



Managementrapportage

SPORT/50

Klanttevredenheids-
onderzoek





Projectomschrijving

3



Inzichten en adviezen

4



Verdieping in de resultaten

6



Slotwoord en verdere planning

24

Doel

Sport050 hecht grote waarde aan de beleving van de gasten in haar accommodaties. Om deze in kaart te brengen en zo de sterke kanten én het verbeterpotentieel te leren kennen, wordt jaarlijks een klanttevredenheidsonderzoek uitgevoerd. Sinds 2017 wordt dit klanttevredenheidsonderzoek online uitgevoerd, terwijl in voorgaande jaren de enquête face-to-face werd afgenomen. Naast dit klanttevredenheidsonderzoek is er in 2017 voor gekozen de medewerkers een grotere rol te geven bij het verder verbeteren van de dienstverlening. Met afvaardigingen uit alle accommodaties zijn in april workshops gehouden, op basis van de ExperienceCapture methodiek, om nóg meer vanuit het oogpunt van de klant naar de eigen organisatie te kijken, mogelijke verbeteringen te identificeren en de randvoorwaarden hiervoor in te vullen. Sport050 staat aan de vooravond van de verdere uitrol van de acties die hieruit voorkomen. Deze managementrapportage bevat concrete handvatten voor het verbeteren van de dienstverlening.

Werkwijze

Het klanttevredenheidsonderzoek is, anders dan in eerdere jaren toen het face-to-face werd afgenomen, uitgevoerd door middel van een online enquête. Er is gekozen voor online om meer respons te verkrijgen. Een nadeel van deze verandering in afname is dat het lastig is om de resultaten van 2017 met eerdere jaren te vergelijken. Sport050 heeft de respondenten benaderd door een link naar de enquête te plaatsen in de nieuwsbrief die per e-mail verzonden wordt. De respons voor 2017 is in de tabel weergegeven. In totaal zijn er 932 enquêtes ingevuld. Dit rapport is een update van de rapportage die in mei is opgeleverd.

Accommodatie	Aantal
Ijsbaan Kardinge	36
Zwembad Kardinge	246
Helperzwembad	125
De Papiermolen	415
De Parrel	110
Totaal	932

Opbouw rapportage

In deze rapportage zijn de belangrijkste resultaten gerapporteerd. Er volgen allereerst enkele overkoepelende inzichten en adviezen die voor elke accommodatie van toepassing zijn. Vervolgens is een onderscheid gemaakt in de resultaten per zwembad. Er is met name ingezoomd op de rol die medewerkers hebben op de totaalbeleving. Waar nodig worden resultaten van context voorzien en wordt de behaalde score verder geduid. Opvallende constatering zijn als quotes weergegeven.



Inzichten en
adviezen



Inzichten en adviezen

Op deze pagina volgen een aantal algemene inzichten en adviezen die voor alle accommodaties opgaan. Voor meer nuance en specifieke inzichten zijn de resultaten per accommodatie uitgewerkt op pagina's 7 t/m 21.

Inzichten

- ❑ **Klantgerichtheid medewerkers.** Medewerkers dragen veel bij aan de klantbeleving. Dit begint al bij binnenkomst bij de balie. Ook de instructeurs of toezichhouders en de medewerkers van de horeca dragen bij aan de beleving van de klant. Het merendeel van de medewerkers wordt beoordeeld als klantgericht, enthousiast en behulpzaam. Echter, niet alle medewerkers zijn even enthousiast.
- ❑ **Oplettendheid medewerkers.** 3%-9% van de badmeesters en –juffen let niet goed op. Uit de open antwoorden kan worden opgemaakt dat de badmeester(s) en –juffen soms erg veel naar hun mobiele telefoon kijken of met elkaar praten en niet opletten op wat er in het bad gebeurt. Ook wordt genoemd dat medewerkers niet altijd bezoekers aanspreken die overlast veroorzaken.
- ❑ **Verzorgdheid en hygiëne van de accommodaties.** Een aantal accommodaties is wat gedateerd, wat aan de ene kant leidt tot nostalgische gevoelens bij bezoekers, maar ook vraagt om vernieuwing. Tevens wordt aangegeven dat een aantal accommodaties, vooral wanneer het erg druk is, niet schoon is.
- ❑ **Horecavoorzieningen.** Wat veel terugkomt is dat bezoekers een gezonde snack of maaltijd missen bij het aanbod van de horecavoorzieningen. De openingstijden van de horecavoorzieningen mogen ook bij veel accommodaties ruimer.

Adviezen

- ❑ Het is erg belangrijk om alle medewerkers te coachen op klantgerichtheid en enthousiasme. Geef proactief informatie of vraag of er nog vragen zijn. Klantgerichtheid en enthousiasme zijn belangrijke factoren om de accommodatie aan te bevelen en nog eens terug te komen. Medewerkers kunnen echt het verschil maken voor een onvergetelijk bezoek aan het zwembad of de ijsbaan!
- ❑ Veiligheid is één van de belangrijkste dingen in een zwembad. Mobiel telefoongebruik zou verboden moeten worden. Wees ook niet bang om kinderen of volwassenen aan te spreken op ongewenst gedrag zodat het voor alle bezoekers aangenaam toeven is.
- ❑ Hygiëne is iets wat altijd goed moet zijn. Plan, wanneer het druk is, meer schoonmaakdiensten in. Denk ook na over vernieuwing van de accommodaties. Soms is er met weinig middelen en kleine aanpassingen al veel te bereiken. Extra groen, bijvoorbeeld, zorgt voor een frisse uitstraling.
- ❑ Bij sporten hoort gezond eten. Herzie het aanbod bij de horecavoorzieningen. Ook de automaten kunnen gevuld worden met gezonde snacks, zoals appelpartjes of gezondere koeken. Denk er ook over na of bij sommige accommodaties toch een (extra) voorziening geopend kan worden.

A young swimmer in a blue cap and orange goggles is celebrating in a pool, with their right arm raised in a fist. Other swimmers are visible in the background.

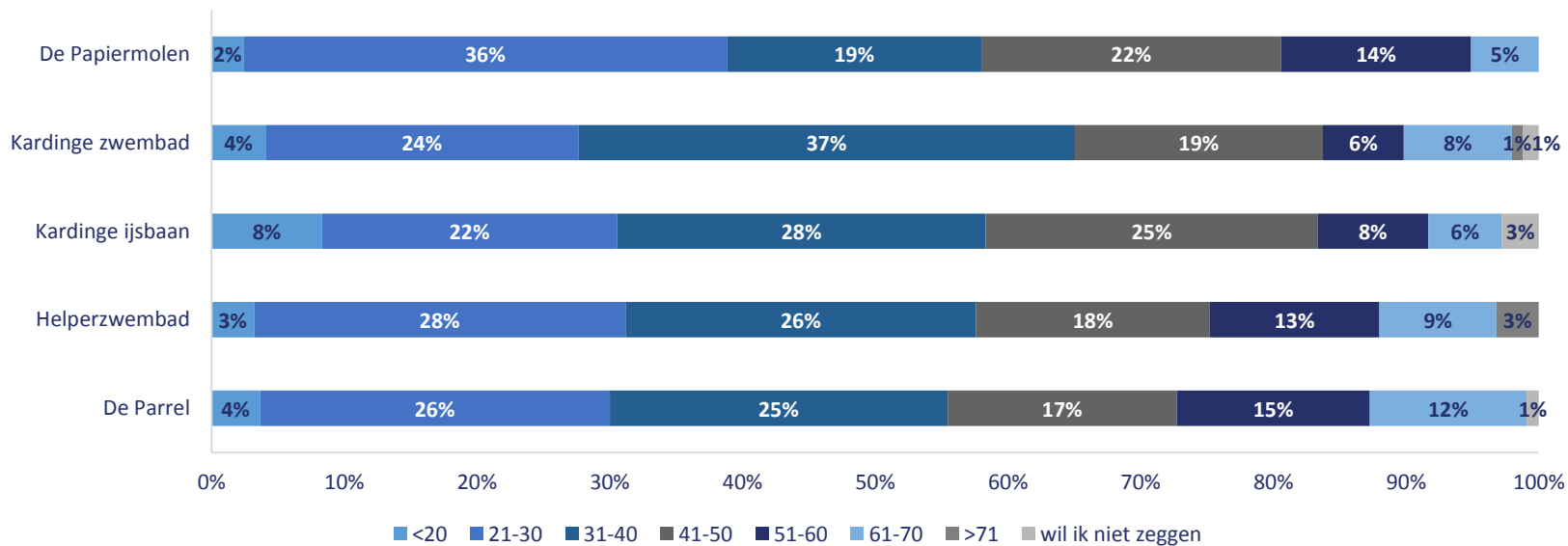
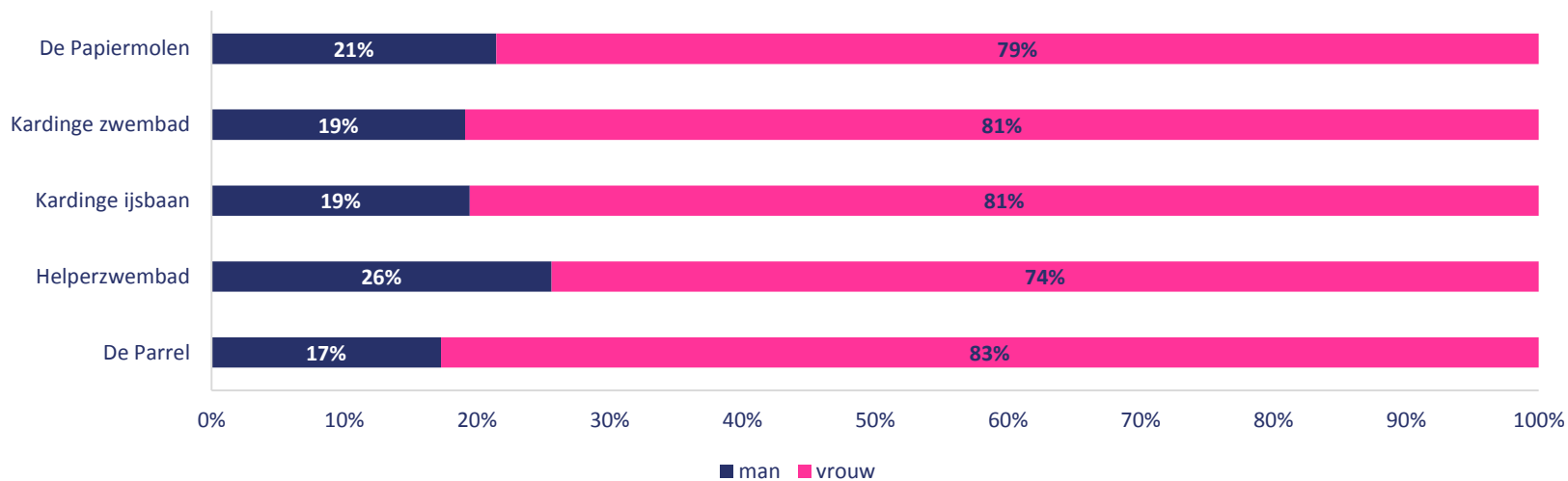
SPORT/50

