

Onderzoeksproject

Een bruikbaar en specifiek klanttevredenheidsonderzoek voor het KDC



Naam onderzoekers:	Inez Woertel Cindy van der Windt
Datum:	10-6-2011
Begeleider:	Unithoofd i.o.

Onderzoeksverslag Klanttevredenheidsonderzoek.

Een bruikbaar en specifiek klanttevredenheidsonderzoek voor het KDC.

Opdrachtgever/begeleider (vanuit de organisatie):

Organisatie: Kinderdagcentrum (KDC)
Naam: --
Functie: Unithoofd i.o.
Adres: --
Telefoonnummer: --

Begeleider vanuit school (Docentbegeleider):

Organisatie: Christelijke Hogeschool Windesheim
Naam: M. van Tilburg
Adres: Campus 2-6
8017 CA Zwolle
Telefoonnummer: 088 - 4699911



Onderzoekers/studenten:

Naam en studentnr.: Cindy van der Windt, 1010879
Inez Woertel, 1008873
Klas: MAV6SEM05
Opleiding: SPH- social work
Studiejaar: 2010/2011

Uitgave en Copyright:

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze opgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in geautomatiseerde gegevensbestanden, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of op enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voorwoord:

Wij zijn Cindy van der Windt en Inez Woertel. We studeren social work – Sociaal Pedagogische Hulpverlening aan het Windesheim in Zwolle. Vorige jaar liepen we stage op een kinderdagcentrum, allebei op een andere groep. Nu we in het vierde jaar zitten moet er een onderzoek worden uitgevoerd. We hebben daarom bij het KDC gevraagd of we daar een onderzoek konden doen. Er werd enthousiast gereageerd en we waren van harte uitgenodigd om onderzoek te komen doen. Er moest een onderzoek komen naar klanttevredenheid, hieruit is dit verslag gekomen.

Het is bestemd voor het KDC, zodat ze hun kwaliteit kunnen meten met behulp van ons opgestelde klanttevredenheidsonderzoek.

Wij hopen dat ze veel aan dit project hebben.

Voordat we ingaan op het onderzoek, willen we eerst een aantal mensen bedanken.

Wij willen de docenten van onze school bedanken en daarbij in het bijzonder:

- H. Dekker (Verantwoordelijke docent) bedankt voor het adviseren over ons project in onze beginfase en daarnaast het nakijken van onze aanvraag.
- M. Speijers bedankt voor het nakijken van ons werkplan en de feedback die je hebt gegeven, zodat we een goede basis hadden om daadwerkelijk aan de slag te kunnen.
- M. van Tilburg bedankt voor het begeleiden van ons tijdens deze periode. Bedankt voor je feedback, ondersteuning en advies.

Daarnaast willen we een aantal mensen vanuit de instelling bedanken.

Wij willen het Unithoofd i.o., onze opdrachtgever en begeleider tijdens dit onderzoek, bedanken voor alle begeleiding, informatie en feedback die we hebben gekregen. We hebben erg veel aan je gehad. We willen de kwaliteitsmedewerkster bedanken voor alle informatie over (het landelijke) kwaliteit(skader).

Verschillende mensen uit onze persoonlijke omgeving hebben ons ondersteund, vaak op emotioneel gebied en af en toe op het gebied van ons onderzoek. We kunnen deze mensen niet allemaal persoonlijk via deze weg bedanken, daarom in het algemeen: bedankt!

Cindy van der Windt en Inez Woertel
Zwolle, Juni 2011

Samenvatting:

Hier staat de samenvatting beschreven van dit onderzoek. Hierin wordt een globaal beeld geschetst van welk proces is doorlopen en wat de resultaten daarvan zijn.

Probleem: het KDC heeft geen klanttevredenheidsonderzoek, waardoor ze niet weten hoe tevreden hun klanten zijn en hoe het staat met de kwaliteit volgens de klanten.

Doelstelling: Er wordt een nieuw klanttevredenheidsonderzoek opgesteld dat bruikbaar is en aansluit bij het KDC, zodat zij deze kunnen gebruiken om de kwaliteit op pijl te houden.

Om dit doel te behalen is er onderzoek gedaan naar het landelijke kwaliteitskader, wat uiteindelijk niet bruikbaar bleek te zijn. Het blijkt niet mogelijk om het landelijke kwaliteitskader te integreren in de vragenlijst voor het klanttevredenheidsonderzoek. Hierna is gekeken naar de doelen en verwachtingen die KDC heeft voor het opstellen van het klanttevredenheidsonderzoek. Dit was belangrijk om helder te hebben om zo aan te kunnen sluiten bij het KDC. Dit is gedaan voordat er onderzoek is gedaan naar de inhoud van de vragenlijst. Vervolgens is er ook onderzoek gedaan naar de verschillende onderwerpen die gebruikt kunnen worden in klanttevredenheidsonderzoeken.

Deze onderwerpen zijn gehaald uit vragenlijsten/resultaten van kinderopvang en peuterspeelzalen. Vervolgens zijn de onderwerpen van het HKZ certificatieschema en kwaliteitseisen en domeinen toegevoegd. Tijdens het opstellen van de vragenlijst zijn eerst de onderwerpen gebruikt die een HKZ norm hebben, daarna is gekeken naar de kwaliteitseisen en domeinen en als laatste zijn de onderwerpen gebruikt die meerdere malen voorkwamen in de kinderopvang en peuterspeelzalen. Om de vragenlijst te specificeren voor het KDC is de visie en de daarbij behorende vijf pijlers van support en de piramide van Maslow gebruikt en geïntegreerd in de vragenlijst.

Voor de vormgeving van de vragenlijst is gekozen voor een schriftelijke enquête met gesloten vragen, waarbij een eventuele toelichting gegeven kan worden. Aan het eind van de vragenlijst worden een aantal open vragen gesteld. Er is gekozen voor een anonieme schriftelijke enquête met hoofdzakelijk gesloten vragen, omdat zo de resultaten eenvoudiger te verwerken zijn en er minder snel sociaal wenselijke antwoorden gegeven zullen worden. Bij de vragen wordt wel om een (eventuele) toelichting gevraagd, zodat er meer diepgang mogelijk is.

Voor de antwoordmogelijkheden is gekozen om een rapportcijfer te geven. Deze keuze is gemaakt omdat iedereen op de hoogte is van de waardering van de rapportcijfers. Verder wordt op deze manier (door een even aantal antwoordkeuzes) vermeden dat er een neutrale keuze kan worden gemaakt. Door dit te vermijden worden de klanten gedwongen om na te denken over hun antwoord.

Inhoudsopgave:

Voorwoord:	3
Samenvatting:	4
Inhoudsopgave:	5
Inleiding:	7
Hoofdstuk 1. Begripsafbakening:	9
Hoofdstuk 2. Methode:	10
Hoofdstuk 3. Resultaten:	12
3.1. Landelijke kwaliteitskader, bruikbaarheid van het klanttevredenheidsonderzoek en HKZ:	13
3.2. Doelen en verwachtingen die zijn gesteld vanuit het KDC:	16
3.3. Onderwerpen voor het klanttevredenheidsonderzoek:	18
3.4. Bruikbaar en specifiek klanttevredenheidsonderzoek voor het KDC:	22
3.5. Onderzoeksmogelijkheden voor een klanttevredenheidsonderzoek:	24
Hoofdstuk 4. Conclusie, aanbeveling en discussie:	30
Literatuurlijst:	33
Bijlagen:	36
Bijlage 1. Interview met de kwaliteitsmedewerkster:	37
Bijlage 2. ISO 9001 procesmodel:	38
Bijlage 3. Interview met het unithoofd i.o.:	39
Bijlage 4. Onderwerpen voor klanttevredenheidsonderzoek komend uit kinderopvang:	40
Bijlage 5. Onderwerpen voor het klanttevredenheidsonderzoek komend uit peuterspeelzalen:	43
Bijlage 6. HKZ certificatieschema:	48
Bijlage 7. Kwaliteitseisen/domeinen en onderwerpen uit NPCF:	52
Bijlage 8. Voor- en nadelen onderzoeksmethode:	54
Bijlage 9. Voor- en nadelen vraagsoorten:	56

<i>Bijlage 10. Vragenlijst:</i>	<i>57</i>
<i>Bijlage 11. Verwerken gegevens, resultaten per groep:</i>	<i>61</i>
<i>Bijlage 12. Verwerken gegevens, resultaten totaal:</i>	<i>65</i>

Inleiding:

In dit onderzoeksverslag is het onderzoek beschreven over het opstellen van een klanttevredenheidsonderzoek voor het Kinderdagcentrum (KDC). Een kinderdagcentrum is voor kinderen van 0 tot omstreeks 19 jaar met een (ernstige) verstandelijke of meervoudige beperking (dit wordt in dit verslag benoemd als een ontwikkelingsachterstand). Een KDC biedt dagbesteding, verzorging, (ortho)pedagogische begeleiding en paramedische behandeling. Hiervoor zijn verschillende deskundigen in dienst. Daarnaast geeft een KDC ondersteuning bij opvoedingsvragen. Om een kind te kunnen aanmelden is er een indicatie nodig. Andere benamingen: kinderdagverblijven verstandelijk gehandicapten (KDV) of orthopedagogische dagcentra (ODC's). (www.socialezekerheid.nl; www.encyclo.nl; www.regelhulp.nl; Minderaa, 2000).

Vanuit het KDC is de vraag gekomen of er onderzoek gedaan kan worden naar een klanttevredenheidsonderzoek dat aansluit en bruikbaar is. Onder bruikbaar wordt verstaan: het product (klanttevredenheidsonderzoek; meetinstrument waarmee onderzoek gedaan kan worden naar klanttevredenheid.) dat specifiek is voor de doelgroep en aansluit bij de verwachtingen en doelen van het KDC.

De reden van een klanttevredenheidsonderzoek:

De reden dat er een klanttevredenheidsonderzoek uitgevoerd is, is dat er geen klanttevredenheidsonderzoek aanwezig is dat aansluit bij het KDC. Hierdoor is er al lang geen klanttevredenheidsonderzoek meer afgenomen bij ouders van de cliënten. Dit heeft als gevolg dat het op het moment niet volledig helder is, wat de wensen en verwachtingen van ouders van cliënten zijn met betrekking tot de zorg die er geleverd moet worden en of het KDC hierbij aansluit.

Relevantie van het onderzoek voor KDC:

Voor het KDC is dit onderzoek van belang, omdat het binnen het KDC erg belangrijk wordt bevonden dat er een bruikbaar klanttevredenheidsonderzoek is, om kwalitatieve zorg en begeleiding te kunnen bieden, en om er zo voor te zorgen dat de cliënten een waardevol bestaan kunnen leiden. In de visie van de overkoepelende organisatie staat beschreven dat er voor moet worden gezorgd dat cliënten een waardevol bestaan kunnen leiden. De visie is te vinden in het hoofdstuk 'methode' en 'bruikbaar en specifiek klanttevredenheidsonderzoek voor KDC's en is daar verder uitgewerkt.

De mening van de ouder over hoe ze dienstverlening beleven en waarderen speelt een belangrijke rol, met betrekking tot de kwaliteit van het KDC. Ouders hebben namelijk een bepaald idee over hoe hun kind een waardevol bestaan kan leiden.

De organisatie ziet een ontwikkeling waarbij het opvalt dat ouders steeds mondiger worden (via wettelijk verplichte oudercommissies) en hierdoor daadwerkelijk een sterkere stem krijgen in de bedrijfsvoering. Het waarborgen van de kwaliteit van het KDC staat of valt bij kennis van hoe de ouders de dienstverlening beleven en waarderen. Daarnaast wil de organisatie door het uitvoeren van een klanttevredenheidsonderzoek een signaal afgeven aan klanten en medewerkers, dat het KDC waarde hecht aan het bieden van kwalitatief hoogwaardige dienstverlening en zich oprecht betrokken voelt bij haar klanten.

Het doel van het onderzoek:

Het doel van het onderzoek is om een nieuw klanttevredenheidsonderzoek op te stellen dat bruikbaar is en aansluit bij het KDC, zodat deze gebruikt kan worden om de kwaliteit op pijl te houden. Onder kwaliteit wordt verstaan: mate waarin goederen en diensten voldoen aan de gebalanceerde eisen, behoeften, verwachtingen, specificaties van alles betrokken belanghebbenden. Kort gezegd; de mate waarin iets goed of slecht is. (www.encyclo.nl)

De kwaliteit op pijl houden kan gedaan worden door regelmatig een klanttevredenheidsonderzoek uit te voeren en te werken aan de uitkomsten van het klanttevredenheidsonderzoek. Door op deze manier kritisch te blijven kijken en daarmee te ontwikkelen, wordt er gewerkt aan kwaliteit.

Onderzoeksvraag:

Er is gewerkt vanuit de volgende hoofdvraag: Hoe dient een nieuw klanttevredenheidsonderzoek inhoudelijk eruit te zien om bruikbaar te zijn voor het KDC en hoe geven wij deze vorm?

Deelvragen:

Er is gewerkt vanuit de volgende deelvragen:

1. Wat is het landelijke kwaliteitskader waar het KDC aan moet voldoen?
2. Welke doelen en verwachtingen zijn er vanuit het kinderdagcentrum gesteld met betrekking tot kwaliteit?
3. Welke verschillende klanttevredenheidsonderzoeken zijn er gericht op kinderopvang en peuterspeelzalen?
4. Hoe kunnen wij dit inhoudelijk toespitsen op/gebruiken voor het KDC en haar doelgroep?
5. Hoe geven we het klanttevredenheidsonderzoek vorm?

Inhoud van dit verslag:

Dit onderzoeksverslag begint bij 'Begripsafbakening', waarin verschillende begrippen worden uitgelegd, die belangrijk zijn voor dit onderzoek. Vervolgens is het hoofdstuk 'methode' te vinden. Hier wordt vermeld welke methodes er zijn gebruikt voor dit onderzoek. Vervolgens is het 'resultaat' te vinden van het onderzoek. Na het onderzoek is er een vragenlijst opgesteld en de keuzes die hiervoor zijn gemaakt, zijn verantwoord in het hoofdstuk 'conclusie en discussie'. In de 'literatuurlijst' zijn de gebruikte bronnen te vinden. Tot slot zijn de bijlagen toegevoegd, waarin o.a. de interviewvragen, uitwerking van verschillende onderwerpen voor in het klanttevredenheidsonderzoek, schema's en het klanttevredenheidsonderzoek te vinden zijn.

Hoofdstuk 1. Begripsafbakening:

Voordat er aan dit onderzoek begonnen is, zijn er een aantal begrippen belangrijk om helder te hebben. In de inleiding zijn er al een aantal begrippen uitgewerkt, hieronder staan nog meer belangrijke begrippen die in dit onderzoek aan bod komen uitgewerkt.

Kinderopvang:

Op een kinderopvang kunnen ouders die werken of een studie volgen, hun kind(eren) laten verblijven, zodat anderen voor hun kind(eren) kunnen zorgen. De kinderen kunnen worden opgevangen in een kinderdagverblijf, op school, bij een gastouder of in de thuissituatie. Er zijn twee soorten opvang, namelijk:

- Formele opvang: valt onder de Wet kinderopvang, het moet voldoen aan kwaliteitseisen en staat geregistreerd in het Landelijk Register Kinderopvang (LRK). hierbij kan mogelijk kinderopvangtoeslag verkregen worden. (kinderdagopvang, buitenschoolse opvang, gastouderopvang en ouderparticipatiecrèches).
- De regels van de Wet kinderopvang gelden niet voor de informele opvang. Ouders krijgen hiervoor dan ook geen kinderopvangtoeslag. (peuterspeelzalen, tussenschoolse opvang (overblijven), vrienden-/familiediensten, tieneropvang, au-pairs of een incidentele oppas).

(<http://www.rijksoverheid.nl>)

Peuterspeelzalen:

Een peuterspeelzaal is bedoeld voor kinderen van 2 tot de leeftijd waarop zij basisonderwijs gaan volgen. Meestal is dit tot zij 4 jaar worden. Hier kunnen kinderen op vaste dagen (meestal 2 vaste ochtenden of middagen) rennen, spelen, fietsen, knutselen en dergelijke. Peuterspeelzalen vallen onder de gemeente. Ouders van kinderen op een peuterspeelzaal komen niet in aanmerking voor kinderopvangtoeslag. (<http://www.rijksoverheid.nl>)

Kwaliteit van de zorg:

De overheid stelt in de wet dat zorg effectief, veilig en op tijd moet zijn. Zorgverleners en instellingen moeten rekening houden met de behoeften van hun cliënten. Ook moeten mensen de zorg kunnen kiezen die bij hen past. Voorwaarde hiervoor is dat mensen de kwaliteit van zorginstellingen kunnen vergelijken. (www.rijksoverheid.nl)

Klanttevredenheid:

Klanttevredenheid is de tevredenheid van de klant. Dit is de beleving ten aanzien van bepaalde situaties, klantencontacten en de onderneming in haar totaliteit.

Klanttevredenheid is de beleving van klanten die ontstaat door het vergelijken van de ervaringen met de organisatie/instelling met de wensen/verwachtingen die de klant heeft. (Thomassen, 2002; Thomassen & In 't Veld & Winthorst, 1996)

Klanttevredenheid gaat over tevreden klanten:

- “Klant: persoon in relatie tot degene die als koop- of ambachtsman door hem begunstigd wordt, bij wie hij pleegt te kopen of geregeld koopt.
- *Tevredenheid*: genoegen, voldoening” (www.klanttevredenheid.nl).

Hoofdstuk 2. Methode:

In dit hoofdstuk staat beschreven wat voor onderzoek er is gedaan om antwoord te kunnen geven op de hoofdvraag.

De reden voor een kwalitatief onderzoek:

Er is gekozen om een kwalitatief onderzoek te doen, omdat het voor het ontwikkelen en verbeteren van het KDC belangrijk is om te weten hoe ergens over wordt gedacht. Bij kwantitatief onderzoek gaat het meer om de hoeveelheid resultaten die binnen komen. Het is niet belangrijk om te weten hoeveel resultaten er binnen komen. Ook is het niet belangrijk om bijvoorbeeld te weten hoeveel klanten ergens ontevreden over zijn. Wel is het belangrijk om te weten *waar* de klanten ontevreden over zijn.

“Bij een kwalitatief onderzoek gaat het niet om het verzamelen van cijfers, maar het gaat er om dat de onderzoeker zich kan aanpassen aan de situatie en omstandigheden” (Verhoeven, 2007).

Onderzoekspopulatie:

De onderzoekspopulatie is een kwaliteitsmedewerker van de overkoepelende organisatie van het KDC en het unithoofd i.o. van het KDC. Er is gekozen voor een interview met een kwaliteitsmedewerker van de overkoepelende organisatie van het KDC, omdat zij betrokken is bij de organisatie en meer weet over (het landelijke) kwaliteit(skader). Ook is er gekozen om het unithoofd i.o. te interviewen. Zij is nauw betrokken bij de organisatie en is vooral gericht op het KDC zelf. Daarnaast is zij een overkoepelend persoon die zicht heeft op het KDC en de gang van zaken.

Theoretisch onderzoek:

Voor dit onderzoek is er voornamelijk theoretisch onderzoek gedaan en aansluitend zijn er een paar interviews gehouden. Er is gekozen voor theoretisch onderzoek, omdat dit het beste aansluit voor dit onderzoek. Er is veel informatie te vinden over klanttevredenheidsonderzoek in boeken en op het internet, waardoor dit een bron van inspiratie met zich meebrengt. Er is eerst breed gezocht en vervolgens is dit steeds meer toegespitst op het uiteindelijke klanttevredenheidsonderzoek voor het KDC. Er is onderzoek gedaan naar het landelijke kwaliteitskader, naar verschillende onderwerpen voor het klanttevredenheidsonderzoek en naar de vorm van een klanttevredenheidsonderzoek en hoe deze het beste afgenomen kan worden. De theorie die is verzameld wordt gebruikt voor het opstellen van de interviews, maar ook om de vragenlijst vorm te geven.

