



Rico Leemreijze

Benchmark Klantportalen: Corporatiesector heeft stappen te zetten

Het is anno 2017 geen geheim meer dat huurders digitaal contact willen hebben met hun corporatie. Maar in hoeverre wordt dit daadwerkelijk gefaciliteerd in corporatieland? Adviesbureau **SmartR** deed er met de 'Benchmark Klantportalen' onderzoek naar. De conclusie liegt er niet om: er is werk aan de winkel voor corporaties. Een gesprek met eigenaar **Rico Leemreijze**.

"Nederland digitaliseert," legt Rico de keuze voor het onderzoek toe, waaraan uiteindelijk 135 corporaties deelnamen. "Verzekeraars en banken lopen voorop, en ook de overheid heeft zichzelf ambitieuze doelen gesteld. Maar wij vroegen ons af hoe ver de corporatiesector inmiddels is, wat de best practices zijn en waar de kansen liggen."

Andere prioriteiten

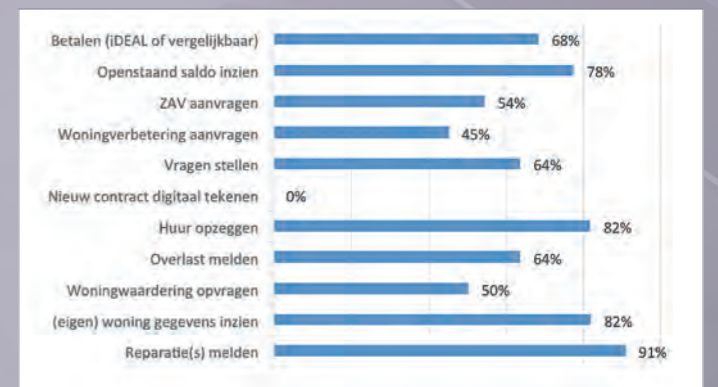
Direct duidelijk is dat een groot deel van de respondenten zich helemaal niet bezighoudt met een klantportaal. Waar 41 procent van de corporaties aangeeft momenteel een portaal te hebben en 25 procent in een selectietraject zit, geeft 34 procent aan hier niet mee bezig te zijn. Er worden volgens Rico veel redenen gegeven om nog niet te beginnen met een

klantportaal: "Er is bijvoorbeeld veel aandacht naar de nieuwe woningwet gegaan of de corporatie ziet door de relatief oude doelgroep geen heil in digitale mogelijkheden. Ook zien wij dat andere projecten prioriteit krijgen boven de implementatie van een klantportaal."

Daarnaast kiezen verscheidene corporaties ervoor hun dienstverlening bewust niet digitaal te ontsluiten. Rico plaatst daar zijn vraagtekens bij. "Ze zien het nut van een digitaal kanaal niet omdat het nu 'ook al goed gaat'. Het is de vraag hoe lang ze die visie kunnen volhouden terwijl de wereld om hen heen steeds verder digitaliseert."

Functionaliteiten

Het melden van reparaties (91 procent), inzien van woninggegevens (82 procent), opzeggen van huur (82 procent), inzien van opstaand saldo (78 procent) en betalen via iDEAL (68 procent) zijn de meest voorkomende functionaliteiten bij klantportalen (fig. 1). Het opvragen van de woningwaardering (50 procent), aanvragen van woningverbetering (45 procent) of ondertekenen van een nieuw digitaal contract (0 procent) komt volgens de benchmark minder voor. Bij welke functionaliteiten kansen liggen, antwoordt Rico: "Dat hangt vooral af van de ambitie van de corporatie. Ligt die bijvoorbeeld op efficiency, dan zal bij de huidige top vijf functionaliteiten de grootste toegevoegde waarde liggen. Zaak is dat de processen aan 'de achterkant' steeds efficiënter worden gemaakt."



Figuur 1: Welke functionaliteit wordt er aangeboden?

Ook de digitalisering van de samenwerking met andere betrokken partijen bij de dienstverlening van de corporatie kan waarde toevoegen."

"Persoonlijk ben ik ervan overtuigd dat de corporatie verduurzaamt als de verdere digitalisering wordt ingezet," gaat Rico verder. "Niet alleen de huurders gaan het straks verwachten, ook de medewerkers. Digitale dienstverlening is straks een commodity, in aandacht maak je het verschil." Kansen ziet hij vooral in het directe digitale contact. "Bijvoorbeeld middels chat, WhatsApp of alerts. Ook de robotisering is een ontwikkeling die ik in de corporatiesector zie komen."

Reparatieverzoeken

Iets verder ingezoomd op de reparatieverzoeken, blijkt dat bij 54 procent van de portalen dit in te plannen is door de huurder. De helft van de corporaties zet dit vervolgens direct - handmatig en automatisch - door naar de aannemer. De status van het verzoek is in 48 procent van de portalen volledig of beperkt in te zien. Track & Trace - waarmee corporaties de verzoeken middels het klantportaal kunnen raadplegen - wordt door 40 procent van de corporaties gebruikt.

Quick, easy and fun

Opvallend is dat bij 35 procent van de klantportalen het niet nodig is om in te loggen. Een goede zaak, aldus Rico: "Digitale dienstverlening wordt een succes als het 'quick, easy and fun' is. Alles wat dus voor een inlogschermbaan worden opgelost, moet zeker op die manier plaatsvinden. Echter zal persoonlijke data te allen tijde middels een inlog- of identificatieprocedure worden beschermd."

Streven naar efficiency

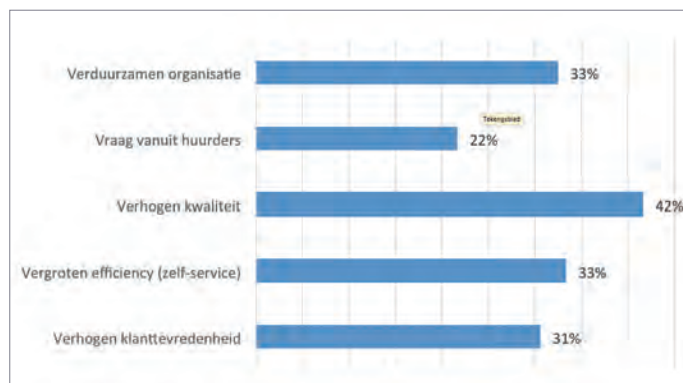
De hoofdreden dat corporaties voor een klantportaal kiezen blijkt in 93 procent van de gevallen een streven naar meer efficiency te zijn. "Dit was de afgelopen jaren de hoofdreden voor corporaties om voor een portaal te kiezen. Dit omdat ze steeds meer inzien dat ze moeten digitaliseren. Een soort verduurzaming of continuïteit van de organisatie, zonder dat daar expliciete doelen aan worden gehangen." Het verhogen van klanttevredenheid (68 procent) en meegaan met ontwikkelingen (50 procent) waren andere argumenten om voor een klantportaal te kiezen.

Gestelde doelen

Als er echter wordt gekeken naar de resultaten van klantportalen tot dusver, blijken veel corporaties hun gestelde doelen nog niet te hebben gehaald (fig. 2). Doelen als het verhogen van kwaliteit (42 procent), verduurzamen van de organisatie (33 procent), vergroten van efficiency (33 procent) en verhogen van klanttevredenheid (31 procent) is door ruim de helft van de klantportaalbezitters nog niet gehaald.

Toch betekent dit niet dat klantportalen niet werken, legt Rico uit. "We zien vaak dat de implementatie een soort motor is voor de digitalisering van een organisatie. Documenten,

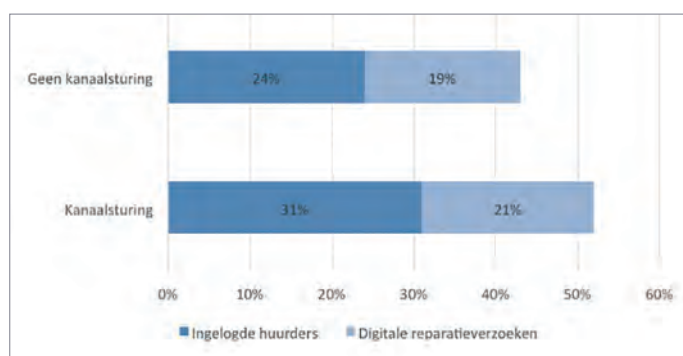
processen, samenwerkingen; alles moet digitaal om de huurder op een juiste, tijdige en volledig digitale manier te informeren. Met vaak een enorme digitaliseringsslag ten gevolg, waar corporaties veelal nog middenin zitten. Ook ontbreekt het vaak aan een goede nulmeting, waardoor het moeilijk is de doelen te meten."



Figuur 2: Welke resultaten zijn er inmiddels geboekt?

Kanaalsturing

Dat corporaties klantportalen nog niet volledig hebben omarmd als een essentieel onderdeel van de communicatie richting de huurder, blijkt uit het feit dat bij twee derde van de corporaties minder dan 25 procent van de huurders gebruik maakt van het portaal (fig. 3). Ook worden reparatieverzoeken - iets wat ruim negen op de tien klantportalen ondersteunt - maar in 11 procent van de gevallen digitaal ingediend. Het hanteren van kanaalsturing is volgens SmartR dan ook essentieel voor het slagen van een klantportaal. "Wil je de efficiëncydoelen bereiken of een besparing in kosten behalen, dan moet je ervoor zorgen dat huurders ervan gebruikmaken. Anders heb je een extra kanaal gecreëerd zonder gebruikers, en gaat je beoogde efficiëncyslag niet lukken."



Figuur 3: Het effect van kanaalsturing

Push-strategie

Veel corporaties blijken volgens de Benchmark geen kanaalsturing toe te passen; slechts 37 procent doet dit wel. Dat is te weinig vindt Rico: "Bij corporaties die een 'push'-strategie hanteren, waarbij andere kanalen als telefoon of fysiek bezoek minder beschikbaar zijn, zien wij de hoeveelheid huurders die gebruikmaken van het klantportaal met bijna dertig procent

toenemen." Ook het gebruik van een organische strategie, waarbij alleen de beschikbaarheid kenbaar wordt gemaakt en geen verleidingstrategie wordt toegepast, helpt volgens Rico: "Ongeveer een kwart van de corporaties hanteert deze methode, en ook hier zien wij het digitale kanaal uiteindelijk dominant worden. Alleen duurt deze transitie natuurlijk langer."

Tevreden

Corporaties blijken vooral 'gedeeltelijk tevreden' te zijn over hun klantportaal, zo'n 60 procent. 28 procent van de corporaties is helemaal tevreden met hun portaal. Corporaties kijken daarbij vooral uit naar meer mogelijkheden in de beslisboom en meer mogelijkheden rondom zaakgericht werken met een track & trace-module.

Wensen van de corporatie

Het aanpassen van het klantportaal naar de wensen van de corporatie is iets wat te wensen overlaat. Ongeveer 38 procent van de corporaties laat weten dat hun portaal niet makkelijk in te richten was, terwijl slechts 33 procent hun portaal als wel flexibel beoordeelde. "Bij de implementatie of een aanpassing van een klantportaal komen functionaliteit en techniek samen," legt Rico het gat tussen wens en realiteit toe. "Maar de gewenste functionaliteit is niet altijd technisch haalbaar, of kan niet goed geïntegreerd worden met een ERP-systeem. Dat maakt het doorvoeren van aanpassingen lastig."

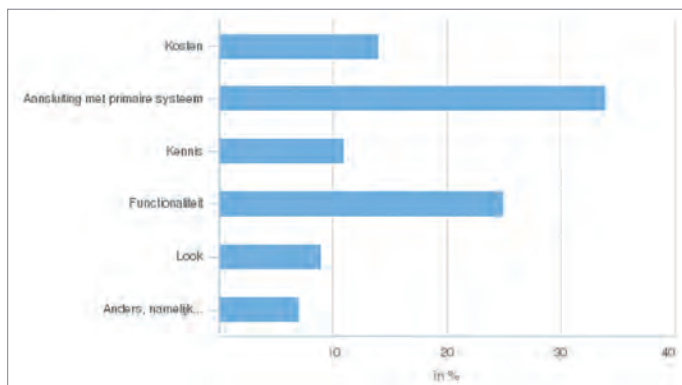
Aansluiting op processen

Ook de aansluiting op bestaande processen wordt niet altijd even positief ervaren. Slechts 29 procent van de corporaties vindt dat het klantportaal 'als gegoten' over de processen ligt, terwijl 33 procent van de corporaties het hier niet mee eens is. "Dit laat zien dat het begin gemaakt is," legt Rico uit. "Echter zul je, wanneer je een portaal uitrolt voor je huurders, een duidelijke onderliggende strategie moeten hanteren dat het gebruik van het portaal stimuleert. Bijvoorbeeld met de eerdergenoemde kanaalsturing. Dat zorgt ervoor dat de achterliggende processen optimaal gedigitaliseerd zijn en het voor de organisatie een verlichting is in het dagelijks werk."

Selectiecriteria

Uit de Benchmark blijken de aansluiting met het primaire systeem (33 procent) en geboden functionaliteiten (25 procent) de belangrijkste selectiecriteria te zijn voor woningcorporaties (fig. 4). De kosten (14 procent) of uiterlijk (9 procent) van een portaal blijken minder belangrijk. Bij de selectie van een klantportaal betreft 29 procent van de corporaties huurders actief, terwijl 38 procent van de corporaties hen alleen informeert over de mogelijkheden.

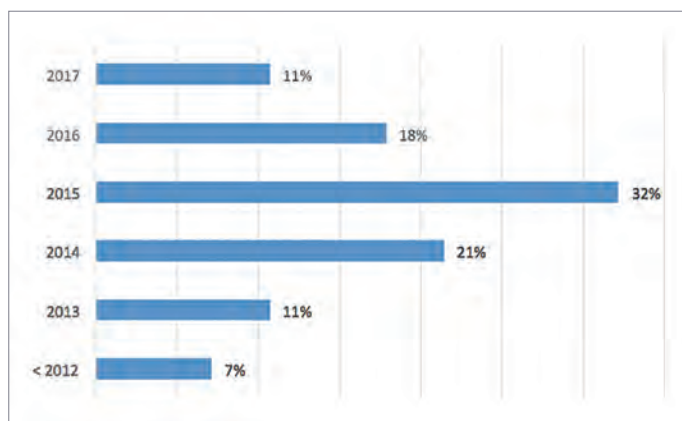
Het gebruik van brieven of e-mails (86 procent), eigen website (82 procent) of huurdersblad (77 procent) zijn de meest voorkomende wijzen om huurders over een klantportaal te informeren. Bij nieuwe huurders kiezen corporaties er vooral voor om hen mondeling (73 procent) of opnieuw via de website (55 procent) op de hoogte te brengen.



Figuur 4: Selectiecriteria aanschaf portaal

Digitalisering opstarten

Opvallend is dat de meeste huidige klantportalen in 2015 werden geïmplementeerd, 32 procent (fig. 5). 18 procent van alle huidige portalen ging vorig jaar live. Op de vraag of klantportalen inmiddels passé zijn, antwoordt Rico: "Een klantportaal zet de digitaliseringsslag bij een corporatie in gang. Deze cijfers laten meer zien dat deze corporaties enkele jaren geleden al zijn begonnen met het digitaliseren van hun dienstverlening. De digitale dienstverlening zal zich blijven ontwikkelen. Digitale dienstverlening wordt een commodity volgens SmartR. Nu niets doen is geen optie."



Figuur 5: Sinds wanneer kunnen huurders gebruikmaken van het klantportaal?

Nieuwe standaard

De corporatiesector heeft nog een slag te slaan, sluit Rico af. "Uit de Benchmark blijkt dat huurders bij 41 procent van de corporaties hun zaken grotendeels digitaal kunnen afhandelen. Bij de overheid kunnen burgers anno 2017 echter zo'n 85 procent van haar diensten digitaal doorlopen. Dan blijkt dat de corporatiesector nog wel wat stappen te maken heeft."

Rico heeft daar het volste vertrouwen in. "De digitalisering gaat ook zijn plaats vinden in de corporatiesector. We merken in ons dagelijks werk dat er meer ambitie komt om dienstverlening digitaal beschikbaar te maken. Het menselijke contact wordt daarbij dé onderscheidende factor; digitale dienstverlening de nieuwe standaard." ■