



Samenvatting Klanttevredenheidsonderzoek 2013 Facilitair Bedrijf UT

Het Facilitair Bedrijf heeft in oktober van 2013 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	12

CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN

Het Facilitair Bedrijf (FB) van de Universiteit Twente heeft in oktober 2013 voor de derde maal een intern klanttevredenheidsonderzoek uitgevoerd, dit keer in samenwerking met het ICT-Servicecentrum (ICTS) en de afdeling Archivering van Bibliotheek en Archief (B&A).

Het FB is door de interne klanten met een 6,92 beoordeeld. In 2011 werd het FB beoordeeld met een 6,85, en in 2009 met een 6,93. Een stabiele mate van tevredenheid door de tijd.

Ten opzichte van de meting in 2011 is er een toename van tevredenheid bij zowel de gebouwgerelateerde aspecten, de servicedesks, de multifunctionals en inkoop. De koffie wordt aanzienlijk lager gewaardeerd.

Ten opzichte van de benchmark (Facility Non-Profit) blijft het FB iets achter als het gaat om de multifunctionals, schoonmaak en afval en de warme dranken automaten.

Een meerderheid van de klanten geeft aan dat het FB van toegevoegde waarde is voor het werk/studie. Echter, is de overtuiging waarmee dit wordt aangegeven nog onvoldoende (resultaat $\leq 60\%$). Tevens ligt er een kans bij de helderheid en kwaliteit van de informatieverstrekking van het diensten-ABC op de website, met name voor de medewerkers is dit nog onvoldoende.

De klanten hebben in het onderzoek ook aangegeven wat zij belangrijk vinden. Indien de mate van belang afgezet wordt tegen de mate van tevredenheid dan zijn vooral de kwaliteit van de koffie, de responstijd op vragen/klachten over de multifunctionals en het aantal fietsenstallingen belangrijke verbeterpunten.

Verbeterpunten die voor de studenten belangrijk zijn, zijn de huishoudelijke en technische ondersteuning in de collegezalen, de locatie van de fietsenstalling en de kwaliteit van de multifunctionals.

Daarnaast vragen de medewerkers verbetering van het inkooptraject, zowel bij bestel als bij tactisch. Het gaat hierbij met name om de opvolging/afhandeling van bestellingen (bestel), het nakomen van afspraken en het vertalen van wensen en behoeften door Inkoop (tactisch). Een deel van deze aspecten behoren tot die succesgebieden waar de beleving van de eindgebruiker en de FB-medewerkers sterk verschillen.

Het is van belang dat het FB bepaalt hoe zij zich wil positioneren binnen de Universiteit Twente. Gaat het om onzichtbare ondersteuning of juist om het zijn van een zichtbare partner die de verwachtingen van de klant overtreft? Vanuit deze keuze kan het raamwerk worden opgesteld voor de verbeterlagen die gemaakt kunnen worden.

Met de kennisname van de verbeterbehoeften van de klant is het belangrijk voor het FB om te bepalen op welke thema's zij zich wil richten, en hieraan prioriteit geeft.

Na deze oriëntatie dient de verbeterfocus verlegd te worden naar de gebouwen. Op dit niveau dient meer interactie met de klant te worden gezocht, en zelf een facility-reis te maken vanuit de ogen van de interne klant; ervaar mee hoe de klant welkom wordt geheten, de werkomgeving ervaart, ondersteuning in de werkzaamheden krijgt en studie- en drinkfaciliteiten gebruikt. Leer van wat er gebeurt op het moment, maar kijk juist ook naar de momenten ervoor en erna; het product kan niet altijd worden aangepast, maar wellicht de dienstverlening eromheen wel.

OPZET ONDERZOEK

Het FB heeft gezamenlijk met ICTS en Archivering in oktober 2013 haar derde klanttevredenheidsonderzoek gehouden onder haar gebruikers. Het onderzoek is online uitgevoerd door Integron. Van de 5508 medewerkers en studenten die zijn uitgenodigd om mee te werken aan dit onderzoek hebben in totaal 973 eindgebruikers deelgenomen (18%). Het spiegelonderzoek is door 60% van de medewerkers van het FB ingevuld. De verdeling van de respons is in onderstaande tabel weergegeven:

	2013			2011		
	In bestand	Respons	Respons %	In bestand	Respons	Respons %
Totaal	5508	973	18%	4532	1110	24%
Medewerkers	3008	883	29%	3033	989	33%
Algemeen	2759	770	28%			
Archivering	14	10	71%			
FB	112	61	54%			
ICTS	123	67	54%			
Studenten	2500	65	3%	1499	121	8%
Spiegelonderzoek	112	67	60%			