Interviews:

De informatie die is gekomen uit theoretisch onderzoek is gebruikt voor het opstellen van de vragen in twee interviews. Vanuit de interviewvragen is vervolgens extra informatie verkregen dat bruikbaar is voor het opstellen van het klanttevredenheidsonderzoek.

De keuze voor het houden van interviews is gemaakt, zodat de informatie uit de theorie aangevuld kan worden door mensen die er meer kennis en ervaring over hebben. Daarnaast kan in een interview diep op bepaalde onderwerpen ingegaan worden, zodat informatie duidelijk en volledig is. Wat in een interview bijvoorbeeld wel kan is om direct verduidelijking te vragen bij antwoorden die niet helder zijn, maar bij een vragenlijst is dit lastiger. Daarnaast kunnen vragen gesteld worden die niet duidelijk zijn of op meerdere manieren te interpreteren, in een interview kan om verduidelijking gevraagd worden en dit is moeilijk in een vragenlijst (je moet er nogmaals achteraan).

Er is gekozen voor een halfgestructureerd interview. Hierbij zijn van te voren een aantal richtlijnen op papier gezet in de vorm van vragen die gesteld kunnen worden. Daarnaast is er door het halfgestructureerde interview ook de mogelijkheid voor eigen inbreng. Ook is het een flexibel gesprek waardoor er ingespeeld kon worden op situaties. (Verhoeven, 2007)

Visie, support en piramide van Maslow:

Om het klanttevredenheidsonderzoek specifiek te maken voor het kinderdagcentrum is gebruik gemaakt van de visie, 5 pijlers van support en de piramide van Maslow.

De overkoepelende organisatie van het KDC heeft organisatiebreed gekozen voor een visie op burgerschap ten behoeve van ondersteuning aan haar cliënten. Dat betekent dat de organisatie (en haar medewerkers) zich ten doel stelt de cliënt te ondersteunen om een waardevol bestaan te kunnen leven.

De vijf pijlers van support zijn richtinggevend voor de invulling van een waardevol bestaan. (support bij de overkoepelende organisatie van het KDC, 2009)

De piramide van Maslow is een aanvulling op de visie van de overkoepelende organisatie van het KDC. In de piramide van Maslow worden de basisbehoeften benoemd, waarin alle mensen zich ontwikkelen en die zorgen voor zelfverwezenlijking. Door deze zelfverwezenlijking wordt gewerkt aan het leiden van een waardevol leven. (Den besten en Van Vulpen, 2006)

Door middel van de basisbehoeften en de 5 pijlers van support wordt de vragenlijst specifiek gemaakt voor KDC.

Hoofdstuk 3. Resultaten:

In dit hoofdstuk staan de resultaten uitgewerkt van dit onderzoek naar een geschikt klanttevredenheidsonderzoek voor het KDC.

Inhoud van dit hoofdstuk:

In de eerste paragraaf is informatie te vinden over het landelijke kwaliteitskader die met behulp van het programma Zichtbare zorg, zorg vergelijkbaar maakt. In dezelfde paragraaf staat ook uitgewerkt waarom een klanttevredenheidsonderzoek bruikbaar is voor het KDC. Daarnaast is in deze paragraaf informatie te vinden over de HKZ (Harmonisch Kwaliteitsbeoordeling in de Zorgsector). In paragraaf twee staat vervolgens wat er verwacht wordt en welke doelen er zijn gesteld met betrekking tot kwaliteit gericht op het klanttevredenheidsonderzoek.

In paragraaf drie staan onderwerpen die passen bij het KDC en die gebruikt kunnen worden in het klanttevredenheidsonderzoek. De resultaten zijn gehaald uit klanttevredenheidsonderzoeken van peuterspeelzalen en kinderopvang, het HKZ, NPCF (Nederlandse Patiënten Consumenten Federatie) en de kwaliteitseisen en dimensies van kwaliteitszorg. In de volgende paragraaf, paragraaf vier, zijn de resultaten van paragraaf drie toegespitst op het KDC. Tot slot is er in paragraaf vijf te vinden wat voor methodes er gebruikt kunnen worden voor de vormgeving van een klanttevredenheidsonderzoek, welke vragen en antwoordmogelijkheden er zijn en hoe een passende inleiding moet worden geschreven.

3.1. Landelijk kwaliteitskader, bruikbaarheid van het klanttevredenheidsonderzoek en HKZ:

In deze paragraaf worden de resultaten beschreven uit theoretisch onderzoek naar het landelijke kwaliteitskader en de HKZ. Naast theoretisch onderzoek is er een interview gehouden met de kwaliteitsmedewerker van de overkoepelende organisatie van het KDC. In dit interview is er gesproken over onder andere het landelijke kwaliteitskader, kwaliteit en de bruikbaarheid van het klanttevredenheidsonderzoek. Het interview is te vinden in bijlage 1.

Het landelijke kwaliteitskader is een middel dat de overheid heeft ingesteld om de cliënten te versterken wat betreft eigen keuzes die ze kunnen maken. Het landelijke kwaliteitskader wordt vormgegeven door het programma Zichtbare Zorg.

De mening van de overheid over zorg:

De overheid stelt dat zorg effectief, veilig en op tijd moet zijn. Hierin vindt de overheid de positie van de cliënt van belang. Zij stelt: 'als cliënten meer invloed kunnen uitoefenen, komt dat de kwaliteit van de zorg ten goede'. Daarom probeert de overheid met verschillende maatregelen de positie van de cliënt te versterken:

- Via wetgeving (die onder het gezondheidsrecht valt) wil de overheid de juridische positie van cliënten verstevigen. De Wet cliëntenrechtenzorg moet hierin een centrale plaats krijgen. In deze wet worden de rechten en plichten van de cliënt geregeld en daarbij wordt de verantwoordelijkheden van zorgaanbieders voor de kwaliteit van zorg. Daarnaast is er een wetsvoorstel 'beginselenwetzorg(instellingen), die naast de Wet cliëntenrechtenzorg moet komen te staan. In deze wet staat 'regie over eigen leven' en 'wensen en behoeften van de cliënt' centraal.
- Daarnaast subsidieert de overheid cliëntorganisaties, om de positie van de cliëntenorganisaties te versterken. Daarnaast is het bedoeld om de organisaties professioneler te maken en meer te laten samenwerken.
- Ook wil de overheid ervoor zorgen dat er iets te kiezen valt in de zorg. Daarom moet de kwaliteit van instellingen (prestaties van instellingen en ervaringen van andere zorggebruikers) vergeleken kunnen worden. De kwaliteit van de zorg moet gemeten worden met meetbare criteria: kwaliteitsindicatoren. Het programma Zichtbare Zorg ondersteunt professionals hierin, zodat de kwaliteit van zorg inzichtelijk gemaakt kan worden. Op Kiesbeter.nl kan de kwaliteit vervolgens vergeleken worden.

Zichtbare zorg (ZiZo):

Het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS) voert het beleid van het kabinet uit. Zij hebben de Inspectie voor de gezondheidszorg (IGZ) opdracht gegeven om het programma Zichtbare Zorg op te richten. Deze ondersteunt zorgsectoren om kwaliteit vergelijkbaar te maken volgens één standaard.

Inzicht in de kwaliteit van de geleverde zorg is belangrijk voor:

- Cliënten, bij het maken van een keuze tussen zorgaanbieders;
- Zorgaanbieders zelf, voor interne sturing en verbeteracties;
- Zorgverzekeraars, voor hun zorginkoop;
- De Inspectie voor de Gezondheidszorg, voor het houden van toezicht;
- Het ministerie van VWS, voor het ontwikkelen en evalueren van haar beleid.

Zichtbare Zorg gaat er op deze manier voor om het tot stand te laten komen van kwaliteitsinformatie volgens één standaard. Betrouwbaarheid en validiteit (voor een uitleg van deze begrippen, zie blz. 28) wordt hierin als belangrijk gezien.

Kwaliteitskader Gehandicaptenzorg:

Volgens de kwaliteitswet zorginstellingen zijn aanbieders van gehandicapten verplicht zich te verantwoorden over kwaliteit van geleverde zorg. Hierbij zijn 2 metingen van belang:

- Zorginhoudelijke meting: meetbevindingen van de instelling/professional. Dit zou gezien kunnen worden als een medewerkers-tevredenheidsonderzoek. Voor deze meting bestaan aparte vragenlijsten.
- Meting cliëntervaring: meetbevindingen van de cliënt. Dit zou gezien kunnen worden als een klanttevredenheidsonderzoek.
 - o Instrument: CQ-index (Consumer Quality Index) meet ervaringen van patiënten met de zorg en het belang dat zij aan bepaalde kwaliteitsaspecten hechten. Zorgaanbieders kunnen zich hierdoor naar de buitenwereld toe profileren en hierdoor kan de zorg vergelijkbaar gemaakt worden. Dit instrument is nu alleen voor VG (verstandelijk gehandicapten) beschikbaar. Het moet afgenomen worden door onafhankelijke geaccrediteerde ("door de uitzendende regering gevolmachtigd en bevoegd verklaarde" www.encyclo.nl) meetbureaus. Dit houdt in dat het afgenomen moet worden door bureaus die bevoegd zijn om dit af te nemen en die los staan van de instelling/organisatie. De instelling of studenten zijn hiervoor niet bevoegd.

Bij het landelijke kwaliteitskader gaat het om kwaliteit van geleverde zorg en ondersteuning aan mensen met een beperking inzichtelijk te maken. Het KDC is genooddaakt om mee te doen aan het landelijke kwaliteitskader. De organisatie heeft namelijk de verantwoording om 1 keer in de 3 jaar de cliëntervaring te meten. Dit gebeurt volgens de HKZ normen en de zorginkoopbrief van Achmea. Wanneer dit niet gebeurt dan kost het de Instelling geld. De accountant/directie is eindverantwoordelijke voor uitvoering van het meten van de cliëntervaring. Ook houdt de directie in de gaten wanneer er een zorginhoudelijke meting moet gebeuren voor het KDC. Dit wordt in het multidisciplinair teamoverleg besproken.

Meerwaarde om een apart klanttevredenheidsonderzoek op te stellen:

Omdat het samenvoegen van ons klanttevredenheidsonderzoek en het landelijke kwaliteitskader erg moeilijk is, is er gekeken naar de meerwaarde om een apart klanttevredenheidsonderzoek op te stellen. Met het klanttevredenheidsonderzoek dat met dit onderzoek tot stand komt, kan het KDC toetsen of ze aansluiten bij de wensen en verwachtingen van ouders en of ze op de goede weg zitten wat betreft kwaliteit. Het is belangrijk om te kijken hoe er gescoord wordt op bepaalde onderwerpen waar een mening over wordt gevraagd aan de ouders, een soort 0-meting. Aan verbeterpunten kan gewerkt worden, zodat met een volgende meting hogere scores zijn en ontwikkeling zichtbaar is. Met het klanttevredenheidsonderzoek wordt er een product geleverd dat specifiek is voor het KDC, zodat een overzicht geleverd kan worden van de meningen van ouders m.b.t. kwaliteit. (www.rijksoverheid.nl; www.igz.nl; www.zichtbarezorg.nl)

HKZ – Harmonisatie Kwaliteitsbeoordeling in de zorgsector.

De HKZ is een erkend kwaliteitssysteem en waakt over een hoge kwaliteit in de zorgsector. De HKZ vindt het belangrijk dat een organisatie de zaken intern goed op orde heeft, de klant hier principieel centraal staat, de organisatie betrouwbare resultaten kan presenteren en dat deze voortdurend werkt aan het verbeteren van de zorg- en dienstverlening.

De overkoepelende organisatie van het KDC is in het bezit van een kwaliteitskeurmerk HKZ. Dit keurmerk geeft aan dat de overkoepelende organisatie van het KDC voldoet aan alle voorwaarden om goede zorg te kunnen leveren. Het keurmerk biedt een basisgarantie voor kwaliteit. Dit betekent onder andere dat de cliënt centraal staat, de cliënt tijdig en helder geïnformeerd wordt over de zorgverlening, de overkoepelende organisatie van het KDC duidelijke afspraken maakt en deze worden vastgelegd in een zorgplan.

Omdat het KDC HKZ gecertificeerd is, is er voor gekozen om de HKZ toe te voegen in het klanttevredenheidsonderzoek. Als in het klanttevredenheidsonderzoek naar voren komt dat er op bepaalde punten minder wordt gepresteerd, dan weet het KDC waar zij zich zou kunnen ontwikkelen om te blijven voldoen aan de HKZ normen die staan vermeld in het HKZ certificatieschema.

De relatie van HKZ met ISO 9001:

Hieronder staat beschreven wat ISO 9001 is en wat te relatie is met het HKZ-certificatieschema.

ISO 9001:

“ISO 9001 is het uitgangspunt van een procesmodel voor kwaliteitsmanagement. In het model worden de bedrijfsprocessen en de bedrijfscyclus weergegeven. Klanteisen, klanttevredenheid, en continu verbeteren zijn hierbij de sleutelwoorden. De onderdelen 'directieverantwoordelijkheid', 'management van middelen' en 'meting, analyse en verbetering' geven de randvoorwaarden aan die nodig zijn om het product (en/of de dienst) gerealiseerd te krijgen en om continu te kunnen verbeteren.”

(www.adburdias.nl) In bijlage 2 is het procesmodel te vinden.

HKZ en ISO 9001:

“Het HKZ-certificatieschema (hierin staan de HKZ normen in vermeld) zijn overeenstemmend met de internationale norm voor kwaliteitsmanagementsystemen: ISO 9001:2000.2 Dat wil zeggen dat in het HKZ- certificatieschema alle normen uit de ISO 9001:2000 zijn opgenomen, waar mogelijk in een formulering die aansluit bij de sector. Als een organisatie HKZ gecertificeerd is, is zij voor die onderdelen ook ISO 9001-gecertificeerd. Dit staat op het certificaat vermeld.”

(www.hkz.nl; Kinderopvang, certificatieschema, versie 2006)

3.2. Doelen en verwachtingen die zijn gesteld vanuit KDC:

In deze paragraaf worden de resultaten beschreven met betrekking tot de doelen en verwachtingen die zijn gesteld vanuit KDC. Deze doelen en verwachtingen zijn naar voren gekomen in een interview met het unithoofd i.o. Het interview is te vinden in bijlage 3.

Doel:

Het doel dat in het Jaarplan kwaliteit (2010) is gesteld is dat er een klanttevredenheidsonderzoek moet worden ontworpen en uitgevoerd.

Verwachtingen:

Kwaliteitswaarden:

Volgens het Overkoepelende organisatie van het KDCboekje: Kwaliteit in je bagage, wordt er waarde gehecht aan dat de medewerkers hun werk goed doen en kwaliteit leveren. Dit betekent dat de medewerkers vakbekwaam en zorgzaam moeten zijn en zich betrokken voelen bij de cliënten. Dit komt in de onderstaande begrippen m.b.t. kwaliteit naar voren en wordt verwacht terug te komen in het klanttevredenheidsonderzoek.

- Cliëntgericht werken: dit betekent dat er ook naar de wensen van de ouder geluisterd moet worden, hiervoor bestaat een cliëntenraad die bestaat uit ouders van de cliënten.
- Resultaatgericht werken: er moet gewerkt worden aan de ontwikkeling van de cliënten.
- Integer zijn: afspraken maken over de manier hoe het werk gedaan moet worden en hoe er met elkaar wordt omgegaan. Deze afspraken moeten worden nagekomen, gebeurd dit niet dan moet men hier elkaar op kunnen aanspreken.

Communicatie:

Daarnaast is voor KDC communicatie een belangrijk begrip. Het gaat hierbij onder andere om de communicatie tussen de ouders en begeleiders. Alles wat omtrent een cliënt besproken wordt zal via de groepsbegeleider lopen. Zodra deze communicatie niet goed verloopt kan het unithoofd i.o. ingeschakeld worden. Het unithoofd i.o. vindt het belangrijk om betrokken te zijn bij de groepen en zich op bijvoorbeeld verjaardagen en ouderavonden te vertonen, hierdoor wordt de drempel laag gehouden voor ouders om het unithoofd i.o. te benaderen.

Visie:

Vanuit de visie wordt er op een bepaalde manier gewerkt met de cliënten. Door een visie op te stellen wordt er bepaald op welke manier er gewerkt moet worden. Bij de overkoepelende organisatie van het KDC gaat het om de kwaliteit van leven en hoe er gewerkt moet worden om kwalitatieve zorg te kunnen bieden. Wanneer er volgens de visie wordt gewerkt, wordt de kwaliteit van leven behouden en wordt er gewerkt aan de kwaliteit.

Wat in de visie van het KDC terugkomt en waar rekening mee moet worden gehouden met het opstellen van het klanttevredenheidsonderzoek zijn:

- Kijken naar het individu (hoe beleeft het kind het?).
- Ontwikkeling (zien de ouders dit, hoe beleven ze dit? O.a. zelfstandigheid).
- Natuurlijk netwerk (samenwerking, communicatie).

Ieder KDC heeft een andere visie en gaat anders te werk, waardoor ieder KDC een eigen specifieke visie heeft. De onderwerpen hierboven maken de visie specifiek voor KDC.

Opleidingsniveau en ervaring:

Wat KDC van andere KDC's verschilt is dat de begeleiders zich onderscheiden in niveau. De meeste begeleiders hebben HBO niveau (zorgcoördinatoren), daarnaast hebben er een aantal begeleiders MBO4 niveau (assistent-begeleiders/verzorgende) en minder begeleiders hebben een lager niveau dan voorgaande. Daarnaast is de gemiddelde leeftijd hoger op bij KDC dan op andere KDC's het geval kan zijn. Wat hierbij in het voordeel werkt voor KDC is:

- Deskundigheid en ervaring van begeleiders.
- Gemiddeld hogere leeftijd van begeleiders. Dit kan zorgen voor vertrouwen, stabiliteit, kennis en patronen. Daarnaast zijn jongere begeleiders scherp en stellen kritische vragen. Een mix wordt binnen het KDC belangrijk gevonden en komt tot stand door bijvoorbeeld stagiaires en leerlingen.
- Betrokkenheid. Hierdoor kiezen ouders ook voor dit KDC: begeleiders komen rustig en betrouwbaar over.
- Per groep is deskundigheid verdeeld; Een groep waar meer verpleegtechnische handelingen nodig zijn, staan begeleiders op die hier ervaring mee hebben. Op een schoolvoorbereidende groep staan begeleiders die als achtergrond PABO hebben.

Doordat 'verzorgenden' uitvoeren en zorgcoördinatoren de zorg uitzetten kunnen zij beter koppelen, coördineren, vanuit theorie denken en hierbij aansluiten bij de cliënt. Vaak zien ze beter welke momenten leerzaam zijn voor de ontwikkeling van de cliënt. Door de kennis en ervaring sluiten de begeleiders van dit KDC aan bij de cliënt. Ze weten wat elke cliënt nodig heeft.

"Verschillen tussen mbo en hbo zit voornamelijk in de taken/rollen die specifiek zijn voor hbo'ers en die een hoger niveau van complexiteit, verantwoordelijkheid en overkoepelende organisatie van het KDC'er met zich meebrengen:

- Analyseren/diagnosticeren in situaties waarin geen standaarden of handelingsvoorschriften voorhanden zijn
 - Planning en uitvoering van complexe interventies
 - Inhoudelijke regiefunctie vervullen
 - Consultatie verlengen
 - Verbeteren/ontwikkelen van werkwijzen, standaarden en procedures"
- (Van Haperen en Van Asselt, 2002)

Ontwikkelingsgericht werken:

Het KDC verschilt zich niet alleen van andere KDC's, maar ook van andere zorgvormen als 'woonvormen'. Wat KDC in dit opzicht specifiek maakt is dat het KDC ontwikkelingsgericht te werk gaat, wat op bijvoorbeeld een woonvorm minder van belang is. Ook wordt er op het KDC gewerkt met een multidisciplinair team, wat in bijvoorbeeld een woonvorm niet automatisch het geval is. Daar kan er namelijk via een huisarts verwezen worden naar bijvoorbeeld een fysiotherapeut. Via het multidisciplinair team wordt er binnen het KDC gewerkt aan de ontwikkeling van de cliënten. Het is belangrijk om het ontwikkelingsgerichte werken, en daarmee het multidisciplinair team, mee te nemen in het klanttevredenheidsonderzoek. Op deze manier kan er achter gekomen worden of de klanten tevreden zijn over de manier waarop er wordt gewerkt aan de ontwikkeling van de cliënten binnen het KDC.

