



## **Samenvatting Klanttevredenheidsonderzoek 2011 Facilitair Bedrijf UT**

Het Facilitair Bedrijf heeft in maart van 2011 een klanttevredenheidsonderzoek gehouden onder haar gebruikers. Dit rapport is een samenvatting van de resultaten van dit onderzoek.

Dit rapport en overige informatie zijn tevens te raadplegen op:  
<http://www.utwente.nl/fb/tevredenheidsonderzoek/>

### **INHOUD**

Conclusies en aanbevelingen	2
Opzet onderzoek	3
Resultaten onderzoek	5
Klantverwachtingen	8
Imago en informatievoorziening	11
Prioriteitenmatrix	14

## CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN

Het Facilitair Bedrijf van de Universiteit Twente heeft in 2011 een intern klanttevredenheidsonderzoek uitgevoerd en is door de interne klanten met een 6.85 beoordeeld. In 2009, toen het onderzoek voor de eerst keer werd uitgevoerd, hebben de interne klanten het Facilitair Bedrijf beoordeeld met een 6.93. Er is dus sprake van een lichte daling in de tijd.

Er is in 2011 een nieuwe locatie toegevoegd, het ITC. Deze locatie is positiever beoordeeld door de interne klanten dan de andere clusters/locaties. Als de scores niet zouden meetellen in de vergelijking met 2009 komen we op een gemiddelde tevredenheid van een 6.76. Dit betekent dat de daling nog iets groter is t.o.v. 2009.

67% van de interne klanten van het Facilitair Bedrijf is in meer of minder mate tevreden te noemen. Men is zeer te spreken over de veiligheid en het reserveringsbureau. Met name veiligheid scoort hoger dan de Benchmark (Facility Non-Profit). Opvallend is dat inkoop in de tijd enorm gedaald is. Men is hierbij het minst tevreden over de doorlooptijd van de bestelling (van aanvraag tot bezorging). Daarentegen is de tevredenheid over de kwaliteit van de schoonmaak gestegen t.o.v. 2009.

Het Facilitair Bedrijf op de Universiteit Twente is ook nog niet zichtbaar genoeg op de campus. In 2009 is als doelstelling voorgenomen om het Facilitair Bedrijf meer op de kaart te zetten. Dit is niet voldoende overgekomen bij de interne klanten want geen van de bevraagde imago stellingen is goed geladen. Maar 35% vindt dat het Facilitair Bedrijf herkenbaar is op de campus. Veranderingen zijn slechts minimaal. We zien dit gebrek aan zichtbaarheid ook terug als we kijken naar de informatievoorziening. 72% van de interne klanten geeft aan de informatievoorziening (zeer) belangrijk te vinden, 74% zegt dat het beter kan maar bijvoorbeeld 50% heeft de website nog nooit bezocht. Gekeken zal moeten worden of de huidige communicatiemiddelen voldoende aansluiten bij de klantbehoefte.

In 2009 hebben de medewerkers van het Facilitair Bedrijf een goed beeld kunnen krijgen van de verwachtingen van de interne klanten. Na een onderschatting van de eigen dienstverlening in 2009, wordt in 2010 de eigen dienstverlening juist iets overschat door de medewerkers van het Facilitair Bedrijf. Met name als het gaat om Inkoop, Post en logistiek, Postbezorging, Collegezalen en Servicedesk en Interne Dienst. Ook bij het imago heeft de spiegelgroep de interne klanten nog erg overschat, vooral op de uniformiteit van de dienstverlening. Op alle stellingen is er een verschil te bemerken van ruim 10-20%. Er zal goed gekeken moeten worden naar de verwachtingen van de interne klant ten aanzien van de facilitaire dienstverlening. Daarbij is het belangrijk voor het Facilitair Bedrijf om te bedenken wat ze precies wil zijn of uitstralen.

Om de tevredenheid onder de interne klanten te verhogen, zal het Facilitair Bedrijf zich eerst moeten richten op enkele belangrijke aspecten binnen de werkomgeving van de Universiteit Twente: schoonmaak en verbetering m.b.t. collegezalen en de werkplek behoeven de eerste aandacht. Net als er acties ingezet moeten worden ter verbetering van de multifunctionals en de inkoop. Daarnaast zijn er verschillen tussen de verschillende clusters en type interne klanten die de aandacht behoeven. Medewerker-klanten vinden bijvoorbeeld de inkoop en de werkplek erg belangrijk, terwijl de student-klanten meer waarde hechten aan verbetering bij de Copyshop en het Reserveringsbureau. Hierbij moet gezorgd worden voor een concreet actieplan, waarbij het cruciaal is dat mensen gekoppeld worden aan iedere actie om zo de betrokkenheid te vergroten maar ook de snelheid waarmee punten aangepakt gaan worden wat uiteindelijk leidt tot verbetering van de dienstverlening.

## OPZET ONDERZOEK

Het Facilitair Bedrijf heeft in maart 2011 haar tweede klanttevredenheidsonderzoek gehouden onder haar gebruikers. Het eerste onderzoek is in 2009 gehouden. In totaal hebben 1110 gebruikers het onderzoek ingevuld.

	In Database	Respons	Respons%
<b>Medewerkers</b>	3033	989	32%
<b>Studenten</b>	1499	121	8%

*Overzicht van het aantal reacties op het klanttevredenheidsonderzoek*

Het onderzoek is online uitgevoerd door Integron.

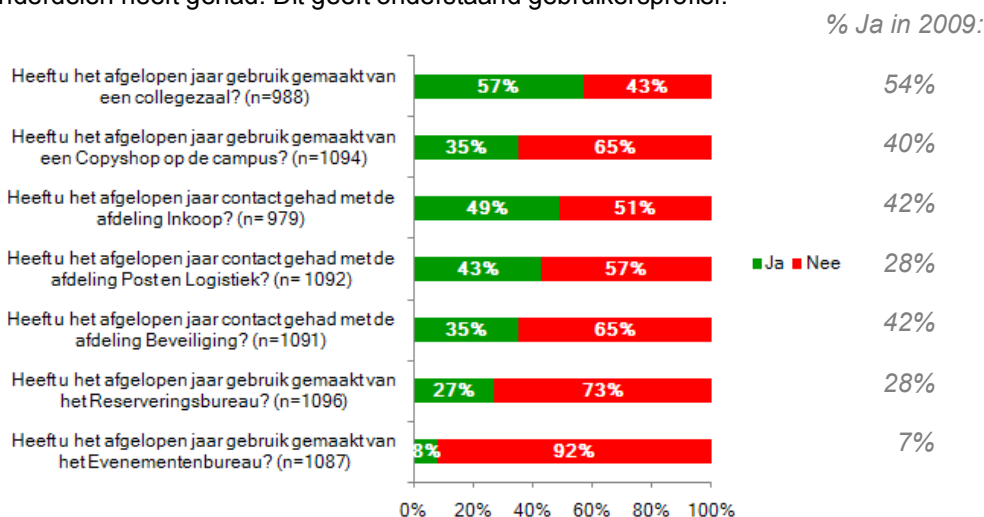
### ONDERWERPEN

Onderstaande onderwerpen op het gebied van dienstverlening zijn bevroegd naar de tevredenheid en het belang dat de gebruiker hieraan toekent.