ONDERWERPEN

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

1. Gebouw- en terreingerelateerde voorzieningen
2. Servicedesk en Interne Dienst van het gebouw
3. Warme drankenautomaten
4. Collegezalen
5. Multifunctionals (print/copier)
6. Schoonmaak en afval
7. Inkoop (Bestel en Tactisch)
8. Post en Logistiek
9. Beveiliging

SEGMENTATIE

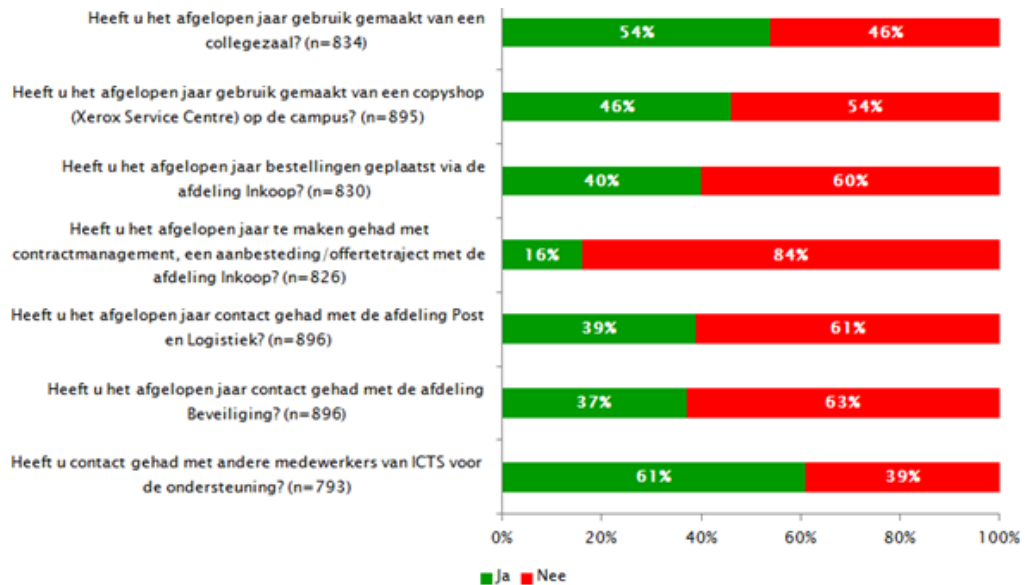
Het onderzoek is gesegmenteerd naar medewerkers versus studenten. In de rapportage zijn de resultaten per groep gebouwen (clusters) te vergelijken. De clusters zijn in 2013 als volgt onderverdeeld:

Cluster	Gebouw				
1	ITC				
2	Horst-complex	Hogedruklab*			
3	Nanolab	Carre	Waaier	Hal B	Zilverling*
4	Cubicus*	Citadel	Ravelijn		
5	Spiegel*	Vleugel	Paviljoen*	Garage*	
6	Bastille	Sportcentrum	Vrijhof		
7	Ander gebouw*				

* geeft aan dat het gebouw bij de vorige meting onder een ander cluster viel.

GEBRUIKERSPROFIEL

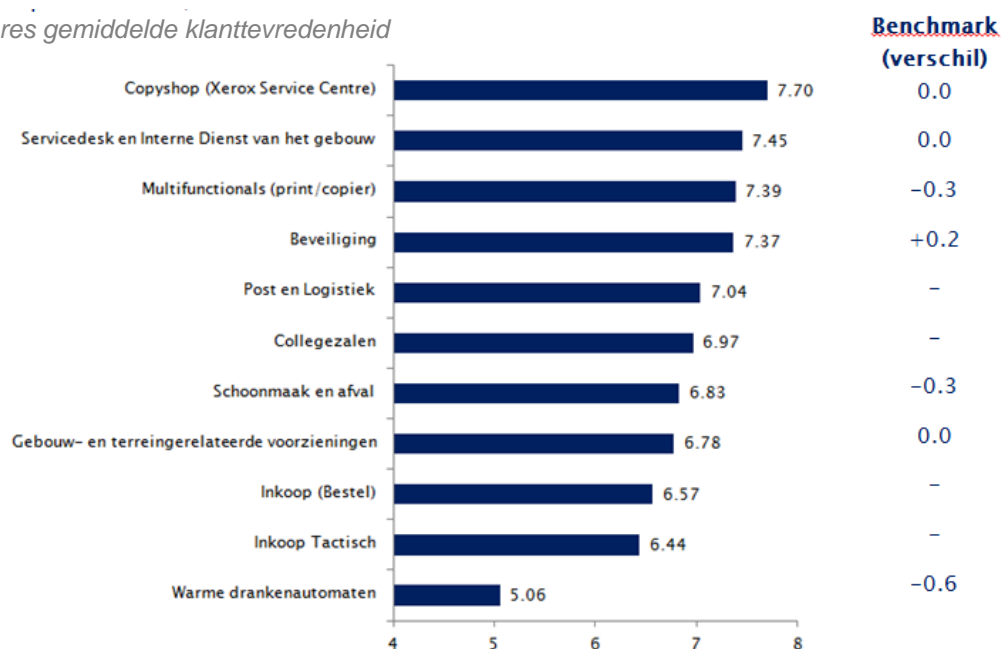
In onderstaande figuur staat het percentage respondenten weergegeven dat contact heeft gehad met of gebruik heeft gemaakt van diensten geleverd door het Facilitair Bedrijf. Indien een respondent 'Nee' heeft ingevuld, zijn de vragen betreffende dit onderwerp niet behandeld. Dit geeft onderstaand gebruikersprofiel.



