

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 93

van **BRECHT WARNEZ**

datum: 5 januari 2024

JAN JAMBON

MINISTER-PRESIDENT VAN DE VLAAMSE REGERING, VLAAMS MINISTER VAN BUITENLANDSE ZAKEN, CULTUUR, ICT EN FACILITAIR MANAGEMENT

Vlaams Agentschap voor Internationaal Ondernemen (Flanders Investment & Trade - FIT) - Klanttevredenheid

Burgers, ondernemingen en overheden verwachten een sterke, toegankelijke en klantgerichte dienstverlening en werking van de Vlaamse overheid. Het is belangrijk te waken over de kwaliteit van dienstverlening, ook bij het Vlaams Agentschap voor Internationaal Ondernemen.

Een belangrijk instrument daarbij is het voeren van een klanttevredenheidsonderzoek. Dankzij klanttevredenheidsonderzoeken of -metingen verwerft een overheid verbeterinformatie en wordt de band met de klanten versterkt. Bovendien stimuleert dit het klantgericht denken binnen de organisatie. Een klanttevredenheidsonderzoek bevordert de evolutie van een aanbodgestuurde naar een meer vraaggestuurde dienstverlening en werking waarbij burgers, ondernemingen en overheden steeds centraal staan.

Graag alle data in Excel ter beschikking stellen.

1. Wanneer werd de laatste klanttevredenheidsmeting uitgevoerd wat de werking en de dienstverlening van het Vlaams Agentschap voor Internationaal Ondernemen betreft?
2. Om de hoeveel tijd is er een meting van de klanttevredenheid?
3. Gebruikt het Vlaams Agentschap voor Internationaal Ondernemen andere methodes dan een bevraging alleen om klanttevredenheid te meten? Zo ja, welke methodes?
4. Op basis van welke criteria worden de tevredenheidsmetingen gehouden?
 - a) Wat zijn de doelstellingen?
 - b) Hoeveel respondenten werden er bevraagd?
 - c) Hoe zorgt men ervoor dat de steekproef representatief is voor de klant van het Vlaams Agentschap voor Internationaal Ondernemen?
 - d) Is er een minimumresponsgraad?
 - e) Gaat het om een gestratificeerde steekproef, een willekeurige steekproef of wordt er gewerkt via zelfselectie?
 - f) Wordt na een klantencontact standaard een bevraging gedaan?

- g) Hoe wordt bepaald welke aspecten van de dienstverlening al dan niet bevroegd worden?
 - h) Worden de resultaten gestandaardiseerd?
5. Verloopt het klanttevredenheidsonderzoek digitaal of fysiek?
6. Worden de klanttevredenheidsmetingen volledig uitgevoerd door de eigen diensten van het agentschap of wordt er daartoe ook samengewerkt/uitbesteed met/aan gespecialiseerde adviesbureaus?
- a) In het laatste geval, hoeveel bedroeg de kostprijs voor die klanttevredenheidsmeting per jaar?
 - b) Vanwaar de keuze voor deze manier van aanpak?
7. Wat waren de belangrijkste resultaten van de laatste klanttevredenheidsmeting?
- a) Wat is de algemene tevredenheid(sscore)?
 - b) Wat zijn de (voornaamste) verbeterpunten?
 - c) Werd er specifiek ook gepeild naar de tevredenheid over digitale dienstverlening?
- Zo ja, wat waren de resultaten hieromtrent?
- Zo niet, waarom niet?
- Zo niet, wordt er overwogen om daar in de toekomst naar te vragen?
8. Hoe verhouden zich de resultaten van de laatste klanttevredenheidsmeting ten opzichte van de voorlaatste?
- a) Wat was de algemene tevredenheid(sscore) van de voorlaatste klanttevredenheidsmeting en wanneer werd die uitgevoerd?
 - b) Is er een positieve of negatieve evolutie?
9. Op welke wijze werd gevolg gegeven aan de laatste klanttevredenheidsmeting?
- a) Hoe zullen de resultaten in de werking van het Vlaams Agentschap voor Internationaal Ondernemen geïmplementeerd worden?
 - b) Heeft de minister daartoe specifieke instructies gegeven?
 - c) Op welke manier volgt de minister de doorvoering van mogelijke verbeterpunten op?
10. Communiqueert het Vlaams Agentschap voor Internationaal Ondernemen na het klanttevredenheidsonderzoek nog naar de respondent over wat men doet met de resultaten van het onderzoek?
11. Is er op korte termijn een nieuwe klanttevredenheidsmeting gepland? Zo ja, wanneer worden de resultaten verwacht?
12. Hoe evalueert de minister de laatste klanttevredenheidsmeting van het Vlaams Agentschap voor Internationaal Ondernemen?

