



IB-Groep E-assistentie

*Trainen van klanten als middel voor
kanaalsturing*

Ruimte voor het invoegen
van een ander logo.

Ruimte voor het invoegen
van een ander logo.

Colofon

Datum : 27 juli 2009
Versie : 0.2
Verandering : Definitief
Project referentie: KIB/D1.6.4
Novay referentie : "[Novay referentie]"
Bedrijfsreferentie : [Bedrijfsreferentie]
URL : [URL]
Toegangsrechten : [Toegangsrechten]
Status : [Status]
Redacteur : Marije Teerling
Bedrijf : Novay
Auteur(s) : Willem Pieterse, Marije Teerling

Synopsis:

[Beschrijving globale inhoud]

Samenvatting

Hier moet een samenvatting / flyer komen

Inhoudsopgave

1 Omschrijving & Opzet pilot	1
1.1 Inleiding	1
1.2 Kanaalsturing	1
1.3 De IB-Groep	3
2 Opzet pilot	4
2.1.1 Onderzoeksvragen	4
2.2 Opzet	4
2.2.1 Conditiebepaling	5
2.2.2 Analyse resultaten	6
3 Resultaten	7
3.1 Inleiding	7
3.2 Conditiecheck	7
3.3 Trainingsvragenlijst	10
3.3.1 Reden en handeling	11
3.3.2 Duur van de training	11
3.3.3 Vaardigheden deelnemers training	12
3.3.4 Tevredenheid met de training en de elektronische dienstverlening	14
3.4 Posttraining vragenlijst	15
4 Conclusies en aanbevelingen	18
4.1 Conclusies	18
4.2 Aanbevelingen	22
Referenties	23
Bijlage 1. Vragenlijst conditiecheck	24
Bijlage 2. Vragenlijst training	26
Bijlage 3. Posttraining vragenlijst	28
4.3 Samenvatting pilot Baliescan 2009-02-06	Error! Bookmark not defined.

1 Omschrijving & Opzet pilot

1.1 Inleiding

Klanten van overheidsorganisaties kunnen en de meeste gevallen uit een aantal kanalen kiezen wanneer ze een dienst willen afnemen of een vraag beantwoord willen krijgen. De kanaalkeuze van de klant is daarbij meestal vrij, de klant kan het kanaal kiezen dat zijn of haar voorkeur heeft. In de praktijk betekent dit dat veel klanten gebruik maken van de traditionele dienstverleningskanalen, zoals de balie en de telefoon, terwijl deze klanten zich misschien ook wel via de elektronische kanalen kunnen redden. Consequentie die hieruit volgt is dat de dienstverlening voor de organisatie minder efficiënt is; de elektronische kanalen zijn per klantcontact (in theorie) goedkoper dan de traditionele kanalen en het is derhalve in het belang van de overheidsorganisatie (en indirect de klant zelf) dat de klant voor de juiste dienst gebruik maakt van het elektronische kanaal. Dit impliceert bijvoorbeeld dat het wenselijk is dat digitaal vaardige klanten voor relatief eenvoudige diensten gebruik maken van de elektronische kanalen.

Er zijn verschillende verklaringen denkbaar voor het gegeven dat veel klanten aan de balie blijven komen (Pieterse, 2009; Teerling & Pieterse, 2008a). De dienstverlening kan niet voldoen aan de verwachtingen van de klant of onvoldoende functioneren. Belangrijkere verklaringen voor de kanaalkeuze van klanten zijn echter dat klanten aan de balie blijven komen uit gewoonte, omdat ze op zoek zijn naar de zekerheid dat een elektronisch kanaal biedt, door een gebrek aan vertrouwen in de elektronische kanalen of een gebrek aan vaardigheden. Uit ervaringen van de InformatiebeheerGroep (IBG) blijkt dat er relatief veel bezoekers aan de balie komen die (vermoedelijk) ook bediend hadden kunnen worden via de website, maar vooral uit onzekerheid aan de balie blijven komen.

In ogenschouw nemende dat het wenselijk is dat klanten waar mogelijk de elektronische kanalen gebruiken, ontstaat de vraag hoe klanten die op basis van hun onzekerheden aan de balie blijven komen naar de elektronische kanalen gestuurd kunnen worden. Met andere woorden; hoe kan kanaalsturing gericht op het verhogen van de zelfredzaamheid van balieklanten uiteindelijk resulteren in een verplaatsing van de klantcontacten van de traditionele naar de elektronische kanalen?

Door middel van een kleinschalig pilot onderzoek is geprobeerd inzichtelijk te maken wat de effecten van dergelijke vormen van kanaalsturing zijn. In deze rapportage worden de resultaten van dit onderzoek beschreven. Allereerst gaan we (kort) in op de achtergronden van het onderzoek; kanaalsturing en het verhogen van de zelfredzaamheid van klanten, alsmede de context van de IBG. Vervolgens wordt de opzet van de pilot beschreven en worden de uitkomsten beschreven. We besluiten met een aantal conclusies en aanbevelingen.

1.2 Kanaalsturing

Overheidsorganisaties gebruiken verschillende instrumenten om het gedrag van burgers te beïnvloeden. Deze beleidsinstrumenten kunnen omschreven worden als: "...alle zaken die door een overheidsfunctionaris- of instantie (kunnen) worden gebruikt om het bereiken van het beleid beoogde gedragsveranderingen van andere personen of instanties zonder tussenkomst van andere instrumenten te bevorderen" (Bressers & Klok, 1987).

Empirisch onderzoek (Teerling & Pieterse, 2009) laat zien dat vier verschillende typen beleidsinstrumenten onderscheiden kunnen worden om het kanaalgedrag van klanten van overheidsorganisaties te sturen:

- Restrictie; gericht op dwingende (juridische) sturing, bijvoorbeeld door kanalen af te sluiten of klanten te verplichten van een kanaal gebruik te maken.
- Economische sturing; gericht op sturing doormiddel van financiële prikkels, bijvoorbeeld door kanalen duurder of goedkoper te maken.
- Product; gericht op het veranderen van product- of service-eigenschappen. Dit kan bijvoorbeeld door klanten via een kanaal sneller te helpen dan via het andere kanaal.
- Communicatie; gericht op informatieoverdracht om klanten naar een kanaal te sturen, bijvoorbeeld door middel van campagnes.

In de ogen van burgers is communicatie het meest gekijkte instrument om in algemene zin aan kanaalsturing te doen (Teerling & Pieterse, 2008b), daarnaast lijkt communicatie het meest geschikt als middel om het vertrouwen van burgers en hun zelfredzaamheid te vergroten. Als het gaat om communicatie en (gedrags)verandering, kunnen we een drietal functies van communicatie onderscheiden; 1) informatieve, 2) persuasieve en 3) educatieve communicatie (van Woerkum & van Meegeren, 1999). De pilot is vooral gericht op het verhogen van de zelfredzaamheid van de klanten en daarmee lijkt de educatieve functie van communicatie het meest geschikt.

Het uiteindelijk doel van de pilot is dus dat klanten zichzelf gaan redden via de elektronische kanalen van de IB-Groep. Hoewel het aantal wetenschappelijke inzichten over het stimuleren van het gebruik van dergelijke “Self-Service Technologies” (SST) niet enorm hoog is, kunnen op basis van bestaande onderzoeken wel wat inzichten opgetekend worden. Reinders et al. (2008) onderzochten het gebruik van SST bij de Nederlandse Spoorwegen. Belangrijkste uitkomst van hun onderzoek is dat *Restrictie* als kanaalsturingsinstrument niet werkt. Dwang leidt ertoe dat klanten die wel voordelen in het gebruik van een SST zien (zoals gemak) toch besluiten om de SST niet te gebruiken. Belangrijk resultaat van het onderzoek is dat klanten gewoon *een* keuze willen hebben, desnoods tussen twee SST's (zoals een Kiosk of een PC). Dit vertaalt zich in een negatieve houding en een negatieve mond-op-mond reclame. Verder bleek dat mensen die de SST al gebruiken daar meer positief tegenover staan. Het onderzoek liet echter ook zien dat als de optie werd aangeboden om persoonlijk contact te wanneer de klant er niet uitkwam via het SST, de houding aanmerkelijk minder negatief was. Dit persoonlijk contact zou ook gebruikt moeten worden om de klanten te helpen in het gebruik van het SST. Dit lijkt er op te duiden dat communicatie en dan in de educatieve zin een goede wijze lijkt voor kanaalsturing, eventueel vooruitlopend op restrictie.

Onderzoek van Curran en Meuter (2005) naar de adoptie van SST's laat zien dat een snelle acceptatie bevorderd wordt door een drietal factoren:

- Het nut van de nieuwe service of hoe handig de nieuwe service eigenlijk is.
- Het gemak waarmee de nieuwe service kan worden gebruikt.
- De veiligheid.

Daarnaast moet bij de introductie van een SST aandacht besteed worden aan het creëren van een positieve houding onder de doelgroep. Deze inzichten sluiten aan bij de inzichten die gegenereerd worden door het Technology Acceptance Model (TAM) (Davis, 1989). Dit model stelt dat het uiteindelijke gebruik van een technologie bepaald wordt door de intentie tot het gebruik, welke vervolgens bepaald wordt door de houding ten aanzien van de technologie. Deze houding bestaat uit het *gepercipieerde nut* en het *gepercipieerde gebruikersgemak* van de technologie. Het TAM is een van de meest gebruikte modellen om het gebruik van technologieën te voorspellen en wordt door veel onderzoeken ondersteund. Het Kanaalkeuze onderzoek uit Kanalen in Balans (Teerling &

Pieterse, 2008a) liet al zien dat het nut en gemak in de ogen van burgers belangrijke eigenschappen van het kanaal zijn.

Dit lijkt erop te duiden dat communicatie als kanaalstuuringsvorm het meest geschikt is om de zelfredzaamheid van klanten te verhogen. Deze communicatie zich een educatieve vorm moeten krijgen waarin klanten geassisteerd worden in het gebruik van de technologie. Ten slotte zou deze vorm van leren gericht moeten zijn op het vergroten van het gepercipieerde nut en gemak van het elektronische kanaal.

1.3 De IB-Groep

De Informatie Beheer Groep (IB-Groep) voert als zelfstandig bestuursorgaan in opdracht van de minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW) een aantal onderwijswetten en - regelingen uit. In opdracht van het ministerie van VROM ondersteunt de IB-Groep de gemeenten bij de uitvoering van de Wet inburgering. De kerntaken van de IB-Groep zijn financiering, informatiebeheer en het organiseren van examens. Belangrijkste taken hierbij is de uitkering van de studiefinanciering en de tegemoetkoming schoolkosten. De IB-Groep is een van de voorlopers in overheidsland waar het gaat om het aanbieden van elektronische diensten. Zo biedt de organisatie van alle uitvoeringsorganen de meeste transactiediensten en heeft het de meest geavanceerd portal (MijnIBG).