Verdieping in de
resultaten



Bezoekersprofiel

Het merendeel van de respondenten die de online enquête heeft ingevuld is vrouw. Meer dan de helft van de bezoekers per zwembad zijn jonger dan 41 jaar.

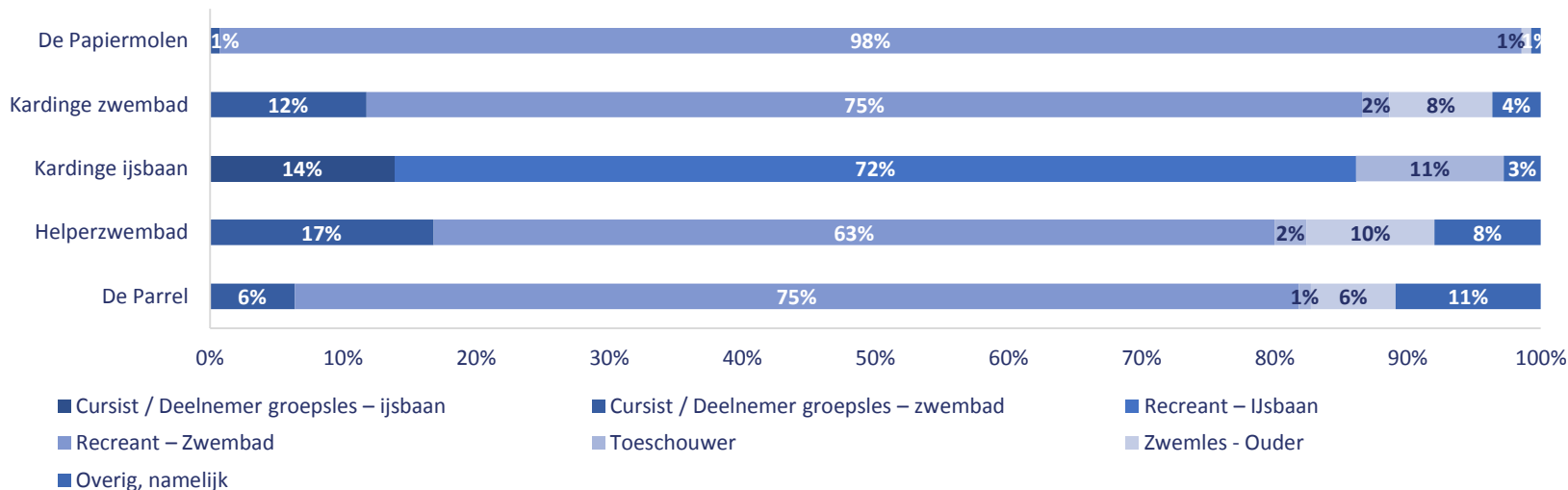


Reden en frequentie bezoek

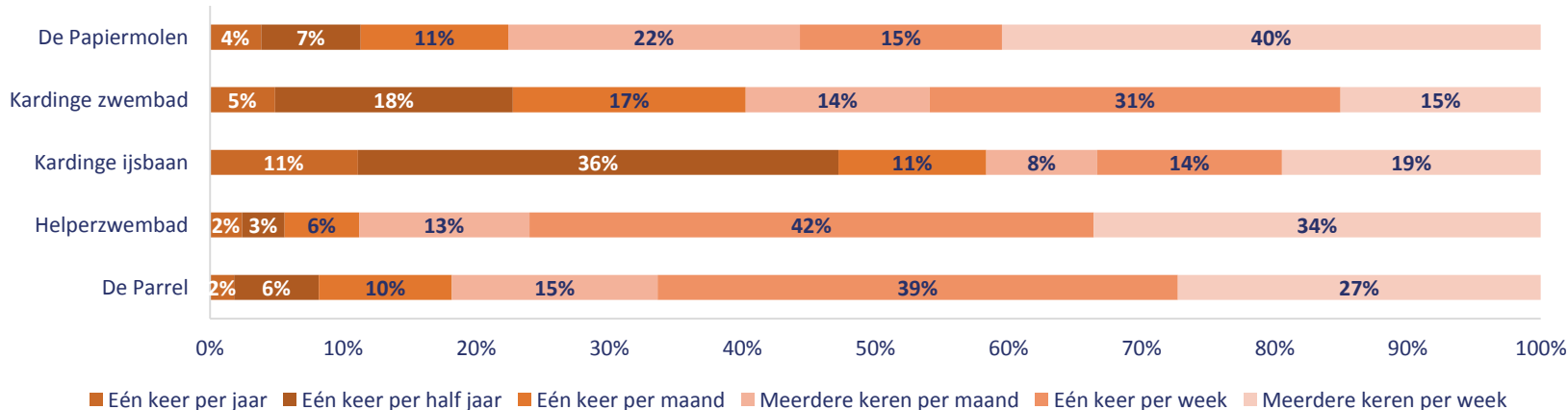


De meeste mensen bezoeken het zwembad of de ijsbaan als recreant. Bij de Parrel zwemmen relatief veel mensen in verenigingsverband of als wedstrijdschwimmers (genoemd bij 'overig, namelijk'). Het overgrote deel van de bezoekers bezoekt het zwembad één of meerdere keren per week. Bij de Ijsbaan Kardinge komen mensen minder regelmatig.

Reden van het bezoek



Frequentie bezoek



Voor een zwembad of ijsbaan is hygiëne erg belangrijk. Een schone en verzorgde omgeving zorgt voor een plek waar mensen graag zijn én terugkomen. Een voldoende is het absolute minimum. Zelfs dan is het zaak om toe te werken naar een 'goed'.

