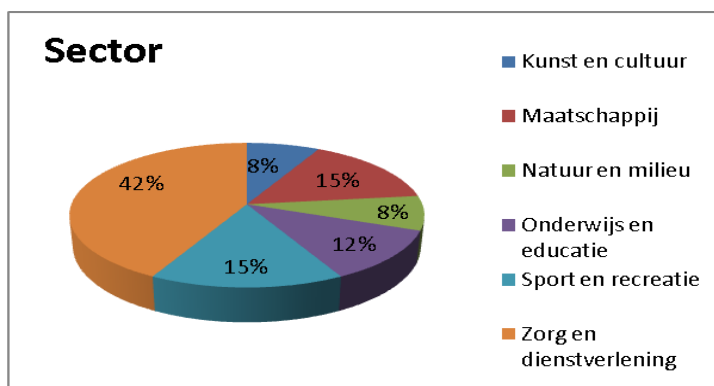


Klanttevredenheidsonderzoek vrijwilligersorganisaties Actieradius najaar 2011

In het najaar van 2011 heeft Actieradius- vrijwillige inzet Land van Cuijk een klanttevredenheidsonderzoek uitgevoerd onder haar klanten. Er is naar 118 organisaties een enquête verstuurd, waarvan 26 formulieren zijn geretourneerd. Dit is een respons van 22%. Gezien deze (lage) respons moeten de resultaten enigszins genuanceerd worden. Echter, Actieradius zal op basis van de onderzoeksresultaten wel conclusies trekken en aanbevelingen doen waarmee zij concreet aan de slag gaan.

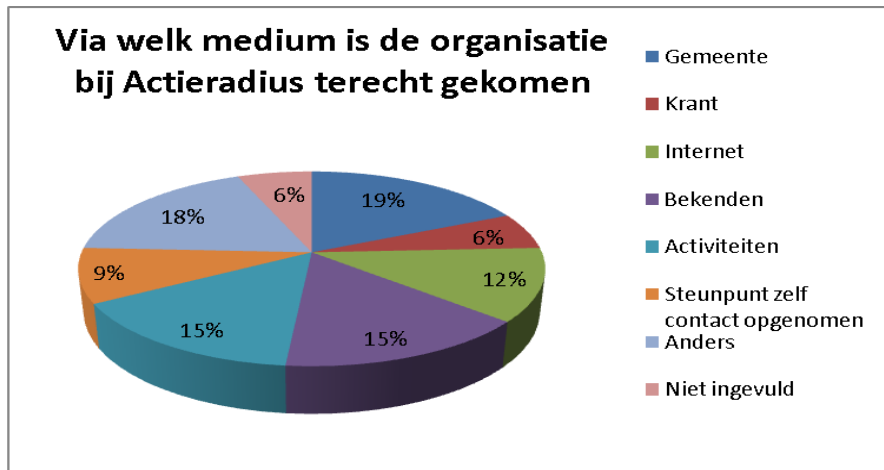
Hieronder worden de resultaten van het onderzoek weergegeven, soms per vraag en soms gegroepeerd, waaronder direct belangrijke aandachtspunten en conclusies aangegeven zijn.

1. Uit welke sector komen de respondenten?



Het overgrote deel van de respondenten komt uit de sector zorg en dienstverlening. Op basis van onze ervaringen en vacatures kunnen we inderdaad ook zeggen dat het merendeel van onze klanten uit deze sector afkomstig is.

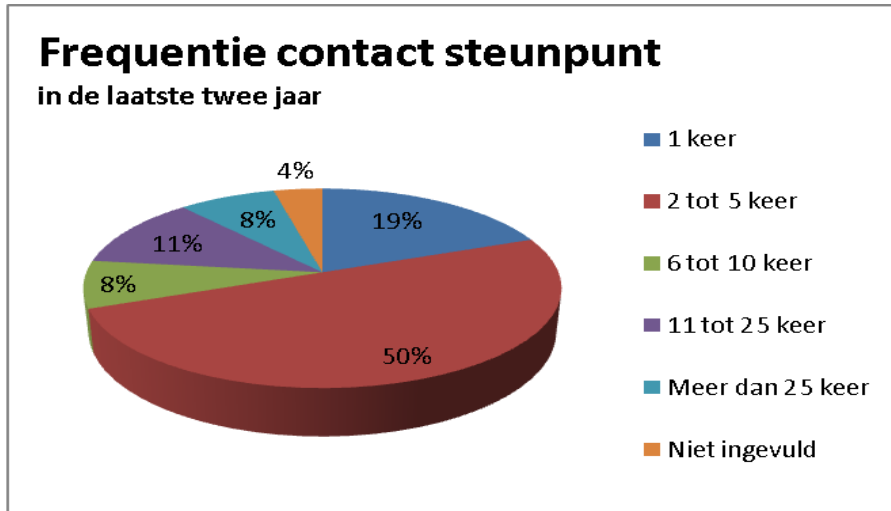
2. Via welk medium is uw organisatie bij Actieradius terecht gekomen?