RESULTATEN ONDERZOEK

De gemiddelde tevredenheid over de dienstverlening van het FB, uitgedrukt in een rapportcijfer, bedraagt een 6,92. Bijna de helft van de interne klanten (= verbeterpotentieel van 48%) heeft aangegeven dat de dienstverlening beter kan. In 2011 was het cijfer een 6,85, met een verbeterpotentieel van 49%.

Scores gemiddelde klanttevredenheid



Het meest tevreden is men over de copyshop (Xerox Service Centre), met name over de kwaliteit van de geleverde diensten van de copyshop (7.8).

Het minst tevreden zijn de interne klanten over warme drankenautomaten, met name over de kwaliteit van de koffie (smaak, temperatuur) (3.5). De tevredenheid over de kwaliteit is sinds de vorige meting ook aanzienlijk gedaald (-1.2).

Verschillen 2013-2011 op indicatorniveau

	2013	2011	Vershil
Gemiddelde tevredenheid	6.9	-	-
Gebouw- en terreingerelateerde voorzieningen	6.8		
Locatie van de fietsenstallingen	7.2	6.6	0.6
Groenvoorziening rondom het gebouw	7.6	6.8	0.8
Servicedesk en Interne Dienst van het gebouw	7.5		
Nakomen van afspraken door Servicedesk / Interne Dienst	7.6	6.9	0.7
Multifunctionals (print/copier)	7.4		
Kwaliteit multifunctionals in uw gebouw	7.8	7.0	0.8
Inkoop (Bestel)	6.6		
Bereikbaarheid van de afdeling Inkoop aangaande bestellingen	7.1	6.3	0.8
Inkoop Tactisch	6.4		
Vertaling van uw wensen/behoefte t.b.v. een inkooptraject door de afdeling Inkoop	6.4	5.6	0.8
Nakomen afspraken door de afdeling Inkoop t.b.v. contractmanagement en/of inkooptraject	6.5	5.6	0.9
	2013	2011	Vershil
Warme drankenautomaten	5.1		
Kwaliteit van de koffie (smaak, temperatuur)	3.5	4.7	-1.2

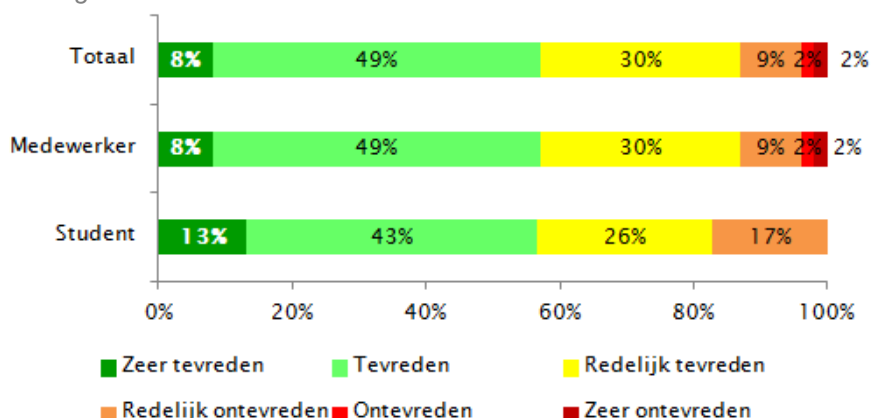
TEVREDENHEID MEDEWERKER VERSUS STUDENT

Op totaal niveau is er weinig verschil in waardering door medewerkers en studenten. Medewerkers zijn 0.1 punt meer tevreden dan de studenten (6.9 vs. 6.8).