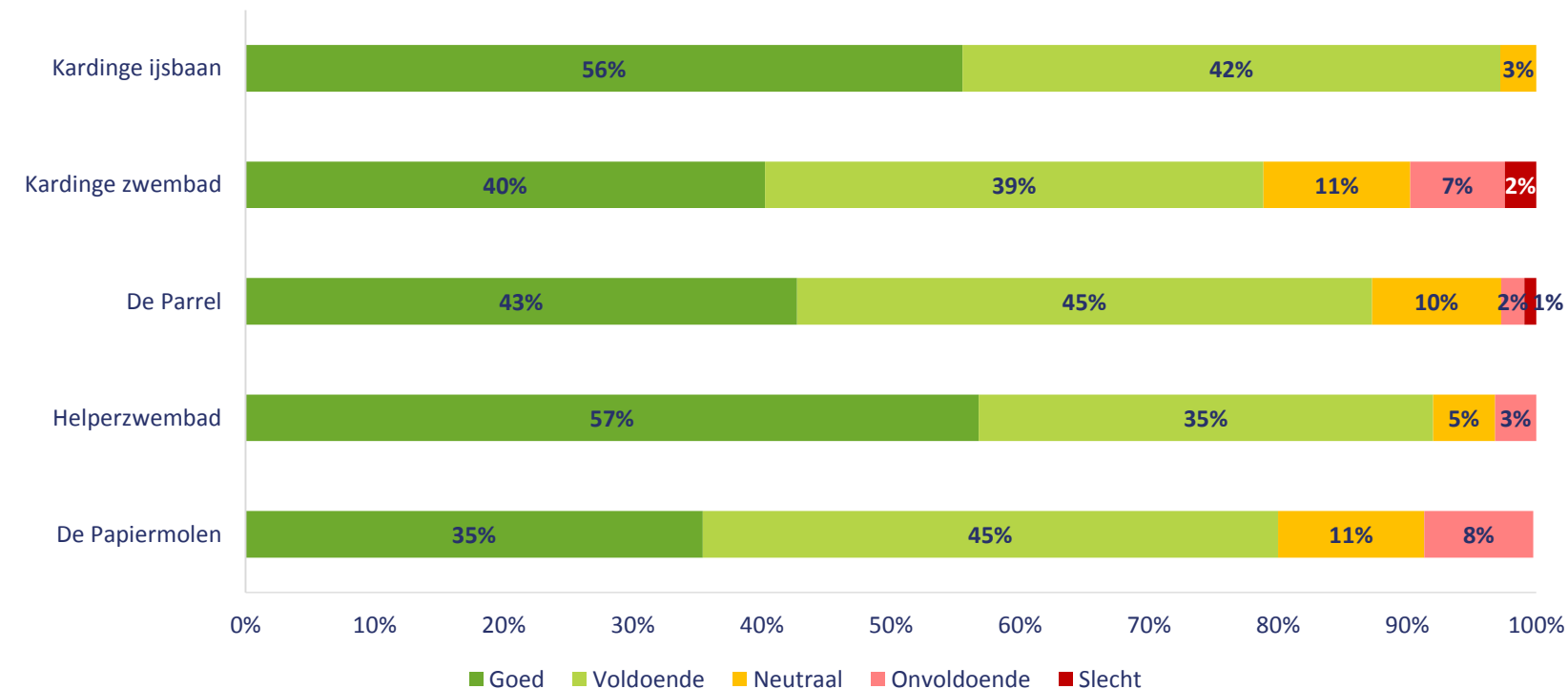
Voor de zwembaden wordt in een aantal gevallen een negatieve beoordeling gegeven en ook een aantal keren neutraal. In de antwoorden op de open vragen geven respondenten aan wat hieraan ten grondslag ligt.

Bij het zwembad Kardinge wordt aangegeven, door meerdere respondenten, dat de toiletten, kleedkamers en vloeren niet schoon zijn. Het lijkt dat dit voornamelijk het geval is wanneer het druk is.

Meerder respondenten geven aan dat bij het Helperzwembad sommige kleedhokjes niet goed sluiten.

Ook wordt aangegeven dat de toiletten en het grote kleedhok bij zwembad De Parrel niet altijd schoon zijn.

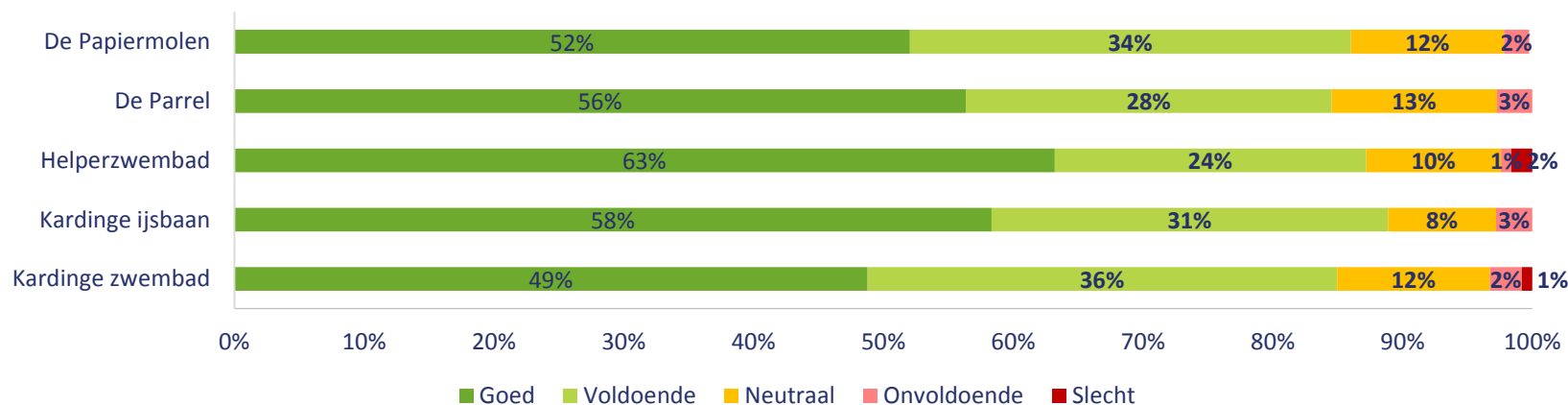
Bij de Papiermolen doen de douches het niet goed en is het, bij drukte, niet voldoende schoon.



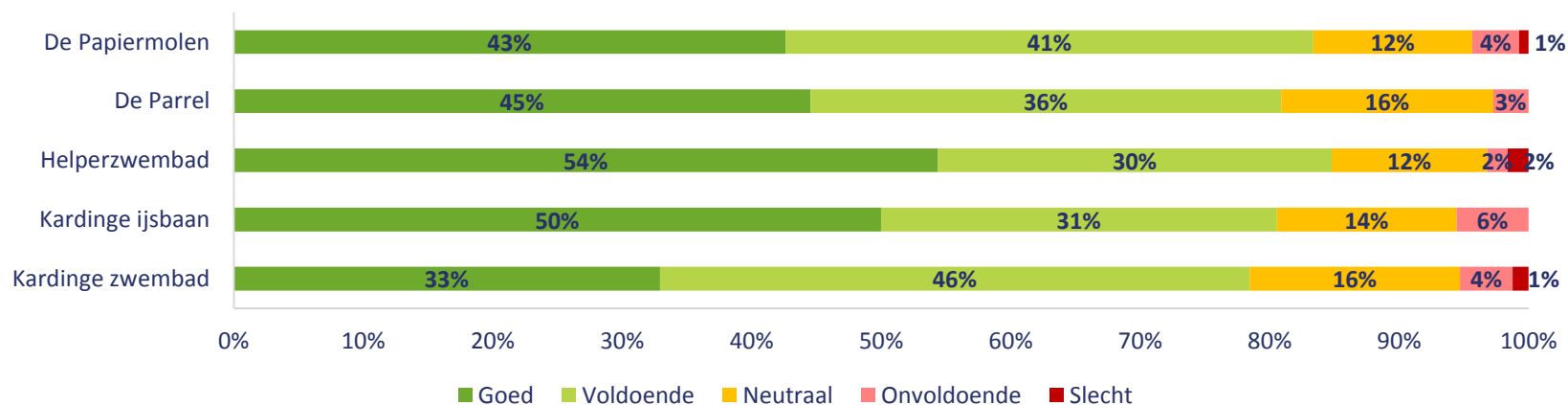


De klantgerichtheid en het enthousiasme van de baliedewerkers wordt door de meeste respondenten positief (goed en voldoende) beoordeeld. Echter, enthousiasme bij de baliedewerkers bij zwembad Kardinge wordt door 21% van de respondenten als neutraal, onvoldoende of slecht beoordeeld. Klantgerichtheid en enthousiasme zijn belangrijke factoren om het zwembad aan te bevelen en nog eens terug te komen. Daarom is het erg belangrijk om baliedewerkers te coachen op klantgerichtheid en enthousiasme.