3.3. Onderwerpen voor het klanttevredenheidsonderzoek:

In deze paragraaf worden de onderwerpen beschreven die voor het klanttevredenheidsonderzoek bruikbaar zijn. Deze onderwerpen zijn naar voren gekomen uit theoretisch onderzoek.

In het onderzoek is er gekeken naar onderwerpen uit klanttevredenheidsonderzoeken van kinderopvang en peuterspeelzalen. De keuze van kinderopvang is gemaakt omdat een kinderopvang en het KDC beide kinderen opvangen. De keuze van peuterspeelzaal is gemaakt omdat het als toegevoegde waarde heeft vergeleken met de kinderopvang dat het KDC net als een peuterspeelzaal werkt aan de ontwikkeling van kinderen.

De onderwerpen die uit onderzoek zijn gekomen, zijn gehaald uit vragenlijsten, resultaatrapporten en kwaliteitsbeleid van verschillende kinderopvang (www.jip-janneke.nl; www.databankkinderopvang.nl; www.kinderopvangirene.nl; www.kinderdagverblijfdolfijn.nl; www.allio.nl). Ook zijn onderwerpen gehaald uit vragenlijsten en resultaatrapporten van peuterspeelzalen (www.cumuluswelzijn.nl; www.eigenwijsekids.nl; www.deringkantertjes.nl; www.impuls.nl; www.welzijnswb.nl).

Uit het onderzoek bij verschillende kinderopvang en peuterspeelzalen is gebleken dat er veel overeenstemming is met betrekking tot onderwerpen en deelonderwerpen die naar voren komen. Deze onderwerpen zijn samengevoegd tot een overzicht van alle onderwerpen afkomstig uit de verschillende bronnen. In dit overzicht zijn ook de HKZ normen (www.hkz.nl; Kinderopvang, certificatieschema, 2006) te vinden en de kwaliteitseisen en dimensies van kwaliteitsservice waaraan dienstverlening moet voldoen. Het KDC verleent een dienst in de vorm van begeleiding aan de cliënten. “De wet verplicht om te zorgen voor verantwoorde kinderopvang dat bijdraagt aan een goede en gezonde ontwikkeling van het kind in een veilige en gezonde omgeving”. (www.hkz.nl; Kinderopvang, certificatieschema, 2006). De kwaliteitseisen en dimensies van kwaliteitsservice zijn daar richtinggevend voor (www.movisie.nl; Van den Broek, 2002). Verder is er nog gekeken naar de Nederlandse Patiënten Consumenten Federatie (NPCF). Via de NPCF wordt er gekeken naar de ervaringen van cliënten/patiënten in de zorg. Uit deze ervaringen zijn een aantal onderwerpen gekomen die belangrijk worden gevonden in de zorg.

In bijlage 4 (onderwerpen kinderopvang), 5 (onderwerpen peuterspeelzalen), 6 (HKZ certificatieschema) en 7 (kwaliteitseisen/domeinen NPCF) is een overzicht te vinden van alle uitgewerkte bronnen.

In het overzicht hieronder is bij elk onderwerp te zien hoe vaak deze voorkomen uit onderstaande bronnen. Op deze manier is te zien hoe belangrijk het onderwerp is. Elke bron heeft een andere kleur om zo het verschil goed te kunnen zien.

Rood: aantal keer dat dit onderwerp voorkomt bij de kinderopvang
Groen: aantal keer dat dit onderwerp voorkomt bij peuterspeelzalen
Oranje: onderwerpen afkomstig uit NPCF (Nederlandse Patiënten Consumenten Federatie)
Blauw: dimensie van kwaliteitsservice
Paars: kwaliteitseisen
Roze: HKZ normen

- Kennismaking: 1
 - o Aanmelding (HKZ norm)
 - o Planning en plaatsing(sgesprek) 1 (HKZ norm)
 - o Wachtlijst 1

- Openstelling: 1
 - o Openingstijden 2 1
 - o Vakantieregeling 1
 - o Halen en brengen (tijden) 1 2

- Organisatie: 1 1 (HKZ norm)
 - o Geloofwaardigheid (reputatie van de organisatie) 1
 - o De organisatie is goed bekend in het werkgebied 1
 - o Klanten zijn op de hoogte van het totale aanbod van de organisatie 1 (HKZ norm)
 - o Administratie 1/directie (HKZ norm)
 - Administratieve afhandeling van plaatsing 1
 - o Opvang/behandeling 1 1
 - o Keuze voor instelling 2
 - o Maandelijkse kosten/financiën 1 (HKZ norm)

- Bereikbaarheid: 3 1 1 (HKZ norm)
 - o Bereikbaarheid
 - o Parkeergelegenheid 1
 - o Telefonische bereikbaarheid 2

- Pedagogisch medewerkers 1 1 2 en handelen: 3 (HKZ norm)
 - o Competentie (Vakkennis/snel en effectief reageren of doorverwijzen) 1 1 1 (HKZ norm)
 - o Het begrijpen van de cliënt (dienstverlening op maat/empathie) 1
 - o Pedagogische kwaliteiten 1 1
 - o Pedagogische vaardigheden 1
 - o Cliënt/klant gericht werken 1 3
 - o Bejegening (HKZ norm)
 - o Ontwikkelingsgericht werken 4 (HKZ norm)
 - Sociaal emotionele ontwikkeling 2
 - Taal ontwikkeling 4
 - Creatieve ontwikkeling 1
 - Motorische ontwikkeling 2 (grote en fijne motoriek)
 - Zelfstandigheid 2
 - Zindelijk maken 1
 - o Omgang met kinderen 2 (HKZ norm (interactie))
 - o Betrokkenheid 2
 - o Luistervaardigheden 1 2
 - o Inzet 4
 - o Enthousiasme 3
 - o Opvoedinggerichte taken uitvoeren 1 1
 - o Professionaliteit en vakkundigheid 1 (HKZ norm)
 - o Sociale veiligheid 1 (HKZ norm)
 - o Sociale en personele competentie 1
 - o Normen en waarden 1 1
 - o Verzorging 1 (HKZ norm)
 - Toezicht op lichaamshygiëne en uiterlijke verzorging 1

- Pedagogisch beleid: 2 2 (HKZ norm)
 - o Beleid inzien 1
 - o Aantal leidsters per groep 2
 - Verschil pedagogisch kwaliteit tussen vrijwilligers en gekwalificeerd personeel 1
 - o Activiteiten sluiten aan bij uitdagende en creatieve behoeften van het kind 4
 - o Groepsgrootte 1 3 (HKZ norm)
 - o Leidster- kind ratio 1 (HKZ norm)
 - o Uitvoering beleid veiligheid en gezondheid (HKZ norm)
- Accommodatie 1 5 1, inrichting 3 2 en speelmogelijkheden: 1 2 1 (HKZ norm)
 - o Nette ontvangstruimte 1 2
 - o Sanitaire voorzieningen 2
 - o Buitenruimte 1 5 (HKZ norm)
 - Aangrenzend aan gebouw
 - Toegankelijk voor kinderen
 - Veilig
 - Passend ingericht
 - o Groepsruimte 2 4 (HKZ norm)
 - o Slaapruimte (HKZ norm)
 - o Materiaal/speeltoestellen 1 5 (variatie) (HKZ norm)
 - o Activiteiten 2 1
- Veiligheid 1 2 3 en hygiëne: 1 4 (HKZ norm)
 - o Risico inventarisatie veiligheid 1 (HKZ norm)
 - o Risico inventarisatie gezondheid 1 (HKZ norm)
 - o gebouw 4
 - o buiten 2
 - hekwerk 1
 - hondenpoep/ bladeren 1
 - bestrating (rubberen tegels) 1
 - o Sanitaire voorzieningen 1
 - o Speel en knutselmateriaal 1
- Communicatie: 1 (HKZ norm)
 - o Responsiviteit/reactiesnelheid 1
 - o Communicatie(uitleggen en informeren van de klanten)
 - o Communicatieve vaardigheden van leidsters 2
 - o Communicatie met vestiging 1
 - o Contact met leiders 1 1
 - o Contact directie 1

- Ouders: 1 4
 - o Respect en beleefdheid tegenover klanten 1
 - o Goede informatievoorziening/ rapportage (HKZ norm)
 - Praktische informatie voorziening 1 2
 - Informatievoorziening pedagogisch beleid 1 2
 - o Vragen worden serieus genomen 1
 - o Oudergesprekken 1 3 (inhoud en regelmaat)
 - o Rechten van ouders 1
 - o Ouders betrekken bij activiteiten 1
 - o Op de hoogte van groei en ontwikkeling van kind 2 (HKZ norm)
 - o Bespreken doelen en resultaten 1
 - o Ouder op de hoogte houden over alles wat het kind betreft (HKZ norm)
 - o Oudercommissie 3 1 (HKZ norm)
 - o Ouderafstanden 1 3
 - o Ouderraad 1
- Sfeer:
 - o Sfeer 1 5
 - o Aanblik en uitstraling 3
- Regels en afspraken: 1 2 3 (HKZ norm)
 - o Betrouwbaarheid (zich houden aan beloftes)
 - o Ziekte verzuim 1 2
 - o Regels voor verklaring omtrent gedrag 1 (HKZ norm)
 - o Afspraken nakomen 1 1 2
 - o Privacy (HKZ norm)
 - Bescherming persoonlijke gegevens klanten
- Klachtenregelingen: 3 (HKZ norm)
 - o verwerking/afhandeling 1 1 (HKZ norm)
 - o manier van indienen 1
- Evaluatie: (HKZ norm)
 - o Meest tevreden 1
 - o Minst tevreden 1
 - o Wat kan beter 1
 - o Totale/algemene indruk 1 1
 - o Rapportcijfer 2
 - o Tevredenheid van ouders/verzorgers tussen nu en toen (begin/aanmelding) 1
 - o Aanvullende punten 1

3.4. Bruikbaar en specifiek klanttevredenheidsonderzoek voor het KDC:

In deze paragraaf zijn de resultaten te vinden die ervoor zorgen dat het overzicht van de vorige paragraaf worden toegespitst op het KDC. Hiervoor is gebruik gemaakt van de visie, supportmethode en piramide van Maslow.

De overkoepelende organisatie van het KDC heeft gekozen voor een visie op burgerschap ten behoeve van ondersteuning van haar cliënten. Dit betekent dat de organisatie en haar medewerkers aan het doel werken om de cliënt te ondersteunen om een waardevol bestaan te leven. De vijf pijlers van support zijn richtinggevend voor de invulling van een waardevol bestaan. Support is het ondersteunen en begeleiden van mensen met een verstandelijke beperking vanuit de visie van de overkoepelende organisatie van het KDC. (support bij de overkoepelende organisatie van het KDC, 2009)

De visie van de overkoepelende organisatie van het KDC is:

In de visie van de Overkoepelende organisatie van het KDC staat dat met de dienstverlening van de Overkoepelende organisatie van het KDC individuen worden ondersteund. Daarnaast staat er dat er wordt aangesloten bij wie de cliënt is, zijn mogelijkheden en levenskeuzes. Ook wordt er aangesloten bij het natuurlijke netwerk van de cliënt en dat wat in de samenleving voor iedereen aan steun voor handen is. Dit wordt zo deskundig, betrokken en gespecialiseerd als nodig gedaan om de mensvisie tot leven te brengen. (support bij de overkoepelende organisatie van het KDC, 2009)

De vijf pijlers van support zijn:

1. Zelf invulling geven aan het leven
2. Deelnemen aan de samenleving
3. Ontplooien, leren, vaardigheden ontwikkelen
4. Relaties onderhouden met degene van eigen keuzes
5. Gerespecteerd worden als volwaardig bestaan

Support oftewel ondersteuning bieden aan cliënten vanuit de visie van de overkoepelende organisatie van het KDC vraagt de volgende competenties van medewerkers:

- Cliënt gericht handelen
- Doelgericht handelen
- Ontwikkelingsgericht handelen
- Netwerk gericht handelen
- Samenwerkingsgericht handelen (support bij de overkoepelende organisatie van het KDC, 2009)

De visie van de overkoepelende organisatie van het KDC vindt een basis in de piramide van Maslow. De piramide van Maslow is een manier om te kijken naar het bestaan van de mens. Het gedrag van mensen komt voort uit een behoefte, de mens wil zelfverwezenlijking. Dat betekent dat je doet wat bij jou als uniek persoon past, dat je volledig tot je recht komt en een zinvol bestaan leidt. Hiervoor zijn de basisbehoeften van belang die in de piramide van Maslow staan beschreven.

Mensen met een beperking maken dezelfde ontwikkeling door als mensen zonder beperking, alleen bereiken ze eerder hun plafond. Mensen hebben meer met elkaar gemeen dan dat ze van elkaar verschillen. Het niveau van mensen met een beperking maakt geen principieel verschil voor de visie, alle mensen hebben namelijk behoeften aan relaties, keuzes en andere pijlers. Wat wel verschilt is de manier waarop ze invulling geven aan hun leven. Mensen met een beperking zijn nooit helemaal zelfredzaam en zijn daardoor aan de mensen zonder beperking 'overgeleverd' en krijgen daarmee een afhankelijke positie. (Den Besten en Van Vulpen, 2006)

Hierboven staat vermeld wat er staat beschreven in de visie van de overkoepelende organisatie van het KDC met de daarbij behorende theorie. Hierdoor kan het klanttevredenheidsonderzoek specifiek gemaakt worden voor het KDC. Hieronder wordt ingegaan op onderwerpen die het unithoofd i.o. en de kwaliteitsmedewerkster verwacht terug te zien in het klanttevredenheidsonderzoek. Ook op deze manier wordt het klanttevredenheidsonderzoek specifiek gemaakt voor het KDC.

- Integer (aan afspraken houden, communiceren enz.)
- Zelfstandigheid
- Deskundigheid
- Betrokkenheid
- Betrouwbaarheid
- Communicatie
- Klantgericht (werken vanuit de ouder)
- Cliëntenraad (ouderraad)
- Aanbod
- Kruip in de huid van de ouder (sfeer/info/gemak)
- Goede rapportage
- Evaluatie/ schriftje
- Inrichting van het pand
- Hoe is het gesteld met het ziekteverzuim
- Resultaatgericht werken
- Opleidingsniveau begeleiders
- Werken vanuit multidisciplinair team (aanbod)
- Vervoer

3.5. Onderzoeksmogelijkheden voor een klanttevredenheidsonderzoek:

In deze paragraaf worden de resultaten beschreven uit theoretisch onderzoek naar onderzoeksmogelijkheden voor een klanttevredenheidsonderzoek. Er wordt onder andere ook ingegaan op vragen die gesteld kunnen worden en naar wat voor een soort antwoorden er gevraagd kunnen worden. Daarnaast wordt beschreven wat er in een inleiding moet staan.

Vraag- en doelstelling klanttevredenheidsonderzoek:

Voordat een onderzoek uitgevoerd kan worden en er een passende methode kan worden gekozen moet er een vraag- en doelstelling geformuleerd worden. Dit heeft als voordeel dat de methode aan de vraag- en doelstelling aangepast kan worden. Er is dan namelijk bekend waar er naar toegewerkt moet worden en hierdoor kan specifiek onderzoek uitgevoerd worden. Wanneer de vraag- en doelstelling zijn vastgesteld kan er gekeken worden naar een passende onderzoeksmethode, deze staan hieronder uitgewerkt.

Onderzoeksmethoden voor een klanttevredenheidsonderzoek:

Onderzoek kan kwantitatief zijn of kwalitatief. Bij kwantitatief onderzoek gaat het om cijfermatige informatie van objecten, organisaties en personen. Bij kwalitatief onderzoek wordt er meer gekeken naar de waarde die mensen aan zaken geven. Gegevens worden open en flexibel verzameld. Voor een klanttevredenheidsonderzoek worden de volgende methoden gebruikt:

Bij kwantitatief onderzoek:

- Surveyonderzoek/enquête/vragenlijst:
De vragenlijst staat van te voren vast en er kan maar uit een klein aantal antwoordmogelijkheden worden gekozen. Openvragen komen niet/nauwelijks voor bij kwantitatief onderzoek. Er wordt gebruik gemaakt van antwoordschalen. 'Waarom' iemand een bepaald antwoord geeft wordt hierbij niet bekend. Er zijn verschillende soorten die gebruikt kunnen worden: Schriftelijke enquêtes, Telefonisch enquêtes, Online-onderzoek (internet enquêtes).

Bij kwalitatief onderzoek:

- Open (individueel) interview. Wordt gehouden om beleving, motieven van ervaringen en betekenisverlening naar voren te halen. Vaak gaat het om complexe onderwerpen, onderwerpen die over een taboe gaan. Nieuwe informatie wordt bekend en begrippen worden afgebakend. Er moet voldoende menskracht, tijd en geld voor uitgetrokken kunnen worden. Er zijn drie soorten.
 - o Ongestructureerde interview (diepte-interview): 1 hoofdvraag, rode draad blijft hetzelfde.
 - o Halfgestructureerde interview: (vragen)lijst met onderwerpen. Flexibel, inspelen op situatie.
 - o Gestructureerde interview: komt in de richting van het mondeling afnemen van een vragenlijst met gesloten en open vragen. Dit is een meer kwantitatieve methode.
- Groepsinterview: Een groep personen wordt tegelijk geïnterviewd. Voorbeelden hiervan zijn werkconferenties, workshops, focusgroepinterviews en klantenbijeenkomsten. In een kleine groep wordt het een minisessie genoemd. Groepsinterviews worden gedaan om op vrij snelle manier meerdere meningen, belevingen, motieven van ervaringen en betekenisverlening naar voren te halen. Ook hier moet voldoende menskracht tijd en geld voor uitgetrokken worden. Bij

een groepsinterview hoeft er minder tijd en geld uitgetrokken te worden dan een individueel interview, maar kans dat mensen elkaars mening beïnvloeden is groter.

(Verhoeven (2007); www.vertenonderzoek.nl; www.wmo-klanttevredenheidsonderzoek.nl; hbo-kennisbank.uvt.nl; www.movisie.nl; www.hetontwikkelaarsgilde.nl; www.vertenonderzoek.nl; www.wmo-klanttevredenheidsonderzoek.nl)

Voor- en nadelen onderzoeksmethoden (in bijlage 8 is een uitgebreid schema te vinden):

- Schriftelijke enquêtes: met een schriftelijke enquête kan een grote groep bereikt worden in een korte tijd, maar de response is vaak wat lager. Kosten zijn daarentegen relatief laag. Een goede schriftelijke enquête kan herhaald worden, zodat vergelijking mogelijk is. Degene die het invult kan het in eigen tijd invullen, als onderzoeker is het nadeel dat hier opgewacht moet worden. Er geen gespreksvaardigheden nodig. Met deze enquête is het moeilijk om de diepte in te gaan. Antwoorden kunnen vrij makkelijk verwerkt worden, maar het kost wel tijd.
- Telefonische enquêtes: in een telefonische enquête zit meer diepgang, maar er moet wel voor gezorgd worden dat het een korte lijst blijft. De antwoorden kunnen direct verwerkt worden, waardoor resultaten vrij snel binnen zijn. De onderzoeker moet wel over gespreksvaardigheden beschikken. Het is een wat duurdere methode dan de schriftelijke en kost ook meer tijd. Het is niet verstandig om op gevoelige onderwerpen in te gaan.
- Internet enquêtes: het invullen is eenvoudig, de klant die het invult hoeft de deur niet uit en kan het in eigen tijd doen. Gegevens worden direct opgeslagen en verwerkt, dit scheelt kosten. Het is een snelle en goedkope methode, maar wel eentje met weinig respons. Daarnaast zijn de resultaten niet representatief omdat niet iedereen een e-mailadres heeft of deze is niet bekend. Verder is er weinig diepgang.
- Open interviews: bij een interview kunnen gevoelige onderwerpen aangesneden worden en hebben resultaten diepgang. Het kost veel tijd, maar hierdoor kan er wel dieper op verschillende onderwerpen ingegaan worden. Daarbij krijgt de geïnterviewde de aandacht en kunnen moeilijke vragen worden toegelicht. Ook hebben de geïnterviewden meer inbreng. Het nadeel is dat de resultaten moeilijker te vergelijken en te verwerken zijn. Ook kost het erg veel tijd (hierdoor is de kans dat niet iedereen geïnterviewd kan worden) en kost het veel geld. En de onderzoeker moet ervaring en kennis hebben om gesprekken te kunnen leiden. Dit is een manier dat minder anoniem is.
- Groepsinterview: in een relatief korte tijd zijn meningen, opvattingen en waarden te achterhalen waardoor er een breed inzicht is. Het is een manier dat wat minder ingekaderd is waardoor de input groter is. Deelnemers kunnen elkaar inspireren, maar elkaar ook juist in een andere denkrichting 'drukken'. In een groep zijn mensen eerder geneigd om sociaal wenselijke antwoorden te geven. Wel is er diepgang mogelijk en is het goedkoper dan een persoonlijke interview. Het vergt wel veel regel van de organisatie en de onderzoeker heeft vaardigheden nodig om groeps gesprekken te kunnen leiden.