- 19% van de respondenten geeft aan dat zij via de gemeente bij Actieradius terecht zijn gekomen. Hieruit concluderen we dat de gemeente in deze een belangrijke doorverwijzende functie heeft.
- 30% is in aanraking gekomen met Actieradius via bekenden of activiteiten. Actieradius is vooral dit jaar in het Land van Cuijk steeds meer een begrip geworden en we merken dat mond tot mond reclame ook erg belangrijk is in deze. Het is belangrijk dat de lokale steunpunten bemand zijn door vrijwilligers uit de eigen gemeente, omdat zij goed zicht hebben op de sociale kaart, maar ook zelf een eigen netwerk hebben.

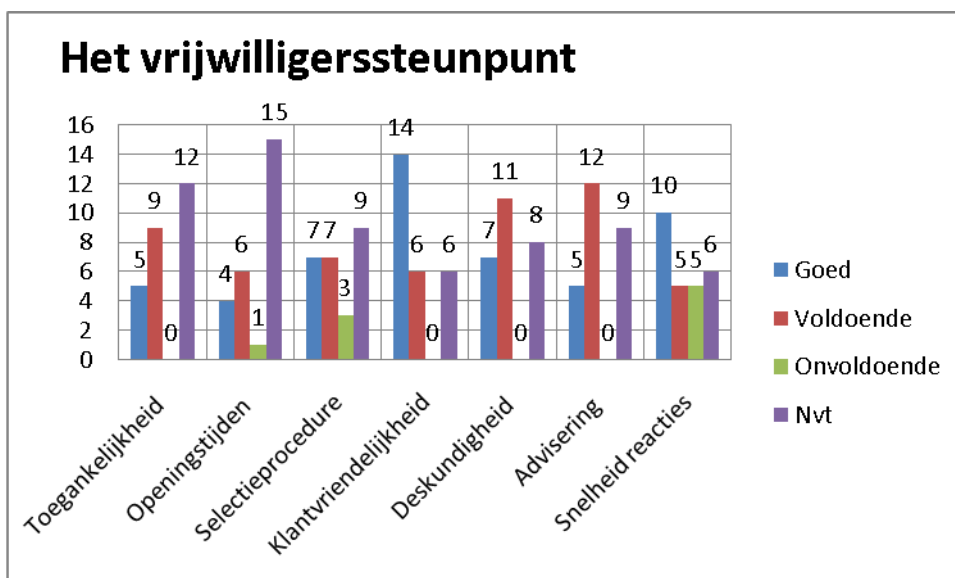
- 12% van de organisaties heeft zich via internet aangemeld: in een tijdperk waarin digitale communicatie steeds belangrijker wordt lijkt dit weinig. Echter, de website van Actieradius is pas in december 2010 in de lucht gegaan en uit dit percentage blijkt dat veel organisaties de weg naar de nieuwe website al gevonden hebben.

3. Hoe vaak heeft de respondent in de afgelopen twee jaar contact gehad met Actieradius?



- De helft van de respondenten heeft twee tot vijf keer contact gehad met Actieradius. Hieruit kunnen we concluderen dat veel organisaties vaker een beroep doen op de dienstverlening van Actieradius. Dat varieert van het uitzetten van vacatures tot het stellen van een info/adviesvraag. Eenmaal bekend met het dienstverleningsaanbod van Actieradius betekent dat klanten ons weten te vinden.