Het grootste deel van de klanten van de IB-Groep bestaat uit studenten en scholieren; klanten waarvan over het algemeen wordt aangenomen dat deze in staat zijn zichzelf te redden via de elektronische kanalen van de overheid. Immers, de adoptie van het Internet is het hoogst onder de jongere leeftijdsgroepen. Toch komen er vrij veel klanten aan de balie van de IB-Groep die, theoretisch, in staat moeten zijn zichzelf te redden. De aanname is dat ongeveer eenderde van de huidige baliebezoekers zich prima zouden moeten kunnen redden op het internet via www.Ib-groep.nl. Toch komen deze klanten regelmatig naar de balie. Deze baliebezoekers hebben de volgende kenmerken:

Tabel 1. Kenmerken Baliebezoekers IB-Groep

<i>Eigenschap</i>	<i>Omschrijving</i>
Type klant	Scholier / student HO opleiding
Type dienst	Makkelijk (thuis of op school) toegang tot internet Wijziging doorgeven
Type bezoek	Informatie inwinnen n.a.v. een onduidelijke brief Kwam er toch langs Last resort - zelf al online gekeken
Wat zoekt men	Frustratie dat men de balie moet gebruiken / er niet zelf uit is gekomen Bevestiging Zekerheid
Voordeel klant	Training waardoor in de toekomst betere zelfredzaamheid Zekerheid krijgen mbt website diensten

Onduidelijk is welk percentage van de klanten daadwerkelijk aan bovenstaand profiel voldoet. De verwachting is wel dat indien deze klanten op een goede manier begeleid worden in het gebruiken van de website, ze meer zekerheid krijgen in het zelf regelen van hun zaken via MijnIBG. Als gevolg van de toename in zekerheid en zelfredzaamheid zou het aantal baliebezoeken van deze klanten over de tijd moeten afnemen.

2 Opzet pilot

2.1.1 Onderzoeksvragen

Bij kanaalsturing is het van belang te bepalen welke kanalen effectief zijn en hoe klanten efficiënt naar deze kanalen verleid kunnen worden. Primair doel van de pilot bij de IBG is om te onderzoeken of communicatie in de vorm van een training (educatie) kan helpen in het vergroten van de zelfredzaamheid van de klanten van de IB-Groep. Hierachter schuilt de doelstelling om te zien of deze vorm van kanaalsturing ertoe kan leiden dat klanten die voorheen aan de balie kwam blijvend hun gedrag wijzigen ten faveure van het elektronische kanaal. De centrale onderzoeksvraag in deze pilot luidt derhalve als volgt:

In hoeverre is educatief communicatieve kanaalsturing gericht op het vergroten van zelfredzaamheid effectief in het sturen van klanten van de IB-groep van de balie naar het elektronische kanaal?

Op basis hiervan kunnen de volgende onderzoeksvragen worden geformuleerd:

1. Welke klanten die aan de balie komen van de IB-Groep kunnen in principe naar het elektronische kanaal gestuurd worden?
2. In hoeverre zijn de deelnemers aan de training ook daadwerkelijk in staan om gebruik te maken van elektronische diensten?
3. Hoe evalueren de klanten van de IB-Groep de training en heeft de training hun intentie tot het gebruik van elektronische diensten veranderd?
4. Wat is de houding van de (niet)deelnemers aan de training ten aanzien van de elektronische dienstverlening van de IB-Groep?
5. Wat is de houding van de (niet)deelnemers aan de training ten aanzien van de dienstverlening van de IB-Groep in het algemeen?

2.2 Opzet

Besloten is een kleinschalig pilot op te zetten om de onderzoeksvragen te beantwoorden. Hoewel de IB-Groep XX kantoren heeft met een baliefunctie is om onderzoekstechnische redenen gekozen om de pilot alleen bij het kantoor in Enschede uit te voeren. Dit kantoor ontvangt gemiddeld 500 klanten per week. De pilot bestond uit het geven van een training aan klanten aan de balie om hun zelfredzaamheid in de elektronische kanalen te vergroten. Na de training werden de deelnemers aan de training kort bevraagd over hun deelname aan de training. Na afloop van de pilot werden alle bezoekers aan de balie die gedurende de pilotperiode deel wilden nemen ondervraagd over de dienstverlening van de IB-Groep.

De uitvoering van de pilot bestond uit een aantal stappen:

1. Allereerst werd van bezoekers van de balie vastgesteld of ze gegeven hun vraag (online uitvoerbaar) mee konden werken aan een training om hun zelfredzaamheid op het Internet te vergroten. Aan alle klanten werd gevraagd of ze een vragenlijst over de dienstverlening van de IB-Groep wilden invullen.
2. Indien men mee kon werken werd gevraagd of men ook wilde deelnemen aan de pilot.

3. Vervolgens werd een training gegeven waarin de klant zijn of haar dienst onder begeleiding van een instructeur(-trice) de dienst leerde afnemen op het Internet. Tijdens de training noteerde de instructeur een aantal relevante aspecten over het gedrag van de respondent, zoals de internetvaardigheden.
4. Na de training werd de deelnemers een aantal vragen gesteld over hun evaluatie van de training.
5. Enkele weken na afloop vond een nameting plaats. Hierin werden vragen gesteld over de ervaringen met de dienstverlening aan de balie en intenties rondom toekomstig kanaalgebruik, waarbij een onderscheid gemaakt wordt tussen klanten die wel of niet hadden deelgenomen aan de training.

Om de respons van het onderzoek te verhogen werd een incentive (iPod) verloot onder alle klanten die meewerkten aan het onderzoek en de enquête online invulden. Hiertoe werd een flyer ontwikkeld die aan alle klanten aan de balie werd uitgereikt.

2.2.1 Conditiebepaling

Niet iedere klant die aan de balie van de IB-Groep kwam was zondermeer geschikt om deel te nemen aan de pilot. In feite waren vier groepen klanten mogelijk:

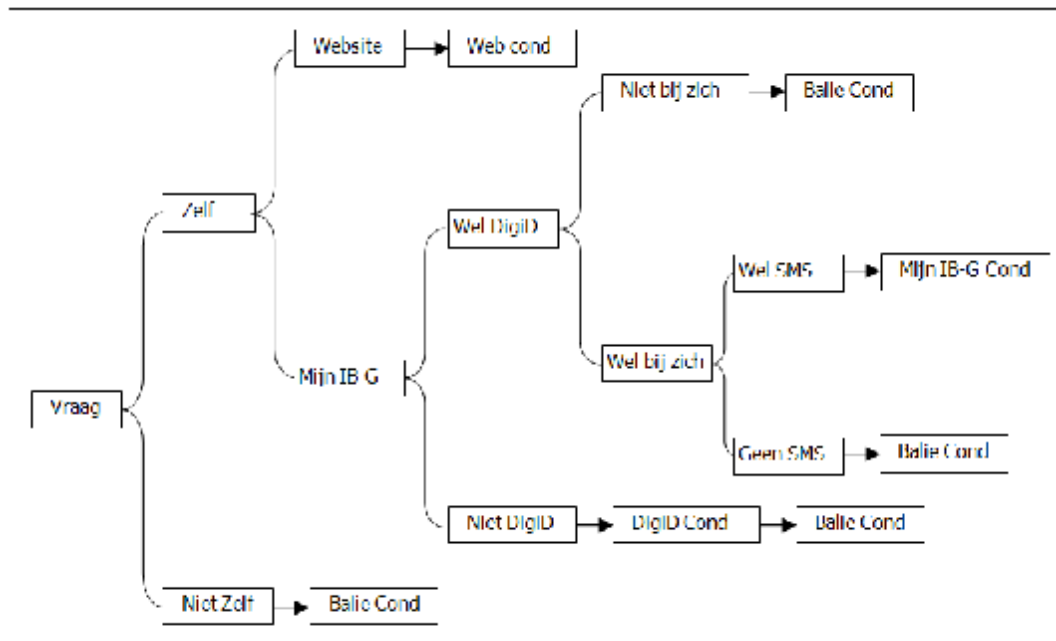
- Geschikt voor deelname pilot op basis van checklist en wil participeren
- Geschikt voor deelname pilot op basis van checklist en wil niet participeren
- Niet geschikt voor deelname pilot vanwege te complexe vraag/situatie
- Niet geschikt voor deelname pilot vanwege geen DigiD / Mijn IBG

Naast het vaststellen van de geschiktheid van de klant voor deelname aan de pilot, moest vastgesteld worden welke training de klant zou ontvangen. Afhankelijk van de soort vraag van de klant waarin hierin verschillende scenario's mogelijk. Een viertal condities kon onderscheiden worden binnen de pilot:

1. Balie conditie: klant wordt aan de balie geholpen met zijn probleem¹.
2. Website conditie: klant gaat onder begeleiding op de website (www.ibgroep.nl) zelf op zoek naar het antwoord op zijn vraag.
3. Mijn IB-G conditie: klant gaat onder begeleiding op het afgesloten gedeelte van de site – mijn ib-groep – zelf een transactie plaatsen.
4. DigiD conditie: klant gaat – nadat hij/zij is geholpen aan de balie met het probleem – zelf een DigiD aanvragen onder begeleiding.

Het bepalen van de geschiktheid van de klant, alsmede de vaststelling in welke conditie de klant viel was een complex proces. Om dit proces duidelijker te doorgronden te maken is de volgende conditieboom opgesteld:

¹ Aangezien de checklist aan de balie wordt afgenomen, betekent dit in feite dat de klant blijft waar hij/zij is.



Figuur 1. Conditieboom pilot IB-Groep

Bij deze conditieboom worden de volgende stappen onderscheiden:

- Op basis van de vraag wordt bepaald of de klant dit *zelf* of *niet zelf* kan oplossen.
- Indien de klant het *niet zelf* kan komt hij/zij automatisch in de balie conditie.
- Indien de klant het *zelf* kan. Is de volgende check of het om informatie (*website*) of een transactie (*mijn ibg*) gaat.
- Indien het om *informatie* gaat, komt de klant in de *website* conditie.
- Indien het om een *transactie* gaat, is de volgende vraag of men een *DigiD* heeft.
- Indien men geen *DigiD* heeft, komt men in de DigiD conditie en wordt men eerst aan de balie geholpen (balie conditie) waarna men onder begeleiding een DigiD gaat aanvragen.
- Indien men wel een *DigiD* heeft, is de volgende vraag om men de gegevens bij zich heeft.
- Indien men de *gegevens niet* bij zich heeft, komt de klant in de balie conditie.
- Indien men de *gegevens wel* bij zich heeft, komt de klant in de Mijn IB-Groep conditie.
- Indien men *wel* de mogelijkheid tot *sms authenticatie* heeft (en de gsm) komt de klant in de Mijn IB-G Conditie
- Indien men *niet* de mogelijkheid tot *sms authenticatie* heeft (en de gsm) komt de klant in de Balie Conditie

2.2.2 Analyse resultaten

In totaal zijn drie typen data verzameld; 1) door de baliemedewerkers is een conditievragenlijst ingevuld om te bepalen welke klant geschikt was voor de pilot, 2) vervolgens is door de medewerker die de training gaf de ‘trainingsvragenlijst’ ingevuld waarin de relevante aspecten van het gedrag van de respondent werden vastgelegd. Ten slotte 3), zijn de data van de nameting verzameld in de post-training vragenlijst. De resultaten van het onderzoek zullen ook in die volgorde besproken worden. De originele vragenlijsten zijn opgenomen in de bijlage.