JAN JAMBON

MINISTER-PRESIDENT VAN DE VLAAMSE REGERING, VLAAMS MINISTER VAN BUITENLANDSE ZAKEN,
CULTUUR, DIGITALISERING EN FACILITAIR MANAGEMENT

ANTWOORD

op vraag nr. 93 van 5 januari 2024

van **BRECHT WARNEZ**

1-2. Flanders Investment & Trade (FIT) meet op twee manieren de klantentevredenheid:

- in de vorm van een vijfjaarlijks klantentevredenheidsonderzoek uitgevoerd door een extern onderzoeksbureau;
- in de vorm van een recurrente bevraging van klanten naar aanleiding van het gebruik van de dienstverlening van FIT. Deze klantentevredenheidsbevraging wordt vertaald in KPI's die jaarlijks opgevolgd worden en waarvoor jaarlijks een doelstelling naar voor geschoven wordt.

3. Het gaat steeds om een formele bevraging. De methodologie van het vijfjaarlijks onderzoek is verschillend van de recurrente bevraging.

Het spreekt voor zich dat FIT, als centraal aanspreekpunt voor het internationaal ondernemen in Vlaanderen, met een breed scala aan organisaties, belangengroepen, kennisinstellingen, structurele partners en een Raad van Bestuur zeer regelmatig geconfronteerd wordt met voorstellen en aanbevelingen met betrekking tot een optimale dienstverlening naar onze klanten.

Naast de formele klantenbevraging is er bijgevolg ook een courante stroom aan informele klanteninformatie die het Agentschap bereikt.

4. FIT concentreert zich in hier in hoofdzaak op het vijfjaarlijks klantentevredenheidsonderzoek.

a) De doelstelling van de bevraging is tweërlei:

- een algemeen vergelijkend onderzoek naar de klantentevredenheid dat nagaat hoe deze tevredenheidsgraad doorheen de tijd evolueert;
- naar aanleiding van de vaststellingen en de opmerkingen van het onderzoek verbetervoorstellen bestuderen, formuleren en introduceren in het dienstverleningsaanbod van FIT.

b) In totaal 301 respondenten werden bevroegd.

c) Uit een lijst van 7500 klanten worden (ad random) bedrijven gecontacteerd tot het gewenste aantal respondenten wordt behaald. Het objectief om over een representatieve staal te kunnen spreken is door het onderzoeksbureau bepaald op het getal 300.

d) Er is geen minimumresponsgraad. Er wordt gebeld tot er voldoende respondenten zijn.

e) Het gaat om een willekeurige steekproef uit een breed klantenbestand. Het onderzoeksbureau doet zelfstandig de selectie.

f) Tijdens het vijfjaarlijks onderzoek volgt natuurlijk bij iedere contactname en in functie van de bereidwilligheid van de klant een bevraging.

Bij de recurrente klantenbevraging gebeurt dit bij iedere vraag aan FIT (een zogenaamde case) en iedere actie, zoals een missie, beurs of seminarie.