4. Hoe beoordelen de respondenten het vrijwilligerssteunpunt?



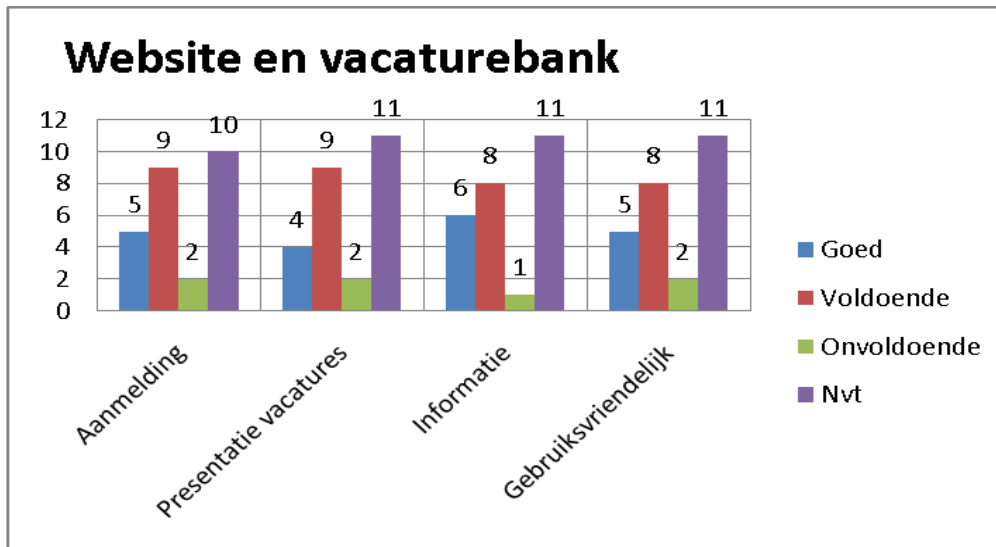
- De klantvriendelijkheid van de medewerkers wordt als erg goed beoordeeld. Dit staat dan ook hoog in het vaandel bij Actieradius en we proberen onze vrijwilligers hierin ook continu te ondersteunen en te instrueren.
- De snelheid van reacties wordt als niet positief gezien. Dit is een belangrijk aandachtspunt, maar ook te verklaren. De steunpunten zijn op bepaalde dagdelen open

en daarnaast werken sommige vrijwilligers maar één dagdeel in de week. Reacties kunnen soms dus ook langer op zich laten wachten. Belangrijk is om de vrijwilligers duidelijk te instrueren om dit goed te communiceren naar klanten.

- Advisering en deskundigheid wordt als voldoende beschouwd. Actieradius wil hierin nog wel een vertaalslag maken van voldoende naar goed. Met name een scholing van eigen vrijwilligers met betrekking tot de beantwoording van info- en adviesvragen, zou hieraan een positieve bijdrage kunnen leveren.
- De selectieprocedure wordt matig beoordeeld. Dit zit voornamelijk in het feit dat de vrijwilligersorganisaties van Actieradius soms sneller een geslaagde bemiddeling verwachten. Maar dit lukt helaas niet altijd en zeker niet binnen een korte periode. We zullen we in onze communicatie naar de klanten toe hier meer aandacht aan moeten besteden en meer duidelijkheid moeten verschaffen.

5. Hoe beoordelen respondenten de website en vacaturebank van Actieradius?

Belangrijke kanttekening bij deze vraag is het feit dat Actieradius in het afgelopen periode een nieuwe vacaturebank heeft ontwikkeld, waardoor de antwoorden gebaseerd kunnen zijn op zowel de oude als de nieuwe vacaturebank.