1. Uw werkplek (alleen medewerkers)
2. Gebouw- en terreingerelateerde voorzieningen
3. Servicedesk en Interne Dienst van het gebouw
4. Warme dranken en automaten
5. Multifunctionals
6. Schoonmaak en afval
7. Veiligheid
8. Postbezorging

### GEBRUIKERSPROFIEL

Tevens zijn er onderdelen van het FB bevroegd, indien een gebruiker contact met deze onderdelen heeft gehad. Dit geeft onderstaand gebruikersprofiel.



## SEGMENTATIE

Het onderzoek is gesegmenteerd naar medewerkers versus studenten. In de rapportage zijn de resultaten per groep gebouwen (clusters) te vergelijken. De clusters zijn in 2011 als volgt onderverdeeld:

2011	Cluster	Gebouw	Gebouw	Gebouw	Gebouw	Gebouw	Gebouw
	1	ITC					
Vergelijken met cluster 1 (2009)	2	Horst					
	3	Nanolab	Carré	Waaier	Hal B		
	4	Citadel	Ravelijn	Gebouw A	Zilverling		
Vergelijken met cluster 4 (2009)	5	Bastille	Sportcentrum	Vrijhof			
Vergelijken met cluster 6 (2009)	6	Charlie	Erve Holzik	Garage	Hogedrukfab	Paviljoen	Ander gebouw
	7	Cubicus	Spiegel	Chalet			

Alleen voor de clusters 2, 5 en 6 is een vergelijking mogelijk met 2009

## SPIEGELONDERZOEK

Daarnaast is er onder de medewerkers van het Facilitair Bedrijf een spiegelonderzoek gehouden om inzichtelijk te maken hoe de medewerkers inschatten hoe de klanten de dienstverlening van het Facilitair Bedrijf ervaart. Dit onderzoek is door 95 FB-medewerkers ingevuld (74%).

## RESULTATEN ONDERZOEK

De gemiddelde tevredenheid over de dienstverlening van het Facilitair Bedrijf, uitgedrukt in een rapportcijfer, bedraagt een 6,85. Bijna de helft van de interne klanten (= verbeterpotentieel van 49%) heeft aangegeven dat de dienstverlening beter kan. In 2009 was het cijfer een 6,9, met een verbeterpotentieel van 47%.

Er zijn geen opvallende verschillen in gemiddelde tevredenheid tussen medewerkers en studenten.

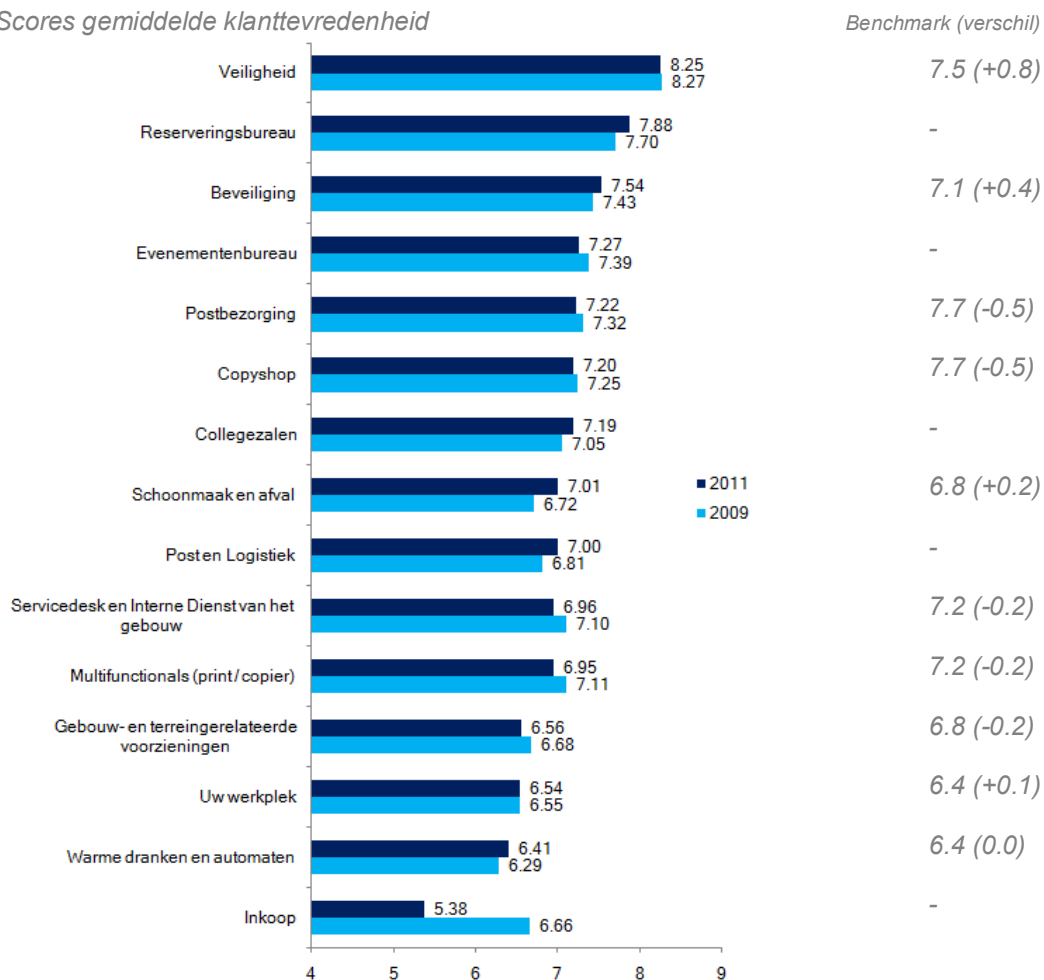
De interne klanten zijn het meest tevreden over:

1. Veiligheidsgevoel (op de werkplek, bij betreden gebouw en op de campus)
2. Reserveringsbureau
3. Afdeling beveiliging

Het minst tevreden zijn de klanten over de inkoop, met name de doorlooptijd van de bestelling (van aanvraag tot bezorging). Bij de opmerkingen van de interne klanten wordt genoemd dat de bezetting bij de afdeling inkoop te laag is, medewerkers hebben weinig verstand van zaken, interne klanten missen een volgsysteem (je wordt niet op de hoogte gehouden van de vorderingen) en er is een te lange wachttijd.