(www.wmo-klanttevredenheidsonderzoek.nl; hbo-kennisbank.uvt.nl; www.movisie.nl; www.hetontwikkelaarsgilde.nl; www.allesovermarktonderzoek.nl; Thomassen, 2003)

Een vragenlijst moet bruikbaar en compleet zijn. Het moet vragen bevatten die 'meten wat je wil meten' en die gericht zijn op het doel. Belangrijk is ook dat het helder, leesbaar en concreet is. Verder is het van belang dat het een neutrale lijst is zonder voorbeelden, zodat klanten niet in een bepaalde richting gestuurd worden. Daarnaast belangrijk dat er een compacte lijst is, die voor iedereen gelijk is. Dit eerste is er om klanten niet af te laten haken en de tweede maakt het makkelijker om vergelijkingen te maken. Een logische volgorde is ook van belang: groepeer de vragen met dezelfde antwoordcategorie en onderwerp. Daarnaast moet er gezorgd worden voor een duidelijke overgang met behulp van een

inleiding bijvoorbeeld. De vragenlijst moet helder en leesbaar zijn, om fouten en irritaties te voorkomen.

Vragen in een klanttevredenheidsonderzoek:

Hieronder staat beschreven welke volgorde voor vragen het beste gehanteerd kan worden. Vervolgens staan de soorten vragen beschreven die gebruikt zouden kunnen worden met daarbij de voor- en nadelen. Tot slot staat beschreven hoe vragen geformuleerd moeten worden.

De volgorde van de vragen:

- Begin met eenvoudige, algemene aantrekkelijke/motiverende vragen. Vermijd confronterende vragen aan het begin van de vragenlijst. Hierdoor kan de klant eerst even 'inkomen' en wordt er voorkomen dat de vragenlijst direct weer wordt weggelegd.
- Begin breed, daarna specifiekere vragen.
- Belangrijkste vragen in het begin van het onderzoek vermelden, persoonsgegevens later. De reden hiervan is dat klanten in het begin hun aandacht er nog goed bij hebben en dit later minder wordt. Persoonsgegevens zijn vaak eenvoudig in te vullen.
- Zet moeilijke vragen niet helemaal aan het eind van de vragenlijst. Daar zijn eenvoudige vragen beter, bijvoorbeeld achtergrondvragen.
- Bij vragen die niet voor iedereen van toepassing is, eerst een filtervraag stellen zodat er doorverwezen kan worden naar de volgende/een andere vraag. Maar vermijd zoveel mogelijk sprongen, zodat er zoveel mogelijk onduidelijkheden voorkomen kunnen worden.

Soorten vragen:

Er zijn verschillende soorten vragen, waarin twee hoofdgroepen zijn te onderscheiden: open- en gesloten vragen.

- Open:
Op een openvraag kan een willekeurig antwoord verwacht worden. Het is een vraag dat begint met een vraagwoord: wie, wat, waar... (waarom, waardoor enz.), wanneer, hoe... (hoezo, hoeveel enz.) en welke.
- Gesloten:
Op gesloten vragen is er maar één antwoord mogelijk: bijv. 'ja' of 'nee'. Deze vragen beginnen in principe met een werkwoord. Hierbij zijn nog een aantal vragen te onderscheiden: keuze-, controle-, suggestieve- en gerichte vragen.

Voor- en nadelen van de vraagsoorten staan in bijlage 9 uitgewerkt. Kort gezegd kan bij een open vraag iemand zijn/haar mening kwijt en dit levert veel informatie op. Het neemt wel veel tijd in beslag. Bij gesloten vragen worden er gerichte vragen gesteld, dit betekend dat er op het doel wordt afgegaan. Antwoorden zijn vervolgens eenvoudig te verwerken. Het nadeel is dat het gauw op een kruisverhoor kan gaan lijken en dat er geen extra informatie naar voren komt.

De vragen in een vragenlijst:

- Zijn helder, duidelijk en eenvoudig
- Zijn kort, concreet en specifiek
- Zijn eenduidig
- Zijn enkelvoudig
- Bevatten geen (dubbele) ontkenning
- Zijn objectief

- Zijn neutraal ("een veel gemaakte fout is: 'Hoe tevreden bent u over...?'" (www.wmo-klanttevredenheidsonderzoek.nl))
- Zijn onafhankelijk
- Meet het juiste
- Zijn per vraag zo ingedeeld dat het belangrijkste gedeelte achteraan staat in de vraag.
- Sluit aan bij de klanten, geen vakjargon
- Bevatten geen suggestieve vragen. En mogen ook geen richting geven aan het antwoord. Dus niet bijvoorbeeld: velen vinden dit...
- Zijn niet in de lijdende vorm geformuleerd
- Hebben een actieve vorm
- Zijn geformuleerd in de 3^e persoon enkelvoud; hij, zij, het, zij. Dit zorgt ervoor dat vragen minder direct en bedreigend overkomen, daarentegen komt het minder persoonlijk over en wat dat betreft kan beter 2^e persoon enkelvoud; hij, zij, het, zij gebruikt worden.

Antwoordmogelijkheden in een vragenlijst:

Hieronder staat beschreven welke antwoordmogelijkheden er zijn voor een vragenlijst en hoe deze geformuleerd moeten worden.

Antwoordmogelijkheden:

- Enkelvoudig: één antwoord mogelijk
- Schaal: "Mening over een bepaald onderwerp wordt gevraagd door verschillende stellingen of deelvragen. Deze deelvragen worden gevolgd door een klein aantal antwoordmogelijkheden waarin een volgorde te zien is." (Verhoeven, 2007). Er wordt verschil gemaakt in een even en oneven schaal. Bij een oneven aantal kan het middelste antwoord als 'neutraal' beoordeeld worden, maar ook als 'ik weet het niet'. Bij een even aantal moet er een keuze gemaakt worden tussen positief en negatief, maar wanneer iemand geen keuze kan maken kan deze gefrustreerd raken. In de ene bron wordt aangegeven dat het gebruik maken van een extra antwoord als: 'ik weet het niet/geen mening' goed is, zodat er geen frustratie ontstaat (www.sociumi.be). Andere bronnen suggereren dan dat deze te snel wordt ingevuld zodat de klant niet hoeft na te denken (www.tue-tm.org).

Het meest geschikt is tussen de 5 en 9 antwoordcategorieën, meer dan 12 categorieën levert meestal geen extra informatie. Hoe een groter aantal antwoordalternatieven, hoe onbetrouwbaarder het antwoord bij klanten die nog niet hebben nagedacht over bepaalde onderwerpen. Dit komt doordat deze groep vaak niet goed weet wat ze moeten invullen.

- o Rapportcijfer: iedereen kent het, maar er zijn 'hoogvliegers' en 'laagvliegers'. De eerste groep kan teleurgesteld zijn met een 7 en bij de ander groep zijn ze er vaak juist blij mee; de gevoelswaarde hoeft niet bij iedereen tegelijk te zijn.
- Lijst/multiple choice : één antwoord uit een lijst kiezen
- Open antwoord: klanten kunnen zelf een antwoord formuleren
- Half open antwoord: eerst een lijst met antwoorden en vervolgens een restcategorie, waarin een eigen antwoord ingevuld kan worden
- Meervoudige antwoorden: meerdere antwoorden uit een lijst kiezen
- Dichotoom antwoord: de klanten kunnen kiezen uit twee antwoordmogelijkheden

De antwoorden in een vragenlijst:

- Sluiten aan bij de vraagformulering
- Hebben herkenbare categorieën
- Zijn in een logische volgorde gezet
- Zijn uitputtend: alle mogelijke antwoordcategorieën zijn aanwezig
- Zijn uitsluitend: er is geen overlap in de antwoorden, zodat de klant slecht één antwoord hoeft te geven
- Zijn meetbaar

Lengte/hoeveelheid:

Om te bepalen hoe lang een klanttevredenheidsonderzoek mag zijn is hier onderzoek naar gedaan. Voor een online-onderzoek wil men gemiddeld 11 minuten uittrekken, dit is gelijk aan zo'n 20 tot 30 vragen. Bij open vragen ligt het maximaal aantal vragen lager. Na 21 minuten haakt men af, maar na 15 minuten begint het 'afhaakmoment' al.

Klanten willen gemiddeld 15 onderzoeken per jaar invullen. Tussen de uitnodigingen voor verschillende onderzoeken moet minimaal elf dagen zitten. Een maandagavond is een goede verzenddag volgens klanten, vrijdag en zaterdag volgen daar op. Donderdag is minder geschikt; geldt voor online-onderzoek. Voor een schriftelijk onderzoek geldt: dat het onderzoek het beste verstuurd kan worden voor het weekend, omdat er dan vaak tijd is om het in te vullen. Tijdens vakanties of vlak voor feestdagen kan het onderzoek beter niet verstuurd worden, want de kans op respons is dan lager.

(Verhoeven, 2007; www.competentietest.com; www.leren.nl; www.salesgids.com; habe.hogent.be; www.rug.nl; www.allesovermarktonderzoek.nl; www.wmo-klanttevredenheidsonderzoek.nl; taaladvies.net; www.online-enquete.net; www.multiscope.nl; www.klanttevredenheid.nl; www.sociumi.be; www.tue-tm.org; www.kshoofddorp.nl)

Anonimiteit:

Als de anonimiteit gewaarborgd wordt, geven mensen vaak een eerlijk antwoord, daarnaast kunnen sociaal wenselijke antwoorden voorkomen worden. Bij gevoelige/kritische onderwerpen is het verstandig om een enquête anoniem te versturen.

(www.parantion.nl; www.movisie.nl; www.wmo-klanttevredenheidsonderzoek.nl)

Kwaliteit van onderzoek:

De kwaliteit van een onderzoek wordt bepaald door de herhaalbaarheid, betrouwbaarheid en validiteit van het onderzoek.

betrouwbaarheid: door toevallige fouten wordt een onderzoek minder betrouwbaar. Dit kunnen menselijke fouten zijn. Vergroten betrouwbaarheid door: een zo'n groot mogelijke steekproef, wanneer verschillende onderzoekers met dezelfde resultaten komen, verschillende dataverzamelmethode gebruiken, herhaling, proefinterview, collega's onderzoek laten nakijken, juiste verantwoording van de gemaakte keuzes.

validiteit: geldigheid/zuiverheid; de mate waarin systematische fouten worden gemaakt. Er wordt gekeken naar de echtheid en het waarheidsgehalte van het onderzoek. Door sociaalwenselijke antwoorden te voorkomen, steekproef moet afspiegeling zijn van de populatie, juiste conclusies trekken die standhouden en kritiek kunnen overleven, meet wat je wil meten, wordt de validiteit verhoogt.

(Verhoeven, 2007)

Inleiding:

Een inleiding wordt geschreven ter voorbereiden van klanten. Hierin wordt informatie en instructie gegeven op wat er komen gaat.

- Naam onderzoeksinstelling (eventuele opdrachtgever)
- Doel onderzoek
- Belang onderzoek
- Wat wordt er gedaan met de resultaten
- Informatie over vertrouwelijkheid/anonimiteit:
 - o Bv: Gegevens komen alleen in de handen van de onderzoeker. Probeer zo eerlijk mogelijk te zijn met het invullen van de antwoorden, uw gegevens zullen vertrouwelijk worden behandeld.
 - o Bv: Het is niet van belang te weten wie u bent en daarom hoeft u geen naam te noteren.
- Een contactpersoon voor vragen over de enquête:
 - o Bv: u kunt terecht bij... voor verder vragen
- Uiterste datum voor het beantwoorden van de enquête
- Hoe lang het invullen duurt:
 - o Bv: het neemt ongeveer 10 minuten in beslag om de vragenlijst in te vullen.
- Duidelijke instructies voor het beantwoorden van de vragen.
- Aanmoedigen om alles in te vullen:
 - o Bv: als u twijfelt probeer dan toch een antwoord in te vullen
 - o Bv: het gaat om uw mening in dit onderzoek, goede of foute antwoorden bestaan er niet

Door een goede inleiding zijn klanten sneller geneigd om eerlijk te antwoorden en wordt er aangemoedigd om volledig te antwoorden en daarom is een goede inleiding ook erg belangrijk.
(www.maassluis.nl; www.marketingportaal.nl; www.bondbeterleefmilieu.be; www.sociumi.be)

Hoofdstuk 4. Conclusie, aanbeveling en discussie:

In dit hoofdstuk staan de conclusies beschreven met betrekking tot het onderzoek naar het klanttevredenheidsonderzoek voor het KDC, hierin wordt antwoord gegeven op de hoofdvraag. Vervolgens staan aanbevelingen beschreven voor het gebruik van het klanttevredenheidsonderzoek. Tot slot staat er een discussie over het onderzoek dat is uitgevoerd.

Het doel van dit onderzoek was om een nieuw klanttevredenheidsonderzoek op te stellen dat bruikbaar is en aansluit bij het KDC, zodat zij deze kunnen gebruiken om de kwaliteit op pijl te houden. Hierbij stond de volgende onderzoeksvraag centraal: hoe dient een nieuw klanttevredenheidsonderzoek inhoudelijk eruit te zien om bruikbaar te zijn voor het KDC en hoe geven wij deze vorm?

Om een goede keuze te maken voor de onderzoeksmethode is er eerst een vraag- en doelstelling opgesteld voor het klanttevredenheidsonderzoek.

- Vraag: hoe tevreden zijn de ouders en welke waarde stellen ouders aan de dienstverlening van het KDC?
- Doel: kwaliteit en tevredenheid verhogen

Conclusie:

Hieronder staat de conclusie dat antwoord geeft op de hoofdvraag. Om een duidelijk overzicht te geven is de hoofdvraag opgesplitst in twee delen.

Hoe dient een nieuw klanttevredenheidsonderzoek er inhoudelijk uit te zien?

De onderwerpen uit het nieuwe klanttevredenheidsonderzoek moeten antwoord geven op hoe klanten de zorg ervaren, zodat door ontwikkeling de kwaliteit kan worden verhoogd. Er is gekozen om zoveel mogelijk onderwerpen te benoemen, zodat een breed beeld van de mate van tevredenheid gevormd kan worden. Inhoudelijk is er voor gekozen om onderwerpen te gebruiken uit het HKZ-certificatieschema. De reden hiervan is dat het KDC, HKZ gecertificeerd is en zich moet houden aan de HKZ normen. Vervolgens is er gekozen om onderwerpen te gebruiken uit de kwaliteitseisen en dimensies van kwaliteitsservice waaraan dienstverlening moet voldoen. Deze is gebruikt omdat dit de mate van kwaliteit aangeeft en de overheid verplicht om verantwoorde kwalitatieve zorg te bieden. De onderwerpen uit klanttevredenheidsonderzoeken en resultaatrapporten van kinderopvang en peuterspeelzalen zijn daarna gebruikt naarmate deze meerdere malen voorkwamen. Tot slot is er gekeken naar de visie van de Overkoepelende organisatie van het KDC, die verwerkt is in verschillende onderwerpen zodat de vragenlijst specifiek is voor het KDC.

Hoe dient de vorm van een nieuw klanttevredenheidsonderzoek er uit te zien?

Er is gekozen om een schriftelijke enquête op te stellen, omdat hier vergelijkbare resultaten uit komen, betrouwbaarheid groot is vanwege minder sociaal wenselijke antwoorden, er een kosten en tijdsbesparing is en iedereen zijn/haar adres bekend is.

In dit klanttevredenheidsonderzoek zijn met name gesloten vragen geformuleerd, zodat resultaten zo eenvoudig mogelijk verwerkt kunnen worden. Toch is er voor gekozen om een aantal open vragen te formuleren, zodat er meer diepgang in komt. Daarnaast is ervoor gekozen dat er ook '(eventuele) toelichting' ingevuld kan worden, zodat de klanten hun verhaal kwijt kunnen. Ook geeft het meer informatie aan het KDC, zodat het meegenomen kan worden met de resultaten.

Er is gekozen voor antwoordmogelijkheid in cijfers, omdat dit algemeen bekend is. Hierdoor is de manier van invullen vrij eenvoudig. De hoeveelheid antwoorden kunnen meer variëren door de hoeveelheid antwoordmogelijkheden, maar deze zijn wel eenvoudig te verwerken en te interpreteren. Verder wordt

op deze manier (door een even aantal antwoordkeuzes) vermeden dat er een neutrale keuze kan worden gemaakt. Door dit te vermijden worden de klanten gedwongen om na te denken over hun antwoord.

Er wordt niet alleen gevraagd naar mate van tevredenheid, maar ook naar de mate van belangrijkheid. Hiervoor is gekozen, zodat te zien is wat het meest dringend is waar aangewerkt wordt. Wanneer iets niet belangrijk is en ouders zijn hier niet tevreden over, hoeft er minder snel aangewerkt te worden dan wanneer het heel belangrijk is en ouders zijn er tevreden over.

Op het formulier moet de groepsnaam worden gezet voor het kind, zodat men weet waar een antwoord vandaan komt. Is iets bij het gehele KDC voldoende of juist bij één groep. Hierdoor weet het KDC beter waaraan gewerkt moet worden. Een nadeel kan wel zijn dat het minder anoniem is, waardoor antwoorden meer sociaal wenselijk ingevuld worden. Daarentegen geeft het een veel beter beeld van de mate van tevredenheid, omdat bekend is waar de (on)tevredenheid zit. Is de tevredenheid op één groep laag, dan kan daar gewerkt worden aan verbetering.

Aanbevelingen:

Hieronder worden aanbevelingen gegeven voor het gebruik van het klanttevredenheidsonderzoek.

Uitprinten:

Het klanttevredenheidsonderzoek (zie bijlage 10) kan dubbelzijdig afgedrukt worden, want dat bespaard papier; goed voor het milieu en kostenbesparing. Het zou zwart/wit afgedrukt kunnen worden, maar met kleur is het meer aantrekkelijk en daarbij: “Blauw is een koele, rustige en neutrale kleur. Het werkt kalmerend en verzachtend” (www.omgangsvormen.nl).

Verzenden:

Het klanttevredenheidsonderzoek kan het beste opgestuurd worden want dat is het meest anoniem en voorkomt hierdoor dat er sociaal wenselijke antwoorden worden gegeven. Een antwoordenvolp hierbij zou goed zijn, want hierdoor worden de kosten bij de instelling gehouden en niet bij de klanten. De klanten hebben er namelijk niet voor gekozen om een klanttevredenheidsonderzoek uit te voeren. Het opsturen kan het beste gebeuren voor het weekend, en niet in vakantie of met feestdagen.