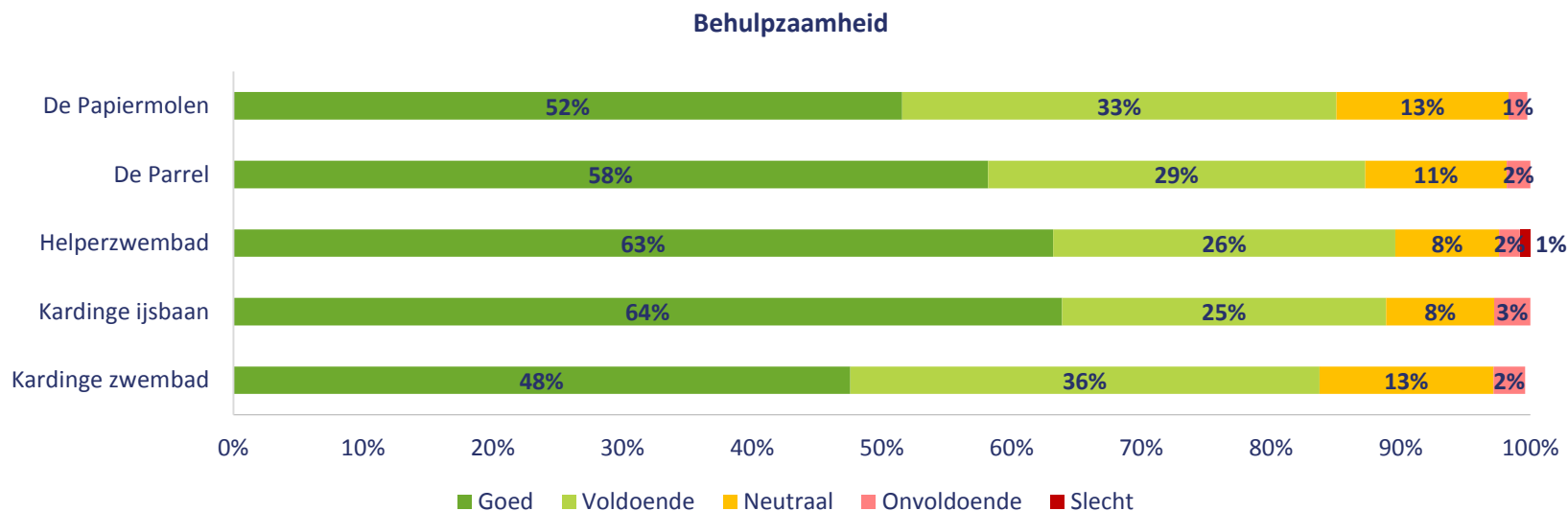
Klantgerichtheid



Enthousiasme



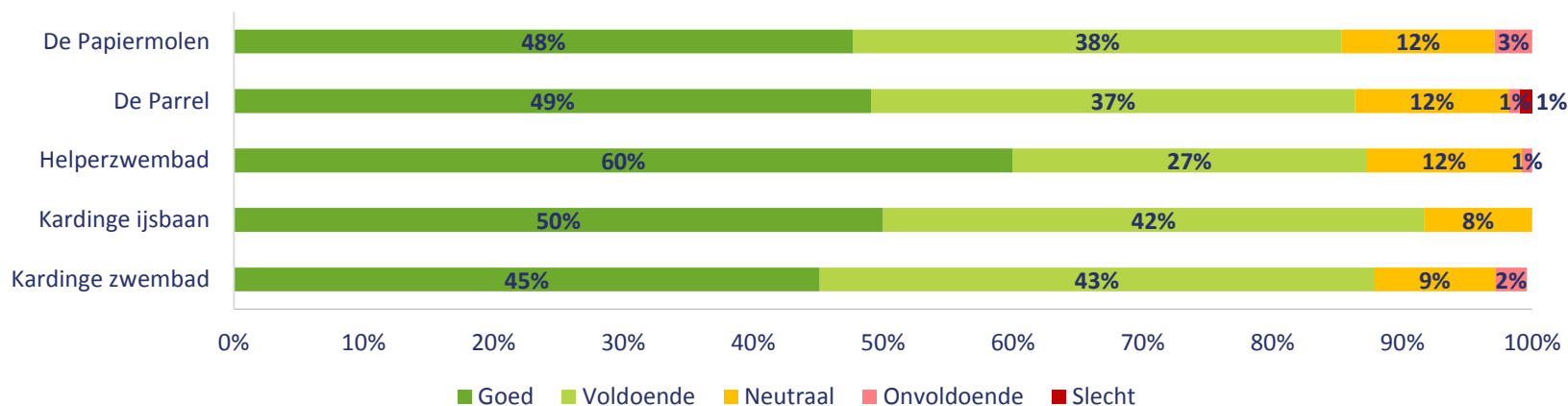
Het merendeel van de respondenten beoordeelt de behulpzaamheid van de baliemedewerkers als goed of voldoende. Er is hier echter nog wat ruimte voor verbetering. Medewerkers moeten altijd beschikbaar zijn voor de gasten en meedenken. Geef proactief informatie over waar men bijvoorbeeld alles kan vinden (kleedruimtes, etc.) of vraag of men vragen heeft.



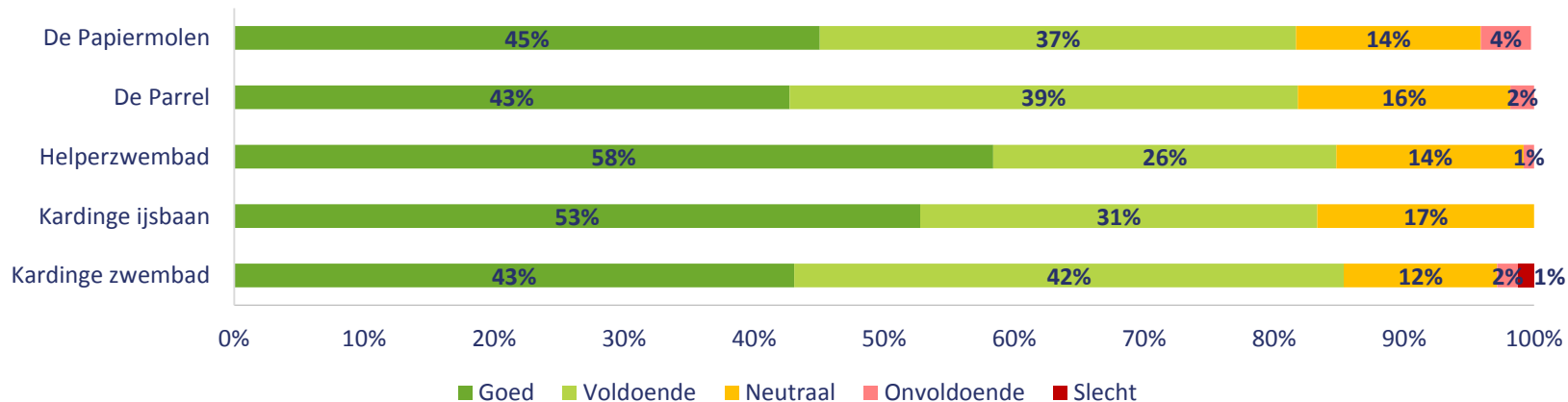
Klantgerichtheid en enthousiasme overige medewerkers

De klantgerichtheid en het enthousiasme van de overige medewerkers wordt door de meeste respondenten positief (goed en voldoende) beoordeeld. Echter, enthousiasme bij de overige medewerkers bij Karding zwembad wordt door 21% van de respondenten als neutraal, onvoldoende of slecht beoordeeld. Klantgerichtheid en enthousiasme zijn belangrijke factoren om het zwembad aan te bevelen en nog eens terug te komen. Daarom is het erg belangrijk om alle medewerkers te coachen op klantgerichtheid en enthousiasme.