Ten opzichte van de meting in 2009 zijn de interne klanten opvallend meer tevreden over de huishoudelijke ondersteuning in de collegezalen.

Scores gemiddelde klanttevredenheid



## TEVREDENHEID 2011 VERSUS 2009

Gemiddelde tevredenheid naar medewerker versus student	2011	2009
- Medewerker	6,85	6,94
- Student	6,90	6,83

### Highlights

Grootste 2 stijgingen in tevredenheid t.o.v. 2009 voor medewerkers	
- Onderhoudsniveau van het gebouw	(0,8)
- Kwaliteit schoonmaak van uw eigen werkplek	(0,6)
Grootste 2 dalingen in tevredenheid t.o.v. 2009 voor medewerkers	
- Deskundigheid van de medewerkers m.b.t. inkoopproces	(-1,2)
- Nakomen afspraken door de afdeling Inkoop	(-1,1)
Grootste 2 stijgingen in tevredenheid t.o.v. 2009 voor studenten	
- Nakomen van afspraken door het Reserveringsbureau	(1,2)
- Responstijd afhandeling vragen/klachten door het Reserveringsbureau	(1,1)
Grootste 2 dalingen in tevredenheid t.o.v. 2009 voor studenten	
- Nakomen afspraken door Xerox Service Centre (Copyshop)	(-0,7)
- Responstijd afhandeling vragen/klachten door het Evenementenbureau	(-0,6)

## TEVREDENHEID PER CLUSTER

Alleen voor de clusters 2, 5 en 6 is een vergelijking mogelijk met 2009.

Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Cluster 5	Cluster 6	Cluster 7
ITC	Horst	Nanolab	Citadel	Bastille	Charlie	Cubicus
		Carré	Ravelijn	Sportcentrum	Erve Holzik	Spiegel
		Waaier	Gebouw A	Vrijhof	Garage	Chalet
		Hal B	Zilverling		Hogedrukfab	
					Paviljoen	
					Ander gebouw	

	Cluster 1 n=103	Cluster 2 n=266	Cluster 3 n=196	Cluster 4 n=273	Cluster 5 n=72	Cluster 6 n=22	Cluster 7 n=178
<b>Gemiddelde tevredenheid (Verschil t.o.v. 2009)</b>	<b>7.7</b>	<b>6.7 (-0.1)</b>	<b>6.6</b>	<b>6.7</b>	<b>7.0 (0.1)</b>	<b>7.1 (-0.1)</b>	<b>7.1</b>
Uw werkplek	7.2	6.5 (-0.3)	6.4	6.3	6.5 (0.4)	6.7 (0.3)	6.8
Gebouw- en terreinrelateerde voorzieningen	8.4	6.3 (0.1)	6.2	5.9	7.0 (0.3)	6.5 (-0.3)	7.0
Service-desk en Interne Dienst van het gebouw	7.5	6.7 (0.1)	6.5	6.7	7.3 (0.3)	7.3 (0.6)	7.6
Warme dranken en automaten	7.4	6.3 (-0.1)	6.4	6.0	6.3 (0.0)	6.9 (0.1)	6.6
Collegезalen	7.2	7.2 (0.2)	7.0	7.4	7.4 (0.1)	7.5 (0.9)	6.9
Multifunctionals (print / copier)	7.4	6.7 (-0.3)	6.9	7.1	6.8 (-0.1)	7.5 (-0.5)	6.8
Copyshop	8.7	7.1 (0.0)	7.3	7.4	7.3 (0.0)	5.2 (-*)	7.1
Schoonmaak en afval	7.8	7.0 (0.2)	6.9	6.9	7.1 (-0.2)	6.9 (-0.3)	6.8
Inkoop	6.3	5.3 (-1.7)	4.6	4.9	6.1 (-0.1)	6.9 (-1.5)	6.0
Post en Logistiek	7.1	6.8 (-1.6)	6.6	7.4	7.2 (-0.9)	7.9 (0.1)	7.3
Postbezorging	6.9	7.2 (-0.2)	7.0	7.3	7.0 (-0.1)	7.8 (0.1)	7.7
Veiligheid	8.7	8.3 (1.1)	8.2	8.3	8.1 (1.3)	7.6 (-0.2)	8.2
Beveiliging	8.2	7.6 (1.0)	7.2	7.5	7.4 (0.4)	8.3 (0.0)	7.7
Reserveringsbureau	8.3	7.7 (0.2)	7.8	7.7	8.1 (0.4)	7.6 (0.2)	8.1
Evenementenbureau	8.7 *	7.1 (-0.4)	7.4	7.2	6.7 (-0.8)	6.5 (-0.1)	7.7

  Negatief verschil t.o.v. de overige categorieën  $\geq 0.6$   
(negatief verschil t.o.v. 2009  $\geq 0.6$ )

  Positief verschil t.o.v. de overige categorieën  $\geq 0.6$   
(positief verschil t.o.v. 2009  $\geq 0.6$ )

## Highlights

Grootste stijgingen in tevredenheid t.o.v. 2009:

- Cluster 5:
  - Kwaliteit bewegwijzering in het gebouw (1,3)
  - Responstijd afhandelingen vragen/klachten Reserveringsbureau (0,8)
- Cluster 2:
  - Opvolging/verhelpen klachten m.b.t. schoonmaak en glasbewassing (0,6)
  - Openingstijden van het gebouw (0,5)

Grootste dalingen in tevredenheid t.o.v. 2009:

- Cluster 5:
  - Kwaliteit glasbewassing algemene ruimten (-0,5)
  - Opvolging/verhelpen klachten m.b.t. schoonmaak en glasbewassing (-0,5)
  - Nakomen afspraken door de afdeling Beveiliging (-0,5)
- Cluster 2:
  - Responstijd afhandeling vragen/klachten door de afdeling Inkoop (-1,6)
  - Nakomen afspraken door de afdeling Inkoop (-1,5)

De klanten in cluster 1 (ITC) zijn in 2011 nieuw toegevoegd aan het onderzoek. Zij zijn gemiddeld meer tevreden over het Facilitair Bedrijf met een 7,7.

Indien we kijken naar de gemiddelde score zonder ITC (deze beïnvloedt het gemiddelde positief t.o.v. 2009) komen we uit op een gemiddelde van 6,76 i.p.v. 6,85. Dit houdt in dat de gemiddelde tevredenheid t.o.v. 2009 is gedaald met 0,17.