Deze hogere tevredenheid komt met name door een betere waardering van de copyshop (7.8 vs. 6.8) en de multifunctionals (7.4 vs. 6.5). Ook over de Post en Logistiek zijn de medewerkers meer tevreden (7.1 vs. 6.5).

Over de warme dranken automaten zijn de studenten meer tevreden, hoewel ook bij deze groep respondenten de automaten een lage waardering krijgen (5.6 v. 5.0).

Beleving van de tevredenheid medewerkers versus studenten



TEVREDENHEID PER GEBOUWCLUSTER

De gemiddelde tevredenheid per cluster varieert tussen een 7.2 en een 6.7.

	Totaal n=912	Cluster 1 n=54	Cluster 2 n=195	Cluster 3 n=223	Cluster 4 n=194	Cluster 5 n=178	Cluster 6 n=84	Cluster 7 n=45
Gemiddelde tevredenheid	6.9	7.2	6.7	6.9	7.0	7.2	6.8	6.9
Gebouw- en terreingerelateerde voorzieningen	6.8	8.3	6.8	6.5	6.7	6.8	6.9	6.7
Servicedesk en Interne Dienst van het gebouw	7.5	6.8	7.1	7.6	7.7	7.9	6.9	7.5
Warme drankenautomaten	5.1	6.8	4.9	5.1	4.8	5.4	4.6	4.0
Collegезalen	7.0	6.3	6.6	6.9	7.3	7.6	7.4	7.3
Multifunctionals (print/copier)	7.4	6.5	7.3	7.3	7.5	7.9	7.3	7.4
Copyshop (Xerox Service Centre)	7.7	8.6 *	7.5	7.8	7.8	8.1	7.9	7.9
Schoonmaak en afval	6.8	7.4	6.7	6.8	6.8	6.9	6.6	7.1
Inkoop (Bestel)	6.6	6.1	6.2	6.2	7.3	7.2	7.1	6.9
Inkoop Tactisch	6.4	5.6 *	6.2	5.7	7.1	7.3	7.3 *	6.0 *
Post en Logistiek	7.0	6.8	6.5	7.3	7.3	7.6	6.8	6.9
Beveiliging	7.4	8.7 *	7.0	7.3	7.2	7.7	7.5	7.2

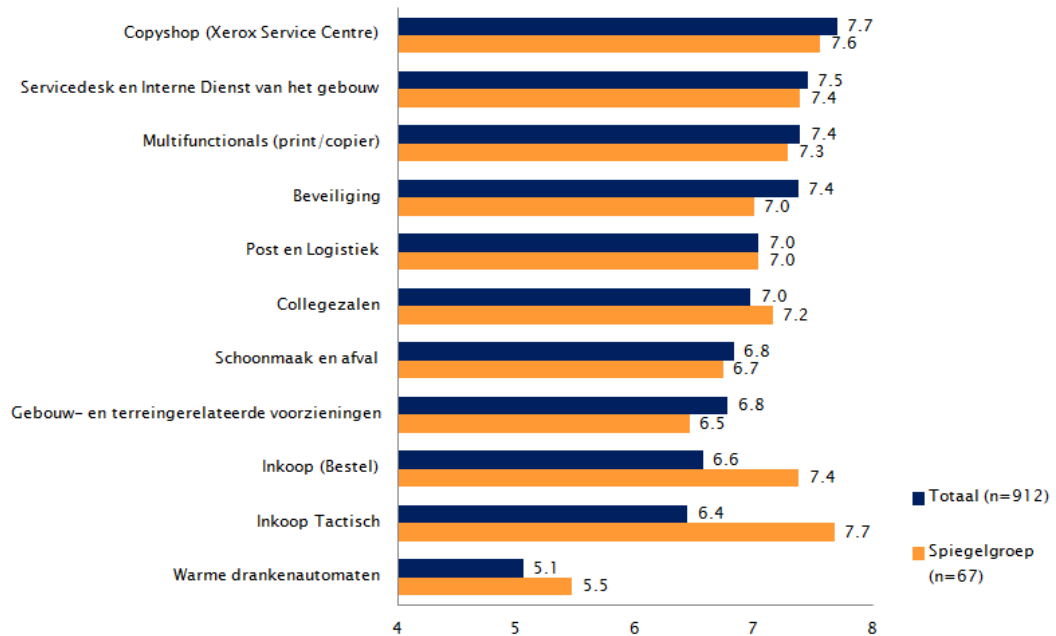
Cluster	Gebouw
1	ITC
2	Horst-complex Hogedruklab*
3	Nanolab Carre Waaier Hal B Zilverling*
4	Cubicus* Citadel Ravelijn
5	Spiegel* Vleugel Paviljoen* Garage*
6	Bastille Sportcentrum Vrijhof
7	Ander gebouw*

Binnen cluster 1 (ITC) en 5 (Spiegel, Vleugel, Paviljoen, Garage) is men het meest tevreden. Opvallend zijn de resultaten binnen cluster 1 voor wat betreft de gebouw- en terreingerelateerde voorzieningen, de warme dranken automaten, de collegezalen en inkoop.