Klantgerichtheid



Enthousiasme

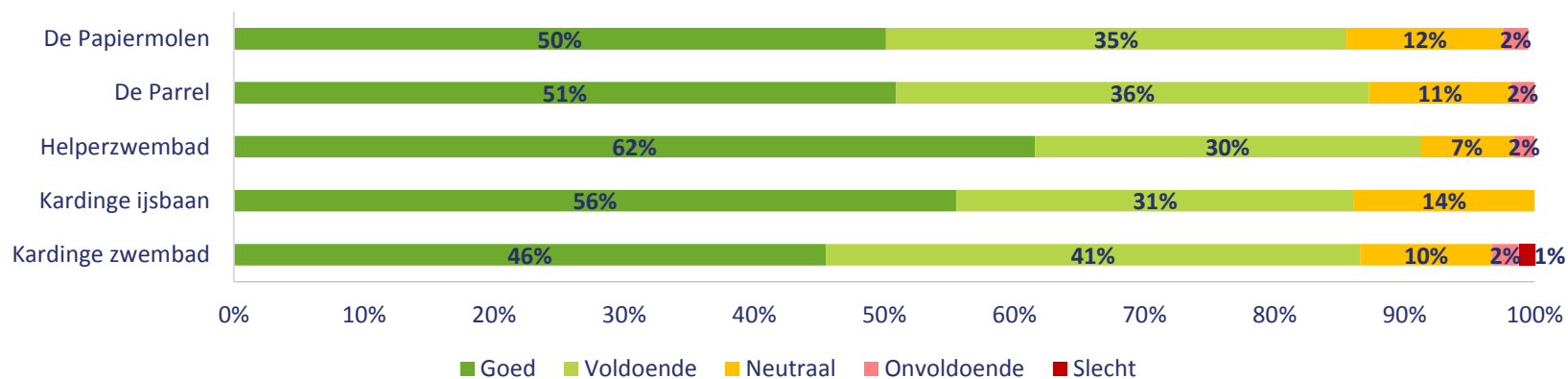


Behulpzaamheid overige medewerkers en oplettendheid

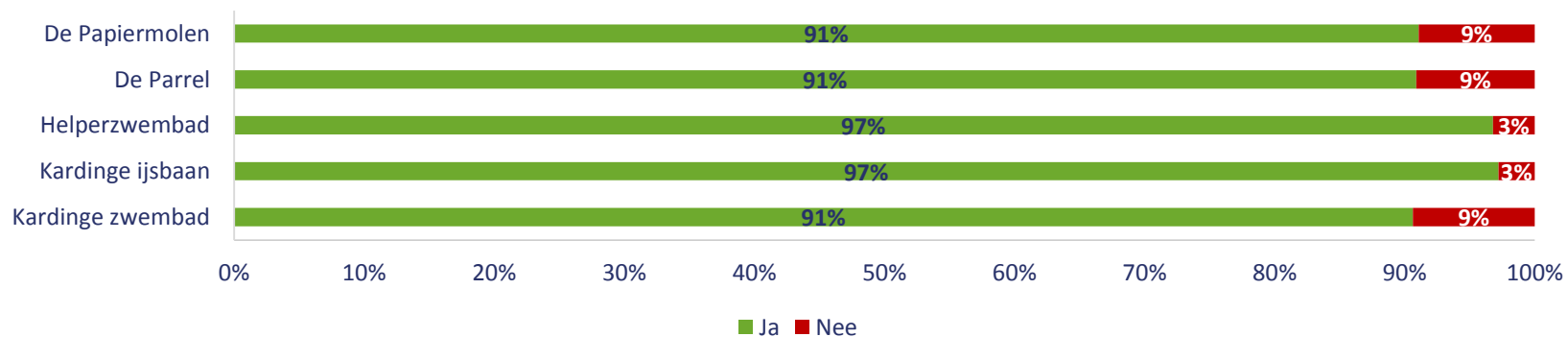
Het merendeel van de respondenten beoordeelt de behulpzaamheid van de overige medewerkers als goed of voldoende. Er is hier echter nog wat ruimte voor verbetering. Medewerkers moeten altijd beschikbaar zijn voor de gasten en meedenken. Er wordt een aantal keren aangegeven dat medewerkers onvoldoende streng optreden tegen overlast veroorzakende bezoekers. Treed dus streng op als bepaalde groepen gasten onrust veroorzaken voor andere gasten.

De oplettendheid van de instructeur(s) of toezichthouder(s) is bij alle zwembaden en de ijsbaan boven de 90%. Echter, uit de open antwoorden kan worden opgemaakt dat de badmeester(s) en –juffen soms erg veel naar hun mobiele telefoon kijken of met elkaar praten en niet opletten op wat er in het bad gebeurt. Ook zijn ze meestal niet aanwezig bij wedstrijden of duikuren. Hiervan geven de respondenten aan dat ze dit niet erg vinden, omdat zij goed kunnen zwemmen en weten waar ze te vinden zijn.

Behulpzaamheid

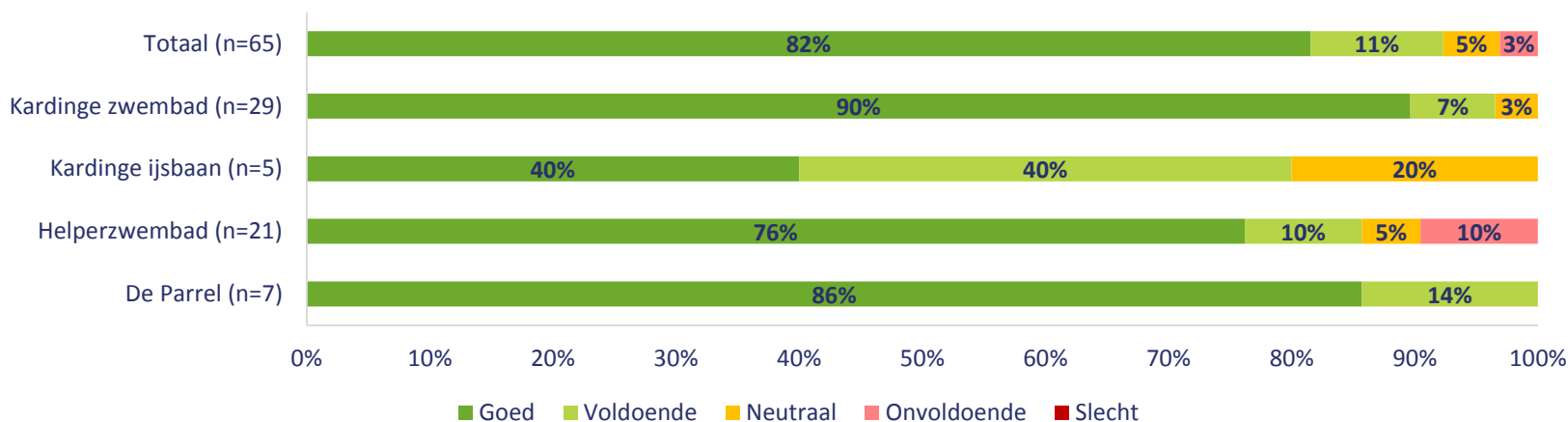


Oplettendheid

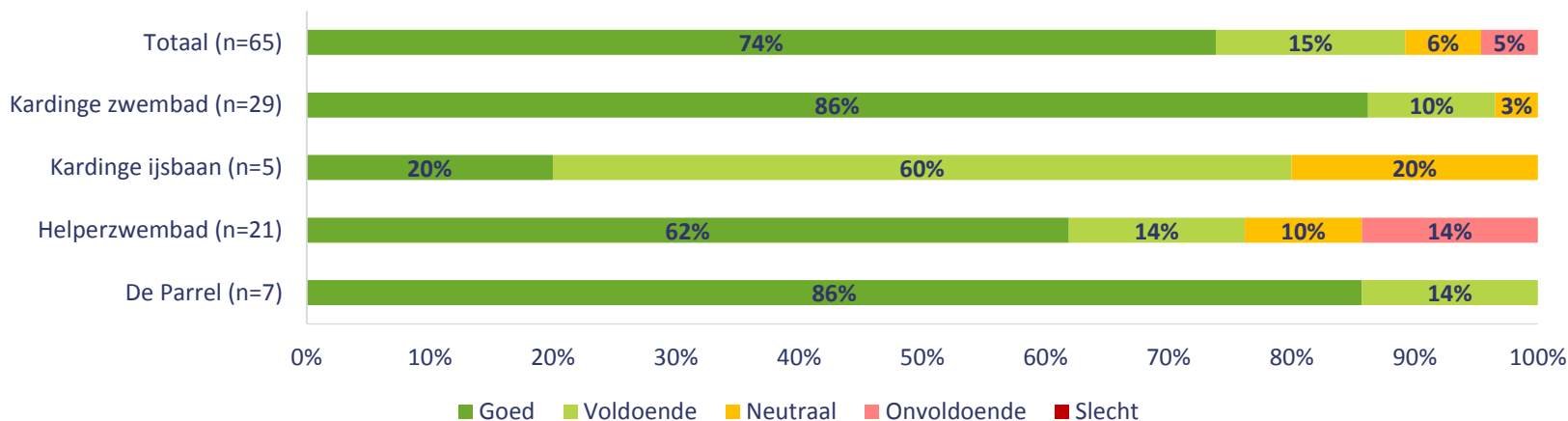


De vriendelijkheid en bekwaamheid van de lesinstructeur wordt door bijna alle respondenten positief beoordeeld. Deze resultaten moeten met enige voorzichtigheid worden geïnterpreteerd, omdat voor de Kardingse Ijsbaan en De Parrel slechts weinig respondenten deze stelling hebben beoordeeld. Daarom zijn hier naast de individuele scores, ook de totaalscores getoond.

Vriendelijkheid lesinstructeur



Bekwaamheid lesinstructeur



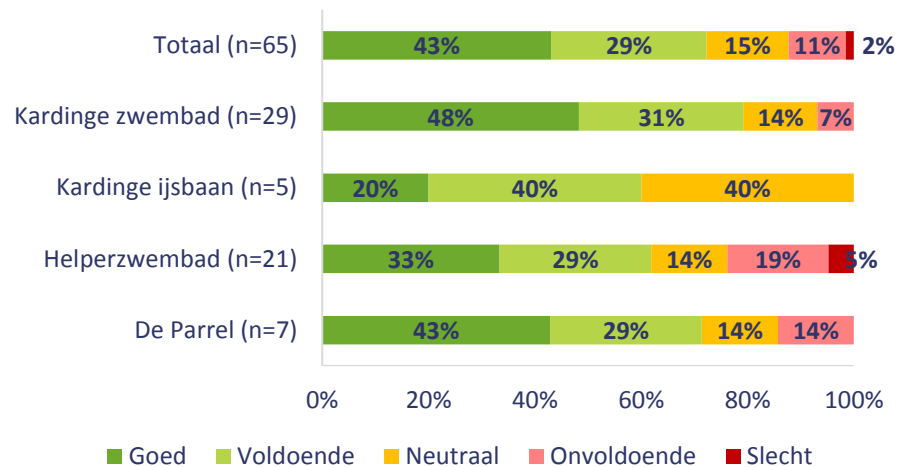
Zwem- of schaatsles



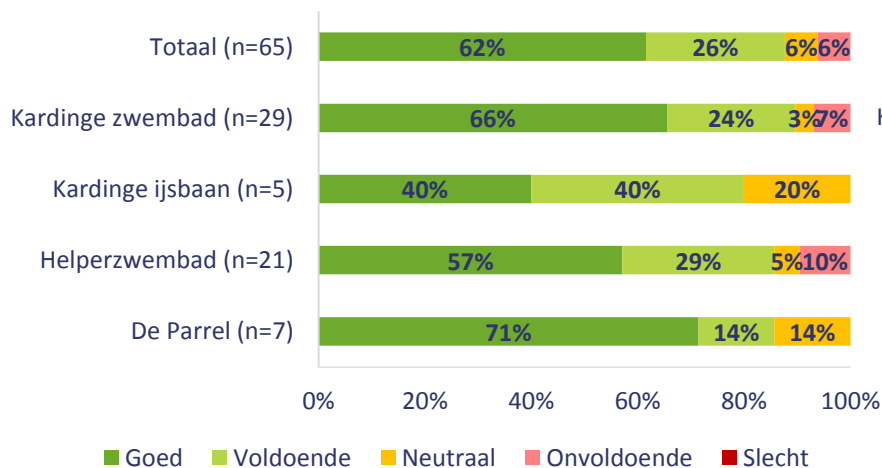
De tijden en de informatievoorziening rondom de zwem- of schaatslessen worden positief beoordeeld. Een aantal respondenten geeft aan dat bepaalde lessen vaker aangeboden mogen worden. Zorg er ook voor dat alle informatie duidelijk staat vermeld op de website.