## TEVREDENHEID INTERNE KLANTEN VERSUS SPIEGELGROEP (FB-medewerkers)

Gemiddelde score door interne klanten: 6.85

Gemiddelde score door FB-medewerkers: 7,00

	Universiteit Twente n=1110	Spiegelgroep n=95	Vershil
<b>Gemiddelde tevredenheid</b>	<b>6.9</b>	<b>7.0</b>	<b>-0.2</b>
Uw werkplek	6.5	6.8	-0.2
Gebouw- en terreingerelateerde voorzieningen	6.6	6.5	0.0
Servicedesk en Interne Dienst van het gebouw	<b>7.0</b>	7.3	-0.4
Warme dranken en automaten	6.4	6.4	0.0
Collegezalen	<b>7.2</b>	7.7	-0.5
Multifunctionals (print / copier)	7.0	6.8	0.1
Copyshop	7.2	7.3	-0.1
Schoonmaak en afval	<b>7.0</b>	6.5	0.5
Inkoop	<b>5.4</b>	6.2	-0.9
Post en Logistiek	<b>7.0</b>	7.4	-0.4
Postbezorging	<b>7.2</b>	7.6	-0.4
Veiligheid	8.3	8.2	0.0
Beveiliging	7.5	7.8	-0.2
Reserveringsbureau	7.9	7.6	0.3
Evenementenbureau	7.3	7.5	-0.2

De medewerkers van het Facilitair Bedrijf denken dat de interne klanten positiever zijn dan dat zij werkelijk zijn. Dit in tegenstelling tot in 2009, waar deze relatie andersom lag.

Het beeld van de spiegelgroep komt redelijk overeen met de tevredenheid van de interne klanten van het Facilitair Bedrijf.

## KLANTVERWACHTINGEN

Van alle gemeten aspecten bij alle klanten wordt 25% (2009: 24%) als zeer belangrijk ervaren. Collezalen worden door de interne klanten het meest belangrijk gevonden, met name de klantgerichtheid van de medewerker collegezaalbeheer.

De aspecten die door de klant als belangrijk worden ervaren zijn de kernverwachtingen.

### PRESTATIE OP KERNVERWACHTINGEN TOTAAL

Bij de prestatie op de kernverwachtingen wordt gekeken naar de 10 meest belangrijk bevonden aspecten. Per aspect volgt de score op belang en tevredenheid en het verbeterpotentieel (% antwoorden in de categorieën redelijk goed t/m zeer slecht).

		Ranking 2009	Belang	Tevredenheid	Verbeterpotentieel 2011	Verbeterpotentieel 2009
1	Kwaliteit schoonmaak sanitair in het gebouw	1	1.55	6.8	54%	60%
2	Technische ondersteuning in de collegezaal (storingen apparatuur)	2	1.59	7.0	50%	55%
3	Kwaliteit verlichting van uw werkplek	4	1.62	7.2	43%	41%
4	Huishoudelijke (Facilitaire) ondersteuning in de collegezaal (middelen, orde en netheid)	5	1.64	7.3	43%	51%
5	Doorlooptijd van de bestelling (van aanvraag tot bezorging)	32	1.64	4.3	86%	68%
6	Kwaliteit van de geleverde diensten (Copyshop)	8	1.66	7.5	35%	38%
7	Kwaliteit meubilair van uw werkplek	3	1.68	7.7	33%	39%
8	Nakomen van afspraken door het Xerox service centre (Copyshop)	17	1.68	7.0	43%	38%
9	Mogelijkheid om de temperatuur op uw werkplek te beïnvloeden	6	1.69	4.4	82%	81%
10	Kwaliteit multifunctionals in uw gebouw	13	1.70	7.0	46%	43%
	<b>Gemiddelde top 10 kernverwachtingen</b>		<b>1.64</b>	<b>6.6</b>	<b>52%</b>	

*Het Facilitair Bedrijf van de Universiteit Twente kent een gemiddeld verbeterpotentieel van 52% op de kernverwachtingen. Op basis daarvan is 45% als grenswaarde aangehouden voor het bepalen van verbeterpunten. Deze grenswaarde ligt iets lager dan het gemiddelde verbeterpotentieel op de kernverwachtingen. Het idee hierachter is namelijk dat de prestatie op de kernverwachtingen beter dient te zijn dan gemiddeld.*

In 2009 stonden ook deze punten in de top 10:

# 2011		Plaats 2009
11	Kwaliteit van de koffie (smaak, temperatuur)	7
16	Kwaliteit schoonmaak van uw eigen werkplek	9
15	Bereikbaarheid van de afdeling Beveiliging	10

De top 10 medewerkers-klant is hetzelfde als de top 10 belangrijkste kwaliteitsaspecten op totaalniveau.

In de top 10 student-klant staan nog 6 aspecten die niet in de top 10 totaal naar voren komen:

	Student	Belang
1	<b>Aantal fietsenstallingen nabij het gebouw</b>	1.60
2	Kwaliteit van de geleverde diensten (Copyshop)	1.61
3	Kwaliteit schoonmaak sanitair in het gebouw	1.66
4	Nakomen van afspraken door het Xerox service centre (Copyshop)	1.69
5	<b>Nakomen van afspraken door het Reserveringsbureau</b>	1.70
6	<b>Nakomen van afspraken door de afdeling Post en Logistiek</b>	1.71
7	<b>Nakomen van afspraken door het Evenementenbureau</b>	1.75
8	Huishoudelijke (Facilitaire) ondersteuning in de collegezaal (middelen, orde en netheid)	1.77
9	<b>Nakomen afspraken door de afdeling Beveiliging</b>	1.77
10	<b>Nakomen van afspraken door Servicedesk / Interne Dienst</b>	1.78

## PRESTATIE OP KERNVERWACHTING MEDEWERKERS VERSUS STUDENT

Ook per segment is gekeken naar de 10 belangrijkste aspecten van het desbetreffende segment. De kernverwachtingen verschillen derhalve per segment. In onderstaande tabellen zijn de kernverwachtingen per segment aangeduid met een percentage. Indien een kernverwachting een verbeterpunt is, is het percentage rood gemaakt. Indien de kernverwachting niet tot de verbeterpunten behoort, is het percentage zwart.