Bij cluster 2 (Horstcomplex) is men het minst tevreden over de dienstverlening. De servicedesk wordt minder goed beoordeeld, de collegezalen en de beveiliging kennen hier ook een lager tevredenheidcijfer. Samen met cluster 3 (Nanolab, Carré, Waaier, Hal B, Zilverling) zijn zij het minst tevreden over inkoop, zowel Bestel als Tactisch.

TEVREDENHEID INTERNE KLANTEN VERSUS SPIEGELGROEP (FB-medewerkers)

Gemiddelde score door interne klanten: 6.9
 Gemiddelde score door FB-medewerkers: 7,00



Ondanks de kleine overschatting in tevredenheid komt het beeld van de spiegelgroep redelijk overeen met de tevredenheid van de interne klanten van het FB.

Opvallend zijn de resultaten voor:

- warme drankenautomaten (-0.4)
- inkoop (bestel) (-0.8)
- inkoop tactisch (-1.2).

KLANTVERWACHTINGEN

De interne klanten hechten het meeste belang aan de kwaliteit van de schoonmaak van het sanitair. Daarnaast wordt, evenals in 2011, de ondersteuning in de collegezalen als belangrijk ervaren

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).

	Belang	Tevredenheid	Verbeterpotentieel
Kwaliteit schoonmaak sanitair in het gebouw	1.52	6.9	54%
Huishoudelijke (Facilitaire) en technische ondersteuning in de collegezaal (apparatuur, middelen, orde en netheid)	1.56	6.8	54%
Kwaliteit multifunctionals in uw gebouw	1.61	7.8	28%
Opvolging / afhandeling van bestellingen door de afdeling Inkoop	1.64	6.1	67%
Kwaliteit van de koffie (smaak, temperatuur)	1.67	3.5	93%
Responstijd op vragen of klachten over multifunctionals in uw gebouw	1.70	6.7	57%
Nakomen van afspraken door Servicedesk / Interne Dienst	1.71	7.6	37%
Vertaling van uw wensen/behoefte t.b.v. een inkooptraject door de afdeling Inkoop	1.71	6.4	59%
Aantal fietsenstallingen	1.75	6.4	59%
Nakomen afspraken door de afdeling Inkoop t.b.v. contractmanagement en/of inkooptraject	1.77	6.5	58%
Gemiddelde top 10 kernverwachtingen	1.65	6.5	55%

Het FB kent een gemiddeld verbeterpotentieel van 55% op de kernverwachtingen. Op basis daarvan is 55% als grenswaarde aangehouden voor het bepalen van verbeterpunten. Deze grenswaarde is gelijk aan het gemiddelde verbeterpotentieel op de kernverwachtingen. Het idee hierachter is namelijk dat de prestatie op de kernverwachtingen beter dient te zijn dan gemiddeld.

Aspecten met een verbeterpotentieel van $\geq 55\%$, vormen verbeterpunten.

- Inkoop (Bestel):
Opvolging/afhandeling van bestellingen door de afdeling Inkoop
- Inkoop (Tactisch):
Nakomen afspraken door de afdeling Inkoop t.b.v. contractmanagement en/of inkooptraject
- Vertaling van uw wensen/behoefte t.b.v. een inkooptraject door de afdeling Inkoop
- Warme drankenautomaten:
Kwaliteit van de koffie (smaak, temperatuur)
- Multifunctionals:
Responstijd op vragen of klachten over multifunctionals in uw gebouw
- Gebouw- en terreingelateerde voorzieningen:
Aantal fietsenstallingen

PRESTATIE OP KERNVERWACHTING MEDEWERKERS VERSUS STUDENT

De kernverwachtingen verschillen voor medewerkers en studenten.