Een aantal respondenten beoordeelt de prijs-kwaliteitverhouding als onvoldoende of slecht. Voor het Helperzwembad wordt bij de open antwoorden specifiek aangegeven dat de groepslessen relatief duur zijn.

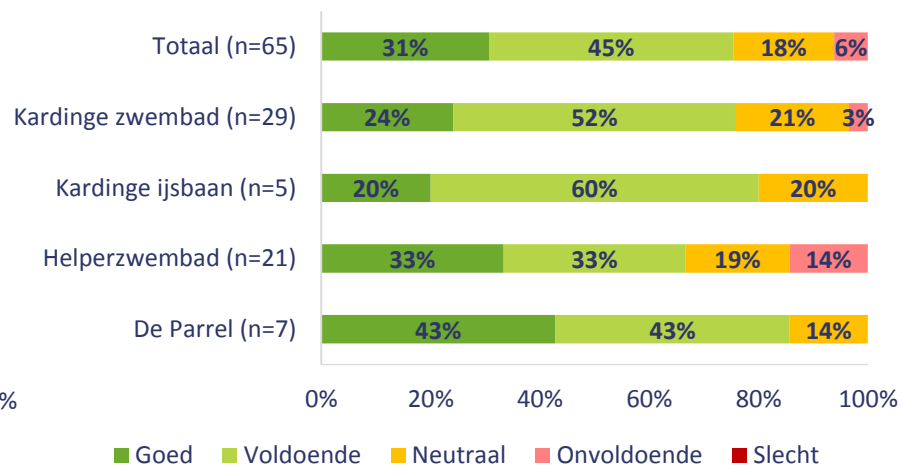
Prijs-kwaliteitverhouding



Tijden



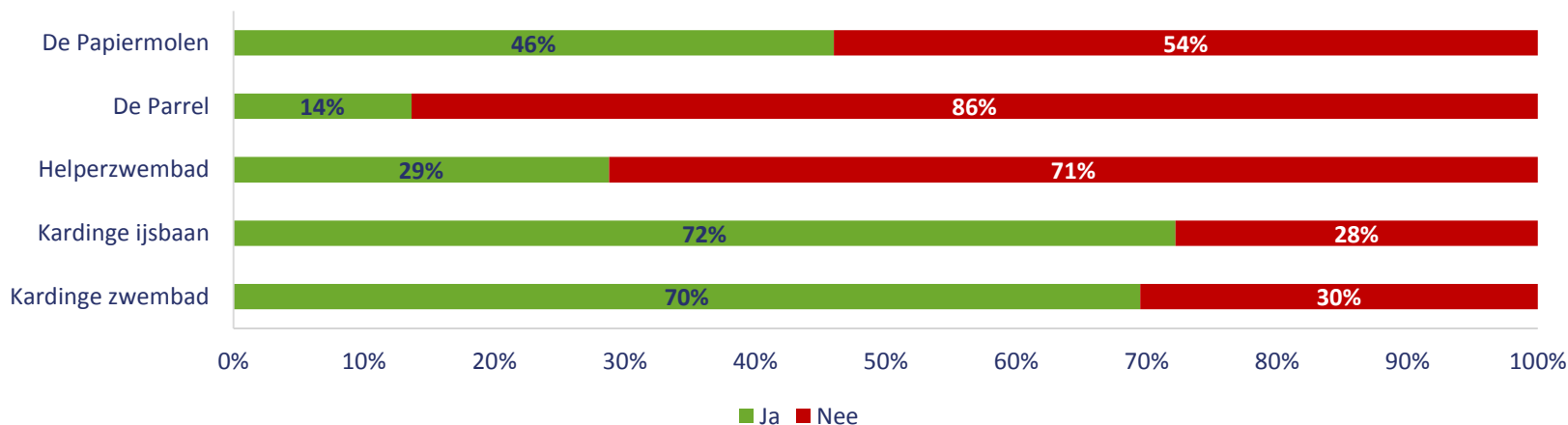
Informatievoorziening



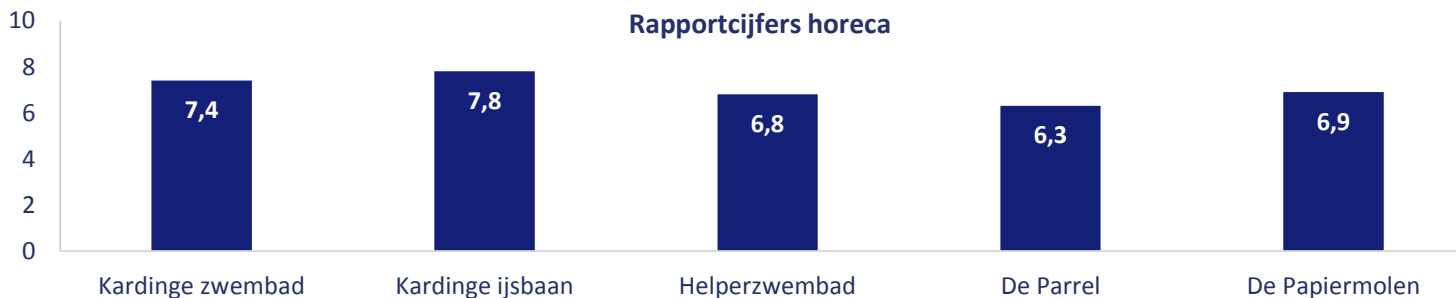
Het is per accommodatie verschillend of men gebruik maakt van de horeca. Bij de Papiermolen heeft ongeveer de helft van de respondenten er gebruik van gemaakt, terwijl dit percentage hoger ligt voor Kardinge. Bij De Parrel en het Helperzwembad wordt een stuk minder gebruik gemaakt van de horeca door de respondenten. Bij De Parrel en het Helperzwembad worden hier de automaten genoemd omdat er verder geen horecagelegenheid is.

Door respondenten die de Papiermolen hebben bezocht wordt aangegeven dat de horecagelegenheden niet altijd geopend zijn en dat het bij mooi weer soms erg druk is waardoor lange rijen ontstaan. Mogelijk kan er dan een extra kraampje met ijsverkoop worden neergezet. Er wordt aangegeven dat een kraam die altijd open is en ook gezonder aanbod heeft, wordt gemist. De kwaliteit van de koffie wordt hier ook genoemd. Bij zwembad Kardinge wordt aangegeven dat het aanbod van gezonde opties om iets te bestellen wanneer je in het zwembad bent, klein is, zoals gezonde broodjes, fruit etc.

Heeft u gebruik gemaakt van de horeca?