De data zijn geanalyseerd met behulp van SPSS15.0, hierbij zijn betrouwbaarheidsniveaus van .05 gehanteerd.

3 Resultaten

3.1 Inleiding

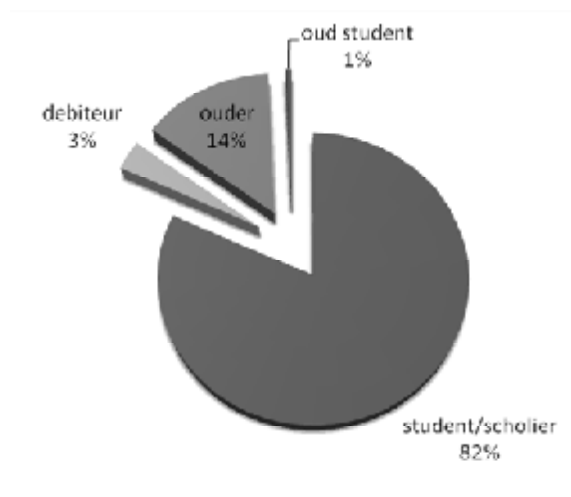
De resultaten van de drie vragenlijsten worden besproken. Allereerst de conditiecheck resultaten. Dit betreft de analyse van 193 ingevulde conditievragenlijsten waarmee bepaald werd of een baliebezoeker geschikt was voor de training. In § 3.3 worden de uitkomsten van de trainingsvragenlijst behandeld. Gekeken wordt bijvoorbeeld naar de internetvaardigheden van de baliebezoekers die meededen aan de training. Tot slot worden in § 3.4 de resultaten van de posttraining vragenlijst behandeld.

3.2 Conditiecheck

Tijdens de pilot werd aan 193 respondenten gevraagd of ze mee wilden werken aan de pilot en of ze in het kader van de pilot een aantal vragen wilden beantwoorden. Van deze respondenten hebben 40 respondenten aangegeven niet te willen meewerken. In totaal zijn er 153 respondenten die meegewerkt hebben aan de conditiecheck.

Van deze 153 respondenten is de meerderheid student of scholier (81,8%) (zie Figuur 2). In vijf gevallen is er sprake van een debiteur (3,2%). In 14,3% van de gevallen is er sprake van een ouder (22 respondenten) en in 1 geval is er sprake van een oud student die niet in de categorie debiteuren valt.

Op de vraag of men was doorverwezen antwoordde de meerderheid (94%) negatief. In een enkel geval was men doorverwezen via de balie, telefoon of website van de IB-Groep. In een enkel geval was men doorverwezen door kennissen en/of vrienden of door de decaan van school.



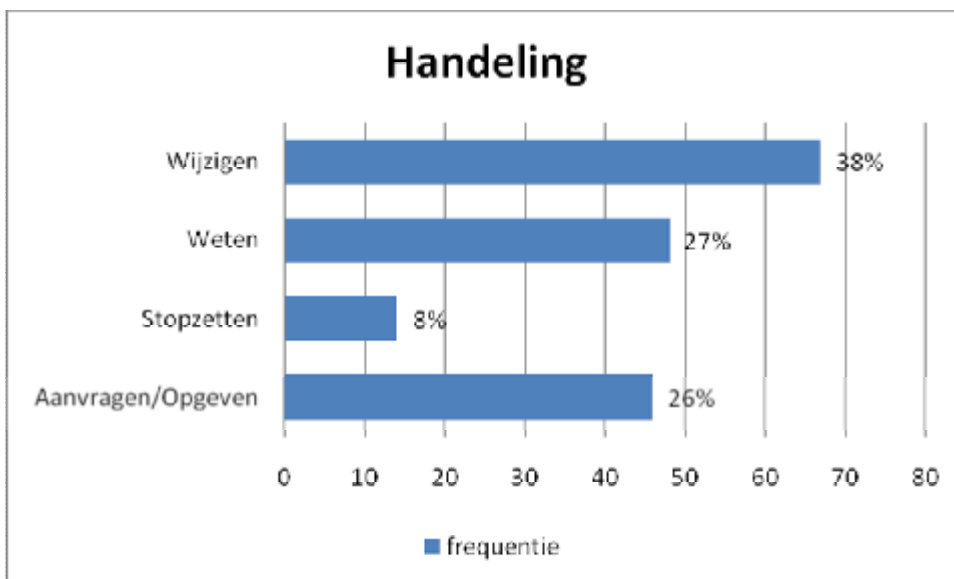
Figuur 2. Type respondenten in de conditiecheck

Verscheidene redenen werden genoemd voor het bezoek, in sommige gevallen hadden respondenten zelfs meerdere redenen om naar de balie te gaan. Figuur 3 geeft een overzicht van de genoemde redenen. De belangrijkste reden was de studiefinanciering (101 keer voorgekomen). Op nummer twee staat de tegemoetkoming ouders (20 keer voorgekomen) en op nummer drie het adres (11 keer voorgekomen). Redenen zoals lening, de OV jaarkaart en de woonsituatie kwamen 5 tot 10 keer voor. Vervolgens zijn er nog 17 andere redenen genoemd die maximaal 4 keer voorkwamen. In totaal zijn er 23 verschillende redenen genoemd waarom men aan de balie kwam.



Figuur 3. Redenen om de balie van de IB-Groep te bezoeken

Naast de reden waarom men kwam is ook genoteerd om wat voor handeling het bezoek ging. Mogelijke handeling zijn iets wijzigen, iets willen weten, iets stopzetten en iets aanvragen of opgeven. Figuur 4 geeft weer dat in 38% van de gevallen de bezoeker aan de balie iets wou wijzigen. In 27% van de gevallen wil men iets weten en in 26% van de gevallen wil men iets aanvragen of opgeven. Slechts in 8% van de gevallen wil men iets stopzetten.



Figuur 4. Om welke handeling draaide het baliebezoek. Het totaal telt op tot meer dan 193 handelingen aangezien het bezoek betrekking kan hebben op meer dan 1 handeling.

Op basis van deze vragen bleek dat 29,5% van de respondenten (in totaal 57 man) geschikt was om deel te nemen aan de pilot. Van deze 57 man, werden 49 respondenten ingedeeld in de Mijn IBG conditie en 8 respondenten in de website conditie.

Op de vraag waarom de overige 97 respondenten niet geschikt waren voor deelname aan de pilot werden de volgende antwoorden gegeven:

- § Het aka-niveau is niet taal en formulier vaardig.
- § Al eerder gewijzigd via MIBG maar niet gelukt. Wil niet meedoen.
- § Alleen formulier inleveren.
- § Duitse student moet bewijsstukken inleveren.
- § Geen klant van de IB-Groep meer.
- § Gebruikt al MIBG.
- § Geen ruimte voor gesprek, al in gebruik.
- § Heeft als eens via internet doorgegeven. Ging toen fout en nu wil de klant dat niet meer.
- § Heeft nieuw telefoonnummer maar kan deze op de site van digi-d niet wijzigen. Erg onduidelijk.
- § Ik vind MIBG helemaal niets. Ik kom veel liever langs.
- § Ik wil dit niet via internet regelen. Vertrouw het niet. Daarom wil ook niet meedoen.
- § Ingewikkelde situatie zeker weten of het nu goed is
- § Inloggen wil niet lukken.
- § Kan niet via internet geregeld worden.
- § Kan niet via Mijn IBG.
- § Klant kan thuis niet printen en wil ivm komende bevalling (nog 2 wkn) niet meewerken.
- § Klant moet Studiefinanciering stopzetten met TWK. Wil dit niet via internet doen, want hij wil de gevolgen weten.
- § Klant wil niet via internet doorgeven.
- § Klant wil niet via internet wijzigen.
- § Klant wil persoonlijk wijzigen.
- § Lukte niet via MIBG, wil niet opnieuw proberen.
- § MIBG deed het niet.
- § Ook andere zaken die niet via MIBG kunnen.
- § Ouder komt formulier voor kind ophalen.
- § Ouder voor zoon.
- § Slecht Nederlands.
- § Taalproblematiek.
- § Uitzoekgeval.
- § Vriendin doet dit voor hem. Student is dyslectisch
- § Wil een Bericht hebben. Moet officieel zijn. Kan niet via MIBG.

Na hercodering van de antwoorden komt het volgende beeld naar voren. De meest genoemde redenen waarom respondenten niet geschikt waren voor deelname aan de pilot zijn:

- § Men heeft geen vertrouwen in internet en wil daarom ook niet meedoen aan de pilot.
- § Men heeft het al eerder online geprobeerd en toen is het niet gelukt. Ondanks dat men tijdens een training zou kunnen leren hoe het wel zou moeten, wil men op dat moment niet meedoen aan een dergelijke training.
- § Het kan niet via internet.



Figuur 5. Redenen waarom respondenten niet geschikt zijn voor de pilot

Naast de redenen voor het bezoek en de bepaling of men geschikt was voor de pilot zijn er nog een aantal checkvragen gesteld. Onderstaande tabel geeft de vraag weer, het aantal respondenten (n) op de vraag en hoe men geantwoord heeft.

Tabel 2. Overige controle vragen voor de training

Vraag	N	Ja	Nee
Hebt u de beschikking over een pc met internettoegang?	64	60	4
Hebt u de beschikking over een DigiD?	52	21	31
Heeft uw DigiD de mogelijkheid tot sms authenticatie? (midden niveau)	27	19	8
Hebt u uw DigiD inloggegevens bij u?	24	12	12

Uit de tabel blijkt dat de meerderheid van de respondenten wel een pc heeft maar dat lang niet iedereen een DigiD heeft. Van de mensen die wel een DigiD hebben, hebben de meeste DigiD met sms authenticatie. Iets minder dan de helft had deze gegevens ook bij zich. Op de vraag of men mee wou werken aan de pilot, hebben uiteindelijk 43 respondenten 'ja' geantwoord. Op de vraag of men op een later stadium benaderd mocht worden met een vragenlijst hebben uiteindelijk 46 respondenten 'ja' geantwoord.