Resultaten verwerken:

Wanneer het klanttevredenheidsonderzoek is uitgevoerd kunnen de resultaten verwerkt worden in het Excel bestand. In het Excel bestand moeten alle velden worden ingevuld om een goede berekening te krijgen. Er is bewust gekozen om het gemiddelde per persoon uit te (laten) rekenen, zodat gezien kan worden of er binnen een groep dezelfde waardes worden toegekend of niet; liggen meningen ver uit elkaar of niet. De gemiddelden per kopje worden niet uitgerekend, omdat dit geen meerwaarde heeft. De gemiddelden per vraag worden namelijk wel uitgerekend en aan deze punten kan worden gewerkt, een kopje is niet specifiek genoeg om aan te werken. Natuurlijk kan dit wel uitgerekend worden, maar dan moet het KDC hier zelf een berekening voor maken.

Nadat de resultaten verwerkt zijn in het Excelbestand, kunnen de resultaten in het schema gezet worden. Er zijn hiervoor twee bestanden (in dit verslag bijlagen 11 en 12), zodat verschil gemaakt kan worden per groep (zie bijlage 11) en totaal (zie bijlage 12). Per groep dient er een apart worddocument aangemaakt te worden, zodat verschillende resultaten duidelijk uit elkaar gehouden kunnen worden en (eventuele) verschillen duidelijk zijn. Toelichtingen kunnen in een (apart) Wordbestand verwerkt worden.

Doelen stellen en dan:

Nadat alles is verwerkt, kunnen er realistische doelen worden gesteld ter verbetering van de situatie. Hierbij kan gekeken worden naar wat belangrijk gevonden wordt en wat niet; Wat niet belangrijk is, hoeft minder snel aan gewerkt te worden dan naar iets wat erg belangrijk wordt bevonden. Wanneer het nog niet helder is wat precies het probleem is, zou er nog enkele schriftelijke vragen gesteld kunnen worden, maar dit kan ook in een groepsgesprek bijvoorbeeld.

Klanten en medewerkers kunnen bij de uitvoering betrokken worden. Belangrijk is om niet alleen te focussen op wat er minder gaat, maar ook op wat er goed gaat.

Resultaten communiceren:

Het is ook goed om de resultaten te communiceren naar de klanten en medewerkers, zodat ze zich betrokken voelen. Bedenk hierbij wat wel/niet gecommuniceerd wordt naar klanten. Belangrijk om duidelijk te zijn wat de resultaten zijn en wat er gaat gebeuren naar aanleiding van de resultaten: vermeld wat verbeterd gaat worden, hoe en wanneer dit gaat gebeuren: geef een realistisch beeld. Vermeld niet alleen wat er minder gaat, maar ook wat er goed gaat.

Wanneer er aan resultaten gewerkt is, is het van belang om deze te evalueren en doelen af te strepen of bij te stellen.

Herhaal de enquête om te zien of resultaten verbeterd zijn. Hierin staat niet vast hoe vaak dit moet gebeuren.

Discussie over de uitkomsten:

Over de onderwerpen die aan bod komen in het klanttevredenheidsonderzoek kan gediscussieerd worden. Wat anders gedaan had kunnen worden was dat de therapeuten betrokken zouden worden om te vragen naar de verwachtingen van hen met betrekking tot de therapieën in het klanttevredenheidsonderzoek. Daarnaast zou er breder zijn gekeken naar verwachtingen vanuit het KDC, waardoor de betrouwbaarheid zou worden verhoogd. Ook zijn de medewerkers pas bij het klanttevredenheidsonderzoek betrokken toen het product er al lag. Dit had eerder gekund, omdat dan ook de mening van de medewerkers direct meegenomen kon worden en zij er niet achteraf hun mening over hadden kunnen geven. Hiermee had het klanttevredenheidsonderzoek mogelijk nog specifiekere kunnen zijn.

Suggesties vervolgonderzoek:

Wanneer het klanttevredenheidsonderzoek is afgenomen bij de klanten en de resultaten zijn verwerkt, dan kan er worden bekeken waar nog verbeterpunten zitten. Hier wordt mee bedoeld dat er dan zichtbaar wordt waar het KDC zich nog kan ontwikkelen. Een vervolg onderzoek kan dan gaan over hoe het KDC zich hierin kan ontwikkelen, door uit te zoeken waar de ontevredenheid precies vandaan komt. Ook kan er uit de resultaten komen dat er bijvoorbeeld onderwerpen nog missen in de vragenlijst. Dit kan naar voren komen in de opmerkingen/toelichtingen die de klanten geven. Een vervolgonderzoek voor het KDC kan dan gaan over het verbeteren van de vragenlijst.

Literatuurlijst:

Hieronder is een overzicht te vinden van alle geraadpleegde literatuur dat is gebruikt voor het ontwikkelen van het verslag in zowel de tekst als afbeeldingen. Eerst wordt een alfabetische lijst met websites vermeld, daarna een lijst met boeken/literatuur en als laatste is een lijst te vinden met documenten die zijn geraadpleegd.

Boeken:

- Den Besten, C. Van Vulpen, A. (2006) *Competent begeleiden van mensen met een verstandelijke beperking*. Soest: uitgeverij Nelissen
- Van den Broek, K.(2002) *Tevredenheidsmeting, Bij gebruikers in gezondheids- en welzijnsvoorzieningen*. Heverlee: VOCA, Training & Consult.
- Van Haperen, T. & Van Asselt, R. (2002) *doorstromen, omleiden of overbruggen in zorg en welzijn*. Apeldoorn: Garant
- Minderaa, dhr. R.B. (2000). *Zorg voor mensen met een verstandelijke handicap*. (5^e druk). Assen: Va Gorcum.
- Plooi, F. (2008) *Onderzoek doen: een praktische inleiding in onderzoeksvaardigheden*. (1^e druk) Benelux Amsterdam: pearson education
- Thomassen, J-P.R. in 't Veld, E. Winthorst, H.H. (1996) *Klanttevredenheid: de succesfactor voor elke organisatie*. (3^e oplage) Deventer: Kluwer BedrijfsInformatie B.V.
- Thomassen, J-P.R. (2002) *Waardering door klanten*. (3^e druk). Amsterdam: Kidsgids
- Thomassen, J.-P.R. (2003) *Klanttevredenheid, de zin en onzin: grotere winstgevendheid door sturing op de waarde van en voor de klant*. Deventer: kluwer BV.
- Verbeek, G. (2004) *Het spel van kwaliteit en zorg*. (5^e herziende druk) Maarsen: Elsevier gezondheidszorg
- Verhoeven, N. (2007) *Wat is onderzoek; praktijkboek methoden en technieken voor het hoger onderwijs*. (tweede herziene druk 2007) boomonderwijs

Documenten:

- Zichtbare zorg. Visiedocument Kwaliteitskader Gehandicaptenzorg. Uitgever: Vereniging Gehandicaptenzorg Nederland (VGN)
- HKZ. (2006) *Kinderopvang, certificatieschema*
- Support bij de Overkoepelende organisatie van het KDC, gekregen in 2009

Internet:

- <http://www.adburdias.nl/iso9001.htm> geraadpleegd in juni, 2011
- <http://www.allesovermarktonderzoek.nl>
 - o </Marktonderzoek/Onderzoeksmethoden/Onderzoeksmethoden.aspx>. Geraadpleegd in mei, 2011.
 - o </Marktonderzoek/Vragenlijst.aspx#Soorten%20vragenlijsten>. Geraadpleegd in mei, 2011.
- <http://www.allio.nl>. Geraadpleegd in april, 2011.
- <http://www.bondbeterleefmilieu.be/downloadsftp/ledenpagina/bewegingswerk/acties/070403tipsvoorenquetes.pdf>. Geraadpleegd in mei, 2011.
- <http://www.competentietest.com/trainotheek/ob/Vraagtechnieken.pdf>. Geraadpleegd in april, 2011.
- <http://www.ConsumentendeZorg.nl>. Geraadpleegd in april, 2011.
- <http://www.cumuluswelzijn.nl/LinkClick.aspx?fileticket=H-pYfFXmANs%3D&tabid=211>. Geraadpleegd april, 2011.
- <http://www.databankkinderopvang.nl/download/?noGzip=1&id=9517548>. Geraadpleegd in april, 2011.
- <http://www.deringkantertjes.nl/jaarverslagen/Verslag%20Enquete%20Peuterspeelzaal%20algemeen.pdf>. Geraadpleegd in april, 2011.
- <http://www.eigenwijsekids.nl/filecall.nb9?bestand=128888357710380>. Geraadpleegd in april, 2011.
- <http://www.encyclo.nl>
 - o </zoek.php?woord=Kinderdagcentra>. Geraadpleegd in april, 2011.
 - o </begrip/kwaliteit>. Geraadpleegd in april, 2011.
- <http://habe.hogent.be/stat/survey/constructie.html>. Geraadpleegd in mei, 2011.
- http://www.hetontwikkelaarsgilde.nl/vraag_het_de_klant1.pdf. Geraadpleegd in mei, 2011.
- <http://hbo-kennisbank.uvt.nl/cgi/hz/show.cgi?fid=2245>. Geraadpleegd in mei, 2011.
- <http://www.hkz.nl/certificatie/certificerende%20instellingen/reglementhttp://www.igz.nl>. Geraadpleegd in april, 2011.
- http://www.impuls.nl/nieuws/virtuele_map/ouders_tevreden_over. Geraadpleegd in april, 2011.
- <http://www.jip-janneke.nl/>
 - o </onderzoek/form.phporganisatie>. Geraadpleegd in april, 2011.
- <http://www.kinderdagverblijfdolfijn.nl/Uitwerking%20tevredenheidsonderzoek%20KDV.pdf>. Geraadpleegd in april, 2011.
- http://www.kinderopvangirene.nl/web1513/index.php?option=com_content&view=article&id=51&Itemid=61. Geraadpleegd in april, 2011.
- <http://www.klanttevredenheid.nl>
 - o /item_c0_Schaalgebruik-in-tevredenheidsonderzoek_80.html. Geraadpleegd in mei, 2011.
 - o /over-klanttevredenheid_home.html. Geraadpleegd in mei, 2011.
 - o /over-klanttevredenheid_definitie.html. Geraadpleegd in mei, 2011.
- <http://www.kshoofddorp.nl/docu/ONDERbouwzaken//C1600601overgangsnormOB.pdf>. Geraadpleegd in mei, 2011.
- <http://www.leren.nl/cursus/professionele-vaardigheden/gesprekstechnieken/vraagkiezen.html>. Geraadpleegd in mei, 2011.

- <http://www.maassluis.nl/document.php?fileid=9160&m=6&f=e164a70c19e553975f8e61a7a9f1b4c3&attachment=1&c=11573>. Geraadpleegd in mei, 2011.
- <http://www.marketingportaal.nl/artikel/83/Enqu%C3%AAtes-ontwerpen>. Geraadpleegd in mei, 2011.
- http://www.movisie.nl/Vrijwilligerswerk/Docs/regioBrabant/RB_Klanttevredenheidsonderzoek.pdf. Geraadpleegd in mei, 2011.
- <http://www.multiscope.nl/download/rapportage-beleving-online-onderzoek.pdf>. Geraadpleegd in mei, 2011.
- <http://www.omgangsvormen.nl/kleuren.htm>. Geraadpleegd in mei, 2011.
- <http://www.online-enquete.net/vragen.htm>. Geraadpleegd in mei, 2011.
- http://www.parantion.nl/index.php?option=com_xfaq&task=answer&Itemid=201&groep=&catid=17&aid=7. Geraadpleegd in mei, 2011.
- <https://www.regelhulp.nl/rh/webapp/kennisbank/Informatie/Kinderdagcentrum#>. Geraadpleegd in april, 2011.
- www.rijksoverheid.nl
 - o </onderwerpen/kinderopvang/>. Geraadpleegd in april, 2011.
 - o /onderwerpen/kwaliteit-van-de-zorg?ns_campaign=Thema-gezondheid_en_zorg&ro_adgrp=Kwaliteit_van_de_zorg&ns_mchannel=sea&ns_source=google&ns_linkname=kwaliteit%20van%20zorg&ns_fee=0.00. Geraadpleegd in april, 2011.
 - o </onderwerpen/kwaliteit-van-de-zorg/kiezen-in-de-zorg>. Geraadpleegd in april, 2011.
- <http://www.rug.nl>
 - o </noordster/mondelingevaardigheden/voorstudenten/interviewen/index>. Geraadpleegd in mei, 2011.
 - o </noordster/mondelingeVaardigheden/voorStudenten/interviewen/interviewvragen>. Geraadpleegd in mei, 2011.
- <http://www.salesgids.com/artikelen-sales/verkoopgesprek/soorten-vragen-vraagstellingstechnieken>. Geraadpleegd in april, 2011.
- <http://www.socialezekerheid.nl/smartsite.dws?id=33356>. Geraadpleegd in april, 2011.
- http://www.sociumi.be/downloadbare_pdf's/Themadossiersweb/2008_05_meten%20klanttevredenheid.pdf. Geraadpleegd in mei, 2011.
- <http://taaladvies.net/taal/advies/term/68/>. Geraadpleegd in mei, 2011.
- <http://www.tue-tm.org/matzat/teach/mgo3/vuistregels.doc>. Geraadpleegd in mei, 2011.
- <http://www.vertenonderzoek.nl/typen-onderzoek/klanttevredenheidsonderzoek.html>. Geraadpleegd in mei, 2011.
- <http://www.welzijnsweb.nl/actueel/swb-nieuws/rapportage-klanttevredenheidsonderzoek-peuterspeelzalen..html>. Geraadpleegd in april, 2011.
- <http://www.wmo-klanttevredenheidsonderzoek.nl>
 - o </Onderzoeksmethoden.htm>. Geraadpleegd in mei, 2011.
 - o </Onderzoeksopzet.htm#Vragenlijst>. Geraadpleegd in mei, 2011.
- <http://www.zichtbarezorg.nl>. Geraadpleegd in maart, 2011.

Bijlagen:

Bijlage 1. Interview met de kwaliteitsmedewerkster:

Moet er gesproken worden van klantervaring of klanttevredenheid?

Wat is de definitie van kwaliteit?

Hoe kunnen we het landelijke kwaliteitskader integreren in ons klanttevredenheidsonderzoek?

Wat is de meerwaarde op een apart klanttevredenheidsonderzoek op te stellen?

Wat zijn middelen en maatregelen volgens BOPZ & WGBO en hoe kunnen/moeten deze geïntegreerd worden in het klanttevredenheidsonderzoek?

Hoe dient het klanttevredenheidsonderzoek er volgens u uit te zien?

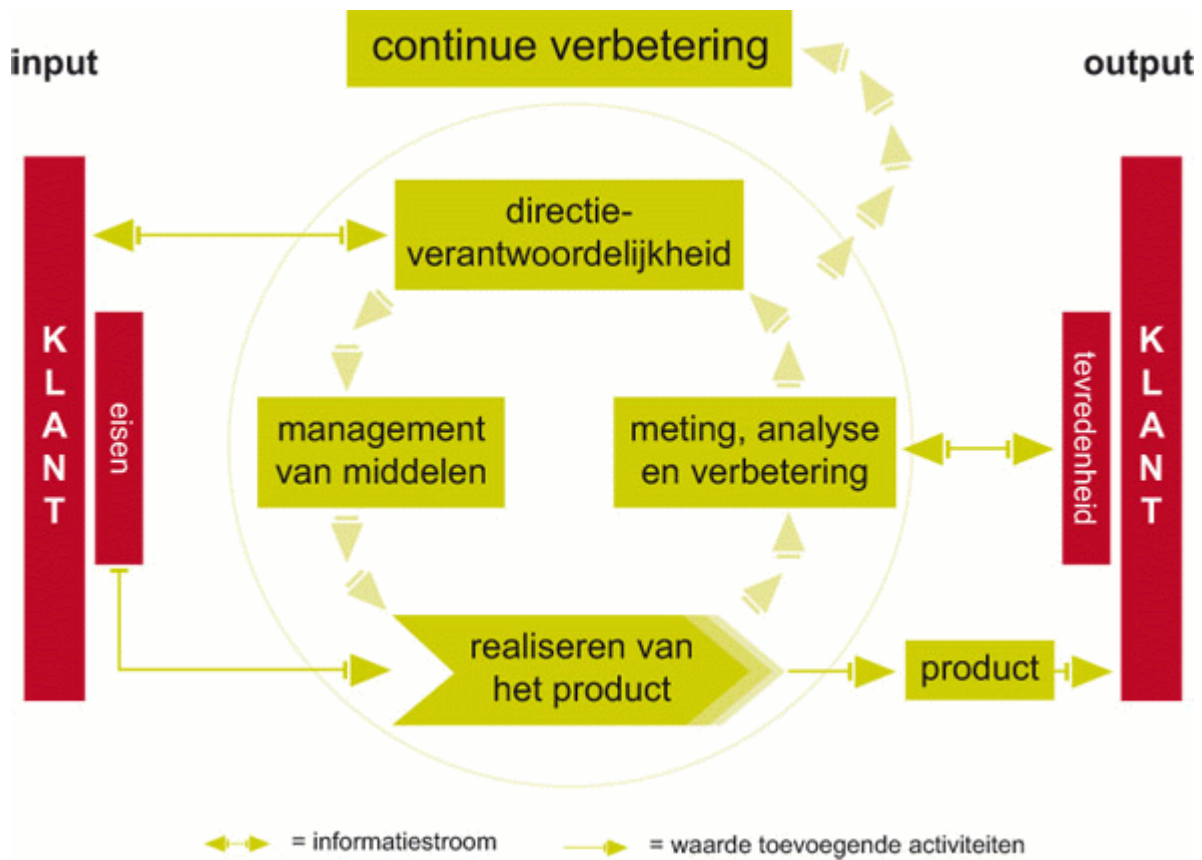
Welke vragen kunnen er gesteld worden, welke onderwerpen kunnen er gebruikt worden?

Hoe resultaten verwerken?

Hoe dient een klanttevredenheidsonderzoek afgenomen te worden (wanneer, hoe?)?

Hoe kijkt u er tegenaan om onderwerpen te halen uit andere klanttevredenheidsonderzoeken?

Bijlage 2. ISO 9001 procesmodel:



(<http://www.adburdias.nl>)

Bijlage 3. Interview met het unithoofd i.o.:

Wat verstaan jullie onder kwaliteit (definitie)?

Welke doelen zijn er binnen het KDC gesteld met betrekking tot kwaliteit?

Hoe moet de visie van de overkoepelende organisatie van het KDC en de visie van het KDC terug komen in het klanttevredenheidsonderzoek?

Wat onderscheidt jullie van andere KDC's en moeten we dit terug laten komen in het klanttevredenheidsonderzoek? (zo ja? hoe)

Welke onderwerpen met betrekking tot kwaliteit wilt u dat er in ieder geval naar voren komen in het klanttevredenheidsonderzoek?

Als er gekeken wordt naar een woning en het KDC, wat moet er dan zo specifiek zijn aan het klanttevredenheidsonderzoek voor het KDC? (wat is het verschil)

Hoe kan het klanttevredenheidsonderzoek beste aangepast worden aan de doelgroep (ouders aan wie de vragenlijst is gericht)?

Wij gaan er van uit dat jullie een vragenlijst willen hebben die toegankelijk is voor alle ouders. Daarom willen wij eenvoudige vragen formuleren. Hoe kijkt u daar tegenaan?

Bijlage 4. Onderwerpen voor klanttevredenheidsonderzoek komend uit kinderopvang:

Kinderopvang Jip en Janneke:

Uit het tevredenheidsonderzoek van kinderopvang Jip en Janneke zijn de volgende onderwerpen gehaald. In de bron worden onder de onderwerpen passende vragen vermeld.

- Kennismaking
- Pedagogisch handelen
- Regels en afspraken
- Contact met leidsters
- De groep
- Accommodatie
- Materiaal
- Activiteiten
- Bereikbaarheid
- Oudercommissie
- Ouderavonden

Andere onderwerpen die komen uit het kwaliteitsbeleid, die wij zouden kunnen gebruiken voor het opstellen van het klanttevredenheidsonderzoek voor KDC zijn:

- Het kind staat centraal
- Continue communicatie met klanten

(www.jip-janneke.nl)

Uitkomsten kwaliteit kinderopvang:

In dit rapport worden uitkomsten gegeven van kwaliteit in de kinderopvang. Dit rapport geeft een landelijk beeld van de uitkomsten per kwaliteitseis. Er bestaan 5 kwaliteitsdomeinen die zijn onderverdeeld in subdomeinen.