Rapportcijfers horeca

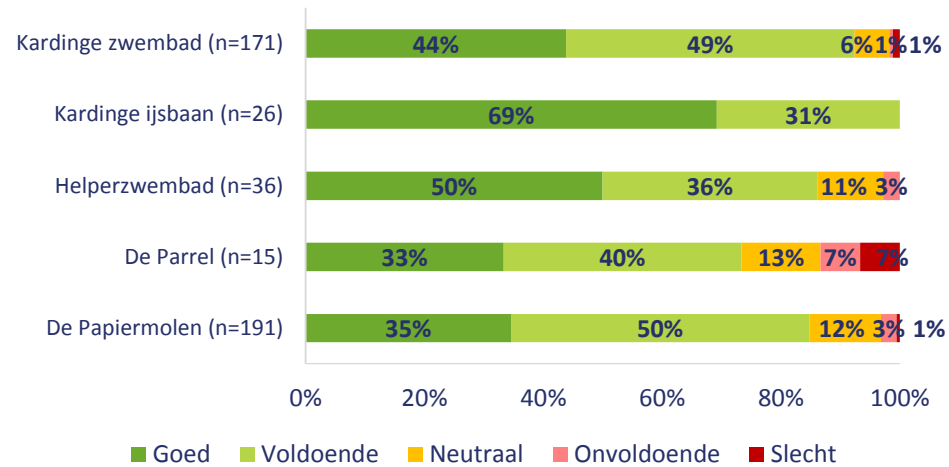


Horecamedewerkers

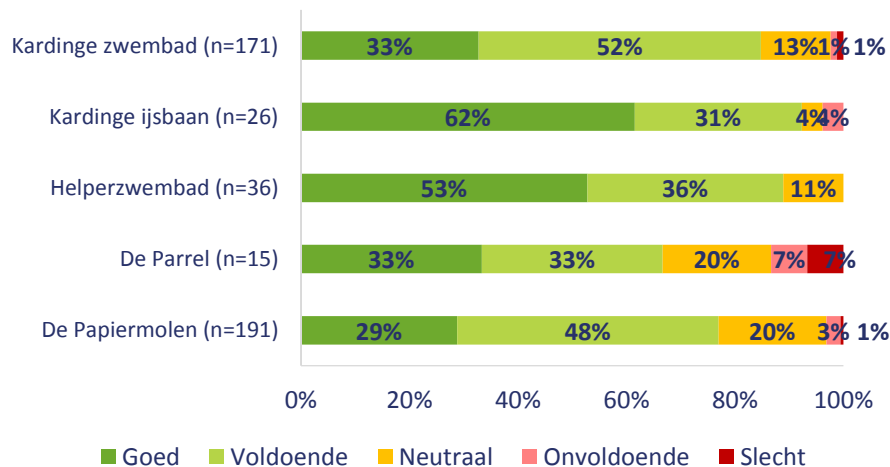
De horecamedewerkers worden positief beoordeeld, maar iets minder positief dan de baliemedewerkers en de overige medewerkers in de accommodatie.

De klantgerichtheid, het enthousiasme en de behulpzaamheid van de horecamedewerkers wordt door de meeste respondenten positief (goed en voldoende) beoordeeld. Echter, bij zwembad Kardinge, De Parrel en de Papiermolen worden de horecamedewerkers negatief (onvoldoende of slecht) beoordeeld op klantgerichtheid en enthousiasme. Ook horecamedewerkers dragen bij aan de klantbeleving.

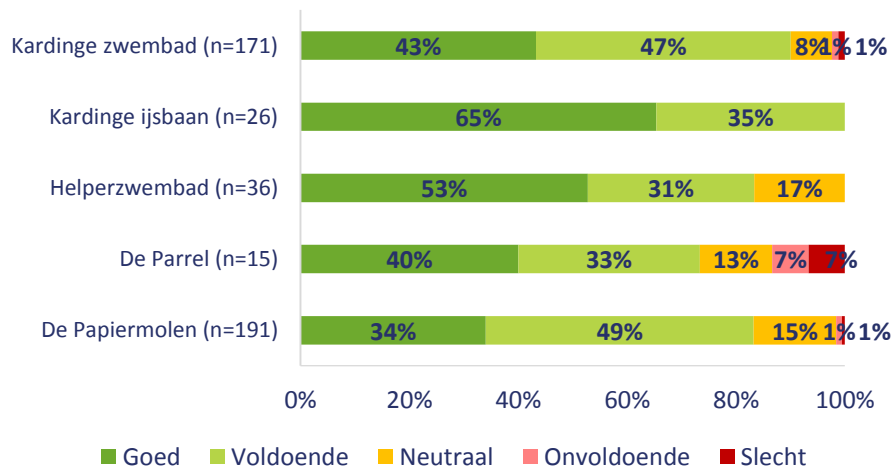
Klantgerichtheid



Enthousiasme



Behulpzaamheid



Verwachting bezoek

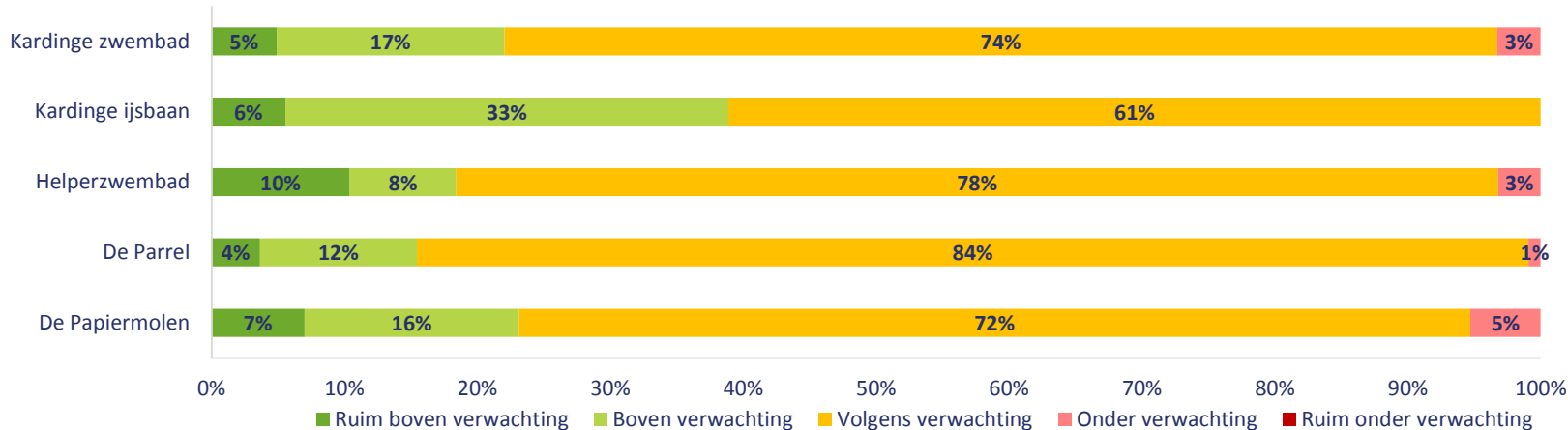
Het bezoek aan de zwem- of schaatsaccommodatie was voor de meeste respondenten zoals verwacht of (ruim) boven verwachting. Een aantal respondenten geeft aan dat het bezoek onder verwachting was. Redenen die hiervoor naar voren komen zijn:

Papiermolen: dat de douches niet functioneren, dat het niet overall schoon is, dat de horeca beter kan en een aantal zaken aan vernieuwing toe zijn (glijbanen), en ruimere openingstijden.

Parrel: vernieuwing zwembad. Helperzwembad: vaak druk en tijden voor recreatief zwemmen te beperkt, kleedhokjes kunnen niet goed dicht.

Kardinge Zwembad: meerdere respondenten geven aan dat het zwembad erg vies is, dat het er naar urine ruikt bijvoorbeeld en dat de temperatuur van de omgeving en het water te koud is.

Verwachting bezoek



Rapportcijfers



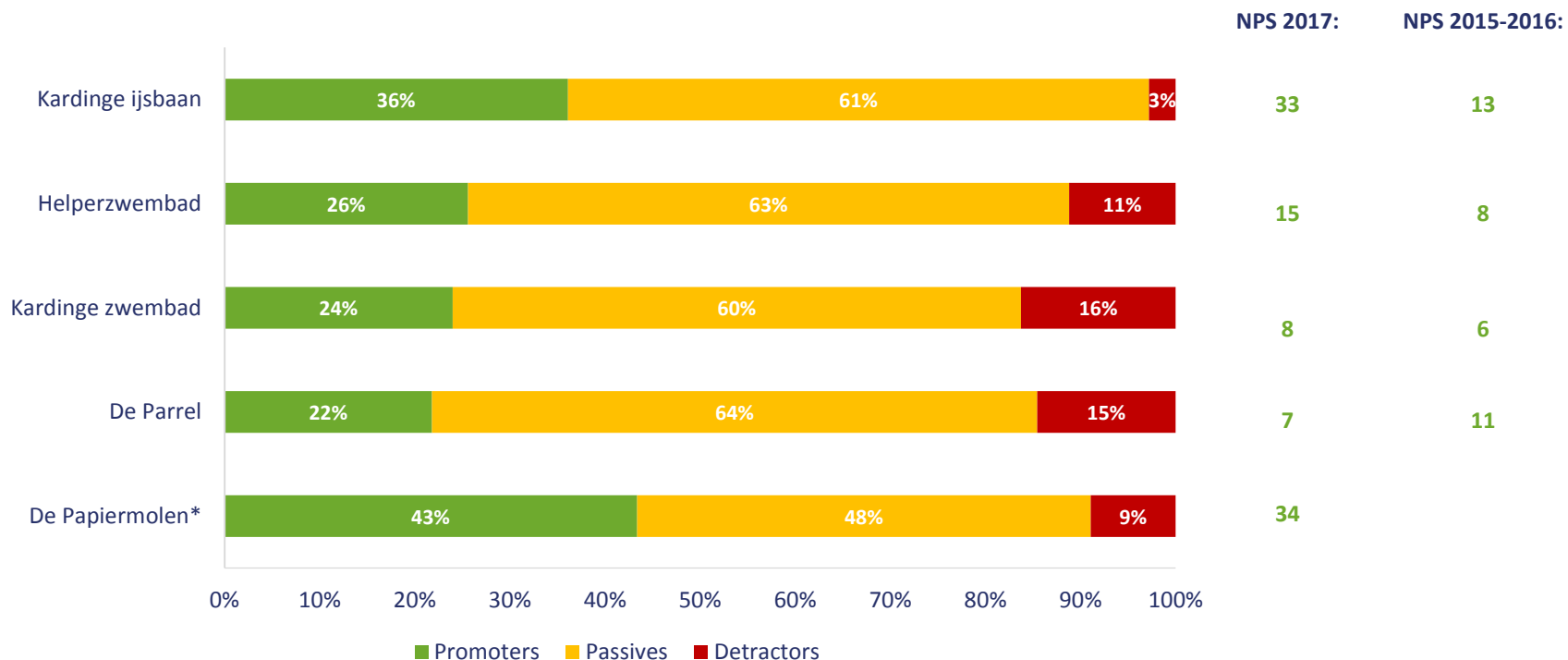
Net Promoter Score

De Net Promoter Score (NPS) is een veelgebruikte maatstaf in onderzoek. De NPS geldt als een graadmeter van klanttevredenheid en loyaliteit en is een voorspeller van groei.