3.3 Trainingsvragenlijst

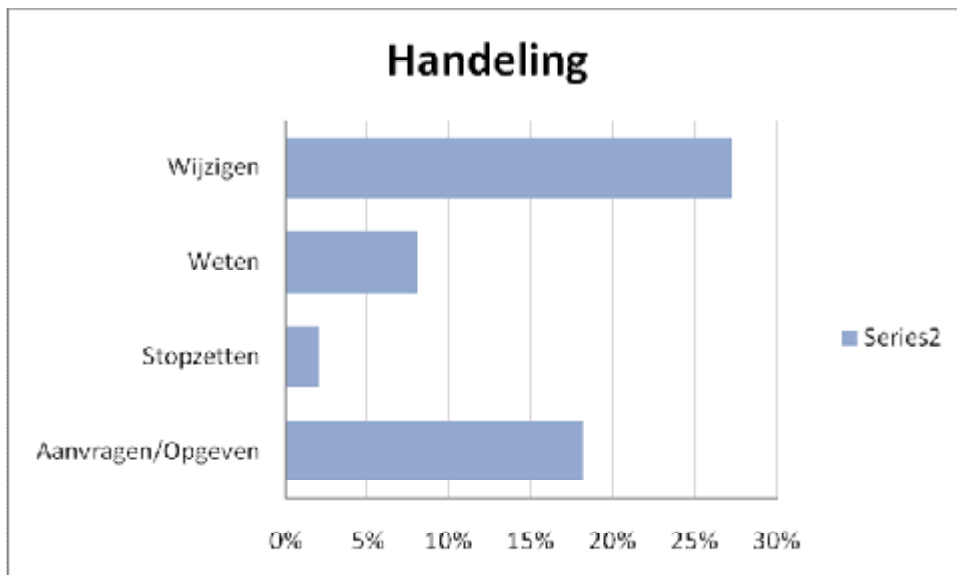
Uiteindelijk hebben 43 respondenten meegedaan aan de training. Van deze respondenten zaten er 26 in de DigiD conditie, 13 in de Mijn IBG conditie en 4 in de website conditie. Op 1 persoon – een debiteur – na vielen alle deelnemers aan de training in de categorie scholier/student. Van de deelnemers aan de training was de meerderheid niet doorverwezen (86%). Drie deelnemers waren doorverwezen door IB-Groep kanalen (website en telefoon), 1 persoon via school. De deelnemers hadden allen toegang tot een pc met internet. Ruim 30% had beschikking over een DigiD. Van de 15 personen met DigiD hadden 12 sms-authenticatie. Negen personen hadden deze ook daadwerkelijk bij zich.

3.3.1 Reden en handeling

Ook tijdens de training is gevraagd wat de reden voor het bezoek was en welke handeling het betrof en was het mogelijk om bij beide vragen meerdere redenen en handelingen op te geven. In totaal werden 54 redenen gegeven. Uit Figuur 6 blijkt dat de belangrijkste reden de studiefinanciering is, gevolgd door de woonsituatie, de opleiding en/of instelling en het adres. Totaal werden er 99 handelingen weergegeven, waarbij Figuur 7 aangeeft hoeveel de verschillende handelingen voorkwamen. Vooral het wijzigen en aanvragen/opgeven waren handelingen die het meeste voorkwamen tijdens de training.



Figuur 6. Reden bezoek respondenten in de training



Figuur 7. Handeling respondenten in de training

3.3.2 Duur van de training

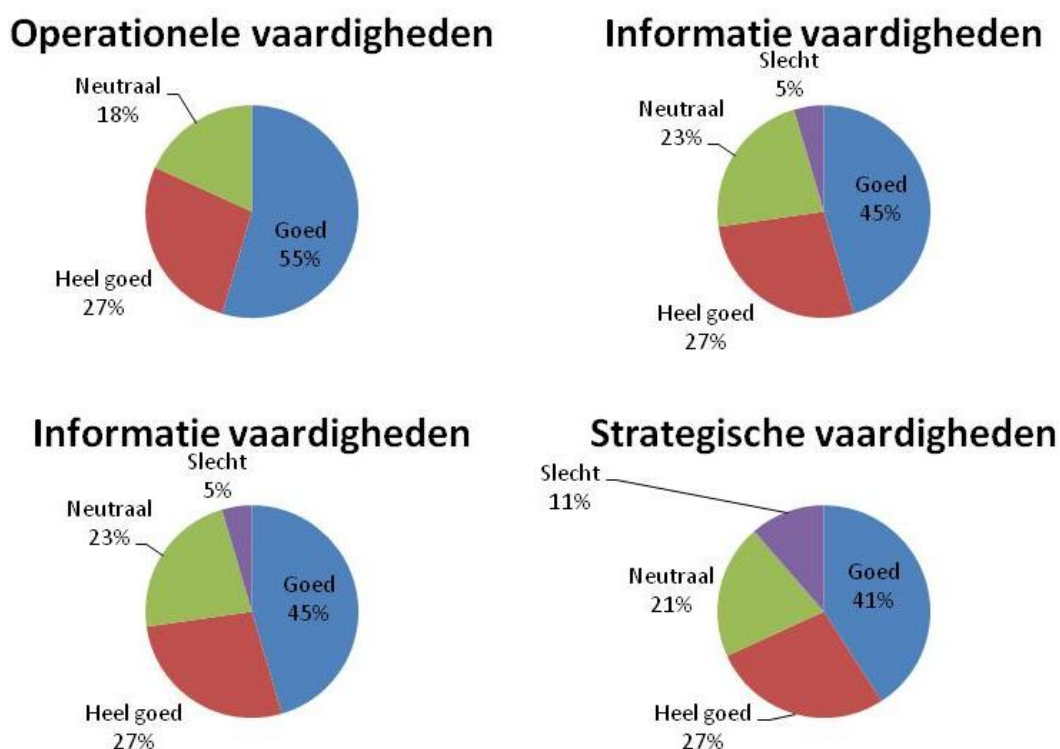
De gemiddelde training duurde 8 minuten en 3 seconden. De langste training duurde 20 minuten en de kortste bijna 2 minuten.

Tussen de verschillende condities (DigiD, website en Mijn IBG) zaten verschillen in duur van de training². Gemiddeld duurde de DigiD training ongeveer 7 minuten, de website training 3 en een halve minuut en de Mijn IBG training bijna 12 minuten. De verschillen op basis van het type handeling lijken minimaal. In het geval van iets willen weten duurt de training gemiddeld 4 ½ minuut, bij aanvragen/opgeven duurt het gemiddeld 7 minuten, bij iets wijzigen duurt de training gemiddeld ruim 10 minuten en tot slot bij stopzetten bijna 7 ½ minuut.

De duur van de training is negatief gecorreleerd met de vaardigheden van de klant. Dus hoe vaardiger de klant is, des te korter de training is. Dit geldt zowel voor het de items rondom operationele, strategische, informatie en formele vaardigheden als de items rondom het gedrag van de klant (onzeker, kalm, frustratie, etc.). Tot slot is de duur van de training ook negatief gecorreleerd met de tevredenheid over de training en de elektronische dienstverlening. Hoe langer de training, des te ontevredener men is over de training en over de elektronische dienstverlening van de IB-Groep.

3.3.3 Vaardigheden deelnemers training

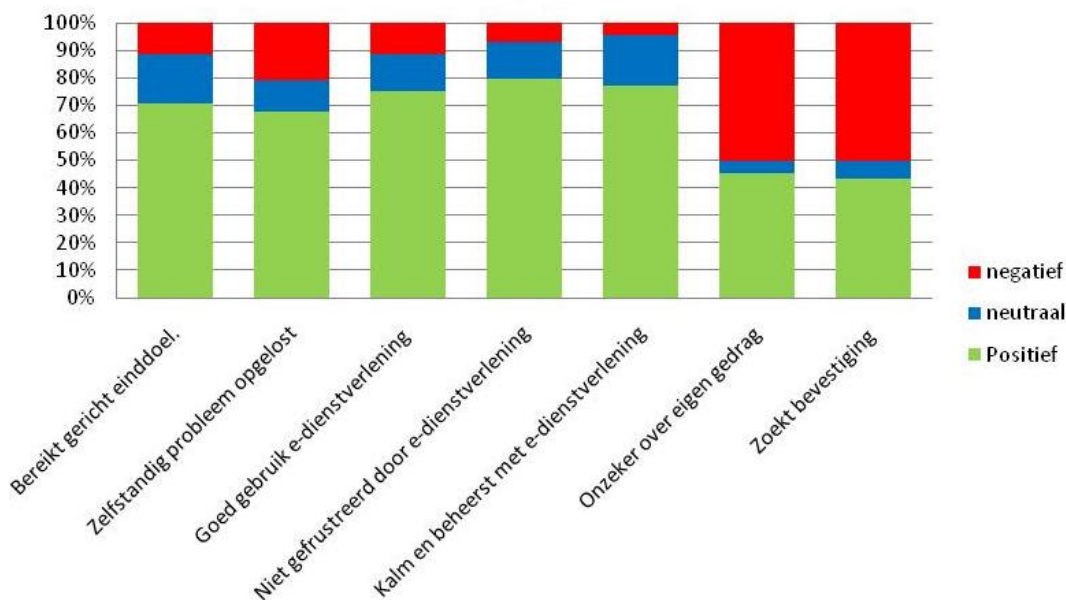
De trainer heeft de vaardigheden van de respondenten (operationele, formele, informatie en strategische, zie Figuur 8) en het gedrag van de klant (onzeker, kalm, frustratie, etc., zie Figuur 9) beoordeeld. Uit Figuur 8 blijkt dat de meerderheid van de respondenten goed scoort op de verschillende internetvaardigheden. In het algemeen zit rond de 60% van de respondenten in de categorie goed tot heel goed. Voor de informatie en strategische vaardigheden – die over het algemeen iets moeilijker zijn – zien we meer respondenten in de categorie slecht.



Figuur 8. Internet vaardigheden respondenten in de training

² Deze verschillen zijn indicatief, gezien de hoeveelheid verzamelde gegevens (omvang steekproef).

Ook heeft de training de respondenten op een aantal andere aspecten gescreend. Hieruit blijkt dat de meeste respondenten goed in staat zijn om de e-dienstverlening te gebruiken. Ze bereiken gericht hun einddoel, zijn in staat om zelfstandig hun probleem op te lossen, maken goed gebruik van de elektronische dienstverlening. Op emotioneel terrein zien we dat de respondenten niet gefrustreerd raken en kalm en beheerst blijven. Duidelijk wordt wel dat een groter percentage klanten (meer dan 40%) onzeker is over zijn eigen gedrag en op zoek gaat naar bevestiging.



Figuur 9. Scores respondenten op verschillende aspecten over het gebruiken van de e-dienstverlening

Ook blijkt dat maar een klein percentage van de klanten hulp nodig heeft na 2 minuten om zijn probleem op te lossen (in 15 van de gevallen). In slechts 14 van de gevallen heeft de respondent niet zijn probleem kunnen oplossen. En tot slot blijkt dat wel de helft van de respondenten actief bevestiging zoekt om zijn onzekerheid rondom het probleem te reduceren.