- Ouders
 - o Voorwaarden oudercommissie
- Personeel
 - o Regels voor verklaring omtrent gedrag
- Veiligheid en gezondheid
 - o Risico inventarisatie veiligheid
 - o Risico inventarisatie gezondheid
- Accommodatie en inrichting
 - o Groepsgrootte
 - o Leidster-kindratio
- Pedagogisch beleid en praktijk
 - o Sociale veiligheid
 - o Personele en sociale competentie
 - o Overdracht normen en waarden

(www.databankkinderopvang.nl)

Allio kinderopvang:

Kinderopvang Allio heeft een klanttevredenheidsonderzoek uitgevoerd waarvan de resultaten per onderwerp worden beschreven. De onderwerpen die zijn aangehouden in de vragenlijsten zijn:

- Opvang
- Pedagogische medewerkers
- Planning & plaatsing
- Wachtlijst
- Accommodatie
- Oudercommissie
- Afhandeling van administratieve zaken
- Communicatie met vestiging
- Communicatie met Allio kinderopvang.

(www.allio.nl)

Kinderopvang Irene:

Bij kinderopvang Irene staan de resultaten op de site vermeld. Dit hebben ze gedaan door een gemiddeld cijfer toe te schrijven aan verschillende onderwerpen.

Deze onderwerpen zijn:

- Organisatie
- Pedagogisch medewerkers (professionaliteit en vakkundigheid)
- Bereikbaarheid
- Administratie/directie (klachtenverwerking)
- Informeren
- Activiteiten
- Sfeer
- Openingstijden
- Opvoedingsgerichte taken uitvoeren
- Rechten van ouders
- Nakomen van afspraken
- Openstaan voor wensen van ouders
- Verzorging
- Inrichting groeps- en buitenruimtes

(www.kinderopvangirene.nl)

Kinderdagverblijf Dolfijn:

Kinderdagverblijf Dolfijn heeft de vragenlijst met resultaten op internet gepubliceerd. In deze vragenlijst komen de volgende hoofdonderwerpen naar voren waaronder vragen zijn geformuleerd waaruit we onderwerpen kunnen halen:

- Sfeer en huisregels
 - o Ziekteverzuim
 - o Informatie/rapportage
 - o Contact directie
 - o vakbekwaamheid
- Pedagogisch beleid en handelen
 - o Beleid inzien
 - o Gedeelde opvattingen
 - o oudergesprekken
- Openstelling
 - o Openingstijden
 - o Vakantieregeling
 - o Halen en brengen (tijden)
- Bereikbaarheid
 - o Bereikbaarheid
 - o parkeergelegenheid
- Accommodatie, inrichting en speelmogelijkheden
 - o Veiligheid
 - o Hygiëne
 - o Aanbeveling aan anderen
- Meest tevreden
 - o Flexibel
 - o Betrokken
 - o Leidsters
- Minst tevreden
 - o Groepsgrootte
 - o Buitenruimte (spelen)
- Totale indruk

(www.kinderdagverblijfdolfijn.nl)

Bijlage 5. Onderwerpen voor het klanttevredenheidsonderzoek komend uit peuterspeelzalen:

Cumulus Welzijn:

Cumulus welzijn heeft een klanttevredenheidsonderzoek afgenomen bij peuterspeelzalen en voorscholen. De onderwerpen die hieronder staan vermeld komen uit het resultatenrapport.

- De verbeterplannen
 - o Bespreken doelen en resultaten
- Tevredenheid over afspraken
 - o Haal- en brengtijden
 - o Ziekte
 - o Maandelijkse kosten
 - o Telefonische bereikbaarheid
 - o Administratieve afhandeling van plaatsing
- Het gebouw
 - o Aanblik en uitstraling
 - o Hygiëne in en om het gebouw
 - o Sfeer
 - o Veiligheid in en om het gebouw
- De ruimtes in het gebouw
 - o Ontvangstruimte
 - o Sanitaire voorzieningen
 - o Speelruimte binnen en buiten
 - Speeltoestellen en spelmaterialen
- De pedagogische kwaliteiten
 - o Pedagogische vaardigheden leidsters
 - o Communicatieve vaardigheden leidsters
 - o Inzet en enthousiasme leidsters
 - o Betrokkenheid en luistervaardigheden richting ouders en kind
 - o Nakomen van afspraken
- De pedagogische vaardigheden
 - o Aandacht voor ontwikkeling van grove en fijne motoriek
 - o Toezicht op lichaamshygiëne en uiterlijke verzorging
 - o Aandacht voor taalontwikkeling
 - o Stimulering zelfstandigheid
 - o Normen en waarden
 - o Oudergesprekken (inhoud en regelmaat)
- De pedagogisch beleid
 - o Groepsgrootte
 - o Aantal leidsters per groep
 - Verschil pedagogisch kwaliteit tussen vrijwilligers en gekwalificeerd personeel
 - o Verscheidenheid en veiligheid speel en knutselmaterialen
 - o Activiteiten sluiten aan bij uitdagende en creatieve behoeften van het kind

- Oudercontacten
 - o Praktische informatievoorziening
 - o Informatievoorziening pedagogisch beleid
 - o Informatievoorziening groei en ontwikkeling van het kind
 - o Ouderavonden
 - o Klachtenregeling
- Tevredenheid van ouders/verzorgers tussen nu en toen (begin)
- Algemeen rapportcijfer

(www.cumuluswelzijn.nl)

Stichting Reiswijkse kinderopvang:

Stichting Reiswijkse kinderopvang heeft een vragenlijst (2010) opgesteld om de klanttevredenheid te meten voor de peuterspeelzalen binnen de gemeente.

Onderwerpen die hierin voorkomen zijn:

- Keuze voor welke peuterspeelzaal
- Sfeer en uitstraling
- Activiteiten
- Uitdaging voor kind
- Ontwikkeling
 - o Sociaal emotionele ontwikkeling
 - o Taal ontwikkeling
- Betrekking van ouders bij activiteiten
- Inrichting speelruimte
 - o Binnen
 - o Buiten
- Hygiëne
 - o Gebouw
 - o Sanitaire voorzieningen
- Pedagogisch medewerkers
 - o Omgang met kinderen
 - o Inzet
 - o Enthousiasme
- Rapportcijfer
- Aanvullende punten

(www.eigenwijsekids.nl)

Peuterspeelzaal de Ringkantertjes:

Bij Peuterspeelzaal de Ringkantertjes is in januari 2010 is er een enquête gehouden met betrekking tot tevredenheid van de ouders. Bij de volgende onderwerpen wordt de score besproken.

- Kenmerken van de peuterspeelzaal
 - o De breng en haaltijden
 - o De regels rond ziekte
 - o (Telefonische) bereikbaarheid
 - o De afstand en bereikbaarheid
 - o Uitstraling
 - o Sfeer
 - o Hygiëne
 - o Veiligheid van het gebouw
- Verschillende ruimtes
 - o Sanitaire voorzieningen
 - o Gang/ontvangstruimte
 - o De speelruimte binnen en buiten.
- Kwaliteit van de leidsters
 - o Algemene communicatieve vaardigheden
 - o De inzet en enthousiasme
 - o Betrokkenheid
 - o Luisteren
 - o Nakomen van afspraken
- Vaardigheid van de leidsters:
 - o De aandacht voor het zindelijk maken
 - o De aandacht voor de taalontwikkeling
 - o Het stimuleren van de zelfstandigheid
 - o De gesprekken met ouders
- Onderwerp uit pedagogisch beleid:
 - o De grootte van de groep
 - o Aantal leidsters
 - o Activiteiten
 - o Verscheidenheid aan spel en knutselmateriaal
- Informeren en betrekken van ouders
 - o Het contact met de leidsters
 - o Praktische informatievoorziening
 - o Informatievoorziening over het pedagogisch beleid en peuterpraat
 - o Informatieavonden

(www.deringkantertjes.nl)

Impuls:

Impuls houdt aan het begin van ieder jaar een klanttevredenheidsonderzoek onder ouders die hun kind naar een peuterspeelzaal of voorschool brengen. Bij de volgende onderwerpen zijn de resultaten bekend over 2010.

- Algemeen
- Peuters gaan met plezier naar de peuterspeelzaal of voorschool
- Rede voor peuterspeelzaal/voorschool
 - o Voorbereiding op basisschool
 - o Met andere kinderen spelen
 - o Algemene taalontwikkeling stimuleren
- Groepsleiding
- Inzet en hartelijkheid van pedagogisch medewerkers
- Lokalen en ruimtes
- Buitenruimte
- Klachten

(www.impuls.nl)

Stichting welzijn Beverwijk:

Bij Stichting welzijn Beverwijk is er op 8 verschillende peuterspeelzalen een klanttevredenheidsonderzoek gehouden onder de ouders van de peuters. De volgende onderwerpen komen uit de vragenlijst die hiervoor was opgesteld.

- Algemeen
 - o Leeftijd kind
 - o Welke peuterspeelzaal
 - o Welke groep
 - o Tijd
 - o Dagdelen
 - o Om welke rede naar peuterspeelzaal
 - Sociale ontwikkeling
 - Sociale contacten
 - Ontwikkeling (Nederlandse taal)
- Rapportage en informering
- Openingstijden
- Pedagogisch beleid
 - o opvattingen begeleiders over opvoeden
 - o omgang met kind
- Sfeer
- Ontwikkeling
 - o Taalontwikkeling
 - o Sociale ontwikkeling
 - o Creatieve ontwikkeling
 - o Motorische ontwikkeling
 - o Emotionele ontwikkeling
- Communicatie
 - o Op de hoogte van ontwikkeling kind?
 - o 10 minuten gesprekken

- Accommodatie, inrichting en speelmogelijkheden
 - o Inrichting
 - o Uitdaging
 - o Variatie
 - o Speelattributen
 - o Buitenruimte
- Veiligheid en hygiëne
 - o Binnen en buiten
 - o Hekwerk
 - o Hondenpoep/bladeren
 - o Bestrating (rubberen tegels)
- Klachten
 - o Bij wie indienen
 - o Hoe afgehandeld
- Ouders
 - o Ouderavonden
 - o Oudercomissie
 - o Ouderraad
- Wat kan beter?
- Algemene indruk?

(www.welzijnswb.nl)

Bijlage 6. HKZ certificatieschema:

HKZ certificatieschema (onderwerpen):

Rubriek 1. Aanmelding/plaatsing:

- Algemeen
- Informatie bij aanmelding/kennismaking
 - o De klant dient geïnformeerd te worden over het hygiënebeleid, veiligheidsbeleid, medisch handelen, ziektebeleid en de privacyrichtlijnen.
- Het aanbod
- Het plaatsingsgesprek
 - o De plaatsingsovereenkomst is een schriftelijke weergave van de zakelijke afspraken die gemaakt worden tussen klant en instelling, zodat bekend is wat zij van elkaar kunnen verwachten c.q. waar zij elkaar op kunnen aanspreken.

Rubriek 2. Uitvoering/dienstverlening:

- Relatie pedagogisch beleidsplan met de praktijk
- Communicatie
- Privacy
 - o Bescherming persoonlijke gegevens klanten
- Bereikbaarheid
- Calamiteiten
- Uitvoering beleid veiligheid en gezondheid
- Leidster- kind interactie
 - o sociaal-emotionele veiligheid wordt geboden
 - o mogelijkheden worden geboden voor het verwerven van persoonlijke competentie
 - o mogelijkheden worden geboden voor het verwerven van sociale competentie
 - o afspraken, regels en omgangsvormen aanwezig zijn, duidelijk zijn en aan de kinderen worden uitgelegd
 - o de verzorging van kinderen
 - o de samenwerking met ouders in het belang van kinderen
 - o gebeurtenissen die het kind betreffen. Dit geldt in ieder geval voor: ziekte en ongevallen, overlijden, kindermishandeling, ontwikkelingsproblemen en seksueel misbruik.
- Spullen van kinderen

Rubriek 3. Evaluatie:

- Welbevinden van individuele kinderen
- Waardering door ouders
- Behandeling van klachten
- Signaleren van afwijkingen (gehele primaire proces)
 - o Alles wat niet overeenkomt met de geplande en afgesproken dienstverlening of niet voldoet aan de eisen/behoefte/verwachtingen van klanten, wordt een 'afwijking' in het primaire proces genoemd.

Rubriek 4. Beleid en organisatie:

- Beleid en doelstelling
 - o De eisen, behoeften en verwachtingen van de klanten moeten worden bepaald en tot uitdrukking komen in het beleid van de organisatie.
 - o Geeft aan in welke richting de organisatie zich wenst te ontwikkelen en vormt het uitgangspunt voor het dienstverleningsproces
- kwaliteitsmanagementsysteem
 - o Medewerkersbewustzijn
 - Zijn medewerkers zich bewust dat hun handelen invloed heeft op de kwaliteit?
- Directieverantwoordelijkheid
 - o Interne communicatie
 - o Wetgeving en periodieke rapportage
- Dienstverleningsproces- en klantgerelateerde eisen
 - o Plaatsingsbeleid
 - o Pedagogisch beleidsplan
 - o Risico inventarisatie veiligheid
 - o Risico inventarisatie gezondheid
 - o Veiligheid en gezondheid klanten
 - o Groepsgrootte en leidster-kind ratio
 - o Beleid veiligheid
 - o Beleid gezondheid
 - o Bereikbaarheid
 - o Oudercommissie
 - o Informatie voor ouders
 - o Financieel beleid
- Meten
 - o Oordeel van externe relaties
 - o Interne audits
- Analyseren
- Continu verbeteren
 - o Omgaan met afwijkingen
 - o Corrigerende en preventieve maatregelen

Rubriek 5. Personeel:

- Personeelsbeleid
 - o Geeft aan dat het personeelsbeleid van de organisatie conform geldende wet- en regelgeving moet zijn. Hierbij valt te denken aan de Wet kinderopvang, arbo wetgeving, de Wet op de ondernemingsraden, de Wet BIG en wetten met betrekking tot werktijden. Wanneer er een geldende cao of een vergelijkbare rechtspositieregeling is, is deze van toepassing.
- Functionerings- en beoordelingsgesprekken
- Bevordering van het functioneren
 - o Functioneringsgesprekken
 - o Werkoverleg,
 - o Kindbesprekingen
 - o Teamoverleg plaats

- Deskundigheid(sbevordering)
 - o Opleidingsindicatie
 - o Beroepskwalificaties
- Inwerk en introductieschema
- Stagebeleid
- Vrijwilligersbeleid
- Arbobeleid
 - o Arbeidsomstandigheden
- Oordeel medewerkers
- Klachtenbehandeling medewerkers
- Verklaring omtrent gedrag
- Gebruik van de voertaal
- Professioneel handelen
 - o Gedrag en bejegening

Rubriek 6. Onderzoek en ontwikkeling:

- Onderzoek naar mogelijke ontwikkelingen
 - o Ontwikkelingen op het terrein van wet en regelgeving
 - o Marktorientatie
 - o Analyse van de lokale situatie
 - Vraag en behoefte van dienstverlening in beeld krijgen
- Bevordering van de kwaliteit van dienstverlening
 - o Ontwikkeling werkinstructies/protocollen
- Implementatie van voor de organisatie nieuwe dienstverlening/het nieuwe aanbod
 - o De organisatie moet bewaken of de gewijzigde of nieuwe processen tot het gewenste resultaat leiden. Veelal zal dit nieuwe aanbod door middel van een pilot of project worden getest, waarna het al dan niet wordt opgenomen in het reguliere dienstverleningsaanbod.
- Ontwikkeling van nieuwe dienstverlening

Rubriek 7. Fysieke omgeving en materiaal:

- Accommodatiebeleid
- Gebruiksvergunning
- Functionele inrichting en middelen
- Speeltoestellen
- Bedden en boxen
- Binnenspeelruimte
- Slaapruimte
- Buitenspeelruimte
 - o Toegankelijk voor kinderen
 - o Veilig
 - o Aangrenzend aan gebouw
 - o Passend ingericht
- Beheersing bewakings- en meetapparatuur

Rubriek 8. Diensten door derden:

- Inkoop
 - o Producten of diensten
- Uitbesteding aan derden
 - o Mogelijk voor kwaliteit van dienstverlening

Rubriek 9. Documenten:

- Kwaliteitshandboek
 - o Moet aanwezig zijn, vormt het raamwerk
- Beheersing van documentatie
- Beheersing van registraties

(www.hkz.nl; Kinderopvang, certificatieschema, 2006)

Bijlage 7. Kwaliteitseisen/domeinen en onderwerpen uit NPCF:

10 dimensies van kwaliteitsservice:

1. Betrouwbaarheid
 - o Zich houden aan beloftes
2. Responsiviteit/reactiesnelheid
 - o Direct beantwoorden van vragen
3. Competentie
 - o Vakkennis/snel en effectief reageren of doorverwijzen
4. Toegankelijkheid
5. Respect en beleefdheid tegenover klanten
6. Communicatie
 - o Uitleggen en informeren van de klanten
7. Geloofwaardigheid
 - o Reputatie van de organisatie
8. Veiligheid/geborgenheid
 - o Men is gerust/ heeft het gevoel aan het juiste adres te zijn
9. Het begrijpen van de cliënt
 - o Dienstverlening op maat/empathie
10. Tastbare zaken
 - o Faciliteiten

(Van den Broek, 2002)

Kwaliteitseisen:

Wat wil je weten?

Waarover wil je dat de klant tevreden is?

Stel van tevoren vast welke kwaliteitseisen je belangrijk vindt en waarover je de mening van de klant wil weten.

Voorbeelden van kwaliteitseisen zijn:

Kwaliteit van de dienstverlening:

- Goede informatievoorziening
- Afspraken worden nagekomen
- De dienstverlening sluit aan op de wensen van de klant
- Kwaliteit van de medewerkers
- De medewerkers beschikken over voldoende kennis om hun werk goed te kunnen uitvoeren
- De medewerkers informeren de klant in duidelijke en begrijpelijke taal
- De medewerkers nemen vragen van klanten serieus
- Kwaliteit van de organisatie
- De organisatie is goed bekend in het werkgebied
- Klanten zijn op de hoogte van het totale aanbod van de organisatie
- De organisatie beschikt over een nette ontvangstruimte

(www.movisie.nl)

'Wat zijn uw ervaringen met de zorg die ze instelling biedt? Dat is de vraag waarop de NPCF: Nederlandse Patiënten Consumenten Federatie antwoord zoekt.