	#	Totaal	Medewerker	Student
Gemiddelde top 10 kernverwachtingen		n=1110	n=989	n=121
<b>Aspect is een verbeterpunt bij een verbeterpotentieel ≥</b>		45%	45%	45%
<b>Schoonmaak en afval</b>				
Kwaliteit schoonmaak sanitair in het gebouw	1	54% !	56% !	33%
<b>Collegezalen</b>				
Technische ondersteuning in de collegezaal (storingen apparatuur)	2	50% !	47% !	
Huishoudelijke (Facilitaire) ondersteuning in de collegezaal (middelen, orde en netheid)	4	43%	42%	45% !
<b>Uw werkplek</b>				
Kwaliteit verlichting van uw werkplek	3	43%	43%	
Kwaliteit meubilair van uw werkplek	7	33%	33%	
Mogelijkheid om de temperatuur op uw werkplek te beïnvloeden	9	82% !	82% !	
<b>Inkoop</b>				
Doorlooptijd van de bestelling (van aanvraag tot bezorging)	5	86%	86%	
<b>Copyshop</b>				
Kwaliteit van de geleverde diensten (Copyshop)	6	35%	33%	48%
Nakomen van afspraken door het Xerox service centre (Copyshop)	8	43%	41%	63%
<b>Multifunctionals (print / copier)</b>				
Kwaliteit multifunctionals in uw gebouw	10	46%	45%	
<b>Gebouw- en terreingelateerde voorzieningen</b>				
Aantal fietsenstallingen nabij het gebouw				67%
<b>Reserveringsbureau</b>				
Nakomen van afspraken door het Reserveringsbureau				18%
<b>Post en Logistiek</b>				
Nakomen van afspraken door de afdeling Post en Logistiek				50%
<b>Evenementenbureau</b>				
Nakomen van afspraken door het Evenementenbureau				38%
<b>Beveiliging</b>				
Nakomen afspraken door de afdeling Beveiliging				48%
<b>Servicedesk en Interne Dienst van het gebouw</b>				
Nakomen van afspraken door Servicedesk / Interne Dienst				53%

## PRESTATIE OP KERNVERWACHTING PER CLUSTER

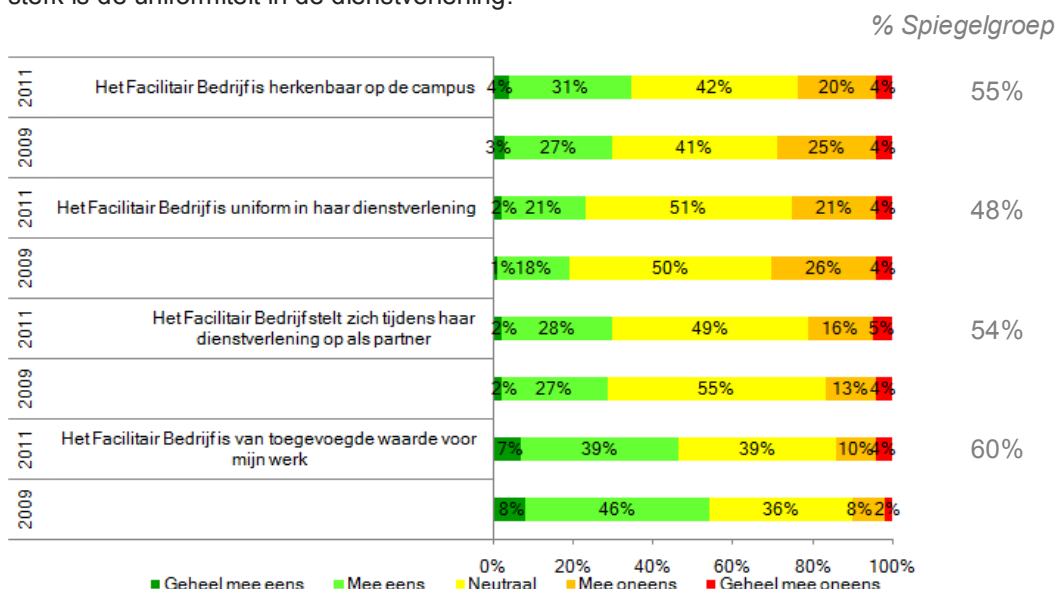
Hieronder staan de verbeterpunten per cluster weergegeven. De rood gemarkeerde verbeterpunten zijn de specifieke verbeterpunten voor deze groepen.

	#	Totaal	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Cluster 5	Cluster 6	Cluster 7
		<b>n=1110</b>	<b>n=103</b>	<b>n=266</b>	<b>n=196</b>	<b>n=273</b>	<b>n=72</b>	<b>n=22</b>	<b>n=178</b>
Gemiddelde top 10 kernverwachtingen		52%	36%	62%	70%	51%	41%	49%	59%
<b>Aspect is een verbeterpunt bij een verbeterpotentieel ≥</b>		<b>45%</b>	<b>35%</b>	<b>55%</b>	<b>55%</b>	<b>45%</b>	<b>35%</b>	<b>45%</b>	<b>55%</b>
<b>Schoonmaak en afval</b>									
Kwaliteit schoonmaak sanitair in het gebouw	1	54% !	42%	53%	55%	54%	56% !	58%	58%
Kwaliteit schoonmaak van uw eigen werkplek									67%
<b>Collegesalen</b>									
Technische ondersteuning in de collegezaal (storingen apparatuur)	2	50% !	47%	49%	54%	48%		50% *	54%
Huishoudelijke (Facilitaire) ondersteuning in de collegezaal (middelen, orde en netheid)	4	43%	39%	46%		37%		50% *	
Klantgerichtheid medewerker collegezaalbeheer			51%					50% *	
<b>Uw werkplek</b>									
Kwaliteit verlichting van uw werkplek	3	43%	25%		52%	48%		50%	42%
Kwaliteit meubilair van uw werkplek	7	33%				37%			39%
Mogelijkheid om de temperatuur op uw werkplek te beïnvloeden	9	82% !			85%	85%	84% !	80%	75%
<b>Inkoop</b>									
Doorlooptijd van de bestelling (van aanvraag tot bezorging)	5	86%		91%	98%				
Duidelijkheid van het bestelproces				81%	86%				
Nakomen afspraken door de afdeling Inkoop				74%	84%	79%			
Vertaling van uw wensen/behoefte door de afdeling Inkoop				81%	80%				
Responstijd afhandeling vragen of klachten door de afdeling Inkoop				83%					
Bereikbaarheid van de afdeling Inkoop				62%					
Deskundigheid van de medewerkers met betrekking tot het inkoopproces					89%			33% *	
<b>Copyshop</b>									
Kwaliteit van de geleverde diensten (Copyshop)	6	35%	0% *	35%	31%				38%
Nakomen van afspraken door het Xerox service centre (Copyshop)	8	43%	0% *						58%
Prijsniveau van de geleverde producten (Copyshop)			50% *						65%
<b>Multifunctionals (print / copier)</b>									
Kwaliteit multifunctionals in uw gebouw	10	46%	34%			41%			
Locatie en aantal multifunctionals in uw gebouw			24%			35%			
Responstijd op vragen of klachten over multifunctionals in uw gebouw						59%			
<b>Gebouw- en terreinrelateerde voorzieningen</b>									
Aantal fietsenstallingen nabij het gebouw									
<b>Reserveringsbureau</b>									
Nakomen van afspraken door het Reserveringsbureau							18%		
<b>Post en Logistiek</b>									
Nakomen van afspraken door de afdeling Post en Logistiek							50%		
<b>Evenementenbureau</b>									
Nakomen van afspraken door het Evenementenbureau							67% *		
Responstijd afhandeling vragen of klachten door het Evenementenbureau							43% *		
Deskundigheid van de medewerkers met betrekking tot evenementen							38% *		
<b>Beveiliging</b>									
Nakomen afspraken door de afdeling Beveiliging									
Responstijd afhandeling vragen of klachten door de afdeling Beveiliging								20%	
Bereikbaarheid van de afdeling Beveiliging								0%	
<b>Servicedesk en Interne Dienst van het gebouw</b>									
Nakomen van afspraken door Servicedesk / Interne Dienst							27%		
<b>Veiligheid</b>									
Veiligheidsgevoel op uw werkplek							13%		
Veiligheidsgevoel bij betreden gebouw							20%		
<b>Warme dranken en automaten</b>									
Kwaliteit van de koffie (smaak, temperatuur)								56%	82%

