijn.

Daarnaast is het belangrijk om ervoor te zorgen dat de gedane belofte realistisch is. Klanten hebben begrip voor het feit dat er in de zomer een aangepast rooster is, maar zien het rooster wel graag ruim van te voren onder ogen, in een duidelijke vorm. Het is daarom belangrijk dat de verwachtingen van de klant worden beheerd. De klant heeft soms meer inzicht in het bedrijf nodig dan wat ze eigenlijk hebben, ze hebben inzicht nodig in zaken die wel en niet mogelijk zijn. Zo is het bijvoorbeeld niet mogelijk dat medewerkers bij de receptie oplossingen bedenken voor het probleem dat een klant ondervindt, dit ligt bij het management en hier kan een receptioniste weinig mee doen.

Wanneer hier aan gewerkt wordt, gaat het sportbedrijf op de dimensies inlevingsvermogen en alertheid beter scoren. Hierdoor wordt de algemene klanttevredenheid ook verbeterd.

Na verdere analyse van de vragen, is er nog het één en ander duidelijk geworden. Volgens acht klanten werd het zomerrooster te laat bekend gemaakt. Vanaf dat moment konden ze zien welke groepslessen op welke dag plaats zouden vinden. Als gevolg daarvan zijn er acht mensen die aangegeven hebben dat ze hun abonnement stop wilde zetten, maar dit kon niet omdat dit een maand van tevoren zou hadden moeten. De klanten hebben hierdoor wel betaald, terwijl ze geen tijd hadden om de groepslessen te volgen. Hier moet in de toekomst wat aan gedaan worden. Daarnaast wordt er meerdere malen aangegeven dat de klanten die hun abonnement opnieuw willen starten, weer administratiekosten moeten betalen. Sommige klanten hebben hierdoor het idee dat Sportbedrijf Raalte een winstgevend bedrijf wil zijn in plaats van dat het bedrijf een maatschappelijke functie wil innemen.

Bij de laatste vraag van de enquête, hebben 151 mensen hun mening gegeven. De antwoorden die het vaakst naar voren zijn gekomen, worden genoemd.

Een groot deel van de mensen, 41 maar liefst, geven aan dat ze meer mogelijkheden qua groepslessen willen zien. Ze hebben door aanpassing van het normale rooster hun eigen lessen niet kunnen volgen.

Daarnaast geven 30 klanten aan dat ze het graag net zo zien als het zomerrooster van 2018.

De meningen van de klanten verschillen nogal, zoals blijkt uit de laatste vraag van de enquête. Wij raden Sportbedrijf Raalte daarom aan om erachter te komen wat de verwachting van de klant is. Hoe zij het graag willen zien, naar welke dagen en tijden hun voorkeur uit gaat. Op basis hiervan kan het sportbedrijf in de zomer van 2019 een rooster ontwikkelen die meer op de wensen van de klanten aansluit en er daarbij voor zorgt dat er minder klanten zijn die in de zomer hun abonnement opzeggen.

4 Bronvermelding

Beech, J., Chadwick, S., & Van 't Verlaat, M. (2016). *Sportmanagement* (3^e ed.) Amsterdam, Nederland: Pearson Benelux.

Mertens, M. (2018, 8 februari). Voorbeeld voorwoord van een scriptie. Geraadpleegd op 14 november 2018, van <https://www.scribbr.nl/scriptie-structuur/voorbeeld-voorwoord/>

Swaen, B. (2018, 22 maart). Voorbeeld samenvatting van een scriptie. Geraadpleegd op 19 december 2018, van <https://www.scribbr.nl/scriptie-structuur/voorbeeld-samenvatting/>

Welke methoden van klanttevredenheidsonderzoek zijn er? (2014, 2 januari). Geraadpleegd op 14 november 2018, van <https://www.customeyes.nl/kennis/themas/welke-methoden-van-klanttevredenheidsonderzoek-zijn-er/>

Bijlage

Lege vragenlijst

Vraag 1

Hoe vaak heeft u in de zomervakantie meegedaan aan een aquasport?
(* verplicht)

- ☐ 2 keer of minder
- ☐ 3 of 4 keer
- ☐ Meer dan 4 keer
- ☐ Ik heb niet meegedaan

Vraag 2

In welke periode heeft u meegedaan aan een aquasport? (meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ 23 – 27 juli
- ☐ 30 jul – 3 augustus
- ☐ 20 – 24 augustus
- ☐ 27 – 31 augustus
- ☐ Ik heb niet meegedaan