- Afspraken
- Accommodatie
- Medewerkers
- Luisteren
- Informatie
- Behandeling

(www.ConsumentendeZorg.nl)

Bijlage 8. Voor- en nadelen onderzoeksmethode:

Onderzoeksmethode	Voordelen	Nadelen
Schriftelijke enquêtes	- Een grote groep kan bereikt worden in korte tijd. - Vergelijking is eenvoudig, aangezien dezelfde vragen zijn gesteld. - Meerdere onderwerpen kunnen worden onderzocht - Periodieke meting, waardoor verandering is te zien (herhaling is ook mogelijk) - Relatief lagere kosten - Antwoorden snel en efficiënt te verwerken - Geen gespreksvaardigheden voor nodig - Weinig bedreigend: kan in eigen tijd ingevuld worden.	- Meer breedte dan diepte - Respons kan laag zijn (40-60%). Herinnering kan helpen. - Lange doorlooptijd - Niet volledig antwoord, door beperkte antwoordmogelijkheden. - Goede vragenlijst opstellen kan lastig zijn en kost veel tijd. Vragen moeten duidelijk zijn anders kunnen ze verkeerd geïnterpreteerd worden. - Door grote hoeveelheid juist lastiger te verwerken, hiervoor kennis van statistiek nodig bijv.
Telefonisch enquêtes	- Er kan worden doorgevraagd, waardoor meer diepgang - Respons is hoger - Antwoorden kunnen direct worden verwerkt; bespaard kosten - Resultaten zijn vrij snel binnen. - De manier kan storend zijn voor klanten.	- Vragenlijst moet kort zijn - Niet verstandig om op gevoelige onderwerpen in te gaan. - Resultaten niet representatief, omdat niet alle telefoonnummers bekend zijn. - Kost meer tijd om met iemand in gesprek te gaan. - Kost ook meer geld - Meer antwoorden, waardoor het juist moeilijker te verwerken is en vergelijking is hierdoor ook lastiger. - Onderzoeker moet over gespreksvaardigheden beschikken.
internet enquêtes	- Gebruiksvriendelijk: invullen is eenvoudig, alleen relevante vragen voor de klant zijn te zien, mensen hoeven er de deur niet uit. - Gegevens worden meteen opgeslagen en verwerkt, hierdoor grote kostenbesparing. - Geen personeelskosten bij de uitvoering/verwerking. - Snel en goedkoop - Kan ingevuld worden wanneer	- Resultaten zijn niet representatief, want niet iedereen heeft een internetaansluiting. En e-mailadres is ook niet altijd bekend. - Response lager - Weinig diepgang

	klant het wil.	
Open interview	- De resultaten hebben diepgang - Er kunnen gevoelig onderwerpen aangesneden worden - Meer tijd om op (verschillende) onderwerpen in te gaan - Meer input van klanten. - Aandacht wordt gewaardeerd, hierdoor willen klanten zich sneller inzetten. - Respons is vaak groot - Van verschillende plekken kan gebruik worden gemaakt, waardoor klanten zich beter op het gemak kunnen voelen. - Moeilijke vragen kunnen toegelicht worden	- Kosten zijn een stuk hoger dan bij de andere methoden. - Daarnaast kost het meer tijd. - Waardoor niet iedereen geïnterviewd kan worden. - Ervaring en kennis vereist van degene die onderzoek doet - Minder geschikt als controle-instrument. - Vaak minder anoniem, dan schriftelijk. - Verwerken van antwoorden lastiger.
groepsinterview	- Relatief korte tijd te achterhalen welke meningen, opvattingen en waarden er binnen bepaalde groepen bestaan. Hierdoor hier een breed inzicht in. - Minder ingekaderd, waardoor er meer input is van klanten. - Nieuwe ideeën komen ook binnen, ook doordat klanten elkaar kunnen inspireren. - Ter plek gezamenlijk beeld vormen - Diepgang mogelijk - Goedkoop	- In een groep eerder geneigd om sociaal wenselijk antwoorden te geven - Antwoorden van klanten, kunnen elkaars denkrichting beïnvloeden - Een representatief panel samenstellen is lastig. - Onderzoeker heeft vaardigheden nodig om groeps gesprekken te leiden. - Vergt veel van organisatie: ruimte regelen, afspraken maken enz. - Hoge verwachtingen van de resultaten, maar haalbaarheid kan laag zijn.

(www.wmo-klanttevredenheidsonderzoek.nl; hbo-kennisbank.uvt.nl; www.movisie.nl; www.hetontwikkelaarsgilde.nl; www.allesovermarktonderzoek.nl; Thomassen, 2003)

Bijlage 9. Voor- en nadelen vraagsoorten:

Vraag:	Voordelen	nadelen
Open	- Leveren veel informatie op - Ontspanning bij onderzoeker - Klant kan mening kwijt - Bij gevoelige onderwerpen zijn open vragen vaak minder bedreigend - Waarom-vraag helpt gedachten te verzetten.	- Nemen veel tijd in beslag - Leveren geen specifieke gegevens op. - Vereist meer inspanning van klant. - Kans dat er teveel uit wordt uitgeweid. - Inhoud en richting wordt bepaald door de klant. - Waarom-vraag kan bedreigend overkomen.
Gesloten	- Het gesprek kan gestuurd worden - Korte gesprekstijd - Gerichtte vragen; recht op het doel af.	- Wanneer deze te veel wordt gebruikt lijkt het op een kruisverhoor - Geen extra informatie, waardoor klant het verhaal niet kwijt kan en als onderzoeker kan een verkeerd beeld verkregen worden. - Teveel gestuurd, waardoor klant niet verder denkt.
Keuze	- Kan klanten helpen bij het geven van een antwoord.	- Klanten kunnen op het verkeerde been worden gezet, waardoor een verkeerd antwoord wordt gegeven.
Gericht	- Er kan maar één antwoord gegeven worden, hierdoor duidelijkheid	
Suggestief		- Geven richting aan het antwoord van de klant, daarom moet deze vermeden worden.
Controle	- Er kan nagegaan worden of men elkaar begrijpt.	

(Verhoeven, 2007; www.competentietest.com; www.leren.nl; www.salesgids.com; habe.hogent.be; www.rug.nl; www.allesovermarktonderzoek.nl; www.wmo-klanttevredenheidsonderzoek.nl; taaladvies.net; www.online-enquete.net; www.multiscope.nl; www.klanttevredenheid.nl; www.sociumi.be; www.tue-tm.org; www.kshhoofddorp.nl)

Bijlage 10. Vragenlijst:

Beste ouder,

Voor u ligt het klanttevredenheidsonderzoek van het KDC.

Door deze enquête in te vullen werkt u mee aan het verbeteren van de kwaliteit van het KDC en het vergroten van uw eigen tevredenheid waar dit mogelijk is. Het is belangrijk om te weten waar u (on)tevreden over bent, zodat we weten waar we aan kunnen werken en dit de kwaliteit ten goede komt. We vinden uw mening hierin erg belangrijk.

We vragen nog geen 15 minuten van uw tijd om deze enquête in te vullen.

Probeer eerlijk te zijn bij het beantwoorden van de vragen, er zijn geen goede of foute antwoorden. Probeer altijd een antwoord in te vullen, ook als u twijfelt. De gegevens zullen vertrouwelijk behandeld worden en alleen de resultaten worden uitsluitend gebruikt om de tevredenheid en de kwaliteit te verbeteren. Uw naam hoeft u niet te noteren, want het is niet van belang te weten wie u bent; het gaat om uw mening. Wel vragen we u om de naam van de groep te noteren, zodat we weten waar we moeten werken aan verbeterpunten.

Wanneer u nog vragen heeft, kunt u contact opnemen met:.....

Graag zouden we deze enquête uiterlijk..... terug willen hebben.

Uitleg antwoorden:

De enquête bestaat uit een aantal vragen waarbij u kunt aangeven hoe tevreden u bent over dat onderwerp en hoe belangrijk u dat onderwerp vindt. Hiervoor kunt u in de daarvoor bestemde kolommen een cijfer van 1 t/m 10 geven.

1 = zeer slecht

2 = slecht

3 = zeer onvoldoende

4 = onvoldoende

5 = bijna voldoende

6 = voldoende

7 = ruim voldoende

8 = goed

9 = zeer goed

10 = uitmuntend

Daarnaast kunt u in de laatste kolom ook nog een eventuele toelichting geven op het cijfer dat u hebt gegeven.

Als laatste zijn er enkele open vragen die u kunt beantwoorden om een totale indruk van het kinderdagcentrum te geven.

Alvast bedankt voor uw medewerking!



Vraag: Hoe (on)tevreden bent u over: Hoe (on)belangrijk vindt u:	Rapportcijfer : <i>Mate van tevredenheid</i> 1 t/m 10	Rapportcijfer: <i>Mate van belangrijkheid</i> 1 t/m 10	(eventuele) toelichting:
Organisatie:			
Informatie die u krijgt vanuit het KDC			
Groepsgrootte			
Groepsindeling			
Aantal leidsters per groep			
Regeling financiën			
Sfeer:			
Sfeer binnen het KDC			
Aanblik en uitstraling			
Bereikbaarheid:			
Ligging van het KDC			
Parkeergelegenheid			
Telefonische bereikbaarheid			
Pedagogisch medewerkers en handelen:			
Vakkennis			
Ontwikkelingsgericht werken			
Klantgerichtheid (zelf invulling geven aan het leven)			
Doelgericht werken			
Betrokkenheid			
Empathie tonen (medeleven)			
Verzorging			
Professionaliteit			
(Opvoedingsvaardigheden)			

Vraag: Hoe (on)tevreden bent u over: Hoe (on)belangrijk vindt u:	Rapportcijfer : <i>Mate van tevredenheid</i> 1 t/m 10	Rapportcijfer : <i>Mate van belangrijkheid</i> 1 t/m 10	(eventuele) toelichting:
<i>Gebouw, inrichting en speelmogelijkheden:</i>			
Groepsruimte			
Slaapruimte			
Sanitaire voorziening			
Buitenruimte			
Materiaal/speeltoestellen			
Activiteiten			
Veiligheid			
Hygiëne			
<i>Communicatie:</i>			
Contact met directie			
Contact met leidsters			
Communicatieve vaardigheden leidsters			
Responsiviteit/reactiesnelheid			
<i>Ouders:</i>			
Vraag van ouder/kind is uitgangspunt van de geboden zorg			
I.O.P. bespreking			
Praktische Informatievoorziening			
Rapportage			
Ouderavonden			
Cliëntenraad			
Betrokkenheid bij activiteiten			

Vraag: Hoe (on)tevreden bent u over: Hoe (on)belangrijk vindt u:	Rapportcijfer : <i>Mate van tevredenheid</i> 1 t/m 10	Rapportcijfer : <i>Mate van belangrijkheid</i> 1 t/m 10	(eventuele) toelichting:
<i>Regels en afspraken:</i>			
Betrouwbaarheid (Afspraken nakomen)			
Privacy waarborgen (bescherming persoonlijke gegevens)			
<i>Klachtenregeling:</i>			
Wijze van indienen			
Verwerking/afhandeling			
<i>Algemeen rapportcijfer:</i>			

Waar bent u het meest tevreden over?

.....

.....

.....

Waar bent u het minst tevreden over? (Wat kan beter?)

.....

.....

.....

Wat is uw algemene indruk van het KDC?

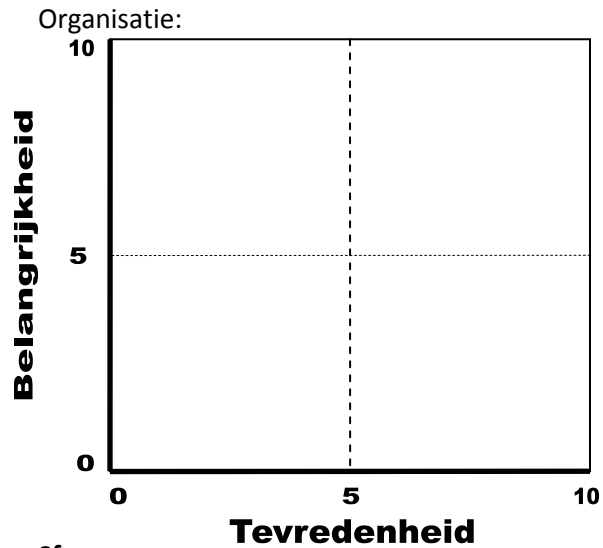
.....

.....

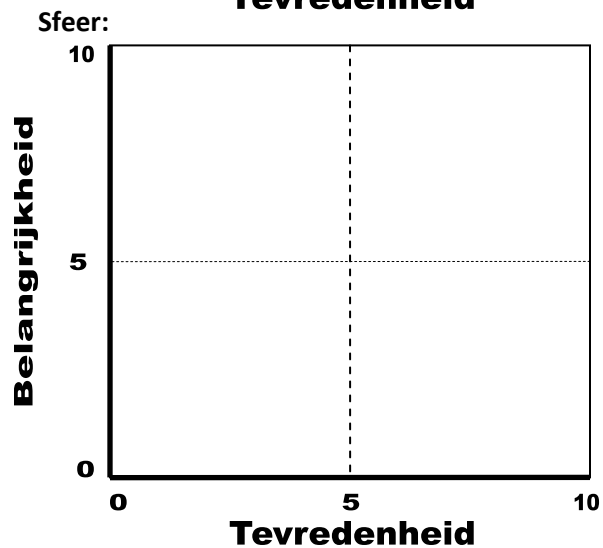
.....

Groepsnaam:.....

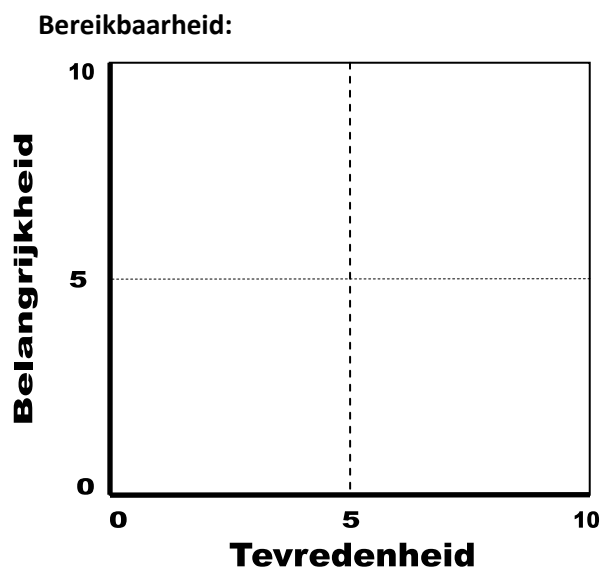
Bijlage 11. Verwerken gegevens, resultaten per groep:



- Informatie die u krijgt vanuit het KDC
- ▲ Groepsgrootte
- Groepsindeling
- ◆ Aantal leidsters per groep
- ◆ Regeling financiën

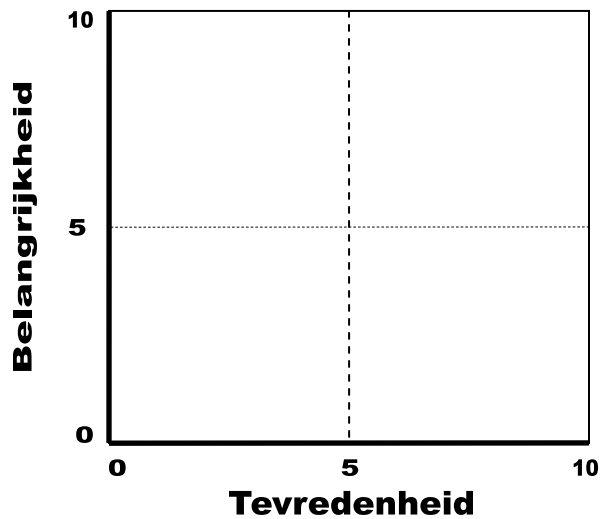


- Sfeer binnen het KDC
- ▲ Aanblik en uitstraling



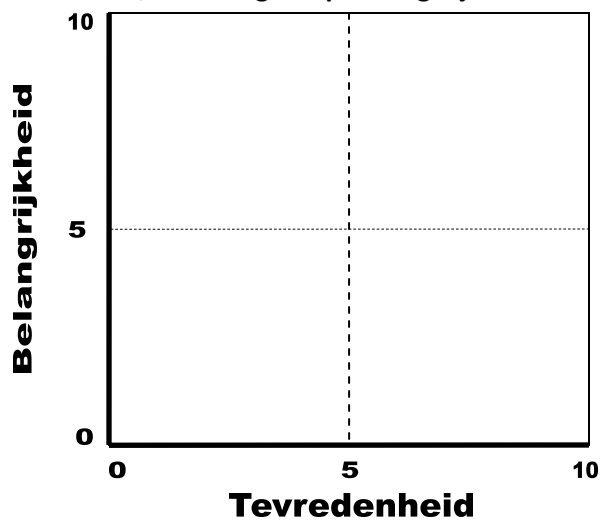
- Ligging van het KDC
- ▲ Parkeergelegenheid
- Telefonische bereikbaarheid

Pedagogisch medewerkers en handelen:



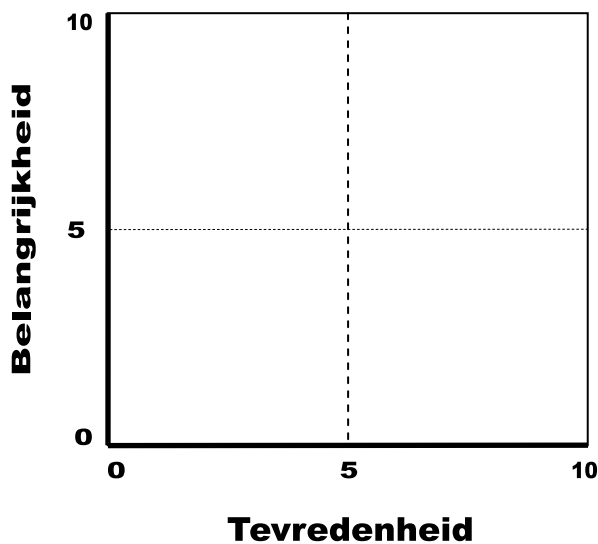
- Vakkennis
- ▲ Ontwikkelingsgericht werken
- Klantgerichtheid
- ◆ Doelgericht werken
- ◆ Betrokkenheid
- ◆ Empathie tonen
- ▲ Verzorging
- ◀ Professionaliteit
- ◀ (opvoedingsvaardigheden)

Gebouw, inrichting en speelmogelijkheden:



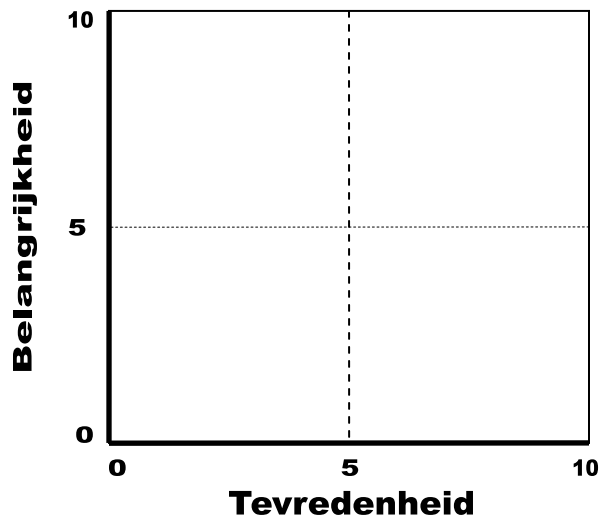
- Groepsruimte
- ▲ Slaapruimte
- Sanitaire voorziening
- ◆ Buitenruimte
- ◆ Materiaal/speeltoestellen
- ◆ Activiteiten
- ▲ Veiligheid
- ◀ Hygiëne

Communicatie:



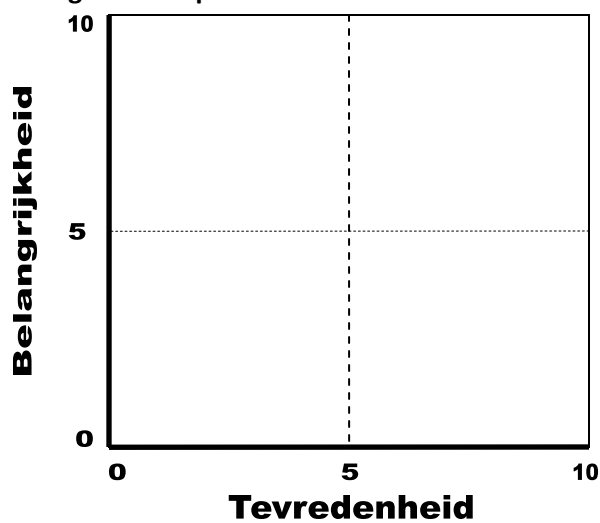
- Contact met directie
- ▲ Contact met leiders
- Communicatieve vaardigheden leiders
- ◆ Responsiviteit/reactiesnelheid

Ouders:



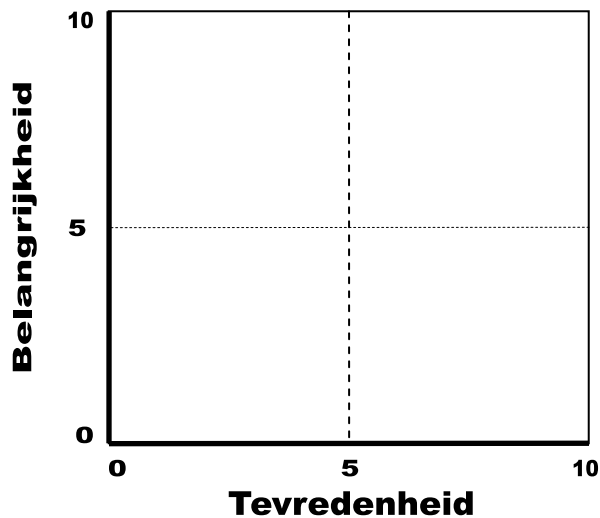
- Vraag van ouder/kind is uitgangspunt van de geboden zorg
- ▲ I.O.P. bespreking
- ◆ Praktische informatievoorziening
- ◆ Rapportage
- ◆ Ouderraad
- ◆ Cliëntenraad
- ◡ Betrokkenheid bij activiteiten

Regels en afspraken:



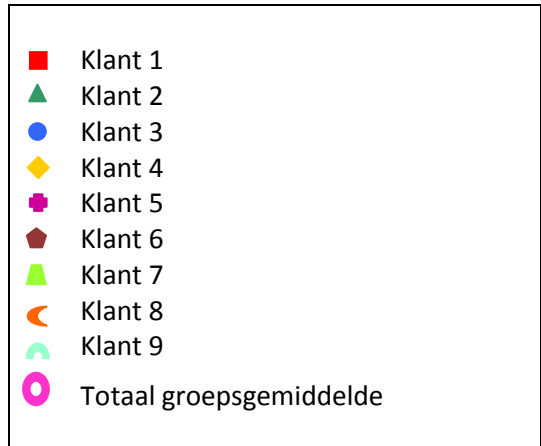
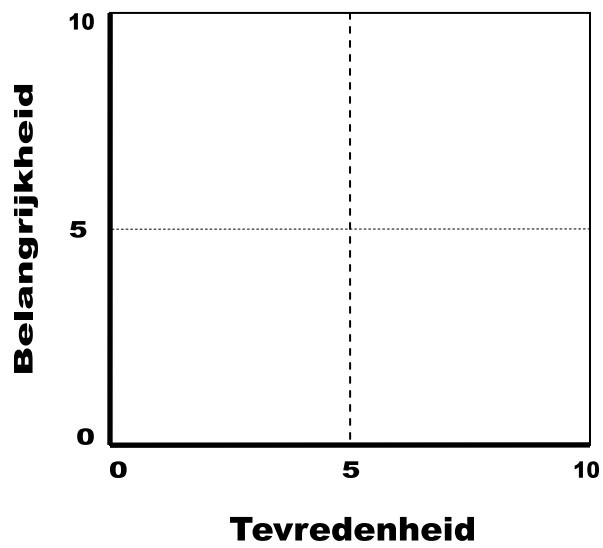
- Betrouwbaarheid
- ▲ Privacy waarborgen

Klachtenregeling:

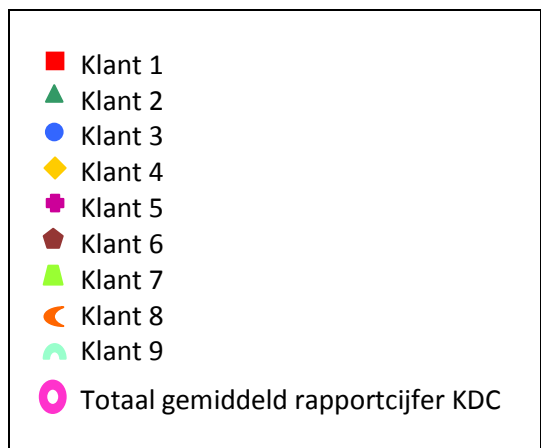
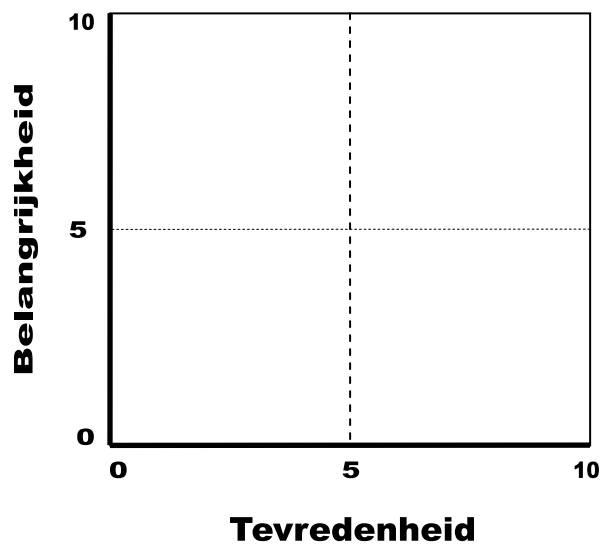


- Wijze van indienen
- ▲ Verwerking/afhandeling

Gemiddelde per klant:

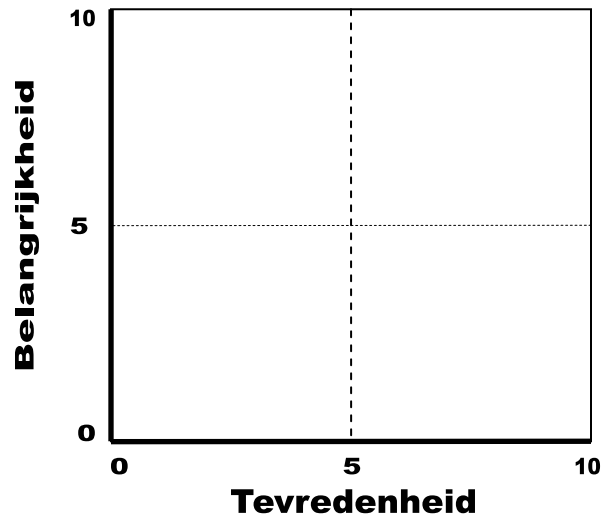


Rapportcijfer:



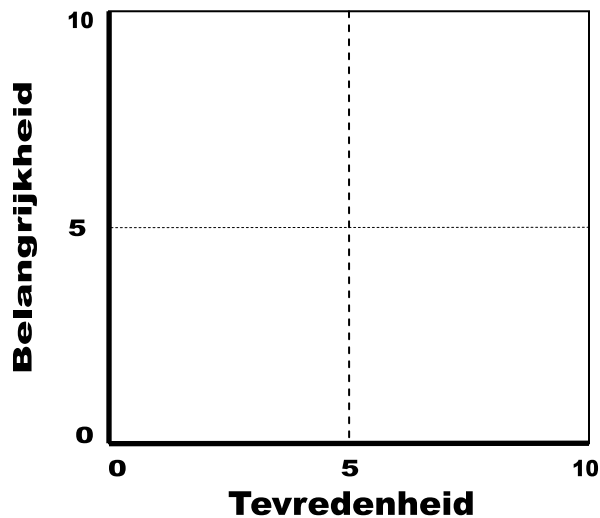
Bijlage 12. Verwerken gegevens, resultaten totaal:

Totaal gemiddelde: organisatie



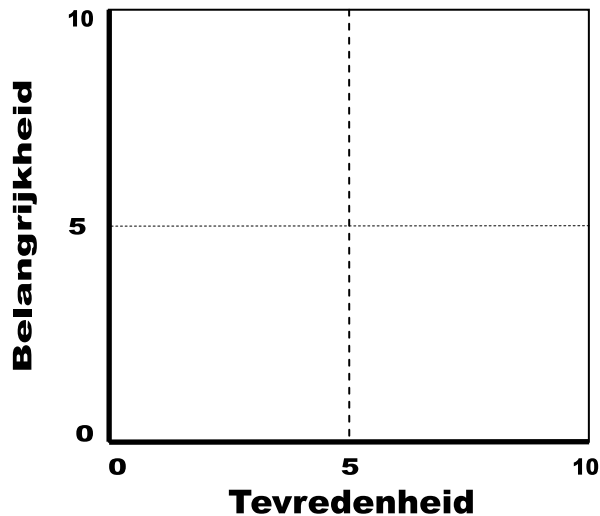
- Informatie die u krijgt vanuit het KDC
- ▲ Groepsgrootte
- Groepsindeling
- ◆ Aantal leidsters per groep
- ◆ Regeling financiën

Totaal gemiddelde: sfeer



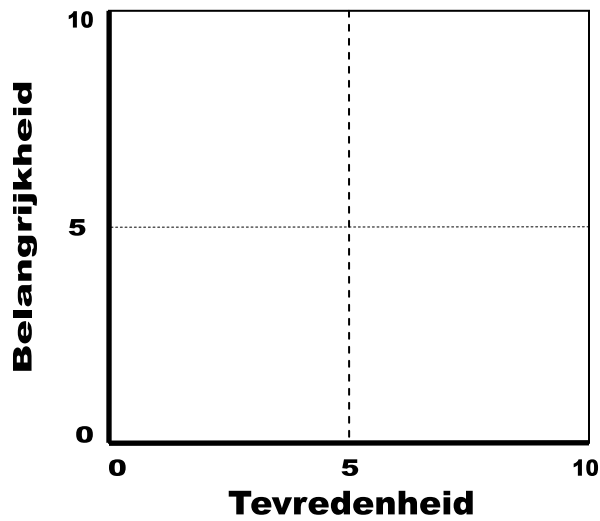
- Sfeer binnen het KDC
- ▲ Aanblik en uitstraling

Totaal gemiddelde: bereikbaarheid



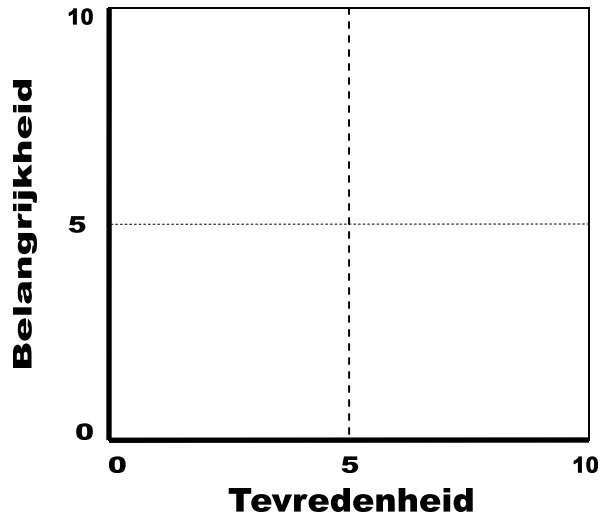
- Ligging van het KDC
- ▲ Parkeergelegenheid
- Telefonische bereikbaarheid

Totaal gemiddelde: pedagogisch medewerkers en handelen



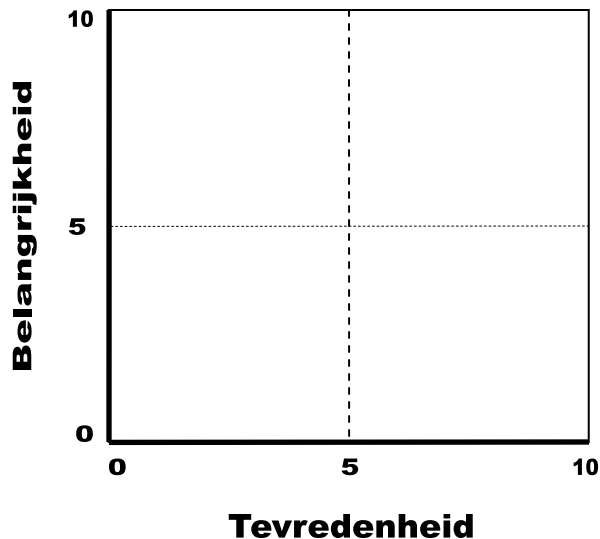
- Vakkennis
- ▲ Ontwikkelingsgericht werken
- Klantgerichtheid
- ◆ Doelgericht werken
- ◆ Betrokkenheid
- ◆ Empathie tonen
- ▲ Verzorging
- ◀ Professionaliteit
- ◀ (opvoedingsvaardigheden)

Totaal gemiddelde: gebouw, inrichting en speelmogelijkheden



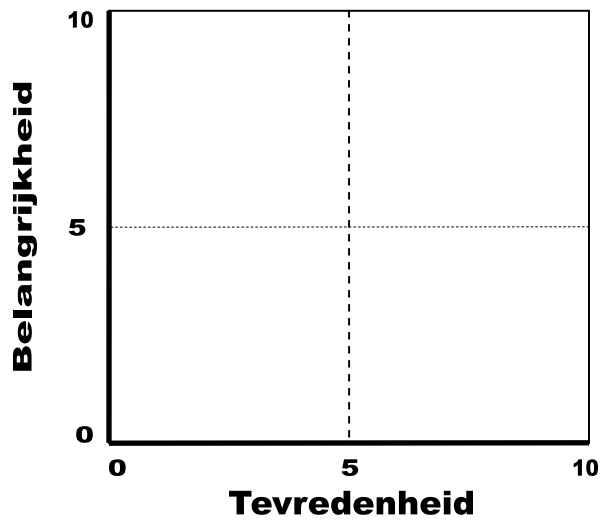
- Groepsruimte
- ▲ Slaapruimte
- Sanitaire voorziening
- ◆ Buitenruimte
- ◆ Materiaal/speeltoestellen
- ◆ Activiteiten
- ▲ Veiligheid
- ◀ Hygiëne

Totaal gemiddelde: communicatie



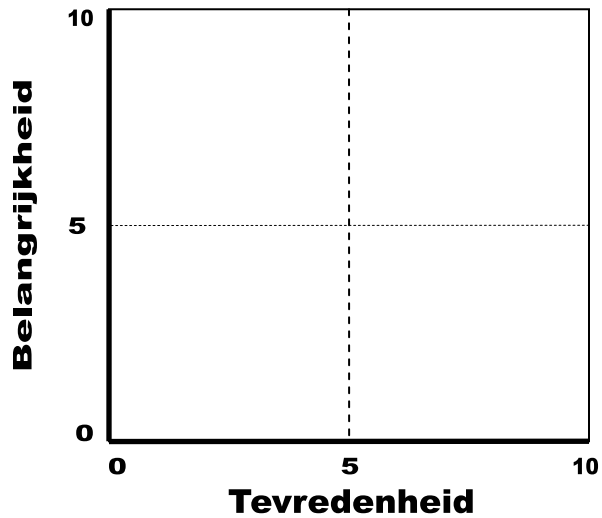
- Contact met directie
- ▲ Contact met leiders
- Communicatieve vaardigheden leiders
- ◆ Responsiviteit/reactiesnelheid

totaal gemiddelde: ouders



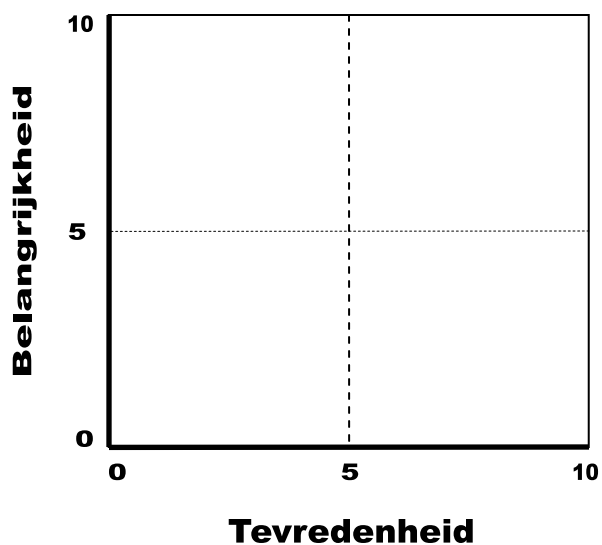
- Vraag van ouder/kind is uitgangspunt van de
- ▲ geboden zorg
- I.O.P. bespreking
- ◆ Praktische informatievoorziening
- ◆ Rapportage
- ◆ Ouderraad
- ◆ Cliëntenraad
- Betrokkenheid bij activiteiten

Totaal gemiddelde: regels en afspraken



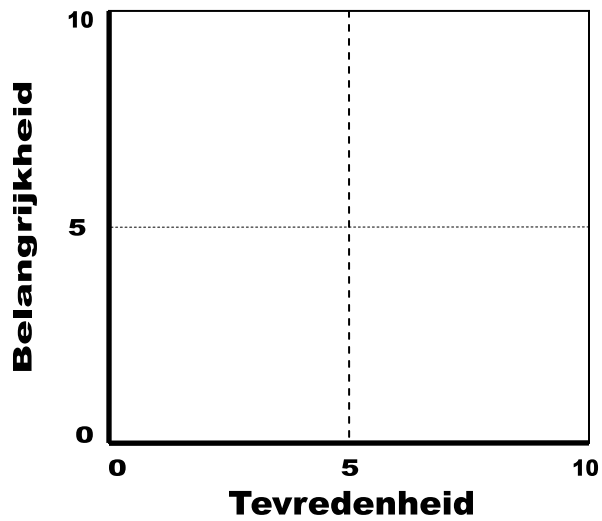
- Betrouwbaarheid
- ▲ Privacy waarborgen

Totaal gemiddelde: klachtenregeling



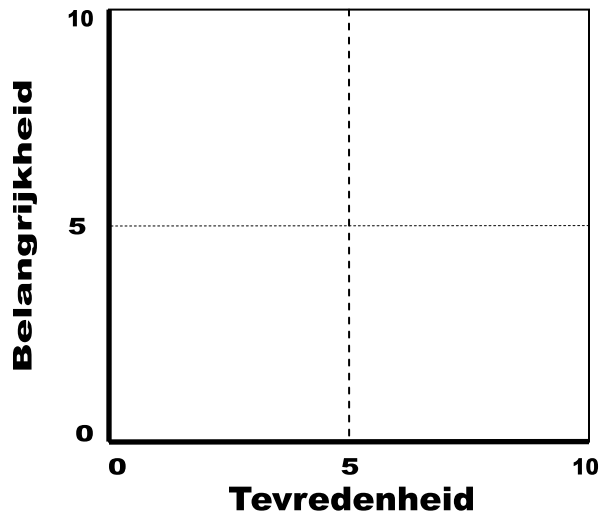
- Wijze van indienen
- ▲ Verwerking/afhandeling

Totaal gemiddelde per onderwerp:



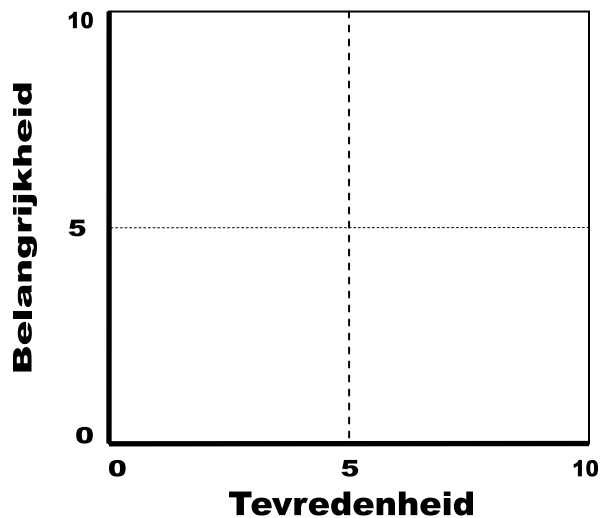
- Organisatie
- ▲ Sfeer
- Bereikbaarheid
- ◆ Pedagogisch medewerkers en handelen
- ◆ Gebouw, inrichting en speelmogelijkheden
- ◆ Communicatie
- ▲ Ouders
- Regels en afspraken
- klachtenregeling

Totaal gemiddelde per groep:



- Goofy
- ▲ Oriëntatie
- Pino
- ◆ Ruinerbrink 1
- ◆ Ruinerbrink 2
- ◆ Snoopy
- Totaal gemiddelde KDC

Totaal gemiddeld rapportcijfer:



- Goofy
- ▲ Oriëntatie
- Pino
- ◆ Ruinerbrink 1
- ◆ Ruinerbrink 2
- ◆ Snoopy
- Totaal gemiddeld rapportcijfer KDC