

PERSOONLIJKE EN WAARDEVOLLE DIENSTVERLENING

UWV wil graag dat de klant zijn eigen communicatiekanaal kan kiezen. Met de omnichannelbenadering zet de organisatie een stap in de goede richting. 'Primair voor ons blijven het gebruiksgemak van de kanalen en de tevredenheid van de klant.'





‘DE KLANT OP WEG HELPEN’

Maarten Burgering
Manager Business Management bij UWV

‘Omnichannel, het klinkt modieus, maar het is allemaal niet zo ingewikkeld hoor. Binnen de projecten van mijn team kijken we naar de begrippen ‘gemakkelijk’, ‘goed geholpen’ en ‘betrouwbaar’. We vragen onze klanten voortdurend wat ze van deze punten vinden en zien dat we op deze elementen nagenoeg altijd boven de 80% tevredenheid scoren. Ja, daar zijn we trots op.

Als een klant kan kiezen voor het communicatiekanaal van zijn eigen keuze helpt dat ook op deze scores en zullen deze verbeteren. Als UWV hoeven we geen enorme innovator te zijn, we willen op maat communiceren met de klant. Daar bewegen we voortdurend in mee en kunnen met pilots ook zaken testen als bijvoorbeeld een verbeterde zoekfunctie of zelfs een virtuele assistent op de website.

Het meten en weten van wat de klant wil en vindt is voor ons dusdanig belangrijk voor ons dat we een fysiek klantcentrum hebben ingericht op het hoofdkantoor. Daar gaan we face to face in gesprek met onze klanten over onze communicatie op de verschillende kanalen. Wat vinden zij er van? We testen hoe het voor hen is om met meer beelden en dus minder tekst te werken in onze communicatie, mobiele website, app, nieuwe brieven etc. We kijken bovendien live mee naar hun surfgedrag.

Vanuit onze positie willen we ons altijd in de klant verplaatsen. Wat is een logisch kanaal om informatie aan te bieden en hoe moet deze eruit zien? Een goed voorbeeld is de nieuwe wetgeving rond het geboorteverlof in 2022. Als K&S vinden wij dat we meer voor de klant moeten betekenen dan alleen die wet implementeren. We pakken ook onze verantwoordelijkheid om onze klanten op weg te helpen in de verschillende opties voor verlof die er straks zijn. Wat is slim voor mij? Zo maken we het persoonlijk en waardevol voor deze groep. Dat is onze taak!



'PERSOONLIJKE EN WAARDEVOLLE DIENSTVERLENING IS LEIDEND'

Mark Dillerop
formulemanager Digitale
Dienstverlening Klant en
Service

'Voor mij betekent omnichannel persoonlijke en waardevolle dienstverlening voor de klant; dienstverlening in een wereld die in hoog tempo digitaler wordt. Maar pas op: omnichannel staat niet uitsluitend voor digitaal. We sturen nog steeds heel veel enveloppen met brieven en ontvangen nog altijd heel veel enveloppen met formulieren. De klant verwacht dat ze deze - ook - digitaal in het portaal kunnen zien.

Bedenk dat anderen ons daar al in zijn voorgegaan. Bij de tandarts, huisarts, kapper en het ziekenhuis, kun je je persoonlijke dossier al inzien in een veilige digitale omgeving, afspraken maken en berichten sturen. Veilige en betrouwbare digitale dienstverlening die de analoge dienstverlening ondersteunt. Daarbij sturen en verbeteren we door analyse van de klantreis.

We hebben er inmiddels 18 in kaart in gebracht en daar komen inzichten uit hoe we de dienstverlening en het samenwerken elke dag beter kunnen maken. Intern, maar primair voor de klant.

Het uitdagende van omnichannel is dat er nog veel is te doen - die kanalen op elkaar afstemmen, vernieuwen en toegankelijk maken. Digitalere dienstverlening heeft daar prioriteit in. Uitdaging is om binnen onze eigen organisatie te zorgen dat die ambitie gedeeld wordt. Daarbij vergeten we de minder digivaardige klanten natuurlijk niet, maar evenzeer de minder digi-vaardige managers helpen we stappen te maken.

Een VNG-rapport over digivaardigheid laat zien dat mannen van middelbare leeftijd met een hoog inkomen tot een groep behoren die vaak minder digivaardig is. Digitalisering is meer dan ICT: het is een mindset, het is oog hebben voor user experience en dienstverlening die past in deze tijd. Kanalen die elkaar versterken, waarbij ook een betere samenwerking tussen divisies van UWV wordt gevraagd. We zullen dus iedereen mee moeten krijgen in dit proces.'



'KLANTEN WAARDEREN DE UWV APP'

Erik Breems
projectmanager Organisatie
Project Professionals Human
Resources Management

'In het eerste kwartaal van 2021 gaan we de UWV-app landelijk uitrollen. De applicatie is eigenlijk geboren in 2018 toen we met een grote landelijke storing kampten en bijvoorbeeld WW-klanten hun Inkomstenopgaven niet konden opsturen. De app helpt ons digitale portaal te ontlasten. Bovendien is de app een waardevolle toevoeging aan de dienstverlening van UWV. Klanten kunnen zaken regelen waar en wanneer zij willen.