Vraag 3

Welke aquasporten volgt u normaal gesproken? (meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Aquabootcamp
- ☐ Aquachallenge
- ☐ Aquafietsen
- ☐ Aquagym
- ☐ Aquajoggen
- ☐ Aquamoves
- ☐ Aquapower
- ☐ Aquasteps/aquarobics
- ☐ Baby-peuterzwemmen
- ☐ Hart in beweging
- ☐ Hydrotherapie
- ☐ Zwangerschapszwemmen

Vraag 4

Welke (voor u) NIEUWE aquasporten heeft u gevolgd? (meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Aquabootcamp
- ☐ Aquachallenge
- ☐ Aquafietsen
- ☐ Aquagym
- ☐ Aquajoggen
- ☐ Aquamoves
- ☐ Aquapower
- ☐ Aquasteps/aquarobics
- ☐ Baby-peuterzwemmen
- ☐ Hart in beweging
- ☐ Hydrotherapie
- ☐ Zwangerschapszwemmen
- ☐ Ik heb geen nieuwe aquasporten gevolgd

Vraag 5 (inlevingsvermogen)

Was u tevreden over de lesdagen en lestijden tijdens het zomerrooster?

- ☐ Zeer tevreden
- ☐ Tevreden
- ☐ Neutraal
- ☐ Ontevreden
- ☐ Zeer ontevreden

Vraag 6 (betrouwbaarheid) → DEZE VRAAG IS NIET IN DE UTEINDELIJKE ENQUÊTE GEZET!!!

Begonnen de geplande activiteiten (groepslessen) op het afgesproken tijdstip?

- ☐ Heel vaak
- ☐ Vaak
- ☐ Soms
- ☐ Zelden
- ☐ Nooit

Vraag 7

Het was ook mogelijk om baantjes te zwemmen in plaats van groepslessen te volgen. Heeft u hier gebruik van gemaakt?

- ☐ Ja
- ☐ Nee, ik had hier geen behoefte aan
- ☐ Nee, ik wist niet dat deze mogelijkheid bestond
- ☐ Nee, anders...

Vraag 8

Van 6 t/m 19 augustus was Zwembad Tijenraan gesloten. In deze periode mocht u komen zwemmen in openluchtwembad De Tippe in Heino. Heeft u hier gebruik van gemaakt?

- ☐ Ja
- ☐ Nee, ik wist niet dat deze mogelijkheid bestond
- ☐ Nee, ik vind het te ver weg
- ☐ Nee, ik had niet de middelen om in Heino te komen
- ☐ Nee, ik vind zwembad De Tippe niet fijn
- ☐ Nee, anders...

Vraag 9 (alertheid)

Alle deelnemers aan de groepslessen zijn per e-mail geïnformeerd over het zomerrooster. Daarnaast was er informatie beschikbaar bij de receptie en op de website. Was u tevreden over de informatievoorziening van het zomerrooster?

- ☐ Zeer tevreden
- ☐ Tevreden
- ☐ Neutraal
- ☐ Ontevreden
- ☐ Zeer ontevreden

Vraag 10

Als een gevolg op de vraag 9;

Op welke manier bent u geïnformeerd over het zomerrooster?

- ☐ E-mail
- ☐ Website
- ☐ Receptie (folder/flyer)
- ☐ Personeel
- ☐ Anders, namelijk:

Vraag 11

Was u bij het afsluiten van het abonnement op de hoogte dat er in de zomervakantie een aangepast rooster zou zijn?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

Vraag 12 (zekerheid)

Bent u tevreden met de kennis waarover het personeel van Sportbedrijf Raalte beschikt met betrekking tot het zomerrooster?

- ☐ Zeer tevreden
- ☐ Tevreden
- ☐ Neutraal
- ☐ Ontevreden
- ☐ Zeer ontevreden

Vraag 13 (tastbaarheden) → DEZE VRAAG IS NIET IN DE UITEINDELIJKE ENQUÊTE GEZET!!!

Bent u tevreden over de materialen die tijdens de activiteiten gebruikt worden? Denk hierbij aan de fietsen, aquahalters etc.

- ☐ Zeer tevreden
- ☐ Tevreden
- ☐ Neutraal
- ☐ Ontevreden
- ☐ Zeer ontevreden

Vraag 14

De volgende vraag is vooral van belang voor de mensen die NIET zijn komen zwemmen in de zomerperiode:

Waarom heb je niet meegedaan?

- ☐ Ik was op vakantie
- ☐ Ik had andere activiteiten gepland
- ☐ Het zomerrooster beviel mij niet
- ☐ Ik heb alleen baantjes gezwommen, maar niet deelgenomen aan aquasporten
- ☐ Niet van toepassing (ik ben wel geweest)
- ☐ Anders, namelijk:

Vraag 15

Wat zijn uw verwachtingen voor het zomerrooster van 2019?