Op basis van de conditie waarin men zich bevond (DigiD, website of Mijn IBG) is gekeken naar verschillen op basis van de vaardigheden en gedrag van de deelnemers. Hieruit blijkt dat er geen verschillen zijn tussen vaardigheden en gedrag op basis van conditie. Er waren ook geen verschillen op basis van het type handeling waarvoor men naar de balie kwam. Zoals te verwachten was, zijn de stellingen over de 4 typen vaardigheden in hoge mate gecorreleerd met de overige stellingen over het gedrag van de deelnemers aan de training. Ook is nog een aantal extra stellingen, die met ja of nee beantwoord moesten worden, gevraagd over het gedrag van de deelnemer, namelijk;

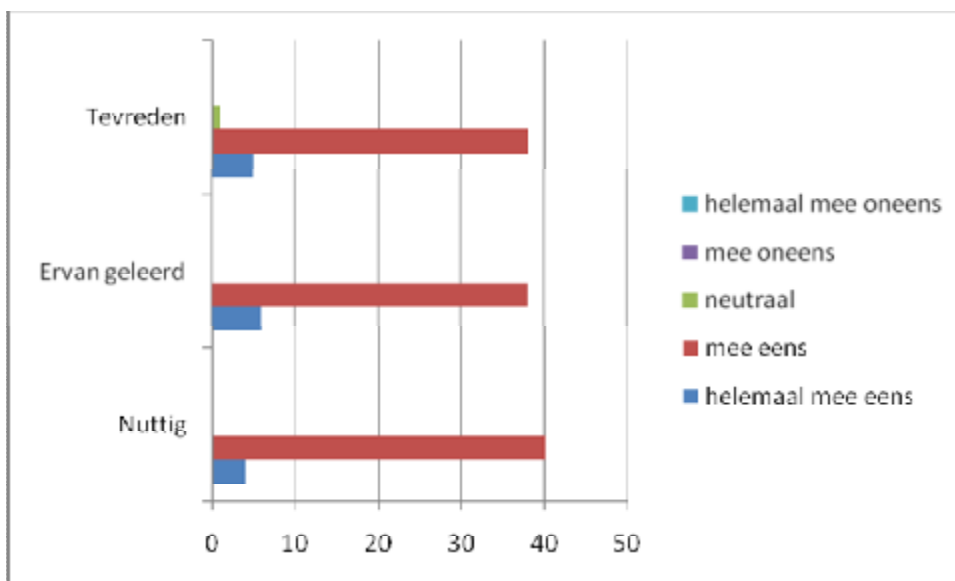
1. De klant heeft na twee minuten hulp nodig bij het oplossen van zijn/haar probleem
2. Heeft de klant ook daadwerkelijk zijn probleem goed opgelost?
3. Zoekt de klant bevestiging over zijn gedrag om onzekerheid te reduceren?

De verschillen tussen de groepen voor de verschillende vaardigheden is verder geanalyseerd. Hieruit bleek dat klanten die wel hulp nodig hadden na twee minuten significant lager scoren op de items rondom het gedrag (onzeker, kalm, frustratie, etc., zie Figuur 9). Er is echter geen verschil in termen van de vaardigheden (operationeel, formeel, informatie en strategisch). Tussen groep die daadwerkelijk zijn probleem had opgelost en de groep die dat niet had gedaan zijn verschillen gevonden in termen van gedrag noch de vaardigheden. Tot slot, bleek dat de groep klanten die bevestiging zoekt

om onzekerheid te reduceren op zowel gedrag als de vaardigheden significant lager scoort dan de groep die geen bevestiging zoekt. Dit resultaat kan een indicatie zijn dat het bij deze groep klanten niet alleen om bevestiging en onzekerheid gaat, maar ook daadwerkelijk om hun vaardigheden op het gebied van de elektronische overheid.

3.3.4 Tevredenheid met de training en de elektronische dienstverlening

Respondenten is een drietal vragen gesteld over de training. Hoe nuttig men het vond, of men ervan geleerd had en of men er tevreden over was. Op alle vragen antwoordde men positief (zie Figuur 10). De gemiddelde waardering voor de training (op basis van alle drie de vragen) lag op een 4.11 op een schaal van 1 (helemaal mee oneens) tot/met 5 (helemaal mee eens)



Figuur 10. Oordeel over de training

Op de vraag of men tevreden was over de elektronische dienstverlening van de IB-Groep antwoordde ruim 72% positief. Acht respondenten reageerden neutraal en drie respondenten waren ontevreden. Op de vraag of men de volgende keer dat men de IB-Groep nodig had weer gebruik zou maken van de elektronische dienstverlening, antwoordde bijna 80% positief. Vier respondenten antwoordde neutraal, drie waren het er mee oneens en twee waren het er helemaal mee oneens. De gemiddelde waardering voor de elektronische dienstverlening op basis van de twee erover gestelde vragen lag op een 3,83 op een schaal van 1 (helemaal mee oneens) tot/met 5 (helemaal mee eens). In de open vraag (ruimte voor commentaar) werden tot slot de volgende suggesties/opmerkingen gegeven:

- § De knoppen in mijn IBG voor verder en akkoord mogen wel wat duidelijker en groter.
- § DigiD probleem ten aanzien van wijzigen nieuw telefoonnummer
- § DigiD aangevraagd.
- § DigiD site werkte niet goed. Klant doet het thuis verder.
- § Er mag meer informatie over bijverdienen en verzamelinkomen op de website. De informatie is te beperkt. Een rekenmodule zou handig zijn.
- § Geen mobiele telefoon bij zich dus kon DigiD niet volledig aanvragen
- § Heeft tevens DigiD aangevraagd
- § Huiverig voor financiële zaken via internet. Na sms authenticatie iets geruster.

- § Klant geeft aan dat de knoppen voor akkoord en verder in MIBG te klein en te onopvallend zijn.
- § Klant heeft DigiD al aangevraagd. MIBG proef omgeving laten zien.
- § Klant heeft tijdens training direct DIGID aangevraagd
- § Klant is in eerste instantie onzeker over de veiligheid van online zaken regelen. Maar nu ze ziet dat er een sms authenticatie wordt gebruikt, is de onzekerheid weg.
- § Klant kan mijn IBG niet gebruiken omdat ze in Duitsland woont en dus geen DigiD kan aanvragen.
- § Klant vindt persoonlijk contact (balie) makkelijker
- § Klant vindt mijn IBG erg onduidelijk. Wist niet dat het opnieuw aanmelden in twee verschillende weken moet plaats vinden. Week 1 de school/studie, week 2 het financiële gedeelte.
- § Klant wil het formulier niet mee, maar gaat het thuis online invullen.
- § Probleem kon niet via MIBG worden verholpen in verband met een eerdere mutatie.
- § Vindt internet nog wat eng. Gaat het wel proberen.

Er zijn verschillen in de tevredenheid over de training, de elektronische dienstverlening en de intentie om de elektronische dienstverlening weer te gebruiken op basis van:

- Conditie (DigiD, website, Mijn IBG)
- Type handeling
- Of men na 2 minuten hulp nodig heeft
- De klant zijn probleem heeft opgelost
- Of de klant bevestiging zoekt

3.4 Posttraining vragenlijst

Enkele weken na de training is een vragenlijst verstuurd. Slechts 15 respondenten hebben deze vragenlijst ingevuld. De belangrijkste resultaten hiervan worden weergegeven. Hierbij wordt wederom aangegeven dat deze resultaten slechts indicatief zijn en dat er geen conclusies aan verbonden kunnen worden.

Van de 15 respondenten hebben 5 meegedaan aan de training en 10 niet. De vijf deelnemers aan de training waren neutraal of positief in hun oordeel over de training. Ook geeft men een neutrale of positieve reactie op de volgende vragen (frequentie van het antwoord weergegeven):

Vraag	+/-	+	++
Ik heb van de training geleerd		3	2
Door de training heb ik een beter begrip van de elektronische diensten van de IB-Groep/DigiD		2	3
Door de training heb ik meer zelfvertrouwen op het gebied van e-diensten gekregen	2	3	
Door de training ben ik beter in staat om met e-diensten te werken		4	1
Ik ben tevreden over de training	1	2	2
De medewerker die training gaf was vriendelijk		1	4
De IB-Groep zou dit soort trainingen vaker moeten aanbieden	2	2	1
Door de training ben ik van plan om e-diensten te gaan gebruiken	2	2	1

Op de vraag wat de IB-Groep nog zou kunnen doen om men meer van de e-dienstverlening gebruik te laten maken kwamen de volgende antwoorden:

- Eigenlijk niks. Misschien mij er een keer aan herinneren dat alles digitaal kan.
- Niet veel. Na de uitleg heb ik meer begrepen van de site. Ik kan er nu wel zelfstandig mee overweg.

Op de vraag of men nog op- of aanmerkingen over de training had, kwamen de volgende antwoorden:

- Het was een goede training en ik zal er zeker gebruik van maken!
- Nee. Het is me allemaal goed uitgelegd.

Op de volgende vragen hebben alle 15 respondenten een antwoord gegeven. De stelling en het gemiddelde op een vijf-punt schaal (1 = helemaal mee oneens / slecht, 5 = helemaal mee eens/goed) wordt gegeven.

<i>Vragen m.b.t. e-diensten</i>	<i>Gem.</i>
E-diensten zijn nuttig	4.2
Het gebruik van e-diensten gaat sneller dan via de traditionele diensten	3.8
Het leren gebruiken van e-diensten is gemakkelijk	3.6
E-diensten zijn een verbetering van de dienstverlening	3.3
E-diensten zijn gebruiksvriendelijk	3.6
Het gebruik van e-diensten bespaart mij tijd	3.7
Het is goed dat de overheid e-diensten aanbiedt	3.9
Het gebruik van elektronische diensten is duidelijk en begrijpbaar.	3.6

<i>Vragen m.b.t. dienstverlening IB-Groep</i>	<i>Gem.</i>
De volgende keer dat ik de IBG nodig heb, zal ik eerst gebruik maken van de digitale dienstverlening.	3.5
De IB-Groep levert goede dienstverlening.	4.3
In vergelijking met andere (overheids)organisaties is de dienstverlening van de IB-Groep goed.	3.9
Ik vertrouw de IB-Groep	4.3
De dienstverlening van de IB-Groep voldoet aan mijn verwachtingen.	3.9
De openingstijden van het kantoor van de IB-Groep	3.4
De afstand tot het kantoor van de IB-Groep	3.7
De wachttijden aan de telefoon van de IB-Groep	2.8
De kwaliteit van de website van de IB-Groep	3.5
De vindbaarheid van informatie op de website van de IB-Groep	3.9
Het aanbod van diensten op de website van de IB-Groep	3.7
De vriendelijkheid van medewerkers van de IB-Groep	4.3

Op de vraag wat de IB-Groep zou kunnen doen om de e-dienstverlening te verbeteren, kwamen de volgende antwoorden:

- Duidelijkere website
- Een uitgebreide lijst met veel gestelde vragen plaatsen met verschillende categorieën, voor het makkelijker zoeken.
- Ik zelf snap het nu wel allemaal. Soms moeten dingen er wel iets duidelijker staan.
- Meer reclame maken dat het er is.
- Meer uitleg en overzicht
- Pagina's niet te druk maken en duidelijker tekstverwerking
- Proberen storingen te voorkomen.

- Zaken zoals "Mijn IB-Groep" verbeteren. Zodat ook iedereen er in kan. En waarbij ik niet het antwoord moet krijgen "het zijn kinderziektes" terwijl het al vijf jaar bestaat.

Op de vraag wat zou de IB-Groep kunnen doen om de dienstverlening in het algemeen te verbeteren, kwamen de volgende antwoorden:

- Ik vind het prima zo!
- Informatie direct goed verwerken. De juiste formulieren en brieven versturen waardoor er geen onnodige fouten worden gemaakt.
- Meer mensen achter de balie. Soms moet je lang wachten voor dat je aan de beurt bent.
- Met de dienstverlening gaat het naar mijn mening goed.
- Minder lange wachttijden, dus meer personeel
- Niks

De respondenten die reageerden gaven aan redelijk vaardig te zijn met internet en ongeveer dagelijks gebruik te maken van dit kanaal. Van de respondenten gebruikten 56% het vaakst de balie voor het contact met de IB-Groep, 31% het vaakst de website, 6% de telefoon en 6% de post. Op de vraag welk kanaal men het liefst wou gebruiken voor de contacten met de IB_groep, gaf 81% de balie aan, 13% de website, en 6% de telefoon. Het gemiddelde rapportcijfer voor de elektronische dienstverlening van de overheid was een 6,6.