	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Cluster 5	Cluster 6	Cluster 7
ITC	Horst	Nanolab	Citadel	Bastille	Charlie	Cubicus	
		Carré	Ravelijn	Sportcentrum	Erve Holtzik	Spiegel	
		Vlaater	Gebouw A	Vrijhof	Garage	Chalet	
		Hal B	Zilverling		Hogedruklab		
					Paviljoen		
					Ander gebouw		

## IMAGO EN INFORMATIEVOORZIENING

Het imago van het Facilitair Bedrijf is over het algemeen niet veel veranderd sinds 2009. Het imago is het sterkst op het gebied van het brengen van toegevoegde waarde, minder sterk is de uniformiteit in de dienstverlening.



Alle aspecten waarvan het percentage 'geheel mee eens' + percentage 'mee eens' optellen tot 60% - 80% zijn goed geladen, boven de 80% is zeer goed geladen.  
%-Spiegelgroep is gebaseerd op de antwoorden 'geheel mee eens' + 'mee eens'.

Interne klanten binnen cluster 1 (ITC) vinden de herkenbaarheid van het Facilitair Bedrijf opvallend minder aanwezig dan de interne klanten binnen de andere clusters.

Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Cluster 5	Cluster 6	Cluster 7
ITC	Horst	Nanolab	Citadel	Bastille	Charlie	Cubicus
		Carré	Ravelijn	Sportcentrum	Erve Holzik	Spiegel
		Waaier	Gebouw A	Vrijhof	Garage	Chalet
		Hal B	Zilverling		Hogedrukklab	
					Paviljoen	
					Ander gebouw	

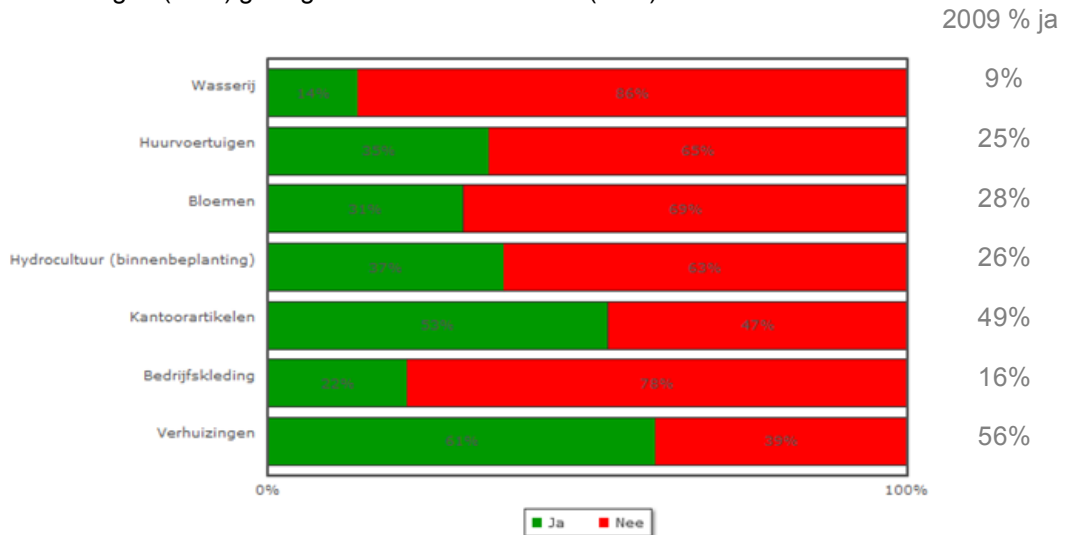
% geheel mee eens + mee eens (% verschil t.o.v. 2009)	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Cluster 5	Cluster 6	Cluster 7
	n=103	n=266	n=196	n=273	n=72	n=22	n=178
Het Facilitair Bedrijf is herkenbaar op de campus	20%	38% (-5%)	36%	32%	39% (-11%)	43% (3%)	38%
Het Facilitair Bedrijf is uniform in haar dienstverlening	19%	25% (-5%)	29%	20%	24% (-7%)	37% (-16%)	21%
Het Facilitair Bedrijf stelt zich tijdens haar dienstverlening op als partner	27%	30% (0%)	27%	25%	37% (-8%)	48% (-6%)	38%
Het Facilitair Bedrijf is van toegevoegde waarde voor mijn werk	46%	41% (6%)	44%	45%	58% (-4%)	58% (0%)	54%

  Negatief verschil t.o.v. de overige categorieën  $\geq 10\%$   
 (negatief verschil t.o.v. 2009  $\geq 10\%$ )

  Positief verschil t.o.v. de overige categorieën  $\geq 10\%$   
 (positief verschil t.o.v. 2009  $\geq 10\%$ )

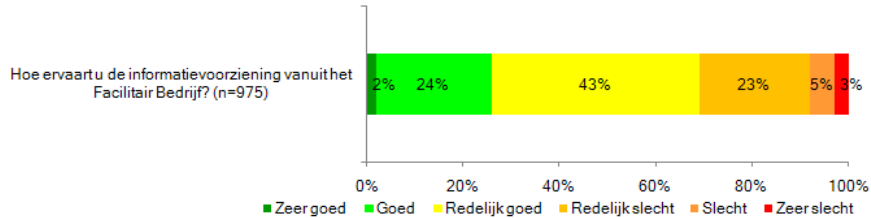
## BEKENDHEID DIENSTVERLENING

Interne klanten zijn het minst bekend met de wasserij (14%) als een dienst die het Facilitair Bedrijf biedt, gevolgd door bedrijfskleding (22%). Het meest bekend zijn ze met verhuizingen (61%) gevolgd door kantoorartikelen (53%).