- Open vraag: zelf invullen

Nog even ter verduidelijking: aangezien vraag 6 en vraag 13 van de door ons geformuleerde enquête zonder overleg zijn verwijderd, bestond de uiteindelijke enquête die is verstuurd niet uit 15 vragen maar uit 13 vragen.

Berekening per dimensie

Om de precieze berekeningen te laten zien die wij hebben gebruikt om tot het antwoord te komen dat in paragraaf 3 staat vermeld, gebruiken wij de bijlage. Bij de berekeningen die hieronder te zien zijn, hebben wij gebruik gemaakt van een vijfpuntsschaal, waarbij 'zeer tevreden' wordt aangeduid als een 5, 'tevreden' wordt aangeduid als een 4, 'neutraal' wordt aangeduid als een 3, 'ontevreden' wordt aangeduid als een 2 en 'zeer ontevreden' wordt aangeduid als een 1.

Inlevingsvermogen

De gegevens die wij hebben gebruikt om te berekenen hoe het Sportbedrijf Raalte heeft gescoord op de dimensie inlevingsvermogen zien er als volgt uit:

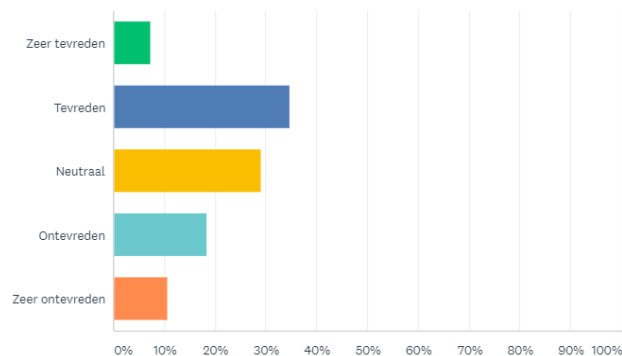
- 13 respondenten hebben aangegeven 'zeer tevreden' te zijn.
 - 62 respondenten hebben aangegeven 'tevreden' te zijn.
 - 52 respondenten hebben aangegeven 'neutraal' te zijn.
 - 33 respondenten hebben aangegeven 'ontevreden' te zijn.
 - 19 respondenten hebben aangegeven 'zeer ontevreden' te zijn.
- ➔ Het totaal aantal respondenten die deze vraag heeft ingevuld is 179.

De berekening voor de dimensie inlevingsvermogen ziet er dan als volgt uit:
 $((5 \times 13) + (4 \times 62) + (3 \times 52) + (2 \times 33) + (1 \times 19))$

$$\frac{\text{-----}}{179} = 3,09$$

Was u tevreden over de lesdagen en lestijden tijdens het zomerrooster?

Answered: 179 Skipped: 23



ANTWOORDKEUZEN	REACTIES
▼ Zeer tevreden	7,26% 13
▼ Tevreden	34,64% 62
▼ Neutraal	29,05% 52
▼ Ontevreden	18,44% 33
▼ Zeer ontevreden	10,61% 19
TOTAAL	179

Alertheid

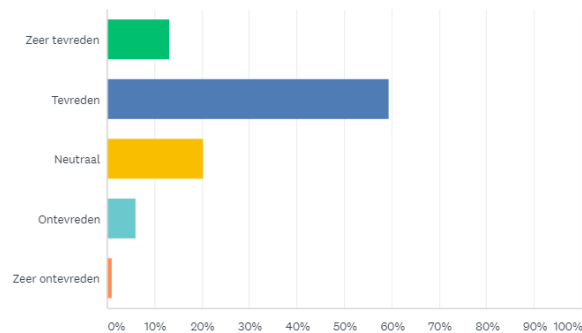
De gegevens die wij hebben gebruikt om te berekenen hoe het Sportbedrijf Raalte heeft gescoord op de dimensie alertheid zien er als volgt uit:

- 26 respondenten hebben aangegeven 'zeer tevreden' te zijn.
- 117 respondenten hebben aangegeven 'tevreden' te zijn.
- 40 respondenten hebben aangegeven 'neutraal' te zijn.
- 12 respondenten hebben aangegeven 'ontevreden' te zijn.
- 2 respondenten hebben aangegeven 'zeer ontevreden' te zijn.

➔ Het totaal aantal respondenten die deze vraag heeft ingevuld is 197.

Alle deelnemers aan de groepslessen zijn per e-mail geïnformeerd over het zomerrooster. Daarnaast was er informatie beschikbaar bij de receptie en op de website. Was u tevreden over de informatievoorziening van het zomerrooster?