4 Conclusies en aanbevelingen

4.1 Inleiding

In dit hoofdstuk worden de conclusies van het onderzoek gepresenteerd. De conclusies worden weergegeven aan de hand van de onderzoeksvragen die in het tweede hoofdstuk zijn geformuleerd. Vervolgens wordt een aantal aanbevelingen gedaan rondom de training en verder onderzoek naar de mogelijkheden van (deze vorm van) kanaalsturing bij de overheid. Ten slotte wordt een aantal punten van discussie behandeld.

4.2 Conclusies

4.2.1 De klanten en de mogelijkheid tot kanaalsturing

De eerste onderzoeksvraag betrof het profiel van de klanten die aan de balie komen en die in principe naar het elektronische kanaal gestuurd kunnen worden. De meerderheid van de bezoekers is scholier en komt zonder doorverwezen te zijn aan de balie. De meeste bezoekers komen aan de balie om iets te regelen rondom de studiefinanciering (ruim de helft), de tegemoetkoming ouders wordt ook nog regelmatig genoemd (11%), maar de rest van de thema's komt marginaal voor. Zo'n 28% van de respondenten komt aan de balie om iets te wijzigen (meestal rondom de studiefinanciering), een kwart van de bezoekers wil iets weten en nog een kwart wil iets aanvragen.

Het grootste deel van de respondenten heeft de beschikking over een internetverbinding (62,5%). Dit is echter wel een lager percentage dan de rest van de Nederlandse bevolking (ruim 85%). Iets minder dan de helft beschikt over een DigiD, waarvan de meeste ook met SMS authenticatie. Opvallend is dat niet meer dan de helft van de respondenten die over een DigiD beschikt deze bij zich heeft. Het relatief lage percentage respondenten met een DigiD, gecombineerd met het lage percentage dat de DigiD bij zich heeft beperkt de mogelijkheden van kanaalsturing door middel van de training aanzienlijk. Dit uit zich er ook in dat de meerderheid van de deelnemers aan de training (60%) een DigiD heeft aangevraagd en geen educatie heeft ontvangen over de elektronische diensten van de IB-Groep zelf.

Op basis van de eerste vragen over de type dienst is een op de drie bezoekers aan de balie in principe stuurbaar naar het elektronische kanaal. Het potentieel van kanaalsturing is daarmee behoorlijk groot; bijna eenderde van de baliebezoekers beschikt over een internetaansluiting en komt voor een dienst die elektronisch uit te voeren is.

De resterende tweederde van de bezoekers is minder goed stuurbaar naar het internet en ongeschikt voor deelname aan de pilot. De belangrijkste redenen hiervoor zijn 1) het gebrek aan vertrouwen in het internet en de daaruit voortvloeiende weigering om deel te nemen; 2) het eerder proberen van de elektronische dienstverlening hetgeen resulteerde in falen. Hieruit voortvloeiend wil men niet deelnemen aan de pilot. De laatste reden 3) is dat de gevraagde dienst niet via het internet kan.

Wat betreft de kanaalsturing kan de derde reden het beste opgelost worden door het elektronisch beschikbaar maken van de dienst (*product* als kanaalsturing). De andere

twee redenen kunnen wellicht verholpen worden door andere vormen van communicatie (*overtuigen*) en wellicht (lichte) dwang (*restrictie of prijs*).

4.2.2 Het effect van de training op het gebruik

Aan de hand van de trainingsvragenlijst is de tweede onderzoeksvraag beantwoord; “In hoeverre zijn de deelnemers aan de training ook daadwerkelijk in staan om gebruik te maken van elektronische diensten?”. Ruim 60% van de deelnemers aan de training heeft een training gevolgd in het aanvragen van een DigiD. Behalve één was iedereen hiervan een scholier of student. De meeste deelnemers moesten, in principe, iets wijzigen in hun studiefinanciering.

Gemiddeld duurden de trainingen ongeveer acht minuten, waarbij de training in het gebruik van de website het kortst duurde, gevolgd door de DigiD training en de Mijn IBG training. De lengte van de training hangt sterk samen met het niveau van internetvaardigheden; hoe lager het vaardigheidsniveau, hoe langer de gemiddelde lengte van de training. Dit vertaalt zich ook in de klanttevredenheid; hoe langer de training hoe lager de klanttevredenheid met de training. De training lijkt daarmee wel te voldoen aan een belangrijke doelstelling; namelijk het vergroten van de vaardigheden van de klanten.

In vergelijking met de rest van Nederland scoren de respondenten wel goed wat betreft hun internetvaardigheden, al moet hierbij de opmerking gemaakt worden dat het hier de inschatting van de instructeur betreft en geen feitelijke vaststelling van het vaardigheidsniveau. Het relatief hoge vaardigheidsniveau is ook een bevestiging van de mogelijkheden van kanaalsturing; de meeste klanten hebben niet alleen toegang tot de elektronische dienstverlening, maar zijn ook in staat ze te gebruiken.

De vaardigheden van de klanten uiteten zich (deels) in de mate waarin de klanten laten zien de e-diensten te gebruiken. Veruit de meeste deelnemers zijn goed in staat om hun dienst af te handelen via de elektronische kanalen en ze gaan daar dan ook kalm en beheerst mee om. Slechts een klein deel heeft daadwerkelijk hulp nodig bij het uitvoeren van de taak en ook bij een minderheid blijkt dat de respondent niet in staat is zijn probleem op te lossen.

Wat wel een probleem is, is dat een relatief groot deel (ongeveer de helft) van de respondenten onzeker is over het eigen gedrag en bevestiging zoekt. Dit gegeven vormt een belangrijke verklaring voor het achterblijvende gebruik van e-diensten onder deze groep klanten. Dit is ook de plaats waar het effect van de training mogelijk het sterkst zal zijn. Een training zou zich daarmee minder sterk moeten richten op het geven van vaardigheden, maar op bevestiging en het kweken van zelfvertrouwen.

4.2.3 Evaluatie van de training

In de trainingsvragenlijst is een aantal vragen gesteld die ingaan op de evaluatie van de training. Hieruit blijkt dat veruit de meerderheid van de respondenten tevreden is met de training. Ook geeft men aan van de training te hebben geleerd en ervaart men de training als nuttig. De houding ten aanzien van de training is dan ook zeer positief te noemen. De waardering voor de elektronische dienstverlening van de IB-Groep is ook sterk positief. Uit de evaluatie blijkt ook een mogelijk eerste effect van de training; ruim 80% van de respondenten geeft aan in de toekomst weer gebruik te maken van de elektronische diensten van de IB-Groep. Hoewel lastig statistisch aan te tonen met een dergelijke

kleine steekproef, lijkt de training een positief effect te hebben op de houding ten aanzien van en de intentie tot gebruik van elektronische diensten.

Aanvullende informatie over de evaluatie is gehaald uit de post-training vragenlijst, al moet aan deze informatie, gegeven het aantal respondenten, niet teveel waarde worden gehecht. Hieruit blijkt wederom dat de training positief geëvalueerd is. Men geeft aan beter in staat te zijn om van de elektronische diensten gebruik te maken en van de training te hebben geleerd. Het effect op het zelfvertrouwen is, hoewel positief, het minst sterk van alle andere aspecten. Wellicht heeft dit te maken met het gegeven dat de training meer gericht was op het versterken van vaardigheden dan het reduceren van onzekerheid en daarmee verhogen van het vertrouwen.

4.2.4 Houding ten aanzien van elektronische dienstverlening

De vierde onderzoeksvraag ging in op de houding van de (niet)deelnemers aan de training ten aanzien van de elektronische dienstverlening van de IB-Groep. De houding is gemeten onder alle respondenten aan de post-training vragenlijst. Vanwege het geringe aantal respondenten is het niet verantwoord om opsplitsingen te maken tussen de respondenten die wel en geen training gehad hebben. Uit de vragen blijkt wel dat er een positieve grondhouding is onder de meeste respondenten ten aanzien van elektronische dienstverlening. Hierbij lijkt er (op het oog) geen verschil te zijn tussen de wel/niet deelnemers aan de training. Het is opvallend dat deze groep balie-bezoekers, die ook nog eens het meest frequent gebruik maakt van de balie, toch een positieve houding heeft ten aanzien van elektronische diensten. Zo scoren aspecten als “E-diensten zijn nuttig” en “Het gebruik van e-diensten gaat sneller dan via de traditionele diensten” allemaal positief. De elektronische dienstverlening wordt door de respondenten met een 6,6 gewaardeerd, hetgeen niet uitzonderlijk hoog is, maar gegeven de onderzoekspopulatie van klanten die weinig zelfvertrouwen hebben op het internet ook niet heel laag.

4.2.5 Houding ten aanzien van de dienstverlening van de IB-Groep – algemeen

De laatste onderzoeksvraag betrof de houding ten aanzien van de dienstverlening van de IB-Groep in het algemeen. Hier blijkt dat men de dienstverlening van de IB-Groep positief evalueert. Men vindt dat de IB-Groep goede dienstverlening levert en men vertrouwt de IB-Groep, ook voldoet de dienstverlening van de IB-Groep aan de verwachtingen. Het enig punt waar men negatief over is, zijn de wachttijden aan de telefoon.

De belangrijkste suggestie voor verbetering van de elektronische dienstverlening is dat er meer gecommuniceerd zou moeten worden over de (elektronische) diensten. Ook vindt men dat de website en Mijn-IBG nog wel beter kunnen, het woord ‘duidelijker’ wordt het meest vaak genoemd, onder meer in verband met de weergave van de pagina’s. De belangrijkste suggestie voor het verbeteren van de dienstverlening in het algemeen is het verkorten van de wachttijden aan de balie, die als lang worden ervaren.

De respondenten van het onderzoek blijken sterk georiënteerd te zijn op de balie; ruim de helft gebruikt dit kanaal het vaakst en liefst 81% geeft aan ook de voorkeur te hebben voor dit kanaal.

4.2.6 Slotconclusie

De centrale onderzoeksvraag in deze pilot luidde als volgt:

In hoeverre is educatief communicatieve kanaalsturing gericht op het vergroten van zelfredzaamheid effectief in het sturen van klanten van de IB-groep van de balie naar het elektronische kanaal?

De resultaten van het onderzoek laten zien dat educatieve kanaalsturing behoorlijk effectief kan zijn, mits gericht op het vergroten van het vertrouwen van de respondenten en het reduceren van de onzekerheid van de respondenten. Deze hoofdconclusie volgt op de volgende deelconclusies:

De bezoekers...