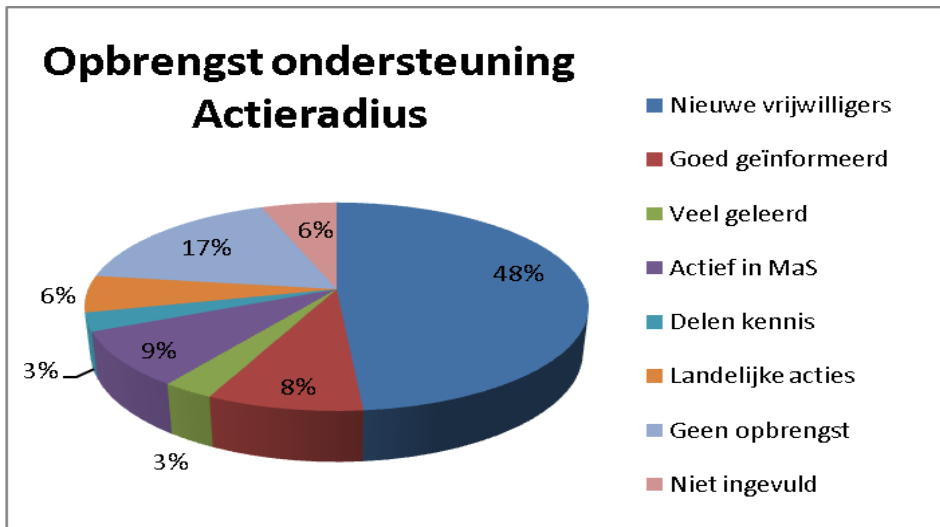


- Duidelijk komt naar voren dat de digitale middelen zoals de website en digitale vacaturebank van Actieradius als voldoende gezien worden. We verwachten, door inzet van de nieuwe vacaturebank waaruit ondertussen alle kinderziekten zijn gehaald, het komend jaar hierin een stuk hoger te scoren.

6. Workshops en presentaties

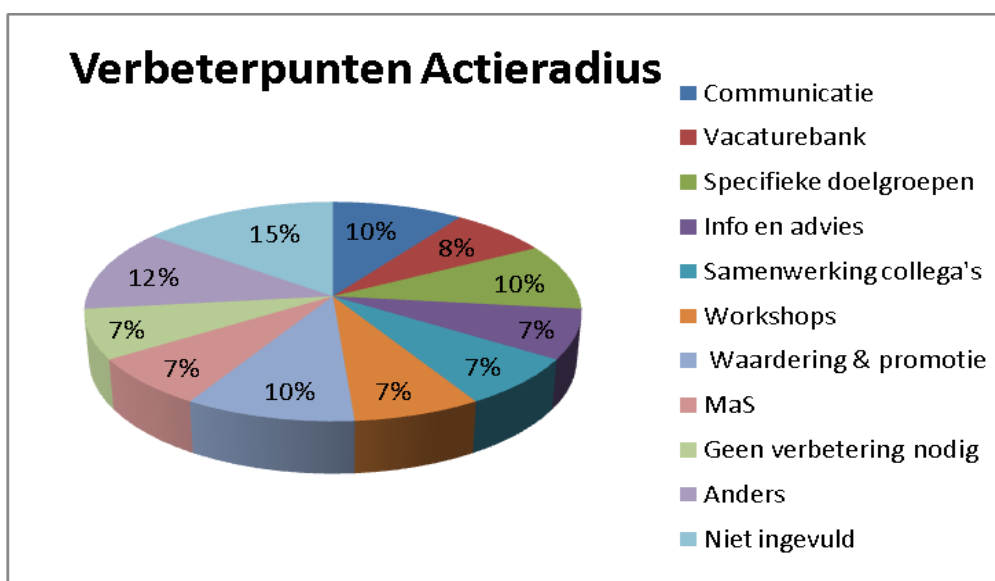
De workshops die Actieradius het afgelopen jaar heeft gegeven, zijn afzonderlijk met de deelnemers beoordeeld. Deze werden als goed beoordeeld met eindcijfer een gemiddelde 8,5. De klanten zijn tevreden over hetgeen wij aanbieden. Zij geven duidelijk meer de voorkeur aan korte workshops dan aan trainingen die langer dan één dagdeel duren.

