

WTC Amsterdam

WTC Servicepoint

KLANTTEVREDENHEIDSONDERZOEK



Door Sander Voortman; freelance journalist, Open Up Communicatie, publicatie oktober 2019

WTC Amsterdam is een ‘dynamische, commerciële wereldstad’ en behelst zo’n 350 bedrijven verdeeld over een oppervlakte van 125.000 m2. Binnen het FMIS-systeem van Facilitor maken zij gebruik van het klanttevredenheidsonderzoek. Facility Manager Sander Borggreve vertelt op welke manier ze deze ‘op maat gemaakte melding’ binnen het FMIS-systeem toepassen en wat de ervaringen zijn.

VERBETERPUNTEN CONCREET MAKEN

Op periodieke momenten klopt WTC Amsterdam aan bij huurders om de klanttevredenheid te peilen. Sander Borggreve legt uit: “Dat doen we om het 1,5 jaar. En we komen ook zelf langs.” En niet zonder reden: “Als huurders een cijfer lager dan een acht (‘goed’) geven dan willen we ook graag in kaart brengen wat maakt dat ze nu voor een zeven (‘ruim voldoende’) of lager kiezen. Verbeterpunten in onze dienstverlening maken we zo heel concreet. Een-op-een-contact is hierbij van essentieel belang.”

TIEN CATEGORIEËN

Het klanttevredenheidsonderzoek van WTC Amsterdam telt tien categorieën met bijbehorende vragen: “Die vragen zijn puur gericht op onze dienstverlening, in de breedste zin. Bijvoorbeeld over het contact dat ze hebben gehad met onze afdeling techniek, de financiële administratie, de manier waarop onze leveranciers hun werk doen, maar ook specifiekere zaken zoals het gebruik van de parkeergarage en het veiligheidsgevoel in het pand.”

SPECIFIEKE RAPPORTAGES DANKZIJ UDR-MODULE

Dankzij de UDR-module heeft WTC Amsterdam de mogelijkheid om specifieke data uit de ingevulde klanttevredenheidsonderzoeken te halen: “Als ik

bijvoorbeeld wil weten hoe er door huurders over het contact met onze afdeling Real Estate wordt gedacht, dan kan ik daar een specifieke rapportage voor draaien. Dit communiceer ik vervolgens met de collega die voor deze afdeling verantwoordelijk is. Zo houden we heel eenvoudig grip op onze dienstverlening.”

“Dankzij de UDR-module filter ik de data uit de klanttevredenheidsonderzoeken die ik wil zien”

TRANSPARANTIE EN SNELHEID

In het verleden ging dat weleens anders: “Met het programma dat we hiervoor gebruikten waren we veel tijd kwijt. Bovendien was dit programma niet echt transparant.” Sander licht toe: “De ingevulde klanttevredenheidsonderzoeken die we maken, mailen we naar onze huurders, ze zien direct wat we hebben gerapporteerd. We willen op het gebied van dienstverlening een acht of hoger scoren, en daar is transparantie ook een belangrijk onderdeel van.”