1. ..hebben een positieve grondhouding ten aanzien van de elektronische diensten van de IB-Groep.
2. ..hebben nagenoeg allemaal diensten die in principe elektronisch uit te voeren zijn.
3. ..beschikken nagenoeg allemaal over toegang tot het internet om daarmee ook de diensten uit te kunnen voeren.
4. ..beschikken over voldoende vaardigheden om de elektronische diensten uit te voeren
5. ..blijken ook daadwerkelijk in staat om doelgericht en zelfstandig de elektronische dienst te kunnen uitvoeren.
6. ..blijken alleen onzeker te zijn over hun eigen kunnen en zoeken bevestiging van hun eigen gedrag.
7. ..geven aan geleerd te hebben van de training.
8. ..hebben een positievere intentie tot gebruik van e-diensten na de training

4.3 Discussiepunten

De volgende punten van discussie dienen wel genoemd te worden bij het onderzoek. Een aantal respondenten gaf aan meer informatie te willen over het aanbod van de elektronische diensten. Dit zou erop kunnen duiden dat, hoewel aan de overige voorwaarden wel voldaan wordt, aan een van de belangrijkste voorwaarden voor het gebruik van elektronische diensten, namelijk kennis over het aanbod (van Dijk, Hanenburg, & Pieterse, 2006) niet voldaan wordt. Simpel gesteld, misschien weten veel bezoekers aan de balie niet dat hun dienst ook online uitgevoerd kan worden. Een tweede punt van discussie is dat veel van de conclusies cumulatief zijn. De meerderheid van de baliebezoekers heeft een dienst die ook elektronisch uitgevoerd kan worden en een meerderheid heeft geleerd van de training, etc. Het verband tussen al deze variabelen is echter geen 100% vandaar dat het daadwerkelijke potentieel van de training ook niet overschat moet worden. Helaas is het op basis van het gering aantal respondenten niet mogelijk om schattingen te geven van de effectiviteit van de training. Een laatste punt van discussie betreft het gegeven dat een meerderheid van de respondenten aangeeft het vaakst van de balie gebruik te maken, ook die respondenten die aan de training hebben deelgenomen. Sterker nog, de meeste respondenten zouden liever nog meer van de balie gebruik maken dan ze nu al doen. Het is goed mogelijk dat de respondenten uit gewoonte de balie bezoeken en dit is een sterke voorspeller van het kanaalkeuze gedrag, het is maar zeer de vraag of educatieve kanaalsturing kan helpen bij het overwinnen van de gewoontes. Daarnaast is het zelfs mogelijk dat de training zorgt voor een versterking van de keuze voor de balie. Men wordt daar immers goed geholpen en een positieve training kan zorgen voor een trigger om daar in de toekomst juist weer te komen.

4.4 Aanbevelingen

Op basis van het onderzoek kunnen de volgende aanbevelingen worden geformuleerd:

- De IB-Groep zou de doelgroep meer bevestiging moeten geven over het succes van het gebruik van e-diensten. Dit zou wellicht op de volgende wijzen kunnen:
 - Door sms, e-mail of twitter bevestiging geven van het succesvol uitvoeren van een diensten
 - Door op de website meer feedback te geven op het gedrag.
- De training zou verder doorgevoerd kunnen worden, maar het accent zou daarbij moeten liggen op het reduceren van onzekerheid en het geven van bevestiging. Bijvoorbeeld door middel van zuilen in de kantoren waar de klant zelfstandig de dienst uitvoert en de medewerker alleen maar een ‘eindcontrole’ uitvoert.
- Meer communiceren over de mogelijkheden van elektronische diensten, vanwege de onwetendheid en behoefte van de respondenten.
- Wat betreft kanaalsturing kan ook nog overwogen worden de balie minder toegankelijk te maken omdat de doelgroep in principe goed overweg kan met de elektronische diensten.
- Het verbeteren van de telefonische dienstverlening, omdat dat het enige ervaren minpunt is in de huidige (traditionele) dienstverlening.
- De website kan duidelijker, wellicht hangt dit samen met de onzekerheid van de doelgroep.
- Promoot het gebruik van DigiD meer onder de doelgroep, vanwege het geringe percentage respondenten dat over een DigiD beschikt en deze wel nodig heeft voor de (elektronische) dienst.

Wat betreft vervolgonderzoek kunnen de volgende aanbevelingen gedaan worden:

- Breng in kaart wat de doelgroep (baliebezoeker) wel en niet weet over de elektronische dienstverlening, zodat daarover gericht gecommuniceerd kan worden.
- Breng (grootschalig) in kaart wat de effecten zijn van deze vorm van kanaalsturing op de andere kanalen om vast te stellen wat de werkelijke invloed van de training is.
- Experimenteer met wijzen waarop de onzekerheid gereduceerd en het vertrouwen van de doelgroep rondom elektronische diensten verhoogd kan worden.
- Breng statistisch in kaart wat de invloeden zijn van de hier bestudeerde variabelen op het succes van de training en het gebruik van de elektronische diensten, zodat voorspellingen gedaan kunnen worden over de effectieve veranderingen in kanaalgebruik en intentie tot gebruik van de doelgroep na de training.

Referenties

- Bressers, J. T. A., & Klok, P. J. (1987). *Een voorlopige instrumententheorie van het milieubeleid* (2e, enigszins gew. dr. ed.). 's-Gravenhage: Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer.
- Curran, J. M., & Meuter, M. L. (2005). Self-service technology adoption: comparing three technologies. *Journal of Services Marketing*, 19, 103-113.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 318.
- Pieterse, W. (2009). *Channel Choice; Citizens' Channel Behavior and Public Sector Channel Strategy*. Unpublished Dissertation, University of Twente, Enschede.
- Reinders, M. J., Dabholkar, P. A., & Frambach, R. T. (2008). Consequences of Forcing Consumers to Use Technology-Based Self-Service. *Journal of Service Research*, 11(2), 107-123.
- Teerling, M., & Pieterse, W. (2008a). *Kanaalgebruik*. Enschede: Telematica Instituut.
- Teerling, M., & Pieterse, W. (2008b). *Kanaalsturing*. Enschede: Telematica Instituut.
- Teerling, M., & Pieterse, W. (2009). *Government Multichannel Marketing; How to seduce citizens to the web channels?* Paper presented at the HICCS.
- van Dijk, J. A. G. M., Hanenburg, M., & Pieterse, W. (2006). *Gebruik van Nederlandse Elektronische Overheidsdiensten in 2006 (Use of Dutch Electronic Government Services in 2006)*. Enschede: University of Twente.
- van Woerkum, C., & van Meegeren, P. (1999). *Basisboek communicatie en verandering*. Amsterdam: Boom.

Bijlage 1. Vragenlijst conditiecheck

IBG baliescan / pilot e-assistentie aan de balie – Opzet Vragenlijst

Selectievragenlijst De informatiebeheergroep is continu bezig met het verbeteren van de dienstverlening. In het kader daarvan doen we op dit moment een onderzoek naar het gebruik van de website en het bezoek aan de servicekantoren van de IB-Groep. Onder de deelnemers aan het onderzoek verloten we drie iPod nano's.

01 Mag ik u in het kader daarvan een paar korte vragen stellen?

- Ja (à vraag 2)
 Nee (à einde)

Meerdere aankruisen mag

02 Wat is de reden of aanleiding dat u contact zoekt?

Wijzigen	Aanvragen/opgeven	Stopzetten	Weten
Lening <input type="checkbox"/>	Studiefinanciering <input type="checkbox"/>	Studiefinanciering <input type="checkbox"/>	
Collegekrediet <input type="checkbox"/>	Tegemoetkoming scholieren <input type="checkbox"/>	Tegemoetkoming scholieren <input type="checkbox"/>	
OV Kaart <input type="checkbox"/>	Lening <input type="checkbox"/>	Lening <input type="checkbox"/>	
Partner of eenoudertoeslag <input type="checkbox"/>	Collegekrediet <input type="checkbox"/>	Collegekrediet <input type="checkbox"/>	
Tegemoetkoming Ouders <input type="checkbox"/>	OV Kaart <input type="checkbox"/>	OV Kaart <input type="checkbox"/>	
Tegemoetkoming Overig <input type="checkbox"/>	Partner of eenoudertoeslag <input type="checkbox"/>	Partner of eenoudertoeslag <input type="checkbox"/>	
Opleiding of onderwijsinstelling <input type="checkbox"/>	Tegemoetkoming Ouders <input type="checkbox"/>	Tegemoetkoming Ouders <input type="checkbox"/>	
Einddatum studie <input type="checkbox"/>	Tegemoetkoming Overig <input type="checkbox"/>	Tegemoetkoming Overig <input type="checkbox"/>	Tegemoetkoming Overig <input type="checkbox"/>
Nieuw rekeningnummer <input type="checkbox"/>	DigiD Account <input type="checkbox"/>		Brief onjuist/onduidelijk <input type="checkbox"/>
Persoonsgegevens overig <input type="checkbox"/>	Studiekeuze <input type="checkbox"/>		Status proces (aanvraag/wijziging etc.) <input type="checkbox"/>
Woonsituatie <input type="checkbox"/>	Diploma opvragen <input type="checkbox"/>		Uitbetaling <input type="checkbox"/>
Overig <input type="checkbox"/>	Overig <input type="checkbox"/>		Terugbetaling <input type="checkbox"/>
			Algemeen <input type="checkbox"/>
			Overig <input type="checkbox"/>

Zelf inschatten of de klant het probleem via de Balie, website of Mijn IBG moet oplossen

Is de klant geschikt voor de pilot

- Ja, website (à vraag 3a)
 Ja, Mijn IBG (à vraag 3b)
 Nee (à [B] vraag 6)

3a Hebt u de beschikking over een pc met internettoegang?

- Ja (à [W] vraag 5)
 Nee (à [B] vraag 6)

3b Hebt u de beschikking over een pc met internettoegang?

- Ja (à vraag 4a)
 Nee (à [B] vraag 6)

4a Hebt u de beschikking over een DigiD?

- Ja (à vraag 4b)
 Nee (à [D] vraag 5)

4b Heeft uw DigiD de mogelijkheid tot sms authenticatie (midden niveau)?

- Ja (à vraag 4c)
 Nee (à [B] vraag 6)

4c Hebt uw inloggegevens van uw DigiD bij u?

- Ja (à [M] vraag 5)

Nee (à [B] Vraag 6)

05 Bent u bereid mee te werken aan een "mini e-training" waarin we u laten zien hoe u met behulp van de computer gebruik kunt maken van de dienstverlening van de IB Groep of een DigiD kunt aanvragen?

Ja (à vraag 6)
 Nee (à vraag 6)

06 Mogen we u over een aantal weken via e-mail benaderen met een vragenlijst over de dienstverlening van de IB groep?

Ja (à vraag 7)
 Nee (à vraag 7)

07 Voor het onderzoek wil ik u om uw correspondentienummer en/of uw e-mail adres vragen.

Noteren

Correspondentienummer _____
E-mail _____

[Einde] Klant danken voor tijd en verder helpen aan balie of in pilot

[B] = Balieconditie, klant wordt aan de balie geholpen

e-assistentiegroep [D] = DigiD conditie, klant gaat DigiD aanvragen

e-assistentiegroep [W] = Website conditie, klant gaat via website informatie zoeken

e-assistentiegroep [M] = Mijn IB-Groep conditie, klant gaat via Mijn IB-Groep transactie doen

Bijlage 2. Vragenlijst training

IBG baliescan / pilot e-assistentie aan de balie – Opzet Vragenlijst

Checklist training Baliemedewerker noteert de eerste 3 vragen voordat klant naar de training gaat.