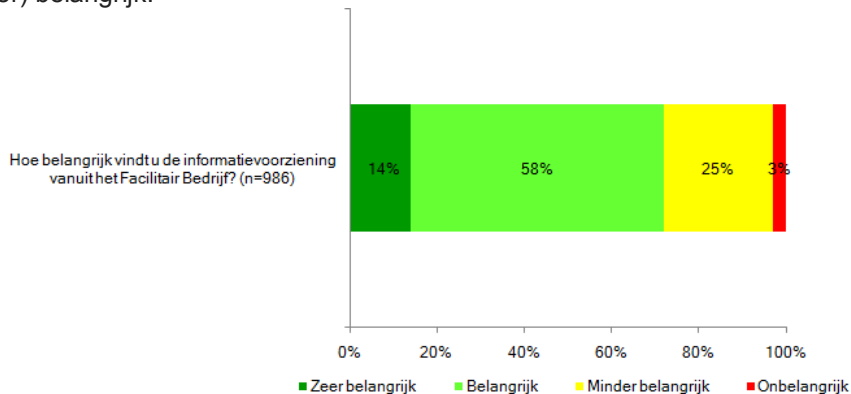


## INFORMATIEVOORZIENING

26% van de interne klanten ervaart de informatievoorziening als (zeer) goed.



72% van de interne klanten ervaart de informatievoorziening vanuit het Facilitair Bedrijf als (zeer) belangrijk.

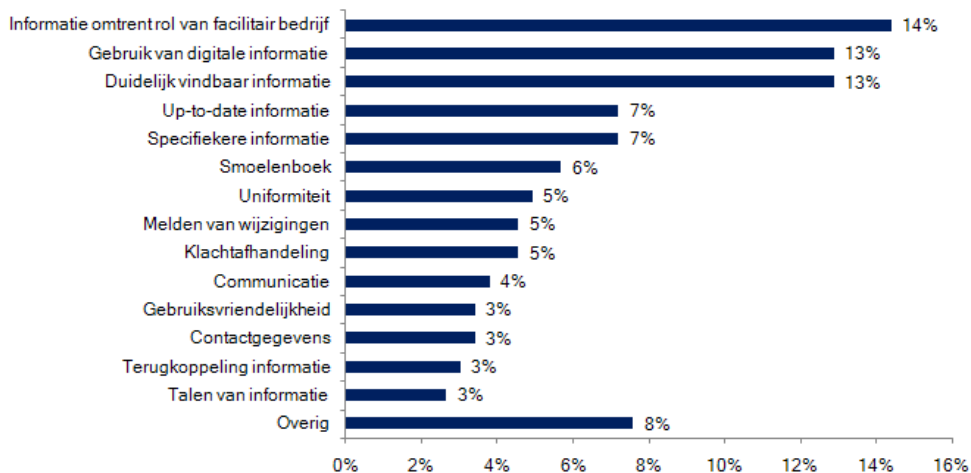


50% van de interne klanten (47% medewerker vs. 73% studenten) heeft de website van het Facilitair Bedrijf nog nooit bezocht (2009: 64%). 73% van de interne klanten vindt voldoende informatie op de website van het Facilitair Bedrijf (2009: 73%).



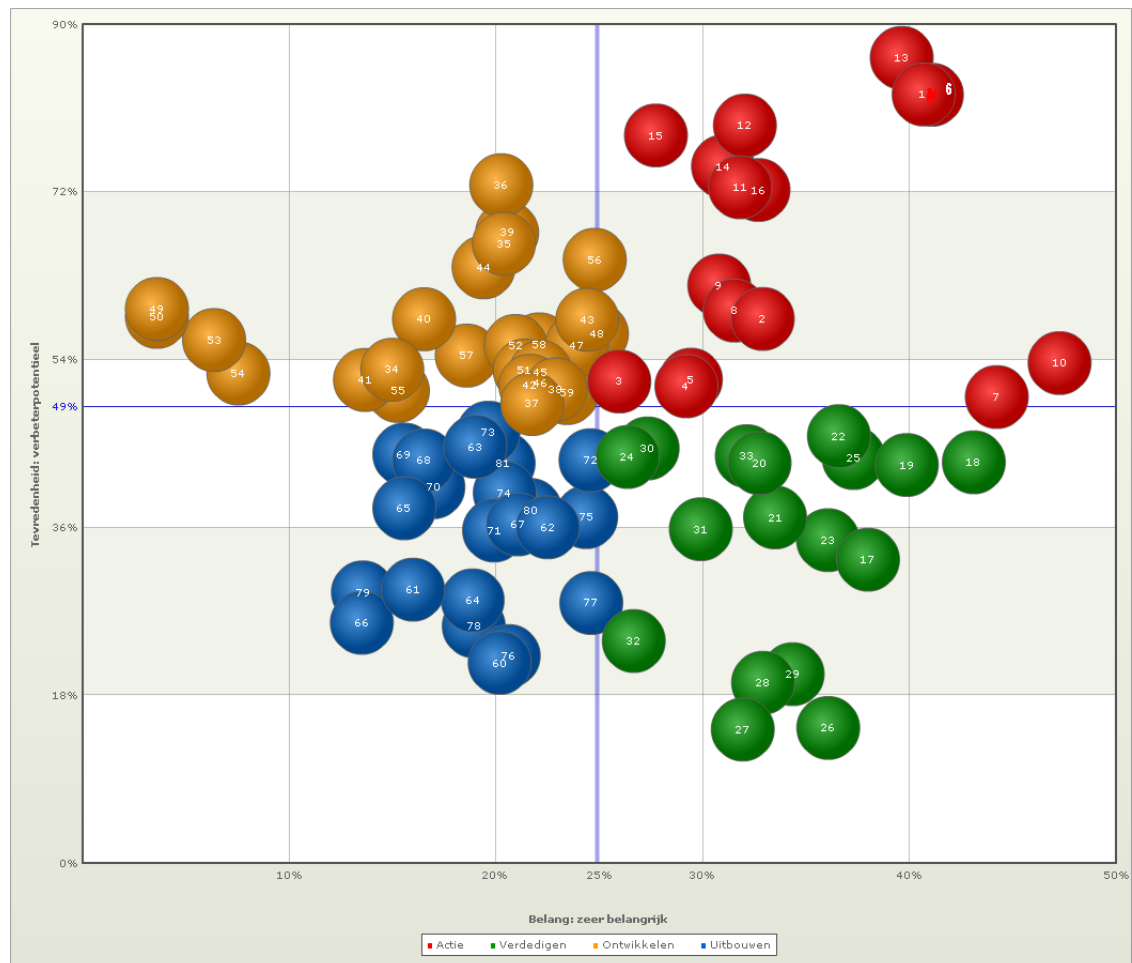
Net als in 2009 missen de meeste interne klanten (14%) informatie omtrent de rol van het Facilitair Bedrijf. In 2011 wordt dit echter gevolgd door het gebruik van digitale informatie en duidelijk vindbare informatie (beide 13%). Dit in tegenstelling tot in 2009 waar de contactgegevens van verantwoordelijke personen op de tweede plaats stond.