7. Wat is de opbrengst van de ondersteuning van Actieradius voor de respondenten?



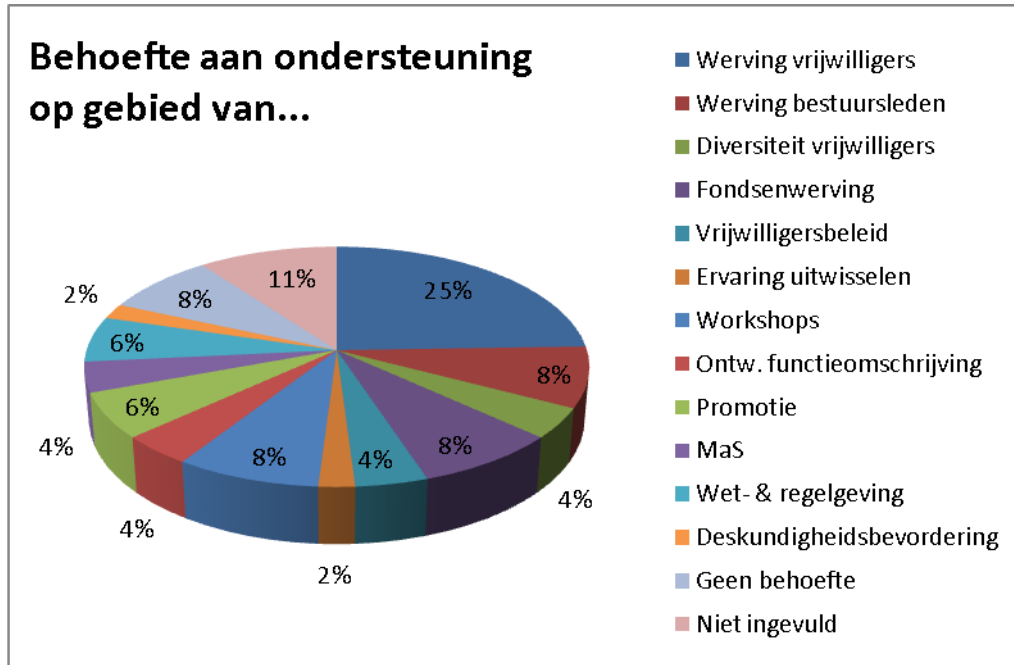
- 48% geeft aan dat zij nieuwe vrijwilligers hebben gekregen via Actieradius. Dat is erg veel. Daarmee wordt de belangrijkste taak van Actieradius goed en positief benadrukt.
- 17% geeft aan geen opbrengst te ervaren van Actieradius. Belangrijk is om na te gaan waar het dan mis gaat. Lastig is ook dat mensen vaak een geslaagde bemiddeling verwachten, maar dat de vraag veel groter is dan het aanbod. Mogelijk dat communicatie ook weer een stukje "onvrede" kan wegnemen, door in ieder geval te laten weten wat er gedaan wordt en geen verkeerde verwachtingen te scheppen vooraf.
- 9% van de respondenten geeft aan dat zij actief zijn geworden in de maatschappelijke stage. Dit percentage zal de komende jaren alleen nog maar groeien.
- Tot slot geeft 8% aan dat zij goed geïnformeerd zijn over zaken omtrent vrijwilligerswerk. Dit percentage kan komend jaar nog omhoog geschroefd worden als de informatievoorzieningen op de website verbeterd worden en de eigen medewerkers bijgeschoold worden (zie punt 5).

8. Verbeterpunten Actieradius



- De verbeterpunten lopen erg uiteen. Hierbij is dus moeilijk aan te geven wat prioriteit heeft. We zullen de kwaliteit van onze dienstverlening blijvend optimaliseren op de verschillende deelgebieden.

9. Er is behoefte aan extra ondersteuning op het gebied van.



- Opvallend is dat hierbij 25% aangeeft extra ondersteuning nodig te hebben op het gebied van werving van vrijwilligers. We weten dat de vraag naar vrijwilligers duidelijk groter is dan het aanbod. Eén van de oorzaken is ook de uitvoering van de Wmo door de lokale overheden, waarbij meer inzet van (nieuwe) vrijwilligers verlangd wordt. Daardoor hebben organisaties meer behoefte aan het vinden van nieuwe vrijwilligers waarbij zij Actieradius als belangrijke vindplaats ervaren.
- Andere belangrijke ondersteuningsvragen hebben betrekken op onderwerpen als fondsenwerving, (kortdurende) workshops en het ontwerpen van functieomschrijvingen voor vrijwilligers.
- Op dit moment blijkt er weinig behoefte te zijn aan deskundigheidsbevordering, promotie, vergroten van diversiteit van vrijwilligersbestand en de maatschappelijke stage. We realiseren ons dat deze behoefte volgend jaar heel anders van aard kan zijn door nieuwe ontwikkelingen; Actieradius zal hier flexibel op moeten inspelen.

10. Slotconclusie:

- Door te blijven investeren in het verbeteren van de naamsbekendheid en het onder de aandacht brengen van het dienstenaanbod van Actieradius, zullen steeds meer vrijwilligersorganisaties Actieradius weten te vinden.
- Om continu op de vraag en behoefte van klanten in te spelen, willen we jaarlijks een behoeftepeiling uitvoeren omdat dit veel informatie oplevert.
- Uit het onderzoek blijkt dat Actieradius van de respondenten als gemiddeld eindcijfer een 7.2 krijgt. Dit vinden we een prima resultaat maar we willen in 2012 streven naar een verhoging van dit eindcijfer.