Answered: 197 Skipped: 5



ANTWOORDKEUZEN	REACTIES
▼ Zeer tevreden	13,20% 26
▼ Tevreden	59,39% 117
▼ Neutraal	20,30% 40
▼ Ontevreden	6,09% 12
▼ Zeer ontevreden	1,02% 2
TOTAAL	197

Zekerheid

De gegevens die wij hebben gebruikt om te berekenen hoe het Sportbedrijf Raalte heeft gescoord op de dimensie zekerheid zien er als volgt uit:

- 20 respondenten hebben aangegeven 'zeer tevreden' te zijn.
- 92 respondenten hebben aangegeven 'tevreden' te zijn.
- 72 respondenten hebben aangegeven 'neutraal' te zijn.
- 10 respondenten hebben aangegeven 'ontevreden' te zijn.
- 2 respondenten hebben aangegeven 'zeer ontevreden' te zijn.

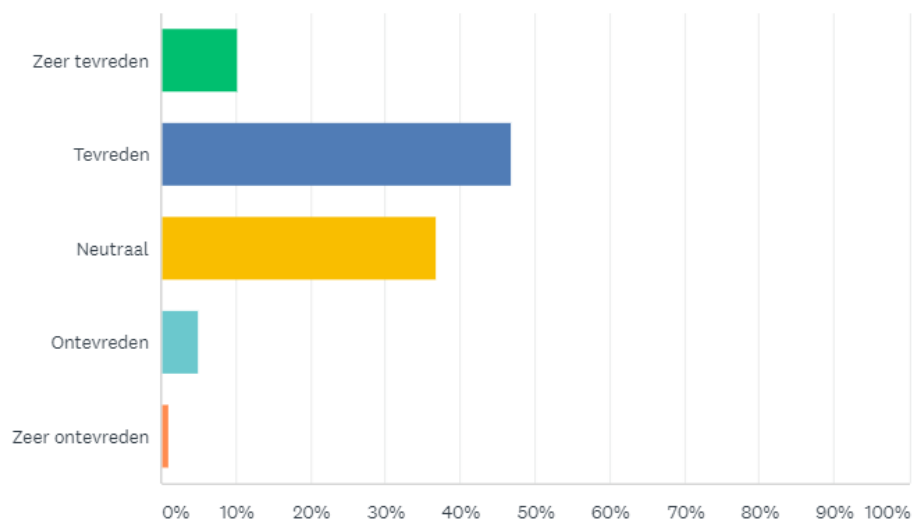
➔ Het totaal aantal respondenten die deze vraag heeft ingevuld is 196.

De berekening voor de dimensie zekerheid ziet er dan als volgt uit:

$$\frac{((5 \times 20) + (4 \times 92) + (3 \times 72) + (2 \times 10) + (1 \times 2))}{196} = 3,60$$

Bent u tevreden met de kennis waarover het personeel van Sportcentrum Tijenraan beschikt met betrekking tot het zomerrooster?

Answered: 196 Skipped: 6



ANTWOORDKEUZEN	REACTIES
▼ Zeer tevreden	10,20% 20
▼ Tevreden	46,94% 92
▼ Neutraal	36,73% 72
▼ Ontevreden	5,10% 10
▼ Zeer ontevreden	1,02% 2
TOTAAL	196

Totaal ervaren kwaliteit

Om de totaal ervaren kwaliteit van de klanten van het Sportbedrijf Raalte te bepalen, hebben wij alle gegevens die wij in de voorgaande berekeningen nodig hadden gebruikt.

1. Uit de eerste berekening, van de dimensie inlevingsvermogen zijn dit:

- $5 \times 13 = 65$
- $4 \times 62 = 248$
- $3 \times 52 = 156$
- $2 \times 33 = 66$
- $1 \times 19 = 19$

➔ Bij elkaar opgeteld is dit: 554

➔ Het aantal respondenten bij deze dimensie: 179

2. Uit de tweede berekening, van de dimensie alertheid zijn dit:

- $5 \times 26 = 130$
- $4 \times 117 = 468$
- $3 \times 40 = 120$
- $2 \times 12 = 24$
- $1 \times 2 = 2$

➔ Bij elkaar opgeteld is dit: 744

➔ Het aantal respondenten bij deze dimensie: 197

3. Uit de derde berekening, van de dimensie zekerheid zijn dit:

- $5 \times 20 = 100$
- $4 \times 92 = 368$
- $3 \times 72 = 216$
- $2 \times 10 = 20$
- $1 \times 2 = 2$

➔ Bij elkaar opgeteld is dit: 706

➔ Het aantal respondenten bij deze dimensie: 196

De berekening ziet er dan als volgt uit:

$(554 + 744 + 706)$

----- = 3,50

$(179 + 197 + 196)$