We zijn nu nog bezig met een pilot waaraan 5000 klanten deelnemen, aangedragen door de districten Groningen, Utrecht-Flevoland en Noord-Holland Noord. Alle typen

klanten doen mee: mensen die al geruime klant bij UWV zijn en kersverse klanten. De waardering voor de app is hoog. We hebben hen gevraagd de app te beoordelen na het downloaden en instellen en na het invullen van de Inkomstenopgave. De resultaten tonen dat de app goed wordt gewaardeerd.

Het bouwen van de app heeft bijna twee jaar geduurd. Er wordt weleens gesteld dat de buurjongen een app kan bouwen in een paar maanden. Waarom kost het bij UWV dan meer tijd? De UWV-app bevat niet slechts één taak: we hebben het afgelopen jaar een snelweg gecreëerd die het mogelijk maakt verdere onderdelen aan te bouwen. Zo is er een verbinding met diverse systemen in het achterland gelegd, maar ook met Mijn UWV, zodat klanten hun mobiele apparaten zelf kunnen beheren. Dat vormt weer de basis voor de contactvoorkeuren in de toekomst. De klant kan zelf aangeven via welke kanalen hij of zij met UWV wil communiceren: brief, email, etc.

Op basis hiervan gaat de app live en biedt ze de klanten de mogelijkheid om de inkomstenopgave te sturen. Daarmee is deze eerste versie interessant voor mensen met een WW-uitkering of Ziektewet-uitkering tijdens of na de WW-uitkering. Er is nu een roadmap met verschillende ideeën om andere e-diensten via de app aan de klant aan te bieden. Dat gaat gebeuren in vervolgprojecten.'



'VOORTDUREND MET DE KLANT IN GESPREK BLIJVEN'

Annefleur Noom en Guy
Heesakker

Annefleur Noom: 'Op ons kantoor in Amsterdam Sloterdijk beschikken we sinds september 2020 over een Klantcentrum waar klanten van UWV, maar ook bijvoorbeeld mensen uit werkgevershoek hun mening over onze dienstverlening kunnen geven. Klanten kunnen zich daar voor aanmelden. Momenteel doen we dat natuurlijk digitaal door de Coronacrisis, maar het heeft onze voorkeur die gesprekken straks weer fysiek te voeren.

We testen bijvoorbeeld nieuwe formulieren op hun gebruiksvriendelijkheid. Of brieven op de leesbaarheid. Ook spreken we

over de persoonlijke dienstverlening van UWV en welke verwachtingen mensen daarbij hebben. Dat doen we door één-op-één gesprekken, een groepsgesprek of een brainstorm.'

Guy Heesakker: 'Met enkele leden van de Cliëntenraad hebben we een bezoek gebracht aan het Klantcentrum - een soort 'huisje' in de ontvangsthall van het hoofdkantoor. Het centrum was een wens van UWV-medewerkers en cliëntenraden. Neem de drempel weg voor mensen om in alle rust en vooral vertrouwen hun verhalen te delen met medewerkers van UWV. Het is een heel huiselijke en ontspannen omgeving.'

Noom: 'We monitoren voortdurend de behoeften van klanten. Niet alleen in het Klantcentrum, maar ook door onder meer het UWV Panel en klanttevredenheidsonderzoeken. Zo blijven we met verschillende klanten in gesprek. In het Klantcentrum hebben we gesproken met laaggeletterden over onze online communicatie. We halen ervaringen op en bespreken hoe de communicatie duidelijker kan. Een ander voorbeeld zijn de brieven. Wat kan daarin beter? In het fysieke Klantcentrum kijken we letterlijk mee over de schouder van de klant. Door met klanten te spreken kunnen we de alinea-indeling verbeteren of het woordgebruik vereenvoudigen als dat nodig is.'

Heesakker: 'Leden van de Cliëntenraad kregen van klanten klachten over de vaak dwingende toon in sommige brieven van UWV. Mensen schrokken daar oprecht van, raakten in paniek. We kijken in gezamenlijkheid of die toonzetting anders kan. Al is het natuurlijk wel zo dat UWV de wet moet uitvoeren en juridische formuleringen nu eenmaal onvermijdelijk zijn.'

Noom: 'Ons werk is de feedback van de klant op te halen en mee te nemen in de dienstverlening. Daarbij moet je balans vinden tussen de wettelijke taken van UWV en de behoeften van de klant. Maar voorop staat dat wij de klant écht willen leren kennen. Die is voor ons leidend.'

Heesakker: 'Ik ben over het geheel genomen tevreden met de wijze waarop UWV communiceert met zijn klanten, al levert de voortschrijdende digitalisering voor velen wel problemen op. Daar valt nog veel te winnen. Soms ben ik bij mensen thuis om hen bij te staan op dit vlak. Dan neem ik nooit zelf de muis ter hand - ze moeten het zelf doen. En dan blijkt gelukkig dat de website steeds beter toegankelijk is.'