**Wat zou beter kunnen in de informatievoorziening van het Facilitair Bedrijf? (n=264)**



# PRIORITEITENMATRIX

De bevroagde onderwerpen zijn uitgezet in een matrix, gepositioneerd naar mate van tevredenheid en mate van belang. De onderwerpen rechtsonder (groen) zijn de aspecten van de dienstverlening van het FB, waaraan de klant een grote mate van belang toekent en waar men tevreden over is. De onderwerpen rechtstboven (rood) zijn de aspecten die eveneens door de klant belangrijk worden gevonden, maar waar men ontevreden over is.



## LEGENDA TOTAAL

1	Mogelijkheid om de temperatuur op uw werkplek te beïnvloeden
2	Aantal fietsenstallingen nabij het gebouw
3	Locatie van de fietsenstallingen
4	Interne postverzorging
5	Nakomen van afspraken door Servicedesk / Interne Dienst
6	Kwaliteit van de koffie (smaak, temperatuur)
7	Technische ondersteuning in de collegezaal (storingen apparatuur)
8	Responstijd op vragen of klachten over multifunctionals in uw gebouw
9	Kwaliteit schoonmaak van uw eigen werkplek
10	Kwaliteit schoonmaak sanitair in het gebouw
11	Vertaling van uw wensen/behoefte door de afdeling Inkoop
12	Duidelijkheid van het bestelproces
13	Doorlooptijd van de bestelling (van aanvraag tot bezorging)
14	Deskundigheid van de medewerkers met betrekking tot het inkoopproces
15	Responstijd afhandeling vragen of klachten door de afdeling Inkoop
16	Nakomen afspraken door de afdeling Inkoop
17	Kwaliteit meubilair van uw werkplek
18	Kwaliteit verlichting van uw werkplek
19	Huishoudelijke (Facilitaire) ondersteuning in de collegezaal (middelen, orde en netheid)
20	Klantgerichtheid medewerker collegezaalbeheer
21	Locatie en aantal multifunctionals in uw gebouw
22	Kwaliteit multifunctionals in uw gebouw
23	Kwaliteit van de geleverde diensten (Copyshop)
24	Deskundigheid van de medewerkers Xerox service centre (Copyshop)
25	Nakomen van afspraken door het Xerox service centre (Copyshop)
26	Veiligheidsgevoel op uw werkplek
27	Veiligheidsgevoel bij betreden gebouw
28	Veiligheidsgevoel op het Campusterrein
29	Bereikbaarheid van de afdeling Beveiliging
30	Deskundigheid van de medewerkers met betrekking tot beveiliging
31	Nakomen afspraken door de afdeling Beveiliging
32	Nakomen van afspraken door het Reserveringsbureau
33	Nakomen van afspraken door het Evenementenbureau

34	Naleven huisregels en veiligheidsregels (tevens door contractanten, toeleveranciers)
35	Kwaliteit bewegwijzering in het gebouw
36	Kwaliteit bewegwijzering buiten het gebouw
37	Toegankelijkheid van het gebouw
38	Bereikbaarheid d.m.v. openbaar vervoer
39	Aantal parkeervoorzieningen voor auto's
40	Locatie van de parkeervoorzieningen
41	Groenvoorziening rondom het gebouw
42	Onderhoudsniveau van het gebouw
43	Kwaliteit van de geboden oplossing op een aanvraag of melding
44	Informatie over het verloop van een aanvraag of melding
45	Verzorging goederen in het gebouw
46	Deskundigheid medewerkers Servicedesk / Interne Dienst
47	Responstijd afhandeling vragen of klachten door Servicedesk
48	Kwaliteit van de warme dranken automaten (storingen, schoonmaak, bijvullen)
49	Locatie en aantal snoepautomaten
50	Assortiment in de snoepautomaten
51	Prijsniveau van de geleverde producten (Copyshop)
52	Kwaliteit schoonmaak algemene ruimten in het gebouw (trappenhuis, gangen, hal, etc.)
53	Kwaliteit glasbewassing rondom uw eigen werkplek
54	Kwaliteit glasbewassing algemene ruimten (trappenhuis, gangen, hal, etc.)
55	Opvolging / verhelpen van klachten en opmerkingen met betrekking tot schoonmaak en glasbewassing
56	Bereikbaarheid van de afdeling Inkoop
57	Deskundigheid van de medewerkers met betrekking tot Post en Logistiek
58	Responstijd afhandeling vragen of klachten door de afdeling Post en Logistiek
59	Nakomen van afspraken door de afdeling Post en Logistiek
60	Openingstijden van het gebouw
61	Openingstijden Servicedesk
62	Beschikbaarheid medewerkers Servicedesk / Interne Dienst
63	Kwaliteit van het telefonisch doorverbinden / doorverwijzen
64	Locatie en aantal warme dranken automaten (koffie, chocolademelk)
65	Openingstijden van het Xerox service centre (Copyshop)
66	Opstelling en uitstraling van de schoonmaakmedewerkers (herkenbaar, aanspreekbaar, beleefd)
67	Afvalinzameling op uw werkplek
68	Afvalinzameling in uw gebouw
69	Bereikbaarheid van de afdeling Post en Logistiek
70	Verzendklaar maken van mailingen
71	Frequentie van ophalen en bezorgen van post in uw gebouw
72	Kwaliteit externe postbezorging (post en pakketten buiten de UT)
73	Responstijd op vragen of klachten over postbezorging
74	Zichtbaarheid van de afdeling Beveiliging
75	Responstijd afhandeling vragen of klachten door de afdeling Beveiliging
76	Bereikbaarheid van het Reserveringsbureau
77	Deskundigheid van de medewerkers met betrekking tot reserveringen
78	Responstijd afhandeling vragen of klachten door het Reserveringsbureau
79	Bereikbaarheid van het Evenementenbureau
80	Deskundigheid van de medewerkers met betrekking tot evenementen
81	Responstijd afhandeling vragen of klachten door het Evenementenbureau