In onderstaande tabel zijn de kernverwachtingen opgenomen. 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
		n=912	n=847	n=65
Gemiddelde top 10 kernverwachtingen		55%	55%	60%
Aspect is een verbeterpunt bij een verbeterpotentieel ≥		55%	55%	55%
Gebouw- en terreingerelateerde voorzieningen				
Aantal fietsenstallingen	9	59%	57%	79%
Locatie van de fietsenstallingen				64%
Onderhoud van het gebouw			53%	
Servicedesk en Interne Dienst van het gebouw				
Nakomen van afspraken door Servicedesk / Interne Dienst	7	37%	37%	39%
Warme drankenautomaten				
Kwaliteit van de koffie (smaak, temperatuur)	5	93%	93%	90%
Collegezalen				
Huishoudelijke (Facilitaire) en technische ondersteuning in de collegezaal (apparatuur, middelen, orde en netheid)	2	54%	52%	65%
Multifunctionals (print/copier)				
Kwaliteit multifunctionals in uw gebouw	3	28%	26%	62%
Responstijd op vragen of klachten over multifunctionals in uw gebouw	6	57%	56%	
Copyshop (Xerox Service Centre)				
Kwaliteit van de geleverde diensten van de copyshop				41%
Schoonmaak en afval				
Kwaliteit schoonmaak sanitair in het gebouw	1	54%	55%	45%
Inkoop (Bestel)				
Opvolging / afhandeling van bestellingen door de afdeling Inkoop	4	67%	67%	
Inkoop Tactisch				
Vertaling van uw wensen/behoefden t.b.v. een inkooptraject door de afdeling Inkoop	8	59%	59%	
Nakomen afspraken door de afdeling Inkoop t.b.v. contractmanagement en/of inkooptraject	10	58%		
Beveiliging				
Kwaliteit van de geboden dienstverlening door de afdeling Beveiliging				45%
Nakomen afspraken door de afdeling Beveiliging				29%

PRESTATIE OP KERNVERWACHTING PER CLUSTER

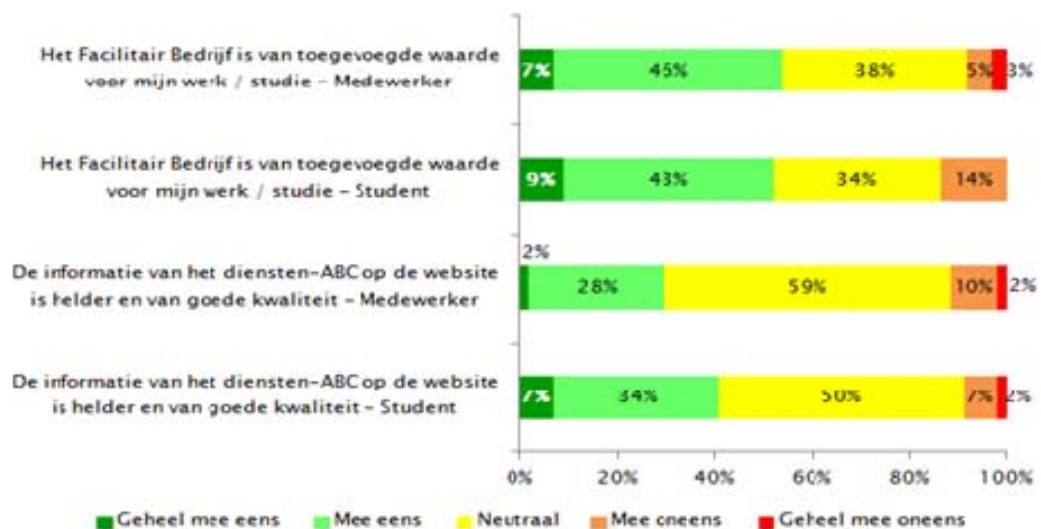
Hieronder staan de verbeterpunten per cluster weergegeven. De rood gemarkeerde verbeterpunten zijn de specifieke verbeterpunten voor deze groepen.