De score wordt gemeten door het stellen van de NPS-vraag: “Hoe waarschijnlijk is het dat u deze accommodatie zou aanbevelen aan vrienden, familie of collega’s op basis van uw ervaringen?” Het percentage klanten dat een 9 of 10 geeft op de bovenstaande vraag wordt ‘Promoters’ genoemd. Degenen die een 7 of 8 geven worden ‘Passives’ genoemd en de groep die een 6 of lager geeft wordt aangeduid als ‘Detractors’.

De Net Promoter Score komt tot stand door de volgende berekening: **NPS = % Promoters – % Detractors**.

De NPS is voor alle accommodaties positief. Opvallend is dat het percentage Passives in 2015-2016 fors hoger was dan in 2017. Bij online onderzoek is de respons doorgaans relatief groter onder de uiterst tevreden en ontevreden deelnemers. Omdat meer mensen erg tevreden zijn dan erg ontevreden, komt de NPS per accommodatie ook hoger uit. De Papiermolen en de Kardingse Ijsbaan springen er in positieve zin uit.



*Van De Papiermolen zijn geen NPS metingen uit 2015-2016

Kardinge zwembad:

- De lessen zijn leuk en er is variatie, een veelzijdig aanbod. De toewijding van het personeel.
- Goede watertemperatuur en zeer enthousiaste fitness-instructeur.
- Het golfslagbad en het zwembad. Er zijn verschillende speelelementen voor kinderen aanwezig. Het warmwaterbad op donderdagochtend is erg fijn.
- Bereikbaarheid van Kardinge is goed.
- Veel mogelijkheid om baantjes te zwemmen.
- Het personeel is vriendelijk en behulpzaam. Er heerst een gezellige sfeer.
- Zwemjuf Inge is geweldig, hoe zij omgaat met mijn dochter en haar beperking is fantastisch.
- Zwemlessen (en schaatslessen) voor kinderen zijn professioneel en goed!
- Vriendelijk en behulpzaam personeel die hun werk met plezier lijken te doen. Hele strakke en stress-verlagende manier van examens afnemen voor kinderen.

Helperzwembad:

- Zwemmen met extra warm water op bepaalde avonden. Top!
- De kindermiddagen in de vakanties.
- De medewerkers, hun enthousiasme, hun kennis. Geweldig!
- De vriendelijkheid van de juffen en meesters.
- De ruime openingstijden en algemene hygiëne. Veruit het beste zwembad van Groningen stad.
- Gemoedelijke sfeer.
- Het is een beetje nostalgie, maar het oude Helperbad vind ik nog steeds erg mooi en sfeervol!
- De zwemles van onze kinderen. Professioneel, gestage vooruitgang, steekt zorgvuldig in elkaar. En dan het diploma-zwemmen; een feestje ter afronding; top!
- Klantvriendelijkheid bij de balie en mee kunnen kijken met de les.





De Papiermolen:

- Het 50-meter bad en de verschillende openluchtbaden. De ambiance van het buiten zwemmen.
- Vriendelijkheid van de badmeesters en –juffen.
- De verschillende baden, grote ligruimte, douches binnen en kleedhokjes.
- Erg aardige badmeesters...soms zit er een chagrijn tussen. Die moet dan nog even naar een klantvriendelijkheidscursus. Groeten is toch een normale etiquette?
- Buiten zwemmen in verwarmd water met de beschutting van prachtige oude bomen rondom, aardige bad medewerkers, wat wil je nog meer!?!
- Ruimte voor banen zwemmen, mooie omgeving (groen), authentiek karakter, ruimte voor ontspanning (weides en bedden), verschillende baden zodat je altijd rust kunt opzoeken.

De Parrel:

- Dat het er schoon en netjes is en dat er goede professionele begeleiding is bij de zwemlessen.
- Prima sfeer en gezelligheid. Goede service van het personeel. Gemoedelijk en een warm welkom.
- De sfeer in het zwembad is goed, de medewerkers vriendelijk.
- Parkeergelegenheid, de lockers, fijn zwembad! Oja; voor kinderen altijd zwembandjes beschikbaar!
- Ruime openingstijden.
- De ongedwongen sfeer. Voelde mij er direct lekker op mijn gemak.

Kardinge ijsbaan:

- De familieochtend is erg leuk voor de kinderen, gaan ook met veel plezier even schaatsen.
- Kwaliteit van de ijsbaan is erg goed.
- De schaatscursus in de vakantie was perfect georganiseerd. Zeer goed toezicht. Super motiverende instructrice.





Kardinge zwembad:

- Het zwembad mag wel eens goed schoongemaakt worden, de hygiëne laat te wensen over.
- Mogelijkheid om een jaarabonnement in termijnen te betalen voor mensen met minder te besteden.
- Gezonder eten.
- Bubbelbaden doen het vaak niet.
- Aankleding van het zwembad kan wat moderner met meer groen.
- De klantvriendelijkheid kan verbeterd worden; veel werknemers groeten nooit en reageren slecht op klachten, hoewel er tegenwoordig bij de kassa wel een notitie wordt gemaakt.
- Het personeel aan de balie is niet altijd vriendelijk en let niet altijd goed op.

Helperzwembad:

- Beperkte tijden recreatief banenzwemmen; Te weinig aanbod na 17.00 uur. Werkende mensen treffen altijd de volle baden.
- Lijnen in het bad bij recreatief zwemmen.
- Communicatie tussen zwemverenigingen.
- Er is een erg grote groep met zwemles. Juf heeft hier duidelijk moeite mee en ook aan het enthousiasme ontbreekt het.
- Ik wil graag een vaste zweminstructeur voor mijn kind, en niet elke week een ander!

De Papiermolen:

- Openingstijden in de avonden.
- Een extra horecagelegenheid.
- Douches doen het vaak niet.
- Zwemlijnen in het water om banen te scheiden.
- Meer direct toezicht op jongeren (b.v. in de kleedkamers, bij de goals in het grote bad).
- De toezichthouders zijn vaak meer met hun collega's bezig (kletsen) dan met toezicht houden.





De Parrel:

- Openingstijden voor recreatief zwemmen mogen ruimer, voornamelijk in het weekeinde.
- Aparte banen voor snelle zwemmers.
- Betaalbaar aanbod voor kinderen tot 4 jaar.
- Horecavoorzieningen zoals een snack-en-fris-automaat, dat er eens wordt gekeken naar de geiser van de douches, prettige muziek, een kraantje/wasbak in het zwemgedeelte om je flesje water te vullen en je handen te kunnen wassen na toiletbezoek.
- Goede kop koffie.
- In het zwembad zwemmen enkele mensen met wilde armgebaren zodat ze andere zwemmers raken... Dit is regelmatig punt van discussie in het zwembad en de badmeesters reageren hier niet op.

Kardinge ijsbaan:

- De kwaliteit van het ijs is niet altijd goed, er zitten bobbels in het ijs.
- Er zijn soms te weinig schaatsrekjes beschikbaar.
- De ijsbaan mag wel wat langer open in het voorjaar. Blijft vaak nog fris genoeg dan.



Store Support spreekt haar waardering uit voor de wijze waarop Sport050 de beleving in de sportaccommodaties wil verbeteren.

De resultaten geven inzicht in de klantbeleving bij verschillende zwemaccommodaties en de ijsbaan in Groningen. De focus ligt hierbij op de medewerkers en hoe zij zelf de klantbeleving kunnen verbeteren.

De verdere planning is dat Rutger van Hijum een aantal dagen zal meelopen bij de verschillende accommodaties om zo draagvlak te creëren voor verandering. Uiteindelijk gaan ook alle medewerkers zelf aan de slag om te kijken hoe en waar zij de klantbeleving nog verder kunnen verbeteren.

Enthousiaste groet!



Dr. Lisette de Vries
Research & Development
lisette.devries@storesupport.nl



Ewald Lausberg
Directeur
ewald.lausberg@storesupport.nl



Rutger van Hijum
Klantsuccesmanager
rutger@rutgervanhijum.nl



MEDIACENTRALE



Postbus 1037, 9701 BA Groningen www.storesupport.nl

Bezoekadres Groningen: Helperpark 284a

Bezoekadres Amsterdam: Say Building B, John M. Keynesplein 19

Bezoekadres Antwerpen: Ankerrui 9

Deskroon