01 Voor het onderzoek wil ik u om uw correspondentienummer en/of uw e-mail adres vragen.
Correspondentienummer

02 Conditie (zie laatste scherm online checklist balie) Website
 Mijn IBG
 DigiD aanvragen

Meerdere aankruisen mag

03 Wat is de reden of aanleiding dat u contact zoekt?

Wijzigen	Aanvragen/opgeven	Stopzetten	Weten
Lening <input type="checkbox"/>	Studiefinanciering <input type="checkbox"/>	Studiefinanciering <input type="checkbox"/>	
Collegekrediet <input type="checkbox"/>	Tegemoetkoming scholieren <input type="checkbox"/>	Tegemoetkoming scholieren <input type="checkbox"/>	
OV Kaart <input type="checkbox"/>	Lening <input type="checkbox"/>	Lening <input type="checkbox"/>	
Partner of eenoudertoeslag <input type="checkbox"/>	Collegekrediet <input type="checkbox"/>	Collegekrediet <input type="checkbox"/>	
Tegemoetkoming Ouders <input type="checkbox"/>	OV Kaart <input type="checkbox"/>	OV Kaart <input type="checkbox"/>	
Tegemoetkoming Overig <input type="checkbox"/>	Partner of eenoudertoeslag <input type="checkbox"/>	Partner of eenoudertoeslag <input type="checkbox"/>	
Opleiding of onderwijsinstelling <input type="checkbox"/>	Tegemoetkoming Ouders <input type="checkbox"/>	Tegemoetkoming Ouders <input type="checkbox"/>	
Einddatum studie <input type="checkbox"/>	Tegemoetkoming Overig <input type="checkbox"/>	Tegemoetkoming Overig <input type="checkbox"/>	Tegemoetkoming Overig <input type="checkbox"/>
	DigiD Account <input type="checkbox"/>		Brief onjuist/onduidelijk <input type="checkbox"/>
	Studiekeuze <input type="checkbox"/>		Status proces (aanvraag/wijziging etc.) <input type="checkbox"/>
Nieuw rekeningnummer <input type="checkbox"/>	Diploma opvragen <input type="checkbox"/>		Uitbetaling <input type="checkbox"/>
Persoonsgegevens overig <input type="checkbox"/>			Terugbetaling <input type="checkbox"/>
Woonsituatie <input type="checkbox"/>			Algemeen <input type="checkbox"/>
Overig <input type="checkbox"/>	Overig <input type="checkbox"/>	Overig <input type="checkbox"/>	Overig <input type="checkbox"/>

Medewerker training haalt klant bij de balie op. Geef hem/haar dit formulier met bovenstaande vragen ingevuld.

04 Noteer de begintijd van de training

Geef de klant een korte introductie met betrekking de conditie (website ibg, mijnibg of digid).

www.ib-groep.nl	Mijnibg.nl	www.digid.nl
Het adres De navigatiestructuur Vraag en antwoord module	Het adres Inloggen Raadplegen eigen gegevens Transacties uitvoeren	Het adres De rol (burger of etc.) Soorten DigiD Procedure voor de aanvraag Vraag en antwoord module

Laat klant een tweetal minuten zelf proberen zijn probleem op te lossen. Evalueer de klant op de volgende vaardigheden.

	Heel goed	Goed	Neutraal	Slecht	Heel slecht
05 Operationele vaardigheden (knoppenkennis, openen websites, vooruit- en terug kunnen surfen, gebruiken hyperlinks, invullen zoekwoorden, uitvoeren zoekopdracht, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formele vaardigheden (navigeren, gebruiken menu's, behouden gevoel oriëntatie, mate van switchen richting homepage)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Informatie vaardigheden (definiëren zoekwoorden, informatie kunnen vinden, doelgericht te werk gaan etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Strategische vaardigheden (oriënteren op doel, juiste beslissingen nemen, verschillende bronnen kunnen combineren, beslissingen kunnen nemen op basis van informatie) [waarschijnlijk niet relevant]	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

06 Geef aan in welke mate je de volgende stellingen van toepassing vindt op de klant.

	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Neutraal	Mee eens	Helemaal mee eens
De klant bereikt gericht – zonder al teveel rondklikken – het einddoel.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De klant heeft zelfstandig zijn/haar probleem opgelost.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De klant lijkt goed in staat om de elektronische dienstverlening te gebruiken.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De klant raakt niet gefrustreerd bij het gebruik van de elektronische dienstverlening.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De klant blijft kalm en beheerst tijdens het gebruik van de elektronische dienstverlening.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Bepaal na twee minuten of de klant hulp nodig.

07 De klant heeft na twee minuten hulp nodig bij het oplossen van zijn/haar probleem.

- Ja
 Nee

Indien ja → help de klant bij het oplossen van zijn /haar probleem.

Indien nee → stel de klant de volgende laatste vragen.

08 Noteer de eindtijd van de training

09 Vraag de klant in welke mate hij/zij het eens is met de volgende stellingen: (eventueel zelf laten invullen of als eindvragenlijst)

	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Neutraal	Mee eens	Helemaal mee eens
Ik vond de training nuttig.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik heb van de training geleerd.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik ben tevreden over de training.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik ben tevreden over de elektronische dienstverlening.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De volgende keer dat ik de IBG nodig heb, zal ik eerst gebruik maken van de digitale dienstverlening.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

[Einde] Klant danken voor tijd en flyer van het onderzoek meegeven.

Bijlage 3. Posttraining vragenlijst

IBG baliescan / post training vragenlijst

Korte introductie over de vragenlijst/pilot

Deel A

■ Evaluatie training (alleen voor deelnemers aan de training)

	Heel goed	Goed	Neutraal	Slecht	Heel slecht
01 Wat is uw algemene oordeel over de training	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
02 Kunt u aangeven in hoeverre u het eens bent met onderstaande stellingen?	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Neutraal	Mee eens	Helemaal mee eens
Ik heb van de training geleerd.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Door de training heb ik een beter begrip van de elektronische diensten van de IBG / DigiD	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Door de training heb ik meer zelfvertrouwen op het gebied van elektronische diensten gekregen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Door de training ben ik beter in staat om met de elektronische dienstverlening te werken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik heb door de training meer vertrouwen gekregen in de elektronische dienstverlening	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik ben tevreden over de training.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De medewerker van de IB-Groep die de training gaf was vriendelijk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De IB-Groep zou vaker dit soort trainingen moeten aanbieden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Door de training ben ik van plan om elektronische diensten te gaan gebruiken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
01 In hoeverre spelen onderstaande aspecten een rol bij uw keuze om geen (of weinig) gebruik te maken van de elektronische diensten van de Ib-Groep?	Helemaal niet	Niet	Neutraal	Wel	Helemaal wel
Ik wist niet hoe ik moest inloggen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik wist niet hoe ik de dienst online moest uitvoeren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik heb geen vertrouwen in elektronische diensten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik heb geen behoefte aan elektronische diensten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik krijg graag bevestiging van een medewerker aan de balie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik heb liever persoonlijk contact	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik begrijp de website niet.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14 Zijn er dingen die de IB-groep zou kunnen doen om u meer van elektronische diensten gebruik te laten maken?	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/>				
03 Heeft u nog op- en aanmerkingen ten aanzien van de training?	<hr/> <hr/> <hr/>				

Deel B

■ Intentie en gebruik (voor iedereen)



02	Kunt u aangeven in hoeverre u het eens bent met de volgende stellingen?	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Neutraal	Mee eens	Helemaal mee eens
	Elektronische diensten zijn nuttig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Het gebruik van elektronische diensten gaat sneller dan via de traditionele kanalen (zoals de balie)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Het leren gebruiken van elektronische diensten is gemakkelijk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Elektronische diensten zijn een verbetering van de dienstverlening	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Elektronische diensten zijn gebruiksvriendelijk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Het gebruik van elektronische diensten bespaart mij tijd.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Het is goed dat de overheid elektronische diensten aanbiedt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Het gebruik van elektronische diensten is duidelijk en begrijpbaar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	De volgende keer dat ik de IBG nodig heb, zal ik eerst gebruik maken van de digitale dienstverlening.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Deel C

Evaluatie Dienstverlening IB-Groep (voor iedereen)

01	Kunt u aangeven in hoeverre u het eens bent met de volgende stellingen?	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Neutraal	Mee eens	Helemaal mee eens
	De IB-Groep levert goede dienstverlening	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	In vergelijking met andere (overheids)organisaties is de dienstverlening van de IB-Groep goed.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Ik vertrouw de IB-groep	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	De dienstverlening van de IB-Groep voldoet aan mijn verwachtingen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13	Hoe beoordeelt u...	Zeer slecht	slecht	Slecht noch goed	Goed	Zeer goed
	De openingstijden van het kantoor van de IB-Groep
	De afstand tot het kantoor van de IB-Groep
	De wachttijden aan de telefoon van de IB-Groep
	De kwaliteit van de website van de IB-Groep
	De vindbaarheid van informatie op de website van de IB-Groep
	Het aanbod van diensten op de website van de IB-Groep
	De vriendelijkheid van medewerkers van de IB-Groep

15 Zijn er zaken die de IB-groep zou kunnen doen om de elektronische dienstverlening te verbeteren?

16 Zijn er zaken die de IB-groep zou kunnen doen om de dienstverlening in het algemeen te verbeteren?

Deel D

Kanaalgebruik & Algemeen (voor iedereen)

	Helemaal niet ervaren	Niet ervaren	Neutraal	Ervaren	Heel erg ervaren
1 Kunt u aangeven hoe ervaren u zichzelf vindt in het gebruik van het Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 Gebruikt u internet maandelijks, wekelijks of dagelijks?	<input type="checkbox"/> Maandelijks <input type="checkbox"/> Meerdere keren per maand <input type="checkbox"/> Wekelijks <input type="checkbox"/> Meerdere keren per week <input type="checkbox"/> Dagelijks <input type="checkbox"/> Meerdere keren per dag <input type="checkbox"/> Weet niet				
3 Welk kanaal gebruikt u in het algemeen het <u>vaakst</u> voor contacten met de overheid?	Balie	Telefoon	Website	E-mail	Post
4 Welk kanaal gebruikt u in het algemeen het <u>liefst</u> voor contacten met de overheid?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5 Kunt u een algemeen rapportcijfer geven over wat u op dit moment van de elektronische diensten van de overheid vindt?	_____				
6 Wat is uw geslacht	<input type="checkbox"/> Man <input type="checkbox"/> Vrouw				
7 Wat is uw hoogst afgeronde opleiding?	<input type="checkbox"/> Basisonderwijs <input type="checkbox"/> LBO/ULO/MAVO <input type="checkbox"/> HAVO/VWO/MBO <input type="checkbox"/> HBO/UNIVERSITEIT <input type="checkbox"/> Geen Antwoord				