	#	Totaal	Cluster 1	Cluster 2	Cluster 3	Cluster 4	Cluster 5	Cluster 6	Cluster 7
		n=912	n=54	n=195	n=223	n=194	n=178	n=84	n=45
Gemiddelde top 10 kernverwachtingen		55%	53%	60%	49%	54%	50%	58%	56%
Aspect is een verbeterpunt bij een verbeterpotentieel ≥		55%	45%	55%	45%	45%	45%	55%	55%
Gebouw- en terreingereleerde voorzieningen									
Aantal fietsstallingen	9	59%		64%	63%	58%			78%
Onderhoud van het gebouw						54%	56%	68%	52%
Servicedesk en Interne Dienst van het gebouw									
Kwaliteit van de geboden dienstverlening door Servicedesk / Interne Dienst / Facilitair Teamleider			59%						
Verspreiding van post en goederen in het gebouw			58%						
Nakomen van afspraken door Servicedesk / Interne Dienst	7	37%	55%	48%	33%	27%	20%	61%	35%
Warme drankenautomaten									
Kwaliteit van de warme drankenautomaten (storingen, schoonmaak, bijvullen)							59%		
Kwaliteit van de koffie (smaak, temperatuur)	5	93%		96%		94%	94%	99%	97%
Collegезalen									
Huishoudelijke (Facilitaire) en technische ondersteuning in de collegezaal (apparatuur, middelen, orde en netheid)	2	54%	67%	60%	55%	50%		42%	41%
Opstelling en uitstraling van de medewerker collegezaalbeheer (herkenbaar, aanspreekbaar, beleefd)			67%						
Multifunctionals (print/copier)									
Kwaliteit multifunctionals in uw gebouw	3	28%	38%	28%	30%	30%	18%	35%	26%
Responstijd op vragen of klachten over multifunctionals in uw gebouw	6	57%		60%		54%	45%	54%	58%
Schoonmaak en afval									
Kwaliteit schoonmaak van uw eigen werkplek						57%			
Kwaliteit schoonmaak sanitair in het gebouw	1	54%	37%	56%	50%	54%	56%	69%	53%
Inkoop (Bestel)									
Bereikbaarheid van de afdeling Inkoop aangaande bestellingen			57%	62%	51%				
Opvolging / afhandeling van bestellingen door de afdeling Inkoop	4	67%	68%	76%	72%		56%		
Inkoop Tactisch									
Vertaling van uw wensen/behoefte t.b.v. een inkooptraject door de afdeling Inkoop	8	59%		67%	68%	64%			
Nakomen afspraken door de afdeling Inkoop t.b.v. contractmanagement en/of inkooptraject	10	58%			65%		55%		
Post en Logistiek									
Nakomen van afspraken door de afdeling Post en Logistiek							26%		
Beveiliging									
Bereikbaarheid en zichtbaarheid van de afdeling Beveiliging								46%	
Kwaliteit van de geboden dienstverlening door de afdeling Beveiliging								32%	53%
Opstelling en uitstraling van de beveiligingsmedewerkers (herkenbaar, aanspreekbaar, beleefd)			0% *						
Nakomen afspraken door de afdeling Beveiliging					40%			24%	60%

Cluster	Gebouw				
1	ITC				
2	Horst-complex	Hogedruklab*			
3	Nanolab	Carre	Waaier	Hal B	Zilverling*
4	Cubicus*	Citadel	Ravelijn		
5	Spiegel*	Vleugel	Paviljoen*	Garage*	
6	Bastille	Sportcentrum Vrijhof			
7	Ander gebouw*				

IMAGO EN INFORMATIEVOORZIENING

De stellingen die zijn voorgelegd aan de interne klant, geven inzicht in hoe het Facilitair Bedrijf wordt gezien als afdeling als het gaat om het bieden van toegevoegde waarde en het verschaffen van duidelijke, heldere informatie over het diensten-ABC op de website.



Geen van de bovengenoemde imago stellingen komt boven de 60%.

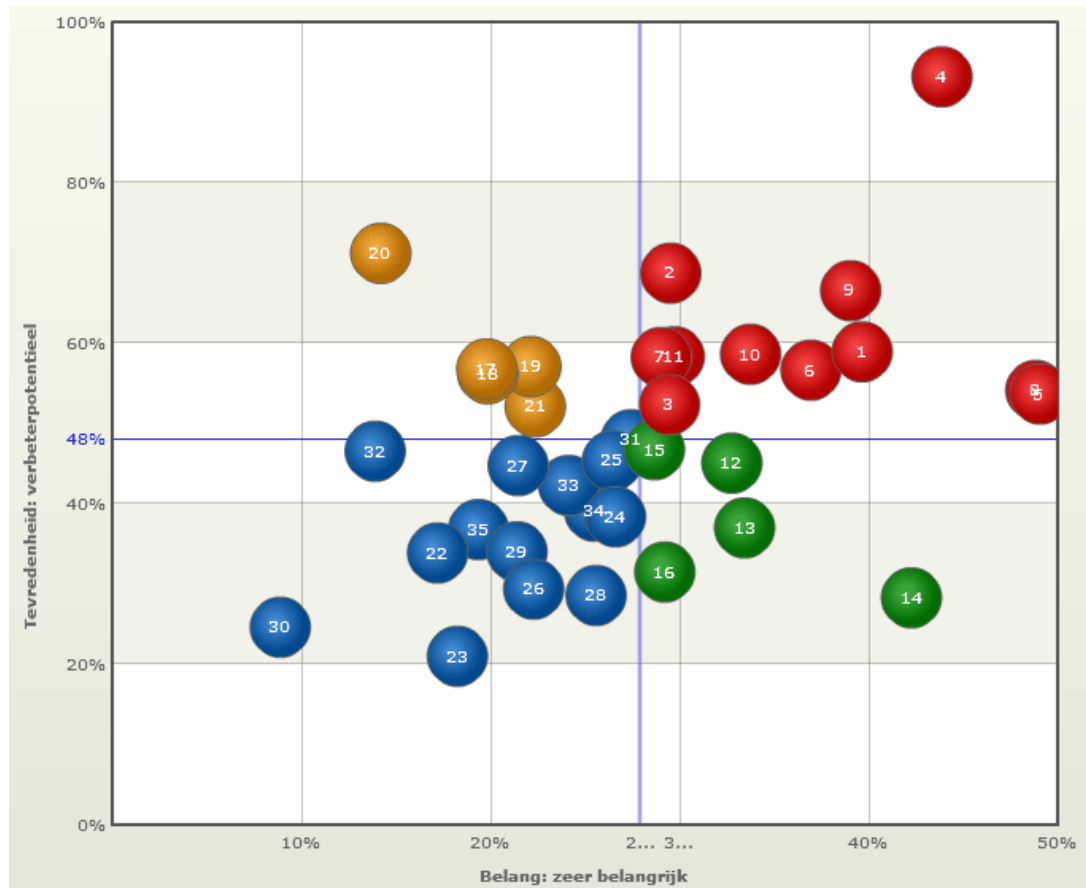
Het imago is het sterkst op het gebied van het bieden van toegevoegde waarde.

Minder sterk is het Facilitair Bedrijf wat betreft de kwaliteit en helderheid van de informatie van het diensten-ABC op de website.

Wat betreft beide imago stellingen, denken de medewerkers van de spiegelgroep dat de interne klanten een positiever beeld van het Facilitair Bedrijf hebben dan dat zij in werkelijkheid hebben.

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 rechstboven (rood) zijn de aspecten die eveneens door de klant belangrijk worden gevonden, maar waar men ontevreden over is.



LEGENDA TOTAAL

1	Aantal fietsenstallingen
2	Aantal parkeervoorzieningen voor auto's
3	Onderhoud van het gebouw
4	Kwaliteit van de koffie (smaak, temperatuur)
5	Huishoudelijke (Facilitaire) en technische ondersteuning in de collegezaal (apparatuur, middelen, orde en netheid)
6	Responstijd op vragen of klachten over multifunctionals in uw gebouw
7	Kwaliteit schoonmaak van uw eigen werkplek
8	Kwaliteit schoonmaak sanitair in het gebouw
9	Opvolging / afhandeling van bestellingen door de afdeling Inkoop
10	Vertaling van uw wensen/behoefte t.b.v. een inkooptraject door de afdeling Inkoop
11	Nakomen afspraken door de afdeling Inkoop t.b.v. contractmanagement en/of inkooptraject
12	Locatie van de fietsenstallingen
13	Nakomen van afspraken door Servicedesk / Interne Dienst
14	Kwaliteit multifunctionals in uw gebouw
15	Bereikbaarheid en zichtbaarheid van de afdeling Beveiliging
16	Nakomen afspraken door de afdeling Beveiliging
17	Locatie van de parkeervoorzieningen voor auto's
18	Informatie over het verloop van een aanvraag of melding
19	Kwaliteit van de warme drankenautomaten (storingen, schoonmaak, bijvullen)
20	Mogelijkheden tot afvalscheiding
21	Kwaliteit van de geboden dienstverlening door de afdeling Post en Logistiek
22	Groenvoorziening rondom het gebouw
23	Openingstijden Servicedesk / Gebouw
24	Kwaliteit van de geboden dienstverlening door Servicedesk / Interne Dienst / Facilitair Teamleider
25	Verspreiding van post en goederen in het gebouw
26	Opstelling en uitstraling van de servicedeskmedewerkers (herkenbaar, aanspreekbaar, beleefd)
27	Opstelling en uitstraling van de medewerker collegezaalbeheer (herkenbaar, aanspreekbaar, beleefd)
28	Kwaliteit van de geleverde diensten van de copyshop
29	Deskundigheid van de medewerkers van de copyshop
30	Opstelling en uitstraling van de schoonmaakmedewerkers (herkenbaar, aanspreekbaar, beleefd)
31	Bereikbaarheid van de afdeling Inkoop aangaande bestellingen
32	Bereikbaarheid van de afdeling Post en Logistiek
33	Nakomen van afspraken door de afdeling Post en Logistiek
34	Kwaliteit van de geboden dienstverlening door de afdeling Beveiliging
35	Opstelling en uitstraling van de beveiligingsmedewerkers (herkenbaar, aanspreekbaar, beleefd)

■ Actie ■ Verdedigen ■ Ontwikkelen ■ Uitbouwen