- g) Een van de doelstellingen van de vijfjaarlijkse bevraging is om de evolutie na te gaan in de klanttevredenheid. Daarom worden sinds 2013 dezelfde elementen van de dienstverlening bevraagd.
Concreet voor de bevraging van 2022 werden volgende elementen bevraagd:
- Welke communicatiekanalen spelen een rol in het contact met FIT en hoe tevreden is men over de verschillende kanalen die momenteel worden aangeboden? Zijn hier evoluties ten opzicht van 2013 en 2018?
 - Hoe tevreden is men over de samenwerking met FIT, en hoe is dit geëvolueerd ten opzicht van 2013 en 2018?
 - Wat is het imago van FIT anno 2022 en hoe verhoudt zich dit ten opzicht van voorgaande metingen?
 - Voor 2022 was er een specifieke vraag: Kwam FIT tegemoet aan informatienoden tijdens Covid19 en Brexit?
- h) De bevraging gebeurt op basis van een aantal vooraf bepaalde mogelijke antwoorden op specifieke vragen. Er bestaat steeds wel de mogelijkheid per vraag om alternatieven tijdens de telefonische bevraging door te geven aan de vraagsteller. Er is met andere woorden steeds de mogelijkheid om een open antwoord te formuleren.
5. Het gaat om een individuele telefonische bevraging.
6. Zoals hierboven beschreven zijn er twee soorten bevragingen:
- De vijfjaarlijkse bevraging wordt uitbesteed;
 - De recurrente bevraging gebeurt intern door FIT.
- a) De kostprijs voor de vijfjaarlijkse bevraging van 2022 bedroeg 23.178,80 euro.
- b) FIT combineert eigen recurrente bevraging met een externe bevraging door een derde om de objectiviteit en de wetenschappelijke correctheid te garanderen.
7. a) De algemene tevredenheidsscore bedraagt 96%.
- b) De voorname verbeterpunten zijn:
- Bedrijven willen de relevantie en diepgang van de antwoorden van FIT nog beter toegespitst zien op hun eigen bijzondere situatie
 - Bedrijven wensen kortere doorlooptijden van de dossiers voor financiële steun;
 - De dienstverlening van FIT tijdens bijzondere crisisperiodes is vatbaar voor verbetering.
- c) De dienstverlening van FIT is een geïntegreerde mix van algemene, persoonlijke en digitale (o.a. via MYFIT) dienstverlening. Het is moeilijk om deze elementen afzonderlijk in ogenschouw te nemen en apart te evalueren. Daarom wordt er niet onmiddellijk overwogen om daar in de toekomst naar te vragen.
8. a) De algemene tevredenheidsscore van de voorlaatste klanttevredenheidsmeting uitgevoerd in 2018 bedroeg 86%.
- b) Er is een duidelijk positieve evolutie.
9. a) FIT heeft in 2023 tijd en ruimte gemaakt om intensief te sleutelen aan een nieuwe strategie. Daarbij werden alle elementen van de huidige werking onder de loep genomen. De resultaten van het klanttevredenheidsonderzoek 2022 maakten

integraal deel uit van de documenten waarop de analyse en strategie gebouwd werd.

De nieuwe FIT-strategie houdt bijgevolg rekening met een breed scala aan elementen waar het recentste klantentevredenheidsonderzoek deel van uitmaakt.

- b) Ik heb geen specifieke instructies daartoe gegeven. Dit werd door FIT spontaan zelf aangepakt.
 - c) Dit maakt deel uit van de implementatie van de nieuwe FIT-strategie die de minister-president op regelmatige basis met de CEO van FIT bespreekt.
10. Het onderzoeksbureau communiceert na het klantentevredenheidsonderzoek naar de respondent.
11. Het antwoord hierop is tweeledig:
- Het vijfjaarlijkse klantentevredenheidsonderzoek heeft een vast ritme en zal allicht in 2027 opnieuw plaats vinden;
 - De recurrente klantentevredenheidsbevraging maakt momenteel deel uit van de jaarlijkse KPI's van FIT. Voor 2023 was het eerste objectief voor de klantentevredenheid een beoordeling van FIT van 3, 4 of 5 op 5 door 90% van de respondenten. In totaal 97% van de respondenten gaven zulk een score. Het tweede objectief was een klantentevredenheid met 4 of 5 op 5 door 80% van de respondenten. Dit werd met een score van 88,44% eveneens succesvol behaald.
12. De resultaten van het klantentevredenheidsonderzoek geven een duidelijk positieve evaluatie, die ik deel.