



Klanttevredenheidsonderzoek 2010

Inleiding

- In de afgelopen jaren is kerp&company hard gegroeid - zowel in nieuwe klanten, nieuwe programma's als in nieuwe trainers
- kerp&company wil continue verbeteren en werken aan progressie
- Om te verifiëren of alles nog loopt zoals het moet lopen, en om input te hebben voor de business planning voor de komende 3 jaren, heeft kerp&company onder haar klanten in november 2010 een onderzoek gehouden naar de tevredenheid op diverse aspecten
- In totaal zijn 28 klanten gevraagd naar hun mening, en de aspecten variëren van de innovatieve kracht tot de impact van de trainingen van kerp&company
- Dit document vertelt de uitkomst van het onderzoek en laat aan het einde zien welk concreet actieplan eruit volgde.

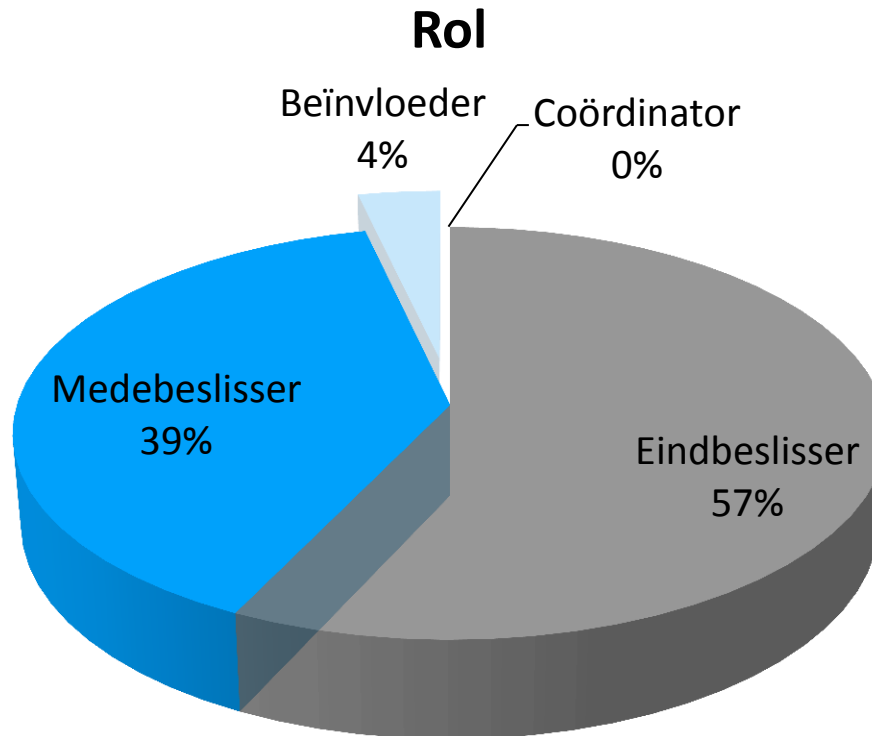


Aspecten onderzocht:

1. Hoe is het bestedingspatroon?
2. Waarom worden trainingen ingezet? En hoe past kerp&company daarin?
3. Welke impact heeft kerp&company?
4. Welke waarde levert kerp&company?
5. Hoe is de kwaliteit? Hoe is de prijs-kwaliteitverhouding?
6. Wat is het innovatief vermogen?
7. Hoe is het imago van kerp&company?
8. Waar blinkt kerp&company in uit?
9. Waar liggen de verbeterpunten?
10. Hoe goed zijn de trainers van kerp&company?



Rol in het beslissingsproces

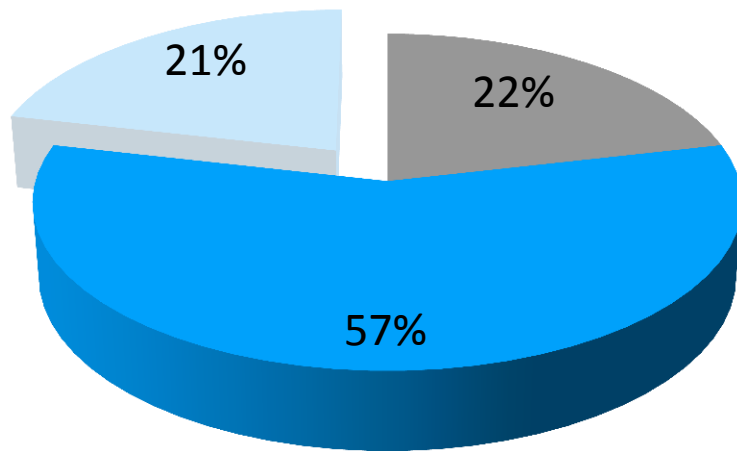


1. Hoe is het bestedingspatroon?

(afgelopen 6 mnd en komende 6 mnd)

Bestedingen

■ Stijgen ■ Gelijk ■ dalen

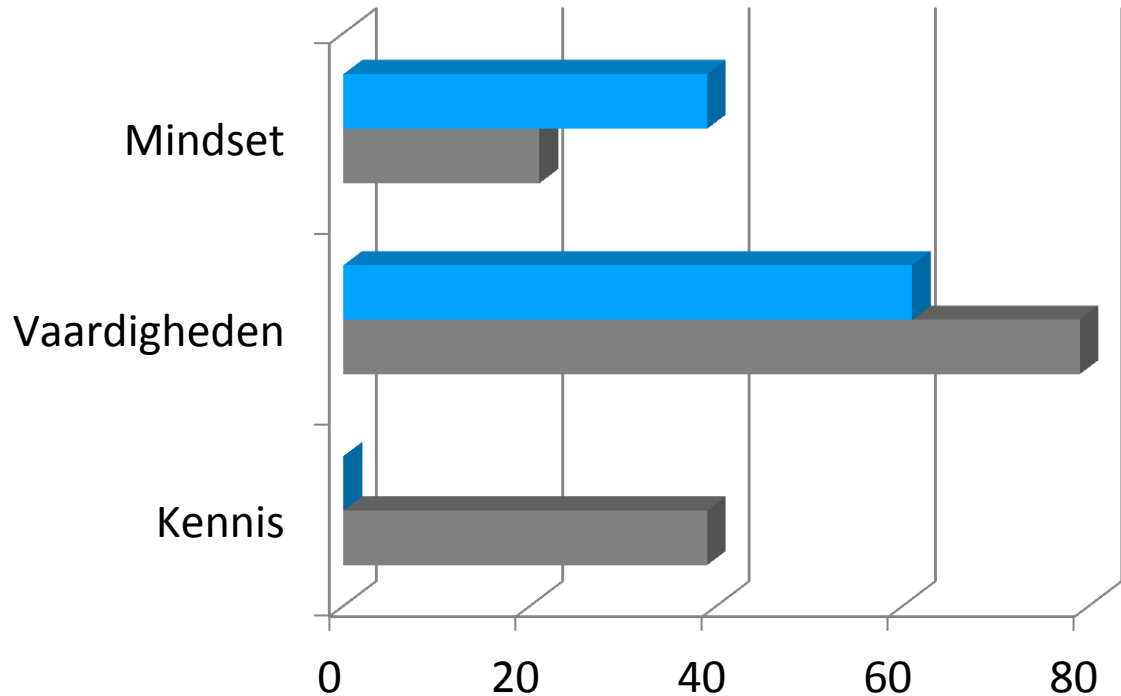


Slechts 6 van de respondenten rapporteerden een daling van de uitgaven aan trainingen over de afgelopen 6 maanden, en slechts 21% geeft aan, dat de uitgaven in het komende half jaar zullen dalen.



2. Het inzetten van trainingen

Over het algemeen zetten de respondenten trainingen in om de vaardigheden te verbeteren, gevolgd op de tweede plaats door kennis en als derde met 21% om de mindset van medewerkers te verbeteren.

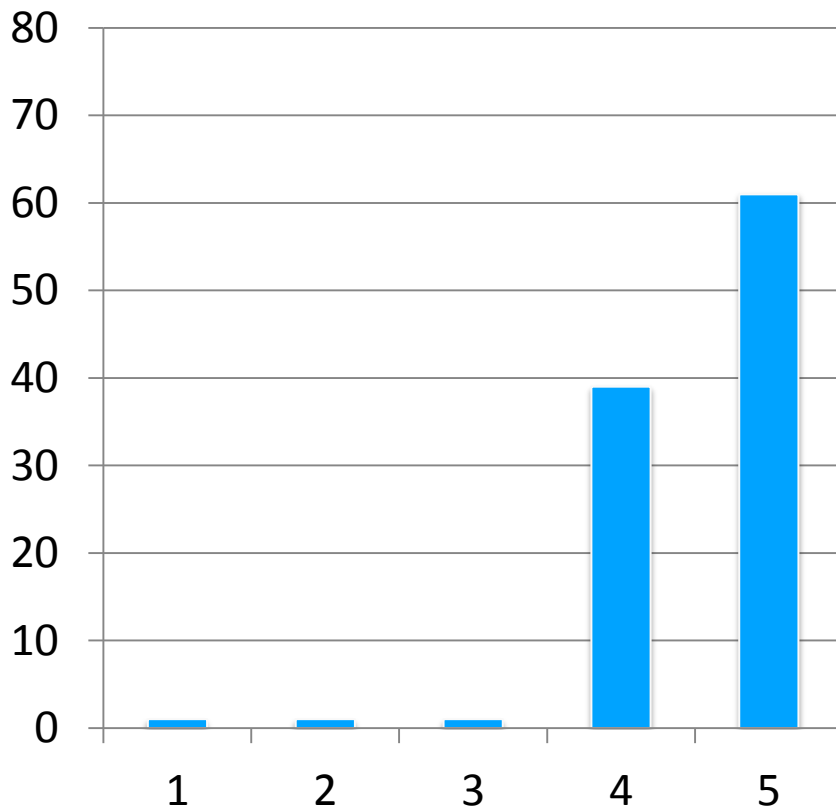


Op de vraag waarom men kerp&company inzet, gaf ruim de meerderheid (61%) als antwoord het aanscherpen van vaardigheden en 39% gaf te kennen dat het gaat om het verbeteren van de mindset.



3. Impact kerp&company

Impact - 1 = laag, 5 = hoog



Van alle respondenten gaf 61% aan een sterke impact (op een schaal van 1 tot 5: een 5) van de trainingen van kerp&company te zien. Dit is gemeten na de training.

39% van de ondervraagde rapporteerden een impact van 4 op die vijfpuntschaal.

Geen enkele klant zag een impact die lager lag dan 4.

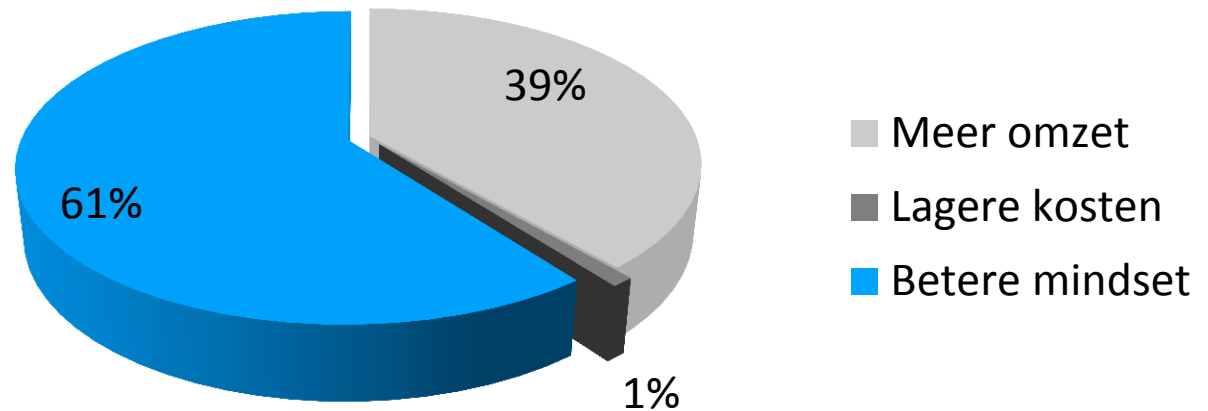
“Het laat je niet meer los, ook letterlijk gezien.”



3. Hoe is die impact te zien?

“ Na elke training zien we een direct meetbare stijging in de omzet van onze accountmanagers.”

Impact kerp&company



“ We zetten trainingen ook in om onze medewerkers beter hun opdrachten bij klanten te laten doen.”

“ De mindset waarmee mensen binnenkomen is volledig anders dan wanneer ze weer naar huis afreizen. Iedereen heeft zo'n beetje ervaren dat ze een "reis hebben gemaakt" en zichzelf opnieuw hebben kunnen ontdekken.”



4. Welke waarde levert kerp&company?

“ We hadden wat issues met diverse teams en het ontbreken van teamspirit daar. Na de trainingen van kerp&company zien we dat de teams beter draaien.”

“Het gevoel dat we nog veel beter kunnen presteren dan vandaag. En het gevoel van een goede eigenwaarde is belangrijk. We ervaren en begrijpen verder beter dat we daar zelf de middelen voor hebben (onze mensen), doch ook natuurlijk zelf verantwoordelijkheid moeten nemen voor alles wat we doen en nog moeten doen..”

“Ze leveren een grote toegevoegde waarde aan onze organisatie. De sales trainingen hebben de dag erna resultaat, welke lang aanblijft.”

“Ze helpen onze organisatie enorm met het motiveren van onze mensen en ze te helpen naar verbeterde persoonlijke resultaten..”

“ kerp&company is in staat om mensen in gedrag te veranderen/motiveren.”

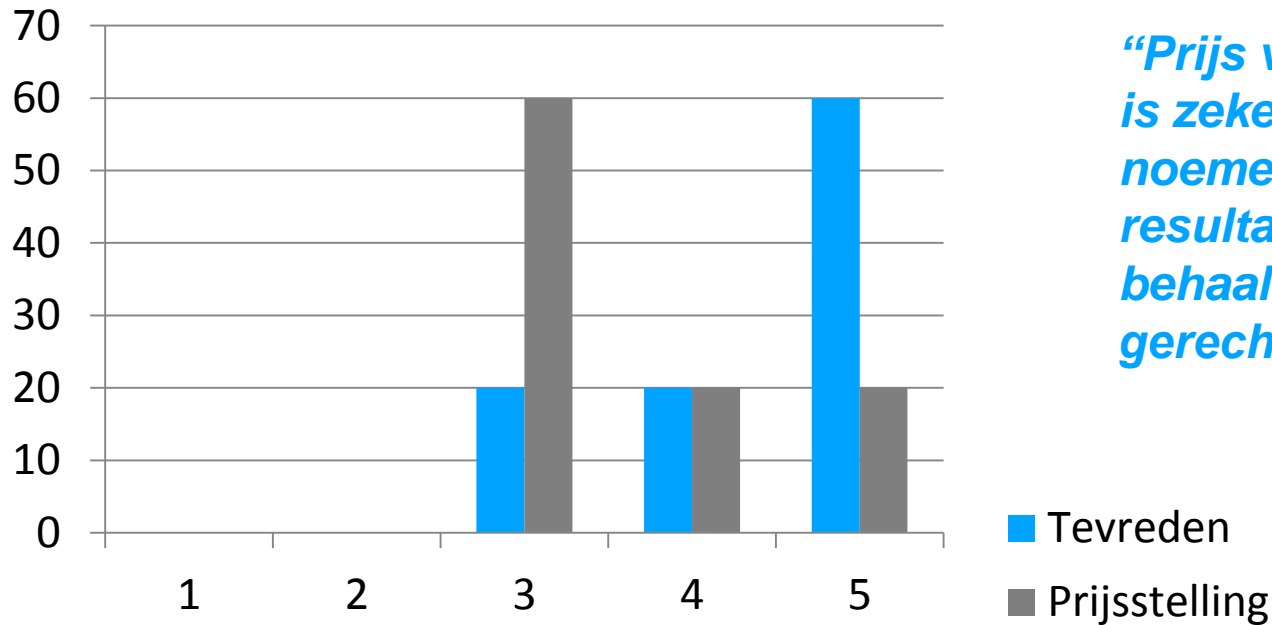
“Ze inspireren en motiveren onze medewerkers om meer uit zichzelf te halen..”

“ Na de training hebben we elke keer weer een frisse visie / andere kijk.”



5. Prijs-kwaliteitverhouding

Van alle respondenten gaf 61% aan een 5 te geven qua tevredenheid op een vijfpuntschaal waar 5 de maximale score is. 21% rapporteerde een 4 en 21% een 3. Op de vraag hoe de prijs-kwaliteitsverhouding van kerp&company is, gaf 39% aan tevreden te zijn, door een score van een 4 of een 5 tegen op diezelfde schaal.



“Prijs voor de trainingen is zeker niet laag te noemen. Als de beoogde resultaten worden behaald is dat echter gerechtvaardigd..”



6. Innovatief vermogen kerp&company?

- 81% van de respondenten gaf aan kerp&company innovatief te vinden (en gaven maximale score van 5)
- Ze vinden, dat ze veel nieuwe dingen zien die kerp&company doet en daarmee ook de creativiteit van hun organisatie beïnvloedt
- Als het gaat om de feedback van de deelnemers van hun organisatie, gaven 81% van de respondenten aan, dat de deelnemers de training “**uniek, enerverend, energiek, leuk en vernieuwend**” vonden



7. Imago kerp&company

- “Vernieuwend, **fris**, enthousiast”
- “Betrokken, veel feedback, **impact**”
- “**Relaxed**, confronterend, inspirerend”
- “Betrokken, persoonlijk, **resultaatgericht**”
- “Eigen, **eigenzinnig**, inspirerend”
- “Apart, typisch, **professioneel**”
- “gedreven, verfrissend en **kennis van zaken**”

“Het lijkt erop dat binnen kerp&company veel onderlinge communicatie en afstemming is waardoor je niet het gevoel hebt steeds hetzelfde te moeten vertellen..”



8. Sterke punten kerp&company

- Mindset aan de orde stellen
- Enthousiasmeren
- Impact hebben met trainingen
- Betrokkenheid
- Weten waar focus moet liggen
- Klik creëren met iedere trainee
- Nieuwe dingen testen
- Samenwerken
- Pro-actief
- Snelle reactiesnelheid, daadkrachtig
- Ogen openen en mensen in beweging krijgen



9. Verbeterpunten

- Zoeken naar bevestiging -> meer geloof in eigen kunnen
- Trainingsmaterialen na de training eerder bij de trainees
- Duidelijk maken waar hun onderscheidend vermogen ligt
- Nieuwe trainingen pro-actiever onder de aandacht brengen
- Afstemming met klant over inhoud programma
- Eigen trainingsruimte op kantoor Amersfoort mag excentrieker c.q. meer eruit springen.

“tot nu toe hebben wij voor iedere training weer een nieuwe trainer. Ik zou wel graag meer toe willen naar 1 trainer, omdat het succes van trainingen zoals die van kerp&company sterk afhankelijk is van de trainer. Uitgaande van de gesprekken vooraf is het heel erg moeilijk om een duidelijk beeld te krijgen van hoe een training er echt uit gaat zien. Het blijft dan toch spannend hoe de training er uiteindelijk uit zal zien en of de deelnemers tevreden zullen gaan zijn...”



10. Kwaliteit trainers

- 81% van de respondenten gaf aan op de vijfpuntsschaal de kerp&company trainers een maximale score te geven als het gaat om kwaliteit.

“Eerstens wil ik melden, dat we eigenlijk geen slechte ervaringen hebben gehad. Wel is er onderscheid geweest tussen de trainers, de een is nu eenmaal iets anders (en mogelijk beter) dan de ander. Doch daar waar we een keer een kleine aanmerking maakten op iets wat beter zou kunnen bij een trainer, is dat in de trainingen daarna volledig weggenomen en hadden we geen opmerkingen meer.”

“We hebben nu ervaring met 4 trainers en de kwaliteit daarvan is verschillend..”



Actieplanning n.a.v. onderzoek

Wat	Wie	Wanneer
Vaardigheden: propositie helderder maken, dat vaardigheden nog beter tot uiting komen na boost in mindset	Antoon Ensing	15-12-2010
Impact: casestudies ontwikkelen bij klanten met stijging omzet	Antoon Ensing	1-1-2011
Prijs-kwaliteit: correlatie onderzoeken tussen tevredenheid en prijsstelling	Antoon Ensing	1-12-2010
Sterke punten beter verwoorden in uitingen (bv website www.kerp.nl)	Pascal vd Essenburg	15-12-2010
Minder focus op eindcijfer in training	Trainers	Per direct
Trainingsmaterialen eerder online	Josien / Rian	Per direct
Pro-actiever marketing nieuwe programma's	René Kerp	1-12-2010
Locatie Amersfoort updaten	René Kerp